



جامعة الجوف
Aljouf University

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة الجوف
وكالة الدراسات العليا والبحث العلمي

مجلة جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية

Aljouf University Social Sciences Journal (AUSSJ)

دورية - علمية - محكمة
تصدر عن جامعة الجوف

المجلد الأول - العدد الثاني

يوليو ٢٠١٥م (رمضان) ١٤٣٦ هـ

الترقيم الدولي (ر.د.م.د): ١٦٥٨-٦٦٩٧

متاحة على الشبكة العنكبوتية

Website: <http://vrgs.ju.edu.sa>



المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الجوف
وكالة الدراسات العليا والبحث العلمي

مجلة جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية

Aljouf University Social Sciences Journal (AUSSJ)

دورية - علمية - محكمة
تصدر عن جامعة الجوف

المجلد الأول - العدد الثاني

يوليو 2015م (رمضان) 1436هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مجلة جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية

أولاً: التعريف بالمجلة ومجالاتها:

مجلة جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية مجلة دورية - نصف سنوية - تخصصية محكمة تصدر عن إدارة النشر العلمي بوكالة جامعة الجوف للدراسات العليا والبحث العلمي، وتهدف إلى إتاحة الفرصة للباحثين لنشر إنتاجهم العلمي الذي يتصف بالأصالة والجدة، في مجال العلوم الاجتماعية، مع الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي، والمنهجية العلمية.

وتعنى المجلة بنشر المواد العلمية التي لم يسبق نشرها، بالعربية أو بالإنجليزية، وتشمل: البحوث الأصلية: التطبيقية والنظرية، والمراجعات العلمية، وتقارير البحوث، وتقارير المؤتمرات واللقاءات والندوات والمنتديات العلمية، وملخصات الرسائل العلمية، وعروض الكتب المنشورة حديثاً في مجالها.

الرؤية والرسالة والأهداف:

قامت هيئة التحرير بإعداد وصياغة واعتماد رؤية المجلة ورسالتها وأهدافها، وذلك على النحو الآتي:

الرؤية:

- الريادة والتميز في نشر الدراسات الاجتماعية والإنسانية لأجل تنمية مستدامة تحقق للجامعة والمجتمع التطور والنهوض.

الرسالة:

- النهوض بالمنظومة البحثية في مجال الدراسات الاجتماعية وفق معايير الجودة العالمية لتحقيق مجتمع المعرفة.

الأهداف:

- ترمي المجلة إلى تحقيق الأهداف الآتية:
 - 1- نشر الدراسات العلمية الأصلية والمبتكرة في مجال الدراسات العلوم الاجتماعية.
 - 2- تعزيز الصلات العلمية والفكرية مع الجامعات المحلية ومراكز البحوث والمؤسسات المتخصصة في جوانب الفكر والتنمية، وتبادل الإصدارات العلمية معها.
 - 3- تسليط الضوء على الاتجاهات البحثية الجديدة في مجال الدراسات الاجتماعية.
 - 4- تلبية حاجة الباحثين على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية للنشر في مجالات العلوم الاجتماعية.

Aljouf University Social Sciences Journal (AUSSJ)

(AUSSJ) is a refereed academic periodical concerned with research in the field of social studies. It is published by Aljouf University. AUSSJ provides researchers in the field of social studies worldwide with the opportunity to have their researches published. The researches have to be original and to fulfil the demands of academic ethics and scientific methodology. AUSSJ also publishes (in Arabic and English) materials that have not been published before, such as original researches, academic reviews, research reports, book reviews and critiques, short academic contributions as well as summaries of academic conferences, forums, and activities. The materials include announcements about related forthcoming academic events, such as conferences, symposia, letters to the editor and comments and responses.

* * *

Vision, Mission, and Objectives

Vision:

The journal seeks to take the lead in publishing distinguished studies in social sciences and humanities that fulfill the objectives of sustainable development and achieve improvement and upgrading of existing standards for the university and the community alike.

Mission:

Raising the level of academic research in social sciences in accordance with global quality standards to serve the interests of knowledgeable society.

Objectives:

The journal seeks to achieve the following objectives:

1. Publishing original and innovative research and studies in the field of social sciences.
2. Consolidating academic relations with local universities, research centres and specialized institutions concerned with intellectual and development issues, and the exchange of academic publications among them.
3. Shedding light and focus on new research trends in the discipline of social studies.
4. Meeting the demands of researchers at the local, regional and international levels to publish leading research in social sciences.

* * *

المشرف العام على المجلة

د. نجم بن مسفر الحصيني

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

الهيئة الاستشارية

الأستاذ الدكتور/ حسام بن عبد المحسن العنقري

أستاذ المراجعة بجامعة الملك عبد العزيز بجدة،

وعضو مجلس الشورى

معالي الأستاذ الدكتور/ علي بن إبراهيم النملت

أستاذ العلوم الاجتماعية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الرياض

الأستاذ الدكتور/ محمد بن قاسم القريوتي

أستاذ الإدارة العامة بجامعة الكويت

الأستاذ الدكتور/ محمد بن خضر عريف

أستاذ اللغة العربية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة

الأستاذ الدكتور/ صدقة بن يحيى فاضل

أستاذ العلوم السياسية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة،

وعضو مجلس الشورى

الأستاذ الدكتور/ سيف الدين بن إبراهيم تاج الدين

أستاذ الاقتصاد الإسلامي بجامعة أدنبره في بريطانيا

حالياً: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – الرياض

الأستاذ الدكتور/ رودني جيمس ويلسون

أستاذ الحكومة والشؤون الدولية بجامعة درم في بريطانيا

الأستاذ الدكتور/ إسحاق بهاتا

أستاذ التمويل الدولي بجامعة لاتروب في استراليا

الأستاذ الدكتور/ حياة أوان سلام

أستاذ إدارة الأعمال بجامعة إيرفي باكستان

هيئة التحرير

رئيس التحرير

أ. د. أحمد بن داود عبد الله المزجاجي

أستاذ الإدارة العامة، قسم الإدارة

كلية الاقتصاد والإدارة - جامعة الملك عبد العزيز

مدير التحرير

د. غريبي بن مرجي الشمري

أستاذ الإدارة التربوية المشارك، قسم التربية وعلم النفس

عميد كلية التربية - جامعة الجوف

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. عمر بن عبد الله أحمد باقبص

أستاذ الأدب، قسم اللغات الأوروبية وآدابها

كلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة الملك عبد العزيز

أ. د. حسن فالح حسين بكور

أستاذ الأدب العباسي، قسم اللغة العربية

كلية العلوم الإدارية والإنسانية - جامعة الجوف

د. حمدي أحمد سعد أحمد

أستاذ القانون الخاص المشارك، قسم القانون

كلية الشريعة والقانون - جامعة الجوف

د. شعبان رمضان محمود محمد مقلد

أستاذ التفسير وعلوم القرآن المشارك، قسم الدراسات الإسلامية

كلية العلوم الإدارية والإنسانية - جامعة الجوف

د. رضوان محمد عبد العال عبد الحميد

أستاذ الفقه المقارن المشارك، قسم الشريعة

كلية الشريعة والقانون - جامعة الجوف

سكرتير التحرير

أ. حمزة رزق محمد بدارنه

AJSS@ju.edu.sa

للمراسلة:

البريد الإلكتروني: AJSS@ju.edu.sa الموقع الإلكتروني: <http://vrgs.ju.edu.sa>

هاتف: (+966) 14-6252271 فاكس: (+966) 14-6247683

مجلة الجوف للعلوم الاجتماعية - جامعة الجوف - الجوف (سكاكا) - المملكة العربية السعودية

ص. ب: (20140)

قواعد وضوابط النشر في المجلة

1. يقدم الباحث الرئيس تعهداً موقفاً منه، ومن جميع الباحثين المشاركين (إن وجدوا) يفيد بأن البحث لم يسبق نشره، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في جهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه، ونشره في المجلة.
2. لهيئة التحرير حق الفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتكريم، أو رفضه.
3. في حال قبول البحث للنشر تؤول كل حقوق النشر للمجلة، ولا يجوز نشره في أي منفذ نشر آخر ورقي أو إلكتروني، دون إذن كتابي من رئيس هيئة التحرير.
4. الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين فقط، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.
5. لهيئة التحرير الحق في تحديد أولويات نشر البحوث.
6. يتم تقديم البحوث إلكترونياً من خلال بريد المجلة الإلكتروني الرسمي (AJSS@ju.edu.sa).
7. يجب أن لا يتجاوز البحث المقدم للنشر (40) صفحة، متضمنة الملخصين: العربي، والإنجليزي، والمراجع، والملاحق إن وجدت.
8. يتم إعداد ملخصين للبحث: أحدهما باللغة العربية، والآخر باللغة الإنجليزية، لا تتجاوز كلمات كل منهما (200) كلمة، يليهما كلمات مفتاحية (Key Words) لا تزيد على خمس كلمات (غير موجودة في عنوان البحث)، تعبر عن المجالات التي يتناولها البحث؛ لتستخدم في التكشيف.
9. تكون أبعاد جميع هوامش الصفحة الأربعة (العليا، والسفلى، واليمنى، واليسرى) 3 سم، والمسافة بين الأسطر مفردة، ويكون ترقيم صفحات البحث في منتصف أسفل الصفحة.
10. يكون نوع الخط في المتن للبحوث العربية (Simplified Arabic)، بحجم (16)، والجداول بحجم (10)، وللبحوث الإنجليزية (Times New Roman)، بحجم (11)، والجداول بحجم (8).
11. يكتب عنوان البحث، واسم الباحث، أو الباحثين، والمؤسسة التي ينتمي إليها، وعنوان المراسلة، على صفحة مستقلة (باللغتين العربية والإنجليزية). ثم تتبع بصفحات البحث، بدءاً بالصفحة الأولى حيث يكتب عنوان البحث فقط، متبوعاً بالملخص العربي والملخص الإنجليزي، ثم كامل البحث.
12. يراعى في كتابة البحث عدم إيراد اسم الباحث، أو الباحثين، في متن البحث صراحة، أو بأي إشارة تكشف عن هويته، أو هويتهم، وإنما تستخدم كلمة (الباحث، أو الباحثين) بدلاً من الاسم أو الأسماء، سواء في المتن، أو التوثيق، أو في قائمة المراجع.

13. إنَّ أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس:

(American Psychological Association – APA – 6th Ed.)

14. ينظم البحث وفق التالي:

أ/ البحوث التطبيقية: يورد الباحث مقدمة تبدأ بعرض طبيعة البحث، ومدى الحاجة إليه ومسوغاته، يلي ذلك استعراض مصطلحات البحث، ومشكلة البحث، ثم تحديد أهدافه، فأهميته، ثم تساؤلات البحث أو فرضياته. فحدوده، فالإطار النظري والدراسات السابقة، ثم تعرض منهجية البحث؛ مشتملة على: مجتمع البحث، وعينته، وأدواته، وإجراءاته، متضمنة كيفية تحليل بياناته. ثم تعرض نتائج البحث ومناقشتها، والتوصيات المنبثقة عنها. وتوضع قائمة المصادر في نهاية البحث بإتباع أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة.

ب/ البحوث النظرية: يورد الباحث مقدمة يمهّد فيها للفكرة المركزية التي يناقشها البحث، مبيناً فيها أدبيات البحث، وأهميته، وإضافته العلمية إلى مجاله. ثم يعرض منهجية بحثه، ومن ثم يقسم البحث إلى أقسام على درجة من الترابط فيما بينها، بحيث يعرض في كل منها فكرة محددة تكوّن جزءاً من الفكرة المركزية للبحث. ثم في ختام البحث يقدم خلاصة شاملة متضمنة أهم النتائج والتوصيات التي خلص إليها البحث.

15. يتأكد الباحث من سلامة لغة البحث، وخلوه من الأخطاء اللغوية والنحوية.

16. توضع قائمة بالمراجع العربية، تليها قائمة بالمراجع الإنجليزية، مرتبة هجائياً حسب الاسم الأخير للمؤلف الأول، وفقاً لأسلوب التوثيق المعتمد في المجلة.

17. يحصل مؤلف (مؤلفو) كل بحث على (20) مستلة من كل بحث بدون مقابل. ويتحمل المؤلف (المؤلفون) تكاليف ما زاد على ذلك، وعلى المؤلف طلب المستلات الإضافية قبل الإحالة للطبع، ويكون السداد مقدماً.

Publishing Rules

1. The manuscript must be accompanied by a statement that the manuscript has not been submitted simultaneously for publication elsewhere.
2. The editorial board has the right to decide if the research is valid to be sent to the scientific arbitration or not.
3. All accepted manuscripts become the property of AUSSJ, and must not be published in any other vessel whether in paper or electronically without a written permission from the editor in chief.
4. Opinions in the manuscripts do not express AUSSJ view; rather they express only the researchers' views.
5. The editorial board has the right to set priorities of publishing the research.
6. Manuscripts are submitted electronically through the e-mail address: AJSS@ju.edu.sa.
7. The research has to be written on A4 paper. The manuscript must not exceed 40 pages, including Arabic and English abstracts and references.
8. Arabic and English abstracts have to include the following: research topic, objectives and methodology; the most important results; and the most important recommendations. Each abstract must not exceed 250 words, and it has to be very well written. Each abstract is followed by not more than five Key Words -that do not exist in the title of the manuscript - for indexing.
9. Page margins of the manuscript pages (top, bottom, left and right) must be 3 cm and the line spacing should be single. Also, a manuscript should include page numbers at the middle bottom of the page.
10. The size and style of the Arabic font in the manuscript must be 16 (Simplified Arabic) and for the English font must be 11 (Times New Roman). Also, the size and style of the Arabic font in the tables must be 11 (Simplified Arabic) and for the English font must be 8 (Times New Roman). Moreover, Numerals in the manuscript must be (Arabic 1-2-3...).
11. Basic information about the research has to be written in both Arabic and English, and it has to include the following: research title; researcher's full name; what he/she is and place of work; and how to contact him/her. The title of the manuscript, the name of researcher/ researchers, the affiliation institution and the corresponding address must be typed on a separate page, followed by the manuscript pages where the title of the manuscript is typed at the top of the first page.
12. Name/names of the author/authors should not be openly expressed in the manuscript or expressed by any indication that might reveal their identity; however, the word (researcher/researchers) may be used instead of the name in the manuscript, citation and references list.

13. AUSSJ adopts the American Psychological Association (APA) Style- 6th ed.
14. The manuscript must be organized as follows:
 - A) Empirical Research: Starts by an introduction that presents the background of the research, for it, and justifications for conducting it. Related studies should be integrated included in the introduction without allocating sub-titles. Then, present the problem followed by the objectives and questions or hypotheses. Afterwards, method that includes: population, sample, materials, and procedures. Data analysis should be included followed by the results and discussion including recommendations. References should be at the end of the manuscript according to the APA Style.
 - B) Theoretical Study: Starts by an introduction that paves the way for the central idea to be discussed by the research and illustrates the literature review, importance and its scientific addition to its field. Then present the method followed by sections of the study. Each section must reveal a certain idea that represents part of the central idea. The manuscript should be ended by a comprehensive summary that includes the most significant results that the study concluded.
15. It is the responsibility of the researcher to make sure that the manuscript is free of linguistic, grammatical and typo errors.
16. The Arabic references list should be at the end of the manuscript followed by the English references list according to the APA Style.
17. The researcher(s) will be supplied with (20) free reprints. If additional reprints are wanted, they could be ordered and paid in advanced.

* * *

المحتويات

العنوان

- | | |
|-----|--|
| 15 | * افتتاحية العدد (هيئة تحرير المجلة) |
| | * دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة جامعة الملك فيصل |
| 21 | أحمد بن عبد الفتاح الزكي |
| | * معايير الندرة في كتاب (النوادير في اللغة والأدب) لأبي زيد الأنصاري |
| 51 | أحمد بن إبراهيم محمد بني عطا |
| | * الفتوى الجماعية بين مقاصد الشرع وضرورات العصر |
| 77 | أحمد بن يوسف أحمد الدرديري |
| | * دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية بالشركات السعودية المساهمة |
| 103 | فالح بن هادي القحطاني، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ |
| | * الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء وأثره المحتمل على المبيعات في محافظة جدة |
| 119 | طارق بن محمد خزندار، وإياد بن عبد الإله خنضر |
| | * المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات كلية التربية بجامعة الجوف: دراسة ميدانية |
| 153 | عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي |
| | * عرض كتاب (المرجع الحديث في التربية الحركية والفنية لرياض الأطفال) |
| 189 | غربي بن مرجي الشمري |
| | * تقرير عن رسالة علمية |
| 195 | محمد بن علي دودي التوم |

افتتاحية العدد

افتتاحية العدد الثامن

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه الكرام، أما بعد:
فإننا نبارك صدور العدد الثاني من المجلد الأول لمجلة «جامعة الجوف للعلوم الاجتماعية» للعام 1435 -
1436 هـ، الموافق 2014 - 2015 م والذي تستمر فيه المجلة على تطبيق سياستها بتحقيق معايير قواعد النشر
العلمي المتميز المعتمد في الجامعات العالمية.

وقد اشتمل هذا العدد على ستة بحوث متنوعة في مجالات التربية، وأصول الفقه، واللغة العربية، وإدارة
الأعمال، والتسويق، وعلم النفس التربوي وذلك من باحثين متميزين من جامعات شتى، وبلدان متعددة. كما
تميزت المجلة بالسرعة والسرية في التعامل مع البحوث المتنوعة، وكذلك في استخدام التقنية الحديثة في مخاطبة
الباحثين والمحكمين؛ سهل التواصل معهم. وهو تحقيق لرؤية هيئة تحرير المجلة في الريادة، والتميز، وأن تكون
مرجعية علمية للباحثين في المجالات الاجتماعية المتنوعة، وتلبي حاجة الباحثين محلياً، وإقليمياً، وعالمياً.
ومما تؤكد عليه هيئة تحرير المجلة العناية بنوعية البحوث؛ فمعظمها بحوث تمس الواقع المعاصر، كما يسرها
ثقة الباحثين بها وموضوعيتها والمهنية العالية التي تسير عليها في التحكيم والنشر، وتزف بشرى اعتماد الهيئة
الاستشارية للمجلة من نخبة أساتذة في جامعات عريقة، وذوي خبرات علمية معمقة في مجالات العلوم
الاجتماعية، فضلاً عن تميزهم في مجال النشر العلمي، مما سينعكس على جودة المجلة ويدعم مسار نموها بثقة نحو
تحقيق رؤيتها المأمولة - بمشيئة الله -، وتعد الباحثين الكرام بالمزيد من التطوير العلمي والبحثي. وتؤكد على أن
الطموح لن يتوقف عند حد معين، فعجلة التطوير ستستمر مع صدور كل عدد، وسيلمس القارئ المهتم سعي
هيئة التحرير للتوافق مع أبرز الاتجاهات الحديثة في النشر العلمي بما يخدم الحقول العلمية الخاصة بها.

والله من وراء القصد، وهو الموفق والهادي إلى سواء السبيل،،،

هيئة تحرير المجلة

البحوث والدراسات

دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى طلبة جامعة الملك فيصل

أحمد بن عبد الفتاح الزكي⁽¹⁾

جامعة دمياط، وجامعة الملك فيصل

المستخلص: استهدفت الدراسة التعرف على دور برنامج إعداد المعلم الذي تقدمه كلية التربية بجامعة الملك فيصل في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم والكشف عن دلالة الفروق في الاستجابات تبعاً لمتغيري الدراسة (الجنس والتخصص)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وصممت استبانة لجمع البيانات طبقت على عينة عشوائية طبقية من طلاب وطالبات كلية التربية بجامعة الملك فيصل بلغت 808 طالباً وطالبة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المتوسط العام لدرجة تقدير أفراد الدراسة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة جاء مرتفعاً بشكل عام وكذلك في كل بعد من أبعاد الدراسة، واحتل البعد الخاص بدور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد المرتبة الأولى، في حين جاء البعد الخاص بدور البيئة التي يقدم فيها البرنامج في المرتبة الأخيرة، وأسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابات تجاه درجة تقدير الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة فيما يتعلق بالأداة ككل بين مجموعتي الذكور والإناث وذلك لصالح مجموعة الذكور، كما كشفت النتائج عن عدم وجود أية فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الاستجابات تبعاً لمتغير التخصص، واختتمت الدراسة بتقديم عدد من التوصيات والمقترحات.

الكلمات المفتاحية: المواطنة، قيم، برنامج إعداد المعلم، جامعة الملك فيصل.

The Role of the Teacher Education Program in Activating King Faisal University Students' Citizenship Values

Ahmed A. El-Zeki⁽¹⁾

Damietta University & King Faisal University

Abstract: The research aimed at recognizing the role of the teacher education program in activating students' citizenship values in King Faisal University and identifying the differences in students' views towards the college role according to research variables (gender and major). The research utilized the descriptive method, and a standardized questionnaire was administered to a stratified random sample of 808 male /female students in the College of Education, King Faisal University. The study findings revealed that the overall mean of the role of the teacher education program in activating students' citizenship values was high as a whole and in the four dimensions of the tool. The highest ranked dimension was the role of activities included in the teacher education program, whereas the role of program environment dimension came last. The results also showed that there were statistically significant differences in students' views on the role of the teacher education program in activating students' citizenship values with regard to the gender variable in favor of male students, whereas there were no significant differences due to the major variable. The study concluded with some suggestions and recommendations.

Key words: citizenship, values, teacher education program, King Faisal University.

(1) Associate Professor, College of Education, Damietta University & KFU.

(1) أستاذ مشارك، كلية التربية، جامعة دمياط وجامعة الملك فيصل .

البريد الإلكتروني: ahmedelzeki@yahoo.com

مقدمة:

بدورها الصحيح بما يمكن الأجيال الناشئة من تحمل مسؤولياتها؛ حيث إن غياب ثقافة المواطنة تضعف من عاطفة الولاء والانتماء مما يجعل أفراد المجتمع فريسة سهلة للأعداء ويثبط من عزيمتهم في النهوض بقدرات مجتمعهم ويشيع بينهم الظواهر السلبية كالأنانية وتقديم المصلحة الشخصية والنزعات الخاصة على المصلحة العامة (البليسي، 2012م: 5).

ولذلك تتجه الأنظار نحو المؤسسات التعليمية بوصفها المكان الأمثل لتنشئة الأجيال على مجموعة من القيم والمبادئ الوطنية والقومية والروحية والأخلاقية، وتبدأ بتربية الأجيال من الأسرة إلى رياض الأطفال والمدارس والجامعات ومؤسسات التعليم العالي المختلفة، بما يسهم في تحقيق أهداف التربية للمواطنة المنشودة، والتي تعزز القيم والمبادئ التي تسعى إلى ترسيخها في نفوس أجيالها المختلفة منذ الطفولة حتى الشيخوخة (الرشايدة، 2008م: 3).

ومن هنا تتضح أهمية دور المؤسسات التعليمية بوجه عام وكلية التربية بوجه خاص؛ حيث تقدم برنامجاً لإعداد المعلم الذي سيكون مسؤولاً عن إكساب قيم المواطنة الصالحة للتلاميذ من خلال تدريسه لهم بعد التخرج، ومن هنا برزت الحاجة إلى دراسة دور برنامج إعداد المعلم بكلية التربية في إكساب قيم المواطنة وتفعيلها لدى الطالب المعلم.

تعد المواطنة من المفاهيم التي أصبحت تحظى باهتمام كبير سواء من الباحثين والكتاب أو من الدول والحكومات أو تنظيمات المجتمع المدني وحتى من أفراد المجتمع العاديين لما له من أهمية بالغة تعود بالنفع على الجميع أفراداً وجماعات.

حيث يحمل مفهوم المواطنة تحت طياته مشاعر الحب والولاء والانتماء بما يعني حب الوطن والأرض والفخر بما يمتلكه من حضارة وتراث، وتمثل في عدد من المظاهر مثل احترام القوانين والالتزام بالواجبات وأداء الحقوق والتفاني في الدفاع عن الوطن وحمايته من الأخطار الداخلية والخارجية ويذل في ذلك كل ما يملك هادفاً الحرص على وحدة الوطن وتماسكه وقوته (صقر، 2010م: 106).

ومن الأهمية البالغة تربية الأجيال الجديدة على المواطنة الصالحة من أجل تنمية الشعور الوطني لديهم وتعزيز الإحساس بالانتماء والولاء للوطن وغرس القيم الإيجابية في نفوسهم والتأكيد على كونهم جزءاً أساسياً من المجتمع ككل والشعور بالواجب تجاه هذا المجتمع، وتنمية اتجاهات المشاركة لديهم.

فإعداد المواطن الذي تقع عليه أعباء التنمية وبناء الوطن يعد من أهم الأهداف التي يجب أن يعمل على تحقيقها كل مجتمع، لذلك لا بد من اضطلاع التربية

مشكلة الدراسة:

يرافق هذا الشعور سيادة القيم المادية والسلبية واللامبالاة وعدم الجدية فضلاً عن ضعف الجهات السلوكية والفكرية.

ولذا أكدت ليندرز وزملاؤها (Leenders et al., 155: 2008) على الدور الكبير الذي يقع على عاتق التربية في تشكيل الهوية وتنمية المواطنة وتعزيز وغرس قيمها في نفوس الأجيال الناشئة، كما أوضح مكروم (2004م: 116) الدور المهم الذي يمكن أن تقوم به المؤسسات التربوية وخصوصاً الجامعات في تنشئة الطلبة وتعزيز قيم المواطنة لديهم من خلال تفعيل البرامج الدراسية في هذا الصدد وتوظيف الأنشطة الطلابية من أجل تدعيم قيم المواطنة والولاء والانتماء لدى الطلبة.

غير أن بعض الدراسات قد خلصت إلى ضعف الدور الذي تقوم به الجامعة في تعزيز المواطنة وقيمها لدى الطلاب؛ حيث أكدت دراسة القطب (2006م) أن التعليم الجامعي يسهم بدرجة ضعيفة في تعميق قيم الانتماء لدى الطلبة، كما توصلت دراسة عيد (2004م: 473) إلى أن مفهوم المواطنة لدى طلبة الجامعة ليس على المستوى المطلوب، وأكدت على ضرورة الاهتمام بتعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة من خلال مختلف عناصر التعليم الجامعي، كما خلصت دراسة مكروم (2004م) إلى وجود العديد من المشكلات التي تعوق الجامعة عن القيام بدورها في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة.

أوضح البليسي (2012م: 2) أن التغيرات المعاصرة التي شهدتها العالم قد أسهمت في تشكيل تناقضات فكرية وصراعات ثقافية تمكنت من غزو عقول الشباب بدرجات متفاوتة؛ ولذلك تعد تنمية المواطنة الصالحة السلاح الوحيد الناجع للتصدي لمثل تلك النزعات الهدامة.

وقد أشار موسى (2012م: 17) إلى أن غياب ثقافة المواطنة يضعف من عاطفة الانتماء والولاء مما يجعل الشباب فريسة للأعداء ويحبط من عزمهم على النهوض بقدرات مجتمعهم وتظهر به الظواهر السلبية كالأنانية وتقديم الصالح الشخصي والنزعات الخاصة على الصالح العام.

كما أشارت بعض الدراسات إلى فقدان بعض قيم المواطنة لدى الشباب الجامعي وضعف وعيهم بالقضايا السياسية والاجتماعية فضلاً عن عدم وعيهم بحقوقهم وواجباتهم داخل الجامعة، وإلى اهتزاز قيم المواطنة لدى طلبة الجامعة واختلاط المفاهيم المتعلقة بها لديهم مثل الوطن وواجبات المواطن والولاء والانتماء كما في دراسة يوسف وسلامة (2004م: 24)، في حين أشارت دراسة الكواري (2001م: 106) إلى وجود حالة من الصراع القيمي لدى طلبة الجامعة حيث يشعرون بنوع من التناقض بين قيمهم وقيم المجتمع الذي يعيشون فيه،

من هنا نبعت مشكلة الدراسة والتي يمكن صياغتها في السؤال الرئيس التالي:

ما دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس السؤال الفرعيان التاليين:

1 - ما دور برنامج إعداد المعلم الذي تقدمه كلية التربية جامعة الملك فيصل في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة من وجهة نظرهم؟

2 - هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم المقدم بكلية التربية جامعة الملك فيصل عند مستوى دلالة يساوي أو أقل من 0.05 في تعزيز قيم المواطنة لديهم تعزى لمتغيري الجنس والتخصص؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الوقوف على دور برنامج إعداد المعلم الذي تقدمه كلية التربية بجامعة الملك فيصل في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة كما يدركها الطلبة أنفسهم، كما تسعى إلى الكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات تقديرات الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لديهم تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في أن نتائجها قد تفيد

كما أشار برويز (Brewis and Holds worth, 166: 2011) أيضاً إلى قصور دور التعليم الجامعي في

تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب في إنجلترا في العقود الماضية، ودلل على ذلك بعدم وجود مقررات تعنى بتعليم المواطنة بشكل رسمي ضمن البرامج الأكاديمية التي تقدمها الجامعات، وتوصلت دراسة عناني

(2008م) إلى انخفاض وعي طلبة كليات التربية بمفهوم وقيم ومهارات المواطنة، وهو أمر خطير باعتبارها المؤسسة المنوط بها إعداد المعلم المسئول في الأساس عن غرس قيم المواطنة في نفوس الطلاب والتلاميذ الصغار، لذلك لفت أبو حشيش (2011م):

(251) الانتباه إلى الدور الكبير والخطير الذي يقع على عاتق كليات التربية في تهيئة القوي البشرية وإعداد الكوادر المؤهلة والمدرّبة، وكذلك في بث معتقدات المجتمع وقيمه في نفوس الطلبة والعمل على تشكيل اتجاهات إيجابية نحوها باعتبار أن هؤلاء الطلبة ثروة الوطن ووسيلة نميته الشاملة، وذلك من خلال ما تقدمه من برامج لإعداد معلم المستقبل.

يضاف إلى ما سبق استشعر الباحث أهمية تعزيز قيم المواطنة من خلال قيامه بتدريس بعض المقررات لطلبة كلية التربية جامعة الملك فيصل وتضمينه لعدد من قيم المواطنة بتلك المقررات، وقد لاحظ الباحث التأثير الإيجابي لذلك على الطلاب.

محاوره المختلفة المتمثلة في المقررات الدراسية والأنشطة الطلابية وأعضاء هيئة التدريس والمناخ الذي يقدم فيه البرنامج، والتي تهدف جميعاً إلى تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة الدارسين في البرنامج.

الإطار نظري:

تعود لفظة المواطنة ودلالاتها إلى عصر الحضارة اليونانية القديمة؛ حيث إن الكلمة ارتبطت أصلاً بالدولة اليونانية، وفي اللغة العربية تستعمل كلمة المواطنة كترجمة للفظ الانجليزية Citizenship المشتقة من مفهوم المواطن Citizen أي ذلك الفرد الذي تخاطبه القوانين والديساتير الحديثة والتي تؤكد على الحرية والمساواة بين الأفراد أمام القانون بغض النظر عن اختلاف الدين أو الجنس أو الطبقة أو العرق (أبوالمجد، 2010م: 11).

وقد تنوعت التعريفات الاصطلاحية لمفهوم المواطنة؛ فقد عرفها بدوي (1992م: 60) في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنها الصفة التي تصف المواطن وتحدد حقوقه وواجباته تجاه الوطن وفقاً لمعايير تتعلق بالمساواة والعدالة أمام القانون، وتقوم أيضاً على الالتئام للوطن والتفاني في خدمته في جميع الأوقات، والتعاون مع غيره من المواطنين عن طريق العمل الفردي والجماعي والمؤسسي والتطوعي من أجل بلوغ الأهداف التي يسعى إليها الجميع.

في دعم قيم المواطنة لدى الطلبة بما يجعلهم يدركون واجباتهم ومسئولياتهم تجاه نهضة الوطن والمجتمع، كما قد تساعد هذه الدراسة في توجيه نظر المسؤولين بالجامعة إلى تضمين قيم المواطنة في المقررات الدراسية بما يؤدي إلى تنمية الأسس والقيم الوطنية، وقد تفيد النتائج أيضاً المخططيين ومنتخذي القرار والمسؤولين عن التعليم الجامعي والقيادات الأكاديمية في معرفة واقع قيم المواطنة، وبالتالي وضع خطة مستقبلية لتعزيز تلك القيم، بالإضافة إلى ذلك يمكن أن تؤدي نتائج الدراسة إلى تطوير برنامج إعداد المعلم بكليات التربية بما يدعم قيم المواطنة ويعززها لدى الشباب، وأخيراً قد تشير نتائج الدراسة اهتمام الباحثين لإجراء مزيد من البحوث والدراسات من خلال دراسة جوانب أخرى حول موضوع المواطنة لدى الطلبة وعلاقتها بالبرامج الأكاديمية الأخرى التي يقدمها التعليم الجامعي.

مصطلحات الدراسة:

تعرف قيم المواطنة بأنها مجموعة من المبادئ التي تحكم علاقة الفرد بالمجتمع الذي يعيش فيه، حيث تتحدد من خلالها حقوقه وواجباته، ويتعمق حسه الوطني وانتمائه وولائه لوطنه واعتزازه به.

ويعرف دور برنامج إعداد المعلم في تفعيل قيم المواطنة إجرائياً بأنه مجموعة المبادئ والسلوكيات والإجراءات التي يتضمنها برنامج إعداد المعلم في

الاجتماعي وبناء علاقات إيجابية بين المواطن وغيره من المواطنين داخل المجتمع.

من خلال التعريفات السابقة بشأن المواطنة يمكن استخلاص أنها علاقة وثيقة تربط بين الفرد والوطن الذي يعيش فيه، وأنها عقد غير رسمي يحدد حقوق الفرد وواجباته تجاه وطنه، وتتضمن مجموعة كبيرة من القيم مثل العدل والمساواة والولاء والانتماء والتعاون والمشاركة وغيرها، وهي سلوك إنساني راق ينظم العلاقات بين أفراد المجتمع، وتتطلب توافر مجموعة من السمات والخصائص في الفرد لتجعل منه مواطناً صالحاً.

وتحقق المواطنة العديد من الفوائد والمزايا التي تعود على كل من الفرد والمجتمع بالنفع الكبير، وتأكيداً لذلك يشير الحفطي (1427هـ: 22-23) إلى أنه عندما يتمتع أي مجتمع إنساني بقيم المواطنة فإنه يتميز عن غيره بعدة سمات منها:

1 - قوة وتماسك داخل المجتمع الواحد يقدرها ويرهبها الآخرون حيث إنها أقوى سلاح دفاعي وهجومي في وقت واحد.

2 - تحقيق أقصى قدر من الحريات والعدالة والمساواة والمشاركة.

3 - تدني التناقضات بين أفراد المجتمع.

4 - ازدهار التنمية البشرية والطبيعية.

و عرف القحطاني (2011م: 25) المواطنة بأنها الارتباط الكامل بين الفرد والوطن الذي يعيش فيه على قواعد راسخة من العقيدة والقيم والأخلاق والمبادئ، مع أداء الواجبات والتمتع بالحقوق بمساواة وعدل بما يؤدي إلى الشعور بالفخر والانتماء للوطن من خلال التفاعل الإيجابي بين المواطن والمجتمع لتحقيق المصالح العليا للوطن.

وأوضح سيم (Sim, 2008) أن مفهوم المواطنة يشير إلى علاقة الفرد بالدولة حيث تمثل المواطنة في أبسط أشكالها عضوية الفرد في الجماعة السياسية حيث يتمتع فيها بمجموعة من الحقوق ويلتزم بعدد من الواجبات المترتبة على تلك العضوية.

و عرفها موسى (2012م: 35) بأنها تعايش ومساكنة في وطن واحد، ثم ما بينى عليها من واجبات وحقوق، هي علاقة بين الوطن والمواطن بين الشعب والدولة بين الناس والقانون؛ فمصطلح المواطنة يعني علاقة بين المواطن ووطنه، تتطلب توافر سمات مهمة في المواطن ليكون شخصاً مؤثراً في الحياة العامة قادراً على أن يشارك في التشريع واتخاذ القرارات.

و عرف مارتين وزملاؤه (Martin, et al., 2013) المواطنة بأنها المسؤوليات التي تقع على المواطن في الالتزام بالقوانين التي يفرضها المجتمع والمشاركة في تحقيق الأهداف العامة للمجتمع، والشعور بالتضامن

- 5 - حياة مليئة بالرفاهية والسعادة للجميع وليس لبعض الأفراد.
- وتبرز أهمية المواطنة في أنها عملية مستمرة لتعزيز مشاعر الولاء والانتفاء تجاه المجتمع وتعميق مشاعر الاعتزاز والفخر به مع الالتزام بالقوانين والنظم العامة وتنامي مشاعر التعاون والاحترام بين أفراد المجتمع، كما تتمثل أهمية تربية المواطنة في أنها (موسى، 2012م: 135):
- 1 - تعزيز قيم الديمقراطية والقيم المدنية.
- 2 - تعمل على المحافظة على المجتمع واستقراره.
- 3 - تعزز وجود الدولة وتحترم دستورها الوطني.
- 4 - تصقل مهارات مهمة لدى المواطن مثل الحوار واحترام القانون وأداء الواجبات.
- وأشارت ماتش (Much, 2004: 44) إلى ثمانية خصائص ينبغي أن تتوافر في المواطنة بمفهومها العالمي:
- 1 - القدرة على النظر والتعامل مع المشكلات كعضو في المجتمع العالمي.
- 2 - القدرة على العمل مع الآخرين بطريقة تعاونية وتحمل مسؤولية أدواره وواجباته.
- 3 - القدرة على فهم وقبول الاختلافات الثقافية والتسامح معها.
- 4 - القدرة على التفكير بطريقة نقدية ومنظمة.
- 5 - الرغبة في حل الصراعات والخلافات بأسلوب سلمي ودون عنف.
- 6 - الرغبة في تغيير أسلوب حياة الفرد وعاداته الاستهلاكية لحماية البيئة.
- 7 - القدرة على الإحساس بحقوق الإنسان والدفاع عنها.
- 8 - الرغبة والقدرة على المشاركة السياسية على المستوى المحلي والوطني والعالمي.
- كما حددت ماتش (Much, 2004: 44) خمسة مستويات يمكن النظر من خلالها للمواطنة كما يلي:
- المواطنة كحالة as status تتضمن على الحقوق والواجبات الرسمية والمسئوليات والقوانين، والمواطنة كهوية as identity وتتضمن الثقافة والتراث والهوية الوطنية والأفكار والمعتقدات الوطنية والفضائل الاجتماعية والأخلاقية، والمواطنة كنموذج ديمقراطي يركز على مجموعة من القيم والمثل الديمقراطية ومفاهيم القيادة والحكم والعدالة الاجتماعية، والمواطنة كممارسة عامة as public practice تجري من خلال العمليات السياسية والقانونية وتتضمن القواعد والقوانين والمؤسسات المجتمعية، والمواطنة كمشاركة as participation في كل جوانب الحياة وتتضمن حل الخلافات وإدارة الموارد واتخاذ القرارات واكتساب مهارات العلاقات البينية بين المواطنين والمجتمع.

- وتورد الخولي (2012م: 51) الأبعاد التالية للمواطنة:
- 1 - البعد السياسي أو التشريعي: ويشير للحقوق والواجبات السياسية في مواجهة النظام السياسي.
 - 2 - البعد الاجتماعي: ويشير للعلاقات بين أفراد المجتمع ومتطلبات الولاء والتكامل والتضامن.
 - 3 - البعد الثقافي: ويشير إلى الوعي بالتراث الثقافي وفهم المجتمع وعاداته وتقاليده.
 - 4 - البعد الاقتصادي: ويشير لعلاقة الأفراد بسوق العمل والاستهلاك، ويتضمن حق العمل والحد الأدنى للأجور وموارد الرزق.
- ويرى موسى (2012م: 43-44) أن المواطنة تقوم على ما يلي:
- 1 - تمتع المواطن بحقوق اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية تكفلها له الدولة.
 - 2 - المساواة بين المواطنين في ظل الانتماء لوطن واحد.
 - 3 - أداء المواطن لواجبات تجاه وطنه من ضرائب وتجنيد وأعمال طوعية وغيرها.
 - 4 - تمتع المواطن بالمشاركة بأية صورة في خدمة وطنه من خلال المشاركة السياسية المباشرة أو غير المباشرة.
 - 5 - الولاء للوطن ولرموزه مثل النشيد واللغة
- والعلم والأعراف إلى درجة تجعله يضحى من أجله. في حين خلصت سيم (Sim, 2008: 258-262) في دراستها إلى تحليل مفهوم المواطنة إلى أربعة عناصر أساسية وهي الهوية identity الوطنية والاعتزاز بالوطن، والمشاركة participation في مختلف شئون المجتمع والاهتمام بقضاياها، والوعي بماضي الوطن awareness of nation's history وتراثه وحضارته ومكتسباته، والتفكير thinking أي أن المواطن الواعي يُعمل تفكيره الناقد ويستند إلى الدليل في الاستنتاج ولا يتأثر بأية دعاية أو توجيه فكري.
- وفيما يتعلق بقيم المواطنة فقد عرفها مكروم (2004م: 314) بأنها إطار فكري يضم مجموعة من المبادئ المحددة للعلاقة بين الفرد والنظام القائم في المجتمع، بما يدعم تكوين الانتماء الوطني والحس الاجتماعي.
- ويشير الشرقاوي (2005م: 115-117) إلى القيم الأساسية التي تتضمنها المواطنة وهي حب الوطن والانتماء والولاء والحرية والمشاركة والجماعية كما أضاف القحطاني (2011م: 79-89) مجموعة من القيم الأساسية للمواطنة منها المساواة والعدل والالتزام والتوازن.
- كما ذكرت ليندرز وزملاؤها (Leenders et al., 2008: 158) بعض قيم المواطنة، ومنها النظام والتكيف:

وأنشطة وفعاليات تعليمية وتربوية (موسى، 2012م: 23).

ويورد براير (Prior, 1999: 232) بعضاً من الفعاليات والأنشطة التي يمكن القيام بها لتنمية قيم المواطنة لدى الطلبة ومنها:

• الأنشطة التي يتعلم فيها الطالب العادات والتقاليد والقيم التي شكلت ملامح المجتمع.

• الأنشطة التي تتضمن التعامل مع الأحداث الجارية.

• الأنشطة التي يتعلم فيها الطالب تاريخ وطنه ونظام الحكم فيه.

• الأنشطة التي يعمل فيها الطالب في مشروعات مجتمعية مع قادة من المجتمع.

• أنشطة حل المشكلات.

• الأنشطة التي تستخدم عمليات دستورية وقانونية.

• الأنشطة التي تستهدف التركيز على احتياجات الطالب الفردية واهتماماته.

• الاهتمام بالاحتياجات والمسئوليات على المستوى العالمي.

ويشير مكاوان (McCowan, 2012: 53) إلى التأثير الكبير الذي تحدثه الدراسة الجامعية على مهارات الفرد وقدراته وميوله واتجاهاته كمواطن؛ فالمعرفة

ويتمثل في الطاعة والأخلاق الحسنة والانضباط الذاتي، والالتزام الاجتماعي والتفكير الناقد والاستقلالية، وأوردت سيم (Sim, 2008: 254) خمسة قيم أساسية تشكل معا صورة متكاملة للمواطنة وهي الإحساس بالهوية، والتمتع بحقوق معينة، والوفاء بالالتزامات بالواجبات، والاهتمام والانخراط في الشؤون العامة للمجتمع، وقبول القيم المجتمعية.

كما أشار المالكي (1430هـ: 21-22) إلى بعض قيم المواطنة، ومنها الأخلاق والحرية والمساواة والعدالة والمشاركة والشورى والعمل الجماعي والأمانة والعدل والإنجاز والانضباط والمواظبة.

ويؤكد التربويون أن تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة تعد من أهم وسائل مواجهة التحديات المتلاحقة والمستجدات المتسارعة على المستوى الوطني والعالمي؛ فالتقدم الحقيقي للوطن تصنعه عقول وسواعد المواطنين خصوصاً الشباب، ولذلك فإن إكسابهم قيم المواطنة يؤدي إلى مزيد من المشاركة الفعالة والإيجابية لهم في مختلف مجالات التنمية اجتماعياً واقتصادية وسياسياً، وباعتبار أن المؤسسات التعليمية تشكل الحاضنة الأساسية لإعداد الطلاب وتأهيلهم وتدريبهم للانخراط بفعالية في شؤون وطنهم، لذا فعليها أن تتحمل مسئولياتها في إرساء قيم المواطنة وممارستها وتنميتها من خلال ما تقدمه هذه المؤسسات من برامج

صالحين، كما أن هناك دعوات إلى عدم الاقتصار على مجرد إعداد مواطن صالح بل مواطن عالمي في عالم متعدد الثقافات من خلال تبني قيم المواطنة العالمية.

وتؤكد ماثيوز وديلورث (Mathews and Dilworth, 2008: 356-357) أن برامج إعداد المعلم يمكن أن تلعب دوراً مهماً للغاية في تعزيز التربية المدنية وبالتالي تنمية قيم المواطنة، حيث ترى أن تلك البرامج يمكن أن تؤثر في تشكيل مفاهيم الطلاب من خلال توصيل العديد من الرسائل بشكل مباشر وغير مباشر.

ويرى أبو حشيش (2010م: 251-252) أن الأدوار التي يجب أن تقوم بها كلية التربية في تنمية المواطنة وقيمها المختلفة تتحدد عن طريق توفير بيئة تعليمية مواتية تحفز الطلبة وتشجعهم على تلقي تلك القيم وتشرها، كما يتشكل هذا الدور من خلال عضو هيئة التدريس الذي ينبغي أن يكون نموذجاً حسناً لطلابه من خلال دوره كمربي صالح يعكس في شخصيته تلك القيم التي يغرسها في طلابه، ويشكل علاقة بينه وبين الطلبة تقوم على الود والاحترام ويستمتع إليهم ويسمح لهم بالتعبير عن آرائهم وأفكارهم بشكل حر، إلى جانب ذلك فإن للأنشطة الطلابية دور بالغ الأهمية في تعميق قيم المواطنة من خلال التأكيد على الأنشطة التطوعية والتعاون المشترك وتعزيز روح التسامح والشعور بالمساواة والعدل فيما بين الطلبة، كما

والمهارات التي يكتسبها والتفاعلات التي تتم بينه وبين زملائه وأساتذته والخبرات التي يكتسبها في البيئة الجامعية تعد هذه جميعاً عوامل تؤثر مهمة تشكل شخصيته وتنمي أفكاره وقيمه ومعاييرها التي سيتمثلها على المستوى السياسي، وقد أكدت الدراسات الميدانية التي استشهد بها مكاوان أن التعليم الجامعي يجعل من الخريجين أكثر تسامحاً وأبعد عن التعصب وأكثر مشاركة في الأعمال والأنشطة التطوعية.

ولذلك تؤكد جونزاليز (Gonzalez, 2009: 533) أن مؤسسات التعليم العالي تقع عليها مسؤولية كبيرة في تدعيم قيم المواطنة لدى الطلبة خصوصاً في سياق الظلم الاجتماعي لبعض الفئات، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال تعزيز قيم الديمقراطية وتوعية الطلاب بمشكلات مجتمعهم وما يواجهه وطنهم من تحديات ومعضلات ولا يكتفون بمجرد المشاهدة أو المتابعة أو التفكير فقط في منفعتهم الشخصية، بل يشاركون بالفعل والعمل في مواجهة تلك المشكلات.

وتتفق ماثيوز وديلورث (Mathews and Dilworth, 2008: 356-357) مع ما سبق مؤكدين ضرورة اهتمام المؤسسات التعليمية والتربوية بتنمية قيم المواطنة لدى الناشئة من خلال تربية المواطنة، غير أنهما أشارتا إلى الجدل حول المعارف والمهارات والاتجاهات التي ينبغي تدريسها للطلاب لكي تجعل منهم مواطنين

باهتمام ملحوظ من الباحثين، حيث تناولت بعض الدراسات قيم المواطنة ودرجة تمثلها لدى طلاب الجامعة، كما تناولت دراسات أخرى دور المؤسسات التربوية كالمدرسة أو الجامعة أو كلية التربية في تنمية تلك القيم لدى طلابها، وركزت بعض الدراسات على دور بعض عناصر العملية التعليمية مثل المناهج والمقررات، عضو هيئة التدريس، الأنشطة الطلابية، المناخ أو البيئة التي تقدم فيها البرامج الأكاديمية وهكذا.

فقد اهتمت الجسار (2004م) بدراسة دور برنامج إعداد المعلم في تدعيم قيم المواطنة لدى الطلاب المعلمين، حيث خلصت النتائج إلى أن محاور الانتماء الثلاثة الوطني والمهني والاجتماعي في دور برنامج الإعداد قد تحققت بدرجات متوسطة وقد جاء محور الانتماء الوطني في المؤخرة، وسعت دراسة ماتش (Much, 2004) إلى التعرف على دور برامج إعداد المعلم في نيوزيلندا في تحقيق المواطنة العالمية ومدى ارتباطها بالأهداف المعلنة للمجتمع، وأكدت النتائج أن المناهج الدراسية تسعى إلى تحقيق ذلك إلا أنها بحاجة لأن تكون أكثر وضوحاً وتحديدًا وتركز أكثر على مفاهيم المشاركة والديمقراطية، كما أكدت الدراسة على ضرورة مراجعة برامج إعداد المعلمين لتحقيق الانسجام والتوافق بين محتواها والأهداف التربوية الوطنية العليا.

وللتعرف على درجة ممارسة الطلبة لقيم المواطنة

يأتي قبل ذلك كله الدور الجوهرى للمناهج والمقررات الدراسية بما تقدمه من مضمون معرفي وأهداف تعليمية وتربوية تعزز تلك القيم بشكل كبير.

خلاصة الإطار النظري:

يتضح مما سبق أن مفهوم المواطنة مفهوم معقد تتداخل فيه العديد من العلاقات، ويمثل في مجمله سلوكاً راقياً ينظم العلاقات بين أفراد المجتمع، ويتضمن مجموعة من القيم مثل حب الوطن والعدل والمساواة والانتماء والتعاون والمشاركة والجماعية والالتزام الاجتماعي والأخلاق والإنجاز والانضباط، ويقع على عاتق المؤسسات التربوية إكساب الأجيال الجديدة قيم المواطنة الصالحة، ويأتي في مقدمة تلك المؤسسات الجامعة باعتبارها الحاضنة لأهم فئات المجتمع وهي الشباب، وهناك تأثير كبير يمكن أن يحدثه التعليم الجامعي في التأثير على الشباب الجامعي وتعزيز قيم المواطنة لديه من خلال قنوات مختلفة مثل تصميم الأنشطة التي يارسها الطلبة بما يعزز تلك القيم، وتضمين قيم المواطنة بالمقررات والمناهج الدراسية، ومن خلال ممارسات أعضاء هيئة التدريس، وكذلك من خلال توفير المناخ الإيجابي الذي يتيح اكتساب تلك القيم وتشرها.

دراسات سابقة:

حظيت قضية المواطنة في المؤسسات التربوية

الأنشطة الطلابية في استيعاب مفهوم المواطنة عن طريق تنمية روح المبادرة لدى الشباب الجامعي وتنمية الانتماء للمجتمع وبناء التفكير السليم لديهم ومعرفة حقوقهم وواجباتهم، كما أن الأنشطة تسهم في تعزيز قيم المواطنة من خلال مساعدة الطلبة على الاستفادة من تجارب الآخرين وتمكينهم من ممارسة هواياتهم، كما تساعد في أداء واجبات المواطنة من خلال المساعدة على احترام الآخرين وإقامة علاقات طيبة معهم والمحافظة على الممتلكات العامة وزيادة مستوى التحصيل وحب البحث والتعلم الذاتي، أما دراسة أبو سلمية (2009م) فقد أشارت إلى أن كليات التربية لها دور كبير في تدعيم المواطنة لدى الطلبة.

ولتحديد قيم المواطنة والكشف عن واقع الممارسات التي يقوم بها أستاذ الجامعة في تنمية تلك القيم أجرى عمارة (2010م) دراسة أكدت نتائجها على قصور أستاذ الجامعة عن القيام بدوره في تنمية قيم المواطنة في محاور الانتماء والتسامح والوعي السياسي والعمل الجماعي وفي مجمل الأداة، واختتمت بتقديم تصور مقترح لتدعيم هذا الدور.

أما دراسة أبو حشيش (2010م) فقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن متوسطات دور كليات التربية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلابها قد تراوحت بين التقديرين القليل والعالي جداً، مع ملاحظة ضعف دور

أجرى الهاجري (2007م) دراسة توصلت إلى ارتفاع درجة تمثل الطلبة في جامعة الكويت لقيم المواطنة في الأبعاد جميعها؛ حيث أتى في المقدمة بعد الولاء يليه بعد الانتماء وبعد الديمقراطية، وأن دور الجامعة في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة كان مرتفعاً.

وأجرى عناني (2008م) دراسة أكدت وجود قصور في دور الأنشطة الطلابية في تعزيز تلك القيم في كل من بعد قيم الانتماء وقيمة المشاركة الفعالة وقيم الديمقراطية، في حين كان هذا الدور مقبولاً في كل من قيمة التسامح وقيمة العدالة، كما جاء تقييم الطلبة لدور أعضاء هيئة التدريس وإدارة الكلية في تفعيل تلك الأنشطة بدرجة مقبولة، كما أشارت النتائج إلى وجود عدة معوقات التي تمنع قيام الأنشطة بهذا الدور.

ويهدف الكشف عن مفهوم المواطنة من وجهة نظر معلمي الدراسات الاجتماعية في سنغافورة أجرت سيم (Sim, 2008) دراسة لإزالة الغموض عن مفهوم المواطنة والذي يمكن فهمه بأشكال ومداخل مختلفة، وخلصت النتائج إلى تحليل مفهوم المواطنة إلى أربعة عناصر أساسية وهي الهوية والمشاركة والوعي بماضي الوطن والمواطن المفكر، كما أوضحت الدراسة أن تربية المواطنة في سنغافورة بشكل عام رغم صرامتها ليست جامدة أو إلزامية.

وخلصت نتائج دراسة أحمد (2008م) إلى إسهام

الأستاذ الجامعي تمتعه بالقدرة على الإقناع وتشجيعه للطلبة على استخدام قيم التعاون.

كما أوضحت دراسة البليسي (2012م) أن دور المعلم في تعزيز مبادئ المواطنة الصالحة لدى طلابه جاء بدرجة كبيرة، كما خلصت نتائج دراسة الشاماني (2012م) إلى أن تقديرات الأساتذة لممارسة دورهم في تعزيز قيم المواطنة لدى طلابهم قد جاءت بدرجة كبيرة على بعدي قيمة الانتماء واحترام القوانين، بينما جاءت متوسطة على بعد الرموز الوطنية، وأشارت دراسة الفيني (2012م) إلى أن قيم المواطنة لدى الطلبة كانت متحققة بدرجة مرتفعة مع وجود ضعف في الممارسة السلوكية لقيم المواطنة مع الارتفاع المعرفي والوجداني العام.

في حين خلصت دراسة العوامرة والزيون (2014م) إلى أن دور الجامعات في تعزيز مفاهيم المواطنة لدى الطلبة قد جاء بدرجة مرتفعة، حيث جاء محور العدالة في المقدمة يليه الواجبات ثم احترام القانون ثم الحقوق وأخيراً المشاركة، كما كشفت الدراسة عن علاقة إيجابية بين تربية المواطنة وتنمية الاستقلالية الذاتية لدى الطلبة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة يمكن

استخلاص ما يلي:

المناخ الجامعي، في حين كان هناك دور كبير للمقررات الدراسية في تنمية قيم المواطنة، أما دور الأستاذ الجامعي والأنشطة التربوية فكان متوسطاً. وأكدت دراسة العازمي والريمضي (2011م) أن تقدير دور المعلمين جاء بدرجة كبيرة في مجالات القيم السياسية والقيم الاجتماعية والقيم الاقتصادية، وجاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى والقيم السياسية في المرتبة الأخيرة.

وحول دور الجامعة في دعم واحدة من أهم قيم المواطنة والمتمثلة في التطوع وخدمة المجتمع قام برويز وهولدزورث (Brewis and Holdsworth, 2011) بإجراء دراسة توصلت نتائجها إلى أن الطلاب الذين يحظون بدعم واهتمام من جامعتهم في تلك الأنشطة يكتسبون خبرات أكثر وينمو لديهم الوعي المجتمعي والإحساس بالمجتمع ومشكلاته وتتعزيز لديهم قيم الانتماء والولاء والشعور بأنهم جزء من المجتمع.

وللتعرف على دور الجامعة في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة أجرى داود (2011م) دراسة بجامعة كفر الشيخ خلصت نتائجها إلى أن الأدوار التي حصلت على أعلى متوسط حسابي في محور الإدارة الجامعية كانت تسهيل ممارسة الأنشطة الطلابية في الجامعة، وفي محور الأنشطة الطلابية أنها تقوم على حرية اختيار الطلبة، وفي محور المناهج تعزيزها لقيم الأمن والوثام لدى الطلبة ومساعدتهم على تحمل المسؤولية الوطنية، وفي محور

والاجتماعي مثل دراسة ماثيوز وديلورث (Mathews and Dilworth, 2008) ودراسة ماتش (Much, 2004)، ودراسة الجسار (2004م).

4 - جاءت بعض الدراسات عامة في تناولها لأبعاد الدور بوجه عام مثل دراسة داود (2011م) ودراسة أبو حشيش (2010م)، في حين ركزت بعض الدراسات على أبعاد محددة مثل دراسة العازمي والريمضي (2011م)، ودراسة الشاماني (2012م)، ودراسة عمارة (2010م) التي تناولت دور أعضاء هيئة التدريس أو الأستاذ الجامعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب، ودراسة أحمد (2008م)، ودراسة عناني (2008م) التي تناولت دور الأنشطة الطلابية، ودراسة ماثيوز وديلورث (Mathews and Dilworth, 2008)، ودراسة ماتش (Much, 2004) التي تناولت دور المناهج والمقررات الدراسية.

5 - تناولت بعض الدراسات السابقة العديد من المتغيرات منها ما تناولته الدراسة الحالية وهي متغيري الجنس والتخصص، في حين تناولت بعض الدراسات متغيرات لم تتناولها الدراسة الحالية مثل الجنسية ونوع الجامعة ومستوى تعليم الوالدين.

6 - بالنسبة لمتغير الجنس أوضحت بعض الدراسات وجود فروق تبعاً لهذا المتغير مثل دراسة العازمي والريمضي (2011م)، ودراسة الجسار

1 - تناولت بعض الدراسات قيم المواطنة بوجه عام لدى الطلبة مثل دراسة الفيقي (2012م) التي تناولت درجة تبني طلبة الجامعات السعودية لقيم المواطنة في سلوكهم، ودراسة عمارة (2010م) التي درست قيم المواطنة لدى الطلبة، ودراسة الهاجري (2007م) التي تناولت درجة تمثل الطلبة لقيم المواطنة بجامعة الكويت، ودراسة سيم (Sim, 2008) ودرست مفهوم المواطنة لدى معلمي الدراسات الاجتماعية.

2 - أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية الجامعات ودورها في تعزيز قيم المواطنة، مثل دراسة العوامرة والزبون (2014م) ودراسة داود (2011م) دور الجامعة في تنمية تلك القيم لدى الطلبة، واتفقت معهما دراسة الهاجري (2007م) ودراسة مكروم (2004م)، وكذلك دراسة برويز وهولدزورث (Brewis and Holdsworth, 2011) التي أشارت إلى دور الجامعة في تعزيز إحدى قيم المواطنة لدى الطلاب وهي التطوع.

3 - ركزت بعض الدراسات على دراسة دور كلية التربية تحديداً في تعزيز وتنمية قيم المواطنة لدى طلبتها مثل دراسة أبو حشيش (2010م) ودراسة أبو سلمية (2009م)، في حين كانت هناك بعض الدراسات التي تناولت دور برنامج إعداد المعلم في إكساب الطلبة مفاهيم الانتماء الوطني والمهني

وتحليل تلك البيانات وتفسيرها وبالتالي الوصول إلى نتائج محددة وتوصيات عملية.
حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على دراسة دور برنامج إعداد المعلم من خلال أربعة أبعاد وهي: المقررات، عضو هيئة التدريس، الأنشطة، البيئة التي يقدم فيها البرنامج، كما يقتصر على طلبة كلية التربية بجامعة الملك فيصل بالإحساء في المملكة العربية السعودية، ذكوراً وإناً من مختلف أقسام الكلية وتخصصاتها، وطبقت الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 1434 - 1435هـ.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات كلية التربية بجامعة الملك فيصل في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2013/2014م، وقد بلغ عددهم [3402] طالباً وطالبة موزعين على مختلف فرق الكلية وشعبها (عمادة القبول والتسجيل، 2014م).

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة من المجتمع الأصلي للدراسة بطريقة عشوائية طبقية؛ حيث بلغ العدد النهائي لأفراد الدراسة 808 طالباً وطالبة وشكلت هذه العينة 23.8٪ من المجتمع الأصلي، ويبين الجدول التالي [1] توزيع أفراد الدراسة وفقاً لمتغيراتها.

(2004م) والتي كانت فيها الفروق لصالح الطلاب الذكور، في حين توصلت معظم الدراسات إلى عدم وجود فروق تعزى لهذا المتغير مثل دراسة داود (2011م)، ودراسة البليسي (2012م)، ودراسة الشاماني (2012م)، ودراسة أبو سلمية (2009م).

7 - بالنسبة لمتغير التخصص الدراسي، أشارت بعض الدراسات إلى وجود فروق تبعاً لتأثير هذا المتغير مثل دراسة الفيقي (2012م) وجاءت لصالح التخصصات النظرية ودراسة الجسار (2004م) وجاءت لصالح التخصص الأدبي، في حين لم تتوصل دراسات أخرى لوجود فروق مثل دراسة داود (2011م)، ودراسة البليسي (2012م).

8 - استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة وإثراء الإطار النظري وبناء الأداة ومناقشة النتائج وتفسيرها ومقارنتها بنتائج تلك الدراسات.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية من حيث جمع البيانات عن طريق إحدى أدوات هذا المنهج والمتمثلة في استبانة حول الدور الذي تقوم به كلية التربية في تعزيز قيم المواطنة لدى طلابها عن طريق برنامج إعداد المعلم الذي تقدمه،

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

جدول (1). توزيع أفراد الدراسة وفقاً لمتغيراتها.

المتغير	أقسام المتغير	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	496	61.4
	أنثى	312	38.6
التخصص	أدبي	605	74.9
	علمي	203	25.1
مكان الإقامة	ريف	145	17.9
	حضر	663	82.1
المعدل التراكمي	ممتاز	211	26.1
	جيد جداً	293	36.3
	جيد	211	26.1
	مقبول	93	11.5

الخصاسي (دائماً، غالباً، عادةً، أحياناً، نادراً، أبداً)، واشتملت الاستبانة على قسمين؛ احتوى القسم الأول على بيانات أساسية عن أفراد الدراسة من حيث الجنس والتخصص والمعدل التراكمي ومكان الإقامة والسنة الدراسية، واحتوى القسم الثاني على فقرات الاستبانة من خلال الأبعاد الأربعة.

وللتحقق من صدق الاستبانة تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين الذين أبدوا ملاحظاتهم على عبارات الاستبانة ومحاورها، وقد أجريت التعديلات على الاستبانة في ضوء الملاحظات التي أبدوها المحكمون حيث أجريت التعديلات على صياغة بعض العبارات، كما اتفق المحكمون على حذف عدد من العبارات، وتم التوصل إلى الصورة النهائية للاستبانة والتي تم تطبيقها واشتملت على [40] مفردة موزعة على الأبعاد الأربعة بواقع عشر مفردات لكل بعد.

وللتحقق من ثبات الاستبانة تم تطبيق معادلة ألفا كرونباخ، حيث تراوحت قيم الثبات بين [0.863-0.902] وبلغت قيمة معامل ثبات الأداة ككل [0.955]، بما يؤكد أن الاستبانة على قدر مقبول من الثبات، ويوضح الجدول [2] قيم الثبات لكل بعد من أبعاد الدراسة:

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة أساسية للبحث واعتمد في تصميمها على الاطلاع على أدبيات الدراسة من دراسات وبحوث وكتب ومراجع عربية وأجنبية ومن أهمها دراسة أبو حشيش (2010م)، ودراسة أبو سلمية (2009م)، ودراسة الشاماني (2012م)، ودراسة أحمد (2008م)، ودراسة عمارة (2010م)، ثم قام الباحث بصياغة مفردات الاستبانة حيث بلغ عدد مفرداتها في صورتها الأولية [52] مفردة موزعة على أربعة أبعاد وهي (دور المقررات الدراسية/ دور الأستاذ الجامعي/ دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد / دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج). وقد صممت الاستبانة على مقياس ليكرت

جدول (2). قيم معامل الثبات لكل بعد وللأداة ككل.

م	أبعاد الدراسة	عدد الفقرات	قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ
1	دور المقررات الدراسية	10	0.879
2	دور الأستاذ الجامعي	10	0.863
3	دور الأنشطة الجامعية	10	0.887
4	دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج	10	0.902
	الأداة ككل	40	0.955

والذي استخدم في تحليل النتائج المتوسطة الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب العبارات، وللكشف عن دلالة الفروق تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص، استخدم الباحث اختبار (ت) للعينات المستقلة Independent Sample Test.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

لتفسير نتائج استجابات أفراد الدراسة على

الاستبانة ومناقشتها قام الباحث بتحليل وتفسير النتائج تبعاً لأسئلة الدراسة، وسيتم عرض نتائج الدراسة الخاصة بكل سؤال فيما يلي:

المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث البرنامج الإحصائي SPSS وذلك بعد أن قام بترميز سلم التقدير الخماسي للاستجابات بالأرقام من [1 إلى 5]، وقد تضمن أسلوب المعالجة الإحصائية للبيانات الواردة في الاستبانة

السؤال الأول: «ما دور برنامج إعداد المعلم في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة من وجهة نظرهم؟».

أولاً: النتائج الخاصة بأبعاد الاستبانة ككل:

جدول [3]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير الدور والترتيب لاستجابات أفراد الدراسة نحو دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة بالنسبة للأداة ككل ولكل بعد من أبعادها.

م	أبعاد الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة تقدير الدور	الترتيب
1	دور المقررات الدراسية	3.79	0.777	مرتفعة	2
2	دور الأستاذ الجامعي	3.73	0.769	مرتفعة	3
3	دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد	3.83	0.792	مرتفعة	1
4	دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج	3.72	0.861	مرتفعة	4
	الأداة ككل	3.77	0.692	مرتفعة	

في كل محور من أبعاد الدراسة، وقد جاءت قيمة المتوسط الحسابي للأداة ككل 3.77، وتتفق تلك النتيجة مع مجمل ما توصلت إليه دراسة داود (2011م)،

يتضح من الجدول [3] أن المتوسط العام لدرجة تقدير أفراد الدراسة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة جاء مرتفعاً بشكل عام وكذلك

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

وأبي حشيش (2010م)، والمهاجري (2007م)، وأبو سلمية (2009م) ودراسة ماثيوز وديلورث (Mathews and Dilworth, 2008) والتي أكدت على قيام كلية التربية وبرامج إعداد المعلم بدور كبير في تعزيز قيم المواطنة، في حين تختلف عن دراسة الجسار (2004م) والتي كان دور برنامج الإعداد فيها متوسطاً. وقد جاءت المتوسطات الحسابية للأبعاد الأربعة متقاربة إلى حد كبير، واحتل البعد الخاص بدور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.83، في حين جاء البعد الخاص بدور البيئة

التي يقدم فيها البرنامج في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.72، وربما جاءت الأنشطة في المقدمة نظراً للأهمية الكبيرة لها حيث تحدث تأثيراً غير مباشر على الطلبة من خلال ما يقومون به من أنشطة وفعاليات تبعد عن التلقين الممل والوعظ المباشر وتعتمد إلى التطبيق العملي لقيم المواطنة لدى هؤلاء الطلبة، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أحمد (2008م) والتي أكدت أن الأنشطة الطلابية تساهم في استيعاب الطلبة لقيم المواطنة، بينما تختلف تلك النتيجة مع دراسة أبي حشيش (2010م) والتي جاء فيها دور الأنشطة متوسطاً.

ثانياً: النتائج الخاصة بعبارات كل بعد على حدة:

البعد الأول: دور المقررات الدراسية:

جدول [4]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير الدور والترتيب لاستجابات أفراد الدراسة نحو دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة للبعد الأول دور المقررات الدراسية.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدور	الترتيب
3	تؤكد على الإخلاص في العمل وإتقانه	4.02	1.002	مرتفعة	1
4	تحت على الالتزام بالقوانين والمعايير الاجتماعية	4.00	1.044	مرتفعة	2
7	تؤكد على قيمة المحافظة على الممتلكات العامة	3.90	1.145	مرتفعة	3
10	تعزز الاتجاه الإيجابي للطلاب نحو قيم العمل والإنتاج	3.83	1.084	مرتفعة	4
2	تنمي وعي الطلبة بحقوقهم وواجباتهم	3.82	1.051	مرتفعة	5
1	تعزز هوية الطلبة وارتباطهم بالوطن	3.78	1.153	مرتفعة	6
5	تشجع على ضرورة المشاركة في بناء الوطن	3.74	1.151	مرتفعة	7
6	تعزز مبدأ الوحدة الوطنية بين فئات المجتمع	3.69	1.198	مرتفعة	8
9	تبصر الطلبة بمشكلات مجتمعهم للمشاركة في مواجهتها	3.59	1.165	مرتفعة	9
8	تقدم نماذج من الرموز الوطنية لعرض دورها في النهوض بالوطن والحفاظ على أمنه واستقراره	3.58	1.225	مرتفعة	10
	الأداة ككل	3.79	0.777	مرتفعة	

على القوانين والنظم التي يفرضها المجتمع وعدم مسaire
المعايير الاجتماعية المقبولة، لذا فإن هذا الجانب يحظى
باهتمام كبير في برنامج الإعداد من خلال بعض المقررات
التربوية والعامّة التي يدرسها الطلاب تأكيداً لقيم
المواطنة في هذا الجانب.

أما أقل عبارتين متوسطاً فقد جاءت في المرتبة
التاسعة العبارة التي تنص على [تبصر الطلبة بمشكلات
مجتمعهم للمشاركة في مواجهتها] بمتوسط حسابي
3.59، ويرجع ذلك إلى أن الطالب باعتباره مواطناً
ينبغي أن يكون مهوماً بمشكلات مجتمعه حريصاً على
المشاركة في حلها والتغلب عليها، لذلك تحرص العديد
من المقررات على تناول أهم المشكلات التي تواجه
المجتمع لتوعية الطلبة بها وحثهم على التفكير في سبل
حلها، وهذا ما أكدته سيم (Sim, 2008) من الاهتمام
بقضايا المجتمع ومشكلاته وما أوصت به دراسات
أخرى من ضرورة مساعدة الطلبة على المشاركة في حل
مشكلات المجتمع.

أما العبارة التي تنص على [تقدم نماذج من الرموز
الوطنية لعرض دورها في النهوض بالوطن والحفاظ على
أمنه واستقراره] فرغم أنها جاءت في المرتبة العاشرة
والأخيرة إلا أنها جاءت بدرجة مرتفعة وبمتوسط
حسابي 3.58، وتنسجم تلك النتيجة مع ما جاء في
دراسة داود (2011م) والتي أكدت دور المناهج

يتضح من الجدول [4] أن المتوسطات الحسابية
لعبارات هذا البعد تراوحت بين (3.58-4.02)،
وأشارت النتائج إلى أن المتوسط العام لهذا البعد كان
مرتفعاً حيث بلغ (3.79)، وجاءت جميع عبارات هذا
البعد بدرجة مرتفعة، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة كل
من أبي حشيش (2010م)، وداود (2011م) اللتين
أظهرتا دوراً كبيراً للمقررات التربوية في تعزيز قيم
المواطنة لدى الطلبة.

وقد جاءت في المرتبة الأولى العبارة التي تنص
على [تؤكد على الإخلاص في العمل وإتقانه] بمتوسط
حسابي 4.02، ويمكن أن تعزى تلك النتيجة إلى سمة
التدين التي تسم المجتمع السعودي حيث تعد قيمة أداء
العمل بشكل متقن مترسخة في نفوس الطلاب
وخصوصاً في مهنة التدريس، وهذا ما تؤكد عليه
المقررات التي يدرسها الطلاب خصوصاً في الجانب
التربوي والمهني، ويتفق ذلك مع ما جاء في العديد من
الدراسات من أن الإخلاص في العمل وإتقانه من أهم
قيم المواطنة.

وجاءت العبارة التي تنص على [تحث على
الالتزام بالقوانين والمعايير الاجتماعية] في المرتبة الثانية
بمتوسط حسابي 4.00، وتتفق تلك النتيجة مع ما
توصلت إليه دراسة العوامرة والذبون (2014م)،
والشاماني (2012م) ويرجع ذلك إلى خطورة الخروج

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

والمقررات في تعزيز قيم الأمن لدى الطلبة، وتعزى تلك
النتيجة إلى أن الطلبة في المرحلة الجامعية بحاجة ماسة إلى
نماذج وطنية يقتدون بها ممن بذلوا الجهد والعرق والمال
البعد الثاني: دور الأستاذ الجامعي:

جدول [5]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير الدور والترتيب لاستجابات أفراد الدراسة نحو دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة للبعد الثاني دور الأستاذ الجامعي.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدور	الترتيب
6	يوجه الطلبة إلى أهمية احترام العادات والتقاليد السليمة	3.95	1.061	مرتفعة	1
3	يشجع الطلبة على استخدام قيم التعاون فيما بينهم	3.89	1.023	مرتفعة	2
4	يمثل نموذجاً في الالتزام بقواعد الآداب السليمة في التعامل مع الآخرين والالتزام باللوائح والتعليمات	3.87	1.064	مرتفعة	3
5	يحث على احترام جميع أبناء الوطن ومحبتهم دون تمييز	3.83	1.150	مرتفعة	4
2	يعزز قيم التسامح والمرونة والتعامل بعقلانية بين الطلبة	3.80	1.016	مرتفعة	5
1	يترجم قيم المواطنة (مثل الهوية، الانتماء، الحرية، المشاركة...) إلى سلوكيات عملية.	3.76	1.166	مرتفعة	6
7	ينمي لدى الطلبة مبدأ حرية التعبير عن الرأي	3.66	1.141	مرتفعة	7
8	يدرّب الطلبة على تقبل النقد والاختلاف في الرأي	3.64	1.175	مرتفعة	8
9	يحث الطلبة على ضرورة نبذ العنف والتعصب	3.55	1.300	مرتفعة	9
10	يساعد الطلبة على توصيل آرائهم ومقترحاتهم لإدارة الكلية	3.34	1.351	متوسطة	10
	الأداة ككل	3.73	0.769	مرتفعة	

يتضح من الجدول [5] أن المتوسطات الحسابية
لعبارات هذا البعد تراوحت بين (3.34-3.95)
وأشارت النتائج إلى أن المتوسط العام لهذا البعد كان
مرتفعاً حيث بلغ (3.73)، وجاءت جميع عبارات هذا
البعد بدرجة مرتفعة عدا عبارة واحدة جاءت بدرجة
متوسطة، وتتفق تلك النتيجة بوجه عام مع دراسة
العازمي والرميضي (2011م)، ودراسة البليبيسي
(2012م)، والشاماني (2012م) والتي جاء فيها دور
أعضاء هيئة التدريس والمعلمين كبيراً في تنمية القيم
الوطنية وتعزيز مبادئ المواطنة الصالحة، وتختلف مع
دراسة أبو حشيش (2010م) والتي كان دور الأستاذ
الجامعي فيها متوسطاً.

ضرورة نبذ العنف والتعصب] بمتوسط حسابي 3.55، ويتفق ذلك مع ما أوردته دراسة أبي حشيش (2010م) حول القيم التي ينبغي على كلية التربية تعزيزها لدى الطلبة ومنها تعزيز مبدأ نبذ العنف والتميز بكل أشكاله، كما يتفق ذلك مع خصائص المواطنة التي أوردتها ماتش (Much, 2004: 44) من ضرورة حل الصراعات بشكل سلمي بعيداً عن العنف، ويرجع ذلك إلى الأضرار الوخيمة التي يمكن أن تترتب على العنف والتعصب اللذين قد يوصلان إلى الإرهاب والتطرف في الفكر وفي السلوك، لذلك يعول على أعضاء هيئة التدريس في الجامعة بشكل عام وتحديدًا في كلية التربية أن يوضحوا للطلاب خطورة ذلك.

وجاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة العبارة التي تنص على [يساعد الطلبة على توصيل آرائهم ومقترحاتهم لإدارة الكلية] بمتوسط حسابي 3.34، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة العوامرة والزيبون (2014م) باعتباره حقاً من حقوق الطلبة، وقد كانت تلك العبارة الوحيدة التي حصلت على درجة متوسطة، ويمكن فهم ذلك نتيجة عدم قيام أعضاء هيئة التدريس بالدور الأمثل الذي كان يتمناه الطلبة كحلقة وصل بينهم وبين إدارة الكلية نتيجة انشغالهم الشديد بأعبائهم التدريسية الكثيرة.

وقد جاءت في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على [يوجه الطلبة إلى أهمية احترام العادات والتقاليد السليمة] بمتوسط حسابي 3.95، وتتفق تلك النتيجة مع ما أوردته براير (Prior, 1999: 232)، ويمكن أن تعزى تلك النتيجة إلى أن العادات والتقاليد والقيم تحظى باهتمام كبير في المملكة باعتبار المجتمع السعودي مجتمعاً محافظاً، لذلك يحرص أعضاء هيئة التدريس على ترسيخ تلك القيم ويؤكدون على ضرورة احترامها بل ويخصصون جزءاً من تقييمهم للطلاب بناء على مدى التزامهم بالعادات والتقاليد والمعايير التي يتبناها المجتمع.

وجاءت العبارة التي تنص على [يشجع الطلبة على استخدام قيم التعاون فيما بينهم] في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 3.89، ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء استخدام أعضاء هيئة التدريس لأساليب التعلم التعاوني وتشجيعهم الطلبة على القيام ببحوث جماعية يتعاونون معاً في أدائها وبالتالي تتعزز لديهم تلك القيمة المهمة، وتتفق تلك النتيجة مع ما جاء في دراسة ماتش (Much, 2004: 44)، ودراسة داود (2011م) من قيام أعضاء هيئة التدريس بتشجيع الطلبة على استخدام قيم التعاون فيما بينهم.

ومن حيث أقل العبارات متوسطة جاءت في المرتبة التاسعة العبارة التي تنص على [يحث الطلبة على

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

البعد الثالث: دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد:

جدول [6]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير الدور والترتيب لاستجابات أفراد الدراسة نحو دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة للبعد الثالث دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدور	الترتيب
1	تتيح فرص المشاركة للطلبة دون تمييز	4.01	1.128	مرتفعة	1
7	تسهم في التمسك بالمبادئ والأخلاق الحميدة	3.93	1.095	مرتفعة	2
3	تنمي قيم التعاون وروح الفريق بين الطلبة	3.90	1.057	مرتفعة	3
6	تنمي روح المبادرة في الانسجام مع الآخرين وإقامة علاقات طيبة معهم	3.89	1.089	مرتفعة	4
2	تسهم في تدريب الطلبة على تحمل المسؤولية	3.88	1.025	مرتفعة	5
4	تعزز قيمة العمل التطوعي والمشاركة المجتمعية لدى الطلبة	3.80	1.139	مرتفعة	6
5	تتنصف بالتنوع لإشراك أكبر عدد ممكن من الطلبة	3.74	1.134	مرتفعة	7
9	تحفز على المشاركة في المناسبات الوطنية	3.72	1.178	مرتفعة	8
8	تنمي وعي الطلبة بمؤسسات المجتمع المدني ودورها في خدمة المجتمع	3.70	1.156	مرتفعة	9
10	تتضمن فعاليات تثري الوعي بقضايا الوطن وهمومه وتغرس قيم الولاء والانتماء	3.68	1.229	مرتفعة	10
	الأداة ككل	3.83	0.792	مرتفعة	

وقد جاءت في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على [تتيح فرص المشاركة للطلبة دون تمييز] بمتوسط حسابي 4.01، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة داود (2010م) وكذلك ما خلصت إليه دراسة زايد (2012م) من أن المشاركة في الأنشطة الطلابية تدعم قيم المواطنة، ويمكن أن تعزى تلك النتيجة إلى أن إدارة الكلية والجامعة وعمادة شؤون الطلاب تطرح عددا كبيرا من الأنشطة بأشكالها المختلفة وتدعو الطلاب جميعا إلى المشاركة فيها دون استثناء أو تمييز، بل وتستخدم أساليب تشجيعية لتحفز الطلاب على المشاركة مثل السحب على جوائز أو توزيع هدايا قيمة ومنح شهادات حضور وغيرها.

يتضح من الجدول [6] أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد تراوحت بين (3.68-4.01) وأشارت النتائج إلى أن المتوسط العام لهذا البعد كان مرتفعا حيث بلغ (3.83)، وقد حصلت جميع عبارات هذا البعد على درجة مرتفعة، وتتفق تلك النتيجة في مجملها مع دراسة مكروم (2004م) في أن الجامعة يمكن أن تنمي قيم المواطنة لدى الطلبة من خلال ما تقدمه من أنشطة، في حين تختلف تلك النتيجة مع دراسة أبي حشيش (2010م) والتي كان دور الأنشطة فيها ضعيفا، وكذلك دراسة عناني (2008م) التي كشفت عن قصور في دور الأنشطة في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة.

الذي يعزز وعي الطلاب بتلك المؤسسات وبالتالي يقدر دورها في خدمة المجتمع والمشاركة في حل مشكلاته، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أبي حشيش (2010م) التي ذكرت من بين قيم المواطنة التي ينبغي على كلية التربية أن تنميها إبراز دور مؤسسات المجتمع المدني في التنمية الاجتماعية.

وجاءت في المرتبة العاشرة والأخيرة العبارة التي تنص على [تتضمن فعاليات تثري الوعي بقضايا الوطن وهمومه وتغرس قيم الولاء والانتماء] بمتوسط حسابي 3.68، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة أحمد (2008م) التي أكدت دور الأنشطة في تنمية الانتماء في نفوس الطلاب، ويمكن أن يعزى ذلك إلى حرص القائمين على النشاط الطلابي على تنظيم أنشطة وفعاليات مثل الاحتفال باليوم الوطني والمحاضرات والندوات تستهدف توعية الطلبة بالقضايا الوطنية المهمة التي تجري على الساحة بما يزيد ولاءهم ويعزز انتماءهم للوطن.

وجاءت العبارة التي تنص على [تسهم في التمسك بالمبادئ والأخلاق الحميدة] في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 3.93، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن المرجعية التي تحكم الأنشطة بل والعملية التعليمية ككل هي مرجعية دينية تقوم على الالتزام بالكتاب والسنة والتمسك بالأخلاق والسلوك القويم، ولذلك تعزز المشاركة في الأنشطة السلوك الإيجابي المتسم بالالتزام وتعمل على النفور من السلوكيات المستهجنة، ويتفق ذلك مع نتائج العديد من الدراسات ومنها دراسة المالكي (1430هـ) ودراسة ماتش (44: 2004, Much) التي أشارت إلى أهمية التمسك بالأخلاق ضمن قيم المواطنة.

ومن بين العبارات التي جاءت في المؤخرة العبارة التي تنص على [تنمي وعي الطلبة بمؤسسات المجتمع المدني ودورها في خدمة المجتمع] وجاءت في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي 3.70، ويرجع ذلك إلى أن العديد من الأنشطة تجرى بالتعاون مع مؤسسات وهيئات مجتمعية وأحياناً تكون تحت رعايتها؛ الأمر البعد الرابع: دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج:

جدول [7]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تقدير الدور والترتيب لاستجابات أفراد الدراسة نحو دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلبة للبعد الرابع دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج.

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدور	الترتيب
1	تسمح بالتفاعل والتواصل الاجتماعي بين الطلبة	4.00	1.174	مرتفعة	1
8	تحت على ضرورة احترام القوانين واللوائح الجامعية	3.84	1.187	مرتفعة	2

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

تابع جدول [7].

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الدور	الترتيب
3	تنمي مشاعر الألفة بين الطلبة بعضهم بعضا	3.79	1.122	مرتفعة	3
5	تؤكد مبادئ العمل التعاوني والمشاركة والعمل الجماعي	3.76	1.123	مرتفعة	4
2	تولد مشاعر الفخر والاعتزاز بالكلية والجامعة	3.74	1.172	مرتفعة	5
7	تتيح مناخا من التسامح والحوار البناء الايجابي بين أفراد المجتمع الجامعي	3.69	1.128	مرتفعة	6
6	تعزز قواعد العدالة والمساواة أثناء تطبيق اللوائح والقوانين	3.66	1.169	مرتفعة	7
10	تسهم في إتاحة مبدأ تكافؤ الفرص بين جميع الطلبة	3.63	1.245	مرتفعة	8
4	تتيح للطلبة فرصة إشباع حاجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية	3.56	1.205	مرتفعة	9
9	تشرك الطلبة في صنع القرارات المرتبطة بشئونهم	3.55	1.279	مرتفعة	10
	الأداة ككل	3.72	0.861	مرتفعة	

الجامعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب. وقد جاءت في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على [تسمح بالتفاعل والتواصل الاجتماعي بين الطلبة] بمتوسط حسابي 4.00، حيث أشار القحطاني (2011م) إلى أن قيم المواطنة تتعزز من خلال التفاعل الإيجابي والتواصل الفعال بين أفراد المجتمع، ويمكن أن تعزى تلك النتيجة إلى أن البيئة التي يقدم فيها برنامج إعداد المعلم تحرص على توفير السبل التي تتيح للطلبة فرص التواصل والتفاعل فيما بينهم من خلال تخصيص بهو كبير يضم كافيتيريا ومجموعة من المقاعد المريحة، فضلا عن الفعاليات المختلفة التي تحقق هذا التفاعل.

وجاءت العبارة التي تنص على [تحث على ضرورة احترام القوانين واللوائح الجامعية] في المرتبة

يتضح من الجدول [7] أن المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد تراوحت بين (3.55-4.00) وأشارت النتائج إلى أن المتوسط العام لهذا البعد كان مرتفعاً حيث بلغ (3.72)، وقد جاءت جميع عبارات هذا البعد بدرجة مرتفعة، وتتوافق تلك النتيجة في مجملها مع ما توصلت إليه دراسة زايد (2012م) من ضرورة وجود مناخ تربوي وتعليمي داعم لحقوق المواطنة ومسئولياتها، وكذلك مع دراسة مكواون (McCowan, 2012: 53) التي أشارت إلى دور البيئة الجامعية في دعم قيم المواطنة كما تتفق مع دراسة برويز وهولدزورث (Brewis and Holdsworth, 2011) التي أكدت تأثير المناخ الجامعي على نمو قيم المواطنة لدى الطلاب، في حين تختلف تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبي حشيش (2010م) من ضعف دور المناخ

الطلبة في صنع القرارات المرتبطة بشئونهم] في المرتبة العاشرة والأخيرة بمتوسط حسابي 3.55، ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء إشراك الجامعة للطلبة في تحديد الأمور التي تهمهم وفي صناعة القرارات المرتبطة والاسترشاد بأرائهم قبل اتخاذ القرار النهائي بشأنها، مثل تحديد جدول الاختبارات وترتيب المواد وتحديد الجدول الدراسي وعند تنظيم بعض الفعاليات، باعتبار أن الاضطلاع بدور ما في صنع القرارات ذات الصلة من القيم الأساسية التي تتضمنها المواطنة، كما ذكر الشراوي (2005م: 116)، وماتش (Much, 2004: 44).

السؤال الثاني: «هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لديهم عند مستوى دلالة يساوي أو أقل من 0.05 تعزى لمتغيري الجنس (ذكور - إناث) والتخصص الدراسي (أدبي - علمي)؟».

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كما استخدم اختبار (ت) لعينتين مستقلتين (T-test for Independent Sample) للكشف عن دلالة الفروق.

الثانية بمتوسط حسابي 3.84، حيث تلزم إدارة الكلية الجميع باحترام اللوائح الجامعية والقوانين والنظم العامة وتعامل بشدة وصرامة مع من ينتهك تلك اللوائح والقوانين، ويتفق ذلك مع ما ذكره مارتن وزملاؤه (Martin, et al., 2013: 11-12) والعوامرة والزيون (2014م)، والشاماني (2012م) وإن كانت الدراسة الأخيرة ركزت على دور الأستاذة أعضاء هيئة التدريس في تنمية قيم المواطنة من خلال احترام القوانين.

أما العبارات الأقل متوسطا فقد جاءت في المرتبة التاسعة العبارة التي تنص على [تتيح للطلبة فرصة إشباع حاجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية] بمتوسط حسابي 3.56، ويرجع ذلك إلى أن برنامج إعداد المعلم هو برنامج تربوي في الأساس يدرك القائمون عليه أهمية تنمية الجوانب المختلفة لشخصية الطالب من حيث اكتساب معارف وتنمية مهارات وتكوين اتجاهات ومشاعر إيجابية، لذا يجد الطلبة فيه فرصة مواتية لإشباع تلك الاحتياجات الضرورية، ويتفق ذلك مع ما أكدت عليه زايد (2012م) من أن التحول من طرق التدريس التقليدية إلى طرق نشطة يعتمد على المشاركة من خلال الأنشطة الطلابية وهذا من شأنه أن يعزز قيم المواطنة لدى الطلبة.

وأخيرا جاءت العبارة التي تنص على [تشارك

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

أ- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

جدول [8]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ومستوى دلالة الفروق في تقديرات الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لديهم تبعاً لمتغير الجنس.

م	أبعاد الاستبانة	المتغيرات	عدد الأفراد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
1	دور المقررات الدراسية	ذكور	496	3.88	0.716	4.218	0.000
		إناث	312	3.65	0.846		
2	دور الأستاذ الجامعي	ذكور	496	3.79	0.750	3.116	0.002
		إناث	312	3.62	0.853		
3	دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد	ذكور	496	3.84	0.775	0.536	0.592
		إناث	312	3.81	0.821		
4	دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج	ذكور	496	3.77	0.846	1.798	0.73
		إناث	312	3.65	0.880		
0.006	الأداة ككل	ذكور	496	152.82	26.502	2.758	0.006
		إناث	312	147.33	29.147		

(الأنشطة والبيئة التي يقدم فيها البرنامج) حيث لم توجد فروق بين استجابات الجنسين، وتتفق تلك النتيجة مع العديد من الدراسات التي لم تكشف عن فروق بين الجنسين مثل دراسة داود (2011م)، ودراسة الشاماني (2012م)، ودراسة أبي سلمية (2009م).

ويلاحظ أن المتوسطات الحسابية مرتفعة ومتقاربة لكل من الذكور والإناث إلا أن الفروق كانت لصالح الذكور، ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء عدة عوامل منها أن تدريس العديد من المقررات للطالبات يتم عن طريق الشبكة التليفزيونية وليس بشكل مباشر مما يقلل من التفاعل بين الطالبات وأعضاء هيئة

يشير الجدول [8] إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابات تجاه درجة تقدير الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة فيما يتعلق بالأداة ككل بين مجموعتي الذكور والإناث وذلك لصالح مجموعة الذكور حيث كانت قيمة (ت) 2.758 عند مستوى دلالة أقل من [0.05]، كما كانت أيضاً الفروق لصالح الذكور في البعدين الأول والثاني (المقررات والأستاذ الجامعي)، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة العازمي (2011م)، ودراسة الجسار (2004م) والتي كانت فيها الفروق أيضاً لصالح الذكور، في حين لم تكشف النتائج عن فروق في البعدين الثالث والرابع

التدريس و يتيح للطلاب الذكور فرصاً أكثر ومجالات أوسع للمشاركة في الأنشطة المختلفة التي تتضمنها هيئة التدريس. المقررات وفي النقاش والتفاعل للاستفادة من أعضاء

ب- الفروق تبعاً لمتغير التخصص:

جدول [9]. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ومستوى دلالة الفروق في تقديرات الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة لديهم تبعاً لمتغير التخصص.

م	أبعاد الاستبانة	المتغيرات	عدد الأفراد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
1	دور المقررات الدراسية	أدبي	605	3.79	0.778	0.184	0.854
		علمي	203	3.68	0.776		
2	دور الأستاذ الجامعي	أدبي	605	3.73	0.780	0.287	0.774
		علمي	203	3.72	0.739		
3	دور الأنشطة التي يتضمنها برنامج الإعداد	أدبي	605	3.84	0.795	0.698	0.485
		علمي	203	3.79	0.785		
4	دور البيئة التي يقدم فيها البرنامج	أدبي	605	3.74	0.862	1.079	0.281
		علمي	203	3.66	0.857		
0.505	الأداة ككل	أدبي	605	151.07	27.985	0.667	0.505
		علمي	203	149.58	26.726		

(2012م)، والجسار (2004م) واللتين كشفتنا عن فروق لصالح الطلاب في التخصص الأدبي والنظري. ويمكن تفسير تلك النتيجة من خلال الاطلاع على الخطط الدراسية لأقسام الكلية ومفردات مقرراتها حيث يتضح عدم وجود فروق تذكر؛ حيث لا تخصص مقررات بعينها أو حتى أجزاء من مقررات ترتبط بمفاهيم المواطنة، وربما يستقي الطلاب قيم المواطنة الصالحة من خلال المقررات التربوية والمقررات الثقافية العامة التي يدرسها جميع الطلاب باختلاف تخصصاتهم،

يشير الجدول [9] إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاستجابات تجاه درجة تقدير الطلبة لدور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة فيما يتعلق بالأداة ككل بين مجموعتي الطلبة من التخصصين الأدبي والعلمي، حيث كانت قيمة (ت) 0.667 وهي ليست دالة عند مستوى أقل من [0.05]، كما لم توجد فروق أيضاً في جميع أبعاد الاستبانة، وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليه دراسة داود (2011م)، ودراسة البليبيسي (2012م)، في حين تختلف عن دراسة الفيضي

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

▪ تخصيص مقرر عام ضمن مقررات برنامج إعداد المعلم يطرح للطلاب في جميع التخصصات بعنوان (التربية الوطنية) أو (المواطنة الصالحة).

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أبو حشيش، بسام. (2010م). دور كليات التربية في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة المعلمين بمحافظة غزة. *مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية*. 14(1): 250-279.
- أبو سلمية، يوسف محمد. (2009م). المواطنة في الفكر الإسلامي ودور كليات التربية بغزة في تدعيمها من وجهة نظر طلبتها. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية التربية الجامعة الإسلامية بغزة.
- أحمد، مصطفى. (2008م). دور الأنشطة الطلابية في تدعيم قيم المواطنة الصالحة لدى الشباب الجامعي. *دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية*. 25(4): 1871-1963.
- بدوي، أحمد زكي. (1992م). *معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية*. بيروت: مكتبة لبنان.
- البليسي، وائل محمد. (2012م). دور معلمي المدارس الثانوية بمحافظة غزة في تعزيز مبادئ المواطنة الصالحة لدى طلبتهم وسبل تفعيله. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية التربية الجامعة الإسلامية بغزة.
- الجسار، سلوى عبدالله. (2004م). واقع برنامج إعداد معلم المرحلتين المتوسطة والثانوية في تحقيق الانتفاء الوطني والمهني والاجتماعي لدى الطلبة المعلمين بكلية التربية في

بالإضافة إلى تفاعلهم مع أعضاء هيئة التدريس أثناء التدريس إلى جانب مشاركتهم في الأنشطة العديدة التي تنظمها الكلية في المناسبات الوطنية تدعماً لقيم المواطنة.

توصيات ومقترحات الدراسة:

في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة يوصي الباحث بالأخذ بما يلي:

- تدعيم مقررات برنامج إعداد المعلم بقيم المواطنة مثل الولاء والانتفاء وحب الوطن والعدل والمساواة والمشاركة والجماعية واحترام القوانين.
- تضمين مفاهيم المواطنة بأبعادها المختلفة ضمن أهداف المقررات المختلفة خصوصاً ذات الصلة القريبة بالموضوع مثل المقررات التربوية.
- عقد ندوات يدعى إليها بعض الشخصيات المهمة في المجتمع لمناقشة القضايا العامة التي تهم الطلبة.
- وضع آليات تضمن توصيل آراء الطلاب ومقترحاتهم لإدارة الكلية من قبيل وضع صندوق للشكاوى والاقتراحات والإعلان عن بريد إلكتروني أو صفحة رسمية لتلقي تلك الاقتراحات.
- تشجيع الطلبة على حرية التعبير عن الرأي وتقبل الآراء المخالفة داخل حجرة الدراسة وخارجها.
- حث الطلاب على ترجمة قيم المواطنة النظرية إلى سلوكيات عملية يطبقونها في أثناء التعلم ومن خلال ممارسة الأنشطة.

- جامعة الكويت. *دراسات في المناهج وطرق التدريس*. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس. 99: 124-161.
- الحفطي، عبدالرحمن عبدالقادر. (1427هـ). دور التربية الوطنية في تنمية المواطنة في المجتمع السعودي. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية التربية جامعة أم القرى.
- الخولي، هديل مصطفى. (2012م). *التعليم والمواطنة*. القاهرة: المكتبة الأكاديمية.
- داود، عبدالعزيز أحمد. (2011م). دور الجامعة في تنمية قيم المواطنة لدى الطلبة دراسة ميدانية بجامعة كفر الشيخ. *المجلة الدولية للأبحاث التربوية*. جامعة الإمارات العربية المتحدة. ع 30: 252-282.
- الرشايدة، محمد صبيح (2008). *التربية الوطنية والمدنية، المواطنة: واقع وتطبيق الطموح*. عمان: مطابع الدستور التجارية.
- زايد، أميرة عبدالسلام. (2011م). *المرأة والتعليم والسوعي بحقوق المواطنة، قضايا مركزية في تربية المواطنة*. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- الشاماني، سند بن لافي. (2012م). دور أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة في تعزيز قيم المواطنة لدى طلابهم. *مجلة رسالة الخليج العربي*. 125: 139-176.
- الشرقاوي، موسى علي. (2005م). وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة. دراسة ميدانية. *مجلة دراسات في التعليم الجامعي*. ع 9: 112-192.
- صقر، وسام محمد. (2010م). *الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة 2005-2009م*. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الأزهر بغزة.
- عمادة القبول والتسجيل. (2014م). *إحصاء بعدد طلاب وطالبات الجامعة*. الإحصاء: جامعة الملك فيصل.
- عمارة، سامي فتحي. (2010م). دور أستاذ الجامعة في تنمية قيم المواطنة لمواجهة تحديات الهوية الثقافية، جامعة الإسكندرية نموذجاً. *مجلة مستقبل التربية العربية*. ع 64: 5-122.
- عنان، مصطفى عبدالحميد. (2008م). تفعيل دور الأنشطة الطلابية بكليات التربية في تنمية قيم المواطنة العالمية، دراسة حالة بجامعة قناة السويس. *مجلة التربية المعاصرة*. 25(79): 59-133.
- العومرة، عبدالسلام والزبون، محمد. (2014م). دور الجامعات الأردنية الرسمية في تعزيز تربية المواطنة وعلاقتها بتنمية الاستقلالية الذاتية لدى طلبة كليات العلوم التربوية من وجهة نظرهم. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث. العلوم الإنسانية*. 28(1): 187-218.
- الفيهي، منير علي قاسم. (2012م). قيم المواطنة لدى طلاب الجامعات السعودية. *رسالة ماجستير غير منشورة*. كلية التربية جامعة أم القرى.
- القحطاني، عبدالله سعيد. (2011م). *قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي*. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- القطب، سمير عبدالحميد. (2006م). الجامعة وتعميق قيم الانتماء في ضوء متطلبات القرن الحادي والعشرين. *مجلة كلية التربية*. جامعة المنصورة. 21: 259-290.
- الكواري، علي. (2001م). مفهوم المواطنة في الدولة الديمقراطية. *مجلة المستقبل العربي*. مركز دراسات الوحدة العربية. 23(264): 104-125.

أحمد بن عبد الفتاح الزكي: دور برنامج إعداد المعلم في تعزيز قيم المواطنة...

- Secondary Education*. 41(2): 4-23.
- Mathews, S. and Dilworth, P. (2008). Case Studies of Pre-service Teachers' Ideas About the Role of Multicultural Citizenship Education in Social Studies. *Theory and Research in Social Education*. 36(4):356-390.
- McCowan, T. (2012). Opening Space for Citizenship in Higher Education: Three Initiatives in English Universities. *Studies in Higher Education*. 37(1): 51-67.
- Much, C. (2004). Teacher Education for Global Citizenship: An Example from New Zealand. *Pacific Asian Education*. 16(1): 42-55.
- Prior, W (1999). What It Means to be a Good Citizen in Australia: Perceptions of Teachers, Students, and Parents. *Theory and Research in Social Education*. 27(2): 215-248.
- Sim, J. (2008). What Does Citizenship Mean? Social Studies Teachers' Understanding of Citizenship in Singapore Schools. *Education Review*. 60(3): 253-266.
- المالكي، عطية بن حامد بن ذياب. (1430 هـ). دور تدريس مادة التربية الوطنية في تنمية قيم المواطنة لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية: دراسة من وجهة نظر معلمي التربية الوطنية بمحافظ الليث. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية، جامعة أم القرى.
- مكروم، عبد الودود. (2004م). الإسهامات المتوقعة للتعليم الجامعي في تنمية قيم المواطنة. مجلة مستقبل التربية العربية. 10(33): 314-360.
- موسى، حسين حسن. (2012م). مناهج البحث في المواطنة وقيم المجتمع. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- ناصر، إبراهيم عبدالله. (2002م). المواطنة. عمان: مكتبة الرائد العلمية.
- الهاجري، فيصل. (2007م). درجة تمثل طلبة جامعة الكويت لقيم المواطنة ودور الجامعة في تنميتها. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات التربوية العليا. جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
- يوسف، منى وسلامة، حسن. (2004م). استطلاع رأي عينة من شباب المدارس والجامعات حول المواطنة والمشاركة السياسية. المجلة الاجتماعية القومية. 41(1): 23-53.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Brewis, G. and Holdsworth, C. (2011). University Support for Student Volunteering in England: Historical Development and Contemporary Value. *Journal of Academic Ethics*. 9:165-176.
- Gonzalez, S. (2009). Promoting Ethical Competencies: Education for Democratic Citizenship in a Mexican Institution of Higher Education. *Journal of Moral Education*. 38(4): 533-551.
- Leenders, H; Veugelers, W. and DeKat, E. (2008). Teachers' Views on Citizenship Education in Secondary Education in The Netherlands. *Cambridge Journal of Education*. 38(2): 155-170.
- Martin, L.; Moreheart, L.; Lauzon, G. and Davison, A. (2013). Teachers' Views of Students' Self-determination and Citizenship Skills. *American*

معايير الندرة في كتاب (النوادر في اللغة والأدب) لأبي زيد الأنصاري

أحمد إبراهيم محمد بني عطا⁽¹⁾

جامعة الجوف

المستخلص: تناول هذا البحث ظاهرة النوادر في كتاب النوادر لأبي زيد الأنصاري، وهي ظاهرة قديمة، والمقصود بالنادر هنا: اللفظ الذي لا يعرف معناه إلا بعد بحثٍ وتنقيبٍ في المعاجم وكتب اللغة، فقد تم الكشف عن المعايير التي يمكن من خلالها تصنيف ألفاظ النوادر عند أبي زيد، وتبين من خلال الدراسة أن مظاهر الندرة في كتاب النوادر ترجع إلى عدة أمورٍ منها: وقوع بعض الألفاظ بلغات القبائل، أو لاستعمال اللفظ استعمالاً مجازياً، أو للتطور الدلالي وندرة الاستعمال للفظ وللاشتراك اللفظي، أو النظم وما يتعلق به من حذف، وتقديم وتأخير، والاشتقاق الذي لا يعهد في القياس، وما يرجع إلى النحو والصرف. الكلمات المفتاحية: دلالة، اشتقاق، غريب، لغة، حوشي.

Criteria of Uncommunality in Abu Zaid al-Ansari's Book the Uncommon Words

Ahmed Ibrahim Muhamed Bani Atta⁽¹⁾
Al Jouf University

Abstract: The present research has dealt with the phenomenon of «uncommon words» in Abu Zaid Ansari's book, which was an ancient phenomenon. An uncommon word is used here to refer to the word whose meaning is understood only after researching lexicons and language books. Abu Zaid's criteria for categorizing uncommon term has been highlighted, and it has become clear from the investigation that manifestations of uncommonity of words in the book of uncommon words depend on several factors: some words exit in the dialects of tribes, the figurative use of words, semantic change, infrequency of use, polysemy, structuring and its pertinent issue such as ellipsis, preposing and post-posing, non-analogous derivation and issues related to syntax and morphology.

Key words: semantics, derivation, strange, language, peculiar.

(1) Assistant Professor in Arabic Language and Syntax, College of Sciences & Arts- Al Quravat, Al Jouf University

(1) أستاذ اللغة والنحو المساعد، كلية العلوم والآداب بالقريات، جامعة الجوف

البريد الإلكتروني: e-mail: Bani_ata2@yahoo.com

مقدمة:

لفظه من هذه الألفاظ التي لم يفصح عن إشكال ندرتها إلى مظهرٍ من مظاهر الندرة. ومن حيث المنهج المتبع فقد كان منهجاً وصفيّاً تحليلياً وقد ارتأيت أن أدرس موضوع البحث تحت عدة مباحثٍ وهي: المبحث الأول: مفهوم النادر، والناذر غير الغريب والوحشي أو الفريد، والمبحث الثاني: النادر والفصاحة، والمبحث الثالث: من مظاهر الندرة في كتاب النوادر، والمبحث الرابع: غريب القرآن والنوادر، المبحث الخامس: معايير الندرة عند الأقدمين. وتم الانتهاء من البحث بخلاصة متضمنة أهم النتائج التي توصل إليها الباحث.

المبحث الأول

الناذر غير الغريب والوحشي أو الفريد

مفهوم النادر: يعد مصطلح اللغة النادرة من المصطلحات الشائعة في كتب التراث النحوي والأدبي واللغوي، إذ لا يكاد يخلو مصنفٌ من مصنفات النحو واللغة من مصطلح «هي نادرة»⁽¹⁾. ومصطلح الندرة هذا لم يشع ويتشر عند أوائل اللغويين كالخليل وسيبويه،

الحمد لله الذي اختص الإنسان بالبيان، وجعله زاداً لكل مفكرٍ، والصلاة والسلام على من ملك جوامع الكلم، سيد الخلق وأفصح من نطق بالضاد محمد ﷺ وبعد.

فإن اللغة هبة الله للناس أجمعين، بها يعبرون عن أغراضهم ومقاصدهم، فكان من كمال العرب في نظرهم، أن يبلغ لسانه الغاية في الفصاحة والبلاغة. ولهذا ترى اهتمام العرب القدامى باللغة العربية، فلقبت من البحث والدراسة ما لم تلقه لغة أخرى، فأقبلوا على دراستها واستخلاص أصولها وتتبع ظواهرها، وهذه الدراسة التي نحن بصددتها، هي واحدة من تلك الدراسات التي تناولت معايير الندرة في كتاب النوادر في اللغة والأدب لأبي زيد الأنصاري، فقد اتخذت من كتاب النوادر ميداناً أنطلق منه نحو تحقيق هذا الهدف، واستعنت أيضاً ببعض كتب النوادر والغريب الأخرى.

جمع أبو زيد الأنصاري زخماً كبيراً من الألفاظ في مصنفه النوادر في اللغة والأدب، ولم يخضعها لحقل من الحقول، أو لمعيار من المعايير تنتظم تحتها الألفاظ التي أوردها كما فعل سابقوه من اللغويين؛ فجاءت هذه الدراسة لتقف على عددٍ كبيرٍ من شواهد هذا الكتاب، ولتأصل لمعايير يمكن من خلالها إرجاع جل هذه الألفاظ لتنتظم تحت حقلٍ من هذه الحقول، ورد كل

(1) ابن الأنباري، أبو البركات، عبد الرحمن بن محمد بن عبيد الأنصاري، الإنصاف في مسائل الخلاف بين النحويين البصريين والكوفيين، المكتبة العصرية، ط 1، 2003م، مسألة (67).

عليه قومٌ وأقبلوا يعضون إبهامه، ويؤذنون في أذنه فأفلت منهم، وقال: مالكم تتكأؤون عليّ كأنكم تتكأؤون على ذي حِنَّةٍ افرنقعوأ عني، قالوا: دعوه فإن شيطانه يتكلم بالهندية⁽⁵⁾.

وقد حاول الجرجاني توضيح مفهوم النادر في الاصطلاح، حيث قال: «النادر ما قل وجوده وإن لم يخالف القياس، وهذا ما أشار إليه سيبويه، حيث عبر عنه بعبارة: «وهذا لا يعرف أو ليس ذلك في شيء من كلامهم»⁽⁶⁾. وفي المزهري جاء الحديث عن النادر مع الكلام عن الحوشي والغريب والشواذ، فقال: «هذه ألفاظٌ متقاربةٌ وكلها خلاف الفصيح»⁽⁷⁾. وفيه أيضاً: «أن النادر من العبارات المستعملة عند العلماء، بمعنى الشوارد»⁽⁸⁾.

ولما كانت الشوارد بمعنى النوادر، علمنا أنهم قصدوا أن النادر خلاف الفصيح، وعرفنا كذلك أن للندرة وجوهٌ وقلّةٌ شيوعه على السنة المتكلمين به أقل

حيث نجد أنهم عبروا عن النادر بمصطلحات تشير إليه كالبعد، أو الذي لا تكلم به العرب، فقال سيبويه: «بعيدٌ لا تكلم به العرب»⁽²⁾.

وفي اللسان: «ندر الشيء يندر ندرًا سقط وقيل سقط وشذ... وقيل سقط من جوف شيءٍ أو من أشياء فظهر»⁽³⁾. وقيل: «الكلام نادرٌ يعد غريباً عن المعتاد والمألوف... ويسمى الكلام نادراً لظهوره وجودته وفصاحته وقلّة وجوده ونظيره»⁽⁴⁾.

وبعد أن اتضح المعنى اللغوي للنادر، نجد أن المعنى الاصطلاحي للنادر ليس ببعيدٍ عن المعنى اللغوي، بل يستمد المعنى الاصطلاحي من الأصل اللغوي لهذا المصطلح، وهذا ما تؤكدّه أقوال العلماء قديماً وحديثاً.

ويرى أهل اللغة والأدب أن النادر هو الوحشي الغامض الذي يند عن الفهم، ولا يعرف معناه إلا بعد بحثٍ وتنقيبٍ في المعاجم وكتب اللغة، كالذي روى عن أبي علقمة النحوي وقد مر ببعض طرق البصرة، فوثب

(5) انظر: الجاحظ؛ أبو عثمان بن عمر، البيان والتبيين، تحقيق: عبدالسلام هارون (د. ت) (د. ط)، (1/98). السيوطي؛ عبدالرحمن جلال الدين، المزهري في علوم اللغة وأنواعها، شرحه: محمد أحمد جاد المولى، علي محمد البجاوي، محمد أبو الفضل إبراهيم، دار الجيل، بيروت - لبنان، (د. ت)، ص (186).

(6) سيبويه، الكتاب (2/411).

(7) السيوطي، المزهري في علوم اللغة ص (186).

(8) المرجع نفسه ص (186).

(2) سيبويه؛ أبو بشر، عمر بن عثمان بن قنبر، الكتاب، تحقيق: عبد السلام هارون، دار الجيل - بيروت، ط 1، (د. ت)، (2/411).

(3) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط 4، 2004، (ندر).

(4) الزمخشري؛ أبو القاسم، محمود بن عمر، أساس البلاغة، تحقيق: عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت - لبنان، (د. ط)، (د. ت)، مادة (ندر)..

الغرابية على النادر، أو الوحشي من الألفاظ. كما ينبغي التأكيد على أن بعض البلاغيين قد ذهب إلى أن الغرابية قد تطلب لذاتها، وتعد حينئذٍ من وسائل البلاغة. حيث نجد عند الباقلاني ما يشير إلى هذا المذهب حيث يقول: «من أهل الصنعة من يختار الكلام المتين والقول الرصين، ومنهم من يختار الكلام الذي يكون قريب المعنى، غير عويص اللفظ ولا غامض المعنى، كما يختار قومٌ ما يغمض معناه ويغرب لفظه ولا يختار ما سهل على اللسان وسبق إلى البيان»⁽¹⁰⁾. وقال في موضعٍ آخر: «وقوم يميلون إلى الرصين من الكلام الذي يجمع الغريب والمعاني... ومنهم من يختار الوحشي من الشعر»⁽¹¹⁾.

وقد علق الباقلاني في وصفه للفظ الغرابية (عقنقل) جاءت في بيتٍ لامرئ القيس في قوله:

فَلَمَّا أَجْرْنَا سَاحَةَ الْحَيِّ وَأَنْتَحَى *

بِنَا بَطْنُ خَبْتٍ ذِي حِقَافٍ عَقَنْقَلٍ⁽¹²⁾

بأنه: «أغرب بهذه اللفظة الوحشية وليس في ذكرها فائدة». واللفظ الغريب قد يجمد إذا وقع موقع الحاجة في وصف ما يلائمه، كقوله **عَقَنْقَلٌ**: «إِنَّا نَخَافُ مِنْ

درجة من الفصيح، ويؤكد ذلك منهج النحاة في التعامل مع اللغة، وهو أن الفصيح عندهم ما كان أكثر شيوعاً واستعمالاً على ألسنة المتكلمين بالعربية، ولذلك كان الموقف منه على الأغلب رده وعدم القياس عليه، وهذا ما أشارت إليه الدكتورة خولة الهلالي في محاولة لها لتوضيح مفهوم النادر، حيث قالت: «وكان أبو زيد يعتمد في كتابه على الأرجاز والأشعار، وقد انصب اهتمامه في كتابه هذا على شرح الأبيات، مركزاً على المسائل اللغوية مشيراً إلى معاني المفردات الإجمالية، ويعني بالاستعمالات المخالفة للقواعد فكأنه بذلك يجعل النوادر من باب مخالفة المؤلف أو عدم الشيوخ، وهو أمرٌ نسبي»⁽⁹⁾.

وأرى ومن خلال ما تقدم من أقوالٍ للعلماء، أن الندرة هو حكمٌ أطلقه علماء اللغة والنحويين على بعض الظواهر اللغوية؛ لقلّة وندرة ما وصل منها من شواهد، وأن هذه الظواهر لم تكن شائعة على ألسنة المتكلمين، ولذلك فقد وقف اللغويون منها موقفاً مغايراً لموقفهم من تلك الظواهر التي شاع استعمالها، وكثر انتشارها بين المتكلمين بها، ولذلك انقسم النحاة حول قبولها أو ردها.

إن التفرقة بين الغرابية التي تخل بالفصاحة والوحشي ضروريةٌ، حتى لا يلتبس على أحدٍ أن الدارسين من السلف يطلقون لفظ الغريب ومعنى

(9) الهلالي؛ خولة تقي الدين، دراسة أراجيز رؤية والعجاج، وزارة الثقافة، العراق، 1988، ص (85).

(10) انظر: الباقلاني؛ أبو بكر، محمد بن الطيب، إعجاز القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، دار المعارف - بيروت (1/ 113).

(11) المرجع السابق (1/ 116).

(12) أجزنا: قطعنا، الخبت: بطن من الأرض، الحقف: رمل منعرج، العقنقل: المنعقد من الرمل الداخل بعضه في بعض. انظر: اللسان: مادة (جوز)، (خبت)، (حقف)، (عقل).

الصدع الجهر بالقرآن في الصلاة، وخص الصلاة؛ لأنها كانت أعظم ما يخفيه، وأما قول ابن إسحاق: ينادي الناس بأمره ويدعوهم إليه⁽¹⁷⁾.

وقد لا تكون اللفظة غريبة في نفسها، إنما ترى ذلك في كلمات معدودة كقوله تعالى: ﴿ وَقَالُوا رَبَّنَا عَجَلْنَا لَنَا قِطْنًا قَبْلَ يَوْمِ الْحِسَابِ ﴾ (ص:16)، الشاهد في قوله تعالى: ﴿ قِطْنًا ﴾ قال سعيد بن جبير: يعني كتابنا، و«القط» الصحيفة التي أحصت كل شيء. وقال الكلبي: حظنا ونصيبنا من الجنة، وقال الحسن وقتادة: عقوبتنا ونصيبنا من العذاب⁽¹⁸⁾. وقوله تعالى: ﴿ وَحَمَلْنَاهُ عَلَىٰ ذَاتِ أَلْوَاحٍ وَدُسْرٍ ﴾ (القمر:13)، الدسر: جمع دسار، والدسار: المسار الذي تشد به السفينة⁽¹⁹⁾. وقوله تعالى: ﴿ فَنادَها مِن تَحْتِهَا أَلَّا تَحْزَنِي قَدْ جَعَلَ رَبُّكِ تَحْتَكِ سَرِيًّا ﴾ (مريم:24)، السري: النهر الصغير⁽²⁰⁾.

(17) الزرقاني؛ أبو عبد الله، محمد بن عبد الباقي بن يوسف، شرح الزرقاني على المواهب اللدنية بالمنح المحمدية، دار الكتب العلمية، ط1، 1996م، (1/459).

(18) البغوي؛ أبو الحسين بن مسعود (516هـ)، معالم التنزيل، تحقيق: محمد عبد الله النمر وآخرون، دار طيبة، ط4، 1997م، (75/7).

(19) الطبري؛ أبو جعفر، محمد بن جرير، جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تفسير الطبري)، ضبط وتعليق: محمود شاكر، تصحيح: علي عاشور، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، (د. ط)، (د. ت)، ص (579).

(20) إعجاز القرآن (1/295).

رَبَّنَا يَوْمًا عَبُوسًا قَمْطَرِيرًا ﴿ (الإنسان:10)، وأما إذا وقع في غير هذا الموضع فهو مذموم⁽¹³⁾. والقمطير: الشديد، وهو أشد الأيام وأطولها في البلاء والشدة⁽¹⁴⁾.

وفي موطن آخر يذكر الباقلاني: «وأنت تقرأ السور الطوال، فلا تجد فيها من الغريب شيئاً، وتأمل ما جمعه العلماء في غريب القرآن، فترى الغريب منه إلا في القليل. إنما كان غريباً من أجل استعارة هي فيه كقوله تعالى: ﴿ وَأَشْرَبُوا فِي قُلُوبِهِمُ الْعِجْلَ بِكُفْرِهِمْ قُلْ بئْسَمَا يَأْمُرُكُم بِهِ إِيمَانُكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴾ (البقرة:93)؛ أي وأشربوا في قلوبهم حب العجل، وفي وجه هذه الاستعارة وجهان. الأول: معناه تداخلهم حبه، والحرص على عبادته كما يتداخل الصبغ الثوب. والثاني: كما أن الشرب مادة حياة ما تخرجه الأرض، فكذا تلك المحبة كانت مادة لجميع ما صور عنهم من الأفعال⁽¹⁵⁾.

وقوله تعالى: ﴿ فَلَمَّا اسْتَيْسَسُوا مِنْهُ خَلَصُوا نَجِيًّا ﴾ (يوسف:80)، وهو مبالغة في بأسهم من رده، وقد تفردوا عن سائر الناس يتناجون⁽¹⁶⁾. وقوله تعالى: ﴿ فَأَصْدَعَ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرَضَ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ﴾ (الحجر:94)، قال مجاهد:

(13) المرجع السابق (1/177).

(14) تفسير الطبري (9/579).

(15) الرازي؛ فخر الدين، أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن التيمي، مفاتيح الغيب (التفسير الكبير)، دار الفكر، ط1، 1981م، (6/354).

(16) انظر: الباقلاني، إعجاز القرآن (5/366).

لا لغيره، وهذا المعنى لاحظته شارح عقود الجمان في وصف اللفظ غير الفصيح يقول: «وهي أن تكون الكلمة وحشيةً غير ظاهرة المعنى ولا مأنوسة الاستعمال»⁽²³⁾.

وهذا النوع من الغرابة الذي وصف في النصوص السابقة تميزه عن غيره من الحوشي والشوارد ففي كتاب «العمدة» قال ابن رشيق: «الوحشي من الكلام ما نفر عن السمع. ويقال له أيضاً: حوشي... قال: وإذا كانت اللفظة حسنةً مستغربةً لا يعلمها إلا العالم المبرز، والأعرابي القح، فتلك وحشية»⁽²⁴⁾.

وها هو ابن الأثير يقف على مفهوم الوحشي ويبين أنواعه حيث يقول: «الوحشي ينقسم قسمين: أحدهما غريب حسن، والآخر غريب قبيح، وذلك أنه منسوب إلى اسم الوحش الذي يسكن القفار وليس بأئيس، وكذلك الألفاظ التي لم تكن مأنوسة الاستعمال. وليس من شرط الوحشي أن يكون مستقبلاً بل أن يكون نافذاً لا يألفه الإنس فتارةً يكون حسناً وتارةً يكون قبيحاً وعلى هذا فإن أحد قسمي الوحشي وهو الغريب الحسن

ثم علق الباقلاني على وصفه للفظ الغريب في القرآن بأنه: «لو كان أكثر ألفاظ القرآن غريباً لكان محالاً أن يدخل في الإعجاز، وأن يصح التحدي به. ذلك لأنه لا يخلو إذا وقع التحدي به من أن يتحدى من له علم بأمثاله من الغريب»⁽²¹⁾.

وجاء في كتاب منهاج البلغاء في الحديث عن الغرابة؛ أن الكلمة على أقسامٍ منها ما استعملته العرب دون المحدثين، وكان استعمال العرب له كثيراً في الأشعار وغيرها؛ فهذا حسنٌ فصيحٌ. وما استعملته العرب قليلاً ولم يحسن تأليفه؛ فهذا لا يحسن إيراده. وما استعملته العرب وخاصةً المحدثين وعامتهم، ولم يكثُر في السنة العامة؛ فلا بأس به، وأن تكون الكلمة كثيرة الاستعمال عند العرب والمحدثين لمعنى، وقد استعملها بعض العرب نادراً لمعنى آخر⁽²²⁾.

فهذا النص يوضح أن الغريب يعد أمراً نسبياً يرتبط ارتباطاً وثيقاً بكثرة الاستعمال وقلته، فلا يمكن القول: بأن الغريب غير الفصيح، وإلا لكان جميع ما قيل عنه غريب غير فصيح، والقطع بخلافه، والقول بالغرابة لقلة الاستعمال، المراد به قلة استعمال اللفظ لذلك المعنى

(23) المرشدي؛ عبد الرحمن بن عيسى (1037هـ)، شرح عقود الجمان في علم المعاني والبيان، للسيوطي 1998م، ط1، مكتبة مصطفى الباي الحلبي، (12/1).

(24) ابن رشيق؛ أبو علي، الحسن بن رشيق القيرواني الأزدي (463 هـ): العمدة في محاسن الشعر وآدابه. تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، 1981م، ط5، دار الجيل، ص (65).

(21) المرجع السابق (1/296).

(22) القراطيني؛ أبو الحسن، حازم بن محمد بن حسن، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تحقيق: الدكتور الحبيب ابن الخوجة، 2008، تونس، ص (132).

ثانياً: قضية الاستعمال وما يؤدي إليه من غرابة، لقلة استعمال لفظة أو اختصاصها ببيئة زمانية أو مكانية معينة فهناك نوعٌ من «الصيغ القوية والصيغ الضعيفة... فالأولى تفرض نفسها وتدين بقوتها إلى أهمية استعمالها، وأما الثانية فتبقى في الظل لأنها نادرة الاستعمال ولا بد لإخراجها من الظلام من مساعدة كلمة أخرى تضيئها»⁽²⁶⁾.

ثالثاً: اعتمد اللغويون العرب في مفهوم الغريب على معنى الوحشي وهذا يرجع إلى ما ضاع من كلام العرب وخفي على الناس لجهلهم به.

المبحث الثاني

بين الندرة والفصاحة

إذا كانت الفصاحة تعني البيان، واللفظ الفصيح ما يدرك حسنه بالسمع، فإن النادر عكسه، وتبعاً لذلك فإنه لا يدخل في باب الفصيحة والفصاحة، وإنما الفصيحة في تركه وتجنبه، وكان من دواعي تفضيل شاعرٍ على غيره عدم استعمال الحوشي النادر، وقد مدح سيدنا عمر رضي الله عنه زهير بن أبي سلمى، لأنه كان لا يتبع حوشي الكلام، ولا يعاقل بينه⁽²⁷⁾.

يختلف باختلاف النسب والإضافات، وأما القسم الآخر من الوحشي الذي هو القبيح فإن الناس في استقباحه سواء ولا يختلف فيه عربي بادٍ ولا قرويٌّ متحضرٍ، وأحسن الألفاظ ما كان مألوفاً متداولاً. فإن أرباب الشعر نظروا إلى الألفاظ ونقبوا عنها ثم عدلوا إلى الأحسن منها فاستعملوه وتركوا ما سواه وهو أيضاً يتفاوت في درجاتٍ حسنة⁽²⁵⁾.

فالألفاظ إذن تنقسم ثلاثة أقسام: قسمان حسنان، وقسمٌ قبيحٌ، فالقسمان الحسنان، أحدهما ما تداول استعماله الأول والآخر من الزمن القديم إلى زماننا هذا ولا يطلق عليه أنه وحشي، والآخر ما تداول استعماله الأول دون الآخر، ويختلف في استعماله بالنسبة إلى الزمن وأهله وهذا هو الذي لا يعاب استعماله عند العرب لأنه لم يكن عندهم وحشياً وهو عندنا وحشيٌّ وقد تضمن القرآن الكريم منه كلماتٍ معدودةٌ وهي التي يطلق عليها غريب القرآن.

وفي ضوء ما تقدم تبرز عدة نقاطٍ في التفريق بين الغريب والناذر:

أولاً: ظهر من تفسير بعض اللغويين للغريب بأنه «طارئٌ» أو جديدٌ بالنسبة للمعهود عندهم من اللغة.

(26) فدريس؛ جوزيف، اللغة، تعريب: عبد الحميد الداخلي، محمد القصاص، 1950م، مكتبة الأنجلو المصرية، ص (254).

(27) انظر: الجرجاني؛ عبد القاهر، دلائل الإعجاز، صححه السيد=

(25) ابن الأثير؛ أبو الفتح، ضياء الدين نصر الله بن محمد، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، 1995م، المكتبة العصرية - بيروت، ص (161).

عاداتهم، لا ينفر منه طبعاً، ولا ينبو عنه سمعاً، وهذا وإن كان الغريب غير غريبٍ عند طائفةٍ من الناس، في حين من الدهر، فذلك يرجع إلى معيارٍ للفصاحة والبلاغة لدى هؤلاء وهؤلاء.

المبحث الثالث

من مظاهر الندرة في كتاب النوادر

أولاً: أن يكون الحرف النادر من لغات عربية متفرقة، لاسيما القديمة منها والمنتمة إلى بيئات بعيدة، ومن غريب ما يروى: «أن رجلاً من العرب دخل على ملك ظفار فقال له: ثب، فوثب فاندقت رجلاه، فضحك الملك، وقال: ليس عندنا نادرٌ، من دخل ظفار حمراً»⁽³¹⁾. وفي وجه اختلاف لغات العربي، ويعرف باختلاف التضاد، وذلك قول عُمَرَ: «كذب عليكم الحجج... أي حجوا»⁽³²⁾.

(31) انظر: ابن جني؛ أبو الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، دار الكتب المصرية، (د.ت) (د.ط)، (28/2)، ابن فارس، أبو الحسين، أحمد بن زكريا، الصحاحي في فقه اللغة العربية ومسائلها وسنن العرب في كلامها، علق عليه: أحمد حسن بسج، 1997، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ص (22).

(32) أبو زيد، سعيد بن أوس بن ثابت الأنصاري، النوادر في اللغة، تعليق: سعيد الخوري الشرتوني اللبناني، 1894م، المطبعة الكاثوليكية للآباء اليسوعيين - بيروت، (د.ط)، ص (18).

والندرة قبج، وإن استهوت بعض الناس، وقد أثر عن عمر بن عبد العزيز رضي الله عنه أنه قال لرجل أحسن في طلب حاجته واستعمل في ذلك، كلاماً موجزاً ومنطقاً حسناً، هذا والله السحر الخلال، كما أثر عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال: «لا خلافة» نهياً عن السوقي، والوحشي، وغرائب المعاني⁽²⁸⁾. وقد عد العلماء الاستعانة بالنادر عجزاً، كما أنهم عدوا من جماع البلاغة قلة الحرف بما التبس من المعاني، أو غمض، وبما شرد من اللفظ أو تعذر⁽²⁹⁾.

وكثيراً ما يلجأ العلماء إلى النادر لحاجة في نفس صاحبه، كأن يتزيد في علمه، أو يستولي به على أذهان العامة، قال سهل بن هارون: «والناس موكلون بتعظيم الغريب، واستطراف البديع»⁽³⁰⁾.

وإذا كان غريب اللغة لا يرقى إلى الفصاحة؛ لأنه ينافيها، إلا أنه كان مقبولاً في حقبة من الحقب إذ اقتضت الحاجة إلى الاستشهاد بشعر الأعراب في النادر فقد سمت فطرتهم اللغوية وسلمت، فكان نادرهم على

=محمد رشيد رضا، 1978م، در المعرفة، بيروت - لبنان، ص (304)، ابن جعفر، (327هـ) نقد الشعر، تحقيق: محمد عبد المنعم خفاجي دار الكتب العلمية، بيروت، (د.ت)، (د.ط)، ص (174).

(28) انظر: الجاحظ، البيان والتبيين (1/139).

(29) انظر: المرجع السابق (1/61).

(30) انظر: المرجع السابق (1/61).

وتأخير فمثال الحذف، قال عمرو بن شاس:
كَأَدَمَ لَمْ يُؤْتِرْ بِعَرْنِينِهِ الشَّبَا *
ولا الحبل، تحشأه القروم إذا صال⁽³⁸⁾

الشاهد في قوله: «كآدم» أراد كجمال آدم⁽³⁹⁾.
ومثال التقديم والتأخير قولهم: (مسيئاً) أراد مسيئاً فقدم
الهمزة، وهو في قول مالك بن الربيع:

لما ثنى الله عني شرَّ عدوتي *
وأنمرت لا مسيئاً ذعراً ولا وجلاً⁽⁴⁰⁾

سادساً: الاشتقاق الذي لا يعهد في القياس؛ لأن
عدم معرفة أصول بناء اللفظ مدعاة إلى الغرابة نحو لفظ
(اليُجَدَّعُ) والرواية الجيدة المجذع، فلا يجوز إدخال
الألف واللام على الأفعال. قال ذو الحِرَقِ الطهوي:

يقول الحنئ وأبغضُ العُجمِ ناطقاً *
إلى ربه صوتُ الحِمارِ اليُجَدَّعُ⁽⁴¹⁾
اليُجَدَّعُ: الذي يجدع، والجدع القطع. ذهب
الشيخ عبد القاهر الجرجاني: إلى أنه من أقبح ضرورات

(38) العرنين: وهو أول الأنف حيث يكون فيه الشَّمَمُ. يقال: هم
شُمُّ العرانيين، والعرنينُ الأنفُ كله. والشَّبا: البرْدُ. والقروم:
جمع قرم؛ الفحل الذي يترك من الركوب والعمل ويُودَع
للفِخْلَة. صال: وثب. انظر: ابن منظور، اللسان مادة (عرن،
شبا، قرم، صول).

(39) انظر: أبو زيد النوار، ص (41).

(40) انظر: المرجع السابق، ص (71).

(41) انظر: ابن منظور، اللسان، (خنا).

ثانياً: أن يستعمل اللفظ في غير ما وضع له أصلاً،
وهو ما يعرف بالمجاز، فاللفظة تتغرب كثيراً إذا ما
جاوزنا بها الحقيقة، نحو قول الأصمعي: «المجلس»
قصد بها القوم وأنشد:

نبئتُ أنَّ النارَ بعدك أوقدتُ *
وَاسْتَبَّ بِعَدِكَ يَا كَلِيبُ الْمَجْلِسُ⁽³³⁾
وقد عد الجرجاني هذا الوجه أعظم، وجوه
الندرة⁽³⁴⁾.

ثالثاً: التطور الدلالي للفظ وانتقاله من عموم إلى
خصوص، أو العكس، كأن يكتسب معنى دينياً، أو
اجتماعياً، أو ثقافياً، كالمجوح التي تعني: البذخ
والفخر⁽³⁵⁾ ثم أصبحت ذات دلالة مقيدة حيث أطلقت
على المال الذي أصابته جائحة فذهب به⁽³⁶⁾.

رابعاً: المشترك اللفظي، ويعني كل لفظ وضع
لأكثر من معنى تبعاً للسياق كلفظ (المَلْس) فهي تعني
السير الشديد والسير السهل⁽³⁷⁾.

خامساً: النظم وما يتعلق به من حذف، وتقديم

(33) أبو زيد، النوادر، ص (29).

(34) انظر: الجرجاني، دلائل الإعجاز، ص (303).

(35) انظر: ابن منظور، لسان العرب، تصحيح أمين محمد عبد الوهاب،
محمد الصادق الوهبي، 1999م، ط30، دار إحياء التراث
العربي، بيروت - لبنان، مادة (مجح).

(36) انظر: أبو زيد، النوادر، ص (42).

(37) انظر: المرجع السابق، ص (12).

تَشْكُو الْوَجَى مِنْ أَظْلَلٍ وَأَظْلَلٍ *

مِنْ طُولِ إِمْلَالٍ وَظَهْرٍ أَمْلَلٍ⁽⁴⁶⁾

أي لا أمله، ومن أمثلته كذلك لفظ «أفلاه» يريد أقلية⁽⁴⁷⁾ ومنه لفظ «غَمِي» فهو مغمي عليه⁽⁴⁸⁾ والاشتقاق القياسي «مُغَمًّا عليه». ومن هذا الباب ما لا يعرف أصل اشتقاقه من ذلك لفظ «أتل»؛ أي امتلاً عليك سئ خطأً وغضباً فقصر في مشيه⁽⁴⁹⁾. قال الرياشي: لا أدري ما «أتل» ما هو⁽⁵⁰⁾. وقول غامان بن كعب بن عمرو بن سعد وهو جاهلي:

أَلَا قَالَتْ بَهَانَ وَلَمْ تَأْتِي. كَبْرَتْ وَلَا *

نَعِمْتَ وَلَا يَلِيْطُ بِكَ النَّعِيْمُ⁽⁵¹⁾

الشاهد في قوله: «بهان» قيل: من «بَهَانَ» اسم امرأة مثل «حذام»⁽⁵²⁾، وقيل: معدولة عن باهنة، العظيمة الخلق⁽⁵³⁾.

(46) أراد: تشكو الناقة وجى أظليها، وهما باطنا منسَمِيها، وتشكو ظهرها الذي أمّله الركوب أي أدبره وجزّ وبره وهزله. انظر:

ابن منظور، اللسان، مادة (ملل).

(47) انظر: أبوزيد، النوادر، ص (45).

(48) انظر: المرجع السابق، ص (132).

(49) انظر: المرجع السابق، ص (49).

(50) انظر: المرجع السابق، ص (29).

(51) تَأْتِي: استتر. يليط: يلتصق، والليط: الربا الذي كانوا يُرْبُونَهُ في

الجاهلية. انظر: ابن منظور، اللسان، مادة (ليط).

(52) انظر: المرجع السابق، ص (16).

(53) انظر: المرجع السابق، ص (5).

الشعر، يذهب إلى أن دخول «أل» الموصولة على المضارع جائز في السعة، لم يجعلها من علامات الاسم، ومن ذهب إلى أنها لا تدخل على المضارع إلا ضرورة، جعل «أل» بجميع أنواعها من علامات الاسم⁽⁴²⁾.

سابعاً: ما يرجع إلى النحو والصرف بوجه عام من حيث النحو يظهر ذلك جلياً في قول رجلٍ من بكر بن وائل:

وجدنا آل مرة حين خفنا *

جريرتنا هم الأنف الكراما

الشاهد في قوله: «هم» فقد جعلها صلة

للكلام⁽⁴³⁾.

وهناك مظاهر أخرى للندرة تحققت في كثير من

نواحي الصرف منها:

أولاً: من مظاهر الندرة في الاشتقاق: الاشتقاق

في اللغة «أخذ شق الشيء» والأخذ في الكلام، وفي

الخصومة، يميناً وشمالاً⁽⁴⁴⁾. ويعني في الاصطلاح «أخذ

كلمة من أخرى بتغيير ما مع التناسب في المعنى⁽⁴⁵⁾. وورد

في كتاب النوادر ألفاظٌ مشكّلةٌ في اشتقاقها من ذلك

لفظ «أملاه» في قول العجاج:

(42) انظر: التصريح على التوضيح (38 / 1).

(43) انظر: أبو زيد، النوادر، ص (7-8).

(44) انظر: المرجع السابق، ص (7-8).

(45) انظر: المرجع السابق، ص (179).

2- كون المصدر لا ينقاس عليه نحو «نهيئة»؛ أي كثرة⁽⁶⁰⁾، قال سيبويه: «لو قلت جاء زيد بسرعة، تريد مسرعاً لم يجز»⁽⁶¹⁾.

3- أن يكون المصدر قد لحقت به زيادة تخرجه من كونه مصدرراً إلى الاسمىة، عما عهد في بناء المصادر التي في بابه⁽⁶²⁾ نحو: «غسلين» في قوله تعالى: ﴿وَلَا طَعَامٌ إِلَّا مِنْ غَسْلِينَ﴾ (الحاقة: 36) وهو ما يسيل من صديد أهل النار⁽⁶³⁾، أما وزنه فهو «فعلين» من «غسل» الذي مصدره «الغسل» والياء والنون عند الأخفش زائدتين، كما في «عفرين» و«كفرين»⁽⁶⁴⁾.

=عبدالخالق عزيمة، عالم الكتب، (د. ط)، (د. ت)، (1/ 222).

(60) أبو زيد؛ النوادر، ص (91).

(61) سيبويه؛ أبو بشر، عمر بن عثمان بن قنبر، الكتاب، تحقيق: عبدالسلام محمد هارون، ط 1، دار الجليل، بيروت - لبنان (د. ت)، (2/ 123).

(62) الأخفش، أبو الحسن المجاشعي المعروف بالأخفش الأوسط (ت 215هـ) معاني القرآن الكريم، تحقيق: هدى محمود قراة، ط 1، 1990م، مكتبة الخانجي، القاهرة، (3/ 183)، ابن قتيبة؛ أبو محمد، عبد الله بن مسلم الدينوري، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، 1958م، دار إحياء الكتب العربية، عيسى البابي الحلبي، (د. ط)، ص (484).

(63) الأخفش، معاني القرآن، ص (183).

(64) النحاس؛ أبو جعفر، أحمد بن محمد بن إسماعيل (338 هـ)، إعراب القرآن، وضع حواشيه وعلق عليه: عبد المنعم خليل إبراهيم، منشورات محمد علي بيضون، ط 1، 1421هـ، دار الكتب العلمية، بيروت (2/ 33).

ثانياً: من مظاهر الندرة في زيادة المباني: زيادة المبنى زيادة في المعنى كما هو معلوم، إلا أن الزيادة أحياناً لا يتحدد المراد منها تحديداً قطعياً، وربما كان المعنى الحاصل بعيداً بالزيادة، يُقال: «شَلْتُ» يده، ولا يقال: «شُلْتُ» ولكن «أشَلْتُ»⁽⁵⁴⁾، وكذلك قوله: إذا شَفِقْتُ؛ أي إذا أشفقت على الرزق⁽⁵⁵⁾ بزيادة الهمزة.

والزيادة ليست وفقاً على ذلك، وإنما تأتي على وزن افعلنل مثل «اغرنقز»⁽⁵⁶⁾ أو فاعول مثل ساكوت أو ساكوته في فاعوله⁽⁵⁷⁾، وهذا بقصد المبالغة والتكثير.

ثالثاً: من مظاهر الندرة في المصادر: وتعزى الندرة في المصدر إلى عدة وجوه منها:

1- أن يكون المصدر مغرقاً في جموده، لا يستعمل منه فعل كقولهم «بَسَلْ عليك»: حرامٌ عليك كقول زهير: بلادٌ بها نادمتُهُم وألفتُهُم *
فإن تُقْوِيَا مِنْهُم فإِنَّهُم بَسَلٌ⁽⁵⁸⁾
فهذا المصادر، وما يشبهها «كالويح والويس والويب» لا تحمل إلا معنى المصدرية وحسب⁽⁵⁹⁾.

(54) أبو زيد، النوادر، ص (8).

(55) انظر: المرجع السابق، ص (19).

(56) انظر: المرجع السابق، ص (90).

(57) انظر: المرجع السابق، ص (98).

(58) بسل: محرم، انظر: اللسان، مادة (بسسل)، وأبو زيد، النوادر، ص (3).

(59) المبرد؛ أبو العباس، محمد بن بريد، المقتضب، تحقيق: محمد=

2- السماع: يعد الخروج على القياس أحد معايير الندرة نحو قولهم: «الغضبة»: الصخرة الرقيقة، قال أبو سعيد السكري؛ أبو مالك عمرو بن سليمان بن كركرة النحوي سمع من أبي عمرو بن العلاء وغيره من رجال البصريين قال أبو الحسن هكذا حكى أبو مالك والذي أحفظ أن الغضب والغضبة ما غلظ من الصخرة⁽⁶⁵⁾.

خامساً: من مظاهر الندرة في الجموع: وشملت الندرة في جموع التكسير؛ لأنها سماعية، وترجع وجوه الندرة في هذا الباب إلى عدة أمور منها:

1- كون اللفظ الغريب هو المفرد، وقد يأتي الجمع على أصلين لمعنى واحد، كقولهم: الأيوم جمع أيام وهو ضربٌ من الحياة⁽⁶⁶⁾ اشتراك مع أيامٍ واختلف مع أين في الأصل إلى المفرد.

2- التباس الجمع بالمفرد، وذلك لعدم توافر زيادة في مبنى الجمع لتمييزه عن مفرده، كأن يكون الفاصل بينهما حركة فقط، والحركة وحدها لا تكفي أحياناً لنقل البناء من المفرد إلى الجمع؛ لأن الجمع تكثيرٌ ولا بد من تحققة زيادة في بناء مفرده، ومما يوهم أنه مفرد، وهو جمع «العبقري»، و«الررف» قال الكسائي⁽⁶⁷⁾: «واحد الررف «ررفة» و«العبقري» «عقبريّة» وهذه

4- أن يتضمن المصدر معنى اسم الفاعل، أو اسم المفعول ففي النوادر، قال حيي بن وائل وأدرك قطرباً (ابن الفجاءة) الخارجي أحد بني مازن:

أَمَا أَقَاتِلُ عَنْ دِينِي عَلَى فَرَسٍ *

ولا كذا رَجُلًا إِلَّا بِأَصْحَابٍ

الشاهد في قوله: «رَجُلًا» يريد «راجلاً»⁽⁶⁵⁾. قال الله ﷻ: ﴿فَإِنْ خِفْتُمْ فِرَاجًا لًّا أَوْ رُكْبَانًا﴾ (البقرة: 239).

رابعاً: من مظاهر الندرة في الصفات: أما سر الندرة في هذا الباب، فيعزى إلى عدة وجوه منها:

1- تبادل الدلالة في البناء الصرفي، كاستعمال اسم الفاعل بمعنى المفعول أو اسم المفعول بمعنى اسم الفاعل أو المصدر بمعنى اسم المفعول نحو «متغناه» بمعنى «متغنية»⁽⁶⁶⁾. وجاءت فعيلٌ بمعنى مُفعل جرياً على سنن العرب في قولهم: ما أنشده أبو ذؤيب:

تَوَاعَدْنَا الرَّبِيقَ لِنَنْزِلَتْهُ * وَلَمْ تَشْعُرْ إِذَا أَنِي خَلِيفُ

الشاهد في قوله: «خليفة» بمعنى «مخلف» أخلف الموعد؛ أو متخلفٌ عن الميعاد⁽⁶⁷⁾.

(65) انظر: أبو زيد؛ النوادر، ص (5).

(66) انظر: ابن المثنى؛ أبو عبيدة، معمر التيمي البصري (209هـ) مجاز القرآن، تحقيق: محمد فواد سزكين، 1381هـ، مكتبة الخانجي - القاهرة، (1/ 272)، القيسي؛ مكي بن أبي طالب، مشكل إعراب القرآن، تحقيق: حاتم صالح الضامن، ط1، 2003م، دار البشائر، دمشق - بيروت، ص (296).

(67) انظر: مجاز القرآن (1/ 272)، مكي بن أبي طالب، مشكل =

=إعراب القرآن (296).

(68) أبو زيد؛ النوادر ص (44).

(69) المرجع السابق، ص (46).

(70) النحاس، إعراب القرآن (2/ 274).

غرابة اللفظ؛ لأنه تغيير لبعض معالم بنية اللفظ وأصواته، مما يستدعي غالباً تداخل الأصوات، وهو ما يعرف بالإدغام الذي يشبه بوجهه، أو بآخر عملية التجميل للفظ بعد أن زالت علته.

وبناءً على ذلك، فإنني لن أجعل الإدغام وجهاً مستقلاً من وجوه الندرة، وإنما سأجعله متمماً لكل من الإعلال والإبدال، لأنه نتيجة طبيعية لهما، وهو استجابةً فنيةً فيزيائيةً، غايتها تحقيق الانسجام بين أصوات اللفظ، بعد ما طرأ عليها من تبديلٍ وتغيير. أما وجوه الندرة فيه فهي:

1- الحذف: كثيراً ما تحذف حروف العلة تحقيقاً للغاية المرجوة وهي الخفة، كقولهم «لداته» أسنانه من الناس⁽⁷⁴⁾. ورجلٌ «تُكَلِّهُ» إذا كان يتكل على أصحابه. وأصل «لداته» من «ولد» و«تُكَلِّهُ» من «وكل»⁽⁷⁵⁾. حذفت الواو و عوض عنها الهاء في آخرها.

2- القلب: وهو إبدال حروف العلة بعضها من بعض كقول المفضل بن ضمرة النهشلي:

أَصْرُّهَا، وَبَنِي عَمِّي سَاغِبٌ *

فَكَفَّاكَ مِنْ إِبَةِ عَلِيٍّ وَعَابٍ⁽⁷⁶⁾

الألفاظ تحتاج إلى مزيد من البحث والعناية؛ لأنها لم ترد في التنزيل إلا على هذه الصورة، وقد يكون هذا اللفظ المعرب على هيئة في لغته الأصلية يقصد بها الحرير، وبناءً على ذلك فإن اسم جنس كالذهب والفضة لا يجمعان.

3- خروج الجمع على القياس، حيث ورد في كتاب النوادر جموعٌ خرجت على ما عهد في قياس كلام العرب، نحو قول الأسود بن يعفر:

فقلبي مات الخالدان كلاهما *

عميد بني حجوان وابن المطلل⁽⁷¹⁾

الشاهد في قوله: «حجوان» حيث التبس فيه المثني بالمفرد، فعلامة المثني (الألف والنون) والقول: إن الأصل «حجو» قد يخرجها عن الأفراد، هذا على المستوى البنائي للكلمة ولكن المعنى غير ذلك، فهي تدل على مفرد بعينه، وهي قبيلة حجوان. فعدم وضوح الصورة المفردة ترتب عليه ندرة في الجمع، وخروج الجمع على القياس يؤدي إلى إشكاله.

سادساً: من مظاهر الندرة في الإعلال: الإعلال لغةً من العلة، وهي المرض⁽⁷²⁾. واصطلاحاً هي: تغيير حرف العلة للتخفيف⁽⁷³⁾. ويعد الإعلال عاملاً مهماً في

(71) أبو زيد، النوادر ص (160).

(72) القاموس، (علل).

(73) الرضي الأستراباذي؛ رضي الدين محمد بن حسن، شرح شافية ابن الحاجب مع شرح شواهد، للبغدادي، تحقيق: محمد نور الحسن، محمد الزفراف، محمد محي الدين عبد الحميد، 1402م، =

= دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، (د. ط) (3/66).

(74) أبو زيد؛ النوادر، ص (45).

(75) المرجع السابق، ص (221).

(76) ساغب: جائع. انظر: ابن منظور: اللسان، مادة (سغب).

فقلت لها: ما هذا، قالت: هذه عنعنتنا وبعضهم يقول: عنعنة بني فلان، فكما أبدلت الهاء من الهمزة لقربها منها في المخرج أبدلت منها العين لأن العلة واحدة، قال المرار الفقعي:
وأما هُنَّك من تذكّر عهدها *

لعلّ شفا يأس وإن لم تياأس⁽⁸¹⁾
الشاهد في قوله: «لهنك» مبدلة من «لأنك» فأبدل الهاء من الهمزة لأنها تقرب منها في المخرج، كما قالوا: «أرقت» و«هَرَقَت» وحكى أبو الحسن اللحياني: أنرت الثوب و«هَنَرَتَه» وأرحت الدابة و«هَرَحْتَهَا»⁽⁸²⁾.

وتتجلى بعض مظاهر الإبدال النادر في كتاب أبي زيد، بكثرة ومن ذلك:

1- إبدال «التاء» «دالاً» نحو «أَدْرَعَتَهُ» في قوله: «القضييم ما ادرعته أفواه الإبل» والشاة الدرعاء؛ التي يبيّض بعضها ويسودُّ بعضها⁽⁸³⁾. حيث أبدلت الدال بتاء، ثم أدغمت الدال بالدال المبدلة من التاء.

2- إبدال «السين» «تاء» نحو «يتترع»؛ أي يتسرع. وفي «الناس» و«أكياس» نحو قول: علياء بن

الشاهد في قوله: «عاب» حيث قلبت فيها الألف عن ياء في العيب⁽⁷⁷⁾.

سابعاً: من مظاهر الندرة في الإبدال: في اللغة من بدل محرّكة، والبديل الخلف منه، وتبدله واستبدله وأبدله منه وبدله منه: اتخذه بدلاً⁽⁷⁸⁾ وقيل: إن الإبدال هو رفع، ووضع غيره مكانه. وفي الاصطلاح: جعل حرف مكان حرف غيره⁽⁷⁹⁾.

ومرجع الندرة هنا يكمن في خروج الحروف المبدلة بعضها من بعض على القياس غالباً. وهذا جاء بدوره نتيجةً طبيعيةً للهجات العربية المختلفة، سواءً كان الإبدال في الحروف التي يجمعها قولهم⁽⁸⁰⁾: «أنصت يوم جد طاه زل»، أو في غيرها مما شذ، فإنه يبقى موضع ندرة وإشكال، كإبدال «الراء» من «اللام»، فقالوا: في الدرع «نثره» و«نثله»، وإبدال «الكاف» من «القاف»، فقالوا: عربيُّ «كح» و«قح» والجمع «أقحاح»، وكذلك إبدال العين من «الهمزة» وهو ما عرف بعنعنة تميم، ذكر أبو زيد قال: وأنشدني أعرابيةٌ من بني كلاب:

فَتَعَلَّمَنَ وَإِنْ هَوَيْتُكَ عَنِّي *

قَطَّاعُ أَرْمَامِ الْجِبَالِ صَرَّوْمٌ

(81) البغدادي؛ عبد القادر بن عمر، (1093هـ) خزائن الأدب ولب باب لسان العرب، تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، ط4، 1418هـ - 1997م، مكتبة الخانجي، القاهرة (153/4).

(82) انظر: أبو زيد، النوادر ص (28-29).

(83) انظر: المرجع السابق ص (202).

(77) انظر: المرجع السابق ص (3).

(78) انظر: المرجع السابق ص (3).

(79) الرضي الأسترابادي؛ شرح الشافية، المتن (2/137).

(80) المرجع السابق، المتن (2/199).

الأرقام:

رهان، لا تذكر المسألة اللغوية أو النحوية في إحداهما، حتى توازن في اللهجة الأخرى.

يا قبح الله بني السعلات *

على أن ثمة لهجات نسبت إلى بعض قبائل العرب، وكانت ذات مظهر صوتي مميز، عدت من أجله لهجات مستقبحة «كالشكشة» التي تنسب لأسد، وهو وضع شين مكان الكاف، فتكسر في الوصل، وتسكن في الوقف، فيقال: «منش» و«عليش» ومنه قول الشاعر:

عمرو بن يربوع شرار النات

غير أعفَاءٍ ولا أكيات⁽⁸⁴⁾

فقال: «النت» في «الناس» و«أكيات» في «أكياس»، قال أبو الحسن: هذا من قبيح البدل، وإنما أبدلت التاء من السين؛ لأن في السين تصغيراً فاستثقله، وهو من قبيح الضرورة.

فَعَيْنَاشِ عَيْنَاهَا وَجِيدَشِ جِيدَهَا *

3- إبدال «تاء» «تاء» نحو قول السموأل:

وَلَوْ نَشِ إِلَّا أَنهَا غَيْرُ عَاطِلٍ⁽⁸⁶⁾

يَنْفَعُ الطَّيِّبُ الْقَلِيلُ مِنَ الرِّزْقِ *

الشاهد في قوله: «عيناش» و«جيدش» و«لونش»

وَلَا يَنْفَعُ الْكَثِيرُ الْخَبِيثُ⁽⁸⁵⁾

حيث وضع شينا مكان الكاف، ومما نسب لبعض أحياء العرب، كسعد بن بكر، وهذيل، والأزد وقيس، والأنصار، هو قلب العين نونا إذا جاورت الطاء كقولهم في: «أعطيناك» «أنطيناك»⁽⁸⁷⁾.

الشاهد في قوله: «الخبث» حيث أبدل التاء تاءً من «الخبث».

ثامناً: من مظاهر الندرة في اللهجات: اللهجة

وأما العنونة فتنسب إلى تميم، حيث يقبلون الهمزة عيناً أحياناً، نحو قولهم في «إنني» «عنني» فهذا شاعرٌ من بني كلابٍ فيما يرويه أبو زيدٌ يقول:

مجموعة من الصفات اللغوية المشتركة بين أبناء البيئة الواحدة، وبعبارة أوضح، هي طرق أداء الكلام بأصواتٍ مميزة في مناطق اللغة العربية، وبيئاتها المختلفة.

فَتَعَلَّمَنَ وَإِنْ هُوَ يُنْكَ عَنِّي *

هذا وقد غلبت على شبه جزيرة العرب لهجتان:

قَطَّاعٌ أَرْمَامِ الْحِبَالِ صَرُومٌ⁽⁸⁸⁾

لهجة قريش، وموطنها الحجاز ولهجة تميم في نجد، وقد خلت اللهجة الأولى من مستبشع الأصوات وقبحها، كما أن لهجة تميم كانت على درجة عظيمة، حتى غدتا كفرسي

(86) انظر: ابن فارس، الصحابي، ص (24). نسبها السيوطي في المزهري إلى ربيعة، ومضر، (1/221).

(87) السيوطي، المزهري (1/222).

(88) انظر: أبوزيد، النوادر ص (28).

(84) انظر: المرجع السابق ص (67).

(85) المرجع السابق، ص (104).

الخصائص المميزة لهجات سواءً كان ذلك في الحروف، أو الحركات، وما يلحق ذلك من إدغام، أو إظهار أو تثقيب، أو تخفيف، أو إبدال. ذلك قول من قال: أجدمتُ بالفرس إجداماً إذا زجرته. وقال أبو العباس المبرد: أجدمت بالفرس؛ أي حششته على السرعة⁽⁹²⁾. فكانت أجدمت، طلباً للتخفيف، فالدال في مخرجها أقرب إلى صوت الجيم.

ومن الإبدال الحركي الجرس والجرس⁽⁹³⁾. والتبادل الحركي ليس قاصراً على الأسماء، وإنما وقع في الأفعال أيضاً كقولهم: يعفُر ويُعفَر⁽⁹⁴⁾ وقد تقلب بعض الأصوات إلى مواقع أصوات آخر طلباً للخفة أو لأنها لا تقبل الإدغام. ومن ذلك «اتقى» في قولهم: «اتقاني فلانٌ بحقِّي: أعطانيه وحال بيني وبينه»⁽⁹⁵⁾ فقد قلب الواو تاء وأدغم التاء في التاء المتقلبة عن واو لأن الواو لا تقبل الإدغام مع التاء. ومن ذلك قولهم في لأنك: لهنك، فأبدل الهاء من الهمزة؛ لأنها تقرب منها بالمخرج، كما قالوا: أرقّت وهرقت، وحكى أبو الحسن اللحياني: أرحت الدابة وهرحتها⁽⁹⁶⁾.

2- الدلالة: وما جاء نادراً في دلالة لفظه نحو

وإذا كانت اللهجات - على قبجها - مفسرة، فإن لهجات أخرى لا نجد بينها، وبين تسميتها علاقةً مناسبةً كالفحفة⁽⁹⁹⁾ والوكم⁽⁹⁰⁾ والوهم⁽⁹¹⁾.

وتمثل اللهجة مستويات لغوية: صرفية ونحوية ودلالية، بحيث يتعذر استقصاؤها ومتابعتها، كما أن اللهجة مستوياتها المختلفة تعد قطب الرحى في القراءات، وهذه بعض المظاهر بدورها تحتاج إلى بحثٍ مستقل، لذا سأكتفي بعرض بعض المظاهر اللهجية النادرة من خلال كتاب النوادر، وما يترتب على ذلك من دلالات في لغات العرب. ومن أهم مظاهر الندرة في اللهجات:

1- الأصوات: تُعد النواحي الصوتية من أبرز

(89) ينسب هذا اللقب إلى قبيلة هذيل وهو عبارة عن قلب الهاء عينا وقد قرئ به في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿حَتَّىٰ حِينٍ﴾ يقول ابن جني: «روي أن عمرا سمع رجلا يقرأ: «عتى حين» فقال: من أقرأك؟ قال: ابن مسعود، فكتب إليه: أن الله ﷻ أنزل هذا القرآن بلغة قريش فأقرئ الناس بلغة قريش ولا تقرئهم بلغة هذيل، والسلام» المحتسب (1/ 343).

(90) يعزى هذا اللقب إلى ربيعة، وقوم من كلب؛ وهو عبارة عن كسر الكاف، من ضمير المخاطبين المتصل (كُم) إذا سبق بكسرة، أو ياء؛ فيقولون: «بِكُم» السيوطي، الاقتراح، ص (83)، المزهر (1/ 222).

(91) يعزى هذا اللقب إلى بني كلب، وهو عبارة عن كسر الهاء من ضمير الغائبين المتصل: (هم) فيقولون: «مِنْهُمْ» و«عَنْهُمْ» و«بَيْنَهُمْ» انظر: السيوطي: الاقتراح، ص (83)، المزهر (1/ 222).

(92) أبو زيد، النوادر ص (13).

(93) المرجع السابق ص (31).

(94) المرجع السابق ص (24).

(95) المرجع السابق ص (28).

(96) المرجع السابق ص (28).

فهي تطلق على الواحد والاثنان والثلاثة،⁽¹⁰⁰⁾ وقد يلتبس اللفظ في إطلاقه على المفرد والمثنى. نحو لفظ «ظبيان» فالألف والنون علامة تشبیه بيد أنها في «ظبيان» جاءت النون أصلية وليست زائدة. وفي هذا قال أبو زيد: «أنشدني المفضل لرجل من بني ضبة هلك منذ أكثر من مائة عام قوله:

أَعْرِفُ مِنْهَا الْجِيدَ وَالْعَيْنَانَا *

وَمَنْخَرَيْنِ أَشْبَهَا ظَبْيَانَا

الشاهد في قوله: «ظبيان» اسم رجل؛ أراد منخري ظبيان»⁽¹⁰¹⁾.

ومما أشكل في هذا الباب تذكير لفظ «قريب» وهو صفة الرحمة في قوله تعالى: ﴿إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِمَّنْ أَلْمُحْسِنِينَ﴾ (الأعراف: 56)، وقال الأخفش: تفسير الرحمة هنا⁽¹⁰²⁾ المطر ونحوه ولذلك ذكّر، قال أبو عبيدة⁽¹⁰³⁾: ذكّر «قريب» لتذكير المكان؛ أي مكاناً قريباً. كقوله تعالى: ﴿وَإِنْ كَانَ طَائِفَةٌ مِّنْكُمْ ءَامَنُوا﴾ (الأعراف: 87) فذكّر؛ لأنه أراد الناس.

«بَكَرَتْ» في قول ضمرة بن ضمرة النهشلي:

بَكَرَتْ تَلُوْمُكَ بَعْدَ وَهْنٍ فِي النَّدَى *

بَسَلٌ عَلَيْكَ مَلَامَتِي وَعِتَابِي

قال أبو حاتم: بَكَرَتْ أي عجلت ولم يُرد بكور الغدو. ومنه باكورة الرطب والفاكهة للشيء المتعجل⁽⁹⁷⁾ ونحو قولهم: سمعت قائلاً يقول: الناس ينتجعون غيثاً فحكى، فلو أن راوياً روى:

سَمِعْتُ: النَّاسُ يَنْتَجِعُونَ غَيْثًا *

فَقُلْتُ لَصَيْدِحَ أَنْتَجِعِي بِلَالًا⁽⁹⁸⁾

كان قد أحال؛ لأن الناس لا يسمعون إنما تسمع الأصوات⁽⁹⁹⁾.

3- التذكير والتأنيث: تختلف اللهجات فيما بينها من حيث تذكير الأشياء وتأنيثها وقد جاء في كتاب النوادير ألفاظٌ مذكّرةٌ لكنها استعملت مؤنثةً أو العكس وربما استوى في اللفظ التذكير والتأنيث، وقد كان لمثل هذه الذبذبة في اللفظ أثرٌ بينٌ في بذرته، وإن كان واضحاً في دلالته. نحو «بسّل» في قول زهير بن أبي سلمى:

بِلَادٌ بِهَا نَادَمَتْهُمْ وَالْفَتْهُمْ *

فَإِنْ تُقْوِيَا مِنْهُمْ فَاتِّبِهَا بَسَلٌ

(100) أبو زيد، النوادر ص (3).

(101) انظر: المرجع السابق ص (15).

(102) الأخفش، معاني القرآن (2/300).

(103) الشجري؛ يحيى بن الحسين، الأمالي الخميسية، ط 3، 1983م،

عالم الكتاب - بيروت، ص (256).

(97) المرجع السابق ص (2).

(98) صيدح: اسم ناقة ذي الرمة، انظر: ابن منظور، اللسان (صدح).

(99) المرجع السابق ص (32).

المبحث الرابع

غريب القرآن والنوادر

يشكل النادر المروي حجماً طبيعياً فيما وصل إلينا من لغة العرب، وبما أن كلامهم لم ينته إلينا كاملاً، فإن ذلك يعني بالضرورة أن نادراً آخر لم يصل إلينا تبعاً لذلك. وسواءً وصل إلينا كاملاً أو لم يصل فإنه كان وحشياً جافاً فيه غموض وإبهام، سواءً في الألفاظ، أو العبارات والأساليب، وقد حمل على أساليب العرب لكنه غريب كقولهم: كذب عليكم الحج، يريدون به الإغراء، وقولهم: كذبت العسل، كما استعملوا ألفاظاً لم تفسر تفسيراً شافياً نحو «مسبح» في قول الشاعر:

صخب الشوارب لا يزال كأنه *

عبد لال أبي ربيعة مُسَبِّحٌ⁽¹⁰⁴⁾

وإذا كان نادر اللغة كذلك، فإن الغرابة في اللفظ القرآني ليست سمةً غالبيةً، بمعنى أن ليس ثمة غريباً ينطلق بينهم، فالقرائن والمناسبات تزيل الإشكال والغرابة، اللهم إلا ما كان من الآيات المتشابهة التي اختص الله بعلمها. وما من شك أن غريب القرآن نمط لذلك، وما سموه غريباً لم يكن إلا ألفاظاً حسن تأويلها، وليست منكراً أو شاذة لكن الناس ليسوا سواءً في فهمها وتأويلها.

(104) الشعراء الهذليين، ديوان الهذليين، تحقيق: أحمد أبو الوفاء، أحمد الزين، 1965م، دار الكتب المصرية (4/1)، ابن فارس، الصاحبي، ص (34-35). الصخبة: العطفة، المسبح: ولد الزنا، انظر: ابن منظور، اللسان، (صخب) (سبح).

وقد جاء غريب القرآن لطيفاً بليغاً وحائزاً على الفصاحة وهو في موضعه المناسب من التنزيل، في حين نادر اللغة يعاني من العزلة، فازداد ندرة، حتى وإن استشهد به أحياناً، إلا أن بعض الرواة الثقات قد تنكبوه، وتخرجوا من نسبته إلى لغة العرب أحياناً. قال أبو زيد: لا أقول قالت العرب إلا إذا سمعته من هؤلاء يعني بهم أفصح القبائل⁽¹⁰⁵⁾.

المبحث الخامس

معايير الندرة عند الأقدمين

اكتفى العلماء قديماً بوضع أيديهم على غريب القرآن واللغة، دون أن يكشفوا عن أسباب ذلك، أو يعزوه لظواهر محددة، وإن كان بعض الحروف النادرة يستوقفهم. ويعللون ما ينبغي تعليله، لكنهم لم يصنفوا النادر في أبواب تحكمها ظواهر العربية وعلومها المختلفة. ومن يتتبع كتب النادر يجد أن اهتمام العلماء كان منصباً على الجانب الدلالي للحرف النادر، لأن الكشف عن المعنى غاية يقصدها العالم والمتعلم على حد سواء، وتبعاً لذلك كانت مصنفات النادر أشبه شيء بالمعاجم اللغوية، حتى في نظامها أحياناً. وعلى الرغم من ذلك فإنها تعد من أبرز الأعمال اللغوية التي تميزت بإيثار المستوى الدلالي للحرف النادر، مع مراعاة بعض المستويات

(105) أبو زيد، النوادر ص (203).

يأتي النساء⁽¹⁰⁷⁾. وقول الرسول ﷺ: (وفي السُّيُوب
الْحُمْسُ لا خِلاط ولا وِراط ولا شِناق ولا شِغارَ فَمَنْ
أَجَبِي فَقَد أَرَبِي)⁽¹⁰⁸⁾ ومنه قول رؤبة بن العجاج:

تنشطته كل مغلاة الوهق *

مضبورة قرواء هرجاب فنق⁽¹⁰⁹⁾

الشاهد في قوله: «مغلاة، الوهق، مضبورة،
قرواء، هرجاب، فنق». وفي المثل: أَنَّهُ مُخْرَنْبِقٌ لِيَبَاعَ:
مطرُقٌ وساكِتٌ ليثب إذا أصاب فرصة⁽¹¹⁰⁾، وقول
القائل: يملخ في الباطل ملخاً؛ أي يتردد فيه ويكثر⁽¹¹¹⁾.

2- إشكالٌ راجعٌ لإيحاء قائله إلى خيرٍ لم يفصح

(107) تفسير الطبري (1/377).

(108) لا خِلاط: اختلاط الحلال بالحرام، ولا وِراط: الغش
والخدعة، ولا شِناق: أن يشنق الرجل غنمه وإبله إلى غنم غيره
ليبتل عن نفسه ما يجب عليه من الصدقة، ولا شِغار: نكاح في
الجاهلية أن تزوج الرجل امرأة ما كانت على أن يزوج أخرى
بغير مهر. انظر: ابن منظور، اللسان، (خلط، شنق، وِراط).

(109) ديوان رؤبة بن العجاج، صححه وليم بن الورد البروسي، دار
ابن قتيبة ص (104). والمغلاة: الناقه التي تبعد الخطو.
والوهق: المبارة والمسايرة. ومضبورة: مجتمعة الخلق. والقرواء:
الطويلة القرى، وهو الظهر. والفنق: الفتية الضخمة.
ابن منظور؛ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، 2003م،
دار صادر، مادة (وغل) (وهق) (ضبر) (فنق).

(110) اليوسي؛ الحسن، زهرة الأكم في الأمثال والحكم، تحقيق: محمد
حجي، ومحمد الأخضر، ط1، 1981م، دار الثقافة - المغرب،
ص (526).

(111) انظر: ابن منظور، اللسان، مادة (ملخ).

اللغوية الأخرى كالنحو والصرف، إلا أنهم ما كانوا
يعنون بذلك لذاته، وإنما من أجل كشف المعنى وإباتته.

وإنصافاً للحقيقة أقول: إن العلماء أماطوا اللثام
عن حقيقة النادر، وعينوه، وكشفوا عن مشكله، مكتفين
بإشاراتٍ سريعةٍ لمقاييسه، لا لعجزٍ فيهم، وإنما لأنهم
أهل اللغة، يعرفون مألوفها، وغريبها بفطرتهم اللغوية.

وبمرور الزمن ونتيجةً لبعث الناس عن أصول
لغتهم، وبعد أن تفشى اللحن، غدت الحاجة ملحّةً
لتدوين اللغة وبيان غريبها على وجه الخصوص، ثم فسر
النادر، بعد أن حددت معالمه في التنزيل، لكنه لم يدرس
دراسة علميةً منهجيةً، وإنما كانت دراسة الحرف القريب
من خلال نظرة الدارس إليه. فالنحوي ينظر بمنظار
صناعته، والصرفي كذلك، والبلاغي لا يرى الغرابة إلا
في مواطن المجاز والاستعارات.

وقد انطلق العلماء قديماً في دراسة النادر وبيانه من
طبيعة الكلام نفسه، فهو في نظرهم إما واضحٌ يفهمه كل
سامعٍ عرف كلام العرب، ومعظم كلامهم واضحٌ. وإما
مشكّلٌ، وقد كشف ابن فارس أسباب الإشكال
ودواعيه، سواءً في القرآن الكريم أو في كلام العرب
وأشعارهم، ثم أجمال ذلك فيما يلي⁽¹⁰⁶⁾:

1- إشكالٌ ناتجٌ عن غرابة اللفظ، كقوله تعالى:

﴿ وَسَيِّدًا وَحَصُورًا ﴾ (آل عمران: 39) «حصوراً» الذي لا

(106) ابن فارس، الصحابي ص (40).

جهة، وعدم استقصائها لجوانب الندرة وظواهرها المختلفة من جهة أخرى، لأن النادر قدرٌ مشتركٌ بين جميع مستويات اللغة، لكنه بنسب متفاوتة، فاللغات المنفرقة تمثل قسطاً كبيراً منه، كما لا يخفى شأن التصريف والنظم، لا سيما المجاز، حيث عد مصدراً عظيماً من مصادر الندرة، لأنه موضع تأويل، وهذا بدوره يؤدي إلى الإشكالات.

وإذا كان لغريب القرآن علمٌ مستقلٌ، إلا أنه لم يشمل - على الأرجح - إلا الجوانب اللغوية وما يتعلق بها من دلالات، وهذا واضحٌ في كتب النادر، لكن شيئاً من ظواهر الندرة قد استوعبتها بعض علوم القرآن الأخرى، كعلم أسباب النزول، وعلم التشابه والمبهم، وهذا يؤكد حقيقةً مهمةً وهي أن غريب القرآن قدرٌ مشتركٌ أيضاً بين علوم القرآن وبنسبة متفاوتة.

ومما جاء مبهماً لا يدري ما المعنى به على وجه التحديد، قوله تعالى: ﴿وَمَنْ تَخَرَّجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكُهُ الْوَيْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ ۗ﴾ (النساء: 100)، روي عن عكرمة أنه قال: أقيمت أربع عشرة سنةً أسأل عنه حتى عرفته، واسمه ضمرة بن العيص، حيث كان مستضعفاً ومريضاً، فلما نزلت آية الهجرة خرج من مكة، فمات في التنعيم⁽¹¹⁴⁾.

(114) الزركشي؛ أبو عبد الله، بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر (794هـ)، البرهان في علوم القرآن، تحقيق: محمد أبو الفضل =

به، كقول المثل: «عسى الغويئر أبؤسًا»، وقول القائل: «لم أفر يوم عَيْنين» وفي كتاب الله جل ثناؤه لا يعلم معناه إلا بمعرفة قصته، كقوله تعالى: ﴿قُلْ مَنْ كَانَ عَدُوًّا لِجِبْرِيَلِ فَإِنَّه نَزَّلَهُ عَلَى قَلْبِكَ بِإِذْنِ اللَّهِ﴾ (البقرة: 97)، وقول امرئ القيس:

دَعُ عَنكَ نَهْبًا صَبِيحَ فِي حَجْرَاتِهِ *

ولكن حديثاً ما حديث الرّواحلِ

الشاهد في قوله: «ولكن حديثاً ما حديث الرّواحلِ» أي دع النهب الذي نهب من نواحيك وحدثني حديث الرّواحل وهي الإبل التي ذهبت بها ما فعلت⁽¹¹²⁾.

3- إشكالات راجعٌ إلى كون الكلام لا يُجدُّ في نفس الخطاب، كقوله تعالى: ﴿وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ﴾ (البقرة: 43)، فهذا مجملٌ غير مفصلٍ حتى فسره الرسول ﷺ.

4- وقد يأتيها الإشكالات لاشتراك اللفظ كقول القائل: وَضَعُوا اللَّجَّ عَلَى قَفِي. اللُّجُّ السيف بلغة همدانٍ وطوائف من اليمن⁽¹¹³⁾.

غير أن هذه المعايير تتميز بعموم أحكامها من

(112) امرئ القيس، الديوان ص (146)، هو مثل للعرب يضرب لمن ذهب من ماله شيء ثم ذهب بعده ما هو أجلُّ منه، انظر:

ابن منظور، اللسان (صحيح، حجر).

(113) انظر: ابن منظور، اللسان (لجج).

ويزداد النظم إعجازاً إذا اجتمع الحذف، والتقديم والتأخير، وهذا ما لا يستطيعه بشرٌ، فانظر إلى قوله تعالى: ﴿وَلَوْلَا كَلِمَةٌ سَبَقَتْ مِنْ رَبِّكَ لَكَانَ لِزَامًا وَأَجَلٌ مُّسَمًّى﴾ (طه: 129)؛ أي لولا أن الله جعل الجزاء يوم القيامة، وسبقت بذلك كلمته، لكن العذاب ملازماً لا يفارق، وفي الآية تقديم وتأخير، والمراد: لولا كلمة سبقت وأجل مسمى، لكان العذاب لازماً؛ أي أخذاً⁽¹¹⁷⁾.

ومن المقدم والمؤخر في التنزيل قوله تعالى: ﴿خُلِقَ الْإِنْسَانُ مِنْ عَجَلٍ﴾ (الأنبياء: 37)، والمقصود خلقت العجلة في الإنسان، وكذلك قوله تعالى: ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا﴾ (الكهف: 1)⁽¹¹⁸⁾ والمقصود: أنزل الكتاب قيباً، ولم يجعل له عوجاً. ومنه قوله تعالى: ﴿فَكَيْفَ تَتَّقُونَ إِنْ كَفَرْتُمْ يَوْمًا يَجْعَلُ الْوِلْدَانَ شِيبًا﴾ (المزمل: 17)؛ أي كيف تتقون يوم القيامة وأهواله إن كفرتم؟

وهكذا فإن غريب القرآن ثروة لغوية مميزة لم

وبعد هذا العرض للغريب وظواهره المختلفة يجب أن نشير إلى أن النادر يمثل أحد جوانب إعجاز القرآن الكريم، لا سيما المتشابه، والحروف المختلفة، التي عدت من أسرار التنزيل، وستبقى الحروف النادرة موطن بحثٍ متجددٍ، تكتشف الأجيال من خلالها إعجاز القرآن الكريم.

ولا يخفى أن للغريب ميزةً في النظم المعجز، ولا أدل على ذلك من الآية الكريمة التي استوقفت كثيراً من العلماء، وهي قوله تعالى: ﴿وَقِيلَ يَا رَضُّ أَبْلَى مَاءِ كِ وَيَسَمَاءُ أَقْلَى وَغِيضَ أَمَاءُ وَقُضِيَ الْأَمْرُ وَأَسْتَوَتْ عَلَى الْجُودِيِّ وَقِيلَ بُعْدًا لِلْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾ (هود: 44) فكانت قمةً في إبداعها، وقال ابن أبي الأصبغ⁽¹¹⁵⁾: ما رأيت ولا رويت في الكلام المنثور والشعر الموزون، كتلك الآية من كتاب الله تعالى استخرجت منها واحداً وعشرين ضرباً من البديع، وعددها سبع عشرة لفظاً. حتى الحذف الذي يؤدي إلى غموض المعاني في كلام البشر، هو بلاغة، وكانت محذوفات القرآن دقيقة المسلك، لطيفة المأخذ تشبه السحر، تحققت بها الفائدة، وتم بها البيان، فكانت أفصح من الذكر⁽¹¹⁶⁾.

(117) ابن قتيبة؛ أبو محمد، عبد الله بن مسلم الدينوري، المفردات في غريب القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، 1378هـ - 1958م، دار إحياء الكتب العربية، عيسى الباي الحلبي (د. ط)، ص (283 - 286).

(118) الأخفش، معاني القرآن (2/ 283).

(119) السيوطي؛ عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين (911هـ)، معترك الأقران في إعجاز القرآن، ط 1، 1408هـ - 1988م، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، (2/ 37).

=إبراهيم، ط 1، 1376هـ - 1957م، دار إحياء الكتب العربية، (1/ 159).

(115) ابن أبي الأصبغ المصري، بديع القرآن، نهضة مصر، ص (340).

(116) الجرجاني، دلائل الإعجاز ص (112).

(الكهف:28)؛ أي «سرفاً وتضييعاً»، وقال: أبو عبدة «ندماً»، وتبعه ابن قتيبة، وقد أصله من العجلة والسبق، ومنه فرسٌ فُرُطٌ، أي متقدماً للخيل⁽¹²⁵⁾. وذهب الزجاج إلى أن معناه «التفريط»، وهو تقديم العجز، في حين ذهب الفراء إلى أن المعنى: كان أمره متروكاً لإفراطه في القول.

هذا هو النادر في كتاب النوادر، وهذه هي معانيه وضوابطه، لكنه يحتاج إلى مزيد من الدراسة والتحليل، وأرجو أن تكون هذه الدراسة خطوة على طريق البحث العلمي، يكشف بها عن طبيعة هذا النادر وأبعاده وتمثله لجميع المستويات اللغوية.

الخاتمة

بعد دراسة هذه المعايير أكون قد أنهيت بحمد الله - عملي في هذا البحث، وأسأل الله أن يجعله خالصاً لوجهه الكريم. هذا ويمكن تلخيص النتائج بالآتي:

1- جمع أبو زيد الأنصاري زخماً كبيراً من الألفاظ في مصنفه النوادر في اللغة والأدب، ولم يخضعها لحقل من الحقول، أو لمعيار من المعايير، تنتظم تحتها الألفاظ التي أوردتها كما فعل سابقوه من اللغويين؛ فجاءت هذه الدراسة لتقف على عددٍ كبيرٍ من شواهد هذا الكتاب، ولتأصل لمعايير يمكن من خلالها إرجاع جل هذه الألفاظ لتنتظم تحت حقل من هذه الحقول،

(125) ابن قتيبة، تفسير غريب القرآن ص (266).

يكتنبها الاستعمال، ولم يجفها اللسان، كما اتصف الحرف النادر بالفصاحة، خلافاً للنادر الذي كان على الدوام خارجاً على القياس⁽¹²⁰⁾ كتصغيرهم أبناء على «أبينين» في قول العلاء بن أرقم:

رَعَمْتُ مُنَاصِرٌ أَنِّي إِمَّا أُمْتُ *

يَسُدُّ أَيْنُوهَا الْأَصَاغِرُ خَلَّتِي⁽¹²¹⁾

والحرف النادر إلى جانب فصاحته وجريانه في الاستعمال من، معبر عن معناه بدقة وإيجاء، ولا أدل على ذلك في لفظ «نكداً» في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِي خَبِثَ لَا تَخْرُجُ إِلَّا نَكِدًا﴾ (الأعراف:58)، ومعناه: «القليل العسير، وقيل: كل ما خرج إلى طالبه بشدة فهو نكد»⁽¹²²⁾.

والحرف النادر مثيرٌ في تأويله، بديع في دلالاته، كلفظ «المحروم» في قوله تعالى: ﴿وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ﴾ (الذاريات:19) قيل⁽¹²³⁾: هو المحارف، أو الذي لا سهم له في الغنائم، وأكثر الصحابة على المعنى الأول، وقال الشعبي⁽¹²⁴⁾: «أعياني علم ما المحروم».

وقد أول المفسرون قوله تعالى: ﴿وَكَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا﴾

(120) أبو زيد، النوادر ص (47).

(121) البغدادي، خزنة الأدب (111/3).

(122) ابن الشجري، الأمالي (192/1).

(123) الأخفش، معاني القرآن (84/3). انظر: ابن قتيبة؛ أبو محمد، عبد الله بن مسلم، تفسير غريب القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، 1978 م، دار الكتب العلمية، (د. ط)، ص (421).

(124) السيوطي، معترك الأقران (433/2).

قائمة المصادر والمراجع

ابن أبي الأصعب المصري، بديع القرآن، نهضة مصر (د. ط)، (د. ت).

ابن الأثير؛ أبو الفتح، ضياء الدين نصر الله بن محمد، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تحقيق: محمد محي الدين عبد الحميد، 1995م، المكتبة العصرية - بيروت.

ابن الأباري، أبو البركات، عبد الرحمن بن محمد بن عبيد الأنصاري، الإنصاف في مسائل الخلاف بين النحويين البصريين والكوفيين، المكتبة العصرية، ط1، 2003م.

ابن المثنى؛ أبو عبيدة، معمر التيمي البصري (209هـ) مجاز القرآن، تحقيق: محمد فؤاد، 1381هـ، مكتبة الخانجي - القاهرة.

ابن جعفر، قدامة (327هـ) نقد الشعر، تحقيق: محمد عبد المنعم خفاجي دار الكتب العلمية، بيروت، (د. ت)، (د. ط).

ابن جني؛ أبو الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق: محمد علي النجار، دار الكتب المصرية، (د. ت)، (د. ط).

ابن رشيق؛ أبو علي، الحسن بن رشيق القيرواني الأزدي (463هـ): العمدة في محاسن الشعر وآدابه. تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، 1981م، ط5، دار الجيل.

ابن فارس، أبو الحسين، أحمد بن زكريا، الصحاحي في فقه اللغة العربية ومسائلها وسنن العرب في كلامها، علق عليه: أحمد حسن بسح، 1997، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان.

ابن قتيبة؛ أبو محمد، عبد الله بن مسلم الدينوري: المفردات في غريب القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، 1958م، دار إحياء الكتب العربية، عيسى البابي الحلبي، (د. ط).

ابن منظور، لسان العرب، تصحيح: أمين محمد عبد الوهاب، محمد

ورد كل لفظٍ من هذه الألفاظ التي لم يفصح عن إشكال ندرتها إلى مظهر من مظاهر الندرة.

2- النادر ليس محصوراً في ألفاظ محدودة، فما كان نادراً في عصرٍ يمكن ألا يكون نادراً في آخر، وما لم يكن نادراً في عصرٍ ربما يصبح نادراً في آخر، وهذا خاضعٌ للاستعمال والانتشار، والتطور والاندثار.

3- وقد تبين من خلال البحث في مظاهر الندرة في كتاب النوار، أنها ترجع إلى عدة أمورٍ أهمها:

- أن يكون اللفظ النادر في كتاب النوار من لغاتٍ عربية متفرقة، ومنتمية إلى بيئاتٍ بعيدة.

- أن يكون اللفظ من الدخيل، وهو نادرٌ؛ لأنه وافد على العربية من لغةٍ أجنبية.

- أن يكون اللفظ نادراً لتعدد تأويل معناه؛ أي أن يستعمل اللفظ في غير ما وضع له أصلاً، وهو ما يعرف بالمجاز.

- أن يكون اللفظ من الألفاظ النادرة الاستعمال.

- التطور الدلالي للفظ وانتقاله من عمومٍ إلى خصوصٍ أو العكس؛ وذلك باكتسابه معنى دينياً أو اجتماعياً جديداً، أو أن يكون اللفظ من المشترك اللفظي.

وفي نهاية هذا البحث أحمد الله الذي أعان ووفق على إنجاز هذا العمل، وأسأله المزيد من فضله، فإن شاب البحث نقص وتقصير فمني، وإن زانه استقصاء وتخيير فمن فضل الله.

أحمد إبراهيم محمد بني عطا: معايير الندرة في كتاب (النوادر في اللغة والأدب)...

- الصادق الوهبي، 1999م، ط30، دار إحياء التراث العربي، بيروت-لبنان.
- أبو زيد، سعيد بن أوس بن ثابت الأنصاري، النوادر في اللغة، تعليق: سعيد الخوري الشرتوني اللبناني، 1894م، المطبعة الكاثوليكية للآباء اليسوعيين - بيروت.
- الأخفش، أبو الحسن المجاشعي، الأخفش الأوسط (215هـ)، معاني القرآن الكريم، تحقيق: هدى محمود قراعة، ط1، 1990م، مكتبة الخانجي، القاهرة.
- الباقلاني؛ أبو بكر، محمد بن الطيب، إعجاز القرآن، تحقيق: السيد أحمد صقر، دار المعارف بيروت.
- البغدادي؛ عبد القادر بن عمر، (1093هـ) خزنة الأدب ولب باب لسان العرب، تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، ط4، 1418هـ - 1997م الناشر: مكتبة الخانجي، القاهرة.
- البغوي؛ أبو الحسين بن مسعود (516هـ)، معالم التنزيل، تحقيق: محمد عبد الله النمر وآخرون، دار طيبة، ط4، 1997م.
- الجاحظ؛ أبو عثمان بن عمر، البيان والتبيين، تحقيق: عبد السلام هارون (د. ت) (د. ط).
- الجرجاني؛ عبد القاهر، دلائل الإعجاز، صححه السيد محمد رشيد رضا، 1978م در المعرفة بيروت - لبنان، ص 304.
- الرضي الأستراباذي؛ رضي الدين محمد بن حسن، شرح شافية ابن الحاجب مع شرح شواهد، للبغدادي، تحقيق: محمد نور الحسن، محمد الزفاف، محمد محي الدين عبد الحميد، 1402م، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، (د. ط).
- الزرقاني؛ أبو عبد الله، محمد بن عبد الباقي بن يوسف، شرح الزرقاني على المواهب اللدنية بالمنح المحمدية، دار الكتب العلمية، ط1، 1996م.
- الزركشي؛ أبو عبد الله، بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر (794هـ) البرهان في علوم القرآن، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، ط1، 1376هـ - 1957م، دار إحياء الكتب العربية.
- الزحشري؛ أبو القاسم، محمود بن عمر، أساس البلاغة، تحقيق: عبد الرحيم محمود، دار المعرفة، بيروت - لبنان، (د. ط)، (د. ت).
- سيبويه؛ أبو بشر، عمر بن عثمان بن قنبر، الكتاب، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، ط1، دار الجليل، بيروت - لبنان (د. ت).
- السيوطي، عبد الرحمن بن أبي بكر جلال الدين (911هـ): معترك الأقران في إعجاز القرآن، ط1، 1408هـ - 1988م، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان.
- السيوطي؛ عبد الرحمن بن أبي بكر جلال الدين (911هـ): المزهري في علوم اللغة وأنواعها، شرحه: محمد أحمد جاد المولى، علي محمد البجاوي، محمد أبو الفضل إبراهيم، دار الجليل، بيروت - لبنان، (د. ت).
- الشجري؛ يحيى بن الحسين، الأمالي الخميسية، ط3، 1983م، عالم الكتاب - بيروت.
- الشعراء الهذليين، ديوان الهذليين، 1965م، تحقيق: أحمد أبو الوفاء، أحمد الزين، دار الكتب المصرية.
- الطبري؛ أبو جعفر، محمد بن جرير، جامع البيان عن تأويل آي القرآن (تفسير الطبري)، ضبط وتعليق: محمود شاكر، تصحيح: علي عاشور، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، (د. ط)، (د. ت).
- العجاج؛ عبد الله بن رؤبة، الديوان، صححه: وليم بن الورد البروسي، دار ابن قتيبة.

فندريس؛ جوزيف، اللغة، تعريب: عبد الحميد الدواخلي، محمد القصاص، 1950م، مكتبة الأنجلو المصرية.

الفيروزآبادي؛ مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، مؤسسة فن الطباعة، المكتبة التجارية الكبرى، مصر (د. ت)، (د. ط).

القرطاجني؛ أبو الحسن، حازم بن محمد بن حسن، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تحقيق: الدكتور الحبيب ابن الخوجة، 2008، تونس.

القيسي؛ مكّي بن أبي طالب، مشكل إعراب القرآن، تحقيق: حاتم صالح الضامن، ط1، 2003م، دار البشائر، دمشق - بيروت.

المبرد؛ أبو العباس، محمد بن بريد، المقتضب، تحقيق: محمد عبد الخالق عزيمة، عالم الكتب.

مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، 2004م.

المرشدي؛ عبد الرحمن بن عيسى (1037هـ)، شرح عقود الجمان في علم المعاني والبيان للسيوطي 1998م، ط1، مكتبة مصطفى البابي الحلبي.

النحاس؛ أبو جعفر، أحمد بن محمد بن إسماعيل (338هـ)، إعراب القرآن، وضع حواشيه وعلق عليه: عبد المنعم خليل إبراهيم، منشورات محمد علي بيضون، ط1، 1421هـ، دار الكتب العلمية، بيروت.

الهلالي؛ خولة تقي الدين، دراسة أراجيز رؤية والعجاج، وزارة الثقافة، العراق، 1988م.

اليوسي؛ الحسن، زهرة الأكم في الأمثال والحكم، تحقيق: محمد حجي، ومحمد الأخضر، ط1، 1981م، دار الثقافة - المغرب.

الفتوى الجماعية بين مقاصد الشرع وضرورات العصر

أحمد بن يوسف أحمد الدرديري⁽¹⁾

جامعة الجوف

المستخلص: فتعتبر الفتوى الجماعية المعتمدة للواقع ونوازله ومستجداته، والمجتهدة في تنزيل الأحكام الشرعية وفق مقاصدها وحكمها وأهدافها هي الطريق الصحيح لمعرفة الرأي الأقرب للحق والصواب والصلاح وتحقيق مقصود الشرع، لأن رأي الفرد مهما علا كعبه في العلم، فقد يلمح جانباً في الموضوع لا يتنبه له آخر، وقد يحفظ شيئاً ما يغيب عن غيره، وقد تبرز المناقشة نقاطاً كانت خافية، أو تتجلى أموراً كانت غامضة، أو تذكر بأشياء كانت منسية، وهذه من بركات الشورى، ومن ثمار العمل الجماعي عمل الفريق، أو عمل المؤسسة، بدل عمل الأفراد. فهي مظهر من مظاهر التعاون والمساواة، والالتقاء على طريق العلم والمعرفة، وباب من أبواب وحدة الأمة الإسلامية ووحدة المشاعر والأفئدة والقلوب، وذلك من خلال عرض المشكلات الاجتماعية التي تهم الأمة وتبادل الآراء حولها والوصول إلى نتائج مثمرة تجلب المصالح وتدرأ المفاسد والأخطار عن الأمة. فالفتوى الجماعية في ظل تعقيدات الحياة المعاصرة وتشابك وتداخل موضوعاتها، تعتبر ضرورة وباباً من أبواب الشورى وتلاقح الآراء وتصويبها وتسديدها، تتكامل بدورها مع مقاصد الشريعة الإسلامية من حيث صلاح الإنسان، وأمنه واستقراره، وإعمار الكون، فبصلاح الإنسان يصلح الكون، وبفساده يفسد، قال تعالى: ﴿ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ﴾ (الروم: 41).

الكلمات المفتاحية: الفقه الاجتهادي، نصوص القرآن الكريم والسنة، دراسة وتحليل للواقع ومستجداته.

Collective Fatwa between the Purposes of Shara and the Necessities of the times

Ahmed Yusuf Ahmed Al-Dardiri⁽¹⁾
Aljouf University

Abstract: The collective fatwa considered to reality, innovations in legal provision according to its purposes, its indgments and objectives is the right way to know the closest view to the truth, righteousness and good to achieve the intended Shura, because the opinion of the individual, (if he is expert in his field), he may see one side of the subject unseen by another, and may know something missed by others. Discussion clarify hidden and vague points, it may remind with forgotten things, this from the blessing of Shura, and the fruit full teamwork, institution work, rather them in divide (work it is the manifestation of co-operation and equality, to meet in the science and knowledge field. It is a gate from Islamic nation gates of unity on feelings and hearts, through the presentation of social problems which concern the nation, exchange the opinions and reach fruit full results with interests and prevent evil works and dangers from the nation, the collect the (or group) fatwa in the modern life complexity and overlapping. It will integrate to the Islamic Sharia objectives rebuild, because with human the world be good or bad.he says: (corruption appeared on land and sea, including earned the hands people some who have worked so that they might return) (41) Al- Romans.

Keywords: Fiqh discretionary, the texts of the Qur'an and Sunnah, the study and analysis of reality and its innovation.

(1) Associate Professor, Faculty of Sharia and Law, Aljouf University

(1) أستاذ أصول الفقه المشارك، كلية الشريعة والقانون، جامعة الجوف

البريد الإلكتروني: e-mail: ahmedyusif@hotmail.com

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وإمام المفتين محمد صلوات الله عليه وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد:

فيعتبر الإسلام هو دين البشرية الخالد على مر العصور والأزمان، دين يمتلك القدرة على الاستمرار والخلود والتعاطي مع الواقع بكل أشكاله وصوره وألوانه، دين يمتلك الصلاحية لكل زمان ومكان، دين يدعو إلى العلم ويحث عليه، ويواكب الحضارة الإنسانية وتطوراتها، ويستجيب لحاجات الناس ورغباتهم، ويراعي أحوالهم، ويقوم بتنظيمها وضبطها بضوابط الفتوى الشرعية فهما وتنزيلاً، وبيان حكم الله فيها، ضمن مقاصد الشريعة الإسلامية التي ترمي إلى إصلاح الناس ورعاية مصالحهم، وصلاح الكون والبشرية، وذلك بجلب كل مصلحة لهم ودرء كل مفسدة عنهم، ومن ثم تحقيق السعادة للناس في إعمار الأرض واستمرار حياتهم.

فالفقه الإسلامي يقوم على بناء مقصدي واضح المعالم يحكم على تطبيقاته في حياة المكلفين وواقع حياتهم وما يستجد فيها من وقائع وحوادث ويتفاعل معها برؤية علمية منهجية مهما طرأ عليها من التغير أو التبديل، ولمواكبة الاجتهاد في فقه تنزيل الأحكام الشرعية المعادل لفقه الأحكام، ولتوجيه حياة المسلمين

وتأطير حركتهم المجتمعية ضمن ثوابت الشرع وضوابطه، يتضح لنا البناء المقصدي لفقه الفتوى في الإسلام، إذ لو كانت الأحكام أحكاماً جامدة تطبق على وقائع جامدة لا يطرأ عليها التغير والتبديل لقلنا إنه فقه مجرد عن المقصد، لأن المقصد يعني حفظ مصلحة متعلقة بحياة المكلف، ومصالح المكلفين متغيرة زماناً ومكاناً وحالاً، فلا بد أن تكون المصلحة المحفوظة بالحكم الشرعي مصلحة قابلة للتحقيق في المكان والزمان المتعلقين بالمكلف وبالحالة التي هو عليها، وهذا هو مبدأ الفتوى المقصدي في تنزيل الأحكام الفقهية لمعالجة الواقع، ولهذا نجد الفقه الإسلامي من أنجع الوسائل لعلاج واقع حياة الناس المعاصرة.

فالفتوى الجماعية في ظل تعقيدات الحياة المعاصرة وتشابك وتداخل موضوعاتها، تعتبر معلماً شورياً أصيلاً تتلاقح فيه الرؤى والأفكار، وتتكامل فيها الآراء، وتبذل فيها الجهود لبيان الحكم الشرعي الأقرب إلى الصواب، فهي الأوسع نظراً في فحص وتلمس قضايا المجتمعات، والأكثر شمولاً والأعمق فكراً وأثراً من الفتوى الفردية في مجالات الحياة المعاصرة، التي يحكمها التطور في جميع جوانب الحياة، فهي شكل من أشكال الإجماع والتوافق الفقهي المؤسسي، ووسيلة إلى بيان الحكم الشرعي وضبط وإصلاح المجتمع واستقامته، لأنها تضع الضوابط والأحكام التي تضبط حركة

2 - وهل نصوص الإسلام قاصرة عن معالجة الواقع وحوادثه المتجددة بفقهِه وإعِ مستنير يستوعب هذا الواقع بحيثياته وأبعاده الزمانية والمكانية؟

3 - ما علاقة الفتوى بالاجتهاد وبقضايا الشأن العام؟

4 - هل الفتوى المعاصرة لزمانها ومكانها معتبرة للواقع ونوازلها، ومستصحبة لعوامل السعة والمرونة في الشريعة الإسلامية لمواجهة التطور والتغير الزمني والمكاني؟

5 - هل الفتوى الجماعية آمنة من منزلقات الفتاوى الفردية؟

6 - ما علاقة الفقه بالمقاصد، وما هي الضمانة لاستمرارية حاكمية الفقه الإسلامي للمستجدات العصرية؟

7 - هل تعطي الفتوى الجماعية بعداً سياسياً واقتصادياً واجتماعياً أقوى من الفتوى الفردية

8 - وهل الفتوى في مجال العقيدة أخطر من الفتوى في مجال العمل والسلوك خصوصاً أمام تعدد المنابر الإعلامية بخلفياتها الطائفية والمذهبية الضيقة؟ أهمية الدراسة:

تتركز أهمية هذه الدراسة في الآتي:

1 - تأصيل مفهوم الفتوى الجماعية وضرورتها في العصر الحاضر باعتبارها مرجعية لها وزنها بين

المجتمع في إطار تفاعله مع جوانب الحياة المختلفة، وغاية تسعى إلى تطبيقها كل مؤسسة دعوية، بل كل فرد من أفراد المجتمع المسلم.

ومن هنا تبرز أهمية الفتوى الجماعية وضرورتها في حياة الناس المعاصرة ومعرفة أحوالهم ومعاشهم، والحوادث والوقائع التي تستجد في حياتهم، وضبط وتنظيم جوانب الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها بضوابط الشرع، لإيجاد الأحكام التي تنظم وتعالج الحياة وما استجد فيها من نوازل، لتقوم مصالح الدين والدنيا على الاستقامة، فهي من أعظم واجبات الدين ومقوماته الأساسية ومن أكبر عوامل الإصلاح في المجتمع، لأنها الطريق الوحيد إلى معرفة الحكم الفقهي في الوقائع التي ترتبط بمسايرة حياة الناس وتنظيم شؤون حياتهم وترابطهم بعقيدتهم وخالقهم ومصدر وجودهم.

مشكلة البحث:

من المسلم به أن كل باحث يشرع في كتابة بحث يفرض مشكلات وتساؤلات، يحاول الإجابة عليها من خلال البحث، ويمكنني طرح المشكلات في شكل أسئلة عديدة منها ما يلي:

1 - هل عجز الفقه الإسلامي عن مسايرة الواقع، وأصابه الجمود في معالجة قضايا النوازل والمستجدات المعاصرة، كما يدعي البعض؟

بن حمدان الحراني، في كتابه صفة الفتوى والمفتي والمستفتي، ومحمد الزحيلي، في كتابه أدب الفتوى، و د. عبد الله بن عبد العزيز الدرعان، في كتابه الفتوى في الإسلام، والشيخ عبد الله بن محمد آل خنين في كتابه الفتوى في الشريعة الإسلامية، وغيرهم ممن كتب عن الفتوى، وجميعهم تطرقوا إلى الفتوى الجماعية في ثنايا بحوثهم، لكن لم يفرّد أحد منهم، مبحثاً فيما أعلم ولا بحثاً مستقلاً عن الفتوى الجماعية وأثرها المقاصدي في واقع حياتنا المعاصرة ومعالجتها لهذا الواقع برؤية إيمانية علمية جماعية شورية، وبيحادية وموضوعية وشفافية بعيداً عن الهوى وحظوظ النفس، وأمراض التعصب الفقهي والمذهبي، هذا الطرح للفتوى الجماعية لم ينل حظه من الدراسة المستفيضة، خاصة ونحن نواجه تعقيدات الحياة وكثرة الوقائع والنوازل والحوادث في ظل الانفتاح الثقافي والإعلامي بين الثقافات العالمية، وبفعل وسائل الاتصال الحديثة والتدفق الحر للمعلومات، عبر الفضاء الواسع والمفتوح الذي يتخطى الحدود الجغرافية، وتنتشر فيه الفتاوى الفردية لغير أهل العلم والاختصاص عبر الوسائط الإعلامية، فقامت بإبراز هذه المسألة كدراسة بحثية منهجية تحليلية للفتوى الجماعية ومقاصدها الشرعية وضرورتها العصرية، وذلك بغرض استخلاص نتائجها في بيان الحكم الشرعي الأكمل والأقرب إلى الصواب ومعالجة قضايا

المسلمين لأنها تأخذ قوة الجماعة في تبادل الآراء وتنقيحها واختيار الأفضل والأوثق منها.

2 - معرفة ضوابط الفتوى الشرعية فهما وتنزيلاً ومالاً، والإسهام في بناء وعي مجتمعي وثقافي عام بها وبأهميتها.

3 - التأكيد على مقاصدية الفقه الإسلامي في تنزيل الأحكام الفقهية لمعالجة الواقع، والنهوض بالفتوى في معالجة النوازل والمستجدات المعاصرة وفق منهج السلف الصالح.

4 - اعتبار الفتوى الجماعية مظهراً من مظاهر وحدة الأمة الإسلامية وتكاملها، وطريقاً لسد أبواب الخلاف، في ظل تعقيدات مشكلات الحياة وتداخل موضوعاتها.

5 - إحاطة الفتوى الجماعية بجوانب المسائل والوقائع والنوازل والحوادث التي تحدث وتستجد في حياة الناس الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لبيان الحكم الشرعي فيها.

6 - تحذّر الفتوى الجماعية من هوى النفس وحظوظها ومن مخاطر فتاوى أصحاب الفكر المنحرف والمذاهب والتيارات العقلية الهدامة.

الجهود السابقة:

لقد كتب الكثيرون عن الفتوى في الإسلام، منهم جمال الدين القاسمي في كتابه الفتوى في الإسلام، وأحمد

- المجتمعات المتجددة وإيجاد الأحكام الشرعية لها، وإفادة العلماء والباحثين والقراء والمختصين، وإضافة إلى جهود السابقين ولإثراء الفقه الإسلامي، وإيجاد الحلول لمختلف قضايا المجتمعات المعاصرة في كافة مجالات الحياة.
- منهج البحث:
- المطلب الأول: العلاقة بين الفتوى والقضاء.
 - المطلب الثاني: علاقة الاجتهاد بالفتوى وأوجه الشبه والاختلاف بينها.
 - المبحث الثالث: ضوابط وآداب الفتوى.
 - المبحث الرابع: مقاصد الفتوى الجماعية وضرورتها في القضايا الفقهية، وفيه مطلبان:

- نهج الباحث في كتابة هذا البحث المنهج الاستقرائي التحليلي، فتتبعت المسائل الفقهية مقرونة بالأدلة من الكتاب والسنة وشرح المصطلحات اللغوية والأصولية، ووثق ما جاء في البحث من أقوال العلماء وذلك بالإحالة إلى كتبهم. وعزا الآيات القرآنية إلى سورها. وقام بتخريج الأحاديث النبوية لبيان درجة صحتها. ثم ترجم إلى الأعلام الواردة في البحث ترجمة موجزة. ووضع فهرساً للمصادر والمراجع.
- المطلب الأول: مقاصد الفتوى الجماعية.
 - المطلب الثاني: الضرورة وضوابطها في الفتوى.
 - المبحث الخامس: أثر الفتوى الجماعية في القضايا الفقهية المعاصرة.
 - المبحث السادس: الفقه المقاصدي لمستقبل الفتوى الجماعية في معالجة ضرورات العصر.

المبحث الأول

مفهوم الفتوى الجماعية ومقاصدها

وتناولت فيه مفهوم الفتوى والفتوى الجماعية وبيان أهميتها ومقاصدها وذلك على النحو التالي:

المطلب الأول: مفهوم الفتوى وأهميتها:

وتناولت فيه تعريف الفتوى في اللغة والاصطلاح والفتوى الجماعية وبيان أهميتها وذلك على النحو الآتي:

الفرع الأول: الفتوى في اللغة:

الفتوى في اللغة: اسم لمصدر (إفتاء) وأصلها من

خطة البحث:

قسمت خطة البحث بعد المقدمة إلى ستة مباحث، وخاتمة، وفهارس على النحو الآتي:

- المبحث الأول: مفهوم الفتوى الجماعية ومقاصدها، وفيه مطلبان:
- المطلب الأول: مفهوم الفتوى وأهميتها.
- المطلب الثاني: التعريف بمقاصد الشريعة.
- المبحث الثاني: الألفاظ ذات الصلة والعلاقة بينها وبين الفتوى: وفيه مطلبان:

متضمنة لعدة معاني منها الجواب والبيان والتوضيح والتفسير عما أشكل من الأحكام.
الفرع الثاني: الفتوى في الإصلاح:

فقد عرفت الفتوى في الاصطلاح بتعريفات كثيرة، متقاربة من حيث المفهوم ومختلفة في الصياغة والألفاظ منها ما يلي:

الفتوى هي: (تبيين الحكم الشرعي عن دليل لمن سأل عنه)⁽⁵⁾.. وعرفت بأنها: (هي ما يخبر به المفتي جواباً لسؤال أو بياناً لحكم من الأحكام وإن لم يكن سؤالاً خاصاً)⁽⁶⁾. وعرفها الونشريسي⁽⁷⁾ وفرق بين علمها وفقهها، فقال: فقه الفتيا هو العلم بالأحكام الكلية، وعلمها هو: العلم بتلك الأحكام مع تنزيلها على النوازل)⁽⁸⁾، وعرفت بأنها: (الإخبار بحكم الله - تعالى - في الوقائع بدليله)⁽⁹⁾، وعرفها المالكية بأنها: (الإخبار عن

(فتى) والحروف التي تقوم عليها هي: الفاء والتاء والحرف المعتل، ولها في اللغة مدلولان: أحدهما الطراوة والجدة، والآخر: تبيين الحكم والفتى هو الشاب وهو الحديث السن⁽¹⁾.

وتأتي الفتوى بمعاني كثيرة منها: البيان والتوضيح للأحكام، والجواب عما أشكل من الأحكام ومنه قوله تعالى: ﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ﴾ (النساء:127)، وقوله ﷺ: (الإثم ما حاك في صدرك وإن أفتاك الناس وأفتوك)⁽²⁾.

وتطلق الفتوى على التفسير والتعبير عن الرؤيا، فيقال أفتاه في رؤياه⁽³⁾، قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيَهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُءْيَايَ﴾ (يوسف:43)، وتكون الفتوى عن سؤال تعلم، كما في قوله تعالى: ﴿يَسْتَفْتُونَكَ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِي الْكَلَالَةِ﴾ (النساء:176)، والفتوى والإفتاء لا يكون عن سؤال سائل، فالفتوى ما أفتى به الفقيه⁽⁴⁾.

فخلاصة القول أن الفتوى في اللغة جاءت

(5) انظر: دقائق أولي النهى لشرح المنتهى (3/457)، فقه المفتي والمستفتي، لابن حمدان ص (4)، الفتوى في الشريعة الإسلامية، لعبد الله بن محمد آل خنين (1/28)، الفتوى في الإسلام، لعبد الله بن عبد العزيز الدرعان ص (19).

(6) أصول مذهب الإمام أحمد بن حنبل ص (654).

(7) هو أحمد بن يحيى الونشريسي المالكي نسبة لونشريسي بالجزائر مالكي المذهب له العديد من المؤلفات منها إيضاح السالك إلى قواعد مالك توفي سنة 914 هـ. انظر: الأعلام (1/269).

(8) النهج الأقوى في أركان الفتوى، د. أحمد بن سليمان العريني ص (63).

(9) انظر: فقه الفتوى والمفتي والمستفتي ص (4)، الفروق =

(1) انظر: القاموس المحيط، للفيروز أبادي ص (1702)، معجم مقاييس اللغة، لابن فارس (4/473)، مختار الصحاح، للرازي ص (492).

(2) أخرجه الدارمي في سننه، كتاب البيوع، (2/321)، وهو حديث حسن أخرجه أحمد في مسنده. وقد روي هذا الحديث عن النبي ﷺ من وجوه متعددة، وبعض طرقه جيدة.

(3) لسان العرب، لابن منظور، مادة (أفتا).

(4) القاموس المحيط، للفيروز أبادي (4/376)، مادة (فتا).

في الوقائع الفقهية المعاصرة التي تعم بها البلوى ويكثر عنها السؤال على عدد من المجتهدين، فالفتوى الجماعية أخذت من مفهوم ومشروعية الشورى في الإسلام، قال تعالى: ﴿ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنِهِمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴾ (الشورى:38)، وقد سن النبي ﷺ هذا المبدأ حينما طلب رأي أبي بكر وعمر رضي الله عنهما في الحكم في أسرى بدر ولم يكن ﷺ يطلب الحكم الشرعي وإنما كان يطلب الشورى والرأي الجماعي، وكان أبو بكر رضي الله عنه أول من أستن بطلب الفتوى الجماعية، فكان يجمع كبار الصحابة ويشاورهم في الواقعة، فإذا استقر رأيهم على شيء أخذ به، وكذلك كان منهج عمر بن الخطاب رضي الله عنه فكان كثيراً ما يفرغ إلى الصحابة فيما يعرض له من الوقائع الفردية والجماعية⁽¹⁶⁾.

فالفتوى الجماعية آمنة من منزلقات الفتاوى الفردية الشاذة، خاصة في النوازل والمسائل العامة والمستجدات التي تهم الأمة خاصة مع مشكلات الواقع وتعقيداته، واختلاف البيئات وظروفها. قال الشيخ بن باز رحمه الله: (إن الفتوى الجماعية يجب أن تستند إلى الأدلة وإذا صدرت الفتوى عن جماعة من أهل العلم كانت أكمل وأفضل للوصول إلى الحق)⁽¹⁷⁾.

والفتوى الجماعية هي مظهر من مظاهر وحدة

حكم شرعي لا على وجه الإلزام⁽¹⁰⁾، وعرفها فقهاء الشافعية بأنها: (بيان الحكم)⁽¹¹⁾، ومنهم من جعل المفتي والعالم والفقهاء والمجتهد في منصب واحد باعتبارها ألفاظ مترادفة، فقال: (المفتي من كان عالماً بجميع الأحكام الشرعية بالقوة القريبة من الفعل، هذا وإن قلنا بعدم تجزؤ الاجتهاد)⁽¹²⁾، ولعل هذا هو الراجح من بين التعريفات فكل هؤلاء مقصدهم بيان وإظهار حكم الله في الوقائع بدليل، (ومن أستخدم على إطلاقها على هذا المقصود كثير ممن صنف في آداب الفتوى)⁽¹³⁾.

الفرع الثالث: مفهوم الفتوى الجماعية:

الفتوى الجماعية: تعني اجتماع عدد من العلماء المؤهلين للإجابة على استفتاء السائلين⁽¹⁴⁾. وعرفت أيضاً بأنها: (عرض واقعة أو أكثر من الوقائع على عدد من المجتهدين لغرض إظهار حكم الله فيها)⁽¹⁵⁾.

فلعل المراد من الفتوى الجماعية هو بيان حكم الله

= (4/53).

(10) مواهب الجليل لشرح مختصر الخليل (1/45).

(11) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير ص (463).

(12) البحر المحيط، للزرکشي (6/307).

(13) انظر: الفتوى في الإسلام، للقاسمي ص (54)، والفتوى في الإسلام للدرعان ص (19).

(14) الفتوى في الشريعة الإسلامية، د. عبد الله بن محمد آل خنين ص (195).

(15) الفتوى في الإسلام د. عبد الله بن عبد العزيز الدرعان ص (99).

(16) المصادر السابقة بتصرف يسير.

(17) مجموع فتاوى وسائل الشيخ عبد العزيز بن باز - المجلد الثامن.

واجبة. قال ابن القيم⁽¹⁸⁾ رَحِمَهُ اللهُ في بيان أهمية الفتوى وبيان منزلة المفتين الذين: (خصوصاً باستنباط الأحكام، وعنوان بضبط قواعد الحلال والحرام فهم في الأرض بمنزلة النجوم في السماء، بهم يهتدي الحيران في الظلماء، وحاجة الناس إليهم أعظم من حاجتهم إلى طاعة الأمهات والآباء)⁽¹⁹⁾. قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ﴾ (النساء: 59)، فالعلماء هم ورثة الأنبياء والمفتي قائم مقام النبي في الأمة، قال ﷺ: (إن العلماء ورثة الأنبياء، وإن الأنبياء لم يورثوا ديناراً ولا درهماً، وإنما ورثوا العلم، فمن أخذ به أخذ بحظ وافر)⁽²⁰⁾. وقال ﷺ: (من سلك طريقاً يطلب فيه علماً سلك الله به طريقاً إلى الجنة، وإن الملائكة لتضع أجنحتها رضا لطالب العلم، وإن العالم ليستغفر له من في السموات ومن في الأرض والحيتان في جوف المساء، وإن فضل العالم على العابد كفضل القمر ليلة البدر على سائر

الأمة وتماسكها والاعتصام بحبلها المتين وهذا يعطي الأمة بعداً سياسياً أقوى لأنه مظهر من مظاهر الاعتصام والالتقاء ونبذ الخلاف والفرقة والشتات ولم الشمل. كما أن للفتوى الجماعية قوة في الغالب تعمق في النفس الطمأنينة بأنها الأقرب إلى الصواب، باعتبارها مرجعية فكرية تجتمع فيها الآراء وتتبادل فيها وجهات النظر، ويختار منها الأصوب والأفضل. كما تعتبر الفتوى الجماعية وسيلة من وسائل تنظيم الفتوى التي كثر روادها في هذا الزمان فهي تمنع العوام وغير المختصين وأصحاب الأفكار المنحرفة والشاذة من الخوض في مسائل الإفتاء في غير اختصاصهم خاصة ونحن في زمن التخصص وتداخل وتشابك القضايا وتعقيدات الحياة المعاصرة وحاجة المجتمعات إلى ذلك، وهذا ما تقوم به مؤسسات الإفتاء والجامع الفقهي في كثير من البلاد الإسلامية عند عدم وجود المجتهد المطلق للنظر في الأحكام والنوازل المستجدة.

الفرع الرابع: بيان أهمية الفتوى والفتوى الجماعية:

تعتبر الفتوى الجماعية عن إظهار أحكام شريعة الله تعالى حسب حاجة الناس لبيان الوقائع والنوازل التي تسجد في حياتهم لمعرفة حكم الله فيها، وعليه فمنصب الإفتاء منصب عظيم، فالمفتون موقعون عن الله، وهم علماء الأمة الذين يرجع إليهم الناس لمعرفة أحكام الله في الحلال والحرام، فالعلماء ورثة الأنبياء، وطاعتهم

(18) هو محمد ابن أبي بكر ابن أيوب الدمشقي شمس الدين

الفقيه الحنبلي الأصولي، ولد بدمشق سنة 691هـ. لازم ابن تيمية اضطهد مع شيخه وسجن - له الكثير من المؤلفات العلمية منها كتاب أعلام الموقعين وإغاثة اللهفان، والطرق الحكمية، وزاد المعاد، وغيرها توفي بدمشق 751هـ. انظر: المشاهير (99)، تهذيب التهذيب (4/ 326).

(19) إعلام الموقعين (1/ 11).

(20) رواه أبو داود في كتاب العلم (3/ 317)، والترمذي في باب فضل الفقه على العبادة.

الكواكب...⁽²¹⁾.

خلاصه في الآخرة، ثم يجب فيها⁽²⁵⁾ قال الشاطبي⁽²⁶⁾
المفتي قال تعالى: ﴿وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمْ
الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ
وَقَالَ تعالى: ﴿وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾
(البقرة:169)، قال المفسرون هذا عام تحريم القول في
الدين من غير يقين⁽²²⁾. قال عليه السلام: (من أفتى بغير علم
كان إثمه على من أفتاه)⁽²³⁾، وكان السلف من الصحابة
والتابعين يكرهون التسرع في الفتوى، ويعدون ذلك من
التساهل في أحكام الدين، فقد كان كل واحد من كبار
المفتين من الصحابة يود لو أن غيره يكفيه إياها، فإذا رأى
أنها تعينت عليه، تحرى وجوه الحق فيها بالبحث في
الكتاب، ثم في السنة، وكان أبو بكر وعمر يجمعان كبار
الصحابة لسؤالهم عن حكمها)⁽²⁴⁾، قال الإمام مالك
عليه السلام: من سئل عن مسألة فينبغي له من قبل أن يجيب
فيها أن يعرض نفسه على الجنة والنار، وكيف يكون

ذلك أمور:
أولها: النقل الشرعي في الحديث... (بينما أنا نائم
أتيت بقدر لبن فشربت حتى إنني لأرى الري يخرج من
أظفاري ثم أعطيت فضلي عمر بن الخطاب قالوا فما
أولته يا رسول الله قَالَ الْعِلْمُ)⁽²⁷⁾.

الثاني: أنه نائب في تبليغ الأحكام لقوله عليه السلام:
(ألا ليبلغ الشاهد منكم الغائب)⁽²⁸⁾. وقال عليه السلام:
(تسمعون ويسمع منكم ويسمع ممن يسمع منكم)⁽²⁹⁾.

الثالث: أن المفتي شارع من وجهه، لأن ما يبلغه

(25) الفقيه والمتفقه، للخطيب البغدادي (2/155).

(26) هو القاسم بن فيرّه أبو إسحاق الشاطبي بن إبراهيم بن موسى
القرنطاطي الشهير بالشاطبي، العلامة المؤلف، الأصولي
المفسر، ولد في آخر سنة 538 هجرية، بشاطبة، من الأندلس
وتوفي ~ سنة 791 هـ وله مؤلفات عديدة، منها كتاب
(الموافقات) في أصول الفقه، والاعتصام. انظر: سير أعلام
النبلاء للذهبي (1/261).

(27) أخرجه البخاري في كتاب التعبير، باب إذا جرى اللين في
أطرافه وأظفاره برقم (7007).

(28) أخرجه البخاري في كتاب الحج، باب جزاء الصيد برقم
(1863)، ومسلم في كتاب الحج، باب تحريم مكة وصيدها
برقم (1354).

(29) رواه أبو داود في كتاب العلم، باب فضل نشر العلم برقم
(3659)، والحاكم في المستدرک، كتاب العلم (1/95)،
وقال: صحيح على شرط الشيخين

والمستفتي قال تعالى: ﴿وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمْ
الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ إِنَّ
وَقَالَ تعالى: ﴿وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾
(البقرة:169)، قال المفسرون هذا عام تحريم القول في
الدين من غير يقين⁽²²⁾. قال عليه السلام: (من أفتى بغير علم
كان إثمه على من أفتاه)⁽²³⁾، وكان السلف من الصحابة
والتابعين يكرهون التسرع في الفتوى، ويعدون ذلك من
التساهل في أحكام الدين، فقد كان كل واحد من كبار
المفتين من الصحابة يود لو أن غيره يكفيه إياها، فإذا رأى
أنها تعينت عليه، تحرى وجوه الحق فيها بالبحث في
الكتاب، ثم في السنة، وكان أبو بكر وعمر يجمعان كبار
الصحابة لسؤالهم عن حكمها)⁽²⁴⁾، قال الإمام مالك
عليه السلام: من سئل عن مسألة فينبغي له من قبل أن يجيب
فيها أن يعرض نفسه على الجنة والنار، وكيف يكون

(21) أخرجه أبو داود باب الحث على طلب العلم (3/317).

(22) زاد الميسر في علم التفسير (3/192).

(23) أخرجه البخاري في الأدب المفرد برقم (259)، وأبو داود في
كتاب العلم (3/321)، والدارمي في سننه باب الفتيا وما فيه
من الشدة (1/57)، والبيهقي في كتاب آداب القاضي، باب
إثم من أفتى أو قضى بالجهل (1/116).

(24) جامع بيان العلم وفضله، لابن عبد البر ص (69).

من الشريعة إما منقول عن صاحبها وإما مستنبط من المنقول، فالأول يكون فيه مبلغاً، والثاني يكون فيه قائماً مقامه في إنشاء الأحكام وإنشاء الأحكام إنما هو للشارع... فالفتوى مخبر عن الله كالنبي وموقع للشريعة على أفعال المكلفين بحسب نظره كالنبي⁽³⁰⁾.

أما الفتوى الجماعية فتأتي أهميتها من أنها الأكثر تلمساً لأحكام المسائل والوقائع المستجدة فيما تعم به البلوى، وإيجاد الأحكام الشرعية المناسبة لها، لأنها الأقرب إلى الحق والصواب من الفتاوى الفردية، وهي المحققة لمعالم الشورى ومقاصد الشرع ومصالح الأمة، وتحد من الفتاوى الشاذة والمنحرفة، ومن هوى النفس وحظوظها، ومن التعصب المذهبي والطائفي لتيارات الفكر الضال والمنحرف.

المطلب الثاني: التعريف بمقاصد الشريعة:

أولاً: المقاصد في اللغة:

المقاصد في اللغة: (جمع مقصد من القصد، والقصد التوجه إلى الشيء، ومادة الكلمة تدل على ثلاثة معاني، فالقصد يعني إتيان الشيء وأمه أي التوجه إليه، أو بمعنى التوسط⁽³¹⁾ والمقاصد تأتي بمعنى: (الطريق

المستقيم)⁽³²⁾.

ثانياً: المقاصد في الاصطلاح:

المقاصد في الاصطلاح هي: (الغاية من الشريعة والأسرار التي وضعها الشارع عند كل حكم من أحكامها)⁽³³⁾، أو هي: (المعاني الملحوظة للشارع في جميع أحوال التشريع أو معظمها بحيث لا يختص ملاحظتها بالكون في نوع خاص، من أحكام الشريعة)⁽³⁴⁾ هذه التعريفات هي تعريفات مترادفة ومتقاربة في المعنى، ولكنها تختلف في الصياغة والألفاظ، وفي الإيجاز والتطوير، فمنهم من جعل المقاصد أنواعاً، حقيقية وتدركها العقول من حيث ملاءمتها أو منافرتها لها، أي تكون جالبة نفعاً عاماً أو ضرراً عاماً، أو عرفية ألفتها نفوس الناس واستحسنتها استحساناً، ناشئاً عن تجربة ملاءمتها لصالح الناس، كإدراك كون الإحسان معنى ينبغي تعامل الأمة به، وهذا ما أشار إليه ابن عاشور في تعريفه وفي رأيه هو الأشمل والأرجح من بين التعريفات رغم طوله، حيث بين من خلاله أن المعاني الملحوظة للشارع بأصل حقيقة المقاصد وهي رعاية المصالح، ليجد المجتهد من خلالها مساحة واسعة في

(32) معجم مقاييس اللغة، لابن فارس (5/95).

(33) مقاصد الشريعة الإسلامية ومكارمها، لعلال الفاسي ص (3)،

طبعة مكتبة الوحدة العربية، الدار البيضاء.

(34) مقاصد الشريعة، للطاهر ابن عاشور، ط الأستاذة، ص (5).

(30) الموافقات، للشاطبي (4/178).

(31) انظر: معجم لغة الفقهاء مادة (قصد)، المصباح المنير في غريب

الشرح الكبير، للرافعي (2/609)، ط دار الكتب العلمية -

بيروت - 1978 م.

تحقيق مقصود الشرع.

الشرعي والإلزام به وفصل الخصومات⁽³⁸⁾.

وقد قسم العلماء مقاصد الشريعة الكبرى التي جاء الإسلام برعايتها، إلى خمسة مقاصد، وهي حفظ الدين، والنفس، والعقل، والنسل، والمال. قال الغزالي⁽³⁵⁾: (مقصود الشرع من الخلق خمسة: هو أن يحفظ عليهم دينهم، ونفسهم، وعقلهم، ونسلهم، ومالهم، فكل ما يضمن حفظ هذه الأصول الخمسة فهو مصلحة، وكل ما يفوت هذه الأصول فهو مفسدة ودفعه مصلحة)⁽³⁶⁾.

فالفتوى والقضاء يجتمعان في أن كل منهما إخبار بحكم الله تعالى، فيجب على السامع اعتقاد ذلك، ويلزم ذلك المكلف، (فالمفتي أقرب إلى السلامة من القاضي، لأنه لا يلزم بفتواه، وإنما يخبر بها من استفتاه، فإن شاء قبل قوله وإن شاء تركه، وأما القاضي فإنه يلزم بقوله، فيشترك هو والمفتي في الإخبار عن الحكم)⁽³⁹⁾، فالقضاء والفتوى يجري فيهما تنزيل الحكم الكلي المقرر في الأذهان على وقائع بأعيانها وأشخاصها، فكأنه تخصيص للحكم الكلي على هذه الواقعة⁽⁴⁰⁾.

المبحث الثاني

الألفاظ ذات الصلة بالفتوى والعلاقة بينها وبين الفتوى هنالك ألفاظ مرادفة للفتوى ومشابهة لها أو قريبة منها في المعنى أو مرتبطة بها، لا بد من بيانها وتوضيح العلاقة بينها وبين الفتوى، منها ما يلي:

المطلب الأول: العلاقة بين الفتوى والقضاء:

القضاء: هو في اللغة يعني إحكام الشيء أو الفراغ من الشيء⁽³⁷⁾. وفي الإصلاح: (هو تبين الحكم

لكن مع ذلك هنالك فرقا بين الفتوى والقضاء وهو أن القضاء لا يكون إلا بلفظ منطوق وتكون الفتوى بالقول أو الفعل أو الإشارة. وقيل القضاء لا يكون إلا في الواجب والحرام والمباح خاصة دون المستحب والمكروه؛ لأن القضاء إلزام، وليس في المستحب إلزام، ويكون القضاء في المباح كالحكم بإباحة الأرض للحياة، إذا زال إحيائها، ويكون القضاء في المعاملات والجنايات والأحوال الشخصية كالزواج والطلاق، مما يكون فيه لبعض الناس حق، ولا يكون في

(35) هو أبو حامد محمد بن محمد الغزالي الشافعي، من مؤلفاته:

المستصفى في أصول الفقه، والوجيز في الفقه، توفي سنة 505هـ. انظر: طبقات الشافعية، لابن السبكي (6/192).

(36) المستصفى، للغزالي (1/287) وما بعدها.

(37) مختار الصحاح ص (541).

(38) انظر: غاية المنتهى في الجمع بين الإقناع والتمهيد (3/427)،

كشف القناع عن متن الإقناع (6/285).

(39) أعلام الموقعين عن رب العالمين، لابن القيم ص (37).

(40) الموافقات، للشاطبي (4/90-92).

الفرع الأول: علاقة الاجتهاد بالفتوى:

فالاجتهاد لغة: مأخوذ من الجهد بفتح الجيم وهو المشقة، وبضمها وهي الطاقة⁽⁴⁵⁾.

وفي الاصطلاح هو: (استفراغ الفقيه وسعه في درك الأحكام الشرعية)⁽⁴⁶⁾. فالمجتهد هو من استفراغ جهده في درك الأحكام الشرعية والمفتي هو من يجيب السائلين عن الأحكام الشرعية الفرعية عن أدلتها التفصيلية. فهناك تباين من حيث المفهوم فالمجتهد يقوم باستنباط الأحكام سواء كان سؤال عنها أو لم يسأل عنها. أما المفتي فإنه يفتي إذا كانت هناك واقعة وسئل عن حكمها، (فالفتيا لا تكون إلا في جواب سؤال)⁽⁴⁷⁾.

وهما متحdan من ناحية أن كل واحد منهما يصدق على الآخر، فكل مفتٍ لابد وأن يكون مجتهداً، لأنه يفتي بما أدى إليه اجتهاده، وكل مجتهدٍ فهو مفتٍ⁽⁴⁸⁾، قال ابن القيم رحمته الله: (أنه إذا حدثت حادثة ليس فيها قول لأحد من العلماء، فهل يجوز الاجتهاد فيها بالإفتاء والحكم أم لا، فيها وجه: أحدها: يجوز وعليه تدل فتاوى الأئمة وأجوبتهم، فإنهم كانوا يسألون عن

العبادات لمعرفة الصحة والفساد والسبب والشرط والمانع، فهي ليست محلاً للقضاء وإنما هي محل للفتوى، وقيل أن الفتوى منزلة على تصديق المستفتي فيما يذكره من وقائع، أما القضاء فلا بد فيه من النظر في ثبوت الوقائع بطرق الحكم والإثبات المقررة⁽⁴¹⁾.

ومن الفروق كذلك أن (المفتي هو أسير المستفتي والحاكم أسير الحجج الشرعية والظواهر)⁽⁴²⁾، إضافة إلى أن الفتوى لا يترتب عليها إلزام حسي من المفتي، وإنما هو بيان لانطباق الحكم على الواقعة، وإصدار الفتوى بحظر أو جواز أو غيرها، أما القضاء فيترتب عليه إلزام من الحاكم بما تقرر⁽⁴³⁾، والقضاء والفتوى يجري فيهما تنزيل الحكم الكلي المقرر في الأذهان على وقائع بأعيانها وأشخاصها، فكأنه تخصيص للحكم الكلي على هذه الواقعة⁽⁴⁴⁾.

المطلب الثاني: علاقة الاجتهاد بالفتوى وأوجه الشبه والاختلاف بينهما:

فهناك علاقة بين الاجتهاد والفتوى الجماعية، وهنالك أوجه شبه واختلاف بينهما وبين الإجماع والاجتهاد الجماعي، يمكننا حصرها في الآتي:

(45) انظر: لسان العرب، لابن منظور (3/133)، ومعجم مقاييس

اللغة ص (487).

(46) انظر: المستصفي، للغزالي (2/350)، الأحكام، للآمدي

(4/162).

(47) الفتاوى محمود شلتوت ص (14).

(48) علم أصول الفقه، أ. د إبراهيم نورين إبراهيم ص (297).

(41) انظر: الإحكام في تمييز الفتاوى عن الأحكام ص (118)،

آداب القضاء (1/59).

(42) قواعد الأحكام في مصالح الأنام، للعز بن عبد السلام (2/92).

(43) فتاوى ابن السبكي (2/123 - 124).

(44) الموافقات، للشاطبي (4/90 - 92).

(يونس: 71)، أي أعزموا، والثاني: الاتفاق يقال أجمع القوم على كذا إذا اتفقوا⁽⁵¹⁾، وفي الاصطلاح: (هو اتفاق مجتهدي أمة محمد ﷺ بعد وفاته في عصر من العصور على حكم شرعي)⁽⁵²⁾.

أما الاجتهاد الجماعي من حيث المفهوم العام: فهو استفراغ أغلب المجتهدين الجهد لتحصيل ظن بحكم شرعي بطريق الاستنباط، واتفاقهم جميعاً أو أغلبهم على ذلك الحكم بعد التشاور، وهو بهذا يختلف عن الاجتهاد الفردي في كونه صادراً عن جماعة بعد اشتراكهم في مناقشته بطريقة شورية، وأن الاجتهاد الجماعي يختلف عن الإجماع الأصولي في كون الأول لا يشترط فيه اتفاق كل المجتهدين، وإنما يكفي أغلبهم، بينما الثاني لا بد فيه من اتفاق جميع المجتهدين .

أما الفتوى فهي كما سبق أن أوضحنا فيها أنها: (تبين الحكم الشرعي لمن سأل عنه)⁽⁵³⁾. وعرفها فقهاء الشافعية بأنها: (بيان الحكم)⁽⁵⁴⁾. أو أنها: (هي ما يخبر به

حوادث لم تقع قبلهم فيجتهدون فيها، وقد قال النبي ﷺ: (إذا اجتهد الحاكم فأصاب فله أجران، وإن اجتهد فأخطأ فله أجر)⁽⁴⁹⁾، وهذا يعم ما اجتهد فيه مما لم يعرف فيه قول من قبله وما عرف فيه أقوالا واجتهد في الصواب منها، هذا درج السلف والخلف، والحاجة داعية إلى ذلك لكثرة الوقائع واختلاف الحوادث، ومن له مباشرة لفتاوى الناس يعلم أن المنقول وإن اتسع غاية الاتساع فإنه لا يفي بوقائع العالم جميعاً، والوجه الثاني: أنه لا يجوز له الإفتاء ولا الحكم بل يتوقف حتى يظفر فيها بقائل، والوجه الثالث: يجوز ذلك في مسائل الفروع لتعلقها بالعمل وشدة الحاجة إليها، وشدة خطرهما ولا يجوز في مسائل الأصول)⁽⁵⁰⁾.

الفرع الثاني: أوجه الشبه والاختلاف بين الفتوى والإجماع والاجتهاد الجماعي:

الإجماع لغة يطلق بإطلاقين: الأول: بمعنى العزم المؤكّد، ومنه قوله تعالى: ﴿ فَأَجْمَعُوا أَمْرَكُمْ وَشُرَكَاءَكُمْ ﴾

(51) المصباح المنير (1/171).
(52) البحر المحيط، للزركشي (4/436)، تيسير التحرير، لأمر باد شاه (3/224).
(53) انظر: دقائق أولي النهى لشرح المنتهى (3/457)، فقه المفتي والمستفتي، لابن حمدان ص (4)، الفتوى في الشريعة الإسلامية، لعبد الله بن محمد آل خنين (1/28)، الفتوى في الإسلام، لعبد الله بن عبد العزيز الدرعان ص (19).
(54) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير ص (463).

(49) رواه البخاري في كتاب الاعتصام، باب أجر الحاكم إذا اجتهد فأصاب أو أخطأ (9/132، 133)، ومسلم في الأفضية، باب بيان أجر الحاكم إذا اجتهد (3/1342)، وأبو داود في الأفضية، باب في القاضي يخطئ (3/397)، وابن ماجه في الأحكام، باب الحاكم يجتهد فيصيب الحق (2/776) برقم (2314).
(50) أعلام الموقعين عن رب العالمين، لابن القيم ص (1056)، (1057).

حكم مضمون له الصواب، متضمن للدليل عليه في أحسن بيان⁽⁵⁹⁾.

2 - أن تكون ألفاظ الفتوى واضحة بعيدة عن الإجمال والغموض، لثلا يقع السائل في حيرة من أمره، قال ابن الصلاح⁽⁶⁰⁾ رحمته الله: (إذا اقتصر في جوابه على حكاية الخلاف بأن قال: فيها قولان، أو وجهان، أو نحو ذلك من غير أن يبين الأرجح فحاصل أمره أنه لم يفت بشيء⁽⁶¹⁾)، قال النووي⁽⁶²⁾ رحمته الله: (يلزم المفتي أن يبين الجواب بياناً يزيل الإشكال... وإذا كان في المسألة تفصيل لم يطلق الجواب فإنه خطأ⁽⁶³⁾)، وقال ابن القيم رحمته الله: لا يجوز للمفتي الترويح وتخيير السائل وإلقاؤه في الإشكال والحيرة، بل عليه أن يبين بياناً مزيلاً للإشكال،

(59) أعلام الموقعين عن رب العالمين، لابن القيم ص (987).

(60) هو أبو عمرو عثمان بن المفتي صلاح الدين عبد الرحمن بن عثمان الموصلي الشافعي كان إماماً في علوم الحديث سمع منه الكثير له العديد من المؤلفات توفي سنة 643 هـ. انظر: سير أعلام النبلاء، للذهبي (2/ 143)، البداية والنهاية، لابن كثير (6/ 168).

(61) أدب الفتوى ص (92).

(62) هو يحيى بن شرف بن موسى بن حسين الحوراني النووي الشافعي، علامة بالفقه والحديث، ولد بنوى سنة 631 هـ، وهى من قرى حوران، ونشأ بها وقرأ القرآن، وجد في طلب العلم حتى فاق أقرنه، وله تصانيف كثيرة في الفقه الشافعي والتوحيد والحديث والفتاوى، مات ودفن بنوى سنة 676 هـ. انظر: طبقات الشافعية (5/ 165).

(63) المجموع، للنووي (1/ 82).

المفتي جواباً لسؤال أو بياناً لحكم من الأحكام وإن لم يكن سؤالاً خاصاً⁽⁵⁵⁾. فالفتوى والاجتهاد متحدان في بذل الجهد واستفراغ الوسع في درك الحكم الشرعي، ومختلفان من حيث الوظيفة والطريقة في كيفية الوصول للحكم الشرعي.

المبحث الثالث

ضوابط وآداب الفتوى

للفتوى ضوابط وآداب لا بد من مراعاتها من جانب المفتي، وهذا يقتضي بيان معنى الضوابط في اللغة والاصطلاح، ثم الإشارة إلى ضوابط وآداب الفتوى:

الضوابط في اللغة: من الضبط، والضابط هو الحازم⁽⁵⁶⁾. وفي الاصطلاح: هو ما يجمع فروعاً من باب واحد⁽⁵⁷⁾. والضوابط والآداب التي ينبغي للمفتي مراعاتها هي ما يلي⁽⁵⁸⁾:

1 - التزام المفتي بالنص الشرعي ما أمكن، قال ابن القيم رحمته الله: (ينبغي للمفتي أن يفتي بلفظ النص مهما أمكنه، فإنه يتضمن الحكم والدليل مع البيان التام، فهو

(55) أصول مذهب الإمام أحمد بن حنبل ص (654).

(56) انظر: القاموس المحيط، للفيروزآبادي (3/ 1139)، لسان العرب، لابن منظور، مادة (ضبط).

(57) غمز عيون البصائر شرح كتاب الأشباه والنظائر (1/ 31).

(58) النهج الأقوى في أركان الفتوى، د. أحمد بن سليمان العريني ص (218 - 229) بتصرف يسير.

الضرورة وضوابطها في الفتوى لمعالجة القضايا الفقهية على النحو التالي:

المطلب الأول: مقاصد الفتوى الجماعية:

يعتمد استنباط الأحكام الفقهية من مصادرها على مقصود الشارع في النص، ولهذا قرر العلماء أن المقصد العام من التشريع هو حفظ نظام الأمة واستدامة صلاحه بصالح المهيمن عليه، وهو نوع الإنسان، ويشمل صلاحه صلاح عقله، وصلاح عمله، وصلاح ما بين يديه من موجودات العالم الذي يعيش فيه، وليس المقصود حفظ صلاح العقيدة وصلاح العمل، بل حتى صلاح أحوال الناس وشؤونهم في الحياة الاجتماعية⁽⁶⁷⁾.

فالفتوى الجماعية هي الأقرب إلى الحق، كما قال الشيخ بن باز رحمته الله وهي الأصوب والأقرب إلى تحقيق مقاصد الشريعة التي أرادها الله تعالى، من حيث جلب المصلحة ودرء المفسدة، ومراعاة أحوال الناس وظروفهم والإحاطة بجوانب الحياة، ومقصد الشارع في كل حكم كلي أو جزئي لرفع الحرج عن الأمة، فالتأمل في نظرة الشريعة للفتوى يجد أنها نظرة شمولية من حيث جلب المصالح ودفع المضار، فمن هنا جاء التأكيد على المفتي بمراعاة حال السائل، ومراعاة طبيعة المجتمع والأمة عند إصدار الفتوى، بعد النظر في نصوص

(67) انظر: مقاصد الشريعة، لابن عاشور ص (188)، النهج الأقوى في أركان الفتوى، د. أحمد سليمان العربي ص (80).

متضمننا لفصل الخطاب، كافياً في حصول المقصود لا يحتاج معه إلى غيره⁽⁶⁴⁾.

3 - لا يجوز للمفتي أن يشهد على ما يفتي به ويصرح بأنه حكم الله ورسوله في الأمور الاجتهادية، أما ما ورد النص فيه بأنه حكم الله ورسوله فلا بأس أن يشهد على الله ورسوله به، قال ابن القيم رحمته الله: لا يجوز للمفتي أن يشهد على الله ورسوله بأنه أحل كذا أو حرمه، أو أوجبه، أو كرهه إلا لما يعلم أن الأمر فيه كذلك مما نص الله ورسوله على إباحته أو تحريمه أو إيجابه أو كراهته⁽⁶⁵⁾.

4 - إذا سئل المفتي عن تلفظ بلفظ أو فعل فعلاً يوجب الردة فلا يبادر بقوله: هذا حلال الدم أو: يقتل، بل يقول: إن صح هذا بإقراره أو البينة استتابة السلطان، فإن تاب قبلت توبته، وإن لم يتب فعل كذا وكذا، ويشيع الجواب إيضاحاً⁽⁶⁶⁾.

المبحث الرابع

مقاصد الفتوى الجماعية وضوابط الضرورة في القضايا الفقهية
الفتوى الجماعية ضرورة عصرية تحكمها مقاصد شرعية، وهنا لابد من معرفة الوجه الشرعي لفقهِ

(64) إعلام الموقعين، لابن القيم (4/225).

(65) المصدر السابق (4/317).

(66) صفة الفتوى ص (60)، منار أصول الفتوى ص (316)، الفقيه والمتفقه (2/403)، والمجموع، للنووي (1/85).

تأخيره عن وقته دفعا للضرر عنه في غالب ظنه قيود الشرع⁽⁷⁰⁾.

ويأتي أصل مشروعية الضرورة من قوله تعالى: ﴿ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾ (البقرة: 173)، وقوله تعالى: ﴿ قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴾ (الأنعام: 145)، وقوله تعالى: ﴿ وَمَا لَكُمْ أَلَّا تَأْكُلُوا مِمَّا ذُكِرَ اسْمُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرِرْتُمْ إِلَيْهِ ﴾ (الأنعام: 119)، (وقد استثنى الله ﷻ ما اضطر إليه الإنسان من طعام فأجاز أكله وإن كان لا يحل له حال الاختيار)⁽⁷¹⁾ (وكما أبيع الفعل المحرم حال الضرورة والمخمصة أبيع الفعل المحرم حال الضرورة: (مثاله التلطف بكلمة الكفر عند الإكراه عليه بالقتل، أو بقطع عضو من الأعضاء مع اطمئنان القلب بالإيمان بدليل قوله تعالى: ﴿ مَنْ كَفَرَ بِاللَّهِ مِنْ بَعْدِ إِيمَانِهِ إِلَّا مَنْ أُكْرِهَ وَقَلْبُهُ مُطْمَئِنٌّ بِالْإِيمَانِ ﴾ (النحل: 106)، فقد تضمنت الآيات السابقة استثناء حالة الضرورة حفاظاً على النفس

(70) نظرية الضرورة الشرعية، لوهبة الزحيلي ص (67، 68)،

مؤسسة الرسالة، لبنان، الطبعة الثالثة 1402 هـ.

(71) نظرية الضرورة الشرعية، للزحيلي ص (58).

الشرعية. وبما أن الفتوى ثمرة من ثمرات العلم الشرعي وأثر من آثار الأنبياء والعلماء وبيان للحكم الشرعي، ونشر له في المجتمع، فلن ينضبط العلم وينتشر بين الناس انتشاراً صحيحاً متقناً إلا بطريق الفتوى الصحيحة المبنية على قواعد منضبطة⁽⁶⁸⁾. فالفتوى الجماعية تحقق مقصد التشريع الكلي، فهي تتغير زماناً ومكاناً وحالاً، خاصة أن الأحكام المبنية على العرف، والعادة يتغير الحكم فيها عند تغيير العادة التي بنيت عليها إلى ما تقتضيه العادة المتجددة، إضافة إلى أن مقاصد الشريعة في الفتوى مبنية على التيسير ورفع الحرج والذي يعطي الفتوى مساحة واسعة لرفع الكلفة والمشقة والعنت، قال ابن القيم رحمه الله: (ومن تأمل أسرار الشريعة وتدبر حكمها رأى ذلك ظاهراً على صفحات أوامرها، ونواهيها، بادياً لمن له نظرة نافذة، فإذا حرم عليهم شيئاً عوضهم عنه بما هو خير منه وأنفع، وأباح لهم منه ما تدعو حاجتهم إليه ليسهل عليهم تركه)⁽⁶⁹⁾.

المطلب الثاني: الضرورة وضوابطها في الفتوى:

الضرورة هي أن تطرأ على الإنسان حالة من الخطر أو المشقة الشديدة بحيث يخاف حدوث ضرر أو أذى بالنفس أو بالعضو أو بالعرض أو بالعقل أو بالمال، ويتعين أو يباح عندئذ ارتكاب الحرام أو ترك الواجب أو

(68) المصدر السابق ص (80).

(69) إعلام الموقعين (2/ 144).

من الهلاك والاستثناء من التحريم إباحة⁽⁷²⁾.

قال الجصاص: (ذكر الله تعالى الضرورة في هذه الآيات وأحلت الإباحة في بعضها بوجود الضرورة من غير شرط ولا صفة، وهو قوله تعالى: ﴿وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَّا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرُّتُمْ إِلَيْهِ﴾ (الأنعام: 119)، فاقتضى ذلك ود الإباحة بوجود الضرورة في كل حال وجدت الضرورة فيها)⁽⁷³⁾، قال العز بن عبد السلام رحمته الله: (الضرورات مناسبة لإباحة المحظورات جلباً لمصالحها كما أن الجنايات مناسبة لإيجاب العقوبات درءاً لمفاسدها)⁽⁷⁴⁾.

ولمعرفة علاقة الضرورة بالفتوى الجماعية يتعين علينا الوقوف على ضوابط هذه الضرورة والعمل بها في القضايا الفقهية من خلال الآتي:

أولاً: أن تكون الضرورة داخلية ضمن المقاصد التي جاء الشرع لرعايتها وتحقيقها وحفظها أو دفعها.

ثانياً: أن لا يكون لدفع الضرر وسيلة أخرى من المباحات إلا المخالفات بأن يوجد في مكان لا يجد فيه إلا ما يحرم تناوله. وعدم إسقاط حق الغير، فكل ما خالف

(72) القواعد الفقهية الكبرى وما تفرغ عنها، لغانم السدلان ص (256، 257).

(73) أحكام القرآن، للجصاص (1/156)، الطبعة الثانية، دار المصنف بالقاهرة.

(74) قواعد الأحكام في مصالح الأنعام، للعز بن عبد السلام (10/2).

الشرع لا أثر فيه للضرورة.

ثالثاً: أن تقدر بقدرها: بأن تقتصر فيما يباح تناوله على الحد الأدنى أو القدر اللازم لدفع الضرر. رابعاً: أن تكون الضرورة قائمة لا منتظرة، أي يحصل في الواقع خوف الهلاك أو التلف على النفس، أو المال وذلك بغلبة الظن، وفي حالة الضرورة العامة أن يتحقق أولي الأمر من وجود الظلم الفاحش أو الضرر الواضح أو الحرج الشديد أو المنفعة العامة. بحيث تتعرض الدولة للخطر إذا لم تأخذ بمبدأ الضرورة.

فالاضطرار وإن كان سبباً في إباحة الفعل إلا إنه لا يسقط حق الغير، وإن كان يسقط حق الله تعالى ويرفع الإثم والمؤاخذه عن المضطر أو المستكره فإن الضرورة لا تبطل حقوق الأدميين⁽⁷⁵⁾، ولهذا قيدت قاعدة الضرورات تبيح المحظورات، بقاعدة (الاضطرار لا يبطل حق الغير).

المبحث الخامس

أثر الفتوى الجماعية في القضايا الفقهية المعاصرة

للفتوى الجماعية أثر كبير في القضايا الفقهية المعاصرة التي تعم بها البلوى ويكثر فيها السؤال لأن تغير الحياة والأوضاع في حياتنا المعاصرة، وانقلابها

(75) انظر: الفروق، للقرافي (1/196)، القواعد، لابن رجب الحنبلي ص (33)، القواعد الكبرى، للسدلان ص (251).

الحاضرة بعيدة عما كان للحياة فيما قبل ذلك من صور وأوضاع على أساسها طبقت عليها النصوص الشرعية وأنزلت عليها الأحكام، ولم يكن من سبيل - مع هذا - إلى تعرف أحكام ما حدث وتجدد من المعاملات بالرجوع إلى ما وصل إليه المجتهدون من قواعد وأصول سابقة روعيت فيها أوضاع وصور تخالف ما عليه الحياة الآن، وأصبحت الشريعة لذلك بعيدة عن الحياة، وظلت الحياة منعزلة عنها، في حين أن الشريعة لم تنزل إلا لتوجه الناس أفراداً وجماعات في القيام على تنظيم حياتهم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وإقامة علاقاتهم الإنسانية في جميع نواحي الحياة على أسس من المصلحة والعدالة إذ كانت هي الدين الذي شرعه الله إلى آخر الدهر لصالح الناس في دنياهم وآخرتهم⁽⁷⁶⁾.

إن الفتوى الجماعية هي الضامن لوحدة الأمة من الاختلاف والتعصب الطائفي والمذهبي في جوانب الفقه الاجتهادي في واقعنا المعاصر، خاصة المستجدات والوقائع التي تعم بها البلوى ويكثر عنها السؤال، وذلك برعاية المصالح ودرء المفاسد، فالأصل أنه لا اختلاف في شريعة الإسلام، لا في أصولها ولا في فروعها، والحق فيها واحد لا يتعدد، قال تعالى: ﴿وَلَوْ كَانَ مِنْ عِنْدِ غَيْرِ اللَّهِ

انقلاباً كلياً، وتغير المعاملات، وتعدد أشكالها وصورها، بما لا يوجد له مثيل في السابق يناسب تعقيدات حياتنا المعاصرة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتربوية والفكرية، كل هذا جعل للناس اتجاهات فقهية متعددة. أصبحت بعض المسائل المعاصرة بعيدة الشبه بما دون في الكتب من المسائل التي أنزلت عليها الأحكام في السابق، وتغيرت طرق المعاملات، وتعددت صورها، وحدثت فيها أنواع لم يكن لها وجود ولا شبه من قبل، واتصلت بالحياة العملية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية اتصالاً جعلها من عناصرها ومقوماتها، وكان من الناس من رأى أن كل ذلك بدعة ضل بها المسلمون عن سبيل الله، وخسروا بها آخرتهم حين أقدموا عليها وعملوا بها، فرأى أن يتجنبها مهما أصابه في ذلك من حرج، ومنهم من أقبل عليها بدافع الحاجة والتقليد لا يسأل نفسه أعلى طيب أقبل أم على خبيث، مادام يرى أن في ذلك منفعة عاجلة له. ومنهم من حملة دينه أن يتوقف ويسأل: أفي ذلك خير لا ينهى عنه الله أم فيه شر وحرمة؟ وقد يرى فيهم من يتجرأ على الفتيا في ذلك دون أهلية وصلاحيه لا يبالي أصادف بفتياه حقاً أم لا؟ وبذلك، أبهم وأشكل الأمر على أكثر المسلمين فوقعوا في حيرة لا يدرون ما يأخذون وما يتركون، مما جعل حياتهم في صورتها وفي وصفها حياة قلقة غير مستقرة، فقد افتقدت حوافز الجد والعمل... وبسبب ذلك كله أصبحت الحياة

(76) الشيخ علي الخفيف، بحث عن الاجتهاد مقدم لمؤتمر الفقه الإسلامي الذي عقده جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض 1396هـ، ص (229-230).

المعاملات وتجدد الحوادث والمشكلات - فهناك قضايا كثيرة تستند إلى حلولاً شرعية سليمة، ولا ملجأ لحلها في غير اجتماع وإجماع علماء الأمة على حكم شرعي، فهو من أعظم القرب التي نتقرب بها إلى الله ﷻ، لأنه يمثل نقطة الارتكاز التي يقوم عليها الحكم بصلاح شريعة الإسلام لكل زمان ومكان، ولتتخفف الهمم والعزائم لخوض معركة الحياة الكريمة - التنظيمية، ولنبحث عن أصلح الحلول، ولنواصل العمل الدائب في دعم المجتمع بأحكام فقهية يطمئن الناس إلى سلامة تحركهم ومسيرتهم عليها، وذلك إما بالفتوى الجماعية أو بالاجتهاد الجماعي.... أما القعود إلى الكسل والخمول والرضا بما آل إليه الفكر الإسلامي من تخلف وتراجع عن مسيرة ركب الحضارة وتطور العلم واتساع ميادين الفكر العالمية، والاقصرار على العمل بفقها في دائرة محدودة، فهو مما لا يرضى الله ورسوله ولا يتقبله مسلم حريص على دين الله وتطبيق أحكامه في معاملات الناس وتصرفاتهم⁽⁷⁸⁾.

إن الفتوى الجماعية القائمة على قواعد شرعية معتبرة، وعلى فهم النصوص على حسب تفاوت المدارك

(78) الاجتهاد في الشريعة الإسلامية، د. وهبة الزحيلي ص (196-197)، بحث مقدم لمؤتمر الفقه الإسلامي الذي عقدته جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض عام 1396هـ، بتصرف يسير.

لَوْجَدُوا فِيهِ أَحْتِلَفًا كَثِيرًا ﴿ (النساء:82)، فحكم الله موجود في نصوص القرآن والسنة.

(فإن كان الدليل قطعي الثبوت قطعي الدلالة كان حكم الله واضحاً جلياً، وإن كان الدليل ظنياً، فيأتي دور المجتهد أو المفتي في كشف الحكم الشرعي لإخراجه وإيضاحه وهنا تتفاوت القدرات والمدارك في كشف الحكم الشرعي وتحديدته، وكل مجتهد مأجور في ذلك أي بما آداه إليه اجتهاده. ولكن يبقى الحق واحد. فتعدد الأقوال الفقهية هي اجتهادات في تحري الحق الواحد، فإذن الاختلاف ليس في أصل الشريعة ولا هي موضوعه على وجود الخلاف فيها أصلاً... وإنما الخلاف يرجع إلى أنظار المكلفين)⁽⁷⁷⁾. لقد سيطرت قيم الحياة المادية على علاقتنا الاجتماعية وأنشطتنا، وضعف الوازع الديني، وكثرت الفتن والصراعات والجرائم، وفقد الأمن والاستقرار في المجتمعات، وتأثرت الأمة الإسلامية بثقافات عديدة في إطار سرعة انتشار المعلومة وتمدها.

إن الفتوى هي بيان للحكم الشرعي والاجتهاد فيها هو حياة للتشريع، إذ أن من مقتضيات النمو وتطوير الحياة وضرورة انتشار الشريعة في العالم: الجزم بضرورة الفتوى الجماعية فيما تعم به البلوى ويكثر عنه السؤال، خصوصاً في عصرنا هذا عصر السرعة وتعقد

(77) انظر: جامع بيان العلم وفضله، لابن عبد البر (2/904)، والمواقفات، للشاطبي (4/997) بتصرف يسير.

الإسلامية مجالاً واسعاً للعقل البشري ليجتهد ويجدد في كافة مجالات الحياة وتطوراتها ومستجداتها، بالإضافة إلى ما راعته الشريعة ومقاصدها، لأحكام الضرورة والحاجة فشرعت أحكاماً تناسبها للتيسير على الخلق، ومراعاة مصالح العباد وإقامة القسط بينهم وهذا مما ينبغي مراعاته عند تفسير النصوص وتطبيق الأحكام، فلا ينبغي للمجتهد أو الفقيه أو المفتي الجمود على منهج واحد في الفتوى وإن تغير الزمان والعرف والحال، بل لا بد له من مراعاة مقاصد الشريعة الإسلامية وأحكامها العامة وأهدافها الكلية عند الحكم والفتوى في الأمور الجزئية⁽⁷⁹⁾.

فالفقه المقاصدي في تاريخ الفتوى هو فقه خير القرون وسلف الأمة، الفقه الذي تجاوز الخلاف والتعصب لمنهج بعينه، الفقه الذي لا يقوم على فكر منحرف، أو هوى نفس، فقه مفتوح كافة المناهج الاجتهادية المعروفة في خارطة الفقه الاجتهادي، فقه جعل منه الصحابة ميداناً واسعاً للنظر للمصلحة العامة التي لا تعارض أصلاً مقطوعاً به في الكتاب والسنة، فقه مقاصدي يقوم على رعاية المصلحة، وعلى القياس العام

(79) انظر: الفتوى الشرعية الإسلامية، لعبد الله بن محمد آل خنين (21 / 2)، نظرية الضرورة الشرعية، لوهبة الزحيلي ص (18)، القواعد الفقهية الكبرى، للدكتور غانم السدلان ص (248) وما بعدها.

والعقول من غير تأويل فاسد، بعيداً عن الهوى وحظوظ النفس هي ثمرة من ثمار نمو الفقه وازدهاره وتطوره وراثته، ومواكبته للواقع، ومساييرته لركب الحضارة وتقدمها. وقدرته على التعاطي مع قيم الحياة المادية والاستمرارية لكل زمان ومكان.

المبحث السادس

الفقه المقاصدي لمستقبل الفتوى الجماعية في

معالجة الضرورات العصرية

لقد اتسمت الشريعة الإسلامية بخاصية السعة والمرونة وقابليتها لمواجهة التطور البشري والتغير الزماني والمكاني، فتركت النصوص على ضوئها مساحة واسعة للعلماء والمجتهدين في الأمة للفتوى بما هو أصلح وأليق بزمانهم وحالهم، وذلك بمراعاة المقاصد العامة للشريعة الإسلامية مهتدين بحكمها وروحها، إضافة إلى أن معظم النصوص جاءت في شكل مبادئ كلية وأحكام عامة ومرنة إلى حد بعيد بما يستوعب اختلاف الأزمنة والأمكنة والأحوال والعوائد حتى لا يضيق الشارع على الناس إذا ألزمهم بحكم قد يصلح لعصر دون عصر، أو مكان دون مكان، أو حال دون آخر، فمعظم النصوص التي تعرضت للأحكام الجزئية والتفصيلية صاغها الشارع صياغة تتسع لأكثر من فهم مما ساهم في تعدد المذاهب والمدارس الفقهية، ولهذا تركت الشريعة

وأهداف الشريعة، واستنباط الحكم الشرعي الذي يحيط بجوانب المسألة الفقهية المطروحة والتي هي مدار البحث والفتوى، في ظل تداخل وتشابك موضوعات وجوانب الحياة المختلفة في العصر الحاضر، وهذا لا يتأتى إلا لمجموعة من العلماء يتبادلون الآراء، ويكشفون الغموض، ويحيطون بالمسألة من كافة جوانبها، وينظرون في مآلاتها، ورعاية المصالح والمفاسد المترتبة عليها، وهو لا سبيل إليه إلا بالفتوى الجماعية، ولذلك نجد أن الفتوى الفردية في مجال العقيدة أخطر من الفتوى في مجال السلوك والعمل خصوصا أمام تعدد المنابر الإعلامية بخلفياتها المذهبية والطائفية الضيقة، مما يستدعي ضبط هذا النوع من الإفتاء بمقاصد الشرع على منهج سلف الأمة.

فالفتوى الجماعية التي تتكامل فيها الآراء والجهود، هي التي تعالج أزمات الأمة، وتجيّب عن تساؤلاتها العامة، وقضاياها الكبرى، وهي الفتوى التي تنفتح على كافة المناهج الاجتهادية المعروفة في ميدان الفقه الاجتهادي، لأنها تنظر في مختلف الجوانب والأدلة من خلال استعراض النصوص الشرعية، التي يتداولها العلماء، فتضع حكما شرعيا أكمل وأقرب إلى الصواب، وتمثل ملمحا شوريا تتبادل فيه الآراء وتمارس فيه حرية النقد والرأي، ويدور فيها الحوار وينجلي فيها الأمر، وتستبين فيها المسائل، وتظهر فيها الملكات وتنمى فيها

الواسع الذي أساسه عموم الحكمة، فالفقه المقاصدي في باب الإفتاء والأحكام الشرعية لا يتردد في إعمال الأدلة الملحقة بالقياس كالاستحسان والمصالح المرسلّة وسد الذرائع والعرف واستصحاب الحال، فهذه الأدلة تعتمد في الإلحاق بها على عموم الحكمة والمصلحة ومراعاة ظروف وأحوال الناس وواقع حياتهم، وهذا ما يجب علينا مراعاته في الفتاوى الجماعية التي نعالج بها قضايانا المعاصرة المتداخلة والمتشابكة والتي يكثر السؤال عنها من خلال المجامع الفقهية ومؤسسات الاجتهاد الجماعي، حفظا ورعاية لمصالح الأمة، وتحقيقا لمقاصد الشرع في أفعال المكلفين.

إن فقه الواقع في الفتوى الجماعية هو الأداة والوسيلة الأولى لجعل الواقع يأخذ الحكم الشرعي الذي يناسبه إذ إن فقه الواقع يؤول دائما إلى جعل هذا الواقع خاضعا لحكم الشريعة وإلى تحقيق غاياتها وحكمها ومقاصدها، فالحكم الشرعي ليس مقصوده تثبيت أي واقع قائم والتمكين له، وإنما مقصود الحكم الشرعي يدور بين تثبيت الواقع بعد خضوعه للحكم الشرعي أو تغييره إن كان مخالفا لمقصود الشارع، فالفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال. وهذا محتوى واسع من النصوص الشرعية التي تحتاج إلى وجهات نظر مختلفة للإحاطة بها، وإلى عمل مؤسسي جماعي يستعرض النصوص الشرعية ليعمل على استقرار مقاصد وحكم

الخاتمة

النتائج:

1 - تعتبر المقاصد روح التشريع، فلا بقاء لشرع ما لم يظل الفقه والاجتهاد فيه حياً مرناً ذا فعالية وحركة يعبر عن روح التشريع ومقاصده، إذ أنه من مقتضيات النمو والتطور.

2 - ربط الأحكام الفقهية بمقاصدها الشرعية يجعلها قادرة على خدمة كافة المصالح الضرورية والحاجية والتحسينية في كل الظروف والأحوال والأوقات المحيطة بها، كما يعتبر الوسيلة المناسبة للحكم على مستجدات العصر.

3 - إن الفتوى الجماعية فيما تعم به البلوى هي الضامن لوحة الأمة من الاختلاف والتعصب الطائفي في جوانب الفقه الاجتهادي في واقعنا المعاصر رغم تطور حركة التدوين والتأليف.

4 - تعبر الفتوى الجماعية عن وحدة الأمة وتماسكها ووحدة قلوبها ومشاعرها، ومظهرها من مظاهر الشورى، وثمرتها من ثمار نمو الفقه وازدهاره وتطوره وراثته.

5 - الفتوى هي بيان للحكم الشرعي والاجتهاد فيها حياة التشريع، فلا بقاء لشرع ما لم يظل الفقه والاجتهاد فيه حياً مرناً ذا فعالية وحركة، إذ أن من مقتضيات النمو وتطوير الحياة وضرورة انتشار الشريعة

القدرات ويسود فيها التكامل والبناء المعرفي، وتتوحد فيها القلوب وتبرز فيها وحدة الأمة.

أما مقاصد الفقه الإسلامي في مجال الاجتهاد والفتوى فيعتبر الضمانة الوحيدة لاستمرار حاكمية الفقه الإسلامي للمستجدات العصرية، التي تستجد في حياة الناس، فالمقاصد هي سر نمو وتطور الفقه الإسلامي، فكل ضرورة أو حاجة تنزل بالناس في كل زمان هي مرعية من الشارع ومضبوطة بضوابطه، فمصادر التشريع الإسلامي تسع كل جديد في مجالات الحياة المختلفة، ويأتي دور المقاصد الشرعية لخدمة الضروري والحاجي والتحسيني، وتأتي الأدلة المختلف فيها لخدمة المصالح غير المنصوص عليها كالمصالح المرسله، وهذا مجال واسع ومفتوح يمكن تسخيره في إنتاج الأحكام الفقهية المستجدة في حياة الناس، مع التقييد الواعي بالضوابط العامة للمصلحة في الشريعة الإسلامية، لأن تقدير هذا النوع من المصالح يحتاج إلى خبراء ومختصين لضبط نوع المصلحة المعبرة من المصلحة المتوهمة والموازنة بين الأولويات الفقهية، وهذا كله يحتاج إلى فقه اجتهادي جماعي، وفتاوى جماعية تضع الخطه والإطار العملي لمستقبل الفتوى في عالمنا المعاصر، فهل اعتمدنا لأنفسنا منهجاً مقاصدياً لمستقبل الفتوى الجماعية لمعالجة قضايا الإصلاح المجتمعي، مما تعم به البلوى ويكثر عنه السؤال، والقضايا المتجددة في حياة البشرية.

لأنها تقدم حلولاً شرعية سليمة لقضايا اجتماعية كثيرة، لا ملجأ لحلها في غير الفتوى الجماعية.

10 - لعل من أهم أسباب الاختلاف في عصرنا

الحاضر والذي نشر فيه أهل العداوة والبغضاء الفتنة بين أبناء الأمة، إشاعة روح التعصب المذهبي والطائفي وإتباع هوى النفس والشهوات ومزلق الشيطان وأهل البدع والباطل والفكر المنحرف المجانين للحق، وهذا ما لا نجده في الفتوى الجماعية، لأنها تشكل ضماناً لوحدة الأمة.

11 - الفتوى الجماعية هي تأمين للمجتمع

والأمة من الفتنة والافتراق وانتشار الجهل بين أبناء الأمة، وتصدر الجهلاء لقضاياها دون علم ووعي وإدراك، والتأويل الفاسد للنصوص بسبب الجدل وحب الظهور والغلبة والاستظهار بالخصومة والحجة والمناظرة دون طلب الحق والمعرفة به.

التوصيات:

يوصي الباحث بإنشاء مؤسسات جماعية شورية على مستوى المجتمع والأمة من أهل الخبرة والاختصاص كآليات لتقديم النصح والمشورة لمعالجة قضايا المجتمعات المستجدة، وما تعم به البلوى، لتسهم بآرائها وأفكارها في مساعدة هيئات ومؤسسات الاجتهاد الجماعي على مستوى الأمة للخروج بفتاوى في القضايا الكبرى والمصيرية أقرب للحق والصواب.

في العالم: الجزم باعتبار الفتوى الجماعية، خصوصاً في عصرنا هذا عصر السرعة وتعقد المعاملات وتجدد الحوادث والمشكلات.

6 - الفتوى الفردية في مجال العقيدة أخطر من الفتوى في مجال السلوك والعمل خصوصاً أمام تعدد المنابر الإعلامية بخلفياتها المذهبية والطائفية الضيقة، مما يستدعي ضبط هذا النوع من الإفتاء بمقاصد الشرع على منهج سلف الأمة.

7 - إن فقه الواقع في الفتوى هو الأداة والوسيلة

الأولى لجعل الواقع يأخذ الحكم الشرعي الذي يناسبه إذ إن فقه الواقع يؤول دائماً إلى جعل هذا الواقع خاضعاً لحكم الشريعة وإلى تحقيق غاياتها وحكمها ومقاصدها.

8 - الحكم الشرعي ليس مقصوده تثبيت أي واقع

قائم والتمكين له، وإنما مقصود الحكم الشرعي يدور بين تثبيت الواقع بعد خضوعه للحكم الشرعي أو تغييره إن كان مخالفاً لمقصود الشارع، فالفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال. تعتبر الفتوى الجماعية ضرورة شرعية في عصرنا هذا عصر السرعة وتعقد المعاملات وتجدد الحوادث والمشكلات وتشابكها ولما لها من القدرة على التعاطي مع قيم الحياة المادية وعلى مراعاة أحوال الناس.

9 - يعتبر الاجتهاد في الفتوى من أعظم القربات

التي نتقرب بها إلى الله ﷻ ونقطة الارتكاز التي يقوم عليها بيان الحكم الشرعي الأقرب إلى الحق والصواب

أحمد بن يوسف أحمد الدرديري: الفتوى الجماعية بين مقاصد الشرع وضرورات العصر...

الثانية. 1388 هـ.

أبي داود، سليمان بن الأشعث، عون المعبود شرح سنن، طبعة دار الكتب العلمية - بيروت. الطبعة الثانية.

الأصفهاني، الحسين محمد بن المفضل المعروف بالراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن الكريم، طبعة دار القلم دمشق.

أل خنين، عبد الله بن محمد بن سعد آل خنين، الفتوى في الشريعة الإسلامية، مكتبة العبيكان، ط 1429 هـ. الرياض.

الأنصاري. عبد الملك بن هشام - سيرة ابن هشام، دار الصحابة للتراث - طنطا - مصر.

الأنصاري، إسماعيل بن محمد، أخلاق العلماء، عبد الله بن عبد اللطيف آل الشيخ، الناشر: رئاسة إدارات البحوث

العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد - السعودية 1398 - 1978 م.

البخاري، للإمام محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، طبعة دار الطباعة العامرة باستانبول سنة 1315 هـ.

البغدادى، للخطيب البغدادي، الفقه والمتفقه، أحمد بن علي بن ثابت، دار الكتب العلمية. بيروت سنة 1400 هـ

البهوتي، منصور بن يونس بن إدريس، كشف القناع عن متن الإقناع، مكتبة النصر الحديثة، الرياض.

التركي، عبد الله بن عبد المحسن، أصول مذهب الإمام أحمد بن حنبل، مكتبة الرياض الحديثة، الرياض.

الترمذي، لأبي عيسى محمد الترمذي - السنن، مكتبة مصطفى البايي الحلبي - مصر ط 1398 هـ - 1978 م.

الجرجاني، لعلي بن محمد الشريف الجرجاني، التعريفات، الحنفي طبعة الدار التونسية سنة 1971 م.

الحراني، أحمد بن حمدان الحراني، صفة الفتوى والمفتي والمستفتي،

فهرس المصادر والمراجع

ابن القيم، شمس الدين أبي عبد الله محمد بن أبي بكر الجوزية، أعلام الموقعين - دار الجليل - بيروت.

ابن تيمية، لأحمد بن عبد الحلیم، اقتضاء الصراط المستقیم، نشر مجمع الفقه الإسلامي - جدة 1422 هـ.

ابن تيمية، لتقي الدين أحمد بن عبد الحلیم، مجموع الفتاوى - مكتبة العبيكان الرياض ط 1418 هـ - 1997 م.

ابن حزم، ابن حزم الظاهري، الأحكام في أصول الأحكام، تحقيق محمد عبد العزيز، ط 1398 هـ، مطبعة الامتياز.

ابن حنبل، الإمام أحمد بن حنبل الشيباني، المسند، المطبعة الميمنية بالقاهرة، سنة 1312 هـ.

ابن عاشور، محمد الطاهر بن عاشور، مقاصد الشريعة الإسلامية، الشركة التونسية للتوزيع.

ابن عبد البر، أبي عمر يوسف، جامع بيان العلم وفضله، دار ابن الجوزي - الدمام - ط 5 سنة 1422 هـ.

ابن قدامة، موقف الدين عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي الحنبلي، المغني - تحقيق: عبد الله التركي ود. عبد الفتاح

الخلو - دار هجر للطباعة - القاهرة سنة 1406 هـ.

ابن كثير، عماد الدين أبو الفداء إسماعيل بن كثير القرشي «الدمشقي» دار الحديث - القاهرة الطبعة الثانية

1410 هـ - 1990 م.

ابن ماجة، أبي عبد الله محمد بن ماجة، السنن، محمد فؤاد عبد الباقي - دار إحياء التراث العربي - بيروت.

ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن منظور الأفرريقي المصري، لسان العرب - دار صادر.

أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني، المسند تحقيق عبد الرحمن محمد عثمان - المكتبة السلفية بالمدينة، الطبعة

- المكتب الإسلامي، بيروت ط 3 1397 هـ.
- الحسن، أ.د. خليفة بابكر الحسن، الاجتهاد بالرأي في مدرسة الحجاز الفقهية مكتبة الزهراء للنشر - القاهرة.
- الخفيف، للشيخ علي الخفيف، أسباب اختلاف الفقهاء، دار الفكر العربي - القاهرة، ط 2، 1416 هـ - 1996 م.
- الدرعان، د. عبد الله بن عبد العزيز الدرعان، الفتوى في الإسلام، مكتبة التوبة، الرياض، ط 1 1429 هـ.
- الزحيلي، محمد الزحيلي، أدب الفتوى، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، دمشق، ط 1، 1418 هـ.
- الزركشي، خير الدين الزركشي، الأعلام، دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة التاسعة 1990 م.
- الشاطبي، أبي إسحاق إبراهيم بن موسى الشاطبي الغرناطي، الاعتصام، دار الفكر العربي.
- الشافعي، الإمام الشافعي محمد بن إدريس الشافعي، الرسالة، دار صادر، بيروت.
- العريني، د. أحمد بن سليمان، النهج الأقوى في أركان الفتوى، دار العاصمة للنشر. ط 1 1429 هـ.
- العسقلاني، لأحمد بن علي بن حجر، فتح الباري بشرح صحيح البخاري، دار المعرفة، بيروت لبنان.
- الغزالي، أبي حامد بن محمد الغزالي، المستصفى من علم الأصول، ط 2 دار الكتب العلمية بيروت - لبنان 1403 هـ - 1983 م.
- الفاصي، علال الفاسي، مقاصد الشريعة الإسلامية ومكارمها، دار المغرب الإسلامي، بيروت، لبنان ط 5 1993 م.
- الفيروز آبادي، لمجد الدين محمد الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة - بيروت ط 2 1407 هـ - 1989 م.
- الفيومي، أحمد بن محمد، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، المكتبة العلمية - بيروت، لبنان.
- قلعة جي، محمد رواس قلعة جي، معجم لغة الفقهاء، وحامد صداق قنبيي، دار النفائس، بيروت ط 1 1405 هـ.
- الماوردي، أبو الحسن الماوردي، الأحكام السلطانية، نشر دار الكتب العلمية، بيروت.
- مسلم، مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، صحيح مسلم، عيسى البابي الحلبي القاهرة، 1274 هـ - 1955 م.
- المقدسي، موفق الدين عبد الله بن قدامة، روضة الناظر وجنة المناظر، مكتبة الرشد ط 1 1413 هـ الرياض.
- النجار، د. مصلح بن عبد الحي النجار، الأدلة المختلف فيها عند الأصوليين وتطبيقاتها المعاصرة، الرياض النسائي، لأحمد بن شعيب بن علي النسائي، سنن النسائي، طبعة مصطفى البابي الحلبي بمصر 1383 هـ - 1964 م.
- النووي، للإمام محي الدين بن شرف النووي، المجموع شرح المهذب، الطبعة العامة، القاهرة.

دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية بالشركات السعودية المساهمة

فالح بن هادي القحطاني⁽¹⁾، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ⁽²⁾

جامعة الملك عبد العزيز

المستخلص: شاع استخدام رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية ببيئة الأعمال السعودية كخطوة أولى في بناء خطتها الإستراتيجية وكأداة إعلامية لنشر توجهها الإستراتيجي للأطراف ذات العلاقة. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الرسالة والرؤية الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة باستخدام منهج تحليل المحتوى. تكونت عينة الدراسة من 161 شركة مساهمة تمثل 15 قطاعاً، حيث تم جمع الرؤية والرسالة من المواقع الالكترونية الرسمية لهذه الشركات. أظهرت نتائج الدراسة أن معظم الشركات السعودية المساهمة لديها رؤية إستراتيجية أو رسالة منشورة على مواقعها الالكترونية الرسمية، إلا أنه لوحظ التداخل والخلط لدى عدد من تلك الشركات في استخدام مصطلحات الرؤية والرسالة والمهام والأهداف. كما كان التزام الشركات المساهمة في العموم بمعايير الرؤية الإستراتيجية ومعايير الرسالة جيداً، مع ملاحظة انخفاض مستوى وضوحها دون المستوى المأمول. أوصت الدراسة بأهمية صياغة الرسالة والرؤية الإستراتيجية بناءً على أسس علمية ووفق معايير سليمة وبلغة عربية واضحة، وبأهمية نشرهما في المواقع الالكترونية الرسمية للشركات. كما اقترحت تنفيذ المزيد من الدراسات العلمية عن الرسالة والرؤية الإستراتيجية بمجتمعات الأعمال على المستويين المحلي والإقليمي.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الإستراتيجية، التخطيط الإستراتيجي، منهج تحليل المحتوى، المملكة العربية السعودية.

An Analytical Study of Mission and Vision Statements of Publicly Held Corporations in Saudi Arabia

Faleh Hadi AlKahtani⁽¹⁾, & Sulaiman Abdulrahman Al-Alsheikh⁽²⁾

King Abdulaziz University

Abstract: The use of mission and vision statements has become very common in the Saudi business environment as a first step in building strategic plans and as a communication tool with stakeholders. The purpose of this study is to investigate the mission and vision statements of Saudi publicly held corporations. Content analysis technique was used to study 161 Saudi publicly held corporations representing 15 business sectors. Company mission and vision statements were collected from the official web sites of those companies. Results reveal that most of the Saudi publicly held corporations have posted their vision and mission statements on their official web sites. However, some companies appear to use mission, vision, goals, and objectives interchangeably. Moreover, content analysis shows that both vision and mission statements comply in general with most criteria set forth by management scholars. However, the degree of clarity was in general low for both statements. Some recommendations were suggested, among which are the importance to write the mission and vision statements according to proper scientific criteria, using clear and simple language. It is also important to post both statements on company official web sites. Some avenues for future research was also suggested at the national and regional levels.

Keywords: Strategic Management, Strategic Planning, Content Analysis, Saudi Arabia.

(1) Researcher, Faculty of Economics and Administration, King Abdulaziz University	(1) باحث، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز
البريد الإلكتروني: e-mail: falehalkahtani@hotmail.com	
(2) Assistant Professor, Faculty of Economics and Administration, King Abdulaziz University	(2) أستاذ إدارة الأعمال المساعد، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز

المقدمة:

ورسالتها (Cady et al., 2011).

ويشير (Cochran et al., 2008) إلى أن الزيادة المضطردة في المنافسة على مستوى العالم، إضافة إلى التغير السريع للعوامل الاجتماعية والتقنية والاقتصادية، قد أدت إلى إقبال الكثير والكثير من الشركات على وضع رؤية إستراتيجية ورسالة لها، وهذا ما حدث أيضاً لشركات ومؤسسات الأعمال بالمملكة العربية السعودية. وقد قابل هذا الاهتمام العالمي من قبل المهنيين بقطاعات الأعمال اهتماماً مماثلاً من قبل الباحثين الأكاديميين منذ السبعينيات من القرن الماضي (e.g., Drucker, 1974; Pearce, 1982; Pearce and David, 1987; Bart et al., 2001; Van Nimwegen et al., 2008; Cochran et al., 2008; Power, 2012; Rajasekar, 2013) إلّا أننا لا نجد اهتماماً مماثلاً من قبل الباحثين بالمؤسسات الأكاديمية السعودية في هذا المجال. لذا يسعى الباحثان إلى تسليط الضوء على هذا الموضوع الهام من خلال تقييم الرؤى والرسائل التي صممتها الشركات السعودية المساهمة والخروج بتوصيات تساعد على تطوير الممارسات التطبيقية للشركات السعودية فيما يتعلق بتصميم ونشر الرؤية والرسالة واقترح مشاريع مستقبلية للأبحاث العلمية في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

تمارس الرؤية والرسالة دوراً مهماً في نجاح التخطيط الإستراتيجي، وبما أنه لا يوجد نموذج معياري

أصبحت الرؤية الإستراتيجية والرسالة مفهوميين إستراتيجيين مشاعين بين الأكاديميين والمهنيين كأداتين فاعلتين للتخطيط الإستراتيجي (Rajasekar, 2013)، إذ أن الفائدة منهما لا تتوقف عند تصميم الخطة طويلة المدى للمنظمة، بل يتعداها إلى المساعدة في إدارة الأعمال اليومية للمنظمة (Mullane, 2002)، حيث أنهما تعززان قيم وتوجهات المنظمة نحو المستقبل المنشود، وتخدمان أهدافها وغاياتها التي تكافح من أجل تحقيقها، ويعتمد عليهما في توجيه الجهد ووضوح الالتزام والمشاركة الجماعية وتحفيز أفراد المنظمة نحو تحقيق أهدافها (عابد، 2010).

وقد أظهر الاستطلاع السنوي لشركة (Bain and Company) حول الأدوات الإدارية (Management Tools)، أن الرؤية والرسالة كانتا أكثر الأدوات الإدارية استخداماً في الفترة من عام 1993 إلى عام 1997، ثم تم استبدالهما بالتخطيط الإستراتيجي والذي يحوي الرؤية والرسالة كخطوة أساسية من خطواته (Bain and Company, 2013). وقيل أن تجد مقررأ دراسياً في مادة مبادئ الإدارة لا يحتوي على عدد من الصفحات (إن لم يكن فصلاً كاملاً) تتحدث عن الرؤية والرسالة (Bart and Hupfer, 2004). واليوم أصبح متوقعاً من جميع المنظمات، بغض النظر عن نوعها أو حجمها أو مجال نشاطها، تصميم ونشر نص رسمي يعبر عن رؤيتها

الداخلية والخارجية سيعزز من فرص نجاحها في التخطيط الإستراتيجي. وفي المقابل، فإن أي قصور في وضع رسالة المنظمة أو رؤيتها الإستراتيجية سيؤدي إلى قصور الخطة الإستراتيجية للمنظمة.

وتتمثل أهمية الدراسة في النقاط التالية:

أولاً: تفيد هذه الدراسة أصحاب القرار والمهتمين بالإدارة الإستراتيجية في التعرف على واقع الرسالة والرؤية الإستراتيجية في الشركات السعودية المساهمة. ثانياً: تقدم هذه الدراسة إطاراً تحليلياً لدرجة وضوح الرؤية والرسالة، ومؤشراً للمدى تطبيق الأسس والمعايير عند تصميمها.

ثالثاً: تكتسب الدراسة بعداً أكاديمياً هاماً حيث أنها تشير إلى ضعف اهتمام الباحثين في المملكة العربية السعودية بالأبحاث المتعلقة بالرؤية والرسالة وتقتصر مجالات متعددة لأبحاث تطبيقية يمكن تنفيذها حول هذا الموضوع.

رابعاً: تفيد هذه الدراسة رجال الأعمال والمستثمرين، الذين يرغبون بالاستثمار في السوق المالية السعودية، لمساعدتهم في استشراف مستقبل الشركات السعودية المساهمة من خلال تحليل رؤية ورسالة تلك الشركات.

أهداف الدراسة:

1 - تحديد الأسس والمعايير العلمية المناسبة لكتابة نصي الرسالة والرؤية الإستراتيجية.

محدد لإعداد الرؤية والرسالة، فقد لا تنجح بعض منظمات الأعمال في صياغتها بالصورة التي تريد إيصالها إلى المهتمين من مساهمين وعملاء وعاملين، أو في تكوين صياغة واقعية ومعبرة لهما. ففي حين نجد بعض الشركات تنظر إلى رسالتها ورؤيتها، على أنها منهج في الفكر الإستراتيجي الخلاق حول تحديد مستقبلها، واختيار أنشطتها ومكانتها السوقية المتوقعة، لا يزال عدد من الشركات السعودية المساهمة تصارع من أجل صياغة رؤية ورسالة واضحتين ودقيقتين. وبالاستطلاع الأولي لاحظ الباحثان تباين في اهتمام الشركات السعودية المساهمة بنشر الرؤية والرسالة. كما لاحظا وجود اختلاف في درجة وضوح ودقة الرؤية والرسالة من شركة إلى أخرى.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في محورية الدور الذي تمارسه رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية في نجاح التخطيط الاستراتيجي، حيث أن الانفاق على الرؤية والرسالة هو الخطوة الأولى في عملية التخطيط الإستراتيجي، ناهيك عن كونها المصدر الموجه والمحدد لعناصر الخطة الإستراتيجية كالأهداف الإستراتيجية والأهداف التشغيلية التفصيلية وما يتبعها من إجراءات وخطط عمل وموازنات وغيرها. لذا فإن نجاح المنظمة في وضع رؤية ورسالة تتناسبان مع تطلعاتها المستقبلية وتتجاوبان مع العوامل الإستراتيجية في بيئتي العمل

3 - الحدود الزمانية: اقتصرَت الدراسة على

الفترة الزمنية من أكتوبر 2013 إلى يناير 2014م.

الإطار النظري:

يعود اهتمام الباحثين بالرؤية والرسالة إلى عام

1974 حين سلط (Drucker) الضوء على أهمية رسالة

المنظمة بقوله: «رسالة الشركة هي الأساس لوضع

الأولويات والسياسات والخطط ومهام العمل. إنها نقطة

البداية لتصميم الوظائف الإدارية، وفوق كل شيء،

لتصميم الهيكل التنظيمي». إلا أن المرجع الحقيقي

للأبحاث في هذا المجال هو الدراسة التي نفذها

(Pearce, 1982) تحت عنوان «رسالة الشركة كأداة

إستراتيجية» والتي أكد فيها على ضرورة مشاركة كافة

الأطراف ذات العلاقة من داخل وخارج الشركة في

تصميم أو إعادة تصميم رسالتها، حيث أن لكل من هذه

الأطراف الحق في أن تهتم الشركة بتوفير مطالبه. كما اقترح

إطاراً نظرياً يساعد على تصميم رسالة المنظمة في ظل

تعارض مصالح الأطراف ذات العلاقة وتنوع مطالبهم.

وقد أجمع المهتمون بالإدارة من أكاديميين

ومهنيين على السواء بأن رسالة المنظمة هي الخطوة الهامة

الأولى في عملية التخطيط الإستراتيجي (Pearce and

David, 1987; Bart et al., 2001; Power, 2012;

Rajasekar, 2013)، كما أن الرؤية الإستراتيجية

الواضحة متطلب للقيادة الإستراتيجية الفعالة

2 - التعرف على مدى التزام الشركات السعودية

المساهمة بالأسس والمعايير العلمية في بناء وتصميم

الرسالة والرؤية الإستراتيجية.

3 - الكشف عن مدى اهتمام الشركات السعودية

المساهمة بنشر وإعلان رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية.

4 - تسليط الضوء على أهمية العناية ببناء

وتصميم الرسالة والرؤية الإستراتيجية على المستوى

التطبيقي، وتشجيع إجراء البحوث والدراسات على

المستوى الأكاديمي.

تساؤلات الدراسة:

1 - ما مدى اهتمام الشركات السعودية المساهمة

بنشر وإعلان رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية؟

2 - ما مدى تبني الشركات السعودية المساهمة

للمعايير الجيدة في تصميم رسالة المنظمة ورؤيتها

الإستراتيجية؟

3 - ما درجة وضوح الرسالة والرؤية

الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة؟

حدود الدراسة:

1 - اقتصرَت الدراسة الحالية على تناول وتحليل

الرسالة والرؤية الإستراتيجية للشركات السعودية

المساهمة المدرجة في السوق المالية السعودية «تداول»، من

خلال مواقعها الرسمية على شبكة الإنترنت.

2 - الحدود الجغرافية: المملكة العربية السعودية.

تؤثران على أداء المنظمة بأحد طريقتين، إما تأثير سلبي أو تأثير إيجابي (Rajasekar, 2013). ويؤكد بعض الباحثين هذا الرأي بقولهم أن رسالة المنظمة يمكن في بعض الأحيان أن تقود المنظمة إلى نتائج عكسية (Bartkus et al., 2000). لذا فإن الجدل العلمي القائم منذ أكثر من ثلاثين عاماً «هل تعتبر الرسالة أداة إدارية ذات قيمة أم أنها عبارة عن نشاط بيروقراطي آخر؟» ما زال قائماً حتى الآن (Desmidt et al., 2011).

مفهوم الرؤية والرسالة بين النظرية والتطبيق:

يتضح الفرق جلياً بين رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية لدى علماء الإدارة الإستراتيجية سواء في كتبهم الدراسية (e.g., David, 2011; Wheelen and Hunger, 2012) أو أبحاثهم العلمية (e.g., Cady et al., 2011; Sufi and Lyon, 2003). ففي حين تحدد الرسالة الغاية من إنشاء المنظمة، تتولى الرؤية الإستراتيجية بيان ما تريد المنظمة أن تكون عليه. فالرسالة تعرّف المنظمة في الوقت الحاضر، بينما ترسم الرؤية الإستراتيجية صورة ملهمة عن المنظمة في المستقبل.

وعلى الرغم من وضوح الفرق بين الرؤية والرسالة في المجتمع الأكاديمي، إلا أننا نلاحظ اختلاطها لدى مجتمعات الأعمال والتفاوت في استخدامها. ويزيد الأمر غموضاً استخدام بعض المنظمات لعبارات أخرى مثل القيم والفلسفة

(Thompson and Strickland, 1996). وهذا ما حدى بأكثر من نصف الشركات الأمريكية القائمة في التسعينيات من القرن الماضي إلى تصميم رؤية إستراتيجية أو رسالة لها، بعد أن كان عدد الشركات المهتمة قبل ذلك بعشر سنوات لا يتجاوز ربع الشركات الأمريكية (Cady et al., 2011).

الفوائد المتحصلة من رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية: يتفق كثير من الباحثين (e.g., Pearce and David, 1987; Bart, 2000; Bartkus et al., 2000; Desmidt et al., 2011) على أن كتابة رسالة للمنظمة (وبالمثل كتابة رؤية إستراتيجية لها) ستعود عليها بثلاث فوائد أساسية، هي: (Power, 2012)

1 - الاتفاق على توجه عام للمنظمة يقنن عملية اتخاذ القرارات وينظم توزيع الموارد.
2 - رفع مستوى حافزية أفراد المنظمة.
3 - التواصل الفعال مع الأطراف ذات العلاقة داخل وخارج المنظمة.

وعلى الرغم من اتفاق معظم علماء الإدارة والممارسين المهنيين على تلك الفوائد إلا أن الأبحاث العلمية في هذا الموضوع لم توفر إلا أدلة محدودة على صحة هذه الإدعاءات (Alavi and Karami, 2009; Bart, 1997; Bart and Hupfer, 2004). بل إن بعض علماء الإدارة يرون أن الرؤية الإستراتيجية والرسالة

400 شركة من الشركات المدرجة في قائمة (Business Week Global 1000 لعام 2004 بوجود تنوع كبير جداً بين الشركات فيما يتعلق بمحتويات الرسالة، كما أن معظم العناصر التقليدية التي اقترحت في الدراسات السابقة غير موجودة لدى الكثير من رسائل تلك الشركات (Rarick and Nickerson, 2006).

معايير كتابة نص رسالة المنظمة:

تعج الأدبيات البحثية بالتعاريف المختلفة لرسالة المنظمة (e.g., Pearce, 1982; Pearce and David, 1996; Wheelen 1987; Thompson and Strickland, and Hunger, 2012)، إلا أنها جميعاً أكدت على دورها في تحديد نطاق العمل فيما يتعلق بالسلع أو الخدمات التي تقدمها المنظمة وبالأسواق التي تعمل بها، كما أنها تظهر القيم والأولويات التي تؤمن بها (Rajaseker, 2013). ويشير (Cochran et al., 2008) إلى أن رسالة المنظمة قد تكون أكثر أجزاء الخطة الإستراتيجية علانية، حيث أنه يتم نشرها بأكثر من طريقة داخل وخارج المنظمة، لذا كان لزاماً التأكد من احتوائها على كافة العناصر والمعايير الأساسية وأن تصل بوضوح إلى الأطراف ذات العلاقة. لذا اهتم الباحثون بتحديد مواصفات الرسالة المثالية معتمدين بشكل أو بآخر على الدراسة المرجعية التي قام بها (Pearce and David, 1987) والتي اقترحا فيها ثمانية عناصر لرسالة المنظمة، وهي:

الإستراتيجية، لتظهر تلك المفاهيم لدى بعضها في عبارات مستقلة ولدى البعض الآخر مدموجة جميعاً تحت نص الرسالة (Power, 2012). ويؤدي ذلك إلى عدم وضوح تلك العبارات وبالتالي إلى تردد المديرين في استخدامها كأدوات إستراتيجية لتوجيه منظماتهم (Cady et al., 2011). كما أن ذلك يؤثر على دقة الدراسات العلمية في هذا المجال حيث أن الباحثين يضطرون إلى تخمين الرسائل الخاصة ببعض المنظمات بسبب عدم وجود نص واحد وواضح وصريح للرسالة (Sufi and Lyon, 2003).

وعلى الرغم من أن المجتمع الأكاديمي قد أفرد عشرات الأبحاث لدراسة رسالة المنظمة واقترح العديد من المعايير الضابطة لخصائصها ومحتوياتها، إلا أننا لا نجد امتثالاً من قبل مجتمعات الأعمال باستخدام تلك المعايير عند تصميم رسائل المنظمات (Power, 2012). ويؤكد (Graham and Havlick, 1994) ذلك في كتابها «رسائل المنظمات» حين قالت أن «هذا الكتاب جمع 622 رسالة لمنظمات أعمال، ولا توجد رسالتان منهما يتبعان نفس الشكل أو الأسلوب أو النمط». كما أظهرت دراسة على 95 شركة غربية تعمل في قطاعات الحاسب الآلي والصناعات الغذائية والخدمات المصرفية الضعف الشديد في جميع رسائل تلك الشركات (David and David, 2003). وأظهرت دراسة أخرى تم تنفيذها على

المنظمة بحيث تكون واضحة، وملائمة، وحديثة، ومكتوبة بلهجة إيجابية ملهمة، وفريدة، ومستمرة، ومتوافقة مع الجمهور المستهدف (Stone, 1996).

معايير كتابة نص الرؤية الإستراتيجية:

على عكس الاهتمام الكبير من قبل علماء الإدارة الإستراتيجية بدراسة رسالة المنظمة، كان اهتمامهم بدراسة الرؤية الإستراتيجية محدوداً، بل إن الأبحاث الأكاديمية حول موضوع الرؤية الإستراتيجية نادرة جداً. ولعل السبب في ذلك يرجع إلى اختلاط مفهوم الرسالة والرؤية لدى مجتمعات الأعمال والتفاوت في استخدامها، حتى أن العديد من الشركات تضع نصاً واحداً يعبر عن الرؤية والرسالة (Power, 2012)، وهذا ما حدى ببعض الباحثين إلى اعتبار كل النصوص التي تنشرها المنظمة (سواء كانت رسالة أو رؤية أو قيم أو غيرها) جزءاً من رسالتها (e.g., Cady et al., 2011; Rarick and Nickerson, 2006).

إن ضعف اهتمام الباحثين بالرؤية الإستراتيجية لا ينفي قيمتها كجزء أساس من الخطة الإستراتيجية (Collins and Porras, 1991; David, 2011; Wheelen and Hunger, 2012). فالرؤية الإستراتيجية توفر شعوراً مشتركاً لدى أفراد المنظمة لتحقيق الغرض النهائي لها، كما أنها ترسم إطاراً مستقبلياً يساعد على تحديد البرامج والخطط وأولويات العمل (عابد، 2010). وتكمن القيمة

1 - تحديد العملاء والأسواق المستهدفة.

2 - تعيين السلع والخدمات الأساسية.

3 - تحديد النطاق الجغرافي للعمل.

4 - تحديد التقنية المستخدمة.

5 - إظهار الالتزام بالصمود والنمو والربحية.

6 - تحديد العناصر الأساسية لفلسفة المنظمة.

7 - توضيح النظرة الذاتية للمنظمة نحو إمكاناتها.

8 - بيان الصورة النمطية العامة التي تود المنظمة

أن تظهر بها.

وبعد ذلك أضاف (David, 1989) في دراسة لاحقة عنصراً تاسعاً وهو الاهتمام بالموظفين. وبالمقابل، حدد (Bart) في دراساته المتعددة (e.g., 1996, 1998, 1999, 2000) ما يقارب 25 عنصراً يمكن أن تتضمنها رسالة المنظمة. والواضح أنه لا يوجد اتفاق بين علماء الإدارة حول العناصر اللازم وجودها في رسالة المنظمة (Bart and Hupfer, 2004; Sufi and Lyons, 2003).

إن التنوع البائن بين منظمات الأعمال فيما يتعلق بنوع الملكية والموارد المتاحة والبيئة المحيطة يجعل رسالة المنظمة خاصة وفريدة لكل منها (Sufi and Lyon, 2003). ويظهر ذلك في الاختلاف بين الرسائل فيما يتعلق بالطول (أي عدد الكلمات) والتصميم والمحتوى (Jauch and Glueck, 1988). إلا أن ذلك الاختلاف لا ينفي أهمية التقييد بعدد من المعايير العامة عند كتابة رسالة

فالح بن هادي القحطاني، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ: دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية... .

الحقيقية للرؤية الإستراتيجية في تجسيد الفجوة بين الواقع
الفعلي للمنظمة والمستقبل المأمول الذي تود أن تصل إليه،
وبالتالي تصبح جميع قرارات المنظمة وأنشطتها موجهة
نحو سد هذه الفجوة (الرويتع، 2006).

بحيث يمكن نشرها للمساهمين والعاملين والجهات
ذات العلاقة.
منهجية الدراسة:
اعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج الوصفي
التحليلي حيث إنه الأكثر ملائمة ومناسبة لموضوع
البحث، كما اعتمدا على منهج تحليل المحتوى (Content
Analysis)، بهدف الوصول إلى الوصف الموضوعي
المنظم الكمي لمحتوى الرؤية والرسالة للشركات
السعودية المساهمة، حيث تم جمع هذه النصوص من
المواقع الإلكترونية الرسمية للشركات السعودية المساهمة.
مجتمع وعينة الدراسة:

وهناك سمات مهمة يجب توافرها في الرؤية
الإستراتيجية الجيدة (حمدان وإدريس، 2007) ومنها:
1 - أن تجسد صورة خيالية مستقبلية عن المنظمة.
2 - أن تلهم أعضاء المنظمة وتحفزهم للعمل،
لشعورهم بأنهم جزء من هذا المستقبل.
3 - أن توجه موارد المنظمة نحوها وأن تنظم
اتخاذ القرارات على أساسها.

تألف مجتمع الدراسة وعينتها، من جميع الشركات
السعودية المساهمة والمدرجة في السوق المالية السعودية
(تداول)، والذي يتكون من 161 شركة مساهمة، تمثل 15
قطاعاً، موزعين بحسب الجدول التالي:

4 - أن تكون شاملة ومرنة وحيوية بما يسمح
باستخدامها كقاعدة لمبادرات مختلفة في نفس الوقت.
5 - أن تكون عملية يمكن تحقيقها ويراهن عليها.
6 - أن تحمل رسالة إعلامية واضحة وسهلة

جدول رقم (1) مجتمع الدراسة.

م	القطاع	عدد الشركات	م	القطاع	عدد الشركات
1	المصارف والخدمات المالية	11	9	شركات الاستثمار المتعدد	7
2	الصناعات البتروكيمياوية	14	10	الاستثمار الصناعي	14
3	الأسمنت	13	11	التشييد والبناء	15
4	التجزئة	12	12	التطوير العقاري	8
5	الطاقة والمرافق الخدمية	2	13	النقل	4
6	الزراعة والصناعات الغذائية	16	14	الإعلام والنشر	3
7	الاتصالات وتقنية المعلومات	5	15	الفنادق والسياحة	3
8	التأمين	34	المجموع: 161 شركة		

أدوات الدراسة:

كما تم تصميم بطاقة تحليل المحتوى بعد الرجوع إلى الدراسات والأدبيات السابقة للحصول على الأسس والمعايير الواجب توفرها في رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية. وقد حوت البطاقة في صورتها الأولية 7 معايير للرؤية الإستراتيجية و13 معيار للرسالة. بعد ذلك تم عرض البطاقة على المجموعة البؤرية والتي قامت بمراجعتها وتنقيحها لتحتوي في صورتها النهائية على 5 معايير للرؤية الإستراتيجية و15 معيار للرسالة. بعد ذلك عقد الباحث الرئيسي مع أعضاء المجموعة البؤرية 15 اجتماعاً لدراسة وتحليل الرؤية والرسالة لكل شركة من الشركات السعودية المساهمة على حدة باستخدام بطاقة تحليل المحتوى، وشملت تلك الاجتماعات عرض الوثائق واستعراضها ومناقشتها وتقييم محتوياتها وتدوينها وقراءتها واعتمادها.

تقنين الأداة:

أولاً: الصدق:

تم التأكد من صدق الأداة من خلال ما يلي:

1- الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم عرض أداة الدراسة، على عدد من المحكمين (أعضاء المجموعة البؤرية) وذلك للاسترشاد بأرائهم حول مدى وضوح العبارات ومدى ملائمتها لما وضعت لأجله، ومدى مناسبتها للمحور الذي تنتمي إليه، مع وضع التعديلات والاقتراحات التي يمكن من خلالها

تبلور فكرة هذه الدراسة حول تحليل محتوى نصوص الرؤية الإستراتيجية والرسالة للشركات السعودية المساهمة. ولضمان سلامة نتائج الدراسة من الانطباعات الشخصية (subjective view) قام الباحثان باستخدام أداتين هما المجموعة البؤرية وبطاقة تحديد المحتوى.

فقد تم دعوة مجموعة مكونة من ثلاثة خبراء في مجال الإدارة الإستراتيجية والتسويق والإدارة الهندسية، لديهم خبرات طويلة في مجال الإدارة والتخطيط. الأول يحمل شهادة البكالوريوس في إدارة الأعمال من إحدى الجامعات الغربية، وله خبرة في العمل تقارب الثمانية عشر عاماً في مجال صناعة المرطبات، ويشغل حالياً منصب عضو مجلس إدارة بإحدى شركات المرطبات السعودية. أما الخبير الثاني فهو يحمل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال من إحدى الجامعات الغربية، وقد عمل في شركات عالمية لأكثر من خمسة وعشرين عاماً، ويشغل حالياً منصب مدير التسويق لمنطقة الشرق الأوسط بأحد الشركات السعودية القابضة العاملة في مجال بيع التجزئة. أما الخبير الثالث فهو يحمل شهادة الماجستير في الإدارة الهندسية من إحدى الجامعات الغربية، وعمل لأكثر من عشر سنوات بإحدى الشركات القابضة السعودية، وهو يشغل حالياً منصب مدير المخاطر بنفس الشركة.

فالح بن هادي القحطاني، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ: دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية... .

جدول رقم (3) معاملات ارتباط بيرسون للمحور الثاني (الرسالة).

رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية	رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية
1	0.956	دالة	9	0.807	دالة
2	0.939	دالة	10	0.939	دالة
3	0.893	دالة	11	0.886	دالة
4	0.911	دالة	12	0.782	دالة
5	0.937	دالة	13	0.825	دالة
6	0.949	دالة	14	0.822	دالة
7	0.960	دالة	15	0.920	دالة
8	0.928	دالة	.		

ثانياً: ثبات أداة الدراسة:

يوضح الجدول رقم (4)، أن مقياس الدراسة يتمتع بثبات مقبول إحصائياً، حيث بلغت قيمة معامل الثبات لمحور الرؤية الإستراتيجية (0.984) ولمحور الرسالة (0.983)، في حين بلغت قيمة معامل الثبات الكلية (0.978)، وهي نسب ثبات عالية تدل على القبول، ويمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية.

جدول رقم (4) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة.

م	المحور	معامل الثبات
1	الرؤية الإستراتيجية	0.984
2	الرسالة	0.983
	الثبات الكلي	0.978

نتائج الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام

تطوير بطاقة المحتوى. وبناءً على التعديلات والاقتراحات التي اتفق عليها المحكمون تم إجراء التعديلات اللازمة حتى أصبحت بطاقة تحليل المحتوى في صورتها النهائية.

2- صدق الاتساق الداخلي

جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة؛ بتطبيق بطاقة تحليل المحتوى على عينة استطلاعية مكونة من 30 شركة، وتم حساب معامل الارتباط «بيرسون» لمعرفة الصدق الداخلي لبطاقة تحليل المحتوى، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل فقرة من فقرات البطاقة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (انظر الجدول رقم 2 والجدول رقم 3). وكانت جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) لكلا المحورين؛ مما يدل على أن فقرات بطاقة تحليل المحتوى لمحوري الرؤية والرسالة على درجة عالية من الدقة، ويعطي دلالة على ارتفاع معاملات الاتساق الداخلي، كما يشير إلى مؤشرات صدق كافية، يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية.

جدول رقم (2) معاملات ارتباط بيرسون للمحور الأول (الرؤية الإستراتيجية).

رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية
1	0.959	دالة
2	0.968	دالة
3	0.982	دالة
4	0.984	دالة
5	0.953	دالة

ما نسبته 82.6%. واتضح للباحثان في أثناء هذه الدراسة أن هناك تداخلاً وخطاً لدى عدد من الشركات السعودية المساهمة في المفاهيم الإستراتيجية، مثل: (الرؤية، والرسالة، والمهام، والأهداف) في ظاهرة تشابه ما وجده الباحثون في الدراسات الغربية (e.g., Sufi and Lyon, 2003; Cady et al., 2011; Power, 2012). ولم يتسن ربط هذه النتائج بنتائج سابقة من بيئة الأعمال السعودية نظراً لعدم وجود دراسات أو إحصائيات منشورة توضح مدى اهتمام الشركات السعودية بنشر رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية.

إن إخفاق 25% من الشركات السعودية المساهمة في أن تكون لهم رؤية إستراتيجية منشورة على مواقعها الالكترونية الرسمية، وكذلك إخفاق 17% منها في أن تكون لهم رسالة منشورة على مواقعها الالكترونية الرسمية، لا يعني بالضرورة عدم تبني تلك الشركات لمبادئ التخطيط الإستراتيجي أو عدم وضوح التوجه الإستراتيجي لهذه الشركات في أذهان القائمين عليها. كما أن أسباب هذا الإخفاق تقع خارج نطاق هذه الدراسة.

عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني: «ما مدى تبني الشركات السعودية المساهمة للمعايير الجيدة في تصميم رسالة المنظمة ورؤيتها الإستراتيجية»؟ للإجابة عن هذا السؤال؛ تم تقييم الرؤية

الشركات السعودية المساهمة بنشر وإعلان رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية، ودرجة تبني تلك الشركات للمعايير الجيدة في كتابة الرسالة والرؤية الإستراتيجية، وكذلك الكشف عن درجة وضوح الرسالة والرؤية الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة. وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول: «ما مدى اهتمام الشركات السعودية المساهمة بنشر وإعلان رسالتها ورؤيتها الإستراتيجية»؟

شاع استخدام المواقع الالكترونية الرسمية للشركات كأحد قنوات التواصل مع المهتمين بها من الأطراف ذات العلاقة والراغبين في الحصول على معلومات عامة عن الشركة. وعليه فقد اعتمدت بعض الدراسات السابقة (e.g., Rarick and Nickerson, 2006; Rajasekar, 2013) في حصولها على الرؤية والرسالة على المواقع الالكترونية الرسمية للشركات. وبالمثل، فقد تم جمع الرؤى والرسائل للشركات السعودية المساهمة من المواقع الالكترونية الرسمية لتلك الشركات.

أوضحت الدراسة أن العدد الأكبر من الشركات السعودية المساهمة (121 شركة) يمثلون ما نسبته 75.2% لديهم رؤية إستراتيجية معلنة، في حين يزداد عدد الشركات التي لديها رسالة معلنة إلى 133 شركة يمثلون

فالح بن هادي القحطاني، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ: دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية...

(4.3 من 5) أي 86.6 %، وبالمثل تم تقييم رسائل الشركات السعودية المساهمة ومجموعها 133 رسالة فكان متوسط التقييم (10.4 من 15) أي 69.5 %.

وتشير هذه النتائج إلى التزام الشركات السعودية المساهمة في العموم بالمعايير المناسبة لكتابة الرؤية الإستراتيجية من حيث وضوح كلماتها وانسجام عباراتها ومصداقيتها. كما أنها تستشرف الاتجاه المستقبلي للشركة وقابلة للتحقيق وملهمة لحماس العاملين بها (انظر الجدول رقم 5).

والرسالة لكل شركة على حدة باستخدام بطاقة تحليل المحتوى، فكان تقييم الرؤية الإستراتيجية مبنياً على خمسة معايير في حين كان تقييم الرسالة مبنياً على خمسة عشر معياراً، وتم استخدام مقياس ثنائي لكل معيار بحيث يمنح النص المراد تقييمه درجة (1) في حالة توفر المعيار ودرجة (صفر) في حالة عدم توفره. وعليه تكون الدرجة القصوى لتقييم الرؤية الإستراتيجية (5) درجات والدرجة القصوى لتقييم الرسالة (15) درجة. وقد تم تقييم الرؤى الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة ومجموعها 121 رؤية فكان متوسط التقييم لها

جدول رقم (5) توفر المعايير الجيدة في بيان الرؤية الإستراتيجية.

م	المعيار	متوفر		غير متوفر	
		ك	%	ك	%
1	تحدد الاتجاه وتستشرف المستقبل	103	85.1	18	14.9
2	ملهمة وتولد الطاقة لدى العاملين	100	82.6	21	17.4
3	مفهومة ويمكن استيعابها بوضوح	109	90.1	12	9.9
4	تتسم بالمصداقية وقابلة للتحقيق على المدى البعيد	113	93.4	8	6.6
5	صياغتها منسجمة ومتراصة	99	81.8	22	18.2
	المتوسط الحسابي لتوفر المعايير الجيدة		86.6 %		13.4 %

خلاله واهتمامها بالعاملين لديها (انظر الجدول رقم 6). وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة (e.g., David and David, 2003; Rarick and Nickerson, 2006).

كما تشير النتائج إلى أن التزام الشركات المساهمة في العموم بالمعايير المناسبة لكتابة الرسالة هو التزام مقبول، مع وجود ضعف شديد في التزامها ببعض المعايير مثل توضيح اهتمام الشركة بالبحوث والتطوير وتبنيها للتقنية وتحديثها للنطاق الجغرافي الذي تعمل

جدول رقم (6) توفر المعايير الجيدة في بيان الرسالة.

م	المعيار	متوفر		غير متوفر	
		ك	%	ك	%
1	تفسر سبب وجود الشركة والغرض الأساسي لها	114	85.7	19	14.3
2	توضح هوية الشركة	106	79.7	27	20.3
3	تعبر عن قيم وفلسفة الشركة	94	70.7	39	29.3
4	إرشادية، تساعد على الاختيار بين البدائل الإستراتيجية	100	75.2	33	24.8
5	منظورة، مشرقة للأمال	104	78.2	29	21.8
6	تحدد مجال أنشطة الشركة وأعمالها	113	85.0	20	15.0
7	قابلة للتطبيق، يمكن تحويلها إلى سياسات وبرامج عمل	118	88.7	15	11.3
8	منسجمة مع الرؤية الإستراتيجية للشركة	111	83.5	22	16.5
9	تحدد الأسواق وأماكن التواجد أو التوسع الجغرافي	71	53.4	62	46.6
10	توضح المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة	111	83.5	22	16.5
11	متوجهة نحو العملاء	98	73.7	35	26.3
12	تهتم بالعاملين	56	42.1	77	57.9
13	تهتم بالبحوث والتطوير	16	12.0	117	88.0
14	تعكس تبني الشركة للتكنولوجيا والسعي لامتلاكها	58	43.6	75	56.4
15	صياغتها اللغوية منسجمة ومتراصة	116	78.2	17	12.8
المتوسط الحسابي لتوفر المعايير الجيدة		%.69.5		%.30.5	

الاعتبار مدى توافر المعايير الجيدة المذكورة في بطاقة تحليل المحتوى.

جدول رقم (7). السلم المعياري للحكم على درجة وضوح الرسالة والرؤية الإستراتيجية.

تصنيف الحكم	درجة الوضوح
واضحة تماماً	من 90 إلى 100
واضحة	من 80 إلى أقل من 90
واضحة إلى حد ما	من 70 إلى أقل من 80
غامضة	من 60 إلى أقل من 70
غامضة تماماً	من 1 إلى أقل من 60

عرض النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث: «ما مدى وضوح الرسالة والرؤية الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة؟»

ولإجابة عن هذا السؤال؛ قام الباحث الرئيسي وأعضاء المجموعة البؤرية بدراسة وتحليل الوثائق المنشورة المتعلقة بالرسالة والرؤية الإستراتيجية لكل شركة من الشركات السعودية المساهمة على حدة وذلك باستخدام سلم معياري (انظر الجدول رقم 7) للحكم على درجة وضوح النص المراد تقييمه، مع الأخذ في

فالح بن هادي القحطاني، وسليمان بن عبدالرحمن آل الشيخ: دراسة استطلاعية للرسالة والرؤية الإستراتيجية...

وتشير نتائج التحليل إلى أن درجة وضوح الرؤية الإستراتيجية للشركات السعودية المساهمة في العموم «غامضة»، حيث بلغ المتوسط الحسابي لدرجة الوضوح 57.4 من مائة درجة، مع وجود تباين في درجة الوضوح بين تلك الشركات (انظر الجدول رقم 8).

بين هذه الشركات. كما أن درجة وضوح الرسالة لتلك

جدول رقم (8) التكرارات والنسب المئوية لدرجة وضوح الرؤية الإستراتيجية والرسالة للشركات السعودية المساهمة.

م	درجة الوضوح	الرؤية		الرسالة	
		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات
1	غامضة تماماً	7.4	9	21.8	29
2	غامضة	10.7	13	16.5	22
3	واضح إلى حد ما	0	0	15.8	21
4	واضحة	18.2	22	34.6	46
5	واضحة تماماً	63.6	77	11.3	15
	الإجمالي	100	121	100	133

المطلوب توفرها في الرسالة أكثر تحديداً منها في الرؤية الإستراتيجية. أهم التوصيات:

يوصي الباحثان في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة بمجموعة من التوصيات العملية والعلمية، وهي:

• على الشركات السعودية المساهمة نشر وإعلان الرسالة والرؤية الإستراتيجية في مواقعها الإلكترونية الرسمية، لما لذلك من أهمية في تحقيق التواصل الفعال مع الأطراف ذات العلاقة فيما يختص بالتوجه

تشير هذه النتائج إلى انخفاض مستوى وضوح الرؤية والرسالة بالشركات السعودية المساهمة دون المستوى المأمول، وهذا يتوافق مع ما توصل إليه بعض الباحثين في دراسات سابقة (e.g., Sattari et al., 2011; Ahmed et al., 2013). ويلاحظ أن هذه المشكلة تظهر بشكل أكثر عمقاً في رسائل الشركات، ففي حين كانت الرؤية الإستراتيجية لسبعة وسبعين شركة (أو 63.6٪ من مجموع الشركات) واضحة تماماً، كانت رسائل 15 شركة (أو ما يعادل 11.3٪ من مجموع الشركات) فقط واضحة تماماً. ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أن المعايير

الرؤية والرسالة والقيم، مجلة الدبلوماسي، العدد (28)،
جمادى الأولى 1427هـ.

عابد، سعود (2010) الرؤية الاستراتيجية المستقبلية وصور من
الواقع (الجزء الأول)، جريدة الرياض، العدد (15312)،
13 جمادى الآخرة 1431هـ.

عابد، سعود (2010) الرؤية الاستراتيجية المستقبلية وصور من
الواقع (الجزء الثاني)، جريدة الرياض، العدد (15319)،
20 جمادى الآخرة 1431هـ.

عبيد، عصام (2009) التخطيط الاستراتيجي في مؤسسات
المعلومات: دراسة تخطيطية في الأسس والمعايير للرؤية
والرسالة في مجتمع المعرفة، مجلة دراسة المعلومات، العدد
(4)، ص 31 - 78.

المريسي، جمال الدين، وآخرون (2005) الإدارة الاستراتيجية،
مفاهيم ونماذج تطبيقية، الإسكندرية: الدار الجامعية.
المغربي، عبد الحميد (1999) الإدارة الاستراتيجية، لمواجهة تحديات
القرن الحادي والعشرين، القاهرة: مجموعة النيل العربية.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Ahmed, I., Shaukat, M. Z., and Islam, T. 2013. Mission statements readability: an insight into Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 4(2): 132-150.
- Alavi, M. T. and Karami, A. 2009. Managers of small and medium enterprises: mission statement and enhanced organizational performance. *Journal of Management Development*, 28(6): 555-562.
- Bain and Company. 2013. *Management Tools: An executive's guide*, Bain and Company, Boston, MA.
- Bart, C. K. 1996. The impact of mission statements on firm innovativeness. *International Journal of Technology Management*, 11(3/4): 479-493.
- Bart, C. K. 1997. Sex, lies, and mission statements. *Business Horizons*, 40(6): 9-18.
- Bart, C. K. 1998. Comparison of mission statements and their rationales in innovative and non-innovative firms. *International Journal of Technology Management*, 16(1/2/3): 64-77.
- Bart, C. K. 1999. Mission statement content and hospital performance in the Canadian not-for-profit health

الإستراتيجي للشركة.

• ضرورة التمييز بين مفاهيم الرؤية
الإستراتيجية، والرسالة، والمهام، والأهداف، والقيم،
وتجنب الخلط بينها، وكذلك التأكد من تحقيق هذه
العبارات الإستراتيجية للفوائد المرجوة من استخدامها.
• مراجعة الشركات السعودية المساهمة للرسالة
والرؤية الإستراتيجية وتعديل صياغتها بناءً على أسس
علمية ووفق معايير سليمة وبلغة عربية واضحة.

• تشجيع الدارسين والباحثين في مجال التخطيط
الاستراتيجي على تنفيذ دراسات منهجية متخصصة عن
الرسالة والرؤية الإستراتيجية بمجتمع الأعمال بالمملكة
العربية السعودية؛ لأنه موضوع بكر ويحتاج إلى المزيد من
البحث والدراسة.

• تنفيذ دراسات مقارنة عن رسالة المنظمة
ورؤيتها الإستراتيجية على المستوى المحلي (بين المنظمات
في قطاعات الأعمال أو بين المنظمات حسب أنواع الملكية)
والمستوى الإقليمي (بين المنظمات بدول الخليج والدول
العربية) والمستوى العالمي.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

- حمدان، خالد محمد وإدريس، وائل محمد (2007) الإستراتيجية
والتخطيط الاستراتيجي، عمان: دار اليازوري.
الرويتع، فهد (2006) من أجل صياغة فاعلة للمنظمات والهيئات:

- Rajasekar, J. 2013. A comparative analysis of mission statement content and readability. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(6): 131-147.
- Rarick, C. A. and Nickerson, I. 2006. An empirical analysis of web-based corporate mission statements. *Journal of Strategic E-Commerce*, 4(1):1-18.
- Sattari, S., Pitt, L. F., and Caruana, A. 2011. How readable are mission statements? An exploratory study. *Corporate Communicatin: An International Journal*, 16(4): 282-292.
- Stone, R. A. 1996. Mission statements revisited. *S.A.M. Advanced Management Journal*, 61(1): 31-38.
- Sufi, T. and Lyons, H. 2003. Mission statements exposed. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5): 255-262.
- Thompson, A. A. and Strickland, A. J. 1996. *Strategic Management: Concepts and Cases*, 9th ed., Irwin, Chicago, IL.
- Van Nimwegen, G., Bollen, L., Hassink, H., and Thijssens, T. 2008. A stakeholder perspective on mission statements: an international empirical study. *International Journal of Organizational Analysis*, 16(1/2): 61-82.
- Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. 2011. *Strategic Management and Business Policy*, 13th ed., Pearson Education Inc., New Jersey.
- care sector. *Health Care Management Review*, 24(3): 18-29.
- Bart, C. K. 2000. Mission use and innovation in the airline industry: an exploratory investigation. *International Journal of Technology Management*, 20(5/6/7/8): 475-489.
- Bart, C. K. and Hupfer, M. 2004. Mission statements in Canadian hospitals. *Journal of Health Organization and Management*, 18(2): 92-110.
- Bart, C. K., Bontis, N., and Taggar, S. 2001. A model of the impact of mission statements on firm performance. *Management Decision*, 39(1): 19-35.
- Bartkus, B., Glassman, M., and McAfee, B. 2000. Mission statements: are they smoke and mirrors? *Business Horizons*, 43(6): 23-28.
- Cady, S. H., Wheeler, J. V., DeWolf, J., and Brodke, M. 2011. Mission, vision, and values: what do they say? *Organization Development Journal*, 29(1): 63-78.
- Cochran, D. S., David, F. R. and Gibson, C. K. 2008. A framework for developing an effective mission statement. *Journal of Business Strategies*, 25(2): 27-39.
- Collins, J. C. and Porras, J. I. 1991. Organizational vision and visionary organizations. *California Management Review*, 34(1): 30-52.
- David, F. R. 1989. How companies define their mission. *Long Range Planning*, 22(1): 90-97.
- David, F. R. 2001. *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th ed., Pearson Education Limited, Essex, England.
- David, F. R. and David F. R. 2003. It's time to redraft your mission statement. *The Journal of Business Strategy*, 24(1): 11-14.
- Desmidt, S., Prinzie, A., and Decramer, A. 2011. Looking for the value of mission statements: a meta-analysis of 20 years of research. *Management Decision*, 49(3): 468-483.
- Drucker, P. 1974. *Management: Tasks, Responsibilities and Practices*. Harper and Row, New York, NY.
- Graham, J. W. and Havlick, W. C. 1994. *Mission Statements*. Garland, New York, NY.
- Jauch, L. R. and Glueck, W. 1988. *Business Policy and Strategic Management*. McGraw-Hill, New York, NY.
- Mullane, J. V. 2002. The mission statement is a strategic tool: when used properly. *Management Decision*, 40(5): 448-455.
- Pearce J. A. and David F. 1987. Corporate mission statements: the bottom line. *The Academy of Management Executive*, 1(2): 109-115.
- Pearce, J. A. 1982. The company mission as a strategic tool. *Sloan Management Review*, 23(3): 15-25.
- Power, E. L. 2012. Organizational mission statement guidelines revisited. *International Journal of Management and Information Systems*, 16(4): 281-289.

الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء وأثره المحتمل على المبيعات في محافظة جدة

طارق محمد خزندار⁽¹⁾، وإياد عبد الإله خنفر⁽²⁾

جامعة الملك عبدالعزيز

«البحث مدعوم من عمادة البحث العلمي، بجامعة الملك عبد العزيز»

المستخلص: تهدف الدراسة إلى التعرف على الأبعاد والتأثيرات التجارية الناتجة عن استخدام الشركات لوسائل الإعلان الإلكتروني وذلك من خلال قياس الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء باستخدام نموذج عايداً وأثره المحتمل على المبيعات. ولتحقيق ذلك تم تطوير استبيان وعمل اختبار صدق للمحتوى، من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين، كما تم اختبار ثباتها والاتساق الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفا والذي بلغ (0.82)، تم توزيع عدد 288 استبانة في محافظة جدة على عينه قصدية من المتسوقين عبر الانترنت وقد بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل 228 بنسبة 79٪. وقد توصلت الدراسة إلى: 1- أن ظهور الانترنت وانتشاره كان له أثر كبير في تطور أساليب الإعلان وأدواته. 2- أن هناك أثر لاستخدام الإعلانات الإلكترونية على مراحل اتخاذ قرار الشراء في محافظة جدة. 3- باعتبار أن قرار الشراء من ناحية سينعكس على حجم المبيعات فقد أشارت الدراسة إلى وجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلان الإلكتروني والمبيعات المتوقعة للسلع والخدمات المعلن عنها.

الكلمات المفتاحية: الإعلان الإلكتروني، نموذج ايدا، إدراك المستهلك، قرار الشراء، المبيعات المتوقعة، المملكة السعودية.

The Perceived effect of Electronic Advertising on Purchase Decision and its Potential Impact on Sales

Tariq M. Khizindar⁽¹⁾, & Iyad Abdul EllahKhanfar⁽²⁾

King Abdulaziz University

Abstract: The objective of this study is to identify the perceived effects of electronic advertising on the purchase decision and consequently on sales. The AIDA model was used to measure the perceived effect of advertising on decision making. Thereafter, a questionnaire was developed, tested and distributed to purposive sample of internet shoppers in the province of Jeddah. A group of arbitrators were presented with the questionnaire to test its validity. The reliability was established using Cronbach's alpha with a score of 0.82. A total of 228 valid questionnaires were used out of 288 (79%). The study found that the wide spread use of the internet played a major role in the development of electronic advertising. Furthermore, there exists a positive relationship between the use of various electronic advertising and the purchase decision. Finally, considering that with every purchase will be a sale, the study revealed a relationship between the use of electronic advertising and the potential sales of products advertised in the province of Jeddah.

Key words: electronic advertising, AIDA model, perception, purchase decision, potential sales and Saudi Arabia

(1) Associate professor, College Economics & Business Administration, King Abdul-Aziz university	(1) أستاذ التسويق المشارك، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبدالعزيز
e-mail: tkhizindr@hotmail.com البريد الإلكتروني:	
(2) Assistant professor, Jeddah community college, King Abdul-Aziz university	(2) أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال وتقنية المعلومات، كلية المجتمع، جامعة الملك عبد العزيز

أولاً: المقدمة:

زيادة عدد الزيارات لموقع الشركة ولما له من أثر في التعريف بمنتجاتها وعلى زيادة مبيعاتها في المحلات وفي الإنترنت (April Harris, 2012)، يؤكد هذه النتائج أن 83٪ من المتسوقين من خلال الإنترنت أفادوا أن قرار الشراء اعتمد على معيّناتهم وتقييماتهم للمنتجات في الإنترنت (New Opinion Research Corporation, July 2010).

مع تزايد استخدام الإعلان الإلكتروني وزيادة الإنفاق عليه بنسبة أسرع من أي وسيلة أخرى، ومع استمرار هذه الزيادة بنسب عالية، حيث بلغ حجم الإنفاق في عام 2013 على سبيل المثال في بريطانيا (IAB) إلى رقم قياسي جديد وهو 6.3 بليون جنيه إسترليني أي ما يعادل حوالي 40.3 بليون ريال سعودي ويؤكد هذا الاتجاه حجم الإنفاق العالمي في عام 2014م حيث بلغ 137.53 بليون دولار أي ما يعادل 515.7375 بليون ريال وبنسبة نمو وصلت إلى 23.4٪ (www.emarketer.com).

وفي دراسة لمورس (Morris Kalliny, 2014) يقارن فيها بين الإنفاق على الإعلان الإلكتروني في العالم والعلم العربي أشار فيها إلى أنه بالرغم من أن الإعلان الإلكتروني في العالم العربي يمثل نسبة صغيرة من الإنفاق على الإعلان في المنطقة (ما بين 1-2٪) فإن المنطقة بعكس المناطق الأخرى في أمريكا وأوروبا والتي تعاني من

تعتمد قدرة منظمات الأعمال في استقطاب العملاء إلى حد كبير على قدرتها في ظل التغيرات التكنولوجية على توظيف أدوات الترويج المناسبة لمنتجاتها وخدماتها للجماهير المستهدف من المشتريين وقد تعددت هذه الأدوات في أنماطها وأساليبها وبنيتها لمواجهة التغير في أساليب حياة وأذواق المستهلكين وأنماطهم الشرائية.

من أهم التغيرات التكنولوجية الانتشار الواسع والمكثف في استخدام الإنترنت وما صاحبه من ظهور وسائل وأدوات تسويقية جديدة ومتعددة من أهمها الإعلان الإلكتروني. وقد أظهرت الدراسات أنه على الرغم من حداثة الإنترنت كوسيلة للإعلان فقد حققت في زمن قصير درجة كبيرة من النمو مما جعلها أحد الوسائل المهمة للإعلان، (Meadows-Klue, 2002)، ومنذ بداية ظهور هذه الوسائل سارعت معظم منظمات الأعمال إلى تبني الإعلان الإلكتروني إلى جانب وسائل الإعلان التقليدية من تلفزيون وصحف ومطبوعات كجزء من المزيج الإعلاني لمنتجاتها وخدماتها.

وقد كانت البداية الفعلية للإعلان الإلكتروني عام 1994 مع ظهور الإنترنت، ومنذ هذا التاريخ قامت العديد من الشركات باستثمار نسبة كبيرة من ميزانية التسويق في الإعلان الإلكتروني لما لمستته من نتائج في

وقد قاد هذا الدور المتنامي في الاستخدام إلى ظهور العديد من التساؤلات عن مدى فاعلية الإعلان الإلكتروني بأشكاله المختلفة في التأثير على قرار الشراء ومدى إدراك المستهلك لأثره على زيادة مشترياتهم وبالتالي أثره على مبيعات وأرباح الشركات التي تطبقه. في هذه الدراسة سنقوم أولاً باستعراض منهجية البحث الإطار النظري للدراسة وأنموذج الدراسة والدراسات السابقة يتبعها مناقشة وتحليل البيانات ونختم بعرض نتائج الدراسة والتطبيقات والتوصيات.

ثانياً: منهجية البحث:

2.1: مشكلة البحث:

إن الانتشار الواسع لمستخدمي شبكة الانترنت وازدياد أعداد المواقع الالكترونية وكذلك أعداد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي حفز كثير من الشركات على استخدام الإعلان الإلكتروني للوصول إلى المستهلكين على مستوى السوق المحلية والعالمية إلا انه على الرغم من هذا التوسع في توظيف الإعلان الإلكتروني من قبل منظمات الأعمال في العالم العربي إلا أن مفهوم وطبيعة الإعلان الإلكتروني وأثره على المشترين والمبيعات مازال غير واضح للعديد من الشركات وخاصة في السعودية.

انطلاقاً مما تقدم فإن مشكلة البحث يمكن إيجازها من خلال التساؤل التالي:

أزمة مالية حادة، يعيش العالم العربي حالة ازدهار ونمو في قطاع الإعلان الإلكتروني وصلت نسبته إلى 50٪ سنوياً وهناك توقعات باستمرار هذا النمو بوتيرة أسرع وخاصة في منطقة الخليج العربي حيث معدل تغلغل الإنترنت أو نسبة استخدام الإنترنت في المجتمع عالية، فمن المتوقع أن تصل نسبة نمو الإنفاق على الإعلان الإلكتروني إلى 25-35٪. وخلص موريس إلى أن الإعلان الإلكتروني وإعلانات التلفزيون هي الأكثر قدرة من أي وسيلة أخرى للوصول إلى المستهلك العربي وفي هذا الصدد اعتبر (Wheeler, 2004) السعودية من أهم دول المنطقة، فمنذ اعتماد الإنترنت بشكل رسمي سجلت أكبر وأسرع نسبة نمو في عدد المتصفحين والمستخدمين للإنترنت في المنطقة.

ويوضح (Morris Kalliny, 2014) ثلاث فوائد لأسباب النمو وتوسع الشركات في استخدام الإعلان الإلكتروني في العالم العربي أولها أن الإعلان الإلكتروني مكن الشركات من قلب الوضع أو الظرف السلبي لمنتجاتها أو نشاطاتها كارتفاع الأسعار وشكاوي العملاء إلى إيجابي، وثانيها إمكانية تصميم إعلانات أكثر ابتكاريه وإبداعية للوصول للمستهلك بفاعلية أكبر وبتكاليف أقل، وثالثها حسن قدرة الشركات على تقديم منتجاتها وعروضها بشكل يتناسب مع ظروف البيئة السياسية والاجتماعية في العالم العربي.

فإننا نأمل أن يساهم هذا البحث في الإجابة على التساؤلات السابقة وتوفير المعلومات اللازمة لمساعدة الشركات في تخصيص الموارد المالية المناسبة للإعلان الإلكتروني بما يحقق أهداف الوسائل الترويجية بفاعلية ويساعد في تحديد المزيج الإعلاني المناسب لمنتجاتها ويمكن تلخيص أهمية البحث في النقاط التالية:

1- يمكن للشركات الاستفادة من نتائج البحث في قياس أثر كل مرحله من مراحل الإعلان وبالتالي تخصيص الموارد المالية المناسبة بما يحقق أهداف الوسائل الترويجية بفاعلية ويساعد في تحديد المزيج الإعلاني المناسب لمنتجاتها.

2- يمكن للشركات الاستفادة من النتائج التي تم التوصل إليها في تطوير وتحسين إستراتيجية الإعلان الإلكتروني.

3- مساعدة الشركات على الاهتمام بمحتوى الرسالة الإعلانية الإلكترونية وكيفية جعلها أكثر تأثيراً في مراحل الإعلان من جذب انتباه المستهلكين إلى قرار الشراء.

2.3: أهداف البحث:

وبناءً على ما سبق فإن البحث يهدف إلى:

1 - مناقشة مفهوم وخصائص وأنواع الإعلان الإلكتروني واستعراض نماذج قياس أثر الإعلان الإلكتروني.

1 - ما هو مفهوم الإعلان الإلكتروني وأنواعه وخصائصه وأساليب التسويق المرتبطة به؟

2 - ما هي طبيعة استخدامات ومجالات الإنترنت في السعودية وما هي أسباب استخدامها في التسوق وما هي المنتجات التي يقوم المستهلك بشرائها وكيف تتأثر بالإعلان الإلكتروني؟

3 - هل هناك أثر مدرك للإعلان الإلكتروني لدى المستهلكين على قرار الشراء؟ ويتفرع من هذا السؤال عدد من التساؤلات

أ - هل الإعلان الإلكتروني قادر على جذب انتباه المستهلكين؟

ب - هل الإعلان الإلكتروني قادر على خلق اهتمام لدى المستهلك بالمنتجات المعلن عنها؟

ج - هل يلعب الإعلان الإلكتروني دوراً في التأثير على مشاعر المستهلكين وإثارة الرغبة لديهم وبالتالي اتخاذ قرار الشراء؟

2.2: أهمية البحث:

وما تقدم عرضه من دور للإعلان الإلكتروني في تطوير ودعم النشاط التجاري لتحقيق أهداف منظمات الأعمال، ونظراً للنمو المستمر في استخدام الإعلان الإلكتروني مقارنة بوسائل الإعلان التقليدية من قبل منظمات الأعمال ولقلة الدراسات التطبيقية في الدول النامية بصفة عامة وفي السوق السعودية بصفة خاصة

مفهوم الإعلان والإعلان الإلكتروني:

يعرف (أرماسترونج وكوتلر، 2014) الإعلان بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات من قبل جهة معلومة مقابل أجر فهو من وسائل البيع غير الشخصي، أما الإعلان الإلكتروني الذي لا يختلف من حيث المضمون عن التعريف السابق أو مع التعريفات العمومية لكافة أنواع الإعلانات في التلفزيون والصحف والمجلات وغيرها، فهو كل إعلان يتم بثه عبر الشبكات الإلكترونية وفي مقدمتها الإنترنت، والهواتف النقالة اللتان تحتلان مراكز متقدمة في عالم الإعلان (محمد نصير، 2004).

خصائص الإعلان الإلكتروني (الإنترنت):

يعد الإعلان في الإنترنت من أحدث وسائل النشر السائدة في الوقت الحاضر حيث تصل إلى ملايين الناس في وقت واحد بأقل كلفة من التلفاز والراديو وهذا ما يجعل الإقبال عليه كبيراً ومميزاً عن غيره من وسائل الإعلان.

أنواع الإعلانات الإلكترونية:

وقد قام (Burns and Lutz, 2006) و(يوسف وآخرين، 2006) باستعراض أهم أشكال الإعلان الإلكتروني وهي:
الشريط الإعلاني: يأخذ هيئة صورة مستطيلة قد تكون ثابتة المحتوى أو متحركة في أعلى الصفحة يقود

2 - التعرف على طبيعة استخدامات ومجالات الإنترنت في السعودية وأسباب استخدام الإنترنت في التسوق ووسائل الإعلام التي يتعرضون لها والخدمات والمنتجات التي يقومون بشرائها نتيجة تأثرهم بالإعلان الإلكتروني.

3 - التعرف على الأبعاد والتأثيرات الناتجة عن استخدام وسائل الإعلان الإلكترونية على:

(أ) مرحلة الإدراك (الأفكار) أو الانتباه (Attention) والاهتمام (Interest).

(ب) مرحلة التأثير (المشاعر) أو الرغبة (Desire).

4 - تحديد أثر الإعلان الإلكتروني على قرار شراء

المستهلك أو مرحلة السلوك (Action) وبالتالي على مبيعات الشركات التي تستخدمه.

5 - تعريف الشركات بأهمية استخدام الإعلان الإلكتروني ووسائله المختلفة على قرار الشراء وبالتالي في زيادة حجم مبيعاتها للحصول على حصة سوقية أكبر.

ثالثاً: الإطار النظري والدراسات السابقة:

3.1: الإطار النظري:

سنقوم في هذه الجزئية باستعراض مفهوم الإعلان والإعلان الإلكتروني وخصائصه وأنواعه ثم مناقشة أساليب قياس أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء وأنموذج الدراسة والدراسات السابقة ومبررات البحث وننتهي إلى تحديد الفرضيات.

استخدامه بسبب فاعليته ويزيد من فرص النقر عليه. الإعلان الطائر: ما أن يفتح الموقع المراد تصفحه حتى يظهر معه الإعلان ويبدأ بالطيران فوق الصفحة لمدة تتراوح ما بين (5) إلى (30) بحسب أثنائها الموضوع المراد قراءته، وغالباً ما يعوق القدرة على تحريك الفأرة إلا أن العديد من الإعلانات الطائرة مزوّد بزراً يغلقها لتعود فوراً إلى الصفحة الأصلية.

إعلانات- النصوص: وتظهر هذه الإعلانات عادةً في صفحة النتائج بعدما يكون المستخدم قد قام بإجراء بحثٍ إلكتروني على محرك أبحاث مثل غوغل وياهو وبينغ. ويظهر الإعلان على أنه من نتائج البحث - جانباً أو في الأعلى - ويكون في أغلب الأحيان ذو صلة بالموضوع محل البحث.

قياس أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء:

هناك عدد من النماذج لقياس فاعلية الإعلان، وتعتبر نماذج مراحل الاستجابة المعروفة بالنماذج المخروطية (Hierarchy-of-effects).

في دراسة قام بها (Hoan Cho, 1999) عن كيفية عمل الإعلان على الإنترنت بين أن العديد من الباحثين قاموا بتطوير أو صياغة نماذج توضح المراحل التي يمر بها المستهلك قبل اتخاذ قرار الشراء تعرف بالنماذج المخروطية (hierarchy-of-effects) وأفاد أنه على الرغم من أن أول من أطلق هذا المسمى على النموذج هو بلادا

النقر عليها إلى موقع السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

الإعلان الأفقي: هذا النوع متواجد في كل المواقع الإلكترونية تقريباً وتدرج ضمنه العديد من الأنواع من حيث الشكل والمضمون إلا أنها جميعها تشترك في خاصية أساسية وهي عند النقر عليها يفتح أمام المتصفح الموقع الإلكتروني المعلن عنه.

الإعلان الجانبي: ويُعرف أيضاً بالإعلان ناطح السحاب، ويمتاز عن النوع الأول بعموديته حيث قد يصل طوله إلى (600) بكسل وأكثر فيما يقارب عرضه (120) بكسل. وهذا النوع تأثيره وفاعليته أقوى في إيصال رسالة المعلن إلى المتصفح وذلك لأنه لا يختفي حالماً ينزل إلى أسفل الصفحة الإلكترونية بل يبقى إلى الجانب أي في مرأى المتصفح طيلة الوقت وهذا يزيد من فرص النقر عليه.

الإعلان القافز: كما يدل عليه اسمه، يقفز في صفحة خاصة به حالماً يتم الدخول في موقع ما وهو يغطي الموقع الذي يكون المتصفح بصده ويحبره على إغلاقه أو النقر عليه لإزاحته وهو رغم إزعاجه يتم استخدامه أكثر من الإعلانات الأخرى لأنه أكثر فاعلية ولأنه يزيد من فرص النقر عليه

الإعلان المتسلل: يشبه الإعلان القافز إلا أنه يتسلل أسفل المواد التي يكون المتصفح بصدد قراءتها، مما يجعله أقل إزعاجاً بعض الشيء وهذا النوع أيضاً يسود

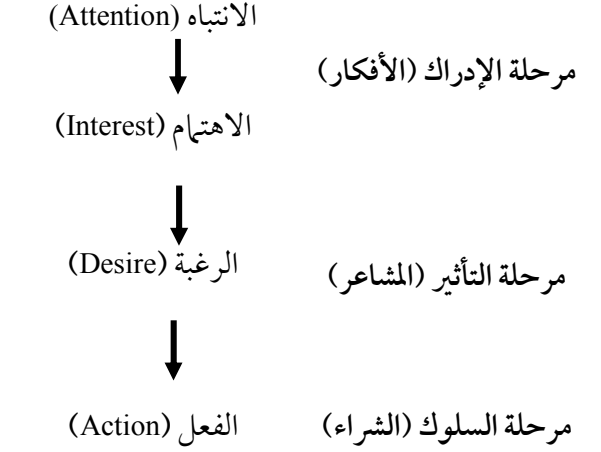
يمر بتسلسل هرمي يبدأ بجذب الانتباه مع توسع في الخطوات في بعض النماذج انتهاءً بالسلوك أو تنفيذ القرار. وعلى كل حال اشتق اسم نموذج آيدا (ar.wikipedia.org) من أول حروف من خطوات النموذج أي اختصار لكلمات جذب الانتباه (Attention) وخلق الاهتمام (Interest) وخلق الرغبة (Desired) والسلوك أو الفعل (Action) وهي المرحلة التي يبدأ المستهلك باتخاذ قرار الشراء أو القيام بالشراء الفعلي.

في هذه الدراسة تم استخدام نموذج آيدا (AIDA) لقياس الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني بأشكاله المختلفة على مراحل قرار الشراء وذلك لقياس أثر الإعلان على قرار الشراء وبالتالي أثره على المبيعات المحتملة. والمنطق من استخدام أثر الإعلان الإلكتروني على الشراء هو أن مشتريات المستهلك تقدير الوجه الآخر لمبيعات الشركات. كما يوضح شكل (1) فإن تأثير الإعلان الإلكتروني في قرار شراء المستهلك يمر بترتيب هرمي، أي يبدأ الإعلان بجذب انتباه وخلق وعي بالمنتج أو الماركة ثم يستثير اهتمامه به ثم يقوم بتكوين الرغبة لديه في الحصول عليه وأخيراً تحفيزه وحثه على شرائه.

(Plalda) في عام 1966م إلا أنه يعتبر لافدج واستنجر (Lavidge and Steinger) هما أول من صاغ هذا النموذج في عام 1961 ثم بين أنه بعد ذلك تالت أبحاث كثيرة تشرح كيف يعمل أو يؤثر الإعلان على قرار شراء المستهلك واستعرض دراسة (Krugman, 1965) وبحث (Ray et al. 1971) وبحث (Houston and Rothschild, 1978) ودراسة (Petty and Cacioppo, 1983). والجدير بالذكر أن أول من قدم هذا النموذج في عام 1898م حسب (Barry, Thomas, 1987) هو إي. سانت إلمو لويس E-ST Elmo Lewis والذي يوضح فيه الخطوات أو المراحل التي يمر بها المستهلك من أول لحظة يجذب منتج أو خدمة انتباهه إلى أن يصل إلى قرار أو الشراء الفعلي.

أما سايا غوجل (بدون تاريخ) فقد قامت باستعراض أشكال هذه النماذج وهي: نموذج المثير/ الاستجابة ونموذج المبيعات كمؤشر لأثر الإعلان نموذج هيراركية التأثير (Hierarchy-of-effects) ونموذج آيدا (AIDA) ونموذج ديجمار (DAGMAR) ونموذج هيراركية ونموذج تبني المستحدثات، ومن أهم وأشهر هذه النماذج والذي ما زال على الرغم من مرور الزمن عليه يلاقي قبولاً لبساطته وسهولة استخدامه ونموذج آيدا (AIDA). والجدير بالذكر أن كل النماذج تتفق في الخطوات الرئيسية بمعنى أن التأثير في المستهلك

نموذج أيدا (AIDA)* شكل (1).



* المصدر: محمد زياد مخللاتي، استجابة المستهلك للإعلان، جامعة دمشق، 2010-2009

3.2: الدراسات السابقة:

تعرضت دراسات الإعلان الإلكتروني لعدد من الجوانب شملت: (1) التوجه نحو الإعلان الإلكتروني سواء من قبل المستهلك أو من قبل العاملين وشركات الإعلان. (2) الإنترنت كوسيلة للإعلان. (3) الجوانب الإبداعية التفاعلية (Interactivity) في تنفيذ الإعلان على الإنترنت. (4) مراحل وخطوات تنفيذ الإعلان في الإنترنت والعوامل المؤثرة على فاعليته. (5) قياس فاعلية الإعلان الإلكتروني وأثره على المشاهدين (Audience measurement). (6) توافق الإعلان التقليدي مع الإعلانات الإلكترونية، وفيما يلي عرض سريع لهذه الدراسات:

(1) العديد من الدراسات التي غطت التوجه

(Attitudes) نحو الإعلان الإلكتروني انقسمت إلى دراسات ركزت على توجه المستهلك وأخرى اهتمت بتوجه العاملين أو شركات الإعلان نفسها والشركات المستخدمة له، بالنسبة للدراسات التي ركزت على المستهلك نذكر على سبيل المثال (Ducoffe's, 1996) الذي نظر إلى علاقة أو أثر المعلومات والترفيه على القيمة المدركة للإعلان ويبيّن أن الإزعاج أو درجة الاستفزاز الناتجة من الإعلان الإلكتروني تؤدي إلى خلق قيمة سلبية لدى المستهلك أما (Bracket & Carr, 2001) فقد وجدوا أنه على الرغم من أن الإعلان الإلكتروني مستفز للمستهلك إلا أن التوقعات المستقبلية تشير إلى قبول أكبر وتوجه إيجابي نحو الإعلان الإلكتروني، وفي هذا الصدد أشار (Prendergast and Huang's, 2003) إلى أن زبائن الإنترنت أقل تسامحاً مع إعلانات المنتجات المسيئة مثل القمار في الإنترنت مقارنة بالوسائل الأخرى، بينما دراسة (Yang's, 2004) على مستخدمي الإنترنت أظهرت مدى تنوع مستخدمي الإنترنت وتباين التوجهات وخلص إلى تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات وهي التقليديين (traditionalists) والذين يميلون للنظر بسلبية إلى الإعلان الإلكتروني، ومجموعة المجربين أو المستخدمين (experience's) والذين يعتبرون الإعلان الإلكتروني شيق وممتع، ومجموعة المعلنين عن أنفسهم (Self-online advertising) والذين لديهم نظرة إيجابية،

الدراسات بالإنترنت كوسيلة للإعلان، ففي العمل الذي قدمه (Papatla and Bhatnagar's, 2003) ناقشا الارتباط بين مقدمي الخدمات وتجار التجزئة في الإنترنت ومواقع الإنترنت كوسيلة للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم وعرضاً أربعم بدائل أو استراتيجيات مستخدمة، من ناحية أخرى قام (Shen, 2002) في إطار دراسته لتطبيقات الإعلان على الإنترنت عرض الطرق المستخدمة لشراء الإعلان الإلكتروني وبين أن حوالي 90% من وسائل الإعلان ما زالت تستخدم الطريقة التقليدية وهي التكلفة لألف نسخة (CPM) لحساب تكاليف الإعلان بينما طريقة عدد مرات النقر (click-through) ومعدل الاستفسارات والمشتريات تحتل فقط نسبة 10% على الرغم من أنها أكثر مناسبة وقدرة على قياس حجم النشاط أو أثر الإعلان الإلكتروني، أما (Huang and Lin, 2006) فقد أفاد أن الإعلان على الإنترنت يخلق صورة ذهنية ويترك انطباعات مماثلة للإعلان التقليدي حتى ولو لم يؤدي، أي الإعلان الإلكتروني، إلى زيادة معدل النقر على الإعلان وأكد أن مكتب الإعلان التفاعلي (Interactive Advertising Bureau) أيد هذه النتائج وأفاد أن هذه الطريقة أكثر مناسبة لقياس أثر أو فاعلية الإعلان الإلكتروني من غيرها.

(3) هناك أيضاً الدراسات التي ركزت على

وبصفة عامة فإننا نلاحظ أن معظم هذه الدراسات أكدت على علاقة أو التأثير الإيجابي للإعلان الإلكتروني على توجهات المستهلكين.

أما الدراسات التي حققت في توجهات قطاع الإعلان أو المعلنين نحو الإعلان الإلكتروني نذكر منها العمل الذي قام به (Rodgers and Chen 2002) والذي كشف عن وجود شكوك لدى المنظمات التي تبنت الإعلان الإلكتروني في قدرته وإمكانياته، وفسروا ذلك التوجه بقلة الخبرة أو التجربة القصيرة لهذه الشركات، وبالمقارنة مع وكالات الإعلان والعلاقات العامة وأصحاب الوسائل الإعلامية الجديدة ووكالات التسويق فقد كشفت الدراسة عن توجه إيجابي نحو تبنيهم للإعلان الإلكتروني ويدعم هذا الاتجاه البحث الذي أنجزه (Fourquet-Courbet, Courbet and Vanhuele's, 2007) من خلال مقابلات متعمقة مع مجموعة من الفرنسيين مصممي الإعلان الشريطي والذي كشف عن اعتماد المصممين بشكل مباشر على نظريات الاتصال المرئي (communication process) كأساس عند خلق هذه الإعلانات مثل إحداث الانتباه وخلق الاهتمام ووجدوا لدى المصممين اعتقاداً بأن إمكانيات الإعلان الإلكتروني إن لم تكن متفوقة على الإعلان التقليدي فإنها متساوية معه.

(2) من ناحية أخرى اهتمت مجموعة من

- الجوانب الإبداعية للإعلان من ناحية التنفيذ والتفاعلية في الإنترنت فنجد (Chandon, Chtourou and Fortin's, 2003) قاموا بتقييم كافة الإعلانات الإلكترونية المدرجة من قبل 77 عميل قبي أكبر وكالات الإعلان خلال سنة كاملة وأكدوا الطبيعة الارتجالية أو التلقائية لعملية النقر على الإعلان الإلكتروني وارتباطها الوثيق أو ما يتبعها من عمليات شراء تلقائي للمنتج المعلن عنه وخلصوا إلى أن النداء الموجه للشراء في رسالة الإعلان هو أقوى المؤثرات على معدل النقر على الإعلان من حجم الإعلان أو الصور المتحركة وعليه فإن الرسالة المحتوية على نداء بالشراء ستكون محفزة بدرجة أكبر للشراء من درجة تفاعلية الرسالة، أما (Sundar and Kim, 2005) فقد قاما بصياغة مفهوم التفاعلية وحدداه بعدد طبقات الهيبرلنك (Number of hierarchically hyperlinked layers) الموجودة في الإعلان الإلكتروني وخلصوا إلى أن الصور المتحركة (Animation) تزيد الشعور بالتفاعلية
- 4) أما دراسات مراحل الإعلان على الإنترنت فقد تعرضت لخطوات التنفيذ والعوامل المؤثرة على فاعلية الإعلان الإلكتروني وقدمت مجموعة من النماذج، في هذا الصدد نذكر منها دراسة (Rogers & Thorson, 2000) و (Rossiter & Bellman, 1999) و (Karson & Korgaonkar, 2001) و (Dahlen, 2002) و (Dahlen et al. 2004) و (Xie et al. 2004) و (Hollis, 2005) و (Moore et al. 2005) و (Rappaport, 2007) و (Robinson et al. 2007) و (Rodgers et al. 2007) وخلصت إلى تقديم مجموعة من العوامل المؤثرة على فاعلية الإعلان الإلكتروني أهمها:
- التفاعلية Interactivity
 - الحوافز.
 - حجم الإعلان.
 - مدى جاذبية أو قبول الرسالة واحتواء الرسالة على دعوة للتحرك أو التصرف والحصريّة.
 - مدى المعلومات.
 - سرعة الرسوم المتحركة (Animation Speed).
 - طول الرسالة.
 - التجربة المباشرة للافتراضية (Virtual Direct Experience).
- 5) ومن جانب آخر اهتمت مجموعة من الدراسات بقياس فاعلية الإعلان الإلكتروني وأثره على المشاهدين (measurement Audience). فنجد دراسة (Ralph et al. 2012) عن الآثار الطويلة والقصيرة الأجل للإعلان عبر الإنترنت ركزت على محاولة قياس أثر الإعلان الإلكتروني في المدى القريب والبعيد من خلال تحليل 2.8 مليون قرار شراء ومدى فاعلية وسائل الإعلان المختلفة وقد أظهرت الدراسة أن الإعلان عبر

الشراء (recognition, purchase intent) ودرجة المخاطرة المدركة وتقييم المنتج (perceived risk, product evaluation) والإثارة والانتباه (arousal, attention).

6) الدراسات التي ركزت على كل من الإعلانات التقليدي والإعلانات الإلكترونية، هناك دراسة (Hoffman, Novak, T. 1996) والذي رأى أن كفاءة الإعلان على الصفحة الإلكترونية أفضل من الإعلان المعتمد على الوسائل التقليدية وبين أن السبب يعود إلى أن الإعلان على الصفحة الإلكترونية أكثر ارتباطاً بالمستهلكين والزبائن ولأن الإعلان الإلكتروني يعطي فرصاً أكثر لفهم ردة فعل المستهلك وهذا يتيح المجال لتطوير وتحسين وابتكار طرق جديدة تلائم أذواق المستهلكين، وذلك لأن الإعلان الإلكتروني يتضمن سهولة في تكوين الانطباع لدى متصفح الصفحة الإلكترونية. أما بحث (Jianping et al. 2014) بعنوان آثار الإنفاق الإعلاني على شبكة الإنترنت (الإعلان الإلكتروني) على مبيعات السيارات فقد توصل إلى أن كل أشكال الإعلان على شبكة الإنترنت كانت لها آثار إيجابية بشكل كبير على مبيعات السيارات. وأن الإنفاق المفرط على الإعلانات التقليدية لا يساعد المبيعات ويفضل اعتماد ميزانية معتدلة ويعمل (Riaz et al. 2010) ذلك بأن الإعلان الإلكتروني يُمكن

شبكة الإنترنت تفوق على الدعاية التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والطباعة وله آثار طويلة وقصيرة الأجل على قرار الشراء للمستهلكين وأنه أكثر تأثيراً على العملاء الحاليين للشركة مقارنة بالعملاء الجدد. أما (Bei Ju1, 2013) في دراسته لفاعلية الإعلان الإلكتروني قام باستعراض عدد من الطرق الشائعة لقياس أثر الإعلان الإلكتروني والتي استخدمها كلا من (Dreze and Danaher and Mullarkey, 2003) و (Gong and Maddox, 2003) و (Hussherr, 2003) و (Lim 2011 et al. 2003) والتي شملت جوانب التذكر والتعرف (recall and recognition) والتوجه نحو الإعلان ومعدل النقر (clicks-through rate) وأثره على إدراك الماركة (brand awareness) وخلص إلى اقتراح ثلاث مقاييس لتقييم فاعلية الشريط الإعلاني على قرار الشراء من خلال الإنترنت وهي التوجه نحو الشريط الإعلاني والقدرة على تذكره ومرات تكرار النقر عليه. وفي جوانب قياس أثر الإعلان على المشاهدين هناك الدراسات التي عملها كلا من (Lee & Leckenby, 1999) و (Bhat, Bevans & Sengupta, 2002) و (Morris et al. 2002) و (Coyle & Gould, 2002) ويمكن تلخيص الجوانب التي غطتها هذه الدراسات منها أثر الإعلان الإلكتروني على معدل النقر والتذكر (click-through, recalls) ودرجة التعرف ونية

دولة عن قلة الأعمال التي ناقشت أثر اختلاف المستويات الثقافية على فاعلية الإعلان الإلكتروني داخل وبين الدول ويؤكد ذلك (Bei Ju1, 2013) من مراجعته للدراسات السابقة أنه بالرغم من ملاحظة بعض الباحثين عن وجود علاقة بين عامل الثقافة واختلاف أثر الإعلان الإلكتروني إلا أن هناك القليل من الأعمال الميدانية التي نفذت في هذا المجال وخاصة في مقارنة هذا الأثر بين الدول، ويدعم هذا أيضاً (Möller and Eisend, 2010) في دراستهم عن تأثير العوامل الديموغرافية الاجتماعية على فاعلية الإعلان الإلكتروني داخل الدول. ومما يؤكد هذه النتائج أيضاً ما توصل إليه (Baack and Nitish, 2007) من أن المستهلك يفضل مواقع الإنترنت التي تعكس ثقافته وقيمه وهذا ينطبق أيضاً على الإعلان الإلكتروني.

وهذا النقص يظهر جلياً في العدد المحدود جداً في الدراسات التي ركزت على أثر الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء وعلى المبيعات في المنطقة العربية بوجه عام والسعودية بوجه خاص على الرغم من أهمية هذا السوق ونسب النمو الكبيرة فيه ومع ما تمثله المملكة العربية السعودية من سوق واعدة كما بينا أنفاً. يقول (Wang & Sun, 2010) على الرغم من الارتباط الوثيق بين الثقافة والإعلان الإلكتروني فأن معظم الدراسات التي أجريت عن الإعلان الإلكتروني ركزت على الولايات المتحدة

من استهداف الشرائح التسويقية ويزيد إمكانيات وسهولة الوصول إلى المعلومات ويزيد المبيعات ويحسن العملية الإبداعية، يضاف إلى ذلك بأن من السمات الهامة للإعلان الإلكتروني، والتي تجعله أكثر نجاحاً وفاعلية، أنه يزيد من إمكانية الوصول إلى الجمهور على المستوى الدولي بشكل واسع وبميزانية محدودة بالمقارنة مع الإعلان التقليدي، ومما يؤكد النتائج الإيجابية التي يحققها الإعلان الإلكتروني بحسب دراسة (Timmers, 1998) عن مزايا توظيف الإعلان الإلكتروني أن المسوقين والمستهلكين على حد سواء سيحظون بفوائد عديدة من الإعلان الإلكتروني أهمها بالنسبة للمستهلكين الحصول على أسعار مخفضة لسهولة وسرعة المقارنة مع العروض الأخرى وبدائل أوسع ومعلومات أكثر وضوحاً مع سهولة الاختيار والخدمة على مدار الأربع وعشرين ساعة، أما بالنسبة للفوائد التي يجنيها البائع، فهي ترويج المنتجات بتكلفة منخفضة وانتشار أوسع.

يتضح من الدراسات السابقة على كثرتها وتغطيتها لعدد من الجوانب الهامة وبالرغم من الدور الهام الذي يمثله السوق الدولي إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي ناقشت أثر اختلاف الثقافة على فاعلية الإعلان الإلكتروني بين الدول فكما وضح (Gianfranco et. al. 2014) في دراستهم للحملات الإعلانية بين 25

قرار الشراء عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).
4. H_{04} : لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للإعلان الإلكتروني في إثارة الرغبة لدى المستهلكين واتخاذ قرار الشراء عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).
5. H_{05} : لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للإعلان الإلكتروني الذي يحثك على الشراء على اتخاذ قرار الشراء عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

رابعاً: منهجية البحث:

4.1: أسلوب الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الميداني لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة البحث. من جانب آخر، تم استخدام المنهج التحليلي لقياس الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ قرار الشراء.

ولتحقيق ذلك في هذه الدراسة قمنا باستخدام إدراك المستهلك مدى تأثير الإعلان الإلكتروني بأشكاله المختلفة على زيادة مشترياتهم للدلالة على أثر الإعلان الإلكتروني على المبيعات المحتملة للشركات المستخدمة للإعلان الإلكتروني. والذي يبرر هذا المدخل هو أن مشتريات المستهلك ما هي إلا الوجه الآخر لمبيعات الشركات.

وقد قمنا باستخدام نموذج (AIDA) أحد النماذج المخروطية (hierarchy-of-effects) لقياس أثر

والدول الغربية ويقول نعرف القليل جداً عن الدول النامية.
وتعتبر هذه الدراسة إجابة لدعوة (Wang & Sun, 2010) لعمل مزيد من الدراسات عن الأسواق النامية. وبناء على ذلك فقد قمنا بعمل هذا البحث على السوق السعودية من أجل تغطية النقص الموجود في هذا المجال.

فرضيات البحث:

لبلوغ الدراسة غاياتها تم اقتراح فرضية رئيسية واحدة بصيغتها العدمية (الصفريّة) وهي كالآتي:

H_0 : لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على قرار الشراء عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ويتفرع عن الفرضية الرئيسة خمس فرضيات فرعية هي:

1. H_{01} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها المستهلكين على اتخاذ قرار الشراء.

2. H_{02} : لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للإعلان الإلكتروني على جذب انتباه المستهلكين واتخاذ قرار الشراء عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

3. H_{03} : لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية للإعلان الإلكتروني في إثارة اهتمام المستهلكين واتخاذ

في الاعتبار شمولية العينة على فئات عمرية ومستويات داخلية، وتعليمية مختلفة تعكس مجتمع البحث. ولتحقيق ذلك تم توزيع (288) استبانة على عينة من المستهلكين تغطي عدد من مناطق المحافظة تشمل الشمال والجنوب والشرق والغرب، وقد تم استرجاع 258 استبانة. وبعد الإطلاع على الاستبانات تم استبعاد 30 استبانة لعدم اكتمال محتواها ودقة المعلومات لتصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل 228 أي أن نسبة الاستبانات الصالحة بلغت 79٪ من العينة.

4.2.3: خصائص عينة البحث:

يوضح الجدول رقم (1) وصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة البحث.

الإعلان الإلكتروني على قرار الشراء، ويُنظر هذا النموذج إلى أن عملية تأثر المستهلك بالإعلان تمر بأربعة مراحل تبدأ بالإدراك والانتباه ثم إثارة الاهتمام ثم خلق الرغبة انتهاءً باتخاذ قرار الشراء أو الشراء الفعلي انظر شكل (1).

4.2: مجتمع البحث وعينته:

4.2.1: مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من المتسوقين عبر الإنترنت في محافظة جدة.

4.2.2: عينة البحث:

لتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار عينة ميسرة من المتسوقين عن طريق الإنترنت في محافظة جدة أخذاً

الجدول (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة البحث.

الخصائص	الصفة المميزة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	160	70.2%
	إناث	68	29.8%
	المجموع	228	100%
المستوى التعليمي	دراسات عليا	13	5.7%
	بكالوريوس	76	33.3%
	دبلوم	65	28.5%
	ثانوية عامة	63	27.6%
	أقل من ثانوية	8	3.5%
	آخر	3	1.3%
	المجموع	228	100%

تابع الجدول (1).

النسبة المئوية	التكرار	الصفة المميزة	الخصائص
12.7%	29	أقل من 20 سنة	العمر
57.9%	132	20-29	
21.9%	50	30-39	
3.9%	9	40-49	
1.8%	4	50 فأكثر	
1.8%	4	آخر	
100%	228	المجموع	
19.3%	44	2000 ريال فأقل	الدخل
40.8%	93	2001-7000	
22.8%	52	7001-12000	
4.8%	11	12001-17000	
2.7%	6	17001-22000	
0.9%	2	22000 فأكثر	
8.8%	20	آخر	
100%	288	المجموع	
21%	48	طالب	المهنة
47.8%	109	مدرس	
5.7%	13	طبيب	
14%	32	مهندس	
5.7%	13	موظف	
1.3%	3	ربة منزل	
0.9%	2	آخر	
100%	228	المجموع	المجموع

• وتنوعت أعمار الباحثين الذين شملهم البحث، وتم تقسيمهم إلى 6 فئات عمرية وهي من أقل من 20 سنة إلى أكثر من 50 سنة. تعتبر الفئة العمرية من 20-29 سنة هي الأكثر مشاركة حيث بلغت نسبتها 57.9%. أما الفئة العمرية الأقل مشاركة هي 50 عاماً

يتضح من معطيات الجدول السابق والخاص بوصف خصائص المستجيبين، ما يأتي:

• كانت نسبة مشاركة الذكور أكبر من الإناث مثلت ما نسبته 70.2% من الباحثين وقلت مشاركة الإناث يعكس طبيعة المجتمع السعودي المحافظ.

5.1: البيانات الثانوية:

وشملت على المراجع والأدبيات والدوريات أو المواقع الإلكترونية على الإنترنت ذات العلاقة بالبحث، بهدف توضيح المفاهيم الأساسية، والتعرف على أهم الدراسات التي تناولت الموضوع.

5.2: البيانات الأولية:

من أجل اختبار فرضيات البحث تم تطوير أداة القياس المناسبة لهذا الغرض (الاستبانة) لجمع البيانات الأولية اللازمة، بحيث غطت أسئلة الاستبانة كافة الجوانب التي تناولها الإطار النظري للبحث وفرضياته.

سادساً: أداة البحث:

لجمع معلومات البحث قام الباحثان بصياغة الأسئلة بما يتوافق مع فرضيات وأهداف البحث، وتم عرض الاستبانة على عدد من المختصين في الدراسات التسويقية، بهدف التأكد من قدرة الاستبانة على جمع المعلومات المطلوبة. وتكونت الأداة من ثلاثة أجزاء، تناول الجزء الأول منها المعلومات الشخصية والوظيفية والمتمثلة في (الجنس، المستوى التعليمي، العمر، الدخل، والمهنة) أما الجزء الثاني فقد تناول أثر أبعاد الإعلان الإلكتروني على وسائل الإعلان الإلكتروني وقد استخدم مقياس ليكترت (Likert scale) المكونة من خمس درجات حيث رقم (1) يمثل ضعيف جداً ورقم (5) كبير جداً، في حين تناول الجزء الثالث متغير اتخاذ

فأكثر حيث شكلت ما نسبته 1.8%. وهي الأقل مشاركة.

• أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي للمبحوثين فقد تم تقسيمهم إلى 5 فئات من أقل من الثانوية العامة إلى الدراسات العليا، وحازت فئة الدراسة الجامعية (البكالوريوس) على العدد الأكبر حيث بلغت ما نسبته 33.3% وكانت فئة أقل من ثانوية عامة هي الأقل مشاركة حيث بلغت نسبة 3.5%. ويشير ذلك إلى شمول العينة على أشخاص مؤهلين علمياً ولهم القدرة على التعامل مع حاكمية تكنولوجيا المعلومات والتعاطي مع متطلباتها؛ مما تشير إلى:

• أما الدخل فكان 6 فئات أقلها 2000 ريال وأكثرها 22000 فأكثر. تعتبر فئة الدخل 2001 - 7000 ريال هي الأكثر تكراراً وصلت إلى 93 شخص أي ما نسبته 40.8% من العينة، والفئة الأقل مشاركة كانت الفئة 22000 فأكثر بنسبة 0.6%.

• واختلفت مهن المبحوثين حيث كانت متنوعة ويعتبر كادر المعلمين هو الأكثر مشاركة حيث بلغوا 109 شخص مشكلين 47.8%. وبالمقابل تعتبر مهنة ربة المنزل هي الأقل مشاركة بنسبة 0.9% وهذا يرجع إلى صعوبة جمع المعلومات من ربات البيوت في المملكة.

خامساً: مصادر الحصول على البيانات:

تم الاعتماد على مصدرين رئيسيين لجمع البيانات اللازمة لهذا البحث، تتمثل بالمصادر الآتية:

الفقرات لغويا، ومدى انتماء الفقرات إلى متغيرات البحث. وقد تم الأخذ بعين الاعتبار ملاحظات الخبراء والمحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض الفقرات وحذف البعض الآخر منها، لغرض إخراج الاستبانة بصيغتها النهائية.

6.1.2: صدق المحتوى:

يستخدم صدق المحتوى للتأكد من أن المتغيرات المستخدمة لها القدرة على تفسير خصائص البحث، وهل لها ارتباطات مع بعضها ولقياس الصدق يتم استخدام مصفوفة الارتباط Correlation Matrix لقياس هل هناك ارتباطات إيجابية بين المتغيرات. جدول رقم (2) يوضح نتيجة استخدام مصفوفة الارتباط، حيث دلت النتيجة على أنه هناك ارتباطات إيجابية بين متغيرات البحث وهي أكبر من 0.25 مما يدل على أن متغيرات البحث مترابطة وتفسر خصائص البحث.

القرار الشرائي بي (10) فقرات غطت جوانب عملية التسوق ابتداءً من الدخول إلى الإنترنت لاكتشاف والحصول على معلومات عن الشركات المنتجة للسلع والحصول على معلومات عن سلع وخدمات جديدة ومقارنتها إلى الشراء وخدمات بعد البيع

قبل الشروع بعملية اختبار فرضيات البحث، ينبغي التحقق من بعض الاختبارات التي يتم إجراؤها على بيانات البحث، وهي كالآتي:

6.1: صدق الأداة:

6.1.1: الصدق الظاهري:

تم التحقق من الصدق الظاهري لأداة البحث، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في الجامعات السعودية من أصحاب الخبرة والدراية في مجال التسويق والإحصاء التطبيقي ومنهجية البحث العلمي، بهدف التحقق من درجة ملائمة صياغة

جدول رقم (2).

القرار الشرائي	تحثك على الشراء	الرغبة	الاهتمام	الانتباه	الإعلانات الالكترونية التي يتعرض له	
0.269	0.272	0.476	0.496	0.553	0.644	الإعلانات الالكترونية التي يتعرض لها
0.356	0.358	0.6	0.622	0.691	1	الانتباه
0.443	0.446	0.732	1	0.701	0.622	الاهتمام
0.512	0.513	1	0.732	0.654	0.6	الرغبة
0.799	1	0.513	0.446	0.407	0.358	تحثك على الشراء
1	0.799	0.512	0.443	0.408	0.356	القرار الشرائي

6.2: اختبار مدى كفاية حجم العينة:

الفرضية التالية:

H_0 : أن مصفوفة الارتباط مصفوفة الوحدة.
 H_1 : أن مصفوفة الارتباط ليست مصفوفة الوحدة.
 بناء على نتائج الاختبار انظر جدول رقم (3)
 يتبين أن قيمة الاحتمال (P. Value) هي صفر أي أصغر
 من 5٪ وعليه يمكن أن نرفض النظرية العدمية ونقبل
 النظرية البديلة وهي أن مصفوفة الارتباط ليست
 مصفوفة وحدة.

للتحقق من مدى كفاية حجم العينة للبحث فقد
 تم استخدام اختبار KMO وكما يظهر جدول رقم (3)
 نجد أن قيمة KMO بلغت (0.798) وبناء على قاعدة
 (Kaiser, 1974) إن كانت قيمة $KMO > 0.5$ تعتبر
 حجم العينة كافية.
 بالإضافة إلى ذلك يوضح الجدول اختبار
 (Bartlett's) الذي يستخدم للتحقق من أن مصفوفة
 الارتباط هي مصفوفة وحدة أم لا وللتأكد يتم صياغة

جدول رقم (3).

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.798
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2033.697
	df	21
	Sig.	.000

6.3: ثبات الأداة:

الاستبانة) باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach
 (Alpha)، حيث بلغ معامل الثبات للأداة الكلية (0.82)،
 كما هو موضح بالجدول (4) الآتي:

للتحقق من ثبات الاستبانة، تم حساب معامل
 الثبات للأداة (قياس الاتساق الداخلي لفقرات

جدول رقم (4). نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة.

المتغيرات	عدد الفقرات	أسئلة القياس	معامل كرونباخ ألفا
الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد	10	11	0.848
الإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد	10	12	0.831
الإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد	10	13	0.79
الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء	10	14	0.877
الإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء	10	15	0.84
اتخاذ قرار الشراء	10	16	0.874
الأداة الكلية	60		0.82

- 6.4: اختبار كولموكروف - سمير نوف: (One-Sample K-S Test).
 الطبيعي (Normal Distribution).
 H_1 : لا تخضع بيانات متغيرات الدراسة للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution).
 والجداول رقم (5) التالي، يوضح نتائج اختبار فرضية التوزيع الطبيعي باستخدام اختبار (كولموكروف - سمير نوف) المذكور:
 تم استخدام هذا الاختبار للتحقق من أن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي من عدمه وذلك من خلال الفرضية الإحصائية الآتية:
 H_0 : تخضع بيانات متغيرات الدراسة للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution).

جدول رقم (5).

متغيرات البحث	عدد المشاهدات	قيمة (Z) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد	228	0.711	0.693
الإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد	228	0.109	0.693
الإعلانات الإلكترونية التي تثير الاهتمام	228	1.05	0.221
الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء	228	1.213	0.105
الإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء	228	1.041	0.725
اتخاذ قرار الشراء	228	0.352	0.313

- العدمية (H_0) ومفادها: (تخضع بيانات متغيرات البحث للتوزيع الطبيعي).
 6.5: اختبار عوامل تضخيم التباين (VIF):
 تم استخدام هذا الاختبار للتحقق من وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity) من عدم وجودها بين المتغيرات المستقلة. والجدول رقم (6) يوضح نتائج هذا الاختبار:
 قيمة (Z) الجدولية هي (1.96) عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، والاختبار ذو جانبيين (2-tailed).
 يتضح من النتائج المبينة في جدول (5) بأن جميع قيم (Z) المحسوبة لمتغيرات البحث هي أقل من قيمة (Z) الجدولية البالغة (1.96) وكذلك أن جميع قيم الدلالة الإحصائية هي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$). وفي ضوء النتائج السابقة تم قبول الفرضية

جدول رقم (6).

VIF	Tolerance	أبعاد الإعلان الإلكتروني	
1.79	0.558	الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد	1
2.58	0.397	الإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد	2
2.62	0.381	الإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد	3
2.72	0.368	الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء	4
2.43	0.411	الإعلانات الإلكترونية التي تحت الأفراد على الشراء	5

سابعاً: النتائج واختبار الفرضيات:

7.1: اختبار فرضية البحث الرئيسية:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للإعلان الإلكتروني على اتخاذ قرار الشراء

وللتحقق من صحة فرضية البحث من عدم صحتها، ينبغي التحقق من صحة الفرضيات الفرعية وذلك باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط، على النحو الآتي:

7.1.1: اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H_{01} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (7)، إلى نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد على اتخاذ قرار الشراء:

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) عدم وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity) بين أبعاد الإعلان الإلكتروني، ويؤكد ذلك قيم معيار الاختبار (VIF) المحسوبة لأبعاد الإعلان الإلكتروني والتي تظهر أن جميع هذه القيم أقل من القيمة الحرجة للاختبار والبالغة (5).

وبناءً على ما تقدم، وبعد أن تم التأكد من الصدق الظاهري والمحتوى للاستبانة وكفاية حجم العينة عدم وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، وكذلك أن بيانات متغيرات البحث تخضع للتوزيع الطبيعي سيتم البدء في تحليل نتائج البحث بتحليل عوامل النزعة المركزية (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري) واختبار فرضية البحث المتعلقة بقياس أثر أبعاد الإعلان الإلكتروني على اتخاذ قرار الشراء في، باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط، وهي على النحو الآتي:

جدول رقم (7): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس أثر الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد.

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الحد الثابت (β_0)	2.416	13.148	0.000
الإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد	0.277	4.242	0.000
معامل التحديد (R^2)	0.074		
قيمة (F) المحسوبة	17.993		
معنوية (F) المحسوبة	0.000		

النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية (الصفريّة) الأولى.

ج- تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.074)، إلى الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد يفسر ما نسبته (7.4%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء أما النسبة المتبقية والبالغة (92.6%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى

د- إن قيمة (β) في الجدول (0.277) وهي دلالة على أن كل زيادة في التعرض للأفراد للإعلان الإلكتروني ب 1% يؤدي إلى زيادة في اتخاذ قرار الشراء بمقدار 0.277.

2. 1. 7: اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

H_{02} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$). للإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (8) إلى نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس الأثر

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (7)، ما يأتي:

أ- نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (17.993) وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) ودلالة ذلك أن الفرضية التي تم صياغتها صحيحة وتم قبولها بالإضافة لثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي في اختبار الفرضية.

ب- ثبوت المعنوية الإحصائية لمعامل الانحدار (β) للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد، عليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للبعد المذكور في اتخاذ قرار الشراء أي أن هناك دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل التعرض للإعلان الإلكتروني واتخاذ قرار الشراء وإن ما يؤيد ذلك قيمة (t) المحسوبة له والبالغة (4.242)، وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية له والبالغة (0.000)، هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وفي ضوء

طارق محمد خزندار، وإياد عبد الإله خنفر: الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء...

المدرک للإعلانات الإلكترونية على جذب انتباه الأفراد
للمنتجات المعلن عنها في الانترنت وبالتالي على اتخاذ قرار الشراء.

جدول رقم (8). نتائج تحليل الانحدار الخطي، لقياس أثر الإعلانات الإلكترونية على جذب انتباه الأفراد نحو المنتج.

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الحد الثابت (β_0)	2.128	11.395	0.000
الإعلانات الإلكترونية على جذب انتباه الأفراد	0.389	5.763	0.000
معامل التحديد (R^2)		0.128	
قيمة (F) المحسوبة		33.208	
معنوية (F) المحسوبة		0.000	

ويؤيد ذلك قيمة (t) المحسوبة له والبالغة (5.736) وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية له والبالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وفي ضوء النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية (الصفريّة) الثانية وتقبل الفرضية البديلة وهي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

ج- تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.128)، إلى الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد يفسر ما نسبته (12.8%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (87.2%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى.

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (8)، ما يأتي:

أ- نلاحظ خلال الجدول أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (33.208) وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) ودلالة ذلك أن الفرضية التي تم صياغها صحيحة وتم قبولها بالإضافة إلى ثبوت صلاحية استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط في اختبار الفرضية.

ب- ثبوت المعنوية الإحصائية لمعامل الانحدار (β) الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للبعد المذكور في اتخاذ قرار الشراء أي هناك دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل جذب انتباه الأفراد للإعلان الإلكتروني واتخاذ قرار الشراء

د- إن قيمة (β) في الجدول (0.389) وهي دلالة على أن كل زيادة في انتباه الأفراد للإعلان الإلكتروني تؤدي إلى زيادة في اتخاذ قرار الشراء بمقداره 0.389. 7.1.3: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: H_{03} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للإعلانات الإلكترونية على إثارة اهتمام الأفراد على اتخاذ قرار الشراء. تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (9) إلى نتائج تحليل الانحدار البسيط، لقياس الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية على إثارة اهتمام الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

جدول (9). نتائج تحليل الانحدار لقياس أثر الإعلانات الإلكترونية على إثارة اهتمام الأفراد بالمنتج المعلن عنه.

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الحد الثابت (β_0)	1.923	10.029	0.000
الإعلانات الإلكترونية التي تثير الاهتمام للشراء	0.478	6.702	0.000
معامل التحديد (R^2)		0.166	
قيمة (F) المحسوبة		44.92	
معنوية (F) المحسوبة		0.000	

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (9) ما يأتي:

أ- نلاحظ خلال الجدول أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (44.92) وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) ودلالة ذلك أن الفرضية التي تم صياغتها صحيحة وتم قبولها بالإضافة إلى ثبوت صلاحية نموذج الانحدار الخطي البسيط في اختبار الفرضية

ب- ثبوت المعنوية الإحصائية لمعامل الانحدار (β) للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للبعد المذكور في اتخاذ قرار الشراء أي هناك دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل إثارة اهتمام الأفراد للإعلان الإلكتروني واتخاذ قرار الشراء. وإن ما يؤكد ذلك قيمة (t) المحسوبة له والبالغة (6.702) وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية له والبالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وفي ضوء النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية (الصفريّة) الثالثة وتقبل الفرضية البديلة وهي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية

طارق محمد خزندار، وإياد عبد الإله خنفر: الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء...

مقداره 0.478.

7.1.4: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

H_{04} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإعلانات الإلكترونية على إثارة رغبة الأفراد على اتخاذ قرار الشراء تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (10) إلى نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية على إثارة رغبة الأفراد للشراء لاتخاذ قرار الشراء:

($\alpha \leq 0.05$) للإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

ج- تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.166)، إلى الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد يفسر ما نسبته (16.6%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (83.4%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى.

د- إن قيمة (β) في الجدول (0.478) وهي دلالة على أن كل زيادة في إثارة اهتمام الأفراد للإعلان الإلكتروني بي 1% يؤدي إلى زيادة في اتخاذ قرار الشراء

جدول (10). الانحدار الخطي لقياس أثر الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء.

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الحد الثابت (β_0)	2.032	12.78	0.000
الإعلانات الإلكترونية على إثارة رغبة الأفراد للشراء	0.420	7.425	0.000
معامل التحديد (R^2)	0.199		
قيمة (F) المحسوبة	56.025		
معنوية (F) المحسوبة	0.000		

قبولها بالإضافة إلى ثبوت صلاحية استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط في اختبار الفرضية.

ب- ثبوت المعنوية الإحصائية لمعامل الانحدار (β) بالأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للبعد المذكور في اتخاذ قرار الشراء أي

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (10) ما يأتي:

أ- نلاحظ خلال الجدول أن قيمة (F) المحسوبة والبالغة (56.025) وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) ودلالة ذلك أن الفرضية التي تم صياغها صحيحة وتم

أن هناك دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل إثارة
 رغبة الأفراد للإعلان الإلكتروني واتخاذ قرار الشراء وإن
 ما يؤيد ذلك قيمة (t) المحسوبة له والبالغة (7.425)
 وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية له والبالغة (0.000)
 هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وفي ضوء النتائج
 السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية (الصفريية)
 الرابعة وتقبل الفرضية البديلة وهي يوجد أثر ذو دلالة
 إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإعلانات
 الإلكترونية على إثارة رغبة الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.
 ج- تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة
 (0.199)، إلى الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي
 تثير رغبة الأفراد يفسر ما نسبته (19.9%) من التغيرات
 التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية

والبالغة (80.1%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى.
 د- إن قيمة (β) في الجدول (0.420) وهي دلالة
 على أن كل زيادة في إثارة رغبة الأفراد للإعلان
 الإلكتروني ب 1% يؤدي إلى زيادة في اتخاذ قرار الشراء
 بمقداره 0.420.

7.1.5: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

H_{05} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى
 المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإعلانات الإلكترونية لي حث
 الأفراد على اتخاذ قرار الشراء

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (11)، إلى نتائج
 تحليل الانحدار البسيط لقياس الأثر المدرك للإعلانات
 الإلكترونية في حث الأفراد على اتخاذ قرار الشراء:

جدول (11). نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس أثر الإعلانات الإلكترونية في حث الأفراد على الشراء.

المتغيرات	معاملات الانحدار (β)	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الحد الثابت (β_0)	1.709	10.133	0.000
الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء	0.540	8.978	0.000
معامل التحديد (R^2)		0.263	
قيمة (F) المحسوبة		80.599	
معنوية (F) المحسوبة		0.000	

يتضح من النتائج الواردة في الجدول رقم (11)،
 ما يأتي:
 أ- نلاحظ خلال الجدول أن قيمة (F) المحسوبة
 والبالغة (80.599) وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة
 (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)
 ودلالة ذلك أن الفرضية التي تم صياغها صحيحة وتم

على أن كل زيادة في حث الأفراد على الشراء للإعلان الإلكتروني ب 1٪ يؤدي إلى زيادة في اتخاذ قرار الشراء بمقداره 0.540.

ويمكن تلخيص ما سبق فيما يلي:

- بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي يتعرض لها الأفراد على اتخاذ قرار الشراء. أي أن هناك علاقة ما بين تعرض الأفراد للإعلانات الإلكترونية واتخاذ قرار الشراء من ناحية وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول أن التعرض للإعلانات الإلكترونية يؤثر على المبيعات المحتملة.

- بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد على اتخاذ قرار الشراء. أي أن هناك علاقة ما بين الإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد واتخاذ قرار الشراء من ناحية وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول أن الإعلانات الإلكترونية التي تجذب انتباه الأفراد تؤثر على المبيعات المحتملة.

- بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد على اتخاذ

قبولها بالإضافة إلى ثبوت صلاحية استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط في اختبار الفرضية.

ب- ثبوت المعنوية الإحصائية لمعامل الانحدار (β) الأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية في حث الأفراد على اتخاذ قرار الشراء، وعليه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للبعد المذكور في اتخاذ قرار الشراء أي هناك دلالة إحصائية معنوية بين المتغير المستقل الإعلان الإلكتروني في حث الأفراد على اتخاذ قرار الشراء. وإن ما يؤكد ذلك قيمة (t) المحسوبة له والبالغة (8.978) وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية له والبالغة (0.000)، هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، وفي ضوء النتائج السابقة ترفض الفرضية الفرعية العدمية (الصفريّة) الخامسة وتقبل الفرضية البديلة وهي انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$). للإعلانات الإلكترونية في حث الأفراد على اتخاذ قرار الشراء.

ج- تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.263) إلى أن بعد الإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء يفسر ما نسبته (26.3٪) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (73.7٪) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى.

د- إن قيمة (β) في الجدول (0.540) وهي دلالة

لإثبات الفرضية الرئيسية وهي أن هناك علاقة للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية على اتخاذ قرار الشراء. وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول أن التعرض للإعلانات الإلكترونية يؤثر على المبيعات المحتملة.

7.2: طبيعة استخدام الانترنت ومجالاته والتسويق والإعلان وأثره على التسويق.

تأسيساً على ما تقدم، توصل الباحثان إلى عدد من الاستنتاجات، يمكن إجمالها بالآتي:

1- أظهرت النتائج أن 98% من المبحوثين مستخدمون للإنترنت.

2- تناول البحث عدد مرات استخدام الإنترنت من قبل المبحوثين في اليوم والأسبوع والشهر وكانت النتائج كالتالي:

أ - متوسط استخدام الإنترنت في اليوم هو 3 مرات.

ب - متوسط استخدام الإنترنت في الأسبوع هو 7 مرات.

ج - متوسط استخدام الإنترنت في الشهر هو 29 مرة.

وتدل النتائج على أن المبحوثين يستخدمون الإنترنت بشكل يومي.

3- تنوعت مجالات استخدامات الإنترنت من

قرار الشراء. أي أن هناك علاقة ما بين الإعلانات الإلكترونية التي تثير اهتمام الأفراد واتخاذ قرار الشراء من ناحية وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول أن الإعلانات الإلكترونية تثير اهتمام الأفراد تؤثر على المبيعات المحتملة.

- بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء على اتخاذ قرار الشراء. ويدل ذلك على وجود علاقة ما بين الإعلانات التي تثير رغبة الشراء واتخاذ قرار الشراء من ناحية وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول أن الإعلانات الإلكترونية التي تثير رغبة الأفراد للشراء تؤثر على المبيعات المحتملة.

- بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، للأثر المدرك للإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء على اتخاذ قرار الشراء. أي أنه هناك علاقة ما بين الإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء واتخاذ قرار الشراء من ناحية وباعتبار علاقة قرار الشراء بالمبيعات التي ناقشناها فيمكن القول الإعلانات الإلكترونية التي تحث الأفراد على الشراء تؤثر على المبيعات المحتملة

- نتيجة لإثبات النظريات الفرعية نتوصل

طارق محمد خزندار، وإياد عبد الإله خنفر: الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء...

جدول (14).

الوسيلة	متوسط مرات التعرض
التلفزيون	3.74
الصحف	3.05
الإعلان الإلكتروني	2.92
إعلانات الطرق	2.84
المجلات	2.83
الراديو	2.63

6- وفيما يتعلق بأكثر أنواع الإعلانات الإلكترونية السابقة شرحها في مقدمة البحث (الإعلان الطائر والقافز والأفقي... الخ) التي يتعرض لها المتسوقين في الانترنت وأثرها على مراحل اتخاذ قرار الشراء أظهرت نتائج البحث (جدول 15) أن:

• البريد الإلكتروني أكثر وسائل الإعلان الإلكتروني التي يتعرض لها الأفراد لحصوله على أعلى متوسط حسابي (2.89) مقارنة مع باقي الإعلانات الإلكترونية الأخرى وأقلها كان الإعلان المتسلسل بي متوسط (2.42).

• البريد الإلكتروني أكثر وسائل الإعلان الإلكتروني التي تجذب انتباه الأفراد لحصوله على أعلى متوسط حسابي (2.85) مقارنة مع باقي الإعلانات الأخرى والإعلان الأقل جذبا للانتباه هو إعلان النصوص بمتوسط (2.58).

• البريد الإلكتروني أكثر وسائل الإعلان الإلكتروني التي تثير الاهتمام لحصوله على أعلى متوسط

قبل المبحوثين، ويعتبر الحصول على المعلومات هو أكبر أسباب الاستخدام، وتم ترتيب النتائج بناء على الأكثر تكرار كما جاء في الاستبيان:

جدول (12).

الحصول على المعلومات	199 مرة
البريد الإلكتروني	171 مرة
التسوق والشراء	116 مرة
البحوث والدراسات	104 مرة

4- أما فيما يتعلق باستخدام الإنترنت في التسوق، فتنوعت الأسباب حيث كان الحصول على معلومات عن السلع والخدمات هو أكثر المجالات المستخدمة وكان باقي النتائج كالتالي مرتبه حسب الأكثر تكرار:

جدول (13).

الحصول على المعلومات عن السلع والخدمات	165 مرة
المقارنة بين المنتجات	104 مرة
الحصول على المعلومات عن الشركات	101 مرة
شراء السلع	81 مرة

5- تعددت وسائل الإعلان التي يتعرض لها الأفراد، حيث اعتبر التلفاز أكثر الوسائل التي يتعرض لها الأفراد وكانت النتائج كالتالي مرتبه حسب الأكثرية:

حسابي (3.04) مقارنة مع باقي الإعلانات الأخرى. بمتوسط حسابي (2.13).
بينما الإعلان القافز الأقل إثارة لاهتمام المتصفحين

جدول (15).

المتغير	الأكثر	المتوسط الحسابي	الأقل	المتوسط الحسابي
أكثر الإعلانات الالكترونية التي يتعرض لها الأفراد	البريد الالكتروني	2.89	المتسلل	2.42
الإعلانات الالكترونية التي تجذب الانتباه	البريد الالكتروني	2.85	النصوص	2.58
الإعلانات الالكترونية التي تثير الاهتمام	البريد الالكتروني	3.04	القافز	2.13
الإعلانات الالكترونية التي تخلق الرغبة	البريد الالكتروني	2.9	الجانبى	2.54
الإعلانات الالكترونية التي تحثك على الشراء	البريد الالكتروني	2.81	القافز	2.46

• البريد الإلكتروني أكثر وسائل الإعلان الإلكتروني التي تخلق الرغبة للشراء عند الأفراد لحصوله على أعلى متوسط حسابي (2.9) مقارنة مع باقي الإعلانات الأخرى والأقل في خلق رغبة شرائية هو الإعلان الجانبى بمتوسط حسابي (2.45).

• يعتبر البريد الإلكتروني أكثر وسائل الإعلان الإلكتروني التي تحثك الأفراد على الشراء لحصوله على أعلى متوسط حسابي (2.81) مقارنة مع باقي الإعلانات الأخرى والإعلان القافز الأقل تأثيراً في الحث على الشراء من بين الإعلانات الإلكترونية بمتوسط حسابي (2.46).

7- أظهرت النتائج أن أهم السلع والخدمات التي قام الباحثين بشرائها نتيجة تأثرهم بالإعلان الإلكتروني كان أهمها عمل الحجز والحصول على بطاقات السفر وكان أقلها في الاستخدام شراء الأقراص المدجة انظر جدول رقم (16):

جدول (16).

الترتيب	التكرار	السلع التي قام الباحثين بشرائها	الترتيب	التكرار	السلع التي قام الباحثين بشرائها
7	8	كتب ومجلات	1	87	الحجز وبطاقات سفر
8	6	برامج كمبيوتر	2	32	أجهزة ومعدات كمبيوتر
9	6	مواد غذائية	3	29	خدمات بنكية
10	5	مواقع أو صفحات إنترنت	4	12	مواد وأدوات تجميل
11	4	الهدايا والعطور	5	11	ملابس
12	4	الأقراص المدجة	6	11	حجز فنادق

8.2: التوصيات:

على استخدامه في العالم العربي والمملكة السعودية لما أظهرته الدراسة من ندرة في مثل هذه الدراسات في العالم العربي بصفة عامة والمملكة السعودية بصفة خاصة ونقترح على سبيل المثال

أ - استخدام نماذج أخرى لقياس فاعلية الإعلان الإلكتروني ومقارنتها بالنتائج التي تحققت باستخدام نموذج آيدا.

ب - دراسة إذا كان هناك اختلاف في فاعلية وسائل الإعلان الإلكتروني باختلاف المنتج أو الخدمة وتأثير العوامل الاجتماعية والديموغرافيا عليها.

ج - أثر العوامل الديموغرافية على فاعلية الإعلان الإلكتروني ووسائله المختلفة.

«يتقدم فريق الدراسة بالشكر لعامة البحث العلمي، جامعة الملك عبد العزيز - جدة، على دعمها العلمي والمادي لهذا المشروع بالمنحة البحثية رقم (1431/120/368)»

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

أبو زيد، سعد زغلول، «مقدمة في نظام SPSS»، معهد التدريب العربي - الجهاز المركزي للإحصاء، العراق، 2003 م.
أبو قحف، عبد السلام، (محاضرات في هندسة الإعلان)، الدار الجامعية، القاهرة، 1994 م.

بشير العلق وعلی الربابعة، الترويج والإعلان (أسس ونظريات وتطبيقات مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصى الباحثان بما يأتي:

1 - توصي الدراسة الشركات العاملة في العالم العربي وبصفة خاصة في السعودية بضرورة تبني أبعاد الإعلان الإلكتروني وتفعيلها والتوسع في استخدامها، لما لها من آثار ايجابية على زيادة حجم مبيعات الشركات.

2 - ضرورة تبني الشركات كافة الأساليب والوسائل المتعددة للإعلان الإلكتروني لما لها من أثر إيجابي على مراحل قرار الشراء من انتباه واهتمام ورغبة وحث على الشراء وبالتالي في زيادة حجم مبيعات الشركات.

3 - على الشركات العاملة في المجال الإعلان الإلكتروني متابعة التطورات الجديدة والاستفادة من كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة لما أظهرته الدراسة من وجود البيئة المناسبة وتقبل المتسوقين في العالم العربي لها ولقدرتها في التأثير عليهم.

4 - التركيز على اختيار وسائل الإعلان الإلكترونية التي أظهرت الدراسة قدرتها على التأثير على قرار الشراء لاستمالة المستهلكين نحو السلع والخدمات والتأثير في قبولهم لها.

5 - توصي الدراسة بضرورة عمل المزيد من الدراسات في مجال الإعلان الإلكتروني والآثار المترتبة

- والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2002م.
- بشير، محمد خير، «الإحصاء بمساعدة برمجية SPSS»، دار المريخ للنشر، 2006م.
- جون فيليب جونز، تعريب هشام الدجاني، التسويق والإعلان وأثرهما على المستهلك دليل جديد على أن الإعلان يطلق المبيعات، مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 1421هـ.
- راشد أحمد عادل، (الإعلان)، دار النهضة العربية، بيروت، 1981م.
- رامونه، إيناسيو، (نظام الإنترنت الجديد)، مجلة Le Monde Diplomatique (النسخة العربية)، يناير 2004 المصدر www.mondiploar.com.
- سايا غوجل، «استجابة المستهلك للإعلان: سلوك المستهلك والعوامل المؤثر فيه» ماجستير تسويق، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق (بدون تاريخ) المصدر: www.tahasoft.com/books/219
- طلعت همام، مائة سؤال عن العلاقات العامة والإعلان، دار الفرقان للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 1984م.
- عبد الجبار مندبل الغانمي، الإعلان بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 1998م.
- عبد الستار، عبد العزيز (تأثير الإعلان التلفزيوني الدولي على الجوانب الاجتماعية والثقافية في المملكة العربية السعودية)، كلية الإعلام جامعة القاهرة، جريدة الجزيرة، العدد 21، يناير 2000م.
- محمد زياد مخللاتي، استجابة المستهلك للإعلان، إشراف الدكتور: أ. د. محمد الجاسم، جامعة دمشق، 2009-2010م.
- محمد فريد الصحن، الإعلان، الدار الجامعية للنشر، لبنان، 1998م.
- 1988م.
- مصطفى، السيد أحمد، (البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه)، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، الطبعة الأولى، 1994م.
- معلا، ناجي، (تقييم المستهلكين لمدى تأثير الإعلان التجاري على سلوكهم الاستهلاكي في أمانة عمان الكبرى)، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، مجلد 17، العدد 2، 1997م.
- ميرل، جون ولونشتاين، رالف، (الإعلام وسيلة ورسالة)، تعريب: ساعد خضر العرابي، دار المريخ للنشر، الرياض، 1989م.
- ناديا حبيب أيوب، صفاء سيد محمود- استخدام شبكة الإنترنت في الإعلان - مجلة الإدارة العامة - معهد الإدارة العامة الرياض - المملكة العربية السعودية العدد الرابع - يناير - 2001م.
- يفيلر، ميلفين وروكيثش، ساندر، (نظريات وسائل الإعلام)، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993م.
- يوسف، ردينه عثمان، الصميدعي محمود، تكنولوجيا التسويق، دار المناهج عمان 2006م.
- ثانياً: المراجع الأجنبية:
- Armstrong Gary and Philip Kotler, "Marketing: An Introduction (12th Edition)", Pearson 2014
- April Harris (2012), "The Value of Social Networks in the World of A advertising", *Savannah State University*, www.sedsi.org2012_Conferenceprocp111112004.pdf
- Arthur, W. B. (1996). Increasing Returns and the New World of Business, *Harvard Business Review*, 74 (July-August), 100-111
- Baack, D. W., & Nitish, S. (2007). Cultural and web communication. *Journal of Business Research*, 60(3), 181-188. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.11.002>
- Baker, Paul - Electronic Commerce- Research Report - 1998.

- Versus Print Advertisements," *Journal Of Marketing Communication* 10,(1), 35-47.
- E.W. T Ngai, (2002), "Selection of web sites for online advertising using the AHP", *Information & Management* 1984 1-10.
- Fourquet-Courbet, Marie-Pierre, Didier Courbet, and Marc Vanhuele (2007), "How Web Banner Designers Work The Role of Internal Dialogues, Self-Evaluations, and Implied communication Theories," *Journal of Advertising Research*, 47(2), 183-192.
- Hoffman, D., Novak, T. (1996b), "Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations", *Journal of Marketing*, Vol. 60 pp.50-68.
- Gianfranco Walsh, Edward Shiu, and Louise M. Hassan (2014) Cross-National Advertising and Behavioral Intentions: A Multilevel Analysis. *Journal of International Marketing*: March 2014, Vol. 22, No. 1, pp. 77-98.
- Hoan Cho, (1999) How Advertising Works on the WWW: Modified Elaboration Likelihood Model, *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 21:No. 1, pg. 34-50, DOI: 10.1080/10641734.1999.10505087
- Hollis, Nigel (2005), "Ten Years of **Learning** on How Online Advertising Builds Brands," *Journal of Advertising Resenrch*, **45(2)**, 255268.
- Huang, C. and C. Lin (2006), "Modeling the Audience's Banner Ad Exposure For Internet Advertising Planning," *Journal of Advertising*, **35(2)**, 123-136. http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%AE%D8%B1%D9%88%D8%B7_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%A7%D8%A1
 AB retrieved from <http://www.iabuk.net/research/library/2013-full-year-digital-adspend-results-summary-infographic>
- Jianping Peng; Guoying Zhang; Shaoling Zhang and Xin Dai; Jing Li, (2014), "Effects of online advertising on automobile sales" *Management decision*: MD.-Bradford: Emerald, ISSN 0025-1747, ZDB-ID 4119460. - Vol. 52.2014, 5, p. 834-851
- Katie Haegele. E-Advertising and E-Marketing. 1st Edition. Rosen Publishing, 2001. P4 Donna L. Hoffman, Thomas P. Novak. A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce. October 17, 1996.P17.
- Kanso, Ali M. and Nelson, Richard Alan (2004). Internet and Magazine Advertising: Integrated Partnerships or Not? *Journal of Advertising Research*, 44, pp 317-326. doi:10.1017/S002184990404036X
- Karson, Eric J. and Pradeep K. Korgaonkar (2001), "An Experimental Investigation of Internet Advertising and the Elaboration Likelihood Model," *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, **23(2)**, 53-72.
- Lee, Suckkee and John D. Leckenby (1999), "Impact of Measurement Periods on Website Rankings and Traffic Estimation: A User-Centric Approach," Barry, Thomas. 1987. The Development of the Hierarchy of Effects: An Historical Perspective. *Current Issues and Research in Advertising*, 251-295
- Bhat, Subodh, Michael Bevans, and Sanjit Sengupta (2002), "Measuring Users' Web Activity to Evaluate and Enhance Advertising Effectiveness," *Journal of Advertising*, 31 (3), 97-106.
- Bei Jul,(2013), "A Proposed Cross-Cultural Examination of Online Advertising Effectiveness in China and the UK", *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 6; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119
- Brackett, Lana K. and Benjamin N. Carr, Jr. (2001), "Cyberspace Advertising vs. Other Media: Consumer vs. Mature Student Attitudes," *Journal of Advertising Research*, 41(5), 23-32.
- Burns, Kelli S. and Richard L. Lutz (2006), "The Function of Format: Consumer Responses to **Six** Online Advertising Formats," *journal of Advertising*, 35(1), 53-64.
- Chandon, Jean Louis, Mohamed Saber Chtourou, and David R. Fortin (2003), "Effects of Configuration and Exposure Levels on Responses to Web Advertisements," *Journal of Advertising Research*, 43(2), 217-229.
- Chang, Yuhminn and Esther Thorson (2004), "Television and Web Advertising Synergies," *journal of Advertising*, 33(2), 75-84.
- Chang-Hoan Cho, (2012), "How Advertising Works on the WWW: Modified Elaboration Likelihood Model", *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 21:1, 34-50, DOI: 10.1080/10641734.1999.10505087. **To link to this article:** <http://dx.doi.org/10.1080/10641734.1999.10505087>
- Cho, Hoan, (1999) How Advertising Works on the WWW: Modified Elaboration Likelihood Model, *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Vol. 21:No. 1, pg. 34-50, DOI: 10.1080/10641734.1999.10505087
- Coyle, James R. and Stephen J. Gould (2002), "How Consumers Generate Clickstreams through Web Sites: An Empirical Investigation of Hypertext, Schema and Mapping Theoretical Explanations," *Journal of interactive Advertising*, spring. Available <http://jiad.org/vol2/no2/coyle/index.htm>.
- Crain Rance, (McDonald's Should Not Jettison Nostalgia Ads), Published By: advertising age, April.23. Source: www.adage.com.
- Dahlen (2002), "Thinking and Feeling on the World Wide Web: The Impact of Product Type and Time on World Wide Web Advertising Effectiveness," *Journal of Marketing Communications*, 8(2), 115-125.
- Dahlen, Malcolm Murray, Sven Nordenstam (2004), "An Empirical Study of Perceptions of Implicit Meanings in World Wide Web Advertisements

- Design on Click through Rates," *International Journal of Advertising*, 26(4), 527-541.
- Rodgers and Qimei Chen (2002), "Post-Adoption Attitudes to Advertising on the Internet," *Journal of Advertising Research* 42(5), 95-104
- Rodgers, Qimei Chen and Ye Wang, Ruth Rettie, and Frank Alpert (2007), "The Web Motivation Inventory: Replication, Extension and Application to Internet Advertising," *International Journal of Advertising*, 26(4), 447-476.
- Sally Harridge. Electronic marketing, the new kid on the block. *Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 22, No. 3, 2004. P306.
- Satish, M., Prem Kumar, V. B., & Bharath, S. (2011). Impacts of Online Advertising on Sales, *Journal of Marketing & Communication*, 7(1), 11-17
- Savulescu, R. (2011). Brand Talk on Facebook - a New Challenge in Marketing Communication. *Revista Romana de Comunicare si Relatii Publice*, 13(2), 19-30.
- Sharp Byron,(How Dose Advertising Work?),Published By: Marketing Science Centre University of South Australia. May 2001. Source: www.business2.unisa.edu.au.
- Shen, Fuyuen (2002), "Banner Advertisement Pricing, Measurement, and Pretesting Practices: Perspectives from Interactive Agencies," *Journal of Advertising*, 2002, 31(3), 59-67.
- Simon Latcovich and Howard Smith. Sinking the Internet: Pricing, Sunk Costs, and Market Structure Online. Department of Economics Discussion Paper Series. Number 36. October 2000. P11.
- Simpson Poon, Paula Swat man. A Longitudinal Study of Expectations in Small Business Internet Commerce. Bled, the Eleventh Bled International Conference on Electronic Commerce, 98. pp. 295-309.
- Sundar, S. Shyam and Jinhee Kim (2005), "Interactivity and Persuasion: Influencing Attitudes with Information and Involvement," *Journal of Interactive Advertising*, Spring, Available <http://jiad.org/vol5/no2/sundar/index.htm>.
- Texas Austin, fall 2003. Source:www.advertising.utexas.edu.
- The Future of TV Advertising.Published By: Data monitor, Sept,22, 2003.Source:
- Timmers, Paul (1998), "Business Models for Electronic Markets" Focus Theme, Vol.8, No.2.
- Wang, Ying & Sun, Shaojing (2010) Modeling online advertising: A cross-cultural comparison between China and Romania, *Journal of Marketing Communications*, 16:5, 271-285, DOI: 10.1080/13527260902884904 www.emarketer.com
- Teo, Thompson S. H. & Margaret Tan – An Empirical Study of Adaptors & Non- Adaptors of the Internet in Singapore – Information and Management – 1998.
- Wheeler, D. 2004. "The Internet in the Arab World: Digital *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 21(2), 1-10.
- Meadows-Klue, D. (2002), "Practitioner attitudes to interactive advertising", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 4 No. 2, pp. 1135-43
- Möller, J., & Eisend, M. (2010). A global investigation into the cultural and individual antecedents of banner advertising effectiveness. *Journal of International Marketing*, 18(2), 80-89. <http://dx.doi.org/10.1509/jimk.18.2.80>
- Morris, Jon D., Chong Moo Woo, and Chang-Hoan Gho (2003), "Internet Measures of Advertising Effects. A Global Issue," *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 25(1), 25-43.
- Morris Kalliny,) 2014 (" Advertising Trends in the Arab World: A Status Report", *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, Volume 35, Issue 1, 2014 DOI: 10.1080/10641734.2014.866855
- New Opinion Research Corporation (2010).Online Consumer Reviews Significantly Impact Consumer Purchasing Decisions. Retrieved on 21st February, 2010. http://www.opinionresearch.com/fileSave%5COnline_Feedback_PR_Final_6202008.pdf.
- Nigel Holls (2005). Ten Years of Learning on How Online Advertising Builds Brands. *Journal of Advertising Research*, 45, pp 255-268. doi:10.1017/S0021849905050270
- Olson David, (Principle of Measuring Advertising effectiveness). Published By American Marketing Association. Source: marketing power. com.
- Palanisamy, R. (2005). Impact of gender differences on online consumer characteristics on web-based banner advertising effectiveness. *Journal of Services Research*, 4(2), 45-73.
- Papatla, Purushottam and Amit Bhabagar (2003), "Choosing the Right Mix of On-line Affiliates: How Do You Select the Best?" *Journal of Advertising*, 31(3), 69-81.
- Prendergast, Gerard and Chia Hwa Huang (2003), "An Asian Perspective of Offensive Advertising on the Web," *International Journal of Advertising*, 22(3), 393-412.
- Rappaport, Stephen D. 0, (2007), "Lessons from Online Practice: New Advertising Models," *Journal of Advertising Research*, 47(2), 135141.
- Riaz Ahamed.S.S. , D. Mahesh, O. Saravanan, (2010) An Analysis Of The Effects Of Advertising Strategies On The Web. *International Journal of Engineering Science and Technology*, Vol. 2(3), , p148-156.
- Ralph Breuer, and Malte Brettel, (2012), " Short- and Long-term Effects of Online Advertising: Differences between New and Existing Customers, *Journal of Interactive Marketing*, Volume 26, Issue 3, August, Pages 155–166
- Robinson, Helen, Anna Wysocka, and Chris Hand (2007), "Internet advertising effectiveness: Effects of

طارق محمد خزندار، وإياد عبد الإله خنفر: الأثر المدرك للإعلان الإلكتروني على اتخاذ المستهلك لقرار الشراء...

Divides and Cultural Connections." Accessed
October 1, 2009.

http://www.riifs.org/guest/lecture_text/Internet_n_a_rabworld_all_txt.htm

Xie, Frank Tian, Naveen Donthu, Ritu Lohtia, and Talai Osmonbekov (2004), "Emotional Appeal and Incentive Offering in Banner Advertisements," *Journal of Interactive Advertising*, Spring, Available <http://jiad.org/vol4/no2/xie/index.htm>.

Yang, Kenneth C. C. (2004), "A Comparison of Attitudes towards Internet Advertising Among Lifestyle Segments in Taiwan," *Journal of Marketing Communications*, 10(3), 195-212.

المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات كلية التربية بجامعة الجوف: دراسة ميدانية

عالية الطيب حمزة محمد⁽¹⁾، ومها عفات محمد الدغمي⁽²⁾

جامعة الجوف

المستخلص: هدفت الدراسة إلى معرفة المشكلات السلوكية الأكثر شيوعاً لدى طالبات كلية التربية بجامعة الجوف باستخدام المنهج الوصفي الارتباطي. وتمثل مجتمع الدراسة في طالبات كلية التربية بجامعة الجوف حيث بلغ حجم العينة (363) طالبة تم اختيارهن بالطريقة العشوائية الطبقية البسيطة. أما أداة جمع المعلومات فقد تمثلت في استمارة المعلومات الأولية، واستبانة المشكلات السلوكية من إعداد الباحثين، فيما يتعلق بالطرق الإحصائية فقد تم استخدام اختبار (ت) واختبار فريد مان وبيرسون، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها: تتسم جميع أبعاد المشكلات السلوكية بالانخفاض بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف. وتأتي مشكلة الغش في المركز الأول وتليها المشكلات الاجتماعية، والدراسية، والفكرية. أما مشكلات العدوان، والسرقة، والكتابة على الجدران فقد أتت في المستوى الأدنى. كما توجد فروق دالة إحصائية في الغش والعدوان والكتابة على الجدران لصالح وجود الأم على قيد الحياة، بينما لا توجد فروق دالة في بقية الأبعاد. وتوجد فروق دالة إحصائية في الكذب والعدوان لصالح وجود الأب على قيد الحياة بينما لا توجد فروق دالة في بقية الأبعاد. وتوجد علاقة عكسية دالة في أبعاد المشكلات الدراسية والعدوان والجنسية والكتابة على الجدران وبين المستوى التعليمي للأب بينما لا توجد علاقة في بقية الأبعاد. ولا توجد علاقة ارتباطية بين جميع أبعاد المشكلات ومستوي تعليم الأم. ويوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً في بعد السرقة والعدوان والجنسية والكتابة على الجدران وتعليم الوالدين. ولا توجد علاقة ارتباطية دالة في أبعاد المشكلات الدراسية والغش في الاختبار والكتابة على الجدران، بينما يوجد ارتباط عكسي دال إحصائياً في أبعاد مشكلات السرقة والعدوان والمشكلات الاجتماعية والفكرية وعمر طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

الكلمات المفتاحية: علم النفس، المجتمع، البيئة الجامعية، الأسرة، علاج.

Common Behavioral Problems among Female Students of the Faculty of Education at the University of Al-Jouf: A Field Study

Alya Eltayeb Hamza Mohamed⁽¹⁾, & Maha Affat M. Aldogmi⁽²⁾
Al-Jouf University

Abstract: The study aimed to investigate the most common behavioral problems among students in the Faculty of Education at the University of Al-Jouf. Descriptive correlation method adopted by researchers to achieve the objectives of the present study. Stratified random sampling techniques was applied to select a sample of (363) female students from the whole population. The tools of data collection comprises; Bibliographical data sheet and Behavioral problems scale designed. Statistical Package for Social Sciences (SPSS) was applied to analyze the data of the study by using; T- test, Fred Mann test and Pearson Correlation coefficient. The researchers came to the following results: all the dimensions of behavioral problems are statistically below the average. The most prevalent problems among females are; cheating in exams, followed by social, academic, intellectual and dimensions, whereas, the least prevalent problems were; aggression, theft, and graffiti. There is a significant difference in the exam-cheating, aggression and graffiti in favor of the presence of the mothers (a live), while there are no significant difference in other dimensions. There are significant differences in the lying and aggression dimensions in favor of the presence of the father (a live), while there are no significant differences in other dimensions. There is a negative correlation between school problems, aggression, resembling and graffiti with fathers' educational level, while there is no correlation in the rest of dimensions. There is no significant correlation between all the dimensions of behavioral problems with mothers' educational level. There is a negative statistical correlation between theft, aggression, sexual and graffiti dimensions with parents' education. There is no significant correlation between school problems, exam-cheating graffiti with students' age, while there is a negative significant correlation between theft, aggression, social, intellectual dimensions with the age of the students.

Keywords: Psychology, Community, University Environment, Family, Treatment.

(1) Assistant Professor, Faculty of Education, Al-Jouf University.	(1) أستاذ مساعد، كلية التربية، جامعة الجوف
البريد الإلكتروني: e-mail: asadi789@hotmail.com	
(2) Assistant Professor, Faculty of Education, Al-Jouf University.	(2) أستاذ مساعد، كلية التربية، جامعة الجوف

تمهيد:

التعامل معهن، وعلاج مشكلاتهن وتنميتها من جميع الجوانب الروحية والنفسية والعقلية والاجتماعية، وذلك لأن المشكلة السلوكية تعتبر انحرافاً عن السلوك السوي، وهي تزداد إذا تركت دون بحث لأسبابها وتحديد طرق الوقاية والعلاج لذا فهي جديرة بالدراسة لمعرفة الأسباب والتوصل إلى الحلول. وانطلاقاً من التطور الهائل الذي يشهده التعليم الجامعي بصفة خاصة بالإضافة إلى الرغبة الشديدة في العمل بمعايير الجودة التعليمية الشاملة، وانطلاقاً من المشكلات المتعددة التي يتسم بها واقع التعليم الجامعي الذي قد يضعف قدرة الطالبة الخريجة على مواجهة المستقبل بكل تحدياته. لقد جاءت فكرة هذه الدراسة من خلال عمل الباحثين في مجال الإرشاد الطلابي في الكلية وإدراكهن لما يعانيه بعض الطالبات من مشكلات سلوكية تحتاج إلى تدخل إرشادي.

مشكلة الدراسة:

تتفرع عن التساؤل الرئيسي:

ما المشكلات السلوكية بين طالبات كلية التربية

بجامعة الجوف؟

مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

1 - ما أكثر المشكلات السلوكية شيوعاً بين

طالبات كلية التربية بجامعة الجوف؟

2 - هل توجد فروق دالة إحصائية في المشكلات

أصبح التعليم العام بصفة عامة، والتعليم العالي بصفة خاصة من العوامل الرئيسية في عملية التنمية بشقيها الاجتماعي والاقتصادي، كما أن الاهتمام بالمرحلة الجامعية يمثل وسيلة المجتمع في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وقد أدركت الدول أهمية التعليم العالي كمدخل للتنمية فاهتمت به. لذلك تحرص المؤسسة التعليمية على إعداد طلابها بمستوى يجعلهم قادرين على المساهمة بشكل فعال في تقدم المجتمع ورقية، وتمثل الجامعة قمة الهرم التعليمي، فهي تقوم بمهمة كبيرة في إعداد الشباب فكرياً ووجدانياً وانتماءً، فهي مصنع قيادات المجتمع في جميع المجالات من خلال خدمة المجتمع والتدريس والبحث العلمي. وتمثل طالبات الجامعة ذخيرة المجتمعات الواعدة، وهن يكمن التغيير، وعلى أكتافهن يكون التقدم، ومواجهة الصعاب. وقد سنت كثير من الدول المتقدمة القوانين التي تكفل رعايتهن في مؤسساتها الرسمية، حيث كرست جهودها للعناية بهن، في مراحل دراستهن وخاصة في المرحلة الجامعية، والتي تعد مرحلة الإعداد النهائي لهن علمياً وسلوكياً وتربوياً، وتوفير الفرص المهنية لهن. إذ لا تقتصر وظيفة التعليم على تقديم المعارف والمعلومات للطالبات، بل من الضروري أن يكون على علم بالنواحي السلوكية للطالبات، وبالتالي يسهل عليه

- السلوكية حسب العمر بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف؟
- 3 - هل توجد علاقة دالة إحصائياً بين المشكلات السلوكية والمستوى التعليمي للوالدين لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف؟
- 4 - هل توجد فروق دالة إحصائياً في المشكلات السلوكية لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف بسبب فقدان احد الوالدين؟
- 5 - هل توجد علاقة دالة إحصائياً بين المشكلات السلوكية للطالبة كلية التربية بجامعة الجوف وترتيب ميلادها؟
- أهمية هذه الدراسة:
- يمثل الاهتمام بالمشكلات السلوكية أهم ركائز التربية والتعليم، لذا فإن أثر التربية والتعليم يظهر جلياً في سلوك الطالبات الإيجابي فإذا ظهر من الطالبة سلوك شاذ كان جديراً بالدراسة والبحث ومن هنا يمكن أن نحدد أهمية هذه الدراسة فيما يلي:
- 1 - دراسة المشكلات السلوكية للطالبات تعتبر أمراً حيويًا مفيداً وإذا لم يبادر التربويون بالبحث عن أسبابها وعلاجها ستؤدي بالطالبة إلى سوء التكيف الشخصي والاجتماعي.
- 2 - حصر المشكلات السلوكية الأكثر شيوعاً لدى الطالبات يساعد على التخطيط لبرامج إرشادية
- تساعد على التوافق السليم هن.
- 3 - هذه الدراسة تأتي في باكورة الدراسات التي تناولت المشكلات السلوكية لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف.
- 4 - هذه الدراسة تساهم في إثراء المكتبة المركزية ومكتبة المجمع بصفة خاصة بنتائج البحث.
- 5 - الإسهام في الكشف عن طبيعة المشكلات التي تشيع بين طالبات كلية التربية، التي تعوق إلى حد كبير تحقيق أهداف العملية التعليمية ومن ثم محاولة اقتراح حلول لها.
- أهداف الدراسة:
- تمثل أهداف الدراسة الحالية في النقاط التالية:
- 1 - التعرف على المشكلات السلوكية الأكثر شيوعاً لدى طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.
- 2 - تقديم الحلول والمقترحات والتوصيات التي تسهم في التغلب على تلك المشكلات السلوكية.
- 3 - معرفة الاختلاف في المشكلات السلوكية حسب الترتيب الميلاي لطالبة كلية التربية بجامعة الجوف.
- 4 - توفير مادة علمية حول أهم المشكلات السلوكية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

فروض الدراسة:

1434 / 1435 هـ.

مصطلحات الدراسة:

المشكلات السلوكية: هي المشكلات السلوكية التي تعني جميع التصرفات والأفعال غير المرغوبة التي تصدر عن الفرد بصورة متكررة، ولا تتفق مع معايير السلوك السوي المتعارف عليه في البيئة الاجتماعية والنفسية. حنان (2000).

وتعرفها الباحثتان إجرائياً بأنها الدرجات التي تحصل عليها الطالبات في مقياس المشكلات السلوكية المستخدم في هذه الدراسة.

الإطار النظري للدراسة: تعرف سلامة (1984) المشكلة السلوكية بأنها سلوك متكرر الحدوث غير مرغوب فيه فهو يثير استهجان البيئة الاجتماعية.. يقول زكريا (1989) أن الفرق بين السلوك السوي والسلوك غير السوي هو فرق في الدرجة، أي مدي تكرار السلوك الذي يؤدي حدوثه إلى مشكلة للمراهق أو الأهل أو المجتمع بدرجة تستحق المساعدة. لذلك نجده يعرف السلوك المشكل بأنه (نقص في المهارات الأساسية في التكيف مع الجماعة)، كما يعزى ظهور هذا السلوك إلى سوء تعلم المهارات الاجتماعية أو عدمه، التي تسمح بالاندماج والتفاعل مع الجماعة. أحمد وآخرون (2010). وقد صنف شيفر وميلمان Sheaffer & Millman (1989) المذكور في دراسة المشكلات السلوكية إلى

1 - توجد فروق دالة إحصائياً في المشكلات السلوكية بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

2 - المشكلات الدراسية وما شاكلها أكثر المشكلات شيوعاً بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

3 - توجد فروق دالة إحصائياً في المشكلات السلوكية بين للطالبات كلية التربية بجامعة الجوف بسبب فقدان احد الوالدين.

4 - توجد علاقة دالة إحصائياً بين المشكلات السلوكية والمستوى التعليمي للوالدين لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

5 - توجد علاقة دالة إحصائياً بين المشكلات السلوكية للطالبة كلية التربية بجامعة الجوف وترتيبها الميلاد.

6 - توجد فروق دالة إحصائياً في المشكلات السلوكية حسب العمر للطالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

حدود الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على طالبات كلية التربية بجامعة الجوف في الفصل الدراسي الثاني 1433 / 1434 هـ، والفصل الدراسي الأول

الجسمي الذي ينتج بسبب الوراثة أو البيئة قد يظهر بعض السلوك المشكّل.

تصنيف المشكلات السلوكية: إن التصنيف الأكثر استخداماً من قبل أخصائيي علم النفس والطب النفسي والتربية الخاصة لاضطرابات السلوك هو الذي ظهر في الدليل التشخيصي والإحصائي للاضطرابات العقلية (DSM). الذي تصدره الرابطة الأمريكية للطب النفسي (American psychiatric Association (APA) ففي أحدث مراجعة لهذا الدليل تصنف الاضطرابات السلوكية تحت عنوان الاضطرابات التي تنشأ في مرحلة الطفولة أو المراهقة كما يلي: يدوم اضطراب السلوك طوال ستة أشهر على أن يبرز خلالها ثلاثة من الأعراض التالية في سلوك الفرد: يؤذي الحيوانات جسمانياً، ويقسو على الآخرين جسمانياً، ويتورط في إشعال حريق عن عمد، وغالباً ما يبدأ بالمشاجرات الجسمانية، ويتشاجر أكثر من مرة مستخدماً سلاحاً، ويسرق دون مواجهة مع الضحية في أكثر من مناسبة، ويحطم ممتلكات الآخرين عن عمد (غير إشعال الحرائق)، ويكره أو يجبر شخص آخر على مزاوله نشاط جنسي معه، ويقترح ممتلكات الآخرين (مثل منزل أو سيارة شخص آخر)، وغالباً ما يكذب (دون خوف من عقاب أو تجنباً للإيذاء البدني)، ويهرب من البيت ليلاً مرتين على الأقل، بينما يعيش مع والديه أو من ينوب عنها (أو هرب مرة واحدة ولم يعد

ثلاث فئات هي: مشكلات السلوك: مثل العدوان، المشاغبة، العناد، سوء العلاقات الاجتماعية مع الكبار والأقران. ومشكلات الانسحاب الناتجة عن القلق: وفيها ينسحب المراهق من الاتصال بالأقران والكبار، كما يتميز بشدة الخوف والتوتر والقلق والخجل والاكْتئاب، وكثيراً ما يكون الشعور بالنقص، وانخفاض تقدير الذات جزءاً مكماً لهذا النمط. وأخيراً مشكلات عدم النضج: وفيها يجد المراهق صعوبة في مواجهة المطالب اليومية، كما يكون مرتبطاً بصعوبة تنطوي على عدم التركيز وعدم التوافق الحسي وعدم الاهتمام بالأحداث العامة. تنبع هذه المشكلات السلوكية من تركيب نفسي يظهر في صورة سلوك غير سوى. ويعبر هذا السلوك عن وجود مشكلة ما.

المدخل المفسرة للمشكلات السلوكية: وقد ناقش عبد الخالق (1991) ثلاث مدخل أساسية مفسرة لأسباب المشكلات السلوكية عند المراهقين، المدخل البيئي والمتضمن علاقة بيئته والمدخل النفسي ويشمل كل ما يتعلق بالبناء النفسي للفرد وأخيراً، المدخل العضوي ويركز على مدى تناسق الأعضاء وكذلك مشكلات الإعاقة. ويرى أحمد عبد الخالق (1991م) أن بعض الإعاقات أو عدم التناسق في نمو بعض الأعضاء عند الأفراد قد يتسبب في ظهور بعض المشكلات السلوكية، وبالتالي فإن الاختلال في النمو

مميزاً، وازدياد احترام وتقدير القيم، والاهتمام بالحياة المهنية وتحديد الميول والحاجات النفسية، واشتداد النزعة الاستقلالية، والميل إلى التحرر وتحمل المسؤولية، والحرص على تأكيد الذات، وميل كل جنس إلى الاهتمام بالجنس الآخر، والاهتمام بالمناقشة والحديث مع الكبار والأقران، والاهتمام بالهندام والملابس، وزيادة التفكير في المستقبل، والحاجة إلى تنظيم أوقات الفراغ واستثمارها، والاهتمام بالألعاب الفكرية كالشطرنج.

أنماط الطلبة في الجامعة: أوردت مريم سليم (2003) ثمانية أنماط مختلفة للطلبة، كما أضاف حسن زيتون (2004) أنماطاً أخرى يمكن إيجازها كلها في النقاط الآتية:

1. العدوانيون: وهم طلبة يحملون نوعاً من العداء الظاهر أو الخفي للسلطة، يجنون المناقشة، والجدال ومزعجون أحياناً، وقد يتغيرون عن المحاضرات، وربما يعمدون لاستفزاز الأستاذ بسلوكهم وتصرفاتهم، ويميلون إلى حل مشكلاتهم جسدياً (لغة العنف).

2. الانسحابيون: وهم طلبة قلما يتكلمون في المحاضرات، حتى وإن تم استفزازهم أحياناً بسؤال فإن ردة فعلهم الظاهرة هي الصمت، ويميلون إلى الانطواء، والجلوس نهاية القاعة، أو في مكان قصي منها (طرفي).

3. المتقادون: ويطلق عليهم أحياناً المدعنون،

منها). ويغادر المدرسة تاركاً دروسه، أو يغيب عن عمله إذا كان يعمل، ويسرق في مواجهة مع الضحية. ويرى كل من عبد السلام ويوسف (1985) أن ثمة شرطين مهمين ينبغي توافرها للحكم على الفرد - طفلاً كان أم راشداً - قبل أن نصنّفه على أنه يعاني أعراضاً تشير إلى اضطرابه انفعالياً واجتماعياً. وأولهما: التكرار والاستمرار، وثانيهما: أن يؤدي التكرار والاستمرار فيه إلى عدم قدرة الفرد على التوافق الشخصي الاجتماعي. لا تعتقد الباحثتان أن المشاكل السلوكية التي تصدر عن الطالبات هي من النوع المرصود في الدليل التشخيصي للاضطرابات النفسية فقط، وإنما هي من النوع الذي يميز الخصائص النهائية للطالبات في هذه المرحلة، فبحكم كون الطالبات من خلفيات اقتصادية مختلفة، ومستويات تعليمية متباينة فربما يصدر منهن ما يعرقل تقدمهن الأكاديمي.

الخصائص العامة للطلبة الجامعيين: يلتحق الطالب بالجامعة وهو في سن (18 سنة) عموماً، وقد يزيد على ذلك أو ينقص، إلا أن هذه السن تجعل هذه الفئة الطلابية تتميز بمجموعة ذات أهمية من الخصائص يجب مراعاتها عند القيام بالمهام التدريسية والإشرافية ومن أهمها كما لخصها سعدون وآخرون (2002) الآتي: استمرار النمو البدني نحو الاكتمال، واكتساب كلا الجنسين - الذكور والإناث - قواماً وشكلاً وصوتاً

يستأنسون بالآخرين من الزملاء، شغوفون بالمناقشة، يحبون الكلام والثرثرة، قادرين على العمل الجيد، ويسهل تأثير الآخرين فيهم.

10. الموهوبون: وهم طلبة ذوو قدرات أكاديمية غير عادية، أذكاء جدا، وموهوبون ومعرضون للملل جراء شرح قضايا يرونها بديهية وبسيطة، وربما فقدوا الشعور باللذة التعليمية إذا لم يجدوا جوا يتحدى فكرهم وقدراتهم.

11. المثبتون: هم طلبة يطلقون تعليقات تنم عن اتجاه تشاؤمي نحو تعلمهم، تهكميون، ولا يجدون متعة في التعلم غالبا.

وقد يتصف الطالب الواحد بأكثر من نمط معين، ويتأرجح بين هذا وذاك، من محاضرة إلى أخرى، ومن زمن إلى آخر، ومن مادة دراسية إلى مادة أخرى، إلا أن نمطا واحداً يميز الطالب في كثير من الأحيان.

أسباب المشكلات السلوكية: تعرضت معظم المراجع التي تناولت المشكلات السلوكية لكل مشكلة سلوكية على حده، وقد لخص قاسم وآخرون (2000م) هذه الأسباب في النقاط الآتية: القسوة في التربية، والتسامح الشديد في التعامل. والانتباه الوالدي والقبول لأحد الأشقاء. وشعور الفرد بالرفض الوالدي. والمطالب المفرطة من قبل الوالدين للأبناء على التفوق الدراسي دون مراعاة قدرات الأبناء وإمكاناتهم. وكل

وهم طلبة تقليديون، لا يعملون إلا إذا كلفوا بواجب معين، اعتماديون على الأستاذ إلى أبعد الحدود، وقلما يناقشون.

4. المنضبون: وهم طلبة يأخذون ما يقدمه الأستاذ باهتمام، ويتابعون أهدافهم بدرجة مماثلة، مرتاحون لعمل ما يطلب منهم في سكون وهدوء، يجنون الانضباط.

5. المبادرون: وهم طلبة يمتازون عن غيرهم بالمبادرة والإتيان بالجديد وقد يكون ذلك فردياً أو جماعياً، ومعظمهم يمتاز بالانسيابية والروح الجماعية.

6. المتقلبون: وقد يطلق عليهم أيضاً «المزاجيون»، وهم طلبة غير ثابتين انفعالياً، ومتقلبون إلى حد كبير بين الفرح والحزن، يتأثرون بأبسط الانتقادات والملاحظات.

7. مقاوموا السلطة: قد لا يتوانى العدوانيون في استخدام العنف الجسدي واللفظي بكل أشكالها لتحقيق مآربهم، إلا أن مقاومي السلطة والنظام لا يصلون إلى هذا الحد، لكنهم يعبرون بشكل واضح عن رفضهم للسلطة والنظام.

8. القلقون: هم طلبة يتميزون بدرجة عالية من الاتكالية، ولديهم قلق زائد حول علامات الاختبارات، يتوقعون أسئلة تعجزيه، وظلما من طرف الأستاذ في تقييمهم.

9. الباحثون عن جذب الانتباه: وهم طلبة

- هذه الأخطاء قد تؤدي إلى أن يسلك المراهقون سلوكيات غير مرغوبة.
- وقام حامد زهران (2005) بتقسيم أسباب المشكلات السلوكية إلى عوامل بيولوجية واجتماعية ونفسية.
- العوامل البيولوجية:**
1. تؤثر الوراثة على الناحية السلوكية والعاطفية، ويتم التأكد من ذلك بدراسة التاريخ العائلي لمضطربي السلوك.
 2. شذوذ الجينات الوراثية: أورد ميخائيل معوض (1993) أن شذوذ الجينات ($xyy - xy$) يصاحبه اضطراب السلوك ويتأخر الإنجاز اللغوي.
 3. اضطراب وظيفة الدماغ: لوحظ في بعض الدراسات وجود اضطراب في تخطيط الدماغ لمضطربي السلوك مقارنة بغيرهم بفارق ذي دلالة، واضطراب السلوك يرجع إلى نقص نضج الجهاز العصبي كعامل يساعد في أحداث الاضطراب.
 4. اضطراب وظيفة الجهاز الغددي: الهرمونات هي مواد كيميائية يفرزها الجهاز الغددي وتسيطر هذه الهرمونات على تصرفات الشخص وأخلاقه وعاداته وأحكامه على الأمور.
 5. عوامل بيولوجية أخرى: يؤدي عدم اكتمال مدة الحمل أو حدوث تسمم أثناء الحمل إلى كثير من
- الحوادث والإصابات وسط مضطربي السلوك.
- العوامل الاجتماعية:**
- يوضح محمود حمودة (1990) أهم العوامل الاجتماعية التي تعمل على إبراز المشكلات السلوكية ومن أهمها:
1. اضطراب الجو العاطفي داخل الأسرة من شجار وانفصال بين الوالدين.
 2. اضطراب سلوك أحد الوالدين أو مرضه النفسي.
 3. القسوة في العقاب مما يعرض الأبناء للأمراض البدنية والنفسية ويجعلهم أكثر عدوانية.
 4. تشجيع الآباء لأبنائهم على خرق القوانين وغياب القدوة للطلاب.
- ثانياً: البيئة الجامعية: يأتي دور الجامعة وتأثيرها، وذلك بما فيها من طلاب وأساتذة وأساليب تربوية ومهنية، فقد تسهم تلك المكونات أو بعضها في تطوير المشكلات السلوكية ونموها لدى الطلاب، فالطالب يقضي وقتاً طويلاً في الجامعة يتأثر متأثراً مباشراً بالنظام الدراسي بما فيه من مكونات إيجابية وسلبية يمكن أن تؤدي إلى المشكلات السلوكية لدى الطالب إذا توفرت الظروف المواتية كما في الحالات التالية: عدم تلبية المناهج الدراسية للفروق الفردية الواسعة بين الطلاب في الاهتمامات والقدرات والمويل. وإتباع نظام ضبط واحد

كما ينجم عنه من مظاهر غير سوية تؤدي إلى أن تكون الطالبة هدفا سهلا دون وجود مناعة تذكر مما يؤدي إلى مشكلات سلوكية يعاني منها الهيكل التعليمي.

5 - اختلاف الطالبات في السمات الشخصية فيما

بينهن في إصدار أحكامهن على الآخرين، وفي تقديرهن لذاتهن. ويختلفن بمستوى النضج والانضباط الذاتي وتحمل المسؤولية.

6 - سوء البيئة والتنشئة الاجتماعية، فالسلوك

المنحرف يتعلمه الفرد كما يتعلم السلوك السوي.

7 - العزلة الاجتماعية وضعف الارتباط

بالآخرين.

آثار المشكلات السلوكية على الفرد والمجتمع:

تشكل المشكلات السلوكية خطورة بالنسبة للفرد

وبالنسبة للمجتمع على حد سواء...

بالنسبة للفرد ينتج عنها: تبديد طاقة الفرد

وجهد، إفساد حياته وتخطيط مستقبله، وتعريض الفرد

للعقاب والإيذاء.

بالنسبة للمجتمع ينتج عنه: تهديد أمن المجتمع،

وتعطيل مصالحه وضياع جهوده وتهديد حريته وأمنه.

أساليب التربية الإسلامية للوقاية من المشكلات

السلوكية لدى طالبات المرحلة الجامعية:

أسلوب القدوة الحسنة: إن أسلوب القدوة

الحسنة يتربع على قمة الأساليب التربوية المؤثرة في

يعتمد على الكبت المفرط أو الشدة المفرطة من قبل الأستاذ الجامعي أو إدارة الجامعة. وعدم قيام الجامعة بمكافحة السلوك السوي ولا تعمل على معالجة المشكلات السلوكية للطالب.

ثالثا: الطالب نفسه: قد يكون السبب الأساسي في

المشكلات السلوكية ناتج عن بعض الخصائص لدى الطالب كالصدمة النفسية المبكرة لدى الطالب

والإعداد الناقص للمراهقة والافتقار للمهارات الأساسية وعدم تميز الذات وتكاملها.

ويمكن أن نسرّد الأسباب التي تؤدي إلى ظهور

المشكلات السلوكية كما يلي:

1 - افتقار العملية التعليمية والتربوية لسهولة

التواصل بين مفرداتها وبين الطالبة.

2 - فقدان التفاعل والمشاركة بين المعلمة

والطالبة في قاعات الدرس وعدم إعطاء الطالبة الدور

الأساسي في عملية التدريس واقتصار مصادر التلقي على

المعلمة فقط.

3 - ترك المجال لوسائل الإعلام المختلفة

لصياغة الطالبة دون وضع الضوابط اللازمة لصيانتها

من أثارها التي تؤدي إلى نشوء مشكلات سلوكية تعاني

منها العملية التربوية.

4 - تعدد الثقافات الحياتية في المأكّل والملبس،

والقادمة من بيئات مختلفة وتقليدها في جماعات الرفاق

أهميته في دعم النمو النفسي، والتخفيف من مشاعر الكبت. سميرة آخرون (2013).

الوقاية من المشكلات السلوكية: أورد شالز شيفر هوارد مليمان (1996) أهم طرق الوقاية من المشكلات السلوكية:

1. مراعاة الفروق الفردية على مستوى الاهتمامات والقدرات.

2. التعامل مع المشكلات السلوكية التي تظهرها الطالبة بوساطة، فالمرونة المفرطة والحسم المبالغ فيه يزيدان من المشكلات السلوكية.

3. مكافأة السلوك المرغوب فيه وتجاهل السلوك غير المرغوب فيه.

4. جعل مجالات الدراسة مثيرة لاهتمامات الطالبة قدر المستطاع. سميرة وآخرون (2013).

علاج المشكلات السلوكية:

يتم ذلك من خلال:

1. إحاطة الفرد بالعطف والرعاية والدفء والأمان.

2. تنمية مفهوم الذات لدى الفرد وإلقاء الضوء على الجوانب الإيجابية لشخصيته.

3. استخدام أساليب العلاج السلوكي بالإضافة للأساليب السابقة وذلك عن طريق: تعزيز السلوك المرغوب فيه، وتقديم القدوة الحسنة والنموذج السليم

العملية التربوية، ذلك الأسلوب الناجح، الذي يترجم الكلمات إلى مواقف، ويحول العبارات إلى سلوكيات وأخلاق، فتربي النفوس من خلاله تربية صحيحة، فالقدوة الصالحة لها أهمية كبيرة في تربية الفرد وتنشئته.

- أسلوب الموعدة الحسنة: الموعدة الحسنة من الوسائل التي تصل إلى النفس الإنسانية بسرعة، لأن النفس الإنسانية تتأثر بما يلقي إليها من كلام فما بالك لو كان الكلام يتميز بالحسن واللين والرفق والسهولة فهو يحرك الوجدان.

- خصائص الموعدة الحسنة: لأسلوب الموعدة الحسنة خصائص ومزايا عديدة منها:

1 - أن تكون الموعدة دائماً متكررة ومتجددة، لأن الإنسان من طبيعته النسيان.

2 - أن تكون الموعدة بأسلوب سهل يناسب سن المتلقي وثقافته وعقله.

3 - أن يكون صاحب الموعدة حكيماً عنده الخبرة الكافية في التربية.

أسلوب الحوار: تكمن أهمية الحوار في أنه وسيلة تساعد في حل كثير من المشاكل، فيعد من أحسن الوسائل الموصلة إلى الإقناع وتغيير الاتجاه الذي قد يدفع إلى تعديل السلوك إلى الأحسن، لأن الحوار ترويض للنفس على قبول النقد واحترام آراء الآخرين، وتتجلى

طالباً وعدد البنات 150 طالبة، كما شملت العينة 30 معلماً من تلك المدارس. وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في إدراك المعاملة الوالدية بين مجموعة الأبناء المشكلين وغير المشكلين. كذلك وجود فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية على مقياس الاتجاهات الوالدية في التنشئة بين كل من آباء الطلاب والطالبات وأمهم، وهناك اتفاق في أساليب المعاملة الوالدية بين الآباء والأمهات للأبناء غير المشكلين. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس المشكلات السلوكية بين البنين والبنات. وارتفاع نسبة المشكلات السلوكية للأبناء المشكلين كما يدركها المعلمون على محور سوء الانضباط المدرسي، وسوء التوافق مع الآخرين، الخصائص الشخصية غير المرغوبة، سوء السلوك الخلقي.

دراسة الدوسري (1999) المملكة العربية السعودية بعنوان: المشكلات السلوكية في المحافظات التعليمية والمراحل التعليمية الثلاث، هدفت الدراسة إلى مسح المشكلات السلوكية في المراحل التعليمية الثلاث بين المحافظات والمناطق، ومعرفة برامج الإرشاد والتوجيه المتاحة لحل هذه المشاكل. استخدم الباحث الأدوات الآتية: استمارة حصر المشكلات السلوكية من إعداد الباحث. وسجل غياب وتأخر الطلاب المتكرر. وسجل لجنة التوجيه والإرشاد وتعديل السلوك

في التعامل، واللجوء إلى العقاب متى اقترن السلوك المشكل بنتائج سلبية، وعدم الاستجابة لحاجة الفرد بعد صدور السلوك غير المرغوب فيه حتى لا يعزز السلوك غير المرغوب. أحمد وآخرون (2010).

الدراسات السابقة:

تتطرق الباحثان فيما يلي إلى عدد من الدراسات ذات العلاقة بالدراسة، والتي يتم عرضها تبعا لتسلسلها الزمني، ويمكن تقسيم الدراسات التي تناولها هذا الفصل على النحو التالي:

أولاً: دراسات عربية:

دراسة الدوسوقي (1997) بعنوان: الاتجاهات الوالدية في التنشئة وعلاقتها ببعض المشكلات السلوكية لدى طلاب المرحلة الثانوية بولاية الخرطوم. هدفت الدراسة إلى بحث وتقصي العلاقة بين الاتجاهات الوالدية في التنشئة وبين سلوك الأبناء. كما هدفت إلى معرفة الفروق في التنشئة الوالدية التي تميز الأبناء ذوو السلوك المشكل والأبناء غير المشكلين، ثم الخروج بتوصيات تساعد الآباء والمدرسين والمربين على تجنب أساليب المعاملة الوالدية التي تؤدي إلى اضطرابات سلوكية. استخدمت الباحثة عينة عشوائية بولاية الخرطوم لطلاب الصف الأول والثاني تتراوح أعمارهم 16 - 20 سنة، واختارت الباحثة في العينة 6 مدارس، وتكونت العينة من 300 طالب وطالبة عدد البنين 150

الضحك بدون سبب، الارتقاء على الأرض» تقترب من مستوى الدلالة (0.0001) بين القياسين القبلي والبعدي.

دراسة الشمري، وآخرون (2000) بعنوان: أهم المشكلات التي تواجه طالبات الاقتصاد الاقتصادي المنزلي كلية التربية الأساسية في دولة الكويت. هدفت الدراسة إلى الوقوف على أهم المشكلات وأكثرها شيوعاً لدى طالبات الاقتصاد المنزلي كلية التربية الأساسية. توصلت الدراسة إلى أن المشكلات التي احتلت الصدارة غلبت عليها المشكلات المتعلقة بالمستقبل لظروف الدراسة ويرجع ذلك لما تعانيه الطالبات من عدم اتضاح الرؤية نحو مهنة المستقبل، أن المقررات لا تمثل تحدياً لقدراتهن، ولا يستفيدون من تلك المقررات في شؤون حياتهن اليومية، أما المشكلات التي وقعت في الوسط، المشكلات الذاتية مثل تنظيم الوقت، تنمية الميول، وتفهم الظروف، وبناء الخطط وعدم فهم الآخرين والمشكلات التي ظهرت في المراتب الأخيرة ذات طابع نفسي مثل أحلام اليقظة ووقت الفراغ وما يتركه عدم السماح للطالبة بالمناقشة في المحاضرة من أثر نفسي والحسد وعدم الشعور بالسعادة.

دراسة البنا (2007) بعنوان: تقدير حل المشكلات السلوكية لدى أطفال المرحلة الأساسية. هدفت الدراسة إلى الكشف عن أكثر المشكلات

بالمدرسة، شملت عينة الدراسة (180.000) طالباً في المناطق التعليمية المختلفة تتراوح أعمارهم بين (9-20) سنة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي: أن هنالك عدداً من المشكلات السلوكية المتكررة والواردة في الاستمارة هي: الغياب، التأخر الدراسي، إهمال الواجبات، السلوك العدواني، السرقة، الكذب، التدخين، الكتابة على الجدران وقصات الشعر. كما اتضح أنه توجد فروق بين المراحل المختلفة في أنواع المشكلات السلوكية. وتوجد فروق بين الجنسين في المشكلات وحجمها.

دراسة العسرج (1426) بعنوان: فاعلية استخدام أسلوب التقدير الرمزي في ضبط المشكلات السلوكية لدى ذوي متلازمة داون. هدفت الدراسة للتعرف على مدى فاعلية استخدام أسلوب التقدير الرمزي في ضبط المشكلات السلوكية لذوي متلازمة داون في جمعية النهضة النسائية، ومعرفة ما إذا كانت هنالك فروق في المشكلات السلوكية على أساس بعض المتغيرات الشخصية «العمر، سنوات القراءة، مستوى الحساسية، ومستوى لغة الإشارة». وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القياسيين القبلي والبعدي على المشكلات السلوكية ككل لدى ذوي متلازمة داون ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في سلوك «الثرثرة، الصراخ، التهديد، الاستهزاء،

سواء كانت اجتماعية أو انفعالية أو جسدية. ولقد أظهرت النتائج أن أبرز المشكلات السلوكية الشائعة لدى طلبة الصف التاسع الأساسي من كلا الجنسين، فقد أشارت النتائج إلى أن المشكلات المتعلقة بالسلوك العدواني والحركي الزائد هي الشائعة لدى الذكور، في حين أن المشكلات السلوكية المتعلقة بالقلق وعدم الأمن والمشكلات المتعلقة بسلوك التشكيك مقابل الثقة هي الشائعة لدى الإناث. وأن المشكلات السلوكية المتعلقة بالمشاعر بالقلق وعدم الأمن قد احتلت المرتبة الأولى في ترتيب المجالات حسب أهميتها وذلك نتيجة حصولها على أعلى المتوسطات في حين كانت المشكلات السلوكية المتعلقة بالسلوك العدواني في المرتبة الأخيرة من حيث التصنيف حسب الأهمية وذلك نتيجة حصولها على أقل المتوسطات.

دراسة محمد، آخرون (2008) بعنوان: مشكلات الطالبات وعلاقتها بمؤشرات الصحة النفسية والتحصيل الدراسي لدى عينه من طالبات كلية التربية بمكة المكرمة. هدفت الدراسة إلى التعرف على نوع المشكلات التي تواجهها طالبات كلية التربية بمكة المكرمة، الفروق في المشكلات بين الطالبات، الفروق في مؤشرات الصحة النفسية والتحصيل الدراسي. وتوصلت الدراسة إلى أن أهم المشكلات هي مشكلة ضيق الوقت المخصص لاستراحة الطالبات بين المحاضرات اليومية، لا توجد

السلوكية شيوعا والتي يعاني منها أطفال المرحلة الأساسية، والتعرف على الفروق الجوهرية في رؤية والدي الطفل للمشكلات (حسب النوع ذكر - أنثى) والتعرف على الحلول المقترحة لعلاج بعض المشكلات السلوكية. توصلت الدراسة إلى إن ترتيب المشكلات السلوكية بحسب معاناة أطفال فلسطين في المرحلة الأساسية الدنيا ووفقا لتقدير الآباء أن ترتيب المشكلات السلوكية (47.52)، والمشكلات العصابية (41.98) والمشكلات السيكوباتية المضادة للمجتمع (26.53) وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في البعدين العصابي والسيكوباتي وكانت هنالك فروق في استجابات أولياء الأمور من الذكور وهذا يسمى أن الذكور من الوالدين يرون أن أطفالهم يعانون من المشكلات السلوكية بشكل أكبر مما تراه الأمهات.

دراسة الداھري (2008) بعنوان: العلاقة بين المشكلات السلوكية والاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة المرحلة الثانوية في الأردن. هدفت الدراسة للتعريف على أهم المشكلات السلوكية التي يعاني منها الطلبة في المرحلة الأساسية العليا، والمساهمة في تقديم المساعدة للمختصين على كيفية التعامل معها. حيث إن هدف العملية التعليمية هو حصول الطالب على أكبر قدر ممكن من المعلومات والمعرفة بما يتناسب مع قدراته العقلية، بالإضافة إلى تطوير الطفل في المجالات المختلفة

وكذلك لبحث علاقة المشكلات السلوكية بأساليب القبول/ الرفض ألوالدي (التقبل، العدائية، الإهمال والرفض) كما تهدف لمعرفة الفروق في المشكلات السلوكية تبعاً لبعض متغيرات مجتمع الطلاب مثل النوع والفصل الدراسي. وأظهرت النتائج إن الطلاب الذكور يتفوقون بدرجة دالة إحصائياً بالمشكلات المتعلقة بالإخلال في المشكلات المتعلقة بالنظام والترتيب ومشكلات التركيز وتنظيم الوقت. وجود علاقة طردية دالة بين المشكلات السلوكية وكل من العدائية والإهمال والرفض. كما بينت النتائج إن طلاب الصف الثالث يتفوقون في جميع المشكلات السلوكية على طلاب الصفين الأول والثاني.

دراسة السفاضة (2011) عنوان: مدى انتشار المشكلات السلوكية لدى الطلبة الصف الثالث الأساسي من خلال تقدير معلماتهم. هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى انتشار المشكلات السلوكية لدى طلبة الصف الثالث الأساسي وتوصلت الدراسة إلى إن ترتيب المشكلات السلوكية لدى طلبة الصف الثالث الأساسي على النحو التالي: تشتيت الانتباه، النشاط الزائد، التمركز حول الذات والعدوان، التمرد والعصيان، نقص التوكيدية والانسحاب الاجتماعي، القلق والخوف والكذب والسرقه.

دراسة العسيري (2011) بعنوان: المشكلات

مشكلات مرتبطة بالمقررات الدراسية، لا توجد مشكلات مرتبطة بأعضاء هيئة التدريس.

دراسة المومني (2009) بعنوان: المشكلات الانفعالية لدى الطلبة المراهقين في ضوء متغيري الجنس ومكان السكن. هدفت الدراسة إلى الكشف عن أهم وأبرز المشكلات الانفعالية التي يعاني منها الطلبة المراهقين بمحافظه اربد والى معرفه أثر متغيري الجنس ومكان السكن في درجه وجود المشكلات الانفعالية لدى عينه الدراسة. توصلت الدراسة إلى أن أبرز المشكلات الانفعالية التي يعاني منها المراهقون هي: الشعور بالإحباط عند الانتقاد من الآخرين، والخوف من ارتكاب الأخطاء، والانفعال الشديد في المواقف المحبطة والتقلب المزاجي، والعناد، وتوصلت الدراسة كذلك إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجه وجود المشكلات الانفعالية لدى الطلبة تعزي لمتغيري الجنس ومكان السكن أو للتفاعل بينهما.

دراسة احمد وآخرون (2010) بعنوان: المشكلات السلوكية وسط طلاب المرحلة الثانوية بمحلية الخرطوم وعلاقتها بالقبول/ الرفض ألوالدي. هدفت هذه الدراسة لمعرفة أكثر المشكلات حدة (الإخلال بالنظم واللوائح، والإخلال بالمعايير الأسرية، مشكلات النظام والترتيب، مشكلات التركيز وتنظيم الوقت) وسط طلاب المرحلة الثانوية بمحلية الخرطوم.

الأبناء بالنسبة للإباء تتنبأ ببعض أنماط السلوك العدواني والنشاط الزائد المصحوب بضعف الانتباه، السلوك الاندفاعي، والقلق المصحوب بالمخاوف لدى الأبناء، في حين إن درجات أفراد العينة على أساليب المعاملة الوالدية بالنسبة للأم تتنبأ بالنشاط الزائد المصحوب بضعف الانتباه والقلق المصحوب بالمخاوف وزيادة احتمال ظهور أنماط من سلوك الانسحاب والعزلة الاجتماعية لدى الأبناء.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

دراسة: سميث، وآخرون (2004):
عنوان: بحث عن منع المشكلات السلوكية عن طريق استخدام تدخل سلوكي - معرفي: النتائج الأولية، التحديات، والتوجهات المستقبلية. Research on Preventing Behavior Problems Using a Cognitive - Behavioral Intervention: Preliminary Findings, Challenges, and Future Directions

هدفت الدراسة إلى: تحسين المخرجات الأكاديمية والاجتماعية للطلبة ذوي السيرة الحياتية السلوكية الأعلى خطورة وذلك قبل انضمامهم لبرنامج تعليمي خاص. كما تم دراسة نتائج التدخل السلوكي المعرفي المصمم لمساعدة الطلبة على تطوير حلول إيجابية للمشاكل الاجتماعية في المواقف المثيرة للغضب. أظهرت النتائج الأولية للدراسة إن الأدوات التي صممت لتعليم الطلبة مهارة حل المشكلة تعتبر فعالة في

التي تواجه طلاب كلية التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة الملك سعود بمدينة الرياض من وجهة نظرهم. هدفت الدراسة إلى التعريف على المشكلات الدراسية والاقتصادية والاجتماعية التي يواجهها طلاب كلية التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة الملك سعود وكذلك التعرف على الفروق في درجة المشكلات وفقاً لمتغيرات الدراسة (المستوي الدراسي والتقدير الأكاديمي مقر الإقامة الأصلي). ودلت النتائج على إن الطلاب يواجهون مشكلات تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.14 - 2.35)، واحتل محور المشكلات الاقتصادية الترتيب الأول ثم محور المشكلات الاجتماعية فمحور المشكلات الدراسية وقدمت الدراسة عدة توصيات منها ضرورة تأسيس مركز إرشاد وتوجيه طلابي لعلاج المشكلات الطلابية وتقديم الاستشارات الطلابية بمختلف أنواعها وتنمية المهارات الشخصية من خلال البرامج والأنشطة المتنوعة.

دراسة المنصور (2011) بعنوان: أساليب المعاملة الوالدية السيئة وعلاقتها ببعض المشكلات السلوكية لدى عينه من الأطفال بمملكة البحرين. هدفت الدراسة إلى التعرف على بعض أساليب المعاملة الوالدية كما يدركها الأبناء، التي يمكن أن تتنبأ ببعض المشكلات السلوكية. توصلت الدراسة إلى أن درجات أفراد العينة على أساليب المعاملة الوالدية كما يدركها

School Students – A Pakistani Scene
الدراسة لفحص المشكلات السلوكية لدى طلبة
المدارس الثانوية. أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة
المدارس الثانوية في باكستان يعانون من مشكلات تتعلق
بالتفاعل وأن الفروق الفردية بين الطلبة لا يتم إدارتها أو
التعامل معها في الموقف الصفّي. وأن موقف المدرس
وتوجهه يؤثر على أداء الطالب وتطور شخصيته.

دراسة: جرانت، وآخرون (2010) Stealing
Among High School Students: Prevalence and
Clinical Correlates
بعنوان: السرقة عند طلبة المدارس الثانوية:
الانتشار والارتباطات السريرية. هدف الدراسة إلى
فحص انتشار السرقة وهوس السرقة بين البالغين
وارتباطاتها مع مدى واسع من المشكلات السلوكية
وذلك ضمن عينة من طلبة المدارس الثانوية. أظهرت
نتائج الدراسة أن السرقة شائعة بين طلبة المدارس
الثانوية ومرتبطة بمجموعة من السلوكيات الاجتماعية
وسلوكيات ادمانيه (أي سلوكيات لها علاقة بالإدمان).
التعليق على الدراسات السابقة:

إن معظم الدراسات العربية والأجنبية لم تكن
ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة، وإنما تناول عينة
من أطفال رياض الأطفال والمدارس الأساسية وقليل
من المدارس الثانوية وقليل جدا من طلاب الجامعات.
تمثل أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في إثراء

زيادة معرفة الطلبة لاستراتيجيات حل المشكلات سواء
تعلم الطلبة في موقف صفّي أو موقف خارجي (خارج
الغرفة الصفّية). كما أن الطلبة يحافظون على المدخرات
المعرفية لمدة تقدر بحوالي خمسة شهور بعد إجراء عملية
التعليم.

الدراسة: بيدول، وآخرون (2010) بعنوان:
ربط مستشاري المدارس للنقاط بين السلوك الصفّي
التخريبي ومفهوم الذات لدى الشباب.

School Counselors Connecting the Dots
Between Disruptive Classroom Behavior and
Youth Self – Concept
هدف الدراسة: تقييم العلاقة
بين المفهوم الذاتي لدى طلبة المدارس الثانوية
والسلوكيات الصفّية التخريبية. تشير نتائج الدراسة إلى
أن الطلبة الذين يعانون من مستويات عالية من السلوك
التخريبي في الغرفة الصفّية يظهرون انعدام في المفاهيم
الذاتية. أن المفاهيم الذاتية غير الأكاديمية (مثل الإدراك
المتعلق بالقدرات الجسدية والمظهر والعلاقات الشخصية
والحياة العاطفية لها ارتباط مهم بالسلوكيات الصفّية
التخريبية. أن الفروقات المتعلقة بالجنس (ذكر، أنثى)
ليس لها أي تأثير فيما يتعلق بالسلوكيات الصفّية
التخريبية ومفهوم الذات.

دراسة: بوكس، وآخرون (2010) بعنوان:
المشكلات السلوكية لطلبة المدارس الثانوية: مشهد من
باكستان Behavioral Problems of Secondary

الارتباطية. الجانب النظري واختيار الأداة المناسبة. شكلت

مجتمع الدراسة: فيما يلي توضيح للخصائص

المختلفة للمجتمع الذي تمت فيه إجراءات الدراسة

الميدانية: من حيث البعد الجغرافي: غطت الدراسة الحالية

طالبات كلية التربية بجامعة الجوف، من حيث النوع:

تشتمل الدراسة على طالبات فقط، من حيث المستوى

الدراسي: شملت الدراسة الميدانية طالبات كلية التربية

بجامعة الجوف من المستوي الأول إلى المستوى الثامن.

من حيث الكلية: تقتصر على كلية التربية. من حيث

البعد الزمني: أجريت الدراسة خلال العام الدراسي

1433 / 1434 - 1435 / 1434 هـ.

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي

الارتباطي لأنه يلاءم طبيعة مشكلة الدراسة الحالية،

ويساعد على إلقاء الضوء على مختلف جوانبها عن طريق

الوصف والتحليل. وتكون مجتمع الدراسة الأصلي من

طالبات كلية التربية بجامعة الجوف (2517) طالبة،

وتتميز هذه الكلية بكثرة طالباتها واختلاف مجتمعهن،

سلوكيا واجتماعيا واقتصاديا.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من عدد

(363) طالبة تم اختيارهن بالطريقة العشوائية الطبقية

البسيطة من أقسام كلية التربية وتراوحت أعمارهن بين

(18 إلى 24) سنة.

أداة جمع معلومات الدراسة: استبيان المشكلات

الدراسات السابقة قاعدة انطلاق للدراسة الحالية.

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة، أنها

جميعها بينت دور التنشئة الوالدية، وجماعة الإقران في

اكتساب الأبناء لأنماط سلوكية تكيفيه خاطئة تتمثل في

المشكلات السلوكية، مما قد يعنى ضرورة إجراء

الدراسات المستمرة للكشف عن هذه المشكلات

وتصميم البرامج المناسبة للتعامل معها.

المنهج وإجراءات الدراسة:

يتناول هذا الجزء وصف المنهجية المستخدمة

للتحقق من فروض الدراسة، حيث يشتمل على منهج

الدراسة والمجتمع الأصلي للدراسة، وأدوات الدراسة،

ووصف عينة الدراسة، وخطوات تطبيق الدراسة

الميدانية وتوضيح الطرق والأساليب الإحصائية لتحليل

البيانات.

منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة في هذه

الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي، وذلك لأنه

المنهج الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات من حيث

ملائته لطبيعة المشكلة وموضوع الدراسة التي تتعلق

بالمشكلات السلوكية لطالبات الجامعة. ولأن المنهج

الوصفي مرتبط بدراسة المشكلات المتعلقة بالعلوم

الاجتماعية والإنسانية، ويجوز هذا المنهج نوعين من

الدراسات هما الدراسات الاستكشافية والدراسات

الأخذ بالتعديلات التي أقرها المحكمون.
ثالثاً: تم تحديد العبارات وصياغتها من خلال الاستعانة بالأدبيات والدراسات المتعلقة بالمشكلات السلوكية داخل الكليات ومنظومة العمل الجامعي، وقد روعي أن تكون صياغة العبارات سهله وواضحة للطالبات.

رابعاً: قامت الباحثتان بإجراء التعديلات اللازمة بناء على الآراء والملاحظات التي أبدتها الخبراء والتي تمثلت في تعديل الصياغة والترتيب المنطقي للعبارات وإضافة أو حذف بعض العبارات.

خامساً: تم عرض الاستبيان في صورته النهائية بعد التعديل على الأعضاء المختصين إلى أن وصل الاستبيان إلى صورته النهائية.

صدق البناء (الاتساق الداخلي) لاستبانة المشكلات السلوكية:

لمعرفة الاتساق الداخلي لعبارات استبانة المشكلات السلوكية، قامت الباحثتان بتطبيقه على عينة استطلاعية حجمها (50) مفحوصة تم اختيارهن بالطريقة العشوائية البسيطة من مجتمع الدراسة الحالية، ومن ثم قامت الباحثتان بعد التصحيح بإدخال البيانات الحاسب الآلي، وحساب معامل ارتباط بيرسون بين كل بند مع مجموع البنود التي يقع ضمنها، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

السلوكية: من إعداد الباحثان في العام الدراسي (1433-1434هـ) (ملحق رقم 1) وكان على النحو الآتي:

أولاً: تم طرح سؤال مفتوح لعدد (150) طالبه من طالبات المستويات المختلفة من أقسام (رياض الأطفال والتربية الخاصة) لذكر المشكلات المرتبطة بالعملية التعليمية التي تواجههن داخل الكلية، وبعدها تم تحليل الآراء الواردة في إجابات الطالبات لاستخلاص المحاور الأولية للاستبيان والتي أسفرت عن عدد (10) مشكلات رئيسية وبلغ عدد عباراتها (40) بنود، وكانت على النحو التالي: (مشكلات دراسية (4) بنود، مشكلة الكذب (4) بنود، مشكلة الغش في الاختبارات (4) بنود، مشكلة السرقة (4) بنود، مشكلة العدائية (4) بنود، مشكلات متعلقة بالجانب الجنسي (4) بنود، مشكلة الكتابة على الجدران (4) بنود، المشكلات النفسية (4) بنود، المشكلات الاجتماعية (4) بنود، المشكلات الفكرية (4) بنود). وللإجابة عن أسئلة المقياس تم وضع خمسة خيارات متدرجة وهي: (أوافق بشدة، أوافق، أوافق إلى حد ما، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

ثانياً: تم عرض الاستبيان على عدد (8) من أعضاء هيئة التدريس بهدف التعرف على آرائهم نحو محاور الاستبيان ومدى انتهاء كل بعد لما يقيسه، وتم

جدول (1) معاملات ارتباط بيرسون لمعرفة علاقة كل بند مع مجموع البنود لمقياس المشكلات السلوكية:

المشكلات السلوكية	رقم البند	معامل الارتباط	رقم البند	معامل الارتباط	رقم البند	معامل الارتباط	رقم البند	معامل الارتباط
الدراسية	1	0.5426	11	0.6857	21	0.8546	31	0.5623
الكذب	2	0.2455	12	0.5623	22	0.7594	32	0.5262
الغش في الامتحان	3	0.4562	13	0.5263	23	0.5264	33	0.7512
السرقه	4	0.6758	14	0.6235	24	0.7854	34	0.6325
العداية	5	0.5623	15	0.7123	25	0.5236	35	0.1254
الجنسية	6	0.2356	16	0.8562	26	0.5426	36	0.5231
كتابة الجدران	7	0.2513	17	0.4562	27	0.8542	37	0.5623
النفسية	8	*0.16-	18	0.114	28	0.360	38	*0.08-
الاجتماعية	9	0.5632	19	0.5264	29	0.5263	39	0.7452
الفكرية	10	0.7412	20	0.5623	30	0.8523	40	0.6523

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع البنود موجبة ومرتفعة الارتباط مع مجموع بنود البعد، عدا بنود البعد النفسي الذي اتسمت بنوده بالضعف والسلبية ولذلك تم حذفها جميعا، ومن ثم قامت الباحثتان باستخدام بقية البنود لاستخراج معاملي الثبات والصدق لإبعاد المقياس.

جدول (2) معاملات الثبات والصدق باستخدام معادلة الفايرونيخ لمقياس المشكلات السلوكية:

البعد	عدد العبارات	الثبات	الصدق الذاتي
الدراسية	4	0.7856	0.8863
الكذب	4	0.7325	0.8558
الغش في الامتحان	4	0.7012	0.8373
السرقه	4	0.7213	0.8492
العداية	4	0.7423	0.8615
الجنسية	4	0.7012	0.8373
كتابة الجدران	4	0.7231	0.8503
الاجتماعية	4	0.7010	0.8372
الفكرية	4	0.7502	0.8661
الكلية	36	0.7745	0.8800

عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي: المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات...

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع أبعاد مقياس

المشكلات السلوكية لها معاملات ثبات وصدق مرتفعة مما يعنى صلاحية استخدامها في هذه الدراسة من أجل الأغراض التي أعدت لها. تطبيق الأداة: تم تطبيق أداة الدراسة (استبيان المشكلات السلوكية) على عينه الدراسة من الطالبات من المستوى الأول إلى المستوى الثامن من مختلف الأقسام عن طريق المقابلة الشخصية بعد المحاضرات النظرية.

عرض النتائج ومناقشتها: تمهيد: يتم في هذا الفصل عرض النتائج التي توصلت لها الدراسة من خلال أدوات جمع البيانات المستخدمة، وذلك عن طريق عرض كل فرض والنتائج المتعلقة به، ومن ثم التعليق عليها. وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة الحالية:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية في المشكلات السلوكية بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

ولدراسة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) للمجموعة الواحدة، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

أساليب المعالجة الإحصائية: تمت معالجة البيانات في هذه الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية وذلك باستخدام الاختبارات الإحصائية التالية: اختبار (ت)، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعادلة الفاكرونباخ.

جدول (3) اختبار (ت) للمجموعة الواحدة لمعرفة السمة العامة المميزة لأبعاد المشكلات السلوكية بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف (ن = 363).

أبعاد المشكلات	عدد العبارات	المتوسط النظري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الدراسية	4	12	9.55	2.87	16.2	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الكذب	4	12	7.16	2.52	35.5	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الغش	4	12	9.96	3.22	12.0	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
السرقة	4	12	6.51	2.14	48.8	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
العدوان	4	12	6.87	2.34	41.6	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الجنسية	4	12	7.61	2.67	31.3	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الكتابة	4	12	6.25	2.22	49.17	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الاجتماعية	4	12	9.52	2.38	19.81	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية
الفكرية	4	12	9.25	2.97	17.6	0.001	يتسم هذا البعد بالانخفاض بدرجة دالة إحصائية

نتيجة المعاملة السوية المتمثلة في التقبل والحب الوالدي والدفء والديمقراطية تظهر شخصية سوية وسلوكاً غير مُشكّل. فإن شكل العلاقة بين الوالدين معاً ومدى اتسامها بالفهم والانسجام واحترام كل منهما لحقوق وواجبات الآخر تمثل مصدراً مهماً لإشباع حاجات أبنائهم للأمن والاطمئنان وبالتالي تمثل الوقاية من المشكلات السلوكية. ومما يجدر ذكره وجود مشكلات سلوكية على المستوى الشخصي، ولكن هدف الباحثان هو استقصاء المشهد العام للمشكلات السلوكية، وعلى المستوى العام لا توجد مشكلات سلوكية دالة بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف.

الفرض الثاني: ينص على أنه «المشكلات الدراسية وما شاكلها أكثر المشكلات شيوعاً بين طالبات كلية التربية بجامعة الجوف». ولدراسة هذا الفرض تم استخدام اختبار (فريدمان) للمقارنة بين نسب متوسطات الرتب وسط المجموعة الواحدة، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

مناقشة نتيجة الفرض الأول: نلاحظ من الجدول أعلاه إن جميع المشكلات السلوكية تتسم بالانخفاض في جميع الإبعاد بقيمة احتمالية (0.001)، وتفسر الباحثان هذه النتيجة في ضوء فاعلية البيئة الجامعية لتحقيق الأهداف التربوية والتعليمية، فيما يتعلق بتكوين القيم التربوية السليمة وإكساب الطالبات المهارات والأهداف السلوكية والوجدانية والمعرفية. فقد أصبحت معظم الجامعات تهتم كثيراً بالتحصيل الأكاديمي والجوانب التربوية الأخرى التي تصاحب عملية التعليم، من توجيه وإرشاد ومناشط تربوية. وربما يرجع هذا السلوك للظروف الأسرية والاجتماعية التي قد تنشأ فيها الطالبات، فالجو الأسري الذي تسوده العاطفة الأسرية والعلاقات الأسرية الدافئة والحميمة تؤدي إلى الاستقرار النفسي للأبناء، وإلى توازن الصحة النفسية. تفسر الباحثان هذه النتيجة بأن معاملة الأبناء المراهقين والأطفال بقبول وعطف وحب تؤدي دوراً مهماً في حياة الأبناء ومن خلالها تتحدد سلوكياتهم. وفي هذا السياق يؤكد خير الله (1995) أن

جدول (4) اختبار (فريدمان) للمقارنة بين نسب متوسطات الرتب وسط المجموعة الواحدة (ن = 363).

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	قيمة كا ²	متوسط الرتب	أبعاد المشكلات
توجد فروق دالة بين متوسط رتب المشكلات السلوكية وسط الطالبات، إذ تمثل مشكلات الغش في الامتحانات، والمشكلات الاجتماعية والدراسية والفكرية أعلاها، ومشكلات العدوان والسرقة والكتابة على الجدران أدها. وتمثل المشكلات الأعلى المشكلات الأكثر شيوعاً وسط الطالبات بالرغم من انخفاضها في المتوسط العام بدرجة دالة إحصائياً.	0.001	8	994.6	6.80	الغش
				6.67	الاجتماعية
				6.55	الدراسية
				6.28	الفكرية

تابع جدول (4).

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	قيمة كا ²	متوسط الرتب	أبعاد المشكلات
=====	==	==	==	4.51	الجنسية
				4.08	الكذب
				3.69	العدوان
				3.34	السرقه
				3.09	الكتابة

ودرجة صعوبته، وربما بدافع تجنب الرسوب وحمل المقرر مرة أخرى. وربما بسبب عدم توفير تهيئة نفسيه تسبق بداية كل فصل دراسي، وعدم مراعاة الفروق الفردية بين الطالبات، أو ربا ضعف الإرشاد الأكاديمي خلال فترة التسجيل أو ربما قلة التزام أعضاء هيئة التدريس بالساعات المكتبية. وهنالك أسباب أخرى تتمثل في زواج بعض الطالبات ومرض الأبناء وعدم مراجعة المقرر بصورة جيدة والخوف من الفشل ولكنها أسباب لا تبرر وجود مخالفات للوائح الاختبارات، وتليها المشكلات الاجتماعية بمتوسط رتب (6.67) ربما يعزى ذلك إلى وجود عدد من الطالبات اللاتي يعشن بمعزل عن ذويهن وقله الأنشطة والبرامج التي ربما تعمل على استثمار وقت الفراغ بكل ما هو مفيد وتعمل على تقوية الروابط الاجتماعية بين عناصر البيئة الجامعية، وربما طبيعة الحياة الأسرية التي تعيشها الطالبة وفقدانها للحياة الاجتماعية داخل الأسرة، كما إن المحيط الأسرى الايجابي يسهم بشكل أساسي في ظهور أنماط عديدة من

اتضح من الجداول أعلاه بالرغم من أن المشكلات السلوكية غير دالة إحصائياً، ولكن بحسب وجودها في كل مجتمع رأت الباحثتان معرفة أكثر المشكلات السلوكية انتشاراً بين الطالبات لمزيد من التدقيق، فاتضح أن مشكلة الغش في الاختبارات والمشكلات الاجتماعية والدراسية والفكرية هي أكثر المشكلات السلوكية انتشاراً حيث كان متوسط الرتب للمشكلات الغش في الاختبار (6.80) والاجتماعية (6.67) والدراسية (6.55) والفكرية (6.28) وأن مشكلة الغش في الاختبار تأتي في المركز الأول فالغش في الاختبار يمثل الجانب الأخلاقي المباشر المتعلق بالنزاهة والتمسك بمثل الصدق والأمانة في هذه المرحلة الحرجة من العمر للطالبة، ويصدر هذا السلوك عن ظروف أسرية صعبة تدفع الفرد في التفكير في الغش أو اللجوء إليه لتحقيق بعض الحاجات مثل تبادل أوراق الامتحان أو الكتابة على اليد وغيرها، وتتفاوت المشكلة بتفاوت فهم الطالبة للمقرر أو طبيعة المقرر في نظر الطالبة

للائحة الحرمان، وربما السبب ضغط الجداول الدراسية لبعض الطالبات دون تمتع الطالبات باستراحات أو تناول وجباتهن. أما المشكلات الفكرية تأتي بمتوسط رتب (6.28) ربما تنتج عن عدم المتابعة الأسرية للطالبة وهي في مرحله حرجه، وقد تكون الأسرة عاجزة عن تشريب الناشئة معايير وقيم المجتمع نتيجة لتصدع الأسرة، وأيضا وسائل الإعلام لها دور مؤثر على أفكار الطالبات من خلال البرامج ذات التأثير المباشر على الفكر، حيث تستثير خيالتهن وتدفعهن إلى تقمص بعض الشخصيات وأفكارها، وأيضا جماعة الرفاق لها دور كبير في حياة الفرد من ناحية التأثير في سلوكياته. ثم تأتي المشكلات الجنسية والكذب والعدوان والسرقة والكتابة على الجدران بمتوسطات رتب منخفضة وهي على التوالي (4.51)، (4.08)، (3.69)، (3.34)، (3.09) هذه المشكلات ترتبط بالجانب الديني والأخلاقي ارتباط مباشر والتمسك بالقيم والعادات وعوامل التنشئة السرية حيث تكون هنالك كثير من الضوابط والقوانين الصارمة التي تحكم تنشئة الإناث، وما زالت مسألة دراسة الجانب الأخلاقي للإناث تشوبه كثير من الحساسية الاجتماعية خاصة إذا اثبت إن لديها مشكلات سلوكية تمس بدرجة من الدرجات ما ألفت المجتمع من وقار وحرمة للفتاة في المجتمع الإسلامي وبسبب الوازع الديني الكبير الذي تتمتع به الطالبات، اتفقت هذه

السلوك الاجتماعي، كما تبين دراسة المنصور (2011) إن الأم التي تتبع أسلوب عدم الاتساق في السلوك الأمومي مع أبنائها أثناء مواقف التفاعل، ربما يؤدي ذلك إلى زيادة احتمال ظهور أنماط من السلوك الانسحابي والعزلة الاجتماعية لدى الأبناء حيث بلغت نسبة مساهمة أسلوب عدم الاتساق في السلوك الأمومي لدى الأبناء 26٪ من التباين في سلوك العزلة الاجتماعية يرجع إلى أسلوب عدم الاتساق في السلوك الأمومي، ثم المشكلات الدراسية تأتي بمتوسط رتب (6.55) وقد يعزى ذلك إلى اختلاف نظام التعليم الجامعي عن نظام التعليم المدرسي الذي اعتادت عليه الطالبات، حيث يعتمد على الشرح والتلقين بصوره كبيرة وتوفير المساعدة الدائمة، إما في الجامعة فيختلف الوضع، فيستوجب على الطالبات بدرجة كبيرة أن يعتمدن على أنفسهن وعلى قدراتهن واستعدادهن وخبرتهن وطريقتهن في التعلم والاستيعاب، إضافة إلى المتطلبات الجامعية المتمثلة في إجراء الدراسات النظرية والبحوث العلمية وغير ذلك مما تكلف به الطالبات في الجامعة، الأمر الذي يحتم على الطالبة ضرورة تعلم مهارات جديدة فيما يتعلق بالعادات الصحيحة للاستذكار والبحث العلمي وطرق التحصيل الدراسي، والقدرة على مواجهة المتطلبات الدراسية الأخرى في البيئة الجامعية، فإذا انتشرت هذه المشاكل ربما يحتاج الأمر إلى ضرورة الاهتمام بتطبيق

عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي: المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات...

الدراسة مع دراسة عبد الباقي احمد وآخرون (2010) حيث وجدت إن المشكلات الدراسية في المرتبة الثانية في ترتيب المشكلات السلوكية الأكثر انتشاراً، وتختلف مع دراسة محمد العسيري (2011) التي أكدت على وجود المشكلات الدراسية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.14) وتختلف مع دراسة صالح الداھري (2008) التي أكدت على إن المشكلات المرتبطة بالسلوك العدواني والحركي الزائد هي الأكثر انتشاراً، كما اتفقت مع دراسة عبد الباقي أحمد وآخرون (2010) إن مشكلة الإخلال بالنظم واللوائح المدرسية تأتي في المركز الأول بمتوسط (22.75).

الفرض الثالث: ينص على أنه (توجد فروق دالة إحصائية في المشكلات السلوكية وسط طالبات كلية التربية بجامعة الجوف بسبب فقدان أحد الوالدين)، ولدراسة هذا الفرض استخدمت الباحثان اختبار (ت) للمجموعتين المستقلتين، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدولين التاليين:

جدول (5-1) اختبار (ت) للمجموعتين المستقلتين لمعرفة الفروق في المشكلات السلوكية وسط طالبات كلية التربية بجامعة الجوف بسبب فقدان الأم.

المشكلات السلوكية	وفاة الأم	عدد الطلاب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الدراسية	لا نعم	344 019	9.56 9.32	2.83 3.69	0.356	0.776	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الكذب	لا نعم	344 019	7.10 8.21	2.51 2.55	1.87	0.061	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الغش	لا نعم	344 019	9.88 11.4	3.16 3.82	2.11	0.035	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح عدم وجود الأم.
السرقه	لا نعم	344 019	6.47 7.11	2.12 2.42	1.25	0.211	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
العدوان	لا نعم	344 019	6.81 7.95	2.33 2.34	2.07	0.039	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح عدم وجود الأم.
الجنسية	لا نعم	344 019	7.59 7.95	2.56 2.95	0.563	0.574	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الكتابة	لا نعم	344 019	6.11 8.79	2.06 3.32	5.28	0.001	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح عدم وجود الأم
الاجتماعية	لا نعم	344 019	9.51 9.63	2.39 2.40	0.218	0.828	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الفكرية	لا نعم	344 019	9.26 8.95	2.99 2.57	0.453	0.651	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.

جدول (5-2) اختبار (ت) للمجموعتين المستقلتين لمعرفة الفروق في المشكلات السلوكية وسط طالبات كلية التربية بجامعة الجوف بسبب فقدان الأب.

المشكلات السلوكية	وفاة الأب	عدد الطلاب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الدراسية	لا نعم	329 034	9.52 9.82	2.88 2.88	0.580	0.563	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الكذب	لا نعم	329 034	7.24 6.32	2.56 1.88	2.03	0.043	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح وجود الأب.
الغش	لا نعم	329 034	9.98 9.71	3.27 2.63	0.480	0.631	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
السرقه	لا نعم	329 034	6.60 5.65	2.18 1.49	2.47	0.014	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح وجود الأب.
العدوان	لا نعم	329 034	6.97 5.88	2.37 1.83	2.58	0.010	توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد لصالح وجود الأب.
الجنسية	لا نعم	329 034	7.64 7.32	2.56 2.82	0.660	0.509	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الكتابة	لا نعم	329 034	6.28 5.97	2.27 1.74	0.778	0.437	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الاجتماعية	لا نعم	329 034	9.57 9.03	2.41 2.05	1.24	0.214	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.
الفكرية	لا نعم	329 034	9.28 8.94	2.92 3.40	0.361	0.528	لا توجد فروق دالة إحصائية في هذا البعد.

وصيانة الأجيال. ويسهم في ظهور أنماط من السلوك العدائي، وربما الإهمال وحرمان الطالبة من الدف العاطفي للام، وكثرة القيود من أطراف الأسرة بدافع الاهتمام والرعاية الزائدة كسلوك تعويضي لفقدان الأم، والتحكم الشديد مما يؤدي لظهور كثير من المشكلات السلوكية. وكما ذكرنا إن الأم هي منبع التربية ودورها هو تربية الأبناء على عفة اللسان والأخلاق الحميدة، فإذا أهملت الأم أبنائها ينعكس ذلك في سلوكيات كثيرة،

أسفرت نتائج دراسة الفرض على انه توجد فروق دالة إحصائية في بعد الغش بقيمة الاحتمالية (0.035) والعدوان (0.039) والكتابة على الجدران (0.001)، لصالح عدم وجود الأم وهذا يدل على أن فقدان الأم يؤدي إلى لظهور هذه المشكلة، وإلى ضعف في التكوين التربوي والأسرى والثقافي في بنية الشخصية، وبالتالي عدم توجيه الطالبة التوجيه الصحيح، والأم هي المحور الأساسي للتربية السليمة

وجود فروق دالة إحصائية في بعد الكذب لصالح وجود الأب، بمتوسط حسابي (0.043) للمعاملة الوالدية دور مهم في عملية التربية، كما أكدت دراسة محمد منصور (2011) على إن أساليب المعاملة الوالدية السلبية أسهمت بشكل فعال في التنبؤ بالنشاط الزائد، وقصور الانتباه، والعدوانية، وأيضا توجد فروق داله إحصائية في بعد العدوان (0.010) لصالح وجود الأب، ربما أسلوب التسلط المتبع من الأب هو السبب في ذلك، وان السلوك العدواني يرجع في الغالب إلى التكوين النفسي المرتبط بمشاعر الطفولة واتجاهها وعدم توفر العدل في البيت في المعاملة، فشل الحياة الأسرية مما يؤدي إلى توتر الجو المنزلي وانعكاس ذلك على نفسية الطالبة.

الفرض الرابع: ينص على أنه (يوجد ارتباط دال بين أبعاد المشكلات السلوكية والمستوى التعليمي لوالدي طالبات كلية التربية بجامعة الجوف) ولدراسة هذا الفرض استخدمت الباحثان معامل ارتباط بيرسون، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

فالكتابة على الجدران ربما ناتج عن لفت النظر وهي ظاهره نفسه انفعاليه تعكس إلحاق الضرر وتشويه سمعة الآخرين وترى الطالبة أنها من خلال هذا العمل تنفس عن نفسها وتفرغ شحنتها المكبوتة. وأكدت دراسة محمد منصور (2011)، على إن أساليب العقاب والقسوة الوالديه ارتبطت بالميل للعزلة والسلوك التخريبي الإجرامي. كما أوضحت دراسة **BERRIDGE (2007)** إن أساليب المعاملة الوالدية مثل القسوة والتسلطية، ارتبطت بالمخاوف، والعزلة الاجتماعية، والخجل لدى الأطفال. كما أشارت دراسة **DER- ET AL (2007)** إن أساليب المعاملة التي تتسم بالدفء والحنان والتهاusk الأسري تنبأت بالتكيف النفسي والاجتماعي للأطفال. لذلك وصانا الرسول صلى الله عليه وسلم (بحسن اختيار الزوجة) ويقول الرسول صلى عليه وسلم (تخيروا لنطفكم فان العرق دساس) وهنا نلاحظ عناية الإسلام بالمولود قبل مجيئه من خلال حسن اختيار الأم حيث تعتبر الوجه الأول له وصلاحيها يعتبر مؤشر مهم لصالح الأبناء فيما بعد. كما تبين أيضا

جدول (6) معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين أبعاد المشكلات السلوكية والمستوى التعليمي لوالدي طالبات كلية التربية بجامعة الجوف. (ن = 363).

المشكلات السلوكية	معامل الارتباط مع تعليم الأب	معامل الارتباط مع تعليم الأم
الدراسية	-0.127**	-0.011
الكذب	-0.081	0.001
الغش	0.004	0.051
السرقه	-0.052	0.017

تابع جدول (6).

المشكلات السلوكية	معامل الارتباط مع تعليم الأب	معامل الارتباط مع تعليم الأم
العدوان	-0.096*	0.004
الجنسية	-0.117**	-0.077
الكتابة	0.091*	0.065
الاجتماعية	-0.063	-0.047
الفكرية	-0.064	-0.023

* تعنى أن القيمة دالة عند 0.01 ** تعنى أن القيمة دالة عند 0.05

أسلوب القدوة الحسنة يتربع على قمة الأساليب التربوية المؤثرة في العملية التربوية، والذي يترجم الكلمات إلى مواقف ويحول العبارات إلى سلوكيات وأخلاق، فتربي النفوس من خلاله تربية صحيحة، فالقدوة الصالحة لها أهمية كبيرة في تربية الفرد وتنشئتهم سميرة وآخرون (2013).

الفرض الخامس: ينص على أنه (يوجد ارتباط دال بين أبعاد المشكلات السلوكية والترتيب الميلادي طالبات كلية التربية بجامعة الجوف) ولدراسة هذا الفرض استخدمت الباحثان معامل ارتباط سيرمان، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

أسفرت نتائج الفرض على انه توجد علاقة عكسية دالة في المشكلات الدراسية عند معامل ارتباط (0.127) لصالح تعليم الأب وعند مستوى دلالة (0.05) وكذلك الكتابة على الجدران عند مستوى دلالة (0.01) والعدوان عند مستوى دلالة (0.01) والجنسية عند مستوى دلالة (0.05) ولا توجد علاقة داله إحصائياً في الكذب أو الغش في الاختبارات والسرقة والمشكلات الاجتماعية الفكرية، بين والمستوى التعليمي لوالدي طالبات كلية التربية بجامعة الجوف. إي كلما زاد تعليم الوالدين قل ظهور المشكلة، وهذا يدل على إن الوالدين المتعلمان يكونا قدوة حسنة لأبنائهم، وإن

جدول (7) معامل ارتباط سيرمان لمعرفة العلاقة بين أبعاد المشكلات السلوكية والترتيب الولادي لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف. (ن = 363).

المشكلات السلوكية	معامل الارتباط مع ترتيب الميلاد	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الدراسية	-0.033	0.253	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الكذب	-0.081	0.061	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الغش	0.029	0.290	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
السرقة	-0.139	0.004	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين
العدوان	-0.093	0.038	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين

عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي: المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات...

تابع جدول (7).

المشكلات السلوكية	معامل الارتباط مع ترتيب الميلاد	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الجنسية	-0.162	0.001	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين
الكتابة	-0.123	0.009	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين
الاجتماعية	-0.074	0.079	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الفكرية	0.061	0.089	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين

ملحوظة، مما جعل البنت الكبرى تحظى باهتمام كبير من قبل الوالدين، مما يؤدي إلى إكسابها الثقة بالنفس والاعتماد عليها في كثير من الأمور.

الفرض السادس: ينص على أنه (يوجد ارتباط دال بين أبعاد المشكلات السلوكية والعمر الزمني لطالبات) ولدراسة هذا الفرض استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون، فأظهرت نتيجة هذا الإجراء الجدول التالي:

أسفرت نتائج هذا الفرض على وجود علاقات عكسية دالة في السرقة عند قيمة احتمالية (0.004) والعدوان عند قيمة احتمالية (0.038) والمشكلات الجنسية عند قيمة احتمالية (0.001) والكتابة على الجدران عند قيمة احتمالية (0.009)، ويعنى ذلك إلى انه كلما زاد ترتيب الميلاد قلت المشكلات السلوكية، أما اليوم فأصبحت عملية التنشئة قاصرة على الوالدين فقط، وقد صرفت بعض المسؤوليات الوالدين بدرجة

جدول (8) معامل ارتباط بيرسون لمعرفة العلاقة بين أبعاد المشكلات السلوكية والعمر الزمني لطالبات كلية التربية بجامعة الجوف. (ن = 363)

المشكلات السلوكية	معامل الارتباط مع العمر	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
الدراسية	0.0132	0.400	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الكذب	0.086	0.050	يوجد ارتباط طردي دال بين المتغيرين
الغش	-0.032	0.270	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
السرقة	0.053	0.155	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
العدوان	-0.077	0.072	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الجنسية	-0.127	0.008	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين
الكتابة	0.031	0.278	لا يوجد ارتباط دال بين المتغيرين
الاجتماعية	-0.117	0.013	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين
الفكرية	-0.188	0.001	يوجد ارتباط عكسي دال بين المتغيرين

(0.050) إي أنه كلما زاد العمر ازدادت المشكلة، ربما بسبب سوء البيئة والتنشئة الاجتماعية، وربما بسبب اتهام

وضحت نتائج هذا الفرض انه توجد علاقة طردية دالة في مشكلة الكذب عند مستوى دلالة

وان مشكلة الغش في الاختبار تأتي في المركز الأول وتليها المشكلات الاجتماعية ثم الدراسية، وثم الفكرية بالرغم من انخفاضها في المستوى العام، أما المشكلات الجنسية والكذب والسرقة، قد أتت في المستوى الأدنى. كما انه توجد فروق دالة إحصائية في أبعاد الغش لصالح عدم وجود إلام والعدوان والكتابة على الجدران والغش لصالح وجود إلام بينما لا توجد فروق دالة في بقية الأبعاد. توجد فروق دالة إحصائية في الكذب والعدوان والسرقة لصالح وجود الأب بينما لا توجد فروق دالة في بقية الأبعاد. كما انه توجد علاقة عكسية دالة في المشكلات الدراسية والعدوان والجنسية والكتابة على الجدران وبين المستوى التعليمي للأب، بينما لا توجد علاقة في بقية الأبعاد. ولا توجد علاقة ارتباطية بين جميع أبعاد المشكلات ومستوى تعليم الأم. كما يوجد ارتباط عكسي دال في بعد السرقة والعدوان والجنسية والكتابة على الجدران وبين تعليم الوالدين. بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية في مشكلات السرقة والعدوان وبين عمر الطالبات. كما لا توجد علاقة ارتباطية بين المشكلات الدراسية والغش في الاختبار والكتابة على الجدران وبين عمر الطالبات، و توجد علاقة ارتباطية بين المشكلات الاجتماعية والفكرية وبين عمر الطالبات.

الآخرين وتحميلهم أخطاء لم يقترفوها، أو بدافع أذى الآخرين نتيجة للغيرة أو عدم المساواة في المعاملة، وإعطاء الأبناء حريات كاملة. فالسلوك المنحرف يتعلمه الفرد كما يتعلم السلوك السوي. لا يوجد ارتباط دال في مشكلة السرقة ومشكلة العدوان. بينما يوجد ارتباط عكسي في المشكلات الاجتماعية وعند قيمه احتمالية (0.013) والفكرية عند قيمه احتمالية (0.001) إي أنه كلما زاد العمر قلت المشكلة. وإحصائياً عينة الدراسة تتفاوت أعمارها من (18 - 24) عام ويمكن تقسيمها إلى مجموعتين مجموعة صغرى بين (18 - 20) ومجموعة كبرى بين (21 - 24)، وربما بسبب تجاوزهن للمرحلة العمرية الحرجة، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسرة، وأساليب التنشئة الاجتماعية المتبعة داخل الأسرة. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة عبد الباقي أحمد وآخرون (2010) التي أشارت إلى أن الطلاب في الفئة العمرية الكبرى أظهروا مشكلات سلوكية أكثر من الطلاب في الفئة العمرية الصغرى.

ملخص الدراسة:

تعرض الباحثان في هذا الجزء تلخيص للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وكذلك تقدم بعض التوصيات التي ربما تساعد كثيرا في معالجة مشكلة الدراسة. أسفرت نتائج البحث عن عدم وجود مشكلات سلوكية دالة على المستوى العام بين طالبات كلية التربية.

التوصيات:

علي ضوء نتائج الدراسة التي توصلت لها الباحثان نوصي بالتالي:

1/ إقامة برامج ودورات وتوعية للطالبة الجامعية ومحاولة كشف الأضرار المترتبة على السلوكيات المشكلة.

2/ ضرورة وجود برامج تعزيزية بالمناسبات الأكاديمية لتشجع الطالبات على التوجه نحو الجانب الأكاديمي.

3/ الاهتمام بالألعاب والأنشطة المخططة والموجهة في الجامعة لأنها يمكن أن تساهم في الحد من بعض المشاكل السلوكية التي تعاني منها الطالبات.

4/ ضرورة الاهتمام بأماكن النشاط والترفيه الأخرى من ألعاب صغيرة وكرة تنس المضرب وغيرها من النشاطات التي لا تحتاج لمساحات واسعة.

5/ أن يولي الآباء والأمهات اهتماماً خاصاً لأبنائهم وبناتهم في مرحلة المراهقة، وأن يعملوا على مراقبة سلوكياتهم وتصرفاتهم ومعرفة الظروف التي تظهر فيها هذه المشكلات السلوكية، والبحث عن الأسباب الحقيقية وراء كل مشكلة والسعي للحد من انتشارها وحلها.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

أبكر، سميرة حسن، وآخرون. (2013). المشكلات السلوكية وعلاقتها بالاستعداد الأكاديمي لدى طالبات المرحلة المتوسطة في محافظة الخبر. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الملك عبد العزيز.

أحمد، عبد الباقي دفع الله، وآخرون. (2010). المشكلات السلوكية وسط طلاب المرحلة الثانوية بمحلية الخرطوم وعلاقتها بالقبول/ الرفض الوالدي. دراسات تربوية - السودان، مج 12(24)، 70 - 106.

البناء، أنور. (2007). تقدير حل المشكلات السلوكية لدى أطفال المرحلة الأساسية الدنيا في محافظة غزة من منظور إسلامي. حولية كلية البنات لآداب والعلوم والتربية (القسم التربوي)، مصر، (8)، 198 - 236.

التميمي، أحمد بن عبد العزيز. (2007). المشكلات السلوكية لدى الأطفال ذوي متلازمة داون كما يدركها معلموهم بمدينة الرياض. مجلة البحوث النفسية والتربوية - كلية التربية جامعة المنوفية - مصر، مج 22، (3)، 128 - 177.

جمال، القاسم وآخرون. (2000). الاضطرابات السلوكية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان.

الخلبوسي، سعدون وآخرون. (2002). التوجيه التربوي والإرشاد النفسي بين النظرية والتطبيق، منشورات ELGA فاليتا، مالطا.

حمودة، محمود. (1990). النفس أسرارها وأمراضها، مكتبة الفجالة، الطبعة الثانية، القاهرة.

الداهري، صالح حسن أحمد. (2008). دراسة للعلاقات بين

- التربية، 17-20.
- صلاح الدين، أبو ناهية. (1994). مشكلات طلبة جامعة الأزهر في غزة. مجلة التقويم والقياس، النفس التربوي، العدد 4 سبتمبر 244.
- عبد الخالق، أحمد. (1991م). مشكلات الأطفال والمراهقين السلوكية. الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي، مصر.
- عبد الغفار، عبد السلام ويوسف محمود الشيخ. (1985). سيكولوجية الطفل غير العادي والتربية الخاصة. القاهرة، دار النهضة العربية.
- العسرج، عبد الله عبدالعزيز. (1426). فاعلية استخدام أسلوب التعزيز الرمزي في ضبط المشكلات السلوكية لدى ذوي متلازمة داون في جمعية النهضة النسائية الخيرية بالرياض. دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف للعلوم الأمنية.
- العسيري، محمد عبد الله. (2011). المشكلات التي تواجه طلاب كلية التربية البدنية وعلوم الحركة بجامعة الملك سعود بمدينة الرياض من وجهة نظرهم. التربية جامعة الأزهر - مصر، 3 (145)، 147 - 176.
- عنان، حنان. (2000). الصحة النفسية، دار الفكر، عمان.
- محمد، إيمان، وآخرون. (2008). مشكلات الطالبات وعلاقتها بمؤشرات الصحة النفسية والتحصيل الدراسي لدى عينة من طالبات كلية التربية بمكة المكرمة. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، 1 (131)، 13 - 75.
- معوض، ميخائيل. (1993). سيكولوجية النمو الطفولة والمراهقة. توزيع مركز الإسكندرية، ط 3.
- المنصور، محمد السيد. (2011): أساليب المعاملة الوالدية المنبثقة ببعض المشكلات السلوكية لدى عينة من الأطفال
- المشكلة السلوكية والاجتماعية وبعض المتغيرات الثقافية والتنمية لدى طلبة المرحلة الثانوية في الأردن، مصر، 8، (25)، 2 - 22.
- الدسوقي، أماني. (1997). الاتجاهات الوالدية في التنشئة وعلاقتها ببعض المشكلات السلوكية لدى طلبة المرحلة الثانوية بولاية الخرطوم. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية جامعة أم درمان الإسلامية.
- الدوسري، صالح. (1999م): المشكلات السلوكية في المحافظات التعليمية والمراحل التعليمية الثلاث. مجلة التربية، الرياض، 130-259.
- زهران، حامد عبد السلام. (2005). الصحة النفسية والعلاج النفسي، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة الطبعة الرابعة، القاهرة.
- زيتون، حسن. (2004). مهارات التدريس رؤى في تنفيذ التدريس، ط 2، عالم الكتب، القاهرة.
- السفاسفة، محمد إبراهيم. (2011). مدى انتشار المشكلات السلوكية لدى طلبة الصف الثالث الأساسي من خلال تقدير معلماتهم، مؤتم للبحوث والدراسات - العلوم الإنسانية والاجتماعية - الأردن، 26، (2)، 49 - 76.
- سلامة، ممدوحة محمد. (1984م): المشكلات السلوكية من الطفولة إلى المراهقة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- شارلز شيفر وهورد ميلمان. (1989م): مشكلات الأطفال والمراهقين، ترجمة نسيم داؤد ونزيه حمدي، ط 1، عمان.
- الشمري، علي مناحي. (2000). أهم المشكلات التي تواجه طالبات الاقتصاد المنزلي، تخصص علوم الأسرة والمستهلك بكلية التربية الأساسية في دولة الكويت. الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، جامعة عين شمس كلية

عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي: المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات...

بمملكة البحرين دراسات نفسية - مصر، 1، 99 - 135 .
المومني، عبد اللطيف عبد الكريم محمد. (2009). المشكلات
الانفعالية لدى الطلبة المراهقين في ضوء متغيري الجنس
ومكان السكن. مؤتة للبحوث والدراسات - العلوم
الإنسانية والاجتماعية - الأردن، 25، (4)، 11 - 36 .

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Bidell, Markus P.; Deacon, Robert E. (2010), School Counselors Connecting the Dots Between Disruptive Classroom Behavior and Youth Self – Concept. Journal of School Counseling, Vol. 8 n.9 www.eric.edu.gov
- Grant, E.Jon; Potenza, Marc N.; Krishnan – Sarin, Suchitra; Cavallo, Dana A.; and Drsai, Rani A. (2011), Stealing Among High School Students: Prevalence and Clinical Correlates. J Am Acad Psychiatry Law 39:44 – 52, 2011. http://jaapl.org/content/39/1/44.full
- Jumani, Nabi B.; Rahman, Fazalur; Chandry, Ajmal; and Chisti, Saeed ul Hasan (2010), Behavioural Problems of Secondary School Students – A Pakistani Scene. Language in India Vol.10:9 Sep. 2010, ISSN 1930 – 2940 www.languageindia.com
- Smith, Stephen M.; Daunic, Ann P. (2004), Research on Preventing Behavior Problems Using a Cognitive – Behavioral Intervention: Preliminary Findings, Challenges, and Future Directions. Behavioral Disorders, 30 (1)72-76 > www.ccbd.net/sites/default

بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة الجوف - كلية المجتمع

عزيزتي الطالبة:

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،،

بين يديك مقياس يراد استخدامه في إجراء دراسة علمية، ويتكون من عدد من العبارات تتناول عدداً من السلوكيات قد تحدث منك وقد لا تحدث. وتأكدي عزيزتي الطالبة أن ما تذكرينه من معلومات سيكون موضع سرية ولنؤكد ذلك لا داعي لذكر اسمك.

الإرشادات:

- 1 - أكتبي المعلومات المطلوبة في الأماكن المخصصة لذلك.
 - 2 - أرجو أن تقرئي العبارة بدقة قبل الإجابة عليها.
 - 3 - ليس هناك إجابة صحيحة أو خاطئة.
 - 4 - ضعبي علامة (✓) عند الإجابة أمام الخيار المناسب.
- والله الموفق.

البيانات الأولية:

- 1 - القسم:..... المستوى:.....
- 2 - العمر:.....
- 3 - الوالدين على قيد الحياة (نعم).... (لا).... في حالة الإجابة بلا وضحني:.....
- 4 - ترتيبك الميلادي بين إخوتك: الأول..... الثاني..... الثالث..... الرابع.....
أكثر من ذلك..... حديدي..... الأخير.....
- 5 - المستوى التعليمي للأب: أمي..... ابتدائي..... متوسط..... ثانوي..... جامعي.....
فوق ذلك.....
- 6 - المستوى التعليمي للأم: أمي..... ابتدائي..... متوسط..... ثانوي..... جامعي.....
فوق ذلك.....

عالية الطيب حمزة محمد، ومها عفات محمد الدغمي: المشكلات السلوكية الشائعة لدى طالبات...

م	نص العبارة	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
1.	أنهرب من القيام بأداء الواجبات الدراسية.					
2.	أتغيب عن الكلية دون علم والدي.					
3.	أغش في الامتحانات لكي أحقق النجاح.					
4.	أخذ حاجات زميلاتي التي أحتاج إليها دون علمهن.					
5.	أخاطب أسرتي بطريقة غير مهذبة.					
6.	أقلد الجنس الآخر في سلوكه.					
7.	أحب إلحاق الضرر بالمتلكات العامة بتلويثها.					
8.	أجد صعوبة في التواصل مع أعضاء هيئة التدريس.					
9.	إن عثر حظي هو السبب في عدم تفوقي.					
10.	أتأخر عن مواعيد المحاضرات.					
11.	أرجع إلى المنزل في مواعيد غير معروفة لدى الأسرة.					
12.	اكتب على يدي بعض الرموز لأتذكرها أثناء الاختبار.					
13.	أبالغ في وصف الأحداث.					
14.	أتلّف ممتلكات الكلية: كالمقاعد مثلاً.					
15.	أحب الاشتراك في مناقشات حول الجنس وما يتعلق به من نشاطات.					
16.	اكتب على جدران القاعة بالكلية.					
17.	افتقد إلى المناخ الأسري المناسب للدراسة.					
18.	إن السحر موجود في حياتنا وله تأثيره الفعال فيما يحدث لي من مشاكل.					
19.	أحدث أثناء المحاضرة مع زميلاتي.					
20.	أكذب أثناء الحديث مع الآخرين.					
21.	أخذ كتاب المادة إلى قاعة الاختبار.					
22.	إميل إلى السرقة لأظهر بمظهر لائق أمام زميلاتي.					
23.	أتشاجر مع زميلاتي لأنفه الأسباب.					
24.	تسيطر علي فكرة الدخول في علاقات عاطفية مع زميلاتي.					
25.	أقوم بتمزيق الوسائل واللوحات المعلقة على الجدران.					
26.	أحدث عن إنجازاتي أمام زميلاتي.					
27.	إن الحظ دائماً مع المتفوقات.					
28.	أنهرب من المشاركة في أعمال الكلية الجماعية.					
29.	أتهمل مواعيد مع زميلاتي والأستاذات في الكلية.					
30.	انقل الإجابة من زميلتي المجاورة في قاعة الاختبار.					
31.	ارفض إعادة الأشياء إلى أصحابها.					

م	نص العبارة	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق بشدة	لا أوافق
32.	اشعر برغبة في السخرية من الآخرين عندما لا اتفق معهم.					
33.	أعجب بالجزابات من الطالبات.					
34.	أحب أن الفت نظر الآخرين من خلال الكتابة على الجدران.					
35.	أجد سوء معاملة من والدي وإخوتي.					
36.	اعتقد إن معظم الناس يفعلون السحر لتحقيق مصالحهم.					

عرض کتاب

عرض كتاب

عرض

د. غربي بن مرجي الشمري

عميد كلية التربية - مدير التحرير

- عنوان الكتاب: المرجع الحديث في التربية الحركية والفنية لرياض الأطفال.
- المؤلفون:

- الدكتور/ حسن محفوظ، أستاذ التربية البدنية بجامعة الجوف

- الدكتور/ حسين أحمد شحات، أستاذ مشارك التربية الفنية بجامعة الجوف.

- الدكتورة/ نجلاء فتحي، أستاذ مشارك التربية البدنية بجامعة الإسكندرية.

- لغة الكتاب: العربية.

- سنة الإصدار: 1435هـ - 2014م.

- التعريف بالكتاب:

إن مجالي التربية الحركية والتربية الفنية يعدان من المجالات التربوية والعلمية الحيوية التي تسهم بشكل واضح في منظومة بناء الأجيال في كل المجتمعات، وهي - في الوقت نفسه - مؤثر على تقدم المجتمعات ورفيها، حيث تهتم كل منهما بجوهر الثروات الحقيقية الدائمة للمجتمعات، وهي الثروة البشرية التي يبنى عليها اقتصاد المعرفة. وتنبثق أهمية هذا الكتاب من كونه يخاطب جمهوراً متعدداً من المربين والمؤسسات التعليمية ومؤسسات رعاية الشباب وأولياء الأمور والطلاب المعلمين؛ حيث يعد مرجعاً شاملاً لتربية النشء لا سيما في مرحلة الطفولة في المجالات الحركية والفنية والصحية.

ويأتي هذا الكتاب في (221) صفحة غطت جميع فصوله. وقد اعتمد مؤلفوه في جمع مادته ومعالجتها على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تتبع الدراسات والبحوث والأدب التربوي ذات الصلة، ثم معالجتها، وتقديمها برؤية

تربوية تحليلية إجرائية متقدمة.

والقارئ إذ يطالع هذا الكتاب؛ فإنه يجد حرص مؤلفيه على التأكيد على أهمية العديد من المفاهيم الأساسية في التربية البدنية والفنية للأطفال، وأهمها: المفاهيم الجوهرية للتربية الحركية التي تهتم بالتعلم للحركة، والتحرك للتعلم، إضافة إلى مفهوم الحركة وفلسفتها وأهميتها وأهداف التربية الحركية، ولعل التركيز على هذا المفهوم يأتي انعكاساً لكون التربية الحركية منظومة علمية شاملة تحتوي على العديد من المنظومات الفرعية؛ مما حدا للعلماء إلى تصنيف أبعادها وجوانبها في عدة تصنيفات، أهمها: تصنيف «إطار لابان» لأبعاد الحركة وجوانبها: (الجسم، والفراغ، والجهد، والعلاقات). وتعتمد برامج التربية الحركية على الحركات الأساسية: (الحركات الانتقالية، وغير الانتقالية، وحركات التحكم والسيطرة، وحركات الثبات والاتزان) التي تتأسس على المنظومة الحسية للأطفال.

ولم يغفل الكتاب مؤشر كفاءة التربية الحركية لدى الأطفال، فنبه المربين إلى ضرورة مراعاة خصائص مرحلة رياض الأطفال من حيث:

- النمو الحركي.
- النمو المعرفي «العقلي».
- النمو الاجتماعي.
- النمو الانفعالي.
- النمو العصبي الحسي.

كما أصّل الكتاب لفن تدريس التربية الحركية، وقد أشار في هذا المضمار إلى العديد من الاعتبارات الهامة عند تصميم الدروس والتخطيط لها ثم تنفيذها وتقويمها، والأدوار المهمة لمعلمة رياض الأطفال.

أما فيما يخص التربية الفنية في مجال رياض الأطفال، فقد أبرز الكتاب أهمية الفن في تربية الطفل وجدانياً وفكرياً من خلال إفساح المجال له لإطلاق قدراته الإبداعية وتدريبه على حل المشكلات وغيرها من جوانب التربية مهارية من خلال إقداره على إعمال ملكاته الخلاقة في هذه السن؛ مما يؤهله لامتلاك شخصية متزنة على المدى البعيد.

وعرض الكتاب لأهمية الفن التشكيلي في مرحلة رياض الأطفال، حيث يُستخدم كمدخل من مداخل التربية المدرسية، فهو وسيط وحاوية للحقائق العلمية والبيئية والثقافية المهمة لهذه المرحلة، كما أن استخدام الأشكال يؤدي الوظيفة اللفظية للغة، ويستخدمها الطفل كوسائط للتعبير عن أفكاره الأساسية، فالفن هو الوسيط المثالي لتقديم العالم

ككل للطفل، حيث يجعله قادراً على إدراك البيئة وتحليلها وتكوين الصورة الذهنية للأشياء من حوله. ويتناول الكتاب أيضاً أهمية الفن في تنمية مهارات التعبير الفني لدى الطفل وإكسابه العديد من المهارات (البسيطة، واليدوية، والإدراكية) وفق القدرات العقلية والجسمية والنفسية له، ويحدد لنا دلائل لاكتساب المهارة في الفن التشكيلي، كما يحدد الجوانب الأساسية لتحقيق مهارة التشكيل لديه، وهي: (الاستعداد- القدرة- الميل) مع مراعاة الفروق الفردية بين جميع الأطفال.

كما يؤكد الكتاب على أهمية دور معلمة رياض الأطفال في تنمية التفكير الإبداعي، وربطه بممارسة الفنون البصرية واللعب وإثارة خيال الأطفال، وذلك باتباع مجموعة من الإجراءات لتعزيز التفكير الابتكاري، واتخاذ مجموعة الضوابط التي تؤدي لذلك.

ويوضح الكتاب عناصر التصميم ولغة الشكل التي يستخدمها الطفل من (نقطة، خط، وشكل، ومساحة وحجم، واللون، وملامس)، وكيفية بناء برامج وأنشطة فنية قائمة على لغة الشكل لطفل هذه المرحلة، مع الأخذ في الاعتبار أن هذه الأنشطة تعكس النمو والنضج العقلي، والوجداني، والحركي، والاجتماعي للطفل، وتُعدُّ سجلاً لقياس جوانب شخصيته.

وهناك العديد من مداخل التجريب تستطيع معلمة رياض الأطفال أن تتخذها مدخلاً لتنمية مهارات الأطفال في الفنون التشكيلية من خلال الاستكشاف والتجريب في الخامات والتشكيل بالورق والصلصال والعجائن المختلفة، واستثمار مفهوم التجريب في تنمية الخبرة الجمالية والتعلم الأكثر شمولية؛ لذا فإن الخبرات المعدة بأسلوب الاستكشاف وحل المشكلات بقصد إخراج التعلم من الصيغة التقليدية إلى صيغ أكثر إيجابية وفعالية تعد من أهم أهداف برامج التربية الحركية والتربية الفنية، حيث يتعلم الطفل كيف يتحرك وكيف يرسم ويشكل أنماطاً فنية متنوعة من خلال أنماط حركية عديدة باستخدام أعضاء جسمه، ومن ثم ينمى لديه العديد من المهارات والقدرات.

وبناءً عليه فإن التربية الحركية والتربية الفنية تعدان من أفضل المجالات التعليمية التي تستهدف تعليم الأفراد وتدريبهم في المراحل الدراسية المختلفة، لا سيما مرحلة ما قبل المدرسة، ويتمشى أسلوب التربية الحركية والفنية مع مراحل التطور الحركي والنمو الجسماني والوجداني التي يمر بها الطفل أثناء تعلمه وإتقانه للحركات المختلفة بهدف مراعاة قدراته وإمكاناته الجسمية والحركية، إضافة لقدراته العقلية دون التركيز على ناتج الحركة كأساس للعملية التعليمية.

غربي بن مرجي الشمري: عرض كتاب

ومن ثم فإن الكتاب يجسد قناعات مؤلفيه بأن التربية الحركية والتربية الفنية تمثلان كياناً تربوياً شاملاً ومتكاملاً، يعتمد في بنائه على الخبرات الحركية والفنية التربوية التي تنبع منها جميع الأنماط الحركية والفنية الأصلية، والتي تعد أساساً للحركات والأداءات الفنية المعقدة للأنشطة المختلفة، وأساساً أيضاً في بناء كيان الطفل وشخصيته المستقلة المتميزة، ذلك الكيان الذي يعتني بضرورة تنفيذ العديد من برامج التربية الحركية والفنية بدءاً من مرحلة ما قبل المدرسة وخلال المراحل التعليمية المختلفة، مستهدفاً التربية بمفهومها الشامل والمتكامل. والله من وراء القصد.

تقرير عن رسالة علمية

A Study of Factors Influencing the Performance of Jeddah City Fashion Managers in International Marketing

A dissertation submitted in fulfillment
of the requirement for the degree of
Doctor of Philosophy

By

Mohammed Ali Dodie Eltom

October 2012

Abstract:

Moving from national to international and global marketing activity is a great challenge that encounters managers engaged in international marketing task. The difficulty of the duties involved in international marketing needs awareness of many factors that must be absorbed, understood and adopted by managers and marketers. The urgent question comes to light as whether managers of fashions who travel to do business abroad are well-prepared to cope effectively and efficiently with changeable international marketing environment. In this paper the researcher presents findings from empirical study that has been conducted with five hundred managers (500) who work for fashion companies in Jeddah city, Saudi Arabia.

The purpose of this paper is to identify factors that influence the performance of managers of fashion in the international marketing arena. Factors that will be discussed in this study are: (1) Cross-cultural awareness; (2) Global negotiation skills; (3) Global communication skills; (4) Adoption of Global mindset; (5) Knowing business etiquette of a host country before going there; (6) Respect of social taboos, customs, and traditions of a host country; (7) Adaptation to the conditions in a host country; (8) Building strong relationship abroad and (9) Strategic marketing planning. The study followed a quantitative research method using self-administered survey technique because self-administered survey has the potential for anonymity of the respondent, which can lead to more truthful or *valid* responses. Also, the questionnaire can be filled out at the convenient time of the respondent. Since there is no interviewer, interviewer error or bias is eliminated. The cost of reaching a geographically dispersed sample is more reasonable for most forms of self-administered survey than for personal interview survey.

Statement of the case

The case of this research is to identify the major factors that influence fashion managers in Jeddah city who always travel to carry out their assignment abroad.

Objectives of the Study

The aim of this research is to explain the major factors influencing the performance of fashion managers in international marketing. Factors to be examined will include:

1. Cross-cultural awareness.
2. Global negotiation skills.
3. Global communication skills.
4. Adoption of global mindset.
5. Knowing business etiquette of a host country before going there.
6. Respect of social taboos, customs and traditions of a host country
7. Adaptation to the Conditions in a Host Country.
8. Building strong relationship abroad.
9. Strategic marketing planning practices.

Value of the Study

This study will be useful to international marketers as well as international business managers because the findings will:

1. broaden their global knowledge.
2. enlighten them to improve and develop themselves to avoid obstacles and dilemmas abroad.
3. enrich the field of international marketing studies with fruitful and ample knowledge.
4. enlighten them with social taboos of foreign countries that they ignore.
5. be fertile source of knowledge for new global managers who are not knowledgeable about cultural diversity.
6. provide major factors influencing the business performance of Jeddah City fashion managers in their international marketing activities

The Research Methodology

Introduction

The concentration of this chapter is on the research methodology that will be followed in conducting this study. After the researcher has identified the problem for the study, designed a research questions and defined the aims and objectives for this study, he moved to the essence of the study, which is the research methodology that will be adopted by the researcher.

The research methodology is the most important stage of the research process, because it indicates that how the study will be carried out. The type of design, motivation for choice, the researcher's role, instrumentation, method of data collection and sampling will be discussed. This research started with the collection of secondary data, followed by the gathering of primary data through the use of the survey method.

Research Design

The study will adopt exploratory quantitative research design method. The reason for choice is that quantitative design will attempt to investigate and explore on the factors that influence managers of fashions performance in the international arena. Also, quantitative research method has useful strengths more than its weaknesses.

The Research Questions

In order to investigate on the factors that influence the performance of managers of fashion in the international arena, the researcher designed a study to collect data from managers of fashion who had traveled abroad, worked in fashion importation field and carried out assignments for couple of years in many foreign countries. The researcher generated and developed a comprehensive questionnaire based on the previous managers' international work experience in fashion importation activity to gather the

data presented. The questionnaire attached as an appendix. The researcher developed a questionnaire that composed of 91 questions covering personal demographics of fashion managers and a wide range of information about managers of fashion activities abroad and their international marketing assignment which have been grouped into categories: (1) questions about respondents demographics (2) objective questions about the work experience locally and internationally, such as the duration of stay in foreign countries while carrying out their assignment (3) questions about the individuals' use of foreign languages (4) questions about import activity (5) questions about communication skills (6) questions about fashion quality (7) questions about prices of fashions (8) questions about advertising for fashions (9) questions about marketing planning (10) questions about motivations regarding fashion companies reason for importing fashions (11) questions about fashion characteristics (12) questions about import market characteristics (13) questions about the entry mode in fashion importing field (14) questions about imported terms for imported fashions (15) questions about pricing strategy (16) questions about generic competitive strategy (17) questions about import market policy (18) questions about culture diversity (19) Questions about international business etiquette (20) questions about customs and traditions in the host foreign countries (21) questions about adaptation to conditions in the host foreign countries (22) various attitudinal questions such as the importance attached to building strong friendships and relationships with foreigners (23) questions about strategic marketing planning (24) questions about import performance and (25) about global negotiation skills.

Data Analysis

In this chapter the data collected from the sample (fashion managers) will be presented and analyzed. The data are presented in five areas: (1) pretest results; (2) survey response rate; (3) characteristics of the respondents (demographic information regarding the study population and sample; and (4) presentation and analysis of findings.

Pre-testing

Pre-testing the designed questionnaire for survey is important before research can be conducted. Therefore, to determine the effectiveness of the survey questionnaire, it was necessary to pretest it before using it. Because pre-testing can help you to determine the strengths and weaknesses of response items format, wording and order in your questionnaire.

Pretest Results

Before administering the Arabic text of the questionnaire used in this study it was given to 10 of managers of fashion. They were told that the pretest is a practice run, rather than asking the respondents to simply fill out the questionnaire, and they are told to explain their reactions to questions form. They were asked to evaluate: (1) the quality of the translation from English into Arabic; (2) the content; (3) the clarity and arrangement of the response items; (4) any terms or words that unfamiliar for them and grammar mistakes in order to determine whether the questionnaire is understandable and cover the research objectives; (5) the flow of the questionnaire; and (6) the actual time required to complete the questionnaire. Also, they were asked to denote if there were any items that might be difficult for the subject to understand.

All of the managers of fashion, 100 percent, surveyed for this study explained that the translated questionnaire, the content and the arrangement of the response items were useful, understandable and covered the factors that affect fashion import activity. They said that they did not face any difficulties when answering the questionnaire response items.

Survey Response Rate

Data were attained by the researcher from (managers of fashion) working for fashion companies in Jeddah city. A total of 500 questionnaires were administered to the respondents (managers of fashion) in fashion companies in the center of Jeddah city. A total of 495 questionnaire items (99%) were returned. A total of 5 questionnaire items (1%) were not returned. Thus, the survey rate was 99 percent.

* According to Babbie, a response rate of 50 percent is adequate, 60 percent is good and 70 percent is very good (1). With the achieved response rate of this study (99 percent) there is a high response rate. This means that there is no significant response bias.

Conclusions:

The objective of this study was to explore and know closely the present condition of the literature concerning factors that influencing the performance of Jeddah city managers of fashion in international marketing field. Based on the findings and considering limitations influencing this study, the following conclusions can be drawn. The sample of managers of fashion from which the data was attained was limited to fashion managers who work for fashion companies that located in the center of Jeddah city. Some of these conclusions are as follows:

1. Based on the findings obtained after administering these different questionnaire response items: (multiple-choice questions, Likert scales, semantic differential scales and extent scales) analysis, it could be concluded here that quantitative survey method was adopted to study 500 fashion managers. Additional applications of quantitative survey method can be made on managers of fashions before any generally applicable conclusions can be accepted. However, the liability of applying quantitative method in all fashion managers who work for fashion companies in Jeddah city could be developed after adjusting and familiarizing the method to the fashion managers, their companies and characteristics.
2. The likeness between the findings that obtained from the respondents (managers of fashions) denoted that there is a logical degree of confidence in the findings and the suitability of the instrument used in the study.
3. The great responses item that received from the respondents showed that fashion managers participated extensively in the study and gave positive answers for the response items.
4. The findings pointed that most of the respondents were young and hold high school diploma.
5. Based on the findings of the study, the respondents had these characteristics:
 - a. They work for fashion companies that specialized in women fashions.
 - b. They import most of their fashions from Asian countries, especially from China because Chinese fashions companies offer reasonable prices for importers.
 - c. They are knowledgeable about quality of fashions that they import, fashions import regulations.
6. The findings of this study demonstrate that the survey method (quantitative method) and sample technique (judgmental sampling) that used for selection of the respondents are suitable survey technique from fashion managers because survey feedback was positive. This does not mean that other survey methods and sampling selection techniques are not appropriate and useful. But quantitative survey method can be adapted to fashion managers, their companies and their import activities beyond local borders.
7. The findings denote that the majority of fashion companies that conduct import operations are small in size and also employees who work for them are small in size.

8. The findings pointed that most of fashions that imported by the companies are of high quality. Therefore, most prices of fashion are so high.
9. The findings of the research demonstrate most of fashion companies have 20 years of importing experience in general and (2 to 3 years) of international experience in fashion importing.
10. It found that the majority of fashion companies explained that they are pursuing (profit oriented objective) in their importing activities of fashion in order to increase their companies' profitability. The results show that most of the companies said that they are pursuing (market oriented objective) in their importing activities of fashions to increase the awareness of their companies and the quality of fashions that they import.
11. The results display that most of fashion managers indicated that their companies are pursuing (competitive oriented objective) in their importing activities of fashions in order to set reasonable prices that attract more customers.
12. Based on the findings of the study, the respondents pointed that their companies are pursuing (strategic oriented objective) in their importing activities of fashions to broaden their companies' activities.
13. The findings of the study concerning culture factor show that fashion managers indicated that knowing cultures of other people is so important. Therefore, they pointed that international marketers and those who frequently go abroad and interact with foreigners must be knowledgeable about cultures and lifestyle of individuals who adopt these cultures and be sensitive to other peoples' cultures nuances perceptions of what is right or wrong because cultures are evaluated differently.
14. The findings demonstrate that the respondents showed positive agreement with great role of negotiations in the international arena. The explained that international marketers must arm themselves with effective tool that make them effective negotiators such as communication skills, efficient tactics, understanding negotiation style of every foreign country they want to visit for doing business, be patient when obstacles and problems stem during negotiation in order to cope with them, creating friendly comfortable atmosphere with other for the benefit of the two parts and show interest not difference with counterparts.
15. The findings of global mindset display that managers of fashions denoted that international marketers mindset needs to be given a new emphasis and must be changed from local to global if managers want to succeed and achieve their goals abroad. They must be discreet, flexible and open-minded because an individual global mindset is away one perceives the world and globalization of markets, people who do business and companies.
16. *The findings of business etiquette factor show that* the respondents gave special care to the factor because understanding and knowing how to conduct business with people of foreign countries is the right and suitable way for achieving your assignment successfully. Therefore, managers must know how to deal with business etiquette of every country separately. They must be aware of negotiation style, meeting and entertainment, punctuality and exchange gifts of the hosts to avoid dilemmas.
17. Based on the findings obtained from the responses items concerning (customs and traditions of a host country) factor, the respondents denoted that international marketers must know the basics facts about every foreign country they aim to visit before going for their assignment, and gather enough information about their customs, traditions and social taboos because knowing these important elements about them will help you to avoid mistakes when doing business with foreigners.
18. The results of (adaptation to conditions in a host country) factor demonstrate that the respondents indicated that international marketers who frequently conduct business with foreigners need to adapt to a new environment of host countries and realize everything that can hinder their

assignment and try to be ware that business tools and styles that work successfully in the local culture will not suit foreign cultures. Also they must be patient when they encounter problems that hinder their duties because patience helps them to think thoroughly about the problems that they face and find the right solution for them.

19. The findings of (building relationships) factor show that the respondents indicated that building strong relationships with the hosts in foreign countries helps international marketers learn how foreigners conduct their business and alleviate the environment between the counterparts who do business with each other. They also denoted that fundamental and important for managers to build good wok relationships across cultural borders because trusting and strong relationships are vital for successful business with others. They also denoted that the quick way to build relationships with foreigners is to show real interest in their cultures respect all items that cuddled by their cultures and social taboos.
20. The findings of (strategic marketing planning) factor display that fashion managers indicated that strategic marketing planning is the most urgent factor that international marketers need to adopt and give special care in their companies because defines the way that a company can follow for its future activities. They explained that the success of strategic marketing planning depends on effective team members who understand the strategic marketing planning techniques that contribute to marketing flourish in the company. Also, they pointed that strategic marketing planning will be efficient if managers start by examining the presents situation of the company knowing its weaknesses and strengths and put specific marketing objectives that can be achieved in the future.

Recommendations of Practice:

1. An exploratory study of this kind commonly presents several questions that cover the topic. Not only must this study be replicated in other fashion companies and fashion managers who work for these companies in other cities of Kingdom of Saudi Arabia to see if the same findings arise under different conditions, but also, each of the findings of response items concerning the nine factors should be researched further in order to get more thoroughly explanation, approval or examine the results that were attained.
2. Before replicating this study, it is of extreme importance that some of the response items that translated from English into Arabic concerning the topic be modified and adapted in order to be suitable to managers of fashion, their companies culture and different techniques that they use to market their fashions in Jeddah city.
3. The data obtained from the respondents in this study were treated in accumulated manner. Even though the findings attained from the accumulated data are useful, effective and valuable to managers of fashion and their companies, it is recommended here that each fashion company with the collaboration, reinforcement and encouragement of the researcher should reanalyze the data acquired from its managers who can get useful results form their reanalysis that support its marketing activity. The companies that involved in the study must be scanned and evaluated as having their own style of management, marketing orientation, import operations techniques and the way of treating the obstacles that hinder their activity.
4. The objectives of each company concerning fashion importation, its managers' skills, its value among fashion companies in Jeddah city and the factors that influence its import activity in international arena must be defined, evaluated and analyzed separately, because each company has its own philosophy for conducting its business. Also, strategy, value and demand of the employees and fashion companies, the problems that stem from their competitors both locally and internationally in the environment which the fashion companies exist and operate must be

- considered carefully if they want to flourish and succeed.
5. As international marketing and importing from foreign countries becomes a clue preference for an increasing number of companies that conduct import activity, forming a strategy to compete effectively in international marketing becomes essential to success. It is recommended here that fashion companies must establish a strong competitive position both locally and globally as well as other companies operating on local or regional or global scale. In building a local and global competitive place, it is very important to consider all constraints, obstacles, problems and factors that can impede their task towards success. Fashion companies also need to develop their ability to operate effectively across boundaries in multiple turbulent and diverse markets. In other words, fashion companies must be able at the same time manage and respond to competitive conditions in multiple independent fashion market.
 6. This study can play significance role for enlightening new fashion managers who want to enter the field of importing fashions from foreign countries. The findings of this study should be of extensive interest not only to managers of fashions and their companies in Saudi but to faculties of business in Saudi universities, Chambers of commerce, Ministry of Commerce and colleges that teach business as well. They may use these findings as guidelines for giving students background about such international marketing studies.
 7. In order to increase the readers and make this empirical study more useful for managers of fashions, employees who work in fashion field, international marketers, fashion companies, students of study business and scholars, and this research paper must be translated into Arabic Language.

Recommendations based on Literature Review:

The researcher specified the following recommendations for future empirical research in response to current accessible literature of the purpose:

1. The researcher noticed that during the literature search concerning factors that influence the performance international marketer assignment, the majority of the empirical studies concentrated on culture, negotiation and communication while studies on other factors are scarce or not attainable. Therefore, the researcher strongly recommended that academic researcher and scholars who involved in international marketing studies should try to concentrate the empirical research on all factors that influence international marketers' performance in order to make these studies obtainable for students.
2. The literature on business etiquette, social taboos, customs and traditions, entertainment and gifts exchange with the hosts in foreign countries need empirical studies because most papers are conceptual and descriptive.
3. The current studies concerning the literature of these factors in international marketing and international business textbooks need to be broaden and revised to include more empirical evidence on the value of the factors to students and managers who involve in international marketing assignment.
4. The current literature on strategic marketing planning in the arena of fashion import need to be adapted and revised in order to be effective for fashion companies and managers.
5. More literature is needed on the value of these factors for fashion managers who involve in import operation in Jeddah markets.

The resources of this research are 181.

* * *



جامعة الجوف
Aljouf University