

مجلة الدراسات الإنسانية  
تصدرها كلية الآداب والدراسات الإنسانية  
مجلة نصف سنوية - محكمة - العدد العاشر يونيو 2013م

المشرف العام

د. عبد الحكيم حسن ابراهيم

هيئة التحرير

المستشارون

بروفسير . عباس سيد أحمد زروق

بروفسير . حسن علي الساعوري

بروفسير . عبد القادر محمود عبد الله

بروفسير . علي عثمان محمد صالح

بروفسير . محمد المهدي بشري

بروفسير . كباشي حسين قسيمة

د. محمد المهدي إدريس

رئيس هيئة التحرير:

د. نصر الدين سليمان علي فضل الله

رئيس التحرير:

د. محمد عز الدين علي محمد

نائب رئيس التحرير:

د. جمال جعفر عباس

سكرتارية التحرير:

د. السيد بخت أحمد

د. الصادق حسين فضل الله

أ. محمد الطيب الفكي

أ. مجدى سليمان حمزة

## قواعد النشر

تعنى المجلة بترقية البحث العلمي في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية وتهتم المجلة على نحو خاص بنشر:

البحوث والدراسات ، ومراجعات الكتب ، والتقارير العلمية ، والندوات المتخصصة ، كما ترحب بالمناقشات الهادفة والموضوعية لما ينشر فيها.

### قواعد النشر بالمجلة:

- يقدم المقال أو الدراسة مطبوعاً على ورق A 4 ومرفقاً معه قرص مدمج 3.5 فيما لا يزيد عن (7000) كلمة (20 صفحة) سواء باللغة العربية أو الإنجليزية أو الفرنسية . ويرفق ملخص للبحث لا يزيد عن (100 كلمة) بإحدى اللغات المستخدمة في المجلة خلافاً للغة البحث.
- ألا يكون المقال قد سبق نشره أو قدم للنشر في جهات أخرى ، كما لا يجوز إعادة نشرها كاملاً أو جزئياً في وعاء آخر إلا بأذن خطي من المجلة.
- توضع إحالات المراجع في داخل النص (المنهج الأمريكي) وتأتي تفاصيل المراجع في قائمة المراجع بالشكل التالي:
- اسم العائلة . الاسم الأول . سنة النشر. عنوان المقال أو الكتاب . دار النشر . مكان النشر (صفحات المقال في حال الدوريات).
- تعرض المقالات والبحوث على محكمين مختصين في مجالات المجلة لإجازتها وتقوم المجلة بإخطار أصحاب المقال بقرار المحكمين ، ولها حق إجراء أي تعديلات شكلية جزئية قبل نشر المادة دون أن يخل ذلك بمضمون المادة المنشورة في حالة الموافقة بنشرها.
- تقبل البحوث من كافة الباحثين من داخل وخارج السودان.
- الأفكار والمعلومات الواردة في البحوث تعبر عن آراء كتابها وليس بالضرورة تبنيها من قبل كلية الآداب والدراسات الإنسانية.
- تمنح المجلة كاتب المقال ثلاث نسخ من العدد الذي يحتوي على مقاله.
- أصول المقالات التي ترد إلى المجلة لا تسترجع سواء نشرت أم لم تنشر.
- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر .
- ترسل البحوث باسم السيد / رئيس هيئة التحرير . كريمة ص . ب 58 أو على البريد الإلكتروني على عنوان المجلة [magazinearts@yahoo.com](mailto:magazinearts@yahoo.com) أو بالفاكس 0024923122954
- تلفون 00249231820098

## قائمة المحتويات

- 1- كلمة العدد ..... 4
- 2- دور الطلاءات الواقية في وقاية الآثار المعدنية من التآكل والصدأ. .... 5  
د. عبد التاصر الزهراني. د. محمد ابو الفتوح غنيم.
- 3- جذور الصراع العربي الفارسي ..... 29  
د. كمال الحاج الحسين.
- 4- قراءة نقدية في مجموعة "عند الرحيل" القصصية لنجيب الكيلاني ..... 43  
د. عبد الغفار الحسن محمد محمد أحمد.
- 5- حوار الثقافات في ديوان "سيناريو اليابسة" للشاعر عاطف خيرى ..... 63  
د. فؤاد شيخ الدين عطا.
- 6- اختلاف الفراء مع الكسائي في وجوه الإعراب والقراءات..... 76  
د. علي محمود أحمد محمد خير.
- 7- دور المرشد السياحي في التسويق السياحي ..... 96  
د. سعيد عبد الحفيظ عبد الله خضر.
- 8- الأمن النفسي لدي نازحي معسكر كاس بولاية جنوب دارفور..... 110  
د. الرشيد إسماعيل الطاهر البيلي. د. وفاق صابر علي عبد الله.
- 9- تسويق خدمات المعلومات في المكتبات : تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة ... 131  
د. بلة أحمد بلال أحمد.
10. الإحتياجات التدريبية في مجال تقانة المعلومات للعاملين بالمكتبات الجامعية في السودان 149  
د. وهبي عبد الفتاح عبد الرحمن. د. وحيد علي محمد. د. محمد يسن شوقي.
- 11- أثر ترويج المبيعات في شركات المياه الغازية بالخرطوم علي طلب المستهلك لمنتجاتها 173  
أ. سعيد حسن العجب حسب الكريم.
- 12- الإرشاد الاكاديمي وعلاقته بالجودة في التعليم الجامعي ..... 201  
د. أميرة أحمد حسن قرشى.
- 13- تطور العلاقات السودانية الصينية ..... 217  
د. عبد العزيز نور عشر.

14 – LES REFORMES DE L'ARABE.....232

Dr Fadl Allah Ismail Ali

## كلمة العدد

الحمد لله الذي فضله تتم الصالحات ، والصلاة والسلام على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم.

يسعدنا أن نضع بين يدي القارئ الكريم العدد العاشر من مجلة الدراسات الإنسانية وهي تبلغ عامها الخامس ونحن نمني أنفسنا بأن تسهم إصدارتنا مع رصيفاتها من الدوريات العلمية في نشر وتطوير البحث العلمي في مجالات العلوم الإنسانية.

جاء العدد الذي بين أيديكم حافلاً بالموضوعات المتنوعة في شتى مجالات الدراسات الإنسانية والأدبية ، وذلك بمشاركة ومساندة الأخوة الباحثين والاختصاصيين داخل وخارج السودان ، والذين بفضلهم انتشرت الدورية في الوطن العربي لتناقش قضايا ومشكلات ومستجدات العلوم الإنسانية في بعض الدول العربية الشقيقة.

نحن ومع استمرار صدور دوريتنا نعمل جاهدين بإذن الله على الوفاء بكل التزام قطعناه على أنفسنا وعلى قرائنا ، ونسعى دوماً للتجديد وتجاوز أخطاء وعقبات النشر العلمي ، ويحدونا الأمل بأن نقدم خدمة للبحث العلمي. وأن تصبح هذه الدورية منارة ولساناً ناطقاً باسمكم جميعاً.

والله هو المستعان

هيئة التحرير

## دور الطلاءات الواقية في وقاية الآثار المعدنية من التآكل والصدأ

د. عبد الناصر الزهراني

د. محمد أبو الفتوح غنيم

كلية السياحة والآثار – جامعة الملك سعود

### Abstract:

The treated archaeological metals or untreated objects need to be protected against the deteriorated effects of relative humidity, pollutants, harmful UV rays and other corrosive factors. Application of protective coatings is one of the metals protection methods. They are used widely in industry but still limited in conservation as their application on archaeological metals implicates stringent requirements such as non-permeability, transparency, reversibility, adhesion, stability, and doesn't harm the object. Little number of protective coatings used in conservation of archaeological metals, so that more studies will be necessary.

This research includes the corrosive factors of archaeological metals, and the resulted patina or the corrosion products, the protection methods, the protective coatings, their uses from industry to conservations, how they protect the metals surfaces, the required guidelines in their application in conservation, preparing the surface to receive the protective coatings, and a review on the coatings in conservation practice, with shedding the light on their advantages and drawbacks.

### ملخص البحث:

تتطلب الآثار المعدنية، سواء التي تم علاجها أو التي لا تحتاج إلى علاج، وقايتها من التأثيرات الضارة للرطوبة النسبية، والملوثات الجوية، والأشعة فوق البنفسجية وعوامل التلوث الأخرى. والطلاءات الواقية إحدى طرق حماية المعادن من الصدأ والتآكل. وبالرغم من التوسع في استخدامها، في مجال الصناعة إلا أن استخدامها في مجال صيانة الآثار المعدنية ما زال محدوداً وفي حاجة إلى مزيد من الدراسات؛ وهذا للشروط الصارمة التي يتطلبها تطبيق هذه الطلاءات على المعادن الأثرية، مثل: عدم النفاذية للماء، والشفافية، والثبات، والالتصاق، والاسترجاعية، وعدم إلحاق الضرر بالأثر. وفي مجال الصيانة يستخدم عدد قليل من الطلاءات الواقية، مما يتطلب مزيداً من الدراسات.

هذا البحث يتناول: ظروف وأسباب تلف الآثار المعدنية، وما ينتج عنها من باتينا أو نواتج صدأ، ثم طرق حماية الآثار المعدنية من الصدأ، والطلاءات الواقية كإحدى طرق الوقاية، انتقال استخدامها من الصناعة إلى الصيانة، كيف يقوم الطلاء الواقية بدور في الحماية، الشروط الواجب توافرها في الطلاء الواقية المستخدم في الصيانة، كيفية إعداد سطح الأثر المعدني

لتطبيق الطلاء، ثم نظرة عامة على الطلاءات الواقية المستخدمة في مجال صيانة الآثار المعدنية، وإلقاء الضوء على مميزاتها وعيوبها.

### تلف وتآكل الآثار المعدنية:

المعادن الأثرية، سواء أكانت في صورة فلزات مفردة أو في صورة سبائك، من المواد التي يُنظر إليها على أنها مواد ثابتة، إلا أن اتصالها بالبيئة المحيطة يعرضها للتلف والتآكل (Fontana, 1986: 4؛ الخرجي والشريف 2010م: 13)، كما قد يأتي التلف والتآكل من داخل المعادن ذاتها فيما يعرف بالتآكل العفوي (Spontaneous Destruction) (Sherier et al., 1, 1994:4). هذا التلف أو التآكل قد يكون في بعض الحالات محدوداً وبطيئاً، وقد يكون ممتداً وخطيراً، وينتج عن ذلك تكوّن طبقة من نواتج الصدأ تشوه سطح الأثر المعدني، وقد تخفي تفاصيله ومعالمه. ويتوقف امتداد هذا الصدأ على تركيبة المعدن، والظروف البيئية المحيطة، وطبيعة السطح الناتج عن الصدأ، ومدى تجانسه، وتماسكه، وسمكه، ومساميته (Scott, 2002: 323; Selwyn, 2004: 81-100).

ولعل العوامل الأكثر تأثيراً في تلف المعادن الأثرية الموجودة في بيئة مفتوحة، تتمثل في: الرطوبة النسبية، والملوثات الجوية (Jones, 1996: 400-402)، بينما تتداخل مجموعة من العوامل الأخرى في تلف المعادن الأثرية المستخرجة من التربة منها الرطوبة النسبية، ومكونات تربة الدفن وتركيبها، وكمية الغازات الذائبة فيها، وما إذا كانت تحتوي على أملاح ذائبة تحمل أيونات متلفة، أو مكونات عضوية تمثل وسطاً ملائماً لنشاط الكائنات الحية الدقيقة. وكذلك الحال بالنسبة للآثار المعدنية الغارقة يضاف إليها حركة المياه والكائنات البحرية، ودرجة الحرارة (Polukhin et al., 1970: 160).

والصدأ أو التآكل (Corrosion) ما هو إلا عملية تتحول عن طريقها الفلزات المكونة للأثر المعدني إلى مركبات كيميائية، والمعروف أن المركبات أكثر ثباتاً من الفلزات. وفي هذا الصدد يجب أن نفرق بين الصدأ والباتينا. والحقيقة أن كلاهما يتكون من نواتج للتآكل. ولقد أشار بلندرليث (Plenderleith, 1942; 79-112) ومن بعده أوجن (Organ 1963: 1-9) إلى الصدأ، على أنه مسحوق المادة الخضراء سهل الإزالة، يتكون على أسطح الآثار النحاسية أو البرونزية، بينما الباتينا هي الطبقة الخضراء الشفافة غير المنفذة متماسكة والأكثر، أو الأقل اخضراراً. ثم ميّز بروسر (Preusser 1983: 733-735) بين الباتينا النبيلة (noble patina)، التي تكون في صورة طبقة متماسكة ومتجانسة، وتغطي سطح المعدن بصورة منتظمة، وتحفظ بتفاصيله الفنية. والباتينا "الضارة" (vile patina)، التي تكون سطحية ومفككة، أو في صورة مسحوق، وتشمل، في كثير من الأحيان، مركبات للكوريدات وعوالق التربة. ونظراً للمظهر الجذاب الذي تضيفه الباتينا على الآثار المعدنية، فإن الكثيرين يفكرون في

خلق هذه الباتينا صناعياً، فيما يعرف بالتبطين (patination) على أسطح الآثار المعدنية لإكسابها مظهر القَدَم، أو إعادة تبطين السطح، أو إحلال باتينا جديدة محل الباتينا التي تعرضت للتلف وتم إزالتها، أو تبطين السطح بعد علاجه والتخلص مما عليه من نواتج الصدأ (Fishlock, 1962; Hughes, and Rowe, 1991; LaNiece and Craddock, 1993).

وخاصة القول أن الباتينا يرمز إليها على أنها مظهر القَدَم، الذي يعطى الأثر المعدني المظهر الجمالي المقبول والجذاب، الذي ينتج من التغير الكيميائي، أو إضافة مواد إلى سطح المعدن، في محاولة لإكسابه ما يشعره بمظهر القَدَم، وخلاف هذا يكون ناتج صدأ (صورة 1، 2). وإن فهم طبيعة الباتينا يساهم في اختيار استراتيجية التحكم في الصدأ عن طريق تحديد طريقة العلاج، وحجم التدخل، أو التحكم في الصدأ (MacLeod, 1987: 25-40). وتشكل إزالة الباتينا أو الاحتفاظ بها إشكالية في حاجة إلى حلٍّ (Organ, 1992: 323-437). وإزالة الباتينا كلياً أو جزئياً، في سياق زيادة ثبات الأثر المعدني وتجهيزه للغطاء الواقي، يحددها دورها في عملية الصدأ. والواقع أن الباتينا غير النبيلة أو الضارة التي تحتوي على مركبات للكوريدات يجب التخلص منها أو التضحية، بها بينما الباتينا النبيلة يمكن الاحتفاظ بها.



**2. الحماية من التآكل والصدأ:** يتطلب الأمر، بعد علاج الآثار المعدنية من الصدأ والتخلص مما على أسطحها من أيونات متلفة، أن يتم حمايتها، أو وقايتها مما قد تتعرض له من ظروف متلفة، تتمثل في الغالب في الظروف الجوية، مثل: الرطوبة، والملوثات الجوية، والحرارة، والضوء. وتهدف هذه الحماية إلى إيقاف الصدأ أو تبطينه، وهناك طريقتان لمعالجة إيقاف الصدأ: إما بالتحكم في البيئة المحيطة بالأثر المعدني (passive conservation) باستبعاد المؤثرات البيئية المتلفة والتحكم في الظروف الجوية، أو بالتدخل المباشر في المعدن نفسه، أو

على سطحه (active conservation) (كرونين وروبسون, 2006م: 7)، عن طريق إزالة الأيونات المتلفة، مثل: الكلوريدات، ويكون ذلك ميكانيكياً، أو كيميائياً، أو كهربياً، أو تطبيق موانع للصدأ أو طلاءات واقية على السطح (Watkinson, 2010: 3326).

والطلاءات الواقية إحدى الوسائل المهمة لحماية الآثار المعدنية من التآكل والصدأ، سواء التي خضعت للعلاج وتم إزالة الأيونات المتلفة منها وتحتاج إلى صيانة، أو التي تحتاج إلى وقاية مستقبلية، وهذا يمثل الاستراتيجية البديلة عن الصيانة الوقائية، في حالة عدم القدرة على استبعاد المؤثرات المتلفة من البيئة المحيطة، أو التحكم في الظروف الجوية التحكم الكامل، أو الجزئي.

تعدّ الرطوبة من أهم عوامل تلف الآثار المعدنية التي يجب الوقاية منها، وكذلك الملوثات، لما لهما من دور مباشر في التآكل في البيئات المختلفة. فأغلب التفاعلات الكيميائية تحدث بمساعدة الرطوبة، ويتضاعف تأثير الرطوبة إذا وجدت أيونات أخرى، مثل: الكلوريد والكبريت والنيتروجين والكربون (Sherier, et al., 1994: 233). وتقوم الرطوبة بدور المحلول الموصل الكهربى (Electrolyte) اللازم لنشوء خلايا كهروكيميائية تؤدي إلى تآكل المعادن المختلفة تآكلاً كثيفاً وسريعاً (Sherier, et al., 1994: 233; Khrumi & Sedha, 1991: 408).

وتتوفر الملوثات في كل من البيئة المفتوحة والبيئة المغلقة، في بيئتي العرض والتخزين، من خلال تسرب غازات التلوث إلى أجواء المتاحف (Mauro et al., 2008: 1985)، ومن الغازات المنبعثة من الأخشاب ومنتجاتها، المستخدمة في التخزين والحفظ، ومن المواد المصاحبة للمجموعات الأثرية في العرض، خاصة المواد التي تنبعث منها أبخرة ضارة عند درجة حرارة الغرفة (Ryhl-Svendensen, 2006: 27). وتكمن الخطورة في إتحاد كل من الرطوبة والملوثات في تصيب الخناق على الأثر المعدني، حيث تتحول الغازات الملوثة، في وجود الرطوبة، إلى أحماض تحفز صدأ المعادن المختلفة وتآكلها (Appelbaum, 1991: 98; Clarke & Longhurst, 2007: 435).

ولخطورة تأثير الرطوبة والملوثات الجوية على الآثار المعدنية، فإن الطلاء الواقي يمكن أن يحقق هذه الحماية، فهو يطبق على أسطحها لعزلها عن الوسط المحيط بها، وما به من جسيمات سائلة أو غازية متلفة. ولهذا قد يستخدم كطريقة للعلاج منفصلة، كأن يطبق مباشرة على الأسطح المعدنية النظيفة، أو قد يكون جزءاً من العلاج مثلما يحدث عند تطبيقه على أسطح الآثار الحديدية، بعد تنظيفها من الكلوريدات بإحدى طرق الغسيل الكيميائية. كما أنه قد يطبق منفرداً، أو يضاف إليه مانع للصدأ ليزيد من فاعليته. ولا توجد إجراءات موحدة يمكن إتباعها عند اختبار فاعلية طلاء واقٍ للمعادن الأثرية، مما يعوق استخدام أي من المواد التي



يشار إليها على أنها أغطية واقية، على الرغم من وجود اتجاه، في مجال دراسات صيانة الآثار المعدنية وحفظها، نحو وضع إجراءات ومعايير اختيار المواد المستخدمة في الطلاءات الواقية. ويكمن الغرض من مثل هذه الإجراءات، سواء في مجال الصناعة، أو مجال الصيانة هو البحث عن غطاء واقٍ عديم أو قليل السمية، سهل التطبيق، ذي فاعلية جيدة، وقليل التكلفة.

### 3. الطلاءات الواقية بين الصناعة والصيانة:

تستخدم الطلاءات الواقية بكثرة في مجال المصنوعات المعدنية، مثل: الأدوات، والعُدود للحفاظ عليها من الصدأ والتآكل، إلا أن استخدامها في مجال صيانة الآثار المعدنية ما زال محدوداً وفي حاجة إلى مزيد من الدراسات والاختبارات الميدانية، ولا يوجد غطاء واقٍ يمكن تطبيقه على جميع القطع الأثرية في كل الحالات في مجال ترميم الآثار وصيانتها، وإنما هي أغطية سبق استخدامها في مجال الصناعة وتم إجراء تجارب عليها للاستفادة منها في مجال الصيانة. والسبب في هذا يتمثل في الشروط الصارمة، التي يتطلبها تطبيق مثل هذه الطلاءات على المعادن الأثرية، إضافة إلى عدم وجود إجراءات قياسية محددة يمكن تطبيقها في اختبارات تطبيق الطلاءات الواقية، في مجال صيانة المعادن الأثرية وترميمها، مما يعوق استخدام المواد التي يشار إليها على أنها أغطية واقية على المعادن الأثرية. وعلى الرغم من أن اختبار الصدأ المعجل (accelerated corrosion test)، ربما يوفر ظروفاً قريبة من ظروف المعادن الأثرية، وبالتالي يمكن توقع تأثير هذه الطلاءات عند تطبيقها في الحقل العملي، إلا أن الطلاءات الواقية، التي تعطي نتائج جيدة في التجارب المعملية يمكن أن تفشل في تحقيق هذه النتائج عند التطبيق العملي في حقل الصيانة، كما أنه من غير الممكن أو المستحيل إنتاج عينات اختبار مماثلة تماماً لباتينا الصدأ، التي تتكون بمرور الزمن على أسطح هذه الآثار في التربة، أو الهواء. ويؤثر في كفاءة أو اختيار الطلاء الواقية، للتطبيق في مجال الصيانة، كل من البيئة التي يجب أن يكون فاعلاً فيها، ونوعية المعدن، أو الأثر المعدني الذي سيطبق عليه، وكذلك الدور الذي سيقوم به هذا الطلاء (Watkinson, 2010:3326). فالطلاءات الواقية، التي قد تكون صالحة للبيئة المفتوحة، قد لا تكون فاعلة بالدرجة نفسها في البيئة المغلقة، كما أن أسطح الآثار المعدنية قد تكون ضعيفة وغير ثابتة كيميائياً، وقد تكون مسامية، أو تحتوى على بقايا من مكونات الصدأ، أو الباتينا، وهذا يشكل عائقاً للتطبيق الأمثل للغطاء الواقية، وتتسبب هذه البقايا في حدوث عيوب به.

وربما توجد بعض الطلاءات الشائعة، ذات المواصفات الكيفية والكمية، والفاعلية العالية، تدعم استخدامها في مجال الصيانة، إلا أن الحاجة إلى وجود إجراءات قياسية (standardized procedures) موحدة لاختبار هذه الطلاءات في مجال الصيانة تعوق من شيوع استخدامها.

هناك عدد لا بأس به من الطلاءات، التي تستخدم في مجال وقاية المصنوعات المعدنية الحديثة، منها: أغشية شفافة، وشموع، وزيوت، وشحوم. والنوعان الأولان يكثر استخدامهما في مجال الآثار، أما النوعان الآخران فيكثر استخدامهما في المنتجات الصناعية. والزيوت الواقية من التآكل مواد عضوية تضاف إليها عادة مواد تساعد على الالتصاق الجيد، وتحسن مقاومة التآكل، مثل: موانع الصدأ، كما تضاف مواد تساعد على زيادة اللزوجة، مثل: الشمع والبرافين. وتتم التغطية بالزيوت إما بالفرشاة أو الغمر أو الرش، ويتراوح سمك طبقة التغطية بين 25-30 ميكرون (الخرجي والشريف 2010: 232). أما الشحوم فهي عبارة عن منتجات الشحوم اللدنة، التي تتكون من الفازلين، والشحوم العضوية، وشمع البرافين، والدهن الصوفي (اللانولين Lanolin). ويفضل الأخير لقابليته على تحويل الماء إلى محلول أو مستحلب عديم الفاعلية. وتتم التغطية بهذه الشحوم من خلال الغمر في مصهور الشحم أو التغطية بالفرشاة أو برش المصهور.

يستخدم عدد قليل من الطلاءات الواقية العامة في مجال ترميم الآثار وصيانتها، ولا توجد دراسة مقارنة نهائية وحاسمة يمكن أن تحدد وبوضوح الطلاء الأكثر نجاحاً للاستخدام. وهناك الكثير من المجموعات والمنتجات الكيميائية، العضوية وغير العضوية، تستخدم كطلاءات واقية، غير أن معظم الطلاءات العضوية، نتيجة لبعض خواصها غير المرغوبة، مثل عدم الاسترجاعية، والتغير اللوني، والسّمك والمظهر غير المقبولين، وعدم الشفافية، يُصرف النظر عن استخدامها (Stambolov 1985: 46). والنوعية الوحيدة التي يمكن أن تستخدم من الطلاءات العضوية، وتعطي نتيجة فاعلة، هي الطلاءات التي تقبل الذوبان في المذيبات العضوية، وتضم مجموعة كبيرة ومتنوعة من الشموع والراتجات. وتستخدم في صورة سائلة، حيث يتطاير المذيب العضوي ويترك المادة مكونة طبقة واقية على سطح الأثر المعدني لا تسمح له بالاتصال بالبيئة المتلفة (Khrumi and Sedha 1991: 423). وما زالت هناك الكثير من الطلاءات، التي يجري عليها اختبارات للاستخدام في مجال ترميم الآثار وصيانتها، غير أن العديد من خواصها الواقية، التي تؤهلها للاستخدام، لم يتم التأكد منها على المدى الطويل.

#### 4. فاعلية الطلاء في الوقاية:

تقوم الطلاءات الواقية بحماية المعادن من خلال تكوين حاجز أو غطاء رقيق نسبياً بين الفلز المعدني أو السبيكة المصنوع منها الأثر والبيئة المحيطة. هذا الحاجز أو الغطاء يقلل من معدل نفاذ الأكسجين، والرطوبة إلى المناطق التي تمثل المهبط في المعدن (مناطق الصدأ أو طبقة الأكسيد على سطح المعدن)، ويمنع حدوث التفاعل المصعدي، الذي ينتج عنه تحرر

الالكترونات، كما يمنع المصعد (الفلز المكون للأثر المعدني) من الاتصال بأي مهبط (فلز آخر أو لا فلز) مجاور له، أو في المحيط الخارجي مما يحول دون إتمام نشوء الخلية الكهربية. والطلاءات تكون في حالة سائلة وبعد تطبيقها تتحول إلى الحالة الصلبة، وذلك لطبيعة تركيبها. فأغلب الطلاءات تتكون أساساً من مادة رابطة أساسية لتحقيق خواص طبقة الطلاء، مثل: الالتصاق الجيد، وغيرها من الخواص الكيميائية والفيزيائية، ومادة متسامية، وهي المادة اللازمة لإنتاج المحلول أو المذيب، وتساعد في تحلل المادة الرابطة، وتساعد على الالتصاق الجيد والخلو من المسامية، وعدم الانكماش. والمواد المستعملة لهذا الغرض الأخير، هي بشكل أساس، الهيدروكربونات، مثل: البنزين، والترينتين، وأنواع الكحول، والأسيتون. إضافة إلى المادة الرابطة والمتسامية، قد تضاف مواد أخرى لأغراض محددة، مثل: إضافة مادة صبغية تساعد على التلوين، وتحسين الخواص الميكانيكية، وغالباً ما تكون هذه المادة اللونية أو الصبغية من مواد غير عضوية، مثل: أكسيد الحديد الأحمر، والجرافيت، وأكسيد الكروم، وأكسيد الزنك، وأكسيد التيتانيوم، وكرومات الزنك، وذلك حسب اللون المراد الحصول عليه. وقد تضاف إلى الطلاء أيضاً المواد المساعدة على التفاعل أو أحد موانع الصدأ (الخرزجي والشريف، 2010م: 234).

##### 5. الشروط الواجب توفرها في الطلاءات الواقية للآثار المعدنية:

هناك مجموعة من الشروط يجب أن تتوفر في الطلاءات الواقية حتى تتحقق الوقاية الكاملة، بعضها يتعلق بتطبيق الطلاء الواقى على السطح، والأخرى تتعلق بالمواصفات التي يجب أن تتحقق فيه. من الشروط المتعلقة بتطبيق الطلاء الواقى أن يكون سهل التطبيق وعادة ما يمكن تطبيقه بالفرشاة أو الرش أو الغمر، وان كانت الفرشاة تعطي قوة التصاق عالية (Child, 1985: 27). ويجب أن ينتشر الطلاء المطبق بسهولة على السطح كله بشكل متناسق ويسمك متساوٍ (Imrell, 1991: 237-243). وأن يكون سهل الإزالة أيضاً، أي يمكن أن نستخلصه مرة أخرى (reversible) فيمكن إزالته إذا تعرض للتلف أو تسبب في تلف. وأن يكون ذا قوة تغلغل تسمح له بالدخول إلى مسام السطح المعدني (Newey et al., 1983: 112-113). ويجب أن يكون السطح المعدني، الذي سيتم تطبيق الطلاء عليه نظيفاً، وجافاً تماماً (Fontana 1986: 309)، وأن يتم تطبيق الطلاء على السطح البارد (Hungray 1975: 154).

أما الشروط المتعلقة بالطلاء الواقى نفسه منها: أن يعطى فيلماً خالياً من المسام وشفافاً. ويؤثر في شفافية الطلاء الخدوش أو يكون به مسام أو فجوات مما يسمح بنفاذ الأشعة وتشتتها فيسبب إعتامه (Newey et al., 1983: 113)، وبالتالي يجب أن يكون الطلاء متجانساً ومستوياً، ويجب أن يلتصق جيداً بالسطح المعدني، وألا يتغير فيزيائياً أو كيميائياً، وألا يتسبب

في أية تغيرات فيزيائية أو كيميائية لسطح الأثر المعدني (Jedrzejewska, 1963: 136; )، أي لا يتسبب في تغير مظهر السطح المعدني ولا تركيبه الكيميائي. وهنا يمكن القول أن الطلاءات، التي توفر وقاية جيدة من الصدأ ولا تغير من سطح المعدن غير أنها لا تعطي مظهراً مقبولاً، يمكن تطبيقها على الآثار المعدنية، التي تخزن لمدة طويلة، شريطة أن يكون من السهل إزالتها عند العرض المتحفي. كما يجب أن يلتصق بدرجة جيدة بالسطح المعدني، على ألا يتسبب في التصاق الأتربة والموالق، وألا يكون من مادة تسمح بنمو وتكاثر الكائنات العضوية الدقيقة عليها.

وهناك خاصية مهمة يجب النظر إليها عند اختيار مادة الطلاء الواقي، هي درجة التحول الزجاجي ("Glass transition temperature" "Tg")، التي عندها تصبح المادة الصلبة غير المتبلورة، مثل: البوليمر، هشّة بفعل الحرارة دون أن تتحول للحالة السائلة. وهو ما يجعل الغبار والأتربة تلتصق ببعض الطلاءات الواقية، ويجعل بعض الطلاءات تتعرض للتكسر أو الشروخ بها عندما تتعرض لضغوط ما (Horie, 1990: 18)، أو يمكن ألا تكون قادرة على الاستجابة لحركة المعدن أسفلها إذا ما تعرض للتمدد أو الانكماش. وهذا يجعل بعض هذه الطلاءات فاعلاً في أجواء معينة وغير فاعل في أجواء أخرى. والطلاءات وحدها قد لا توفر الحماية الكافية، ولهذا قد يضاف إليها مانع للصدأ، أو قد يطبق قبلها، أو يعقبها طبقة عازلة من الشمع، لتحقيق العزل الكامل للرطوبة والملوثات الغازية.

#### 6. إعداد سطح الأثر المعدني لتطبيق الطلاء الواقي:

تعتمد فاعلية أي غطاء واق في حماية السطح الذي يغطيه، على مجموعة من العوامل أهمها درجة نظافة السطح. ولهذا يجب تنظيف سطح الآثار المعدنية من الصدأ الذي يغطيها، لتجهيزها لتطبيق الطلاء الواقي وحتى ضمن فاعليته. وهناك الكثير من طرق التنظيف التي تختلف باختلاف حالة الأثر المعدني؛ فالآثار الهشة أو الضعيفة تختلف في التعامل معها عن الآثار المتماسكة، التي تحتفظ باللب المعدني القوي. وكذلك التركيب الكيميائي لنواتج الصدأ، ودرجة التصاقها، وطبيعة طبقاتها وهل هي متماسكة أم هشّة، سميكة أم رقيقة. كما يعتمد اختيار طريقة التنظيف على نوع الأثر أو تركيبه. وتختلف معالجة الآثار الحديدية أو المصنوعة من الرصاص عن الآثار البرونزية والفضية، وكذلك الآثار المصنوعة من فلز واحد عن المصنوعة من سبيكة بها أكثر من فلز.

وقد أشار الكثير من الباحثين إلى استخدام الأدوات اليدوية أو الميكانيكية أو المواد الحاكة فيما اصطلح على تعريفه التنظيف اليدوي أو الميكانيكي (Mechanical cleaning) للتخلص من نواتج صدأ الآثار المعدنية المختلفة المستخرجة من التربة، التي تكون في صورة طبقة منكسرة وسميكة، ولكشف تفاصيل السطح وتنظيفه حتى يتم بعد ذلك عزله ووقايته (كرونيين

وروينسون، 2006م: 89-91) ( Morris & Weil 1974; Jedrzejewska, 1967; Krueger 1979; Moncrief and Weaver, 1983; Wharton 1990; Stock, 1999)، وهو أسلوب يمكن تطبيقه بصورة موضعية فيسهل بالتالي التحكم فيه، كما أنه لا يسبب أية تغيرات كيميائية، أو تآكل وصدأ مستقبلي، ولا يتسبب في أية أضرار صحية للقائم بعملية التنظيف حيث لا يتضمن استخدام مواد سامة، باستثناء وقاية العين والجهاز التنفسي والجلد. واختيار أي من الأساليب الميكانيكية يتوقف على نوع، وحجم، وحالة الأثر، ودرجة التصاق نواتج الصدأ. إلا أنها لا تفضل مع الآثار المعدنية الهشة أو الضعيفة حتى لا تتعرض للتفتت أو الكسر، كما لا يفضل استخدامها مع الآثار المعدنية الصغيرة، مثل: العملات خشية أن تؤدي إلى كسرها أو خدش ما عليها من نقوش وكتابات.

وهناك من أشار إلى استخدام محاليل كيميائية في تنظيف أسطح الآثار المعدنية المختلفة المعرضة للصدأ، على سبيل المثال لا الحصر: (كروني وريبنسون، 2006م: 91-94؛ غنيم، 2000م؛ Farnsworth 1940; Organ 1963; Oddy & Hughes 1970; Merk, 1987; MacLeod, 1987; Sharma & Kharbade, 1994; Weisser, 1987)، وهي من طرق التنظيف التي تفضل غالباً مع الآثار المعدنية، التي يحتوى سطحها على نواتج صدأ الكلوريدات، أو مرض البرونز. ويتضمن التنظيف بالمحاليل الكيميائية نوعان (كروني وريبنسون، 2006م: 91-92): الأول الانتشار بواسطة العوامل النشطة في السطح، والثاني الذوبان بواسطة المواد الكاشفة الخاصة. النوع الأول: يتم فيه إزالة المواد العالقة المحيطة بالأثر، التي لا تذوب بسهولة في الماء، بإضافة مادة منظفة أو عامل نشط ( surface - active agent)، حيث يفك الارتباط بين المواد المحيطة بالأثر والمعدن ويربطها بالماء ومن ثم إزالتها. والنوع الثاني: يتم تحويل المواد المحيطة بالأثر كيميائياً إلى مواد قابلة للذوبان في الماء ثم إزالتها، وهذه المحاليل إما محاليل حمضية، أو قلوية لها القدرة على إذابة نواتج الصدأ وتحليلها، أو تحويلها إلى مادة جيلاتينية يمكن غسلها في الماء، وبالتالي إزالتها. وتعرف هذه الطرق بالغسيل أو طرق النزاع (washing or stripping). مع الأخذ في الاعتبار أن التنظيف الكيميائي يمكن يتسبب في تآكل المعدن نتيجة ما قد يتخلف عنه من بقايا، أو ما يسببه من إثراء للسطح في السبائك كما يحدث مع فقد للنحاس في سبيكة النحاس والفضة تاركاً سطحاً من الفضة الهشة والمسامية. وهناك من يرى استخدام طرق التحليل الكهربائي أو الكهروكيميائي في تنظيف الآثار المعدنية ( Gettens & Organ 1963; Plenderleith & Werner 1977; Harinarayana 1982; North & MacLeod 1987)، وهي من الطرق التي قد تفيد في اختزال أو تحليل نواتج الصدأ وطبقاته المشوهة للأثر المعدني، إلا أنها لا تعدّ طريقة جيدة في تجهيز السطح للطلاء الواقي.

واختيار طريقة التنظيف المناسبة وتطبيقها بصورة جيدة سوف يؤثر في فاعلية وكفاءة الطلاء الواقي؛ لأن ترك أية بقايا من نواتج الصدأ سوف يؤثر في درجة التصاق وتوزيع الطلاء الواقي على السطح (Watkinson, 2010: 3326). ويجب في النهاية أن يتم اختيار طريقة لا تسبب أية أضرار لسطح القطع الأثرية، مثل: الخدوش، أو التغير الكيميائي أو الفيزيائي لسطح القطعة الأثرية.

#### 7. الطلاءات الواقية المستخدمة في حقل صيانة الآثار المعدنية :

يستخدم عدد لا بأس به من الطلاءات في مجال صيانة الآثار المعدنية من أجل حمايتها، أو وقايتها من التلف. وتشمل هذه الطلاءات الراتنجات الطبيعية، والصناعية، والشموع، والزيوت. والأخيرة عامة لا تستخدم كثيراً؛ لأنها لا توفر الوقاية الكافية، كما يمكن أن تتسبب في تكون نواتج صدأ جديدة على سطح المعدن. والطلاءات التي سيتم تناولها هنا سوف يتم تصنيفها حسب أقسامها الكيميائية وليس حسب تطبيقها على معادن بعينها. وتشمل الطلاءات الطبيعية الواقية الزيوت والشحوم والشموع والبرافين، وتمتاز عملية التغطية بهذه المواد بالسرعة في التطبيق، وسهولة الإزالة، كما أنها تعطى أغشية متماسكة ذات كفاءة عالية، وتتميز أيضاً بأنها منخفضة التكاليف.

#### 7.1 طلاءات الأكريلك:

وقد تستخدم اللدائن أو البوليمرات المختلفة كأغشية واقية حيث تعطي مقاومة أفضل ضد التأثيرات الميكانيكية والكيميائية، مثل: مقاومة التآكل الذي يمكن أن يحدث مع التغطية بالزيوت والشحوم، وتجري التغطية باللدائن إما على البارد أو على الساخن. واللدائن التي تستخدم على الساخن تحقق درجة أعلى من المقاومة ضد التآكل والتأثيرات الميكانيكية، واللدائن المؤهلة لهذا الغرض هي اللدائن الحرارية (thermoplastics)، التي تتمتع بسهولة التطبيق، وشدة الالتصاق، وقوة التماسك، وجودة خواصها الميكانيكية، وسهولة إزالتها من على السطح (الخرجي والشريف، 2010م: 236).

وطلاءات البارالويد أحد أنواع هذه اللدائن، وتشمل هذه عائلة البارالويد أو الأكريلويد (Acryloid family) - كما تعرف في الولايات المتحدة الأمريكية. وتتركب بصورة أساسية من بوليمرات الميثاكريلات، مثل: البولي ميثيل ميثاكريلات (PMMA) ومن أمثلتها بارالويد (B72)، و(B66)، و(B82)، و(B67)، و(B44). وهذه النوعية من الراتنجات تكون أغشية تتميز بنباتاتها الميكانيكية والكيميائية، حيث تعطي غطاءً صلباً وثابتاً ضد التلف بالحرارة والأشعة فوق البنفسجية والأكسدة، كما أنها لا تسبب لمعاناً للسطح أو تغييراً في لونه (Lal 1981: 1-7)، ورغم ما تحققه من وقاية من الرطوبة إلا أنها تحتاج إلى غطاء آخر من الشمع لتحقيق الوقاية الكاملة من الرطوبة والغازات معاً. والراتنجات التي يكونها الميثاكريلات يمكن أن تتعرض

للتفتت، وبالتالي تكون عرضه للتكسر إذا ما تعرضت لضغوط خاجية ( Newey et al., 1983: 112-113).

وأهم الاختلافات بين هذه الطلاءات الواقية ما يعرف بصلادة (Tukon) وتعني مقاومة (الأكريلويد أو البارلويد) للخدش وتصل درجة (Tukon) إلى (82م°)، وكذلك درجة التحول الزجاجي، وهي الدرجة التي عند تجاوزها يبدأ البوليمر في أن يصبح هش وقابل لجذب الأتربة. وعادة فإن أصلد الراتنجات يمكن أن تعطي أغشية مفتته وليست مرنة ولكنها في نفس الوقت أكثر حماية، ودرجة التحول الزجاجي (Tg) العالية يمكن أن تكون مناسبة للاستخدام كأغشية واقية على المعادن المعرضة للأجواء الخارجية. وبعدّ أكريلويد (B44)، أو أغشية الاكريلك المماثلة، مثل: الانكرال (Incral 44) ذات درجة التحول الزجاجي العالية يمكن أن تكون جيدة للمعادن الموجودة في بيئة مفتوحة.

وبعدّ البارلويد (B72) والذي يتركب كيميائياً من خليط من الميثيل ميثاكريلات (methylmethacrylate) والايثيل ميثاكريلات (ethyl acrylate copolymer) بنسبة 70-30% أكثر أعضاء هذه العائلة شهرة في مجال ترميم الآثار وصيانتها، وذلك لما يتميز به من صفات، مثل: المرونة، والاسترجاعية، والثبات الطويل المدى في ظروف التعرض العادية، وهو يستخدم في أغراض كثيرة بجانب استخدامه كطلاء واق، مثل: التقوية أو اللصق ( Horie, 106: 1990)، وهي الصفات التي جعلته يؤدي أداء جيداً في الاختبارات المعملية (Argyropoulous, 2008). ومن صفاته الأخرى، التي تزيد من أفضلية استخدامه كغطاء واق أنه لا يصفر لونه، ويمكن أن يذوب في الاسيتون أو التولوزين أو الزايلين، ويطبق على الآثار المعدنية بالفرشاة أو بالرش (Phenix 1992: 21-23).

ومن عيوب البارلويد (B72) أنه يمكن للغبار أن يلتصق به والأتربة حتى وإن لم يكن هناك حالة من اللزوجة، والمعروف أن درجة تحوله الزجاجي (Tg 40°C) ودرجة لزوجته 350-650 بنسبة 40% في التولوين عند درجة حرارة 25م°. وتشير بعض الدراسات ( Heyn 2000; Abdel-Kareem 1995; et al.)، إلى إمكانية تعرض هذا الراتنج للتلغف البيولوجي نتيجة نمو الفطريات أو البكتيريا عليه عندما استخدم كمادة مقوية أو لاصقة، غير أنه لم يتم إجراء أية تجارب على إمكانية تعرضه للهجوم الميكروبيولوجي عند استخدامه كغطاء واق. ولقد استخدم بكثرة في طلاء الكثير من الآثار المعدنية النحاسية والبرونزية والفضية وسباتكها وكذلك الآثار الحديدية (Argyropoulous et al., 2007: 5)، والمصنوعة من الرصاص (Green, 125: 1989).

وهناك البارلويد (Paraloid B44) فيتكون من الايثيل ميثاكريلات والبيوتل أكريلات (ethyl methacrylate / butyl acrylate) (Horie, 19990: 107). ويفضل عن البارلويد

(B72) لأنه إضافة إلى تميزه بالمرونة وقوة اللصق وكونه لا يعطي لمعة للسطح فإنه يتحمل درجات الحرارة العالية، فالمعروف أن درجة التحول الزجاجي له (Tg 60) أعلى من درجة التحول الزجاجي للآخر وهي (Tg 40).

وظلاء الانكرالك (Incralac)، الذي يتكون من بارالويد (Paraloid B44) مع إضافة زيت فول الصويا كعامل منظم والبنزوترايازول كمادة ماصة للأشعة فوق البنفسجية، وليس كما هو محدد غالباً عنه كمانع للصدأ (Scott, 2002: 384)، قد تم إنتاجه صناعياً لأول مرة عام 1964م من قبل هيئة ("International Copper Research Association "INCRA")، ومنذ هذا لتاريخ وهو يستخدم كطلاء للنحاس وسبائكه سواء المعروضة في بيئة مفتوحة، أو في المتاحف (Brostoff, 2003: 172).

ويطبق بالرش أو بالفرشاة في صورة ثلاث طبقات من الطلاء تكون كافية، وتجف الطبقة الواحدة خلال خمسة عشر دقيقة، ويفضل أن تكون المدة بين تطبيق كل غطاء والآخر أطول من ذلك (يفضل أن تصل إلى ساعة كاملة) (Madsen, 1967: 163-165)، كما يمكن أن يطبق بالغمر في حالة الآثار المعدنية الصغيرة. وهذا الطلاء يمكن إزالته بسهولة باستخدام التولوين. وهو طلاء ثابت جداً في الضوء، غير أنه يتسبب في تغير بصري طفيف لسطح البرونز المعروض في بيئة مفتوحة، إلا أن هذا التغير يمكن أن يحدث مع كل الطلاءات الواقية نتيجة التأثيرات الجوية وقابليتها في كثير من الأحيان لتجميع الغبار والأتربة. وفي دراسة على طلاء الانكرالك المنتج حديثاً، الذي تم تطبيقه على عينات من البرونز المصقول وغير المصقول، وتم تسجيل القياسات الكهروكيميائية على تأثيره على كل منهما، وجد أنه يعطي تغطية جيدة ومسامية منخفضة. ولكن بعد التقادم الطبيعي فوق أحد الأسطح في مدينة كمبرا (Canberra) في استراليا لمدة أربع سنوات وجد أن تأثيره قد ضعف، وذلك على كل من العينات المصقولة وغير المصقولة (Watkinson, 2010: 3326). كما أن ضعف أداء هذا الطلاء وتأثيره تم تسجيله عندما طُبّق على تمثال برونزي مذهب في بيئة مفتوحة في مدينة نيويورك، بعد عشر سنوات من تطبيقه، حيث تعرض للتشريح وفقد عدم ذوبانيته. ولزيادة فاعلية هذا الطلاء يتم علاج أو تغطية سطح الأثر المعدني بمانع الصدأ البنزوتريازول (Scott, 2002: 285).

وهذه النوعية من الأغشية يمكن أن تحقق أكثر من فائدة منها أن تكون طلاء واقياً يمنع نفاذ الرطوبة أو الملوثات الغازية إلى السطح المعدني، ويمكن أن تقوم بتقوية السطح إذا كان هشاً أو ضعيفاً (Green, 1989: 123)، كما يمكن أن تستخدم كلاصق، وقوتها كلاصق تحافظ على القوة الميكانيكية للحديد على سبيل المثال، حتى لو تعرض للصدأ (Keene & Orton, 1985: 132-146).

## 7.2 الشموع:



تختلف الشموع عن البوليمرات فلا يمكن اختبار صلادة طلاء الشمع؛ لأن الشمع قابل للخدش بسهولة، غير أنه يمكن النظر إلى درجة انصهاره ( $T_f$  °C) وهي الدرجة التي عندها ينصهر ويسيل. فعندما يتم تسخين الشمع يصير ليناً وعندما يقترب من درجة انصهاره أو ذوبانه يصبح لاصقاً ولزجاً، بينما مع ارتفاع درجة الحرارة وتجاوز درجة الانصهار الخاصة به ينصهر ويسيل. والشموع تعطي أغطية شفافة وواقية للأثار المعدنية المختلفة وقد تستخدم الشموع، التي تعطي أغطية واقية نصف شفافة، ولكن مع الأثار المعدنية في بيئة التخزين. وطلاءات الشموع تفضل عن طلاءات الاكريلك في البيئات المفتوحة، وقد تستخدم كغطاء فوق طبقة من الاكريلك للحماية من التلف (Watkinson, 2010: 3329)؛ لأن الاتحاد بينهما يعطي حماية أكثر، حيث إن الشمع يحمي الغطاء الراتنجي، الذي يكون من السهل تمزقه؛ ولأن الصدأ في أماكن التمزق يمكن أن يكون أكثر ضراوة عنه لو لم يكن هناك غطاء موجود (Weisser, 1989: 120-121).

ويتم تطبيق هذا النوع من الطلاء (الشموع) وهو ساخن، وفي حالة الأثار المعدنية الصغير يمكن تسخين الأثر حتى درجة حرارة (50م°) ثم غمسه في مصهور الشمع السائل. ومن مشاكل تطبيق هذا الطلاء الشمع الزائد، الذي يجب إزالته بسرعة. والأثر عندما يتم رفعه من محلول الشمع يجب أن يتم مسحه (يفضل بالورق). في حالة الأثار المعدنية، التي تحتفظ بطبقة من الباتينا المسامية يكون من الصعب إزالة الزائد من الشمع من هذه المسام، فيكون من الضروري تسخين الأثر المعدني قليلاً لإسالة الشمع ومن ثم إزالة الزائد منه. وهناك مجموعة من الشموع تستخدم كأغطية واقية منها الشموع الطبيعية والمخلقة.

ومن هذه الشموع شمع البرافين، وشمع عسل النحل، والشموع دقيقة البلورات (Micro-crystalline waxes). وشمع البرافين (Paraffin wax)، صلب أبيض نصف شفاف، قابل للذوبان في البنزين والأثير والكحول وغير قابل للذوبان في الماء والأسيتون، ويخلط مع الشموع الأخرى لخفض درجة انصهار الخليط (عبد المقصود، 2004 م: 48). ينتج منه ثلاثة أنواع تختلف في درجة صلابتها. النوع الأول: هو اللين ودرجة انصهاره (40م°)، والثاني: متوسط الليونة ودرجة انصهاره (46م°)، والثالث: هو الصلب ودرجة انصهاره أعلى من (50م°). وكلما زادت درجة انصهار الشمع زادت درجة صلابته وصار أكثر كثافة وأقل تبلوراً. ومن المعروف أن شمع البرافين ينكش بمعدل من 13-14 % بالحجم (87: 1990 Horie). وهو يعطي غطاءً غير لامع وغير منفذ للماء (10: 1987 Agrawal)، في صورة طبقة رقيقة أقل هشاشة (262: 1977 Plenderleith & Werner). وقد استخدم منذ أكثر من مائة عام كمقوٍ للأثار الحديدية (88: 1990 Horie). ومن عيوبه أنه نادراً ما يمكن إزالته، ويمنع تطبيق أيه مواد أخرى للصيانة، لهذا فقد هجر استخدامه إلا مع الأثار المصنوعة من الرصاص (Horie,

Green, 1989: 88), فقد أعطي نتائج جيدة في حماية سطح الرصاص من الصدأ ( : 125).

وترى "هنا جيدجيفسكا" (Jedrzejewska, 1976: 101-114) أن لشمع البرافين وشمع عسل النحل خواص جيدة في وقاية القطع الأثرية، كما تذكر أن مادة البرافين السائل (زيت البرافين) تتحقق شروط المادة الواقية بشكل ممتاز، وخاصة عند تخفيفها بالكحول الايثيلي بنسبة 10-1 أو أكثر. ويفضل استخدام زيت البرافين النقي كيميائياً، حيث إن الشوائب يمكن أن تسبب بعض من عدم الشفافية. ولقد أُستخدم كغطاء واقٍ لبعض الآثار المصرية البرونزية، في المتحف القومي بمدينة كراكوف البولندية.

ولتحسين خواص شمع البرافين يضاف إليه شمع دقيق البلورات ( Plenderleith & Werner 1977: 132, 189), حيث يتم عمل خليط منهما في صورة عجينة تتركب من 100جم من شمع الكوسمولويد من نوع (Cosmolloid 80H) الدقيق البلورات، و25 جم من شمع البرافين، وتصهران معاً حتى يسبلا، ثم يسكب في 300 مم من مذيب هيدروكربني، مثل: البنزين أو التولوين أو الترينتين أو الكحول الأبيض، أو 90جم من الأول و30جم من الثاني في 100 من المذيب، ويتم رجها حتى تمام الإذابة، ثم يتم تطبيقه بالفرشاة على القطع الأثرية. وقد اقترح ستامبولوف (Stambolov, 1985: 135) استخدام شمع البرافين بنسبة 7% مع 2% من شمع عسل النحل و13% من شمع الكارانوبا و2% من داي ميثيل سيلوكسين، و5% من البنزوتريازول كمانع للصدأ كل هذا مذاباً في 71% كحول وتطبيقه كطلاء واق على الآثار النحاسية والبرونزية وكذلك الحديدية.

**وشمع عسل النحل (Bees Wax):** يحصل عليه من خلايا نحل العسل، وعادة ما ينقى بالصهر، ثم يصفى بعد ذلك. وهو يذوب في عدد محدود من المذيبات، وينصهر عند درجة حرارة (30-40م°)، ويزوب في بعض المذيبات العضوية، مثل: الإيثير ورابع كلوريد الكربون، والكلوروفورم، ويزوب بسرعة أكثر في زيت الترينتين النباتي، ويطيء في زيت الترينتين المعدني، ويتميز بلونه الأصفر وإن كان يمكن إجراء عمليات تبييض له في ضوء الشمس المباشر، أو بتسخينه وصهره مع فحم حيواني، أو فحم نباتي لاستخدامه في أغراض الترميم، كما يمكن في هذه الحالة أيضاً التخلص من الأحماض الدهنية الدقيقة بغليانه في الماء، وبعد التبريد يمكن جمعه من فوق سطح الماء (عبد المقصود 2004م: 46). ويفضل عدم استخدام شمع عسل النحل مع الآثار المعدنية المعروضة في بيئة مفتوحة، وخاصة في بيئتنا العربية ذات الأجواء الحارة نسبياً عن أوروبا.

هناك عدد من أنواع الشموع المخلفة دقيقة البلورات (Microcrystalline waxes)، يمكن أن تستخدم كأغطية واقية للمعادن جميعها، حيث توفر طلاءً واقياً، لكن من عيوبها عدم

القدرة على استخلاصها مرة أخرى من على سطح الأثر المعدني؛ أي أنها ليست استرجاعية (irreversible)، كما أنها جاذبة للغبار، غير أن درجة انكماشها محدودة مقارنة بالشموع الأخرى فهي تتكماش بمعدل 9-10٪ (Horie, 1990: 87).

ومن أفضل أنواع الشموع المخلفة التي تستخدم كأغطية واقية في مجال ترميم الآثار وصيانتها، شمع الكوسمولويد (Cosmolloid 80H)، حيث يحقق وقاية طويلة المدى (Argyropoulous, 2008: 125-140). ويوجد في صورة صلبة ويجب أن يتم صهره قبل استخدامه. وعادة ما يتم بإذابة 20جم من الشمع في لتر من المذيب ويتم تطبيقه في صورة غطاء بالغمر، أو الرش أو بالفرشاة. ويستخدم كغطاء واق للمعادن، مثل: الحديد والنحاس، وهو يذوب في التولوين عند درجة حرارة الغرفة.

وعندما تم اختبار الشموع دقيقة البلورات على الرصاص وتم تعريضها لجو يحتوي على بخار حمض عضوي، وجد أنها قدمت وقاية أفضل من البارالويد (B72) (Chiavari et al., 2004: 273-281)، أو وقاية مماثلة له (Green, 1989: 127-129)، وكذلك بالنسبة للآثار البرونزية، فقد قام سميث وبيل (Smith & Beale, 1986) بعلاج بعض الآثار البرونزية وتغطيتها بطبقة من شمع دقيق البلورات، باستخدام محلول منه بنسبة 5٪ في الزيلين، وذلك بعد أن قاما بتجارب عديدة لتقييم أنواع مختلفة للشموع والبلاستيكات الواقية للآثار البرونزية، المكشوفة في جو خارجي والمعرضة لظروف حامضية.

### 7.3 طلاءات من لدائن أخرى:

يعد الشيلاك (Shellac) من الراتنجات الطبيعية، التي استخدمت في مجال ترميم المعادن الأثرية وصيانتها. وهو من الراتنجات الطبيعية، حيث تنتج حشرة اللك لحماية بيضها. يتركب الشيلاك كيميائياً من خليط معقد من راتنجات الترموبلاستك، التي بتقادمها تصبح أقل ذوبانية، وهذا ما يجعله أصعب في الإزالة (Newey et al., 1983: 112). وعندما يطبق يعطي فيلماً يتميز بالشفافية والالتصاق والخشونة (Horie, 1990: 149). ولهذا يمكن أن يتكسر بسهولة ويتعرض للتفتت (Hungray, 1975: 154). إلا أنه أعطى نتائج جيدة كطلاء واق ومقوى للرصاص (Green, 1989: 125).

ومن اللدائن التي تستخدم على البارد لدائن البولي إيثيلين (Polyethylene)، التي تستخدم كطلاء واق على الآثار المعدنية وكبديل لشمع الكوسمولويد (Cosmolloid 80H) (Watkinson, 2010: 3329). وهو قليل الذوبان في العديد من المذيبات الهيدروكربونية، ويمكن إذابته بسهولة بالزيلين الساخن. ويتميز هذا النوع من الشمع بوزنه الجزيئي المنخفض، ولزوجته المنخفضة، وكثافته العالية، وبدرجة انصهار تتراوح بين (95-105م°)، كما يتميز بالثبات الكيميائي والحراري الجيد، ويوجد في صورة حبيبات أو قشور أو مسحوق، ويمكن أن

يستخدم كبديل لشمع البرافين. وتتميز هذه الأغشية بإمكانية إزالتها عند الحاجة؛ أي أنها تتصف بالإسترجاعية (الخرجي والشريف، 2010م: 236).

راتنجات الفينيل، مثل خلات الكلوريد المضافة إلى القليل من بولى فينيل البيوتوريل غالباً ما تستخدم كغطاء واق. والبولى فينيل بيوتورال المذابة في التراي كلورو أيثيلين، أو الاسيتون، أو الزيلين. وكذلك خلات الفينيل المبلمرة (polyvinyl acetate) فهي متاحة في شكل راتنج وتذوب في الأسيتون والتولوين.

وعلى الرغم من الخواص الجيدة للراتنجات المشتقة من مركبات الفينيل، إلا أنها عندما تستخدم في الظروف المتحفية تحتاج إلى خبرة كبيرة في تطبيقها، بحيث تغطي الأثر المعدني جيداً، ولا يبدو عليه أنه قد تم طلاءه بغطاء واق (Stambolov, 1985: 46).

الاسترات وهى أنواع وأفضلها الإيثيل سيليلوز (ethyl cellulose)، الذي يبدي مقاومة أكبر للتأثير التدميري للضوء والحرارة، مثل النيتروسيليلوز تعطي نتيجة جيدة في هذا الغرض، وأفضلها الإيثيل سيليلوز، الذي يعطى نتيجة أفضل؛ لأنه أكثر مقاومة للتأثير التدميري للضوء والحرارة (154: 1975, Hungray)، ونترات السليلوز (Cellulose nitrate) كثيراً ما تستخدم كطلاء واقٍ للآثار المعدنية، وأكثر أنواعها شيوعاً الاكرالين (Ecralene)، والفريجيلين (Frigilene)، وهي تذوب في الأسيتون وسهلة التطبيق، وتكون فيلماً قوياً، وأكثر صلابة من فيلم خلات الفينيل المبلمرة، وهي تتحمل درجات الحرارة العالية، وبالتالي فهي مناسبة للاستخدام في الأجواء الحارة. وعلى الرغم من أنها تعطي أداء جيداً على المدى البعيد كطلاء على الفضة (Grabow et al., 2007)، وخاصة الفريجيلين، الذي لا يحتوي على الكبريت في تركيبه، ومن ثم لا يؤثر على الفضة، إلا أن الدراسات أثبتت أن فاعليتها على المدى البعيد تضعف كطلاء واقٍ على الآثار الحديدية (Argyropoulous, 2008: 125-140; Selwyn & Argyropoulous, 2005: 81-100). كما أثبتت الدراسات أن الرطوبة النسبية والضوء، وخاصة الأشعة فوق البنفسجية، لهما تأثير ملحوظ على العمر الزمني للنوع الأكثر شيوعاً منها في مجال الترميم الصيانة وهو الفريجيلين (Frigilene) (Watkinson, 2010: 3331).

وهناك أيضاً خلات السليلوز، التي تتميز بشفافيتها وبعدم تغير لونها بفعل الضوء، كما تتميز بدرجة معقولة من الثبات الكيميائي. وولات بيوتيرات السليلوز، التي تتميز بشفافيتها وبأنها أكثر مشتقات السليلوز ثباتاً كيميائياً، وهي تذوب في التولوين والكحول الإيثيلي (عبد المقصود، 2004م: 48). ويوصى هاريناراينا (Harinarayana, 1981: 27) باستخدام غطاء من السليلوز المذاب في خلات الأميل والاسيتون، أو خلات البولى فينيل (poly vinyl acetate) المذابة في التولوين وتطبق بالفرشاة.

ويمكن القول أن استخدام خليط من لدائن أو راتنجات مختلفة أفضل من استخدام إحداها؛ لأن اتحاد الخواص، مثل: المرونة، والقوة، وامتلاك روابط ثنائية توفر التصاق دائم بالمعدن، وانتظام عملية تبخر المذيبات بالتدرج يؤدي إلى تكوّن فيلم متجانس وخالي من العيوب (Stambolov, 1985: 137). ويفضل أن تحتوي هذه اللدائن على أحد عناصر المجموعة الفرعية الخامسة في الجدول الدوري، مثل: النيتروجين والفسفور والأنتيمون، أو أحد عناصر المجموعة الفرعية السادسة، مثل: الأكسجين والسليسيوم؛ لأن وجود زوجين من الالكترونات في مداراتها الخارجية يسهل تكوين الرابطة التساهمية (Covalent-bond). وفي هذه الحالة فإن اللدائن تُمتص كيميائياً على المعدن بواسطة الاتحاد معه، وتكوين هذا الرباط المشترك يمنع تحلله كهربياً.

ويفضل أن يضاف إلى الطلاء الواقي مانع للصدأ ليزيد من كفاءته كأن يستخدم الشمع دقيق البللورات المذاب في الكحول والمضاف إليه البنزوتريازول كمانع للصدأ (Pearson, 1981: 302). وبشكل عام فإننا ننصح، للأثار المعدنية الموجودة في المتاحف، أن يستخدم معها غطاء من ورنيش الأكريليك كمانع للماء، وغطاء من شمع دقيق البللورات يفضل أن يكون من نوع (Cosmolloid H80)، غير المنفذ للغازات الجوية، إضافة إلى تميزهما بالشفافية. أما الآثار المعدنية الموجودة في بيئة خارجية مفتوحة، فمن المفضل تغطيتها بغطاء من الاكرولولويد (B72) أو (B44). وقد تم تطبيق غطاء من البارالويد (B72) المتنوع بغطاء من شمع (Cosmolloid H80) على تمثال برونزي (صورة رقم 3) من المكتبة العامة بمدينة فروتسواف (Wrotslof) ببولندا عام 2005م، حيث البيئة المتحكم في حرارتها ورطوبتها، كما تم تطبيق غطاء من البارالويد (B44) متنوعاً بغطاء من شمع (Cosmolloid H80) على تمثال ليندا (linde) (صورة رقم 4)، الموجود في بيئة مفتوحة بمدينة تورون (Torun) ببولندا عام 2005م (Ghoniem, 2007: 67)، وما زال أدائهما جيداً. ولتحقيق عملية وقاية تامة، إلى حد كبير، يفضل أن يتم معالجة سطح الأثر المعدني بمانع للصدأ ثم طلاءه بطلاء واقٍ من الأكريليك، ثم طلاء ثالث من الشمع دقيق البللورات. ولقد تم تطبيق هذا الأسلوب على ثلاث أوان (صورة رقم 5) من الفضة بالمتحف المصري بالقاهرة (غنيم، 2010م: 257).



صورة رقم (4): تمثال ليندا المعروض في بيئة مفتوحة بمدينة "تورون" ببولندا بعد تغطيته بطلاء مزدوج من البارلويد وشمع الكوسمولويد.



صورة رقم (3): تمثال برونزي من مكتبة "فروتسواف" العامة ببولندا، بعد طلاءه بطلاء واق مزدوج للبارلويد وشمع الكوسمولويد.



صورة رقم (5) و (6): آنيتان من الفضة (رقمي 70765، و 70771)، تم طلاءهما طلاءً واقياً بعد المعالجة بمانع الصدأ البنزوتريازول، المتحف المصري بالقاهرة.

## 8. النتائج:

تعد الرطوبة النسبية والملوثات الجوية أكثر العوامل تأثيراً في تآكل وتلف الآثار المعدنية المعادن، وخاصة إذا ما اجتمعاً. ويتطلب الأمر، بعد علاج الآثار المعدنية من الصدأ والتخلص مما على أسطحها من أيونات متلفة، وأن يتم حمايتها، أو وقايتها مستقبلاً مما قد تتعرض له من تأثيرات الرطوبة النسبية والملوثات الجوية الضارة.

أغلب الطلاءات الواقية، المستخدمة في حقل ترميم الآثار المعدنية وصيانتها، تستخدم كمواد مقوية. وأهم المشاكل التي تواجه هذه الطلاءات هي عملية التقادم، التي تؤثر بشكل كبير في كفاءة الطلاء الواقية، وتسبب تغير في مظهر الأثر المعدني (فقد يتحول البوليمر المستخدم

كغطاء إلى اللون الأصفر)، مما جعل من عملية استخلاصها مرة أخرى (استرجاعية) (reversible) أمراً ضرورياً. إضافة إلى فقد قوة التماسك أو التعرض للهشاشة وظهور الشروخ الشعرية والكسور الميكروسكوبية في طبقة الطلاء، مما يتطلب إعادة طلاء السطح مرة ثانية. وفي حالة عدم القدرة على إزالة الطلاء التالف (unreversible)، يفضل طلاء الأثر المعدني مرة ثانية بنفس الطلاء أو طلاء مشابهاً. والشموع من أمثلة الطلاءات، التي على الرغم من أنها غير استرجاعية، إلا أنها تسمح بتطبيق طلاء شمعي جديد فوق الطلاء الشمعي السابق. ويفضل أن يتم ذلك بصورة دورية ولو سنوياً.

ومن المعروف أنه لا توجد مادة طلاء واقية للسطح المعدني يمكن أن تمنع أو توقف الصدأ بصورة كاملة تماماً، وذلك لوجود بعض المعوقات، منها ما يتعلق بالطبقة الرقيقة المتكونة (الفيلم): كأن تكون ذات درجة الالتصاق ضعيفة، أو أنها تسمح بفاذ بخار الماء، إضافة إلى إمكانية وجود جيوب أسفل هذه الطبقة تحتوي على هواء في صورة أكسجين، أو ثاني أكسيد كربون ورطوبة؛ مما تتسبب في استمرارية ونشاط الصدأ، وبالتالي تمرق هذه الطبقة ليتوسع نشاط الصدأ بصورة أكبر وأكثر وضوحاً.

هناك مجموعة من الشروط يجب أن تتوفر حتى تتحقق الوقاية الكاملة للغطاء الواقية، بعضها يتعلق بتطبيقه على السطح والأخرى تتعلق بالموصفات التي يجب أن تتحقق فيه، منها الشفافية، والالتصاق الجيد، والاسترجاعية، وسهولة التطبيق وعدم المسامية وغيرها من الشروط يجب تحقيقها حتى يؤدي الطلاء الواقية دوره كاملاً في الوقاية من الصدأ والتآكل.

يجب إعداد السطح لاستقبال الطلاء الواقية، وهذا يعني التخلص من أية أيونات متلفة، حتى لا تعوق أداء الطلاء الواقية لدوره في حماية السطح المعدني من التآكل والصدأ.

هناك حاجة ملحة لاستمرار وزيادة التجارب الخاصة باختبارات أداء الطلاءات الواقية في حقل ترميم الآثار المعدنية وصيانتها، سواء المتعلقة باختيار هذه الطلاءات للأنواع المختلفة من الأسطح المعدنية، أو تقييم أدائها على المدى البعيد على المعادن المختلفة.

ينبغي الوقوف على خصائص أي طلاء واقية يراد استخدامه، وهي الخواص التي تؤثر في أدائه وكفاءته، ومراعاة اختلاف الظروف الجوية من بلد لآخر.

يعطي الطلاء الواقية، الذي يتكون من ثلاثة أغشية، تبدأ بمانع للصدأ، ثم غطاء الانكراكليك، يليه غطاء من شمع الميكروكريستالين، وقاية كبيرة وبصورة أفضل عن استخدام غطاء واحد منفرداً.

### المراجع العربية:

1. الخرجي، قحطان خلف؛ والشريف، عبد الجواد محمد. 2010م، التآكل أسبابه - أنواعه - طرق الحماية منه. دار دجلة، العراق.

2. غنيم، محمد أبو الفتوح. 2000م. دراسة تحليلية وتطبيقية في علاج وصيانة العملات الأثرية المكتشفة بحفائر "كيهان فارس" بالفيوم، المتحف المصري، رسالة ماجستير، قسم الترميم، كلية الآثار، جامعة القاهرة.
3. غنيم، محمد ابو الفتوح، 2010م. علاج وصيانة ثلاثة أوان من الفضة تعاني من مظاهر تلف مختلفة، مجلة الاتحاد العام للآثاريين العرب، العدد الحادي عشر، 254-268.
4. كرونين وروبنسون، 2006م. أساسيات ترميم الآثار. ترجمة عبد الناصر الزهراني. جامعة الملك سعود.

#### المراجع الأجنبية:

1. Abdel-Kareem, O., 2004. Microbiological Testing of polymers and resins used in Conservation of Linen Textiles, in 15th world conference on Nondestructive testing, Associazione Italia Prove non destructive, Rome, 15-21 October,
2. Agrawal, O.P., 1987. Conservation of Metals In Humid Climate, Proceedings of the Asian Regional seminar,
3. Appelbaum, B., 1991. Guide to Environmental Protection of Collections, Sound View Press, Boston, USA.
4. Argyropoulous, V., Giannoulaki, M., Michalakakos, G. P., Siatou, A., 2007. A survey of the types of corrosion inhibitors and protective coatings used for the conservation of metal objects from museum collections in the Mediterranean basin, In the International Conference on Strategies for Saving Indoor Metallic Collections with a Satellite Meeting on Legal Issues in the Conservation of Cultural Heritage, Cairo 25 February – 1 March. 166-170.
5. Argyropoulous, 2008. V. Ed. Metals and Museums in the Mediterranean; Protecting, Preserving and Interpreting; TEI of Athens: Greece, 125-140.
6. Chiavari, C., C. Martini, G. Poli, D Prandstaller, 2004. Conservation of organ pipes: protective treatments of lead exposed to acetic acid vapours, In Proceedings of Metal 2004 National Museum of Australia Canberra ACT, 4–8 October, 273-281.
7. Child, R. E., 1985. Protective Treatments in Industrial Archaeology, [IN:] the Proceedings of a Conference held by UKIC in Association with the Museum of London, United Kingdom, London.
8. Clarke, S. G. and E. E. Longhurst , 2007. The corrosion of Metals by Acid Vapours from wood, Journal of Applied chemistry, Volume 11 Issue 11, pp. 435 – 443.



9. Jones, D. A., 1996. Principles and Prevention of Corrosion, Macmillan Pub Co, USA.
10. Farnsworth, M., 1940. The Use of Sodium Metaphosphate in Cleaning of Bronzes, [IN:] Technical Studies in the Field of Fine Arts, 9, pp.27-42.
11. Fishlock, D., 1962. Metal Colouring, Teddington. England.
12. Fontana, , 1986. M. G., Corrosion Engineering, McGraw-Hill Book Company, Third Edition, U.S.A., New York.
13. Gettens, R. J., and Organ, R.M. 1963. Enquiry into Procedures for Electrolytic and Electrochemical Treatment of Mineralized Metal, ICOM Committee for Museum laboratories, Leningrad, Moscow, pp. 16-23.
14. Ghoniem, M., 2007. Conservation Of A Mounumental Outdoor Bronze Sculpture: Linde's Statute In Tourn, Poland, In the third International Conference and wokshop in conservation and Restoration, Minia University, faculty of Fine arts, pp.62-71.
15. Grabow, N., J. C. Smith, C. Grissom, and L. B. Brostoff. 2007. Effectiveness of Organic Coatings on Silver Exposed to Hydrogen Sulfide. In Proceedings of the ICOM-CC Working Metal Group, Metal '07, Amsterdam, NL, Sept. 17-21, 2007, Book 5. Edited by R. van Langh, I. Joosten and B. Ankersmit, Amsterdam: Rijksmuseum, 44-50.
16. Green, L., 1989, A re-evaluation of lead conservation techniques at the British Museum, International Restorer Seminar, Hungary 1-10 July, pp.121-130.
17. Harinarayana, N., 1982. Electrolytic Restoration of Bronzes: An Assessment of the Method employed in the Chemical Conservation Laboratory of the Government, Mardras, [IN:] Conservation of Cultural Property in India, Vol. XIV-XV, New Delhi. pp.24-27.
18. Heyn, C., Petersen, K., and Krumbein, W.E.1995. Investigation on the Microbial Degredation of Synthetic Polymers used in Conservation and Restoration of Art Objects, In Bio-deterioration and Biodegradation 9, by A. Bouscher, M. Chandra and R. Edyrear (eds.0Rug by: Institute of chemical Engineers, pp.73-79.
19. Horie, C. V., 1990. Materials for Conservation,Oxford.
20. Hughes, R., Rowe, M., 1991. The Colouring, Bronzing and Patination of Metals, Watson-Guptill; 1st U.S. Edition edition,
21. Hungray, D. , 1975. Corrosion Inhibitors in Industry and Museum Practice, [IN:] the proceedings of the 4th European Symposium on Corrosion Inhibitors, Ferrara, Italy, pp.150-156.
22. Imrell, T., 1991, The importance of the thickness of silver coating in the corrosion behavior of copper contact, Proc. 37th IEEE Holm Conference On Electrical Contacts, pp.237-243.

23. Jędrzejewska, H., 1976. A corroded Egyptian bronzes: Cleaning and Discoveries, [IN:] Stud. In Con., 21, pp.101-114.
24. Keene, S., and C. Orton, 1985. Stability of treated archaeological iron: an assessment", Studies in conservation, vol. 30, no. 3, pp. 136-142.
25. Khurmi, R. S., and Sedha, R. S., 1991. Material Science and Progress, New Delhi, S. Chand & Company LTD.
- 26.
27. Brostoff, L. B., 2003. Coating Strategies for the Protection of Outdoor Bronze Art and Ornamentation, Academisch Proefschrift.
28. Lal, B. B., 1981. Conservation of Metal Art Objects, [IN:] Conservation of Cultural Property in India, Vol. XIV, New Delhi, pp.1-7.
29. LaNiece, S., Craddock, P., 1993. Metal Plating and Patination: Cultural, Technical and Historical Developments, Boston.
30. MacLeod, I. D., 1987. Conservation of Corroded Copper Alloys: a Comparison of New and Traditional Methods for Removing Chlorides Ions, [IN:] Studies in Conservation, 32, pp.25-40.
31. Madsen, H.B., 1967. A preliminary Note on the Use of Benzotriazole for Stabilizing Bronze objects, (IN:) Stud. In con., 12, pp.163-165.
32. Mauro, B. et al., 2008, Innovative Sensors for Environmental Monitoring in Museums, Sensors 8, pp. 1984-2005.
33. Merk, L., 1987, A Study of reagents used in the stripping of bronzes, Studies in Conservation, 23, 15-22.
34. Moncrief, A. and G. Weaver, 1983. Cleaning, Science for Conservators, Book 2, Crafts Council Conservation Science teaching Series, pp.27-28.
35. Morris, K., and Krueger, J. W., 1979. The Use of wet Peening in the Conservation of Outdoor Bronze Sculpture, [IN:] Stud. In Con, 24.
36. Newey, Ch., et al., 1983 Adhesives and Coatings, Science for Conservation, Volume 3, The Conservation Unit of the Museums & Galleries Commission in conjunction with Routledge, London and New York.
37. North, N. A. and Macleod, I. D., 1987. Conservation of Metals, [IN:] Conservation of Marine Archaeological Objects, edited by C. Pearson, Butterworth, London, pp.207-252.
38. Pearson, C., 1981. Protection of under water Heritage, UNESCO, Paris.

39. Oddy, W. and M. Hughes, 1970. The Stabilization of Active Bronze Disease and Iron Antiquities by the Use of Sodium Sesquicarbonate, [IN:] Stud. In Con., 15, pp.183-189.
40. Organ, R. M., 1963. Aspects of Bronze Patina and its Treatment, [IN:] Stud. In Con., 8, 1963, pp.1-9.
41. Organ, R.M., 1992. Corrosion, Use It or Lose It, Editrice CLUEB, pp. 423-437.
42. Phenix, A. 1992. Solvents for Paraloid B-72. Conservation News 48:21-3.
43. Plenderleith, H. J., and W.A. Werner, 1977. The Conservation of Antiquities and Works of Art, Oxford University press.
44. Plenderleith, H.J., 1942, Some aspects of Museum laboratory work, "Antiquity", Oxford 16, 62, pp.97-112.
45. Polukhin, P., et al., 1970. Metal Process Engineering, Mir Publishers, Moscow.
46. Preusser, F., 1983, Corrosion, Cleaning and Conservation of Metal Objects, Die Weltkunst, 53, 6, pp.733-735.
47. Ryhl-Svendsen, M., 2006. Indoor air pollution in museums: a review of prediction models and control strategies, Reviews in Conservation, 7, pp.27-41.
48. Stambolov, T., 1985. The Corrosion and Conservation of Metallic Antiquities and Works of Art, Amsterdam, Central Research Laboratory for Objects of Art and Science.
49. Stock, S., 1999. Buried Treasures, The Case for Mechanical Cleaning, Rotunda [Royal Ontario Museum, 32 [1], pp.43-44.
50. Scott, D. A. , 2002. Copper and Bronze in Art; Corrosion, Colourants and Conservation; Getty Trust Publications, Getty Conservation Institute: USA.
51. Selwyn, L., 2004. Metals and Corrosion: A Handbook for the Conservation Profesional; Canadian Conservation Institute: Ottawa.
52. Selwyn, L. S., Argyropoulos, V., 2005. Removal of chloride and iron ions from archaeological wrought iron with sodium hydroxide and ethylenediamine solutions, Studies In Conservation, 50 (2): pp. 81-100.
53. Sharma, V. C., and Kharbade, B. V., 1994. Sodium Tripolyphosphate A safe Sequestering Agent for the Treatment of Excavated Copper Objects, [IN:] Stud. In Con., 39, pp.39-44.
54. Shrier, L. L. et al., 1994. Corrosion 1, Third Edition, Great Britain, Butterworths Heinemann.
55. Smith, R. and Beale A. 1986. An evaluation of the effectiveness of various plastic and wax coatings in protecting outdoor bronze sculpture exposed to acid deposition: a progress report.

- Conservation of metal statuary and architectural decoration in open-air exposure. Rome: ICCROM: 99–124.
56. Watkinson, D., 2010. Preservation of metallic cultural heritage. In: Richardson J. A. et. Al. (eds.) Shrier's corrosion, volume 4, 3307-3340 Amsterdam: Elsevier.
  57. Weil, P. D., 1974. The Use of Glass Beads Peening to clean Large Scale out-door Bronze Sculpture, [IN:] The Bulletin of American Institute for Conservation of Historic and artistic Works, 15. 51-58.
  58. Weisser, T. D., 1987. The Use of Sodium Carbonate as a Pretreatment for difficult to stabilize Bronzes, [IN:] Recent Advances in Conservation, Summer School Press, University of London.
  59. Wharton, G., Maish, S.L., and Ginell, W.S., 1990. A Comparative Study of Silver Cleaning Abrasives, JAIC 29, 13, 25-31.

## جذور الصراع العربي الفارسي

د. كمال الحاج الحسين

أ.مشارك. كلية الآداب. جامعة دنقلا

### Abstract:

The Persian treated the Arabs before and after the early Islamic state with inferiority , that is clearly noticed in the way in which the emperor of Persia dealt with the letter which was sent by the prophet , this led Alkholafa alrashideen to understand the power and danger of Persia to the Islamic state , therefore through the era of Omer ibn Alkhatib the Muslim force controlled most of Persian emperor , so many of the Persian adopted Islam

During the Umayyad period The Persian had no role because the Umayyad depended on Arabs in administrating the state , therefore the Persian supported the Abbasids against the Umayyad , accordingly they were awarded by the Abbasids by appointing them , as (wazara). In spite of that role the Persian began to work for reestablishing their own kingdom . Moreover they tried to have the full control of the state . All these force the Abbasid to get rid of them .

اتسمت العلاقة بين العرب والفرس بالطابع العدواني ، رغم وجود علاقات تجارية وأخرى اقتصادية وثقافية بحكم التداخل بين القوميتين منذ العصر الجاهلي وحتى التاريخ الحديث ، حيث ظهر بجلاء صعود القومية الفارسية متمثلة في دولة إيران، التي أصبحت تعادي القومية العربية، خاصة دول الخليج العربي فأصبح العداء واضحاً في هذه المنطقة، ويرى العرب في هذا الإقليم تریص إيران بأمنها وتأجيجها للصراع داخل هذه الدول، معتمدة على الوجود الشيعي في بعض دول الخليج العربي. يعتقد الباحث أن تجدد الصراع بين القوميتين له جذور تاريخية وأن أساسه سياسي وديني، وفي هذا المقال يتتبع الباحث طبيعة هذا الصراع وأثره على الحياة السياسية.

كانت هنالك غارات حربية تشنها بعض القبائل العربية على أطراف الدولة الفارسية، قبل الإسلام ، وتشن تلك الغارات للاستيلاء على بعض خيرات بلاد فارس، وربما شجع القبائل العربية على شن تلك الغارات ضعف الدولة الفارسية وضعف بعض ملوكها صغار السن

(...وكانت بلاد العرب أدنى إلى بلادهم , وهم أحوج إلى تناول الحبوب من البلاد لحاجتهم إليها , لما هم فيه من الشظف وسوء العيش , فسار منهم جمع من ناحية البحرين فأناخوا على بلاد فارس من ناحيتهم وغلبوا أهلها على الماشية والحرث والمعاش) (ابن خلدون , 1988 , ص204) ولم يسكت الفرس على تلك الغارات فكانوا هم أحياناً يردون على تلك الغارات مدعومة بالقوى العسكرية المتكاملة للفرس وبث روح الانتقام فنجد ان ملك الفرس ورد بلاد العرب (..من بكر وتميم فأفشى فيهم القتل , وسفك فيه الدماء سفكاً سالت كسيل المطر حتى كان الهارب يرى أنه لن ينجيه منه غار في جبل, ولا جزيرة في بحر)(الطبري, 1989م , ص 491).

لجأ الفرس إلى التحالف مع بعض القبائل العربية المجاورة لدولتهم لوقف غارات القبائل الأخرى , وهذا التحالف يخدم مصلحة الطرفين عرب وفرس , فهو يوفر الحماية لدولة الفرس وتأمين حدودها , كما يخدم مصلحة القبائل المتحالفة بالحصول على ما تحتاجه من دولة فارس, كذلك أفاد هذا التحالف دولة فارس بخلق صراع عربي - عربي بين القبائل العربية , وبهذا تمكن الفرس من الحد من الغارات العربية , وقاد هذا التحالف إلى تحالف أكبر أسفر عن تكوين إمارة الحيرة كإمارة تتحالف مع الفرس , وكان قيامها بمباركة من أباطرة الفرس , بغرض تأمين حدودهم ضد غارات الروم والقبائل العربية (... وهي إمارة منح أردشير الساساني أهلها استقلالهم, لتأمين جانبهم , ويذود عن نخوم بلاده غاراتهم , ويستظهر بهم على غيرهم من العرب والرومان المغيرين على فارس ...) ( حسين مجيب المصري, د.ت , ص21) .

استمر العداء بين العرب والفرس رغم هذا التحالف, وتواصلت الغارات العربية على أرض فارس , فمعركة ذي قار عام (610م) دليل على ذلك الصراع ومحاوله من العرب للانعتاق من الهيمنة الفارسية (...ثم كان على عهد برويز وقعة ذي قار لبكر بن وائل ومن معهم من عيس, واقتتلوا بذئ قار, وانهزمت الفرس ومن معهم) (ابن خلدون , 1988م , ص 214).

كانت نظرة الفرس للعرب تتسم بالدونية بحسبهم أنهم أعلا شأناً وأكثر قوة وتحضراً , إلا إن العرب خاصة ملوك الحيرة ورغم تحالفهم مع الفرس لم يرضوا تلك النظرة وكانت الأنفة العربية تسمو بهم وتعلو من شأنهم وتعصبهم لأصلهم العربي , يتضح هذا في رفض النعمان بن المنذر ملك الحيرة زواج كسرى ملك الفرس من بناته . ( غضب كسرى على النعمان , لأنه انف ان يزوج بناته وأخواته من كسرى وأولاده) (أحمد شلبي, 1988م , ص108).

تبيين مما تقدم وجود صلات عربية فارسية , أدت إلى نوع من التداخل بين القوميتين , الأمر الذي أدى إلى التأثير , فنلاحظ أن ملوك الحيرة قد أحاطوا أنفسهم بمظاهر حياة البلاط الفارسي , وقد انتقلت ديانة الفرس الى بلاد العرب , وهي الزرادشتية ( ... وكانت هذه الديانة سائدة في فارس, وفي شرقي بلاد العرب وخاصة جهة البحرين ) (حسن إبراهيم حسن , تاريخ

الإسلام السياسي ، ج 1 ، 1967 ، ص 72) ويعتقد الباحث إن هذا له علاقة بالوجود الشيعي في منطقة البحرين وشرق السعودية الذي يسعى أنصاره في فرض وجودهم في دولة البحرين . تجاوزت علاقة الفرس بالعرب الأراضي العربية المتاخمة في الشمال وامتدت إلى جنوب الجزيرة العربية ، ويظهر ذلك في الوجود الفارسي باليمن ، حيث استجد بهم ملوك اليمن لتخليصهم من وجود الأحباش .

### العصر النبوي:

سارت علاقة العرب بالفرس على هذا النحو حتى مجيء الإسلام ، فظل أهل الحيرة في تحالفهم مع الفرس حتى بداية الفتح الإسلامي لبلاد العراق وفارس . وظل الوضع في اليمن قائماً على السيطرة الفارسية حتى ظهور الإسلام ، حيث تولى الفرس تعيين ملوك اليمن بعد طردهم للأحباش ، كما تولى الفرس كذلك تعيين ملوك الحيرة الأمر الذي يشير إلى تبعية الأمارتين لإمبراطورية فارس .

بدأت العلاقة بين الرسول صلى الله عليه وسلم وبين الفرس بذلك الكتاب الذي أرسله الرسول عليه السلام إلى كسرى فارس في العام السابع الميلادي يدعوه فيه إلى الإسلام الذي جاء فيه (بسم الله الرحمن الرحيم ، من محمد رسول الله إلى كسرى عظيم الفرس ، سلام على من اتبع الهدى ، وأمن بالله ورسله ، أما بعد ، فإنني رسول الله إلى الناس كافة لأنذر من كان حياً ، أسلم تسلم فإن أبيت فعليك إثم المجوس) (ابن خلدون ، 1988 ، ص 451). استهان كسرى بهذا الخطاب ومزقه ، وأظن أن ذلك جاء من خلفية نظرة الفرس الدونية للعرب ، فهم يرونهم أهل شاة ويعبر ولا بد أن يكونوا تحت سيطرتهم كما هو الحال في الحيرة واليمن ، تمزيق كسرى للخطاب لم يكن رفضاً للإسلام فحسب بل رأى في ذلك تقليلاً لشأنه . (مزق كسرى خطاب النبي صلى الله عليه وسلم ، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم : مزق الله ملكه) (ابن خلدون ، 1988 ، ص 451) ، ومما يؤكد النظرة الدونية للعرب من قبل الفرس ما جاء على لسان كسرى بقوله قاصداً الرسول صلى الله عليه وسلم (يكتب إليّ وهو عبدي) (ابن الأثير ، الكامل في التاريخ ، ج 2 ، د.ت ، ص 213) . أدرك كسرى خطورة الدعوة الإسلامية وانتشارها في جزيرة العرب لذلك بعث عامله على اليمن على أن يأتيه بالرسول صلى الله عليه وسلم حتى يقضي على تلك الدعوة التي تهدد إمبراطوريته ( .... أن ابعت إلى هذا الرجل الذي بالحجاز رجلين من عندك جليدين فليأتياني به ) ( ابن خلدون ، 1988 ، ص 452).

حقق الإسلام على عهد الرسول صلى الله عليه وسلم انتصاراً في جزيرة العرب واعتنق كثيراً من قبائلها الإسلام ، وكانت المفاجأة للفرس ما حققه الرسول صلى الله عليه وسلم في تكوين دولة إسلامية ، ومن ثم بدأ الخوف يدب في نفوس الفرس وحاول الفرس بعد وفاة الرسول صلى الله عليه وسلم الاستفادة من حروب الردة وقدموا بعض المساعدات للقبائل العربية النائرة ،

كما ساعدوا القبائل المتحالفة معهم للإغارة على أراضي المسلمين (... إن القبائل العربية الموالية للفرس توالي الإغارة على أراضي المسلمين ...) (أحمد شلبي , 1988م , ص467).

### العصر الراشدي:

كان العرب يهابون الفرس وكان وجه فارس من اكره الوجوه للمسلمين وأثقلها عليهم لذا صار أمر فارس هم للخليفة الأول أبو بكر الصديق , خاصة بعد قضائه على المرتدين , فبعث الجيوش لمنازلة الفرس ووضع حد لتهديداتهم واستمرت العدائيات بين كر وفر من الطرفين , واستمرت المواجهة بين العرب والفرس على أيام الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه , وقد شهد عهده عدة جولات حاسمة مع الفرس , خاصة وان عمر رضي الله عنه جعل أمر فارس همه الأول ويدل على ذلك عندما عزم على غزو فارس بنفسه (... كتب المسلمون إلى عمر بن الخطاب - رضي الله عنه يعلمونه كثرة من تجمع لهم من أهل فارس ويسألونه المدد , فأراد أن يغزو بنفسه وعسكر لذلك ...) (البلانزي, د.ت , ص256). يظهر كذلك تعال الفرس على العرب من خلال وفود التفاوض التي أرسلها الخليفة عمر إلى الفرس فالمسلمون يطالبون الفرس بالإسلام أو الجزية أو القتال , بينما يرى الفرس إن العرب قدموا إلى فارس بسبب شظف العيش في جزيرتهم , وجاء في حوار النعمان بن مقرن مع يزيدجرد ما يدل على ذلك (... ما جاء بكم وما أولعكم لغزونا من أجل أن تشاغلنا عنكم أجترأتم علينا ..... فقال يزيدجرد : لا أعلم أمة كانت أشقى ولا أقل عدداً , ولا أسوأ ذات بين منكم , وقد كان أهل الضواحي يكفونا أمركم و لا تطمعوا أن تقوموا للفرس , فان كان بكم جهد , أعطيناكم قوتاً وكسوناكم وملكنا عليكم ملكاً يرفق بكم) (ابن خلدون, 1988م , ص526).

على الرغم من الاستعداد الفارسي لقتال المسلمين ونظرتهم إليهم بأنهم اضعف حالا , نجد إن المسلمين مما جبلوا عليه من حب للجهاد والشهادة استطاعوا تحقيق نصر غال في موقعة القادسية , التي كانت نقطة تحول في تاريخ الدولة الإسلامية والعلاقة بين المسلمين والفرس وشدة هذه المعركة وعنفها يظهر في استمرار القتال ليال عدة. لم تكن القادسية نهاية المطاف فبعد فرار الفرس من ميدان المعركة , أخذ المسلمون في ملاحقتهم , فكان فتح المدائن عاصمة دولة فارس فاستولى عليها المسلمون رغم صعوبة الوصول إليها (... ثم سار سعد والمسلمون حتى نزلوا المدائن فاقتحموها)(ابن خياط , 1995 ص 72).

كانت معركة نهاوند من المعارك الحاسمة في تاريخ الصراع العربي الفارسي والتي انتصر فيها العرب رغم إعداد الفرس الكامل لها , وقد أطلق على هذه المعركة (فتح الفتوح) وكان المسلمون يسمون (فتح نهاوند فتح الفتوح , لأنه لم يكن للفرس بعده اجتماع ... ) (ابن الأثير, د.ت , ص16) ويؤكد ذلك ما قاله الخليفة عمر رضي الله عنه (ألا أن ملك المجوسية



قد هلك، فليسوا يملكون من بلادهم بغير مسلم، ألا وأن الله قد أورتكم أرضهم وديارهم وأموالهم..)  
(ابن الأثير، د.ت، ص 521).

حاول الفرس على أيام الخليفة عثمان بن عفان الانعتاق عن السيطرة الإسلامية عبر انتفاضات عدة قفضى عليها عثمان بن عفان رضي الله عنه وتمكن بذلك من إعادة السيطرة على الأجزاء التي حاولت الخروج عن طاعة الدولة كما أخضع بعض الأراضي الفارسية الجديدة. لم يثن ذلك الفرس عن محاولات استرداد ملكهم، فظل إمبراطورهم يزدجرد المطارذ جمع الجموع، لكنه لم ينجح وظل مطارذاً إلى أن قبض المسلمون عليه وقتلوه.

كان مقتل يزدجرد آخر ملوك فارس، نهاية للدولة الفارسية، وبمقتله توقفت المقاومة الفارسية، وأصبح بذلك أهل فارس خاضعين للدولة الإسلامية، بل اعتنق بعضهم الإسلام. لكن عاد الفرس للتمرد مرة أخرى على أيام الخليفة علي رضي الله عنه لانشغاله بالحروب الداخلية، فكان أن رفض بعض الفرس دفع الخراج المفروض عليهم، لكن استطاع الخليفة علي رضي الله عنه القضاء على ذلك (... طمع أهل فارس في كسر الخراج، فطمع أهل كل ناحية وأخرجوا عاملهم، فأمر علي ابن عباس إن يولي زياداً، فسيره إليها في جمع كثير، فوطئ بهم أهل فارس فلم يلق منهم جمعاً ولا حرباً) (ابن الأثير، د.ت، ص 381-384).

شهد عهد الخلفاء الراشدين تطوراً في العلاقة بين العرب والفرس بدأت بحركة الفتوحات الإسلامية، ومن ثم السيطرة على بلاد فارس، ونتج عن ذلك دخول بعض الفرس في الإسلام، وتكونت بذلك دولة إسلامية موحدة قوامها العرب والعجم، ولم يظهر العرب أي تعصب أو احتقار للفرس، حتى أن المجوس منهم عوملوا معاملة أهل الكتاب، وتحقق لهم ما لم يتحقق لهم على أيدي ملوكهم من مساواة وعدل، فنجد أن الخلفاء ساووا بينهم وبين العرب في العطاء، فنجد أن الخليفة عمر رضي الله عنه ميز بعض أشرف الفرس في العطاء (فرض عمر لأشراف الفرس الذين أظهروا الإسلام، كالفيروز ابن يزدجرد والهريزان وقال قوم أشرف أحببت أن أتألف بهم غيرهم) (هيلة بنت محمد بن علي، 1990 ص 27). وسار علي رضي الله عنه على ذات المنهج رغم مطالبة بعض الصحابة له بتميز العرب المسلمين في العطاء، فكان أن قال (لا والله لا أفعل ذلك، أتأمروني أن أطلب النصر بالجور...) (هيلة بنت محمد بن علي، 1990 ص 28-209).

لم ينس الفرس أمر دولتهم ومجدهم الغابر رغم ما وفره لهم الإسلام من عدل ومساواة، وصار حلم استعادة ملكهم ونفوذهم يراودهم منذ ذلك التاريخ لأنهم يرون أنهم أعلى شأناً من العرب، فكانت أول محاولاتهم للقضاء على العرب والمسلمين، اغتيال الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه والتي تعبر عن سخط فارس، فقد رأوا في عمر رضي الله عنه محطم مجدهم، وقد نفذ العملية أبو لؤلؤة غلام المغيرة بن شعبة، وهو من موالي الفرس، وكان من سبي نهاوند

(ولما قدم سبي نهاوند المدينة جعل أبو لؤلؤة غلام المغيرة ، لا يلتقي منهم صغيراً إلا مسح على رأسه ويكى وقال له : أكل عمر كبدي) (ابن الأثير، دت ، ص16) وقوله هذا يظهر الحقد الفارسي ، كما أن هذه المؤامرة شارك فيها الهرمزان وهو من سادة الفرس ، فقد سلطانه ومكانته وأصبح يعيش بين عامة الناس، فكان بذلك اغتيال عمر بن الخطاب رضي الله عنه أول محاولة فارسية عدائية ضد العرب.

### العصر الأموي:

ازدادت العلاقة بين القوميتين نفوراً خلال العصر الأموي ، الذي استند في إدارة شؤونه على العناصر العربية ، ورأى الفرس في ذلك إقصاءً لهم ، وكان تعريب الدواوين آخر مشاركة للفرس في الدولة ، حيث كان العمل بها قاصراً عليهم لاستخدامها اللغة الفارسية. حاول الفرس إعاقة التعريب حتى لا يبعدوا من المناصب الإدارية وذلك بإغراء صالح كاتب الحجاج الذي كان يقود التعريب (لقد شق على الفرس هذا العمل حتى بذلوا لصالح مائة ألف درهم ، على أن لا يظهر النقل فأبى عليهم) (محمد الطيب النجار ، 1968م ، ص66).

ناصر الفرس الدولة الأموية العدا ، وحاولوا القضاء على الدولة الأموية باعتبارها دولة عربية ، ذلك عبر مساندة ثورات الشيعة وفوق ذلك إدخال الأفكار الفارسية القديمة ذات الصلة بديانة الفرس وظهرت الفرق ذات الأفكار الجانحة ، كما أنعشوا العصبية الفارسية المتمثلة في الحركة الشعبية التي تجرد الشعب الفارسي ، ولتحقيق أهدافهم أدخلوا أفكارهم المسمومة على الفكر الشيعي فقالوا بتأليه علي بن أبي طالب رضي الله عنه (... قالوا بأن علياً حياً لم يقتل ، وقد حل فيه الجزء الإلهي) (الشهرستاني، 1961 ، ص117) وقالت الكيسانية (إن الدين ليس إلا طاعة إمامهم ، وأن الأحكام الشرعية الأساسية كالصلاة والصيام والحج لا ضرورة لها ما دام الإنسان مطيعاً لإمامه) (الشهرستاني ، ص210) هذه الأفكار شوهدت الفكر الإسلامي وفتحت باب التحزب الديني، مما أدى إلى ظهور مذاهب متعددة أدت إلى تفتت وحدة المسلمين وضعف قواهم.

حاول الفرس مجارة العصبية العربية عن طريق مبدأ الشعوبية الذي يميل إلى التفاخر بجنورهم الفارسية ووطنوا في الثقافة العربية الإسلامية لكن أخطر الوسائل التي استخدمها الفرس للنيل من العرب والدولة الأموية، هي الثورات المسلحة ، فقد دعم الفرس أي ثورة من شأنها إضعاف الدولة الأموية ، فانضم الفرس إلى ثورة المختار بن عبيد الثقفي وحركة عبد الله بن الأشعث ، ولكسب ود الفرس، نجد أن المختار بن عبيد الثقفي اتخذ من حب آل البيت شعاراً ، علماً بأن الفرس ينقمون على الأمويين لاغتيالهم الحسين بن علي الذي أعطى زواجه من ابنة ملك الفرس بعداً آخر وشكل الفرس جزءاً لا يستهان به في جيش المختار (... أرسل المختار جيشاً عدده ثلاثة آلاف ، أكثرهم من الموالي ليس منهم من العرب إلا سبعمائة) (ابن الأثير ،

1988 , ص 243) . ربط بعض المؤرخين ثورة المختار بالموالي نسبة للمشاركة الكبيرة لهم فيها , بل أطلقوا عليها بعض الأسماء ذات الصلة بالفرس منها الكيسانية نسبة إلى أبي عمرة صاحب شرطة المختار , وهو من الموالي , ومنها الخشبية نسبة إلى العصي الخشبية التي كان الموالي يستعملونها في القتال .

استطاع الأمويون القضاء على الثورات المسلحة التي ناصرها الفرس , أما الحركات الفكرية المتمثلة في الزندقة والشعبوية ظلت تعمل وكان أثرها واضحاً في العصر العباسي حيث وجد الفرس ضالنتهم في الدعوة العباسية التي كان شعارها الدعوة للرضا من آل البيت , وكان هذا الشعار جاذباً للفرس , فلعبوا دوراً مهماً في نجاح الدعوة والثورة العباسية ووصلوا بذلك إلى ارفع المناصب في الدولة العباسية , وسعى البعض منهم في تلك الفترة استقلال ذلك النفوذ لصالح الفرس والعمل على استعادة دولتهم وسلطتهم السابقة .

#### العصر العباسي :

كانت خراسان من أهم مراكز الدعوة العباسية و لعبت دوراً هاماً بجانب الحميمة والكوفة , فخراسان تناسب هذا الدور لبعدها عن الشام مركز الخلافة الأموية , وفوق ذلك ينتاب أهلها وغالبيتهم من الفرس السخط على النظام الأموي , فالذين اسلموا من الفرس ارق مضاجعهم عدم التزام الأمويين بمبادئ الإسلام في التعامل معهم خاصة مبدأ المساواة . ومن بقى على دينه من الفرس سعوا إلى القضاء على الإسلام والحكم العربي , إضافة إلى ذلك فان شعار الدعوة لآل البيت يلقى قبولا عند الفرس , لاسيما أنهم يقولون بنظرية الحق الإلهي في الملك التي كانت سائدة عند ملوكهم , فالنداء بأحقية بيت الرسول صلى الله عليه سلم في الخلافة يتناسب وتلك النظرية الفارسية , نضيف إلى ذلك مصاهرة الحسين بن علي للفرس , لذا فالفرس في الغالب الأعم يناصرون الشيعة .

كان دور الفرس واضحاً في نجاح الدعوة والثورة العباسية عبر مراحلها المختلفة , وقصد العباسيون إلى اتخاذ الدعاة والقادة العسكريين من الفرس لينالوا تأييد أهل فارس الساخطين على النظام الأموي والمحبين لآل النبي إضافة لغير المسلمين منهم للنيل من العرب والإسلام , وتذكر الروايات دور أبو سلمة الخلال وبكير بن ماهان وأبو مسلم الخراساني كقائد عسكري وله الفضل في نجاح الثورة العباسية , كما يظهر دور البرامكة والفضل بن سهل في إدارة الدولة . جاءت مشاركة الفرس مع العباسيين مع العباسيين طمعاً في حياة جديدة تتيح لهم المشاركة في إدارة الدولة , ومن خلال تلك المشاركة يصلون إلى هدفهم الأسمى , وهو استعادة مجدهم القديم , خاصة أن العباسيين يرون فيهم الأصدقاء الأوفياء (فلندع إذن إلى نقل الخلافة من الأمويين إلى يد الهاشميين ... نحن إذا عضدنا الهاشميين , رأوا أنهم وصلوا إلى الحكم بمعرفتنا , ونجحوا بتدبيرنا , فيكون ظاهر الحكم لهم وباطنه لنا , نتولى المناصب العليا , وندير شؤون الدولة

ونترك لهم أبهة الخلافة) (أحمد أمين ، 1984م ، ص31) . لم يسلم أبو مسلم الخراساني بميله للفرس رغم دوره في نجاح الثورة وفتن لهذا الخليفة المنصور الذي (... إن أبا مسلم اعتمد في دعايته على المعتقدات الإيرانية القديمة ، ويظن انه نشر مبادئ الحلول والتناسخ بين الأرواح ، وادعى ان الروح الإلهية المقدسة حلت فيه) . (بروكلمان، 1993، ص167) .

دعم الفرس الثورات العلوية ضد العباسيين بغرض استعادة سلطانهم ، الذي لم يتحقق لهم رغم حصولهم على أرفع المناصب في الدولة العباسية ، يوضح هذا ما ذكره جعفر بن يحيى البرمكي في حديثه عن دور أبي مسلم في الثورة العباسية ونجاحها (... قال لمن يستحسنون أفعال أبي مسلم : إن ما عمله أبو مسلم ليس شيئاً مهماً ، لأنه نقل السلطة من سلالة إلى سلالة، متحدين في العشيرو وفي الديانة ، وإنما المهارة هي نقل السلطة من أمة إلى أمة أخرى لا تتحد معها لساناً ولا ديناً) (حسن عبد الهادي، د.ت ، ص216) ، كما تدخل الفرس لجعل المأمون بن هارون الرشيد وهو من أم فارسية ولياً للعهد بعد أخيه الأمين ذلك بفعل جعفر بن يحيى البرمكي الذي كان المأمون في حجره (... فأشار على الرشيد ببيعتة للعهد بعد محمد ، وقام بالأمر حتى عقده له... ) (الجهيشياري، 1938 ، ص211) . مارس الفرس ضغوطاً على الخليفة الرشيد حتى تمكنوا من جعل بلاد المشرق تحت ولاية المأمون ، دون أن يكون لأخيه الأمين - ولي العهد - سلطة عليه ، وفي هذا نزعة انفصالية عن الدولة العباسية ، أراد الفرس تحقيقها في مقبل الأيام . ونجحوا في ذلك على أيام الطاهريين .

ساند الفرس المأمون في صراعه مع أخيه الأمين حول الخلافة ، الأمر الذي فسره بعض المؤرخين على أنه صراع عربي - فارسي مستتدين على الدعم الفارسي للمأمون الذين عملوا على اغتيال الأمين رغم بوادر الاتفاق بين الأخوين وأخذ البيعة للمأمون . خطط لذلك الفضل بن سهل ونفذه القائد العسكري الطاهر بن الحسين وكلاهما ذا جذور فارسية ، يلاحظ أن الدعم الفارسي للمأمون تقف وراءه أطماع فارسية تسعى للاستقلال عن الدولة الإسلامية (... لما مات الرشيد وولي الأمين ، كان المأمون في مرو ، وانتدب طاهر للزحف على بغداد ، فهاجمها وظفر بالأمين سنة 198 هـ ، وعقد البيعة للمأمون) (الزركلي ، 1979م ، ص319).

لعب الفضل بن سهل ، الفارسي الأصل ، على أيام الخليفة المأمون دوراً مهماً في محاولة نقل الخلافة إلى العلويين ، وهدف بذلك إلى أن تصير الأمور للفرس فجعل المأمون يولي عهده علي الرضا وفوق ذلك استطاع إقناع المأمون بتغيير شعار الدولة العباسية الأسود إلى الخضرة (... بايع المأمون لعلي بن موسى بن جعفر بالخلافة من بعده ... وأمر بالسواد فالقي ولبست الخضرة) (بن خياط ، 1995م ، ص312) وصف بعض المؤرخين هذا بأنه محاولة مجوسية تسعى لنيل السلطة (إنك إنما تريد أن تزيل الملك عن بني العباس إلى ولد علي، ثم تحتال عليهم ، فثُصِّرَ الملك كسروياً ، ولولا أنك أردت ذلك لما عدلت عن لبسة علي وهي

البياض , إلى الخضرة , وهي لبس كسرى والمجوس) (الجهيشياري , ص313) , وانتهى الأمر باغتيال الفضل بن سهل بتدبير من المأمون , وثار الفرس في وجه المأمون بسبب ذلك . لم يفصل المأمون عن أسرة بني سهل رغم نكبته لزعيمها الفضل بن سهل فقرب إليه الحسن بن سهل واستعان به في الشئون الدارية , ووثق العلاقة بهذه الأسرة بزواجه ذلك الزواج المترف من بوران ابنة الحسن بن سهل.

كان معظم وزراء الدولة العباسية في عهدها الأول من الفرس الذين لعبوا دوراً مهماً في إدارة الدولة , وحاولوا استغلال نفوذهم الإداري للتوطيد للعنصر الفارسي , يؤكد هذا ما ذهب إليه أبو أيوب المورياتي في تعيين أقربائه في مناصب الدولة المختلفة ؛ بل استقلوا تلك الوظائف لمصلحتهم الخاصة (... وكان له أخ يقال له خالد , وأبناء اخ يقال لهم : مخلد ومسعود ... فنالا من الدنيا ونعيمها حظاً جسيماً) (الجهيشياري , 1938 , ص97) يظهر نفوذ الوزراء الفرس على عهد المهدي ووزيره يعقوب بن داؤود فكان كتاب الخليفة لا يصبح نافذاً إلا إذا كتب يعقوب بذلك (... ارتفعت منزلة يعقوب بن داؤود عند المهدي وعظم شأنه ... وكان لا ينفذ كتاب المهدي حتى يكتب يعقوب بإنفاذ ذلك ...) (ابن خلدون , 1988م , ص264).

يعتبر عهد الخليفة هارون الرشيد عهد النفوذ الحقيقي للفرس , مثل ذلك أسرة البرامكة , الذين كان لهم الأثر الواضح في الأوضاع السياسية والإدارية. فقد الرشيد يحيى بن خالد البرمكي الوزارة وقال له (لقد قلدتك أمر الرعية وأخرجته من عنقي إليك فاحكم في ذلك بما ترى من الصواب واستعمل من رأيت ..) (الطبري, 1989 , ص444) جعل هذا التفويض أن يستعين يحيى بن خالد بابنيه الفضل وجعفر في بعض أعماله فمهد لهم بذلك الطريق لتولي المناصب الرفيعة.

أراد البرامكة بذلك التمكين لأنفسهم وسحب البساط من تحت الخليفة هارون الرشيد , وسعوا إلى كسب ولاء العامة بالجلوس للنظر في حوائج الناس دون الخليفة (... وكان يحيى وأبناء الفضل وجعفر يجلسون للناس جلوساً عاماً في كل يوم إلى انتصاف النهار , ينظرون في أمور الناس وحوائجهم ...) (الجهيشياري, 1938م , ص317) , يؤكد استبداد البرامكة بالأمر والرأي , أنهم أصبحوا يشكلون خطراً على الدولة , إن الفضل بن يحيى كون فرقة عسكرية خاصة به قوامها عجم خراسان , ربما أراد بذلك الإعداد للوثوب على الدولة , هذا بعد أن تأكد من ولاء أهل خراسان له , (شخص الفضل بن يحيى إلى خراسان والياً عليها فأحسن السيرة , وذكر أن الفضل بن يحيى اتخذ بخراسان جنداً من العجم وجعل ولاءهم له...) (الطبري, 1989 , ص461) , ويزيد الأمر وضوحاً ما جاء على لسان جعفر بن يحيى , حين بدا الرشيد يتغير ناحيتهم وروى ذلك أحد الرحالة الفرس (... خلوت بجعفر , وعلمت بمقدار النفرة التي وقعت بينه وبين الرشيد , فقال لي جعفر انظر كيف انه يركب هذا المركب الوعر , ما كفاه أننا أقمنا ملكه

ومهدنا أمره حتى صار يحسدنا على ما آتانا الله من النعمة ، فوالله لئن لم يرجع عن غيه ليكون ذلك وبالاً سريعاً عليه ... إن لنا لفارس وخراسان ، فإن يجاهرنا بالعدوان يقم في وجهه من يغالبه على السلطان) (جميل نخلة، 1935 ، ص274-275).

أدرك الخليفة الرشيد ما آل إليه حال البرامكة واستبدادهم بأمر الدولة ، وافتتان الناس بهم ، فعمل على التخلص من نفوذ هؤلاء الفرس ، وتناسى في سبيل ذلك كل ما جمع بينه وبين البرامكة من صلوات وما لهم من أفضال عليه ، فبدأ بالتكر لهم الأمر الذي أدى إلى نكبتهم ، التي أفاض المؤرخون في الحديث عن أسبابها رغم أن الرشيد يقول ( ... لو علمت يميني بالسبب الذي فعلت هذا لقطعته .. ) (اليقوي، 1358هـ ، ص152) ، وأغلب الظن أن وراء تلك النكبة، ما رآه الخليفة الرشيد من استبداد هؤلاء بالسلطان وسعيهم الجاد للنيل من دولته وإعادة أمجاد دولة فارس . (إن نكبة البرامكة كانت ناشئة عن استبدادهم على الدولة ، واحتجابهم أموال الجباية حتى كان الرشيد يطلب القليل من المال فلا يصل إليه فغلبوه على أمره وشاركوه سلطانه، ولم يكن له معهم تصرف في أمور الدولة وعمروا مراتب الدولة بالرؤساء من ولدهم وصنائعهم... ) (ابن خلدون د.ت ، ص21-22).

اتضح للفرس أن الوصول إلى المناصب العليا في الدولة، لم يكن كافياً لتحقيق أحلامهم في استعادة أمجاد فارس من أديان ومعتقدات ومن ثم الملك ، خاصة بعد أن كشف الخلفاء العباسيون مؤامرات الفرس الذين تولوا الوزارة وتم إبعادهم إما بالعزل أو القتل وبدأت حركة المعارضة الفارسية للدولة العباسية بعد اضمحلال نفوذ الفرس السياسي بزوال العناصر الفارسية القديمة ، تتخذ اتجاهين ، أولهما ثورات مسلحة متعاقبة والآخر أسلوب تمثل في بث العقائد والديانات الفارسية القديمة والترويج لها في أوساط العرب المسلمين ، مما أثر سلباً على الفكر الإسلامي.

هدفت تلك الحركات إلى إعادة المجد الفارسي بموروثاته الدينية القديمة وقاد هذا الاتجاه دعاة الدعوة العباسية من الفرس، الذين حرصوا على إظهار ميولهم المجوسية مع رفعهم شعارات ذات صبغة إسلامية ، ليظهروا بالمظهر المقبول أمام المسلمين ، وبالتالي نتاح لهم الفرصة لتضليل المسلمين (لم يكن هناك ما يمنع الدعاة العباسيين أن يظهروا شعارات دينية مختلفة ... ثم يمزجوا ذلك بمبادئ ذات صلة بالديانات الإيرانية القديمة) (فاروق عمر ، 1970م ، ص125). مثل الرواندية أول خروج عقائدي ثوري ، على الدولة العباسية في عهد المنصور ، وتقول هذه الفرقة بربوبية المنصور وادعت أنه الإله (.. الرواندية قوم كانوا من أهل خراسان ... يقولون بتناسخ الأرواح ... وأن ربهم الذي يطعمهم ويسقيهم هو أبو جعفر المنصور ... وأتوا قصر المنصور فجعلوا يطوفون به ويقولون هذا قصر رينا فأرسل المنصور إلى رؤسائهم فحبس منهم مائتين ...) (الطبري ، 1989م ، ص147). قصد الرواندية بذلك بث الأفكار الفارسية

ومنها مذهب الرجعة معتقدين بعدم موت أب ومسلم والقول بأن روحاً إلهية حلت فيه وسيعود مرة ثانية وهي فكرة الإمام الغائب التي يدين بها الإيرانيون .

كان خروج سنباد أيضاً فيه تبشير بعودة دولة فارس (فكان يبشر الفرس المجوس بأن حكم العرب المسلمين صائر إلى زوال وأن دولة المجوس آتية لا ريب فيها , كما أنه وعد أتباعه بالذهاب إلى الحجاز وهدم الكعبة) (فاروق عمر, العباسيون الأوائل , ج 1, 1970م, ص287), رفع المقنع الخراساني المبادئ المخالفة للإسلام وأباح المحرمات وادعى الإلهوية وحاول التأثير على المسلمين عرباً كانوا أم فرساً لاعتناق أفكاره . (.. اسقط المقنع الخراساني عن أتباعه الصلاة والصيام وسائر العبادات وأباح لهم المحرمات) (البغدادي, 1973م , ص243).

### الحركات الفكرية والثورية الفارسية:

إن الاتجاه الثاني الذي أراد به الفرس التأثير على المجتمع الإسلامي هو الاتجاه الفكري , حاول الفرس من خلاله طبع حياة المسلمين في ذلك العصر بطابع يتنافى والقيم الإسلامية , فكان ظهور حركتي الزندقة والشعبوية , واللذان أثرتا تأثيراً واضحاً على حياة المسلمين في العصر العباسي , سعى الزنادقة من الفرس لتشويه العقائد الإسلامية وطمسها بأخرى فارسية, عبر العديد من الأنشطة , سواء كان ذلك شعراً أو نثراً أو في ترجمة بعض كتب الفرس إلى العربية , ومن ثم التأثير عليهم بالدس على الإسلام , وساعد على ذلك معرفتهم السابقة بالإسلام , يؤكد ذلك آية الله مرتضى مطهري بقوله (أن حركة الزندقة كانت تنسب إلى عدد من الإيرانيين المتظاهرين بالإسلام) (مطهري, 1997م , ص308) . يمكن القول أن حركة الزندقة قد أشاعها الفرس , لكن منهم من وقف ضدها , بل تشدد بالحكم على من اتصف بها .

كانت الحركة الشعبوية في بادئ أمرها مضادة للعصبية العربية والنفوذ العربي , الأمر الذي كان سائداً في العصر الأموي , فكانت بذلك حركة للدفاع عن المبادئ الإسلامية ومنها العدل والمساواة , لذلك أطلق الشعبويون على أنفسهم (أهل التسوية) (كانت أول رد فعل أبداه الإيرانيون أمام هذه التمييزات رداً منطقياً , إذ أنهم دعوا العرب للعمل بكتاب الله ... كانت دعوة إلى المساواة الإسلامية لا لتفضيل العجم على العرب) (مطهري, 1997م , ص309) , لكن الشعبوية انحرفت عن منهجها الأول وأصبحت تتادي بأفضلية العجم على العرب (إن الشعبوية كانت ابتداءً نهضة نظيفة ورد فعل جميل من الإيرانيين أمام التمييز العنصري العربي , فانحرفت عن سيرتها الأصلية واصطبغت بصبغة قومية إيرانية) (مطهري, 1997م , ص313) , وأصبح مفهوم الشعبوية يشمل الحركات التي تتظاهر بالإسلام وتعمل على هدم السلطان العربي الإسلامي .

جهر الفرس بشعوبيتهم عندما صارت لهم مكانة في الدولة , مما ساعد على إذكاء هذه الحركة ضد العرب , نظر الفرس للعرب نظرة دونية منذ بداية الفتح الإسلامي , ولم يصدقوا أن

هؤلاء القادمين من وراء الصحراء قادرين على حريهم , وحين انتصر العرب أغضب ذلك الفرس وظلوا يطمون بطرد العناصر العربية من أرضهم , لكنهم عجزوا عن ذلك , وأصبحوا يعيرون العرب بماضيهم وحياتهم القاسية وصاغوا ذلك شعراً :

إني امرء من سراة الصفد البسني عرق الأعاجم جلدأ طبيب الخبر  
فعودوا إلى أرضكم بالحجاز لأكل الضباب ورعي الغنم

كما استخف الفرس ببلاعة العرب وأسلوبهم في الخطابة ( ليست الخطابة ميزة امتزمت بها وحدهم , فهي شيء في جميع الأمم , وأخطب الناس الفرس لا العرب ) (أحمد أمين, ج 1 , 1984م , ص 63) .

تفاخر الفرس كذلك بالأنبياء من غير العرب (فإن من العجم الأنبياء والمرسلين قاطبة ما خلا أربعة) (ابن النديم, 1991م , ص 224) , وزعم الفرس كذلك أنهم من (ولد إسحق بن إبراهيم عليه السلام والعرب من ولد إسماعيل بن إبراهيم , واسحق من سارة الحرة , وإسماعيل من هاجر الأمة فهم أفضل من العرب) (حسين عطوان, د.ت. , ص 161) , ذهب الفرس إلى أكثر من ذلك في سبيل إظهار فضلهم على العرب , ممنين أنفسهم بعودة ملكهم فوضعوا الأحاديث ونسبوا هذا القول إلى الرسول صلى الله عليه وسلم (سيأتي ملك من ملوك العجم فيظهر على المدائن كلها إلا دمشق) (أحمد أمين, 1984م , ص 75).

يتضح مما تقدم المحاولات الجادة من قبل الفرس لاستعادة ملكهم السابق وفرض سيادتهم على العالم العربي الإسلامي , لكن آية الله مرتضى مطهري في كتابه الإسلام وإيران , حاول الدفاع عن مواقف الفرس , وأنه لم يكن مقصدهم استعادة ملكهم السابق فيقول ( ... استطاع الفرس أن ينقلوا الخلافة من البيت الأموي إلى العباسي بقدراتهم العسكرية , فلو أنهم أرادوا في ذلك الوقت تأسيس حكومة سياسية مستقلة أو تجديد ملكهم القديم , فكان بإمكانهم ذلك ... ) (مطهري, 1997م , ص 60) .

تثبت الوقائع التاريخية خلاف ذلك , فانضمام الفرس للعباسيين كان كرهاً للأمويين الذين انحازوا للعنصر العربي , ولما انتصر العباسيون وتولى الفرس المناصب الرفيعة في الدولة استغلوا لاستعادة النفوذ الفارسي , ودور البرامكة وغيرهم من الوزراء الفرس واضح في ذلك الشأن , كما أن ثورات الفرس المسلحة كانت ذات طابع سياسي وديني , ولم يغمض للفرس جفن حتى أقاموا دولهم المستقلة على أيام الطاهريين وبنو بويه, فالمحاولات المستمرة والمتشابهة , دليل على ذلك الدور الذي تلعبه إيران حالياً ودعمها لحركات المعارضة في دول الخليج .



## قائمة المصادر والمراجع:

أولاً :- المصادر :

- 1- ابن الأثير الكامل في التأريخ ، ج 6 ، دار صادر بيروت ، (د.ت) .
- 2- ابن خلدون ، عبد الرحمن بن محمد ، تاريخ ابن خلدون ج3 ، دار الفكر للطباعة والنشر 1408 هـ \ 1988م.
- 3- ابن خلدون ، المقدمة ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، (د.ت).
- 4- ابن خياط ، أبو عمر خليفة ، تاريخ خليفة ابن خياط ، ط1 ، دار الكتب العلمية ، بيروت، (د.ت).
- 5- ابن النديم ، أبي الفرج محمد بن اسحاق الوارق ، الفهرست ، تحقيق شعبان خليفة ، المجلد الأول ، العربي للنشر والتوزيع ، 1991م.
- 6- البغدادي ، الإمام عبد القاهر بن طاهر ، الفرق بين الفرق ، ط1، دار الآفاق الجديدة ، بيروت ، 1393 هـ \ 1973م.
- 7- البلاذري ، أبو الحسن أحمد يحيى ، فتوح البلدان ، تعليق رضوان محمد رضوان ، دار الكتب العلمية ، لبنان ، (د.ت).
- 8- الجهشباري ، أبو عبد الله محمد بن عيّدوس ، الوزراء والكتاب ، تحقيق إبراهيم الأبياري وآخرين ، ط1 ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي ، القاهرة ، 1357 هـ \ 1938م.
- 9- الزركلي ، خير الدين ، الأعلام ، ج 3 ، ط 21، دن ، د.ت.
- 10- الشهرستاني ، أبو محمد علي بن أحمد ، الملل والنحل ، تحقيق محمد سعيد كيلاني ، ج2 ، مطبعة الحلبي ، مصر ، 1961م .
- 11- اليعقوبي، أحمد بن أبي يعقوب، تاريخ اليعقوبي، ج3 ، مطبعة الفري ، النجف ، 1358هـ.

## ثانياً - المراجع :

- 1- أحمد أمين ، ضحى الإسلام ، ج1 ، ط10 ، مكتبة النهضة المصرية ، 1984م.
- 2- أحمد شلبي، موسوعة التأريخ الإسلامي والحضارة الإسلامية ، سلسلة التأريخ الإسلامي، ج1، ط13 ، مكتبة النهضة المصرية ، 1988م.
- 3- آية الله مرتضى مطهري ، الإسلام وإيران ، ترجمة هادي يوسف ، رابطة الثقافة والعلاقات الإسلامية ، إيران ، 1417 هـ / 1997م.
- 4- جميل نخلة، حضارة الإسلام في دار السلام، المطبعة الأميرية ببولاق ، العراق ، 1935م.
- 5- حسن إبراهيم حسن ، تأريخ الإسلام السياسي والثقافي والاجتماعي ، ج2 ، ط1 ، مكتبة النهضة المصرية ، 1967م.

- 6- حسين مجيب المصري , صلات بين العرب والفرس والترك , مكتبة الأنجلو المصرية , (د.ت).
- 7- فاروق عمر , طبعة الدولة العباسية , بيروت , 1970م.
- 8- كارل بروكلمان , تأريخ الشعوب الإسلامية , دار العلم للملايين , بيروت , 1993م.
- 9- هيلة بنت محمد بن علي القصير , العلاقات بين العرب والفرس في العصر العباسي الأول , السعودية , 1410 هـ / 1990م.
- ثالثاً - الدوريات :
- 10- حسن عبد الهادي , "من الخرافات إلى الحقيقة" , مجلة المنار , المجلد 23 , ج 3 , (د.ن) , (د.ت) , ص 216.

## قراءة نقدية في مجموعة ( عند الرحيل ) القصصية لنجيب الكيلاني

د. عبد الغفار الحسن محمد أحمد

أ. مساعد. جامعة وادي النيل

### Abstract:

This study proposes a fundamental question that deals with “to what extent Najeeb Alkaylani , the novelist, is able to achieve the formal and artistic scopes in his story collection “At Departure” in the manner that makes it an artistic piece of writing. The study also is concerned with Alkaylani’s ability in proposing his social problems as well as analyzing and remedying them in the Islamic realistic method frame, which is supposed to be followed by the writer.

The study is based on a basic hypothesis which assumes that the optimistic and positive motives from one side and motion and change from the other side are the two motives that overwhelm the writer in his collection.

The study tries to achieve its objectives through three axes:-

First axis: At Departure.

Second axis: Optimistic and positive motives through the story characters.

Third axis: The study of the artistic form.

The study followed the descriptive analytic method.

### المقدمة:

تأتي هذه المحاولة لدراسة مجموعة نجيب الكيلاني القصصية (عند الرحيل) كنوع من رفع الظلم عن هذا الأديب ، وإثراء للدرس النقدي المنصف ، لاسيما وأن للكيلاني مجموعة من الأعمال الروائية القيمة التي قمت بدراستها في بحثي المقدم لنيل درجة الدكتوراه عام 2003م وتأتي هذه الإضافة كمواصلة لجهدي في دراسة أعمال هذا الأديب المميز.وكننت قد أشرت هناك إلى مجموعة من قصص الكيلاني القصيرة، وقد عرفت له ثمان مجموعات هي :

1- موعدنا غداً 2- دموع الأمير 3- العالم الضيق 4- حكايات طبيب 5- وعند الرحيل 6-فارس هوازن 7-رجال الله 8- الكابوس.

وهي جديرة بالدراسة والبحث ، إذ أن الكاتب يمثل اتجاهاً متميزاً في نتاجه الأدبي ، اتجاه يتخذ من الواقعية الإسلامية إطاراً له ، ويعمد إلي قضايا مجتمعه المصري لاسيما المجتمع الريفي ، ثم يتعداه إلي مجتمعات غير مجتمعه المصري ، وهي عادة ما تكون بؤراً إسلامية تعاني من مشكلات جسيمة يريد أن يسلط الضوء عليها مثل المشكلات المترتبة على احتلال فلسطين وما ولده ذلك من لجوء وتشتت وصور قاتمة تحرك الوجدان الإنساني. وقلما نجد كاتباً قصصياً يخرج من حدود بيئته الجغرافية المحلية كما فعل نجيب الكيلاني في عدد من أعماله،

ولعل سبب ذلك في تقديري - يرجع إلى أن أغلب الكتاب مشغولون بقضايا وطنية محلية على خلاف الكيلاني فمعاناته هي معاناة العالم الإسلامي في أية بؤرة منه، فكتب رواية عمالقة الشمال لتصور الواقع الإسلامي في نيجيريا ، كما كتب رواية ليالي تركستان للتعريف بالمسلمين وقضاياهم في الاتحاد السوفيتي سابقا ، ورواية عذراء جاكرتا لتصور واقع المسلمين ومعاناتهم في أندونيسيا ورواية الظل الأسود لتكشف عن واقع الإسلام في أنيوييا ، وغير ذلك من الأعمال التي وظفها للكشف عن معاناة المسلمين في بيئات خارج حدود مصر ولكنها ضمن العالم الإسلامي (العريني،2003،ص167)، فالرجل صاحب رسالة فنية أجهد نفسه كثيرا لتبليغها من خلال ما يقتضيه الفن القصصي من خبرة بتلك البيئات ومعرفة بتاريخها وعاداتها وقيمها...الخ. وهذه الدراسة تريد أن تضع مجموعته القصصية (عند الرحيل) علي طاولة النقد و بقراءة نقدية واعية تقوم علي تحليل الشكل والمضمون لنرى من خلال ذلك هل استطاع الكيلاني أن يحقق البعد الشكلي والجمالي لقصصه بالصورة المطلوبة التي تجعل منها أدباً وفناً؟؟ وهل استطاع أن يطرح قضايا مجتمعه ويعالجها ويحللها وفقاً لمنهج الواقعية الإسلامية ويطرح لها الحلول المناسبة؟؟.

تجدر الإشارة إلى أن هذه المجموعة تعرضت للإهمال من قبل النقاد فرغم أن طبعته التي حصلت عليها وهي الطبعة الثالثة بتاريخ 1988م إلا أنني لم أقف على أي دراسة سابقة لها ، وهذا يرجع في تقديري لا إلى عدم قيمتها الفنية، وإنما لإهمال متعمد من النقاد لهذا الكاتب وأعماله الأدبية بسبب إسلاميته واتجاهه المتميز الذي يحاربه ويجافيه العديد من النقاد. ولعل ذلك كان دافعا أساسيا للباحث لدراستها ونفض الغبار عنها.

وستحاول الدراسة معالجة هذا الموضوع من خلال ثلاثة محاور :

المحور الأول: في محيط عند الرحيل.

المحور الثاني: روح التفاؤل والإيجابية من خلال شخصيات قصصه.

المحور الثالث: دراسة الشكل الفني.

يسبق ذلك مدخل للدراسة وتنتهي بخاتمة تتضمن أهم النتائج، وقائمة لهوامش البحث. كما أن هذه الدراسة تقوم علي أكثر من منهج لأن الباحث لا يريد أن يتقيد بمنهجية واحدة ، بل يريد الإفادة من كل المنهجيات للوصول إلي هدفه. ولعل أهم منهج تعتمد عليه الدراسة هو المنهج الوصفي.

**مدخل:**

فإن حياة الأديب الدكتور نجيب الكيلاني(1931-1995م) الكاتب المصري ، حافلة بالعطاءات الأدبية ، وقد خلد بقلمه أثارا قيمة نالت الاعتراف من رجال الأدب والفن ، وغطت أعماله جميع أقسام الأدب فقد كان كاتباً قصصياً ، له اتجاه خاص في القصة ، ولم يكن

الكاتب كالأدباء الآخرين مصوراً لواقع الحياة، وإنما كان معالجاً ومحللاً لقضايا الحياة، وكانت كثير من قصصه مستوحاة من واقع الحياة التي عاشها الأديب أو عايشها، ثم كان الكيلاني شاعراً له مكانة معروفة في مجال الشعر وألف كذلك في النقد والدراسات الأدبية كما أسهم في كتابة السيرة الذاتية وشرح فكرة الأدب الإسلامي، وتصوره وبذلك كان يعد من رواد الفكر الإسلامي المعاصر والمنظرين المبدعين لفكرة الأدب الإسلامي (الندوي، 1416هـ، ص3).

وقد أثبت الكيلاني أن الأدب الإسلامي هو الأدب الحقيقي وأن له صلة وثيقة بواقع الحياة، وأنه يرشد إلي الطريق السليم للحياة، في ظل وجود أدب عربي لا هدف له، أو وجود الأدب الشارد أو التائه.

وكل هذه الجهود جعلت منه أديب مصر وأديباً للمجتمع العربي، وقد نال الاعتراف الرسمي علي إنتاجه، وصار برحلته مع الأدب الإسلامي أديباً عالمياً وترجمت العديد من أعماله إلي لغات أجنبية، وإن لم تتل الاعتراف من الكثير من النقاد الذين عاصروه لا لشيء سوى أنه أديب إسلامي.

وحياة الكيلاني ليست حياة أديب أو شاعر، مهما كانت قيمته ومكانته الأدبية وثرأؤه الأدبي، إنها كانت حياة مكافح ومناضل في سبيل الحق والكلم الطيب، سجن وعذب من أجل مبادئه التي لم يحد عنها حتى وفاته، وخاصمه النقاد وأهملوا فنه من أجلها.

وعلى هذا فقد قام الكيلاني بدوره حتى آخر حياته ويجب أن يقندي به الجيل الناشئ ويحل مكانته اللاتئة في مجال الأدب (السابق، ص3).

ولعل المجموعة التي بين أيدينا الآن (عند الرحيل) هي من المجموعات التي عالجت قضايا اجتماعية وفكرية يجمعها إطار واحد في المعالجة الفنية وهو إطار الواقعية الإسلامية.

كما أن مصطلح الواقعية الإسلامية لم يعد غريباً على القارئ العربي فهي إحدى الواقعيات التي ظهرت في أدبنا المعاصر وتحاول أن تجعل الأدب للحياة، ولكن النظرة للحياة وطريقة معالجة قضاياها تختلف عن الواقعيات الغربية كالتبعية والاشتراكية والانتقادية وغيرها من الواقعيات التي ظهرت في أوروبا منذ القرن الثامن عشر الميلادي، فهي واقعية إسلامية تنظر إلي الحياة من منظور إسلامي وتسلب الضوء علي القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية كما تفعل الواقعيات الغربية الانتقادية والاشتراكية وغيرها، ولكن النظرة إلى هذه القضايا وطريقة معالجتها مختلفة، فإذا كانت الواقعية الانتقادية تركز علي البؤر المظلمة وتشعر الإنسان باليأس والإحباط، فإن الواقعية الإسلامية تجعل الأمل موجوداً دائماً للخلاص وتترك بصيصاً من نور، ولا ترى أن الحياة شر كلها بل هي صراع بين قوى الخير والشر والحق

والباطل، وكثيراً ما ينتصر الحق والخير والعدل والجمال ، وهي القيم الإنسانية التي تبعث على ضرورة الكفاح والتضحية من أجل التغيير لما هو أفضل (القاعود، 1996، 15-17).

أما الواقعية الاشتراكية فهي تفرض منهجاً فلسفياً معروفاً تريد أن تنتصر من خلاله للطبقة الكادحة ، ولابد أن يكون العمل الفني خادماً لهذه الطبقة ملتزماً بقضاياها ، ولو زيف الواقع ، والواقعية الإسلامية لا تقوم أساساً علي تقسيم المجتمع إلي طبقات ، فالناس سواسية في الحقوق والواجبات، ومن ثم فالصراع له ضرورات ومقومات غير النظرة الطبقيّة الضيقة(هلال، د.ت ، ص 381).

ولعل الواقعية الإسلامية هي الأقرب إلى عقيدتنا وثقافتنا وعاداتنا ونظرتنا إلي المجتمع. فلم يكن المجتمع العربي يوماً يعاني من مشكلة الطبقات، وليست هي مطروحة كمشكلة من مشكلاته. ومن هنا فالمعالجة وفقاً لهذه النظرية ما هي إلا ضرب من التقليد الأعمى للغرب وتخدم فلسفته وفكره علي حساب عقيدتنا وفكرنا ، وإذا كان كثير من كتابنا الكبار اتخذوا من تلك الواقعيّات إطاراً لأعمالهم الفنية وجروا وراء المناهج الغربية وفلسفاتها ، فإن ذلك - من وجهة نظري - لم يقدم المشروع النقدي العربي للأمام، ولم يتح لأمتنا أن تكون - دائماً - هي الرائدة وأفكارها هي الإمام الذي يهتدي به الآخرون ؛ بل جعلت منا أتباعاً وخدماً لفلسفات الغرب التي تقوم - أساساً - علي فكر يتناقض بصورة كلية مع عقيدتنا وأهدافنا ، ولا يحقق تصورنا للحياة كما هو مركز في مجتمعاتنا المسلمة - وعليه فإن أغلب كتابنا المعاصرين (جماعة المهجريين والديوان) تبنوا فلسفات غريبة ، والجدير بالذكر أن هذه الفلسفات نفسها تتعرض في الغرب للتحوّل والموت وتخلفها فلسفات ومنهجيات جديدة ... وكلما ظهرت منهجية جديدة هب كتابنا إلي تبنيها والدفاع عنها ، عن وعي أو غير وعي ، فإذا ما أقل نجمها وبرقت في الأفق منهجية جديدة تبناها واتخذوها إماماً وهكذا ... (عيد، د.ت، ص 9-12) مما عطل بالجملة ظهور مشروع نقدي عربي وإسلامي معاصر .

ولعل الواقعية الإسلامية كانت بادرة للخروج من هذا النفق المظلم ، ولكن أعداءها كثيرون كثرة أعداء الإسلام ومبادئه، وكان من رواد هذا الاتجاه - كما أشرت - نجيب الكيلاني الذي واجه حرباً عنيفة من النقاد وتعرضت أعماله الفنية للإهمال وغض الطرف لا لسبب فني، وإنما لأنه يمثل هذه الروح الجديدة والمنهج الجديد في أدبنا المعاصر .

#### في محيط عند الرحيل:

مجموعة (عند الرحيل) تشتمل علي ثماني وعشرين قصة قصيرة وهي إحدى قصص هذه المجموعة ، وكل قصة في هذه المجموعة منفصلة في موضوعها عن سابقتها واتسمت في مجملها بالتكثيف والايجاز ولعل طول القصة لم يتجاوز 22 صفحة في أطولها وهي قصة "القافلة" ولم يقل عدد الصفحات عن أربع في أقصرها وهي قصة "يوم الفرح" ومتوسط الطول

14-15 صفحة هذا من حيث الشكل الخارجي، أما من حيث المضمون فإنك تجد غلبة القصة الاجتماعية ، كما أن البيئة القصصية في أغلب هذه القصص متشابهة وهي (الريف المصري) عدا بعض القصص التي خرج فيها الكاتب عن بيئة الريف المصري وهي (مذكرات لاجئة) (الكيلاي، د.ت، ص251) و(في الحضيض) (سابق، ص259) اللتان تمثلان بيئة مختلفة هي بيئة (مخيمات اللاجئين الفلسطينيين) أيضاً نجد بعض القصص يغلب عليها العنصر الفكري أكثر من العنصر الاجتماعي وهي (المصلوب) (سابق، ص161) وتحكي قصة شاب مجاهد مطلوب لدى العدو الصهيوني مقابل مبلغ مالي كبير - فيضحي الشاب بنفسه ويمثل تمثيلية مع زملائه لكي يقبضوا الجائزة المالية مقابل تسليمهم له للعدو ، فيسلم ويصلب مقابل الثمن !

وقصة (الملك الضليل) (السابق، ص308) وهي قصة رمزية في مجملها - على ما اعتقد - مفادها أن ملكاً له كنز كبير يمنع شعبه من العمل وينفق علي هذا الشعب بصورة كاملة، وعندما فكرت بعض القوى الأجنبية في غزو بلاده لم يجد سوى شعب متبطل لا يستطيع أن يحمي العرش ، فلجأ إلي تجنيد المرتزقة وهؤلاء بدورهم عاثوا في الأرض فساداً، ولم يستطع الملك السيطرة عليهم أو إخراجهم من أرضه ، ولكن بعض الناس بدعوا يفيقون وبدأت تدب في الناس روح جديدة بعد أن تبينوا عجز ملكهم ورأوا الضياع والفناء يحيط بهم من كل جانب ، فتجمع هؤلاء الناس تحت إمرة شيوخ القبائل دفاعاً عن إرادتهم الحرة ، بعد أن فقدوا الكنز ، وفقدوا الملك واستطاعوا أن ينتصروا.

والقصة من وجهة نظري فيها إشارة لكثير من أوضاع مجتمعاتنا العربية المعاصرة التي اعتمدت على البترول وساد شعوبها نوع من التبطل والانشغال بالشكليات وعدم الاستعداد الحربي والعسكري الذي يمنعه من التدخل الأجنبي. ولعل هذا واقعاً يمكن أن نقرأه من خلال حرب الخليج وما لحق ذلك من تدخل أجنبي في المنطقة واعتمادهم علي قوات أجنبية في المنطقة يصعب إخراجها.

عدا ذلك فإن قصص المجموعة ذات طابع اجتماعي وإن لم تخل من العنصر الفكري الذي يحاول من خلاله الكاتب معالجة قضايا المجتمع من خلال تصوره الإسلامي للحياة والإنسان.

كما أنك تجد ثمة خيط يربط بين هذه القصص جميعها ويجعل منها جسماً واحداً، هذا الخيط هو روح الإيجابية والنفاؤل في جميع قصص المجموعة.

وإذا كانت مجموعته (العالم الضيق) قد سيطرت عليها كما يرى الباحث عبده زايد (الادب الإسلامي، 1416هـ، ص15) روح القهر والذل والهوان مبرراً ذلك بأن الكيلاي كتب هذه المجموعة في فترة سجنه في قضية رأي من غير جرم ارتكبه، فقد جعله ذلك أكثر قدرة علي

تصوير أوجاع المظلومين والمقهورين خلف القضبان فجاءت المجموعة - ومن وجهة نظره - في جميع قصصها وشخصياتها تمثيلاً لهذا القهر والذل والهوان.

فإذا جاءت تلك المجموعة بتلك الروح ، فإن مجموعة (عند الرحيل) جاءت بروح مختلفة وإن كنت لم أجد في طبعة المجموعة ما يدل علي تاريخ كتابتها ، إلا أن أغلب الظن أنها قد كتبت بعد فترة سجنه ، لتقول: إن الإنسان رغم ما يواجهه من عقبات في سبيل حريته وكرامته إلا أنه قادر علي كسر قيد الظلم وتجاوز جراحاته إذا تمسك بقيمه ومبادئه.

أما من حيث اختيار العنوان : فقد اختار الكيلاني قصة (عند الرحيل) عنواناً لهذه المجموعة، فما دلالة هذا الاختيار ، وهي ليست القصة الأولى في المجموعة من حيث الترتيب وإنما هي الأخيرة؟

وقبل أن نجيب على هذا السؤال نشير إلى عناية النقد الحديث وإيلانه أهمية كبيرة للعنوان ويعتبره نصاً موازياً أو نصاً مختزلاً أو بهوا للمعنى. فالعنوان - إذن - على مستوى التفسير: هو نص أو جزء من النص يؤدي ويدل على ما يدل عليه. (نوفل، 2000، ص109).

والقارئ العادي لهذه المجموعة قد لا يحس بعلاقة مباشرة وواضحة بين العنوان المختار لهذه المجموعة وبقية القصص، ولكن بعد القراءة المتأنية تجد أن صفة "الرحيل" والحركية وتغير المواقف ، وتغير الحال من حال إلى حال هو الصفة السائدة في أعمال هذه المجموع ، كما تستطيع أن تستشف من عناوين بعض القصص صفة الرحيل بصورة مباشرة مثل "المهاجرون (الكيلاني ، د.ت ، ص180)، الغرياء (سابق ، ص125) ، القافلة (سابق، 260) ، البحث عن منى (سابق، ص219)، والسراب (سابق، ص173)" فهذه العناوين تحمل في دلالاتها المباشرة معنى الرحيل.

بينما دلت مجموعة أخرى منها على معنى التحول والتغير في الوضع، وهي إشارة غير مباشرة للرحيل بمعناه الحسي، وإنما بتحقيقه المعنوي ، وذلك ما تجده في عدد من القصص مثل "خط الوهم (سابق، ص21)، مصرع الذئب (سابق، ص38)، أحلام امرأة (سابق، ص74) ، الإنذار (سابق، 244)، والأرملة الساحرة (سابق، ص282)" وغيرها من القصص التي اتصفت بالدينامية والحركية والتغير إيجاباً أو سلباً.

ومن ناحية ثانية وبرغم هذه الخيوط التي تربط قصص المجموعة في وحدة متكاملة مكنت لوضعها في كتاب واحد رغم كثرتها يمكن ملاحظة ذلك التنوع الذي أثرى هذه القصص والذي تمثل في عدة جوانب منها:

\* التركيز في بعض القصص على جانب الشخصية وتحولاتها، مثل قصص: (قلب البطل، مصرع الذئب، رجل لا يقهر، رجل ولى الله، الدفء وليالي الشتاء، أنين السواقي، الإنذار...).



\* التركيز على الحدث ومآلاته أكثر من الشخصية مثل القصص التي ركز فيها على الواقع الاجتماعي ومشكلاته منها: (ثلاثة أقراص يوميا، عند الرحيل، المهاجرون، أحلام امرأة، الأرملة الساحرة ، البحث عن منى).

\* التركيز في البعض الآخر على المضمون الفكري ومن القصص التي مثلت ذلك: (رجل على الله ، الملك الضليل، ولي الله، المصلوب ، مذكرات لاجئة).

\*تنوع أساليب السرد القصصي عن طريق ضمير الغائب حينا والمتكلم حينا آخر، وتوظيف الحوار والمونولوج الداخلي.

\*تنوع الأسلوب من حيث التكتيف والإيجاز من جانب، والتفصيل والإطناب من جانب آخر وإن كان التكتيف هو السمة الغالبة.

\*توظيف عدد من القصص إلى القضايا الاجتماعية ومعالجتها بصورة موحية بتصوره الإسلامي، وإن اقترب في بعضها من التصوير الواقعي الاشتراكي مما يفتح دلالات متعددة لقارئ النص في فهمه وتأويله.

\*وفق الكيلاني في طرح رؤيته بصورة موحية في مجمل هذه القصص وقلّ تدخله كراوي من الخارج في سلوك شخصياته مما يتطابق ومطلوبات هذا الفن (نجم ، 1996، ص97)، ولكنه أخفق في بعضها من حيث طرح الرؤية كما طرح نماذج موجودة في الواقع الاجتماعي وعالجها معالجة لا تخرج عن توقع القارئ العادي مما يقلل من جماليتها ورسالتها أيضا.ومن النماذج الدالة على ما ذهبنا إليه قصة (ثلاث أقراص يوميا) التي تعالج موضوع العلاقة بين ابن وأمه وتصور مدى تضحية الأم من أجل وحيدها ومجاهداتها من أجل أن يتزوج بنت خاله التي يحبها، وفي نهاية المطاف بعد الزواج تتحول هذه العلاقة بسبب الزوجة الجديدة إلى علاقة قطيعة مع الأم وابتعاد عنها تلبية لرغبة الزوجة وعدم التفات الابن لحاجة الأم لوحيدها الذي تعيش من أجله حتى تصاب بمرض يعجز الأطباء عن علاجه بسبب بعد ابنها عنها أما الابن فلا يكثرث لأمرها!

هذا النموذج موجود في الواقع الاجتماعي حيث نجد الكثيرين يسببون الحزن والألم لوالديهم بسبب زوجاتهم. ولا غرابة في القصة تفاجئ القارئ وتخالف توقعاته بل يظل القارئ مأزوما بسبب عدم تغير الوضع نحو الأفضل، فالواقعية هنا أقرب لتصور الواقعية الانتقادية منها إلى الواقعية الإسلامية.

وكذلك الحال في قصة (الأرملة الساحرة) والتي تحكي واقعا اجتماعيا يتكرر كثيرا في المجتمعات العربية المسلمة ، وهو وقوع الزوج في حب امرأة أخرى وما يتبع ذلك من قلق واضطراب من جانب ، وظلم للمرأة الأولى من جانب آخر، هذا الاضطراب الذي عادة ما يكون

سببه إحساس الزوج بالخيانة لزوجته المخلصة له والأمانة على نفسها وبيتها. والتي لا يرى عيبا واحدا فيها حتى يعاقبها بمثل ذلك السلوك ، ثم موقف المجتمع من مثل هذه العلاقات.

وإن كان الكيلاني قد وظف حضور الزوج محمد لخطبة الجمعة التي كان موضوعها تعدد الزوجات كحل للخروج من الأزمة ، إلا أنه ارتكس في معالجته لهذه القضية عندما جعل بطل القصة محمد يرتكس للرأي العام الذي يحرم الزواج الثاني بدون مبررات موضوعية ويقصد تلبية الحاجات الغريزية فقط، خاصة إذا كان مقام المرأة الثانية اجتماعيا دون مقام المرأة الأولى احتراماً و عفة ، ونجده ينهي القصة بالطلاق من الثانية والرجوع للأولى.

والقصة -في تقديري - لا تمثل أي خرق للمفهوم السائد في الواقع الاجتماعي ، بل تعكسه كما هو .

ولعل الموضوع نفسه ويعرض مختلف يتكرر في قصة أخرى هي قصة (المهاجرون) التي تحكي تعلق فلاح ريفي متزوج بفتاة زائرة للقرية تعلقاً دفعه لأن يضحي بزوجته من أجل إقناع هذه الفتاة بالزواج منه، وتنتهي القصة برحيل هذه الفتاة الزائرة هروبا من الارتباط بهذا الفلاح، فتتراجع الحياة بسرعة إلى مجراها الطبيعي ويرد زوجته التي كان قد طلقها.

فمثل هذه القصص أيضا تصور نبض القلوب عند كثير من الرجال الذين يتأثرون بالمواقف العاطفية العارضة وتؤثر في سلوكهم، وهي قصة واقعية ولكنها لا توحى بأي طرح لمعالجة مثل هذه القضايا.

### روح الإيجابية والتفاؤل من خلال قراءة شخصيات المجموعة :

لا ريب في أهمية إيلاء الشخصية في القصة أهمية كبرى من قبل الكاتب، إذ لا قصة بدون شخصية تقود الأحداث وتتظم الأفعال وتعطي القصة بعدها الحكائي، ثم إن الشخصية القصصية فوق ذلك تعتبر العنصر الوحيد الذي تتقاطع عنده كافة العناصر الشكلية الأخرى، بما فيها الإحداثيات الزمنية والمكانية الضرورية لنمو الخطاب القصصي واطراده" (البحراوى، 1990، ص20).

لعلنا إذا استعرضنا شخصيات هذه المجموعة نجد أن أغلب الشخصيات تعرضت لمشكلات جسيمة تكاد تعصف بها ولكنها تتجاوزها وتستعلي عليها وتنتصر لمبادئها ولا تتوقف:

فشخصية (عبد العاطي هلال) في قصة قلب البطل (الكيلاني، د.ت، ص5) تمثل شخصية الوطني الذي يضحي بنفسه من أجل القضية الوطنية ، في حين يواجه بهروبه من الارتباط بهذه الخيانة من المجتمع الذي ضحى من أجله ، فعبد العاطي يدخل السجن بسبب القضية الوطنية ، وفي غيابه لا يجد من يصون عرضه بل تتعرض ابنته سعاد للاستغلال من البقال المجاور لهم وتقع في الخطيئة !!

وهنا يدور الصراع في نفس عبد العاطي أبيب المبادئ التي سجن من أجلها ، من أجل الخروج لصيانة شرفه وعرضه المطعون؟! فابنته سعاد التي يحبها ويبني عليها آمالاً عراضاً قد سببت له ألماً كاد يعصف بكيانه ..

ولكن الرجل يتعالى على جرحه الخاص بعد صراع عنيف مع نفسه وصل نتيجته إلى المستشفى ، فيصر على مواصلة الكفاح والبطولة ، ويقبل بتسوية الأمر مع البقال بتزويجه من ابنته !!

ولعل هذا نموذج من الشخصيات نادر الوجود فالذي يريد أن يكون قائداً وبطلاً ، لا بد أن يتحمل كثيراً من التبعات وأن يستعلي على همومه الخاصة من أجل هموم أمته ووطنه.

وفي قصة (خط الوهم) تقابلنا شخصية عبد السميع ذلك الشاب الذي قطع دراسته ليعمل في مكتبة من أجل والده الأعمى الذي تقاعد للمعاش ، وعبد السميع عاشق لبديعة وهي تحبه أيضاً ، ولكنه سينتركها ويسافر ليعمل حتى لا يدع والده متسولاً وهكذا تسير به الحياة في خط متعرج لم يبق من استقامته سوى حب بديعة الذي يملأ كيانه وينتظر اليوم الذي يعود فيه ليخطبها ، وبسبب حبها تعرض لكثير من الذل من صاحب المكتبة الذي وقع في يده خطاب منها لعبد السميع ، وعمل علي تويخه وإذلاله بشتى السبل وهدده بالطرده من العمل إن هو أصر علي علاقته ببديعة التي يراها نوع من المجون ، ولكن عبد السميع يتحمل كل هذه العقبات ويواصل العمل من أجل والده وبديعة ، بل يذاكر وينجح في امتحان الثانوية العامة ، ويرى أن أمه أوشك أن يتحقق ، ولكن تأتيه رسالة من صديق له يعطيه فيها نبأ خطوبة محبوبته لرجل آخر فتتبخر أحلامه ويرى أن الخط المستقيم الوحيد قد أصبح وهماً الآن. ولكن مع ذلك ظلت تراود خياله ولم يفقد الأمل في رجوع محبوبته إليه خاصة وأنه علم بعدم قبولها بتلك الخطوبة ، فهل تعود إليه محبوبته؟ لم يفقد الأمل.

وفي قصة (مصرع الذئب) تقابلنا شخصية (سعد بخيت) رجل الليل المتوحش الذي يخشاه الجميع ويهابه حتى العمدة .

وهذه الشخصية تمثل خوف المجتمع من الشر وعدم جرأته علي تغيير الواقع نتيجة لهذا الخوف فسعد بخيت رجل قذر ملوث بدماء الأبرياء ، يقتل بلا ضغينة من أجل المال والكل لا يستطيع أن يقف في وجهه لأنه خائف .

عندما طلب سعد بخيت بنت العمدة للزواج لم يستطع العمدة الرفض لأنه خائف ، وعندما سمع الناس بالخطوبة خافوا على البنت من هذا الذئب الغادر ولكن البنت فاجأتهم بقبول الزواج ، وتزوجته وعندما صحا الناس في الصباح وجدوا سعد بخيت قد أصبح جثة هامدة على فراش زوجته ، وأخذت الفتاة للتحقيق في موكب مقدس شارك فيه الجميع.

فهذه الفتاة نموذج للمجتمع والفرد عندما يتحرر من الخوف يستطيع أن يخلق لنفسه الحرية والأمان، فالحرية لا تعطى هبة وإنما تنتزع انتزاعاً ، فامرأة واحدة عندما تجردت من الخوف أعطت لمجتمعها الأمن والسلام!!

وفي قصة (رجل لا يقهر) (سابق،65) نجد شخصية الشاب "رشاد" مقابل شخصية الشيخ " سليمان بك العمدة" والشاب يمثل الطموح والحيوية والأمل والشيخ الذي تجاوز الستين من عمره يمثل روح التصابي والخسة والوضاعة ، أراد هذا الرجل المسن أن ينتزع إنصاف الشابة الجميلة من خطيبها رشاد ، واتبع أخس السبل للتخلص منه، بأن أرسله ضمن قوات (لوجستية) لمساندة المحتل .. حتى يتسنى له أن يخبر أهلها بموته ثم يطلبها للزواج !!

ولكن الشاب الطموح الممتلئ بالأمل والمؤمن بالحرية لا يستسلم لهذا الشيخ الخسيس ، بل يهرب من المعسكر ، وينتزع خطيبته ويهرب بها أيضاً بعيداً عن العمدة ومكائده التي لا تتوقف .. وهنا يمكن القول إن رشاد تحدى الظلم والقهر والخوف رغم التحديات والعقبات التي تواجهه .

وفي نهاية القصة يلفتنا الكيلاني إلي مسألة إيمانية عجيبة حين يجعل ذلك العمدة المغرور بقوته يصبح ميتاً على فراشه (لا حول ولا قوة إلا بالله).

وفي قصة (أحلام امرأة) يقدم نجيب الكيلاني نموذجاً للمرأة المتعالية علي واقعها والتي تريد أن تظهر بمظهر اجتماعي غير حقيقي ، مقابل زوجها الموظف الواقعي الراضي بنصيبه في الحياة ، وتتعد حياتهما بسبب هذه الطموحات في حياة الرفاهية التي تعلم أن زوجها لن يستطيع أن يحققها في ظل ظروفه ووظيفته الحالية .. ولكن لتجاري رصيفاتها كانت تتظاهر بأنها تملك أحسن وأفخر الأثاثات مما يفوق ما عندهن كذباً وبهتاناً ، وكان زوجها لا يتضابق من شئ أكثر من كذبها وعندما ادعت في مرة أمام ابنة عمها زوجة الطبيب والتي فاجأتها بزيارة ورأت ما عليه حالها من بؤس وأنها كاذبة في ادعائها بأنها تملك كذا وكذا عندما وجدت المرأة نفسها أمام هذه الفضيحة لجأت إلي كذبة أخرى وادعت أن جميع أثاثاتها الفاخرة في عمارة زوجها التي يقوم ببنائها الآن .. ولكن الزوج لم يتحمل هذه الكذبة هذه المرة وصرخ في وجهها وصرح بأنها تكذب ، فغضبت المرأة وتركت البيت والأطفال.

وهذا نموذج موجود في واقع حياتنا الاجتماعية ولعل الكيلاني أراد القول أن بعض أحلامنا قد تكون مدمرة إذا لم تكن واقعية ومبنية علي أسس صادقة ، وتحقق فيها الرضا بما قسمه الله ، ومن حق الإنسان أن يحلم وينبغي أن يعمل ليحقق أحلامه ولا ينبغي أن يصدق أوهاما صنعها بخياله ويؤسس عليها موقفه من الحياة.

ولعل في ذلك أيضاً رمزية بعيدة لكل من يلتمون بتغيير الأوضاع سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، أن يكونوا جادين في تغييرها بالعمل الصادق لا بالأحلام الكاذبة.

وفي قصة (الدفء وليالي الشتاء) (سابق, ص110) يقدم لنا الكاتب شخصية الدكتور رؤوف ذلك الرجل الوديع الهادي الخجول ، والذي تقع ست سوسن في عشقه وهي زميلته في مستشفى ريفي يعملان به مع زميلهما الثالث الدكتور جلال ذي الشخصية الواضحة القوية والذي يفعل ما يريد بدون تردد.

أما الدكتور رؤوف - كما يقدمه الكاتب - فهو شخص متردد في جميع قراراته - حتى الحالات التي تعرض عليه في المستشفى مهما كانت بسيطة فإن هواجسه توحى إليه بضامتها فيحولها إلي المستشفى المركزي ، ثم يأتي الدكتور جلال وينظرة فاحصة غير مترددة يعالج المريض بالدواء المناسب ، والحكيمة سوسن غارقة في حب رؤوف إلا أنها تعلم أنه متردد في اتخاذ القرارات وعندما حاولت معرفة قراره في مسألة الزواج ، وجدته متردداً ويحتاج لمزيد من الوقت للتفكير ، مما دفع بها للتحويل عنه والنظر إلى زميله الدكتور جلال ، وبعد حوار بسيط بينهما في أمر الزواج تم الاتفاق بينهما وتزوجا.

ولم يحصد دكتور رؤوف من تردده سوى الهشيم والحسرة التي دفعته للانتقال من المستشفى .

ولعل الكيلاني هنا يريد أن يريك ثمرة كل من التردد والإيجابية ، فالشخص السلبي المتردد يفقد كل شيء حتى حبه ، أما الرجل الإيجابي فإنه ينال ما يريد . والقصة دعوة للإيجابية والإيمان بالقيم الراسخة في النفس ، وألا يترك الإنسان نفسه نهياً للهواجس والظنون وإلا تبعثرت آماله وأحلامه.

أما في قصة (رجل ولي الله) (سابق,ص84) فقد أراد الكيلاني أن يقدم شخصية المسلم المنضبط والملتزم في جميع شؤون حياته ونظرة المجتمع حوله إليه ، إذ يتهم هذا النوع من الشخصيات بالساذجة والسطحية وكأنه يعيش في زمان غير زمانه ويكون مثار سخيرية من الكثيرين .

قدم ذلك من خلال شخصية عبد الله الموظف في جمرک الإسكندرية وجعل شخصية (ممدوح) مقابلة لشخصية عبد الله حيث جعل منه رجلاً مراوفاً خبيثاً يرى في عبد الله تحفة أثرية مكانها المتاحف وليس واقعهم الذي يحتاج إلى الأخذ والعطاء حسب مفهومه لهما .

ويشتركان في حب (سلوى) زميلتهما في المكتب وكانت سلوى مترددة في التصريح بمشاعرها تجاه عبد الله الذي لم يعبر عن حبه بغير نظرات خجولة أما ممدوح فقد كان كثير التثرثرة معها ، وكان يجعل من زميله عبد الله مثار سخيرية وضحك .

وعندما علم ممدوح بنية عبد الله في الزواج من سلوى خاطبه بعبارات جارحة وصارمة ورأى أن تفكيره في هذا الأمر تجاوز للحدود ، مما دفع بعبد الله لأخذ إجازة عرضية حتى لا يتعرض للأذى والسخيرية.

ولكن القدر يلعب دوراً مهماً هنا عندما يلقي القبض على ممدوح ومدير المكتب في تعامل مشبوه، وعندما تعلم سلوى بنية عبد الله في الزواج منها بتبادر بجرأة لقبوله وتفضله على ذلك المراوغ الخبيث.

وإن كان الكيلاني قد اعتمد علي القدر في إخراج عبد الله من مأزقه وكشف الحقيقة للجميع مما لا يعد مقبولاً في العمل القصصي عند بعض النقاد (نجم، 1996، ص 40-41)، إلا أنه على كل حال أراد أن يرسم صورة من صور النظرة إلى الرجل الملتزم في حياتنا المعاصرة ! والقصة تتفق مع ما ذهبنا إليه من أن الشخصية المسلمة تتعرض للتجريح والعقبات في حياتها ولكنها ينبغي أن تستعلي على جراحاتها وتتمسك بمبادئها وحتما يكون لها النصر في النهاية.

أما في قصة "ولي الله" (الكيلاني، د.ت، ص 231) لعل الكيلاني يريد من خلال هذا النوع من القصص أن يخلص المجتمع من كثير مما علق به من دجل وخرافات مرتبطة به - خاصة في المجتمع الريفي - وأن يطرح رؤيته الخاصة حول النظر إلى عالم الدين وما ينبغي أن يكون عليه.

قدم ذلك من خلال شخصية "الشيخ وهدان" الذي رسم له صورة ملؤها الوقار والتقديس والذي يمثل الشخصية الصوفية المعروفة.

ولكن الكيلاني كشف عن قناع هذه الشخصية من خلال هذا الحوار (سابق، ص 233-234) قال الحادي : شيخنا يصلي في الكعبة كل مساء :- إنه من أهل الخطوة.

- فرد عليه عبد المطلب (تاجر المخدرات) بالقرية :

بل يصلي كل ليلة في بيت (نعناع) ذات العيون الزرقاء فقال الحادي مشيحاً بوجهه ومستغفراً الله :

أيها الفاسق أنتهم أسيادك؟ أعرف أنك تكرهه منذ أن أفتى بأن تعاطي المخدرات حرام - كلكم أصحاب مصالح.

- فرد عبد المطلب ساخراً :

إن لم تكن مصداقاً لما أقول ، فلتنظر تحت شجرة التوت أمام منزل نعناع ، عند ذلك ستقطع الشك باليقين .

ولكني أرى أن الكيلاني قد خرج في هذه القصة عن حد الإنصاف والواقعية الإسلامية إذ يقدم شيخاً جليلاً يتردد علي بائعات الهوى ويلوك سيرته مروجو المخدرات ، ويمعن في تشويه صورته بأن يقدم أبناءه من أهل المعاصي غير الملتزمين ، ولعل الشائع في واقعنا أن أبناء (المشايع) يسبغون علي نهج آبائهم.

ولا يكتفي بذلك بل يجعل من الشيخ وابنه متنافسين في حب نعاها كل يريدان لنفسه؟؟ ولعل الرؤية المذهبية للكيلاني والتي تختلف عن رؤية المتصوفة هي التي دفعته لرسم مثل هذه الشخصية الصوفية وبهذه الصورة المشوهة. وإن كنا نؤمن بأن لا حيدة في الفن فإنه يمكننا القول إن الواقعية الإسلامية تقتضي بأن ترسم مثل هذه الشخصيات في إطارها الصحيح بعيداً عن التشويه الخلفي الذي ينزل بها إلي درك الرذيلة، وأن يجعل منها مثار سخرية لدى الفسقة وبائعي المخدرات.

ولعل كثيراً من الروائيين والكتاب المعاصرين تناولوا الشخصية المسلمة بقليل من التشويه إرضاء لمذاهبهم الفكرية ، ولكن أن يأتي هذا من نجيب الكيلاني الذي حرص أن يقدم صورة مشرقة لعالم الدين في معظم أعماله الروائية فهذا ما يخالف منهجه وفلسفته. وفي نهاية هذه القصة رأينا هذا الشيخ الصوفي يقصم ظهره بالفضيحة نتيجة علاقته بنعاها ويلزم داره حتى يأتيه الموت.

والكيلاني بذلك أراد أن يشير إلي أهمية التحرر من أسر هذه الشخصيات التي تحتل مكانة عظيمة في نفوس الناس ، وهي- من وجهة نظره - شخصيات تمثل الخرافة والدجل. ولكن بالقدر نفسه قد تسهم مثل هذه الصور المشوهة في زعزعة الثقة بالشخصية المسلمة وتبرز حجم الخلاف بين المذاهب الإسلامية.

#### دراسة الشكل الفني:

أما من حيث الشكل الفني لقصص هذه المجموعة فإنها اتخذت أسلوباً لغوياً متميزاً ، فقد حافظ الكاتب علي اللغة العربية المبسطة الواضحة التي تكاد تخلو من الاستخدام الرمزي أو الأسطوري ، وإن كان هذا النوع من الاستخدام فيه إثراء للعمل الفني ، إلا أن نجيب الكيلاني وفي جميع أعماله القصصية والروائية مال لأسلوبه الخاص الذي أكثر ما يميزه الوضوح والسلامة اللغوية وفصاحة التعبير التي قد يتجاوز عنها -أحياناً - في الحوار، حتى يكون أقرب إلى شخصياته.

وقد تميزت لغته القصصية بعدد من السمات الفنية والأسلوبية البارزة نجلها فيما يلي:

\*العناية بالاستهلال والختام: تجد الكيلاني لا ينفق أي وقت للدخول مباشرة في قلب الحدث القصصي من غير مقدمات ، وهذا ما ينسجم ومنهج التكثيف والتركيب الذي سبقت الإشارة إليه والذي يعد من مقومات نجاح القصة القصيرة عند النقاد المحدثين (نوفل، د.ت، ص6-7)، مما يجعل القصة أكثر ترابطاً وعضوية تجد ذلك في عدد من استهلالاته مثل: استهلاله لقصة "قلب البطل" بهذه العبارة : "لماذا .. لماذا فعلت ذلك يا ابنتي؟.. تردد هذا السؤال في رأسه عشرات المرات وما زال ينبض به قلبه الحزين..." (الكيلاني، د.ت، ص5) فتجد الكاتب يضعك منذ الوهلة الأولى في قلب الحدث، ويأتي التخلص والختام أيضاً بصورة مكثفة موحية بالخروج من

الأزمة ويستخدم فيها أيضا أسلوب الاستفهام "ماذا لا تضحكون؟ لقد عادت المياه إلى مجاريها ،كنت أعيش تحت وطأة كابوس مزعج وأنت أعز أصدقائي..." (سابق، ص20) فنجد الكاتب تخلص بالطريقة نفسها التي اعتمد عليها في التكتيف والتركيـز في الاستهلال. ومن استهلالاته المكتفة أيضا في قصة مصرع الذئب: "من منا لم يعرف سعد بخيت؟ أطفال قريتنا والقرى المجاورة كانوا يرتعدون لمجرد ذكر اسمه" (سابق، ص38) ولكنه يختمها بطريقة يتدخل فيها الراوي بأسلوب مباشر ليكشف عن المغزى بقوله "مات سعد عندما استطاعت امرأة أن تصرع الخوف في قلبها...أرأيتم؟ امرأة شعرت بالمأساة الكبرى من خلال مأساتها الخاصة ، فعبرت عن إرادة التعساء" (سابق، ص50) ولعل هذا مما يعيبه نقاد القصة (هلال، د.ت، ص505).

#### \*التشبيه والبيان:

استخدم التشبه والصور البيانية استخداما وظيفيا يقوم مقام الشرح التفصيل مما ساعده في تكتيف أسلوبه وتركيزه. ولنستخرج جملة من هذه التشبيهات والاستعارات والكنائيات الدالة على ذلك:

"أبوه العجوز الكفيف ينتصب إلى جواره كعملاق برغم السنين الطويلة التي يحملها على كاهله" (الكيلاني، د.ت، ص141)

وشرعنا بظل ثقيل ينزاح عن قلوبنا (سابق، ص141)  
"صعد عبد السلام السلم الحجري الذي يتلوى كالأفعى، كان يلهث لهاثا ملحوظا... (سابق، ص143)

"دخل أبي في تلك الليلة وشمل الجميع بعيني صقر" (سابق، ص201)  
ويمكن القول أن الكيلاني من الناحية الفنية في استخدام اللغة القصصية استطاع أن يوفق فيما يدعو إليه النقد الحديث "من استعارة اللغة الشعرية الانفعالية العاطفية من الشعر ، حتى تكاد الفقرة أن تتحول إلى قصيدة نثرية أو سردية بما في ذلك من استغلال لموسيقى اللغة وبديهياتها" ويتمثل ذلك في: "التكتيف والإيجاز والتركيـز ، والميل إلى الإيحاء، وتداخل الضمائر(المتكلم، المخاطب، الغائب) والإكثار من النجوى الداخلية واستخدام الجمل القصار ، وتعدد مستويات اللغة والحوار، والاهتمام بالقصة الحوارية ، تعدد مستويات الخطاب بين الأفعال بأزمانها المختلفة والأقوال بتعدد قائلها والخواطر الداخلية والخارجية" (نوفل، د.ت، ص6-7).

ومن ابتداءاته التصويرية الرائعة التي عادة ما يفتح بها بعض قصصه هذا الابتداء في قصة رضوان والجنة : أعواد الذرة الخضراء تنتصب ساكنة وأوراقها العريضة تتدلي في كسل والنسمات الشحيحة توقفت تماما وحرارة الجو الشديدة تكاد تزهق الأرواح (وخضرة) جالسة علي جذع صفصافة تمتد أوراقها قرب سطح الماء ... (الكيلاني، د.ت، ص100) فقد استطاع أن يرسم لك البيئة التي تجري فيها أحداث القصة بلغة تصويرية بسيطة ورائعة.



أو كابتدائه في قصة الدفء وليالي الشتاء: "شتاء الريف بارد صامت ولنباح الكلاب نغمة ممطوطة حزينه تشبه إلى حد كبير أنين المتألمين ، وحفيف أوراق الأشجار الكبيرة التي تسور مبني المستشفى يتناهى إلى أدنى مكتظاً بالأسرار والرموز الخفية التي تثير في روعي الانتفاضات الغامضة ... " (سابق، ص110).

وقد جاء الحوار في قصص هذه المجموعة - في غالبه الأعم- مصاعاً بلغة فصيحة. كما يتميز باللغة التصويرية التي تصور الانفعالات والحالات النفسية والبيئة التي خبرها جيداً وقد صور بيئة الريف المصري وبيئة السجون وبيئة المخيمات واللاجئين. ففي قصة رضوان والجنة يوظف الحوار للكشف عن طبيعة وسلوك كل من رضوان وخضرة يجري على هذا النحو:

وهنفت خضرة في دعابة :

- فعلتها ياأسود الوجه

- فيم كنت تفكرين؟

- أفكر في الخواجة بني

- بني في عينك يا قليلة الأدب

- أيام حلوة يا رضوان

- يا قليلة الأدب ..الجاموسة جائعة.. والحمار يكاد يموت ..وتفكرين في الخواجة بني؟

\_ وأنت مالك؟

- أنا حرة

- امش هات للبهائم تأكل يا حمارة

- لا تضع يدك علي أحب الخواجة بني ما دخلك أنت؟

- أصلك يهودية بنت يهودي.

- اخرس قطع لسانك.

...إلخ (سابق، ص102-103)

ولعل الحوار لا يخلو من اللغة التصويرية المجسدة لأحوال الشخصيات وأخلاقها ، ففي قصة القافلة تجد حواراً بين أهل السجين والسجان بخصوص الزيارة يسير كما يلي :

والتقت القافلة بشرطي أسود السحنة ، ينبعث دخان سجارته الرفيعة في عصبية وهتف

الرجل المسكين :

- يا أفندي جئنا للزيارة .

قال الشرطي :

- عد من حيث أتيت.

قال ( عبد المولي) وقد خفق قلبه في فرع :

- أنت تمزح لاشك .. أم ترى هل أصاب (هلال) مكروه؟؟
  - موعد الزيارة انتهى يا رجل.
  - ماذا؟؟
  - كفي ثرثرة .. الزيارة في الثامنة صباحاً من كل يوم ما عدا الجمعة.
  - اعمل معروفاً يا أفندي
  - أنت رجل مجنون .. هناك شيء اسمه النظام .. شغل حكومة يا مغفل
  - النظام؟؟
  - نعم
  - لكن ألا ترحمون تائهاً غريباً ليس له خبرة بهذه الأمور ؟
  - انتهى .(47)(سابق, 274).
- فقد استطاع الكاتب أن يرسم صورة السجان من خلال أنفاس سيجارته وعصبيته وغلظته في الكلام وعدم توقيره للرجل الكبير المسكين الذي يستحق الشفقة فهذا المجتمع (مجتمع السجن) الذي لا رحمة فيه.
- ولعلك تلحظ أن الكاتب - من جهة أخرى - أجرى الحوار باللغة الفصيحة على لسان هذا الرجل الريفي البسيط الذي لا أتصور أن تخرج منه هذه العبارات المحكمة. وهذا مما يعيبه كثير من النقاد على كتاب القصة (نجم, 1996, ص99-100).
- من ناحية الأسلوب والبنية السردية للنصوص: تعددت أساليب القص في هذه المجموعة، وإن غلب عليها أسلوب السرد بضمير الغائب في عدد منها كما استطاع الكاتب أن يستخدم أدوات أخرى للتخفيف من الرتابة السردية بضمير الغائب العالم بكل شيء ، كالاستهلال في أول جملة سردية بالاستفهام بدلاً من الاستهلال التقليدي بكان وذلك كاستهلاله في قصة قلب البطل لماذا.. لماذا فعلت ذلك يا ابنتي" أو استهلاله لقصة مصرع الذئب بقوله "من منا لم يكن يعرف سعد بخيت" أو الاستهلال بالنفي كما في قصة (السماء الزرقاء): "لا يمكن أن يكون الحب أعمى دائماً" أو النفي مثل المستهل في قصة ست بنات "لم يستطع الأستاذ سيد لطفي...أو كاستهلاله بالجملة الإسمية بدلاً عن الجملة الفعلية الخبرية عندما يعمد إلى رسم الفضاء المكاني للسرد الحكائي وذلك في عدد من استهلالاته كما في قصة (المهاجرون) التي استهلها بقوله: "حارتنا ضيقة مليئة بالأتربة وأكوام القمامة والروث وبيوتها قميئة كالحة وأعواد الحطب الجافة تمد أذرعها من فوق الأسطح لتظلل الجزء الأكبر من الحارة وكان غريباً أن نغد عليها عربة نظيفة..."

• كذلك نجد استخدام أسلوب الحكاية بضمير المتكلم في عدد من القصص منها (أنين السواقي، أحلام امرأة، الغرياء، والبحث عن منى) وله قصة واحدة وهي (مذكرات لاجئة) جاءت عبر أسلوب المذكرات أو الرسائل ولا نجد في قصص هذه المجموعة استخداماً لأسلوب تيار الوعي وهو أسلوب حديث عرفه الروائيون والقصاص في جيله وقبله بقليل أمثال نجيب محفوظ وغيرهم، إلا أن الرجل لم يكذب باستخدامه في قصص هذه المجموعة إلا في حوار النفس الذي يرد ضمن القصة ولكنه لا يمثل أسلوبها العام نجد مثل هذا الاستخدام في أول قصة في المجموعة هي قصة (قلب البطل) عندما علم عبد العاطي بالمأساة التي صنعتها ابنته سعاد أخذ يتمتم :

- سوف أخرج إليك يا سعاد .. وسأعرف كيف أقطع مخالب الذئب وأهشم رأسه .

كان يعرف الطريق إلي بيته .. وكيف ينال العفو عن باقي مدة العقوبة .. إن لديه أسراراً تزعج القصر والحكومة سبب هذه الأسرار .. لكنها الخيانة يا هلال (ليكن) إنك بذلك تحكم بالإعدام علي الذكريات الحلوة .. ذكريات الكفاح .. (ليكن) ستتحول يا هلال من بطل له ماض عريق إلي أجبر حقير .. فانفض جسده وصرخ كمجنون ( ليكن ) (الكيلاني، د.ت، ص50).

وهذا نوع من استخدام المونولوج أو الحوار الداخلي، يجريه الكيلاني أثناء استخدامه لضمير الغائب العالم بكل شيء.

ولعل في هذا التنوع والانتقال من أسلوب إلي آخر نوع من كسر رتابة الأسلوب الواحد خاصة وأن أسلوب السرد المباشر أكثر الأساليب القصصية رتابة، وأعتقد أنه قد نال هذه الغاية.

\*أما من حيث الحكمة والصراع في قصص هذه المجموعة ومدى صحة تسمية قصص هذه المجموعة بالقصص القصيرة فإني أرى أنها جميعاً قصص قصيرة دارت حول حادثة واحدة أو شخصية واحدة.

وإنها ذات حبكة متماسكة عادة ما تنتهي بفتح نافذة أمل - كما أشرنا - وعنصر الصراع موجود في أغلب هذه القصص فعادة ما تكون إلي جانب الشخصية الرئيسية شخصية جانبية تمثل عنصر الصراع إلا أنك قد لا تكاد تحسه في بعض القصص كقصة (التضحية) (سابق، ص191) التي تواجهك فيها شخصية المهندس عبده أسامة وهو ينهب الأرض بالقطار ليلحق بأمه المريضة والتي لم يرها منذ أربعة أشهر وعندما يصل يجد أنها قد ماتت ، فهذه قصة عادية تقع في حياتنا اليومية يقل فيها الصراع وعنصر الخيال .. وقد حدثت فعلاً لكثير من الناس الذين نعرفهم أو لا نعرفهم.

\*شعرية المكان: ويقصد بها جملة القيم الرمزية المرتبطة بالمناظر التي تتاح لرؤية السارد أو الشخصيات سواء في أماكن إقامتهم كالبيت والغرف المغلقة أو في الأماكن المنفتحة الخفية أو الظاهرة المركزية أو الهامشية، وغيرها ... "بيد أن الفضاء الروائي مثل المكونات

الأخرى للسرد لا يوجد إلا من خلال اللغة فهو فضاء لفظي بامتياز ويختلف عن الفضاءات الخاصة بالسينما والمسرح، أي عن كل الأماكن التي ندركها بالبصر أو السمع، إنه فضاء لا يوجد سوى من خلال الكلمات المطبوعة في الكتاب..." (البحراوى، 1990، ص 25)

وبطبيعة الأسلوبية التي انتهجها الكيلاني في هذه المجموعة فقد جاء تحديد المكان بصورة مكثفة ومركزة وبصورة موحية وقادرة على رسمه بدقة في ذهن القارئ وقد يطالعك بوصف المكان بأسلوبه الشعري منذ الاستهلال كما في قصة "رضوان والجنة" أو "يوم الفرح" "كان يسير في شارع المدينة الكبير دون أن يعبا بضجيج العريات ، أو الهرج الذي يثيره الفتيان من حوله" (الكيلاني، د.ت، ص 157) وهو فضاء مفتوح ، كما تجد نماذج أخرى للفضاء المغلق كما في "قصة اليقظة" فيصف المكان بقواه: "صعد عبد الجواد السلم الحجري الذي يتلوى كالأفعى كان يلهث لهاثا مجنوننا وجبينه الأسمر الشاحب ينقصد عرفا وبعد أن بلغ السطح فوق الدور السادس لفحت وجهه المنهك المندى نسمة عابرة فأشاعت في كيانه انتعاشة خفيفة.." (سابق، ص 143).

\*الزمن: تأتي أهمية الزمن في العمل القصصي" من حيث أن البحث في المستقبل يبدأ من الماضي ويمتد إلى المضارع قبل أن يصل في نهاية الخط المتصل إلى المستقبل من جديد" (عبد الغنى، 1999، ص 150) لأجل هذه الأهمية أولى الكيلاني الزمن عناية خاصة في بنائه السردية وكثيرا ما يفتح القصة بالتحديد الزماني لما يترتب عليه واقع داخل القصة ومن مآلات في خواتيمها وأهم صفة التحديد الزماني في قصص هذه المجموعة هو التركيز والتكثيف الموحى بالغرض، فمن تحديده الزمنية الموجزة في مطالع قصصه:

\*"حدث ذلك منذ عشرين عاما " في مطلع قصة الغرياء.

\* حدث ذلك منذ خمسين عاما" في مطلع قصة أنين السواقي.

\*"الخميس: جميع اللاجئين في معسكر البريج هنا يحسدونني" مطلع مذكرات لاجئة.

\*"لم يكن غيش الليل قد تبدد بعد..." مطلع قصة القافلة.

\*"في ليلة من الليالي التي أغفلها التاريخ..." مطلع قصة الملك الضليل.

\*"كانت الساعة قد قاربت الرابعة بعد الظهر" مطلع قصة قرص ثلاث مرات يوميا.

\* التحديد الزماني بمكان والفعل الماضي وهو أسلوب تقليدي.

\* التحديد الزماني بالفعل المضارع. يقولون عن عبد الله إنه رجل طيب"... القافلة تسير والدنيا تتغير ولا مكان لك فيها" قصة رجل على الله.

ويمكن أن نخلص إلى أنه على الرغم من وجود بعض الهنات الفنية البسيطة في بعض قصص المجموعة إلا أن قصص المجموعة في غالبها الأعم حققت الشكل الفني المطلوب فتوفر لها الأسلوب الفني الخاص والتكنيك الفني المتمثل في الحكمة وأسلوب العرض مما يمكننا من القول: إن نجيب الكيلاني في قصص هذه المجموعة استطاع أن يحقق الشكل الفني المطلوب.

## الخاتمة:

وُفق الكيلاني في اختيار العنوان المناسب لهذه المجموعة باعتباره يمثل فضاء أو بهواً للمعنى فصفة الرحيل بدلالاتها وظلالها الحسية والمعنوية كانت حاضرة في قصص المجموعة ككل.

كما استطاع الكيلاني في هذه المجموعة أن يعبر عن روح مجتمعه الذي يعيش فيه والمتمثل في الريف المصري من جانب ، ومن جانب آخر استطاع أن يعبر عن حياة بعض المجموعات المسلمة التي تعاني ظروفًا اجتماعية شديدة التعقيد كما هو حال اللاجئين الفلسطينيين وهو في تناوله لهذه القضايا الاجتماعية قد اتبع في معالجتها منهجية الواقعية الإسلامية هذه المنهجية التي سمحت له بإبراز الخير والشر متجاوزان ومتصارعان دوماً ولا مجال لليأس والقنوط والرؤية السوداوية للحياة فمهما طال الليل فلا بد أن ينجلي ومهما تمكن الظلم واستعلى فلا بد له من نهاية.

وبهذه المنهجية استطاع أن يبث روح التفاؤل واليجابية في شخصياته القصصية فجد أغلب الشخصيات في هذه المجموعة استطاعت أن تستعلي على جراحاتها، أو تقدم نموذجاً في الإيجابية وعدم السلبية وهذا ما تحتاجه أمتنا الإسلامية في هذا العصر الحديث الذي رأى فيه الكثيرون أن دورة الإسلام قد انتهت ولا بد من اللحاق بركب الحضارة الغربية وإلا سنعيش في تخلف وذل ولكن الكيلاني بما يطرحه من نماذج بشرية يؤكد أن للشخصية المسلمة خاصية الإيمان بالغد المشرق الجميل والذي يتطلب منا فقط الإيجابية وعدم السلبية.

كما استطاع الكيلاني أن يحقق لقصصه الشكل الفني المطلوب مستعيناً في ذلك بالغة العربية البسيطة والصحيحة مع السلامة من التعقيد والغموض والبعد عن الاستخدام الرمزي والأسطوري كما استطاع أن يحقق لقصصه التركيز والتكثيف المطلوب في القصة القصيرة. من حيث السرد اتكأ كثيراً على أسلوب السرد المباشر عن طريق ضمير الغائب ولكنه استطاع أن يخفف من رتابته بالحوار الذي عادة ما يطور القصة ويوحى بما سيطراً من أحداث. لم يعتمد الكيلاني كثيراً في حيكته ذات الطبيعة المتماسكة على القدر كحيلة فنية بل استطاع أن يبرر تطور الأحداث بصورة فنية جيدة عدا بعض الأحداث النادرة التي بررها بطريقة قدرية.

وعنصر الصراع موجود في أغلب القصص فعادة ما تكون إلى جانب الشخصية الرئيسية شخصية جانبية تمثل عنصر الصراع إلا أنك قد لا تكاد تحسه في بعضها مثل قصة (تضحية) التي يقل فيها الصراع وعنصر الخيال.

وعلى الرغم من وجود مثل هذه الهنات الفنية إلا أنها نادرة ولا تمثل ظاهرة في أسلوبه تمكننا من الحكم عليه ، بل الظاهرة العامة في أغلب قصص المجموعة أنها حققت الشكل الفني

المطلوب، فتوفرت على أسلوب فني خاص وتكنيك فني تمثل في الحبكة المتماسكة وأسلوب العرض الجيد ، مما يمكننا من القول أن نجيب الكيلاني نجح فنيا في قصص هذه المجموعة.

#### المراجع والمصادر:

- (1) العربي، عبد الله صالح ،مقال بعنوان "نجيب الكيلاني في رحلته الروائية"، مجلة الأدب الإسلامي العددان التاسع والعاشر، ص29 ، وانظر عبد الغفار الحسن محمد، القصة عند نجيب الكيلاني دراسة نقدية تحليلية ، (دكتوراه 2003مخطوط) مكتبة جامعة أم درمان الإسلامية السودان، ص167-178
- (2) الندوي ، أبو الحسن ، مجلة الأدب الإسلامي ، السنة الثالثة العددان ، التاسع والعاشر، رجب ذو الحجة 1416هـ ، ص3
- (3) القاود ، حلمي محمد ، الواقعية الإسلامية في روايات نجيب الكيلاني، الطبعة الأولى، دار البشير عمان الأردن 1416هـ-1996م ، ص15-17.
- (4) هلال ، محمد غنيمي ، الأدب المقارن ، دار نهضة مصر للطبع والنشر القاهرة د.ت ص381، وانظر عبد الباسط بدر، مذاهب الأدب العربي- رؤية إسلامية ، منشورات لجنة مكتبة البيت وشركة الشعاع للنشر ، الكويت، 1405هـ-1985م، ص54.
- (5) ابتداء من جماعة الديوان والمهجريين المتأثرين بالرومانسية مرورا بالواقعيين الاشتراكيين والوجوديين وانتهاء بالحداثيين.
- (6) عيد، رجاء ، القول الشعري ، منظورات معاصرة ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، د.ت ص9-12
- (7) الكيلاني ، نجيب ، عند الرحيل ، مؤسسة الرسالة (د.ت) ص 251
- (8) مجلة الأدب الإسلامي، العددان التاسع والعاشر ، رجب ذو الحجة 1416هـ، ص65
- (9) نوفل، يوسف حسن ، القصة بعد جيل نجيب محفوظ، دار المعارف القاهرة2000م، ص109
- (10) نجم ، محمد يوسف ، فن القصة، دار صادر، ط1، سنة 1996م، ص97 وانظر محمد غنيمي هلال، النقد الأدبي الحديث، نهضة مصر ، د.ت، ص516 وص527
- (11) البحراوي ، حسن ، بنية الشكل الروائي، المركز الثقافي العربي ، بيروت، ط1 ، سنة 1990م ، ص20(بتصرف)
- (12) هلال ، محمد غنيمي ، النقد الأدبي الحديث، ص505
- (13) عبد الغنى، مصطفى ، قضايا الرواية العربية، الدار المصرية اللبنانية، ط1 ، سنة 1999م ص150.

## حوار الثقافات في ديوان "سيناريو اليابسة" للشاعر عاطف خيرى

د. فؤاد شيخ الدين عطا

أ. مشارك. قسم اللغة العربية

كلية الآداب جامعة الخرطوم

### Abstract:

This research tackles the humanitarian aspects of the intercultural dialogue in Aatif khairi poetry , especially in his collection [(Sinaru al-yabisa) = (the dry land's scenario)]

The researcher found out that, the collection's texts are marked by its reference to the heritage, the adoption of the method modernist (The Stylistic Displacement), and the depth of poetic images, as well as the cultural diodes.

### مقدمة :

ليس من اليسير دراسة عمل فني في مستوى "سيناريو اليابسة" ليس فقط لتمييزه ، بل لجدته وطرافته أيضاً. فقد اعتمد الشاعر في بنائه على جملة من أدوات التشكيل الشعري الحديثة، ابتداء باستعمال لغة اللادلالة "التفجير التي تتمثل في تحطيم المستوى الأفقي القائم على مجاورات الألفاظ لإنتاج الدلالة، والإبقاء على المستوى الرأسي (قاسم، 1992، ص13) فجاءت نصوصه عميقة مكتنزة بالدلالات تعطي لكل قارئ مقتدر معنى مغايراً. كما أن الفن الأصيل . وشعر عاطف منه لا شك . يتخلق عادةً في ظروف استثنائية، فيكون المبدع نصف واعٍ (عبد اللطيف، 1416، ص37) إن لم يكن خارج الوعي مطلقاً. وليس من المغالاة أن نقول إن ظاهرة فقدان الوعي لدى الفنان ظاهرة قديمة في التراث الإنساني، أو في تراث الشعر العربي على أقل تقدير، يدلّ على هذا ما يروي من أنّ الفرزدق رُبما تأبى عليه بيت شعر واحد مهما حاوله واعياً. على حين تنتال عليه القوافي أحياناً من حيث لا يحتسب (الجاحظ، ص45).

فضلاً عن أنه لا توجد - حسب علمي - دراسات منهجية سابقة في الشعر الدارجي السوداني تستهدي بما استجد من نظريات حديثة في النقد أو في تحليل الخطاب. على أني سأخلط في هذه الدراسة بين منهجين في النقد قل أن يلتقيا : المنهج البنيوي الذي ينتصر لسلطة النص، والمنهج التأويلي الذي يعطي للقارئ سلطة مطلقة.

قدم الشاعر عاطف خيرى في "سيناريو اليابسة" صوراً شعرية متباينة في درجات الحساسية والغموض، ولكنها في مجملها صور رشيقة، وإن بدت متباعدة أو مشتتة لأنها وثابة ومنفلتة بسبب من طبيعة تشكيلها، وربما بسبب من تباين المواقف النفسية ، أو لاختلاف درجات الحساسية تجاه الأشياء والقضايا والمواقف.

## الالتكاء على التراث :

عالج الشاعر قضايا التراث وحشد مواقف وصوره بحساسية وعمق. ونظن أن التسليم بنرجسية الشاعر مدخل أساسي لفهم طبيعة تشكيله :

أنا ليه؟

تجيني الموية حفيانة  
وادنقر ألبسا  
في شبط أخضر  
أبيت مبلول

أصلح في رباط(خيرى،2006، ص50)

وتبدو درجة أعلى من النرجسية عندما يفترض الشاعر أن "شبابيك البيوت" و"الناس البساط" و "النخل في السكة" يفترض أن كل هؤلاء في انتظاره :

أنا ليه؟

شبابيك البيوت الواجمة والناس البساط  
وليه بيرجاني النخل في السكة  
يفتح قلبي خمارة وخلوي  
وبيت بكا(نفسه ، ص51)

الجملة الشعرية الأخيرة واضحة الدلالة النرجسية! ولعل علاقة النخل بالخمارة والخلوي وبيت البكا تدل على محيط ثقافي محدد، ولا بقاء لمجموعة الملامح الثقافية تلك في غياب النخل الذي يرتبط بكثير من أنماط السلوك والثقافة وربما الحياة على اختلاف وجوها في بلاد النخيل. من النرجسية كذلك ما يبدو من رفض الشاعر. ظاهرياً على الأقل - لبعض الأشكال الموروثة من قديم الناس، فضلاً عن إشاراته إلى المقدرات الذاتية التي هي إشارة بالضرورة إلى قيم الذات ربما بشكل جديد :

ما تتضاري ورا الدعوات  
ما تتلبسي فرح الفات  
يسكن فيك النغم الزايف

ويسرق حاسة شوفنا الواقعة على رجلين جوان(نفسه، ص18).

الإحساس هو الموروث نفسه، بل هو في شكله الجديد يقف علي رجلين . في الأعماق بعد أن لفظ الشكل القديم في دلالة واضحة على اتصال الشاعر بالتراث مادياً ومعنوياً. على أن نظرة الشاعر للتراث تتسم . فيما يبدو . بالشمولية والحساسية جميعاً فهي تتجاوز تراث مجموعة أو مجموعات بعينها إلى التراث الإنساني الفسيح، فلا حاجة عنده إلى تعريف ثقافي محدد لمجموعة



من الناس، أو حتى وجهة حضارية قاطعة، ولا يهم مدى قربنا المكاني من الشمس أو بعدنا عنها، فليست في المسافة المكانية ما يدل على طبائع الأشياء أو حقائقها :

مين القال

إنو المسافة البينا بين الشمس طاقة

أو مياه النيل بتدخل في عروق السنبله المروية

بي عرق الجعانيين والمساهرين بالبطاقة(نفسه، ص22).

هل هذه دعوة إلى تقرب الشفة بين الثقافات؟ لبت عروق الثقافة كانت في شفاية عروق السنبله فلا يحتاج الناس إلى بطاقات ثقافية قد لا تخلو من زيف.

من تلك النظرة الواعية لتراث الإنسان لدى عاطف تنتشر صور التراث في سيناريو اليابسة بألوان مختلفة وأبعاد تاريخية وثقافية متباينة بلا مراعاة للترتيب الزمني ولا أهمية الأحداث، حسب تداعي الصور والمواقف، ولذلك لم يتحرج . مثلاً . من تقديم صورة الباشبوزق على صور أخرى في النص أكثر أهمية :

لو هز نخلك باشبوزق

ما فارق التمر السبيط

وما ساور الطورية شك

إنو الأرض أنثى و بتحمل بالحلال (نفسه، ص23).

أليس هذا تناصاً(عكسياً) مع الروايات المتصلة بمظالم الباشبوزق؟ فما أثر عن الباشبوزق من شدة وقساوة يحمل على الظن بأن التمر كان يفارق السبيط على زمانهم بمجرد رؤيتهم، وأن الطورية كانت تشك في أنوثة الأرض وشرفها لطول ما أجدبت بسبب الظلم والعدوان! ألم يكن ريعها يذهب إلى أولياء الباشبوزق وغيرهم من مجاهيل الأفاق؟

وقد يتخذ الشاعر من محطات التراث معالم يهتدى بها :

وطشينا

لولا جرح في ضفر السما

من مريم العذرا(خيرى،2006، ص26).

الانزياح الأسلوبى :

وتتداعى صور أخرى بين الهدهد ونوح واليابسة يغوص الشاعر من خلالها في الغرائبية والانحراف في الأسلوب :

يبلغ من الطول مسافة يشتهي الغرقان شهيق

لونو زي سرك تكلمبو الصديق

أمو تتوحم على طين البحر

قبال تقابل والدو صدفة على الطريق

عمرو ستة شهور حلم

إنو الأرض مسجونة في موية

وكل الناس مراكبية (نفسه، ص48).

ما هذا اللون الذي يشبه بالسر لا يطلع عليه غير الصديق؟ لعله الغموض الذي يلح على الخيال عندما يحاول تصور شخصيات التاريخ البعيد أو الشخصيات المقدسة . ولا يخرج الخيال من هذا الغموض إلا صورة الأم التي " تتوحم " بطين البحر . وقد خلق منه أبوه من قبل . وحلمه المبكر بالطوفان الذي صار كالسجن للأرض . على أن الغموض في المفهوم الحدائثي من العناصر الأساسية في البناء الفني للشعر : ليس من الضروري لكي نستمتع بالشعر أن ندرك معناه إدراكاً شاملاً . بل لعل مثل هذا الإدراك يفقدنا هذه المتعة . ذلك أن الغموض هو أساس الرغبة بالمعرفة (أدونيس 1986، ص21) وغير بعيد من هذا ما ذهب إليه ابن رشيق من أن الإيحاء في شعر الهجاء أفضل من التصريح لاتساع الظن(ابن رشيق، 1955، ص172) غير أن الغموض عند عاطف خيري لا ينتج . غالباً . نصاً عصي الفهم وإنما ينتج تعدداً في قراءة النص وفهمه .

نعود إلى حديث التراث فنقول إن ذاكرة التراث عند عاطف خيري تختزل . كذلك . مواقف الشر

والضعف عند البشر :

مرت مراكب نوح محملة بالملوك

ركعت على الموج الجنود

من كل جندي تفوح ضحية

ودم مشتت في الأبد (خيري، 2006، ص51).

هذا كتصوير أبي تمام لفرحة المعتصم ونشوة النصر عنده وعند جنوده مقابل النذل الذي أصاب عمورية وأهلها وما ارتسم على خدود الحسان من مشاعر متباينة : الحياء والخوف والرغبة والأسى، وهل تقع حرب أو يتم فتح أو استعمار إلا كان خصماً على القيم الإنسانية؟ :

سماجة غنيت منا العيون بها عن كل حسن بدا أو منظر عجب

وحسن منقلب تبدو عواقبه جاءت بشاشته عن سوء منقلب(التبريزي، ص57)

ولأمر ما عُد أبو تمام من كبار شعراء العربية . ويكاد لسان حال عمورية وخراندها يقول :

مين يشتريني من الملوك الخايدة في الدم القديم؟ (خيري، 2006، ص54).

**تكثيف الصور الشعرية :**

يتمثل الشاعر تلك الصور بقوة وعمق ويحسن تشكيلها ونسج ظللها :

جاتنا القوافل بالضجيج

جرتنا من حلبة رقيص  
ورتنا كيف صلبوا المسيح  
كيف كتلوا الحسين ويكينا أكثر منها  
ساقتنا في الآخر عبيد  
مين يشتريني من الملوك الخايدة في الدم القديم (خيرى، 2006، ص54).  
يتصل بالتراث . وربما بتراث النيل خاصة . قوله :  
نكر صوتك صدك  
غالطني الزمن فيك (نفسه، ص6).

هل يرمز الصدى إلى ضعف الوجود الحضاري لحاضر بلادنا؟ فالصوت إذن هو صوت التاريخ يتخلق من حضارات النيل. على أنه ينكر هذا الصدى الفاتر الذي لا يعبر عنه ولا عن تاريخه. صوت لا يكاد يطل على عالم الأحياء إلا على استحياء، حتى صار الزمن الراهن يشكك في مصداقية التاريخ ويغالط في حقائقه :

نكر صوتك صدك  
غالطني الزمن فيك  
شهرت على الجفاف وعدك  
بطاقتنا الخريفية  
ورجع فاضي الكلام مليون (نفسه، ص7).  
ولئن كانت أمجاد الأمم التاريخية حاضراً مشرقاً أو وعداً بغدٍ أفضل، فإن بلاد الشاعر بماضيها العريض لا تعده إلا ببعض "بطاقات خريفية" ليس فيها سوى الرمز، بعد أن أفرغت من دلالات الانتماء والوجود معاً. فلم لا يرجع . والحال هذه . "فاضي الكلام مليون"؟  
ويبدو أن الشاعر لا يعدم . على فترات متباعدة . بعض مظاهر الحياة مما يعطيه بعض الثقة في تاريخه ، والأمل . وإن بدا ضعيفاً . في غده :

عرف صوتك صدك  
غنيت  
رشحت حلقك لي إذاعات الشجر  
والمنتظر من عودة المدعو المطر  
للمسابير والطنابير  
واللسة في رحم القصيد  
والدابو حس وفي سوق عكاظ(نفسه، ص7)

ويكاد هذا الأمل يتبدد مرة أخرى عندما يعود الشارع الثقافي إلى الوراء ويتكرر لروافده كأنما يريد أن يسير بلا قانون ولا رؤية :

وانتباهك إنت للشارع البيرجع

تاني لي نقطة بدايتو

وانحيازك إنت للشارع البيرشح

من مسام رملو التوقع

وما اتعرف قانون بدايتو وغايتو

امشي في الدرب البطابق فيه خطوك

صوت حوافرك(خيري،2006، ص7)

هذا وعي طال انتظارنا له ، فلو وزن "الشارع الثقافي" إيقاعياً بين خطوه وبين صوت حوافره لانتفى الحديث . منذ زمن بعيد . عن أزمة الثقافة. تلك الموازنة كانت كفيلة . ربما . بأن تروض الخيول "الثقافات" المتباينة الجامعة في مختلف الاتجاهات ، المتشردمة في عناد، المستعصية تساكُن أوابد الخلاء :

يا فرس كل القبيلة تلجمو

يكسر قناعاتنا ويفر

يسكن مع البدو في الخلا

ما يرضى غير الريح تجادلو وتقنعو(نفسه، ص8)

والخوف - كل الخوف - أن تذهب تلك "الريح" بالكيان الثقافي المتوتر ابتداء، القائم على الازدواجية.

#### الثنائيات الثقافية :

اقترحتك لون أساسي

يمنح اللوحة ازدواجية القرابة

يفتح الضو بين خطوط الريشة والخط الإضافي

الجايي من شبكية الزول المشاهد(نفسه، ص8)

وهو كيان قائم على غير واحد من الألوان التي تشكل مجتمعة "ازدواجية القرابة". غير أن هذا "الخط الإضافي" يطمع في أن ينال فوق ما يستحق من الواقع ومن كسب التاريخ. ولكن يبقى الحلم بالتمازج في كيان معافى :

المارق منك

داخل جرح الوردة

وراسم فوقا غناوى الطل

المارق منك

رجع للغابات الزنج الهاربة

وللعمور العرب العاربة

وأدى الكون مفتاح الحل (نفسه، ص9).

ويتحدد الحوار " المتناقفة" بين اللونين . الأساسيين . مع تباين درجات الرغبة لدى كلٍ .  
وفي اتفاق هذين اللونين . عند الشاعر . الخلاص و"مفتاح الحل". غير أن اللون الأبيض(الخط  
الإضافي!) يرى لنفسه ميزة على سائر الألوان،فهو يرفض التمازج ويريد أن يهيمن على سائر  
الألوان ، لذا طال سفره حتى كل:

قال الأبيض للأزرق :

يبقى ضد الانتباه

وضد تواريخ التمازج بيني وبينك

البشوفك في مرافقة الخرائط

وفينا من وجع المسافرين

وأطمة ما لاقت هوية (نفسه، ص21)

هذا البيت الأخير هو مفتاح فهم الديوان، وفكرته تهيمن على أجواء معظم النصوص في  
الديوان. طال سفر الأزرق كذلك، ولكن هذا السفر يروق له ما دام في سبيل التمازج.فضلاً عن  
أنه لم يتعرض لما تعرض له الأبيض من عوائق :

رد الأزرق :

مطرالحبش

لو كان نبش

جواك سقف

وهذ حيلك في الدواخل

وشد عصبك في المداخل

صوت مراكبي

وإبد بتسأل في القمح

وفينا من فرح المسافرين

قصة الشمس القضية (خيري،2006، ص21).

"فرح المسافرين" ههنا يقابل "وجع المسافرين" هناك . سبب الوجد "أطمة ما لاقت هوية"  
وههنا فرح وأمل في النهوض ومناطحة الشمس.

وكأن الأزرق يشكك في جدوى "مناقفة" الأبيض، وفي أهليته لما له من تاريخ في الحوار السالب. أن الألوان أن يتنحى ويخلي الطريق للآخر الموروث المعروف . أو هكذا يرى نفسه . بلينه ومدخله الرقيقة :

يا أعشاب النيل الأبيض

ما تتضاري ورا الدعوات

أقرا تاريخك أخاف

أسأل جبين الفجر

ألقي الفجر مطعون في القفا

هل سافرت في دمك المحقون رجا حبة غضب

ما شلنا جمرك وانطفأ

جوانا نارك والمطر (نفسه ،ص21)

هل صحيح أن "الجمر انطفأ"؟ لا يبدو الأمر على هذا النحو بدليل عودة الحديث عن احتشاده في الحضور وغياب الوعي التاريخي . ولكنه على كل حال يحتاج إلى قراءة جديدة تعترف بكل الألوان، ليس فقط باللون المحتشد . عنوة . في الحضور :

خليني أقرأك مرة صاح

عكس احتشادك في الحضور

هل غاب معاك وعي الطريق

أم بيك زكاني الزمن

ماشيك وعارفك يا حريق

في يوم غماماتك بجن (نفسه، ص35).

ويبقى العنصر الأساسي . كما يظن بنفسه . في الظل والحجاب بظلاله التاريخية الحية، ولا يظهر منه سوى أغنيات حزينة :

فرهد غيابك أغنيات

ظلت أراضي اللقيا بور

وبلقاكي يا كل الطيور

مسجونة والحرية سور (خيرى، 2006، ص35)

هذا حلمه بعناق الآخر الذي يرفض اللقيا :

تعال

ما بجيك

وفي حزن كل المسافات سكتين

وفي ضهر كل المشاوير خنجرين  
وفي خيال خيلك وتد(نفسه، ص13)  
هل هو الخوف أم الاستعلاء؟ على أن العنصر الأول لا يزال حريصاً على اللقاء :

يا عاق

نهرين في دمك للصحراء

وبلدين في نهرك يا ولدي

أحزانك جواك لبلاب

وأفراحك في كفي تبليدي

شقيش تتكسر لقطتك

دسينك منك لي بكرة(نفسه، ص24)

ولكنه لا يستجيب لا باللين ولا بالشدة، بل يصر على تمتين الحواجز وتكبير المسافات بينهما :

للقلب مشواركم

بابين وشباك مرحلي

وهامش

عجيب أمر هذا الأزرق الذي يجمع بين الحدة والهدوء، وبين الأصالة والرغبة المجنونة في

اللقاء:

يا محبوب

كم عام من رغبة

وانت تأجل بيناتنا تساب

كم عام اتعلق في كتف السكة

نلقاك نيزك في رحم الكون مبذول

للحمى والدوران وصلنا

نلقاك قطار يحدث صمت القرية

بالضجة وريحة الغرية(نفسه، ص25)

هذه من الصور المبهمة في الديوان، حيث لا رابط مادياً ولا معنوياً . فيما نرى . بين المفردات

المكونة للصورة.

الغرية الروحية :

يظلّ الشعور بالغربة مسيطراً على الأبيض ما دام يسئ الظن بالآخرين وبأدوارهم

التاريخية التي في حجم النيل . ويبدو أن بقية الألوان متدافعة للتمازج والانصهار بأمل كبير، نحو

قراءة جديدة واعية ومؤمنة بأقدار التاريخ :

بلقاكي بيناتنا الثبات

بيناتنا شمس البكرة في لحظة مخاض

طول الوجع رشح مواطن العافية فيك

خلاني أرجع وابنديك

واقراك من كل الجهات(خيرى، 2006، ص35)

ويبدو أن الشعور بالغرابة . المتجذر في أعماق الأبيض . يصيب إحساس الشاعر، حتى يخيل

إلى القارئ أن "سيناريو اليايسة" مبنية على فكرة الغربة :

اتلفت لقيتتي براي

صحبتك

اتونسنا عن الموت

والفكرة الفي الغيب(نفسه، ص15)

من سبل الموت . عند الشاعر . السفر، ففي كليهما معنى الغربة :

ما تسافر

هدت فيك السكة وشجر الشوك

الموت أدك بس اسمو

بتفتش ليه عنوانه(نفسه، ص16)

هنا يتحول السفر . بعد أن كان من سبل الموت . إلى شكل من أشكال الموت، وإن كان كلاهما

غربة وغيبوبة وتغيب. ولا يزال الشاعر على خوف من السبيلين :

داكن ملمس الغيبوبة

لاكين كان قريب جداً

اتلفت ما لاقيت سوى حزمة حبال صوتية

ناولتو

رتق جرحو ونهض

ربت فوق جراحي وقال

مواعيدك قيامة الطين(نفسه، ص34)

وهنا فراق وغربة أبدية ، لذلك يخشى . حتى . مكونات حياته ومفردات البيئة التي يحيا

فيها : "المآتم" و"آذان المغارب" وشبابيك الحبيبة" كلها توحى له بالضياع، وربما وصفته

بالغريب! أم ذلك أمر توهمه؟

بلاد أنجبتني وقالت غريب

بلاد أنجبتني



عطشت وسقتني

ورحت ولقتني (خيري ، 2006، ص30)

مسحة الحزن هنا واضحة، الحزن لشعور الغربة، أو لوصف بلاده له بالغريب. ذلك الشعور الذي ينتقل بخيال الشاعر إلى قبر الحبيب فيتصوره ضيقاً مظلاماً رغم تصويره الشفاف لصاحبه. الحبيب نفسه عاش في الدنيا غريباً بعيد الأمل، يحلم بقبر في سعة وطنه الممتد الذي ما جنى منه سوى غربة الروح :

قبر الحبيب ضيق

كتمة وضلمة

لكنو مات بحلم

تبقى القبور أوسع

أوسع شبه وطنو

وأنا شففتو ساعة مات

ماسك طرف كفنو

طرز عليه منديل

منديل لمن دفنو (نفسه، ص31)

هذا المنديل المطرز هو هديته لمن يدفنه ويرিحه من غربة الدنيا، غير أن غربة الموت صارت أشد عليه من غربة الحياة :

سألتو قول يا حبيب

هل في الممات جمّة

دنقر لمحت الشيب

فوق حاجبو انلم

قال : الحياة أحدى

والموت؟

وجع كاتمو

بس قلتو لي الله (نفسه، ص31-32)

هكذا أوحى له حبيبه بغربة الموت، فهل يستكين لغربة الحياة؟ لا حيلة له وقد أصبح لا يرى سواها وسوى نفسه :

يا غربة نحن مشينا وين

من طلعتك نخلة هواي

مديت أصابعي على المدين

فتحت ما شايف سواي(خيرى ،2006، ص61)

ليس هذا امتداداً لمظاهر النرجسية وصورها في الديوان، ولكنه لا يرى سوى نفسه "تغريباً". مسكين هذا الشاعر الغريب عن دنياه، بل حتى عن نفسه. حتى شعره الذي يعلل به نفسه مهدد بالمصادرة كلما أضاف الليل "نجمة" في كتف العسس :

تفتحي أطلس الخوف

كلما الليل زاد نجمة في كتف العسس

جرت العصافير المطار

دخل الشعر وكر المباشرة(نفسه، ص64)

الليل "ملك الظلام" هو المسئول إذاً عن نقشي العسس/العسكر، وعن هجرة العصافير! حتى وإن لم يصادروا شعره جردوه من "الشعرية" بدخول وكر "المباشرة" فنياً، وإن خرج عنه شكلياً.

عودة الأمل :

ولئن كانت المناديل المطرزة في أكفان الحبيب هدايا من دفنوه، فإن مناديل الحبيبة تحتل مساحات الأرض الفضاء مكاناً رفيعاً هو مكان خليل فرح :

نخيط قرمصيص بكرة

وكفن بكرة

مناديل للحبيبة تقيف

محل فسح خليل فرح الكلام في الدم

ومن وجعو هو تتمسح

تشوف أشجار بتتحرك

تشوف حركة شجر فينا(نفسه، ص68)

ألا يبدو ههنا بصيص من الأمل في عودة الحوار الثقافي الرشيد؟

نتائج البحث :

توصل البحث إلى بعض النتائج نجلها فيما يلي :

1- نهض الشاعر عاطف خيرى بالشعر العامي العربي الحداثي في السودان، ونقله نقلة نوعية في الأخييلة والصور خاصة.

2- انتقل بالشعر - مع آخرين - من خشونة اللفظ إلى خشونة المعنى، بمعنى أن القارئ لا يجد صعوبة في فهم المفردات كل على حدة، لكن المعنى العام يكتنفه غير قليل من الغموض، فقد استخدم ما صار يُعرف بلغة اللادلالة/التفجير.

3- تبدو النكهة السودانية بجلاء في نصوص الشاعر، خاصة تلك المرتبطة بالتراث "الخمارة، الخالوى، بيت البكا، الباشبوزق... إلخ".

- 4 يشكل نصوصه بصور من التراث الإنساني عامة، من لدن نوح عليه السلام وإلى يوم الناس.
- 5- يغلب الرمز على نصوص الديوان، ففي تقديرنا أنّ اللونين "الأبيض والأسود" يعنى بهما الصراع الثقافي الاجتماعي السياسي القديم الجديد في السودان. على أن الشاعر . فيما يبدو . وحدويّ الوجهة.
- 6 يسيطر الشعور بالغرابة على الشاعر، فهو لا يأمل في غد، ولا عزاء في حاضره، لذا جاءت نصوصه مصبوغة بغير قليل من الحزن.

#### المراجع والمصادر :

1. قاسم، عدنان حسين، 1992، الاتجاه الأسلوبى البنيوي في نقد الشعر العربي : دار ابن كثير بدمشق، ط أولى.
- 2 الجاحظ، 1948م ، البيان والتبيين : لجنة التأليف والترجمة والنشر، ط أولى ، 290/1
- 3- التبريزي، الخطيب ، د. ت ، ديوان أبي تمام ، تحقيق محمد عبده عزّام، دار المعارف، ط خامسة.
- 4 أدونيس، 1986م، زمن الشعر ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط خامسة.
5. خيرى ، عاطف، 2006م، سيناريو اليابسة : مكتبة الشريف الأكاديمية بالخرطوم، ط ثالثة.
6. ابن رشيق ، العمدة ، 1955م ، تحقيق محمد محيي الدين عبد الحميد، ط ثانية.
7. عبد اللطيف، محمد حماسة ، 1416هـ، لغة الشعر : ، دار الشروق، ط أولى

## اختلاف الفراء مع الكسائي في وجوه الإعراب والقراءات

د. علي محمود أحمد محمد خير

كلية الآداب. قسم اللغة العربية. جامعة الملك سعود

### Abstract:

Al-kisaa'y is the sheikh of Al-Farra' in syntax and recites but Al-Farra' stands from his sheikh as the discerning critic and he wasn't a copyist although he is one of Al-kisaa'y's best narrators who understood his sayings thoroughly and verified them. So his disagreement with him, based on a deep awareness of the method and the approach of his sheikh. This disagreement has been put into types:

The first type is an implicit disagreement when Al-Farra' chose another recite, away from Al-kisaa'y's one or from the manner that is accepted by him in the parts where there is no recite. Al-Farra' expressed this choice by some indicating phrases.

The second type: is an explicit disagreement with Clear terms such as Al-kisaa'y's sayings: "I don't endorse this", "I don't accept it", "I strongly disagree with him", and so on. However, most of his disagreements were in an aspect of syntax not recited by Al-kisaa'y. And because of his few explicit disagreements with Al-kisaa'y, this is not an accepted approach.

Al-Farra' used the weapon of his wide knowledge of language. It's his premiere device in argument, critique, and analysis. He sometimes relies on adhering to Quran's drawing. His choice depends on the majority of reciters ,and from them he relies on the kufians' opinion in general; and from the kufians reciters he ,in most cases, accepts Al-kisaa'y's recite , guides and argues for it. He has no motive for this disagreement except the correct scientific method which based on the argument and evidence, and this manifests the unique character of Al-Farra' which relies on a conscious mind in analysis and critic served by a wide knowledge of syntax.

### ملخص البحث:

الكسائي عمدة الفراء في النحو والقراءات إلا أن الفراء وقف من شيخه موقف الناقد البصير ولم يكن ناقلاً، مع أنه من أفضل من نقل عن الكسائي ووعى أقواله وهضمها وضبطها، لذلك جاء اختلافه معه مبنياً على دراية عميقة بمنهج شيخه وطريقته، وقد جعلت هذا الاختلاف ضربين:

الضرب الأول، اختلاف غير صريح باختيار الفراء لغير قراءة الكسائي أو الوجه الذي قبله الكسائي فيما لم ترد به قراءة، وعبر الفراء عن هذا الاختيار بعبارات تدل على ذلك.

الضرب الثاني : اعتراض صريح بعبارات واضحة مثل قوله: "لا أجيزه" و "لا آخذ به" و "أخالفه أشد الخلاف" وغير ذلك. وجلّ اعتراضاته كان في وجه من وجوه الإعراب لم يقرأ به الكسائيّ، ومع قلّة اعتراضه الصريح على ما قرأ به الكسائيّ فهو منهج غير مرصّي.

كان سلاح الفراء في ذلك كلّ علمه الواسع باللغة، فهي أدواته الأولى في المحاجة والنقد والتحليل، ويعوّل أحياناً على التمسك برسم المصحف. واختياره يعتمد على جمهور القراء ومن بين جمهور القراء يعتمد على قول الكوفيين عموماً ومن بين قراء الكوفيين كان الغالب عليه قبول قراءة الكسائيّ وتوجيهها والاحتجاج لها. ولم يكن له من دافع في ذلك الاختلاف سوى المنهج العلميّ السليم الذي يقوم على الحجّة والدليل مما يبيّن شخصية الفراء الفذة التي تستند على عقل واع في التحليل والنقد يسند ذلك علم واسع بالنحو.

أبو زكريّا يحيى بن زياد الفراء من ألمع تلاميذ الكسائيّ - من خلّده التاريخ في القراء السبعة - وأعلم الكوفيين بعده بالنحو وأبرعهم فيه وأكثر من أخذ عن الكسائيّ ولكنه اختلف معه في الإعراب وتوجيه القراءات وهذا ما وضحته في هذا البحث مبيناً هذه المواضع من خلال كتاب معاني القرآن وهو من أهم كتب الفراء وهو تفسير لغويّ للقرآن الكريم فيه تحليل للنص القرآنيّ، والكتاب مرجع في القراءات فقد أحاط بها إحاطة واسعة فعرض للقراءات شرحاً وتوجيهاً واستدلّالاً معتمداً في ذلك على شيخه الكسائيّ وهو عمدته في النحو والقراءات، وفي الكتاب يبدو جلياً أخذ الفراء عن الكسائيّ بعبارات مختلفة كقوله : "قال الكسائيّ" و "أنشدني الكسائيّ" و "كان الكسائيّ يقول" و "قال الكسائيّ سمعت العرب تقول" و "حدثني الكسائيّ وكان والله ما علمته إلا صدوقاً" و "قرأ الكسائيّ" إلى غير ذلك من العبارات. وقد صنفت هذا الاختلاف على نوعين ، النوع الأول : اختيار غير ما أخذ به الكسائيّ في القراءة والإعراب ، وذلك بعبارات مثل : "أحبّ الوجهين إليّ" و "قراعتي كذا" وما أشبهها من عبارات الترجيح. والنوع الثاني : مخالفة صريحة للقراءة أو وجه الإعراب بعبارات مثل : "لا يجوز" و "هذا قوله وأنا لا أجيزه" و "جاء التفسير بغير ذلك" و "وقال الكسائيّ فيه قولاً لا أراه شيئاً" و "أخالفه أشد الخلاف" وغيرها.

**اختيار غير ما أخذ به الكسائيّ في القراءة والإعراب :**

1- (رَ الَّذِينَ آمَنُوا وَالَّذِينَ هَادُوا وَالصَّابِئُونَ وَالنَّصَارَى مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَا حُوفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ)(سورة المائدة، الآية69):

لا يجيز الفراء العطف على اسم إنّ المعرب إذا كان المعطوف مرفوعاً قبل أن تستكمل إنّ خبرها إلا إذا كان اسم إنّ مبنياً ، والكسائيّ يجيز ذلك من غير هذا الشرط ، قال الفراء : (ولا أستحبّ أن أقول إنّ عبد الله زيدٌ قائمان لتبين الإعراب في عبد الله وقد كان الكسائيّ يجيزه لضعف إنّ وقد أنشدونا هذا البيت رفعاً ونصباً

فمن يك أمسى بالمدينة رحله فإني وقّار بها لغريب

وقيار ليس بحجة للكسائي في إجازته إنَّ عمراً وزيداً قائمان لأنَّ قياراً قد عطف على اسم مكنى عنه والمكنى عنه لا إعراب له فسهل ذلك فيه) (الفراء، د.ت، ص1/311) فتراه يأبى "إنَّ عبد الله وزيد قائمان وإنَّ عمراً وزيد قائمان" كما أجازة الكسائي لأنَّ عبد الله وعمراً اسمان معريان فلا يقاس المثالان على: فإنِّي وقيار ... لأنَّ "قيار" عطف على اسم مبني وهو الضمير الياء . وذكر هذا الأنباري في معرض حديثه عن الخلاف بين الكوفيين والبصريين في العطف على اسم إنَّ ، والفراء يرى "إنَّ" ضعيفة لا تؤثر إلَّا في الاسم دون الخبر لذلك "الصابئون" عنده معطوف على موضع إنَّ قال: (لما كان نصب إنَّ ضعيفاً وضعفه أنه يقع على الاسم ولا يقع على خبره جاز رفع الصابئين) (الأنباري، 2003، ص1/151) ، وكلا قولي الكسائي والفراء بخلاف قول البصريين الذين يرون أنَّ هذا الاسم المرفوع محمول على التقديم والتأخير، أي مرتفع على الابتداء وخبره محذوف والتقدير "والصابئون كذلك" قال سيبويه: (أما قوله عز وجل "والصابئون" فعلى التقديم والتأخير كأنه ابتداء علي قوله والصابئون بعدما مضى الخبر وقال الشاعر: وإلَّا فاعلموا أنا وأنتم بغاة ما بقينا في شقاق ، كأنه قال : بغاة ما بقينا وأنتم) (سيبويه، 1988، ص2/156). ولا يجيز الزمخشري رفع الاسم عطفاً على محلِّ إنَّ واسمها إلَّا بعد تمام الخبر لأنَّ الخبر يكون مرفوعاً بأنَّ وبمعنى الابتداء فيجتمع رافعان مختلفان ، (الزمخشري، 1407هـ، ص1/660) والرد على هذا أنَّ الكوفيين لا يرون لأنَّ عملاً في الخبر، ويرجح الرازي قول الفراء يقول: (وهو مذهب حسن وأولى من مذهب البصريين لأنَّ الذي قاله يقتضي أن كلام الله على الترتيب الذي ورد ليس بصحيح وإنما تحصل الصحة عند تفكيك هذا النظم وأما على قول الفراء فلا حاجة إليه فكان ذلك أولى) (الرازي، 1420هـ، ص12/402) ، إلَّا أنَّ المفسرين ذكروا علة للغرابة التي تبدو من وجود هذا المرفوع بين المنصوبات قبل أن تستكمل خبرها وذلك أن الصابئين أشدَّ الفرق المذكورة ضلالاً فكان الإتيان بلفظهم مرفوعاً تنبيهاً على ذلك وأنَّ عفو الله ومغفرته تشملهم إنَّ آمنوا بالله واليوم الآخر وعملوا صالحاً، قال الرازي: (فكأنه قيل كل هؤلاء الفرق إن آمنوا بالعمل الصالح قبل الله توبتهم ... حتى الصابئون فإنهم إن آمنوا كانوا أيضاً كذلك) (الرازي ، 1420هـ، ص2/402). قال ابن عاشور: (ولو لم يقدم لما حصل ذلك الاعتبار كما أنه لو لم يرفع لصار معطوفاً على اسم إنَّ) (ابن عاشور، 1984، ص6/267).

واختلف الفراء مع الكسائي في عطف "الصابئون" على الضمير في "هادوا" قال الفراء: (قال الكسائي أرفع "الصابئون" على إبتاعه الاسم الذي في هادوا ويجعله من قوله إنَّا هدنا إليك لا من اليهودية وجاء التفسير بغير ذلك) (الفراء، د.ت، ص1/312) . وكلام الفراء أرجح في هذا وقد أبى تفسير الكسائي كثير من النحويين والمفسرين، قال العكبري: (وهذا فاسد لأنه يوجب كون الصابئين هوداً وليس كذلك) (العكبري، 1995 ، ص1/222) ، وقال الزجاج: (وإنَّ ذكروا إنَّ هادوا في معنى تابوا فهذا خطأ في هذا الموضع أيضاً لأن معنى الذين آمنوا هاهنا إنما هو

إيمان بأفواههم لأنه يعني به المنافقون، ألا ترى أنه قال من آمن بالله فلو كانوا مؤمنين لم يحتج أن يقال إن آمنوا فلهم أجرهم (الزجاج، 1988، ص2/194، القرطبي، 6/246).

2- (شَهَدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِأَقْسَطِ لَأ إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ \* إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ... ) (سورة آل عمران، الآية 18-19)

قرأ الكسائي " (أَنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ) " بفتح همزة إِنْ وبقية القراء بالكسر (الدمياطي، 1998، ص311، ابن خالويه، ص7) ، واختار الفراء قراءة الجمهور، قال: (إن شئت استأنفت "إِنَّ الدِّينَ" بكسرتها وأوقعت الشهادة على "أنه لا إله إلا هو" وكذلك قرأها حمزة وهو أحب الوجهين إليّ، وهي في قراءة عبد الله "إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ" وكان الكسائي يفتحهما كلتيهما (الفراء، دت، ص1/199). وبالاستئناف يكون الكلام قد تم عند قوله "العزیز الحكيم" أي شهد الله بوحدانيته ثم استأنف "إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ" وهذا ما عناه الفراء بقوله: (أوقعت الشهادة على "أنه لا إله إلا هو" ثم استأنف إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ، وكما يقول ابن عاشور: (هو استئناف ابتدائي لبيان فضل هذا الدين بأجمع عبارة وأجزها) (ابن عاشور، 1984، ص3/188). أما قراءة الكسائي بالفتح يكون قوله "إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ" بدلاً من "أنه لا إله إلا هو" ويكون المعنى: شهد الله أنه لا إله إلا هو وشهد أَنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ، قال القرطبي: (لأنَّ الإسلام تفسیر المعنى الذي هو التوحيد) (القرطبي، 1964، ص1/248)، وعلى هذا فهو بدل اشتمال، وقال الألويسي: (هو بدل الشيء من الشيء إِنْ فُسِّرَ الإسلام بالإيمان وأريد به الإقرار بوحدانية الله والتصديق بها الذي هو الجزء الأعظم، وكذا إن فسر بالتصديق بما جاء به النبي صلى الله عليه وسلم... وأما إِنْ فُسِّرَ بالشرعية فالبدل بدل اشتمال لأنَّ الشريعة شاملة للإيمان والإقرار بالوحدانية...) (الألويسي، 1415هـ، ص2/103، ابن عاشور 3/188)، وعلى هذا أو ذلك فقراءة الكسائي لها تخريج مقبول يحتمله التفسير فلا النقائص إلى القول أن الكسائي (ليس عنده فيها حجة) (الأزهري، 1991، ص1/244) كما نقل ذلك أبو منصور الأزهري في كتابه معاني القراءات، وفوق هذا أو ذلك فالقراءة سنة متبعة.

3- (كِنَّ الرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ مِنْهُمْ وَالْمُؤْمِنُونَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أَنْزَلَ إِلَيْكَ وَمَا أَنْزَلَ مِنْ قَبْلِكَ وَالْمُقِيمِينَ الصَّلَاةَ وَالْمُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَالْمُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ أُولَئِكَ سَنُؤْتِيهِمْ أَجْرًا عَظِيمًا) (سورة النساء، الآية 162)

يرى الكسائي أَنَّ "المقيمين" معطوف على "ما" في قوله: "بما أنزل إليك" ويرى الفراء أنه منصوب على المدح، قال الفراء: (والعرب تعترض من صفات الواحد إذا تطاولت بالمدح أو الذم فكانهم ينوون إخراج المنصوب بمدح مجدد غير متبع لأول الكلام، من ذلك قول الشاعر:

لا يبعدن قومي الذين هم سم العداة وأفة الجزر  
النازلين بكل معترك والطيبين معاهد الأزر

وربما رفعوا "النازلون" و "الطَيِّبُونَ" وربما نصبوهما على المدح . ونرى أنّ قوله : لكن الراسخون في العلم منهم والمؤمنون يؤمنون بما أنزل إليك وما أنزل من قبلك والمقيمين الصلاة والمؤتون الزكاة" أنّ نصب المقيمين على أنه نعت للراسخين فطال نعته ونصب على ما فسرت لك) (الفراء، دت، ص106/1) ثم قال: (وقال الكسائي والمقيمين يردّ علي قوله "بما أنزل إليك وما أنزل من قبلك"... ويؤمنون بالمقيمين الصلاة وإنما امتنع من مذهب المدح - يعني الكسائي - الذي فسرت لك لأنه قال لا ينصب الممدوح إلا عند تمام الكلام ألا ترى أنك حين قلت: لكن الراسخون في العلم منهم - إلى قوله المقيمين - والمؤتون كأنك منتظر لخبره في قوله "أولئك سنوتهم أجراً عظيماً... ولكن العرب إذا تناولت الصفة جعلوا الكلام في الناقص وفي التام كالواحد...) (الفراء، دت، ص106/1), وقد ذهب إلى هذا أيضاً في كلمة "الصابرين" من قوله تعالى: (ولكن البرّ من آمن بالله واليوم الآخر والملائكة والكتاب والنبیین وآتى المال على حبه ذوي القربى واليتامى والمساكين وابن السبيل والسائلين وفي الرقاب وأقام الصلاة وآتى الزكاة والموفون بعهدهم إذا عاهدوا والصابرين في البأساء والضراء وحين البأس...) (سورة البقرة الآية177) وما قاله الفراء هو مذهب البصريين وقد ذكر ذلك سيبويه في باب "ما ينتصب على التعظيم والمدح" (سيبويه، 1988، ص62/2) وقد نصّ على الموضوعين من سورتي النساء والبقرة، "المقيمين الصلاة" و"الصابرين" مستشهداً لذلك بقول الخرنق بنت بدر بن هفان الذي ذكره الفراء، قال النحاس: (وهذا أصح ما قيل في المقيمين)(النحاس، 1421هـ، ص249) ، وقد اختار القول بالنصب على المدح جلّ المفسرين والمعريين، (القرطبي، 1964، ص13/6، الكبرى ، 207/1، الزجاج، 130/2، ابن عاشور، 29/6) إلا أنّ الطبري اختار قول الكسائي من غير أن يشير إليه قال : (وأولى الأقوال عندي بالصواب أن يكون المقيمين في موضع خفض نسقاً على ما التي في قوله "بما أنزل إليك وما أنزل من قبلك" وأن يوجه معنى المقيمين إلى الملائكة) (الطبري، 2000، ص395/9) ، وقيل التقدير على هذا (ويدين المقيمين الصلاة فيكون المراد بهم المسلمين) (العكبري، 1995، ص207/1) ، ويذكر الطبري علة عدم ترجيحه للنصب على المدح يقول : (العرب لا تعدل عن إعراب الاسم بنعت إلا بعد تمام خبره وكلام الله جل ثناؤه أفصح الكلام فغير جائز توجيهه إلا إلى الذي هو أولى به من الفصاحة) (الطبري، 2000، ص395/9) ، وهو ما ذكره الفراء في تعليقه لمنع الكسائي بقوله: (لا ينصب الممدوح إلا بعد تمام الكلام) ، وفي إعراب "المقيمين" أوجه أخرى فيها أنه معطوف على الكاف في "قبلك" أو الكاف في "إليك" أو الهاء والميم في "منهم" وهذا مردود عند البصريين لأنه عطف للظاهر على المضمّر من غير إعادة الخافض(الأنبأري، 2003، ص379/2، العكبري، 407/1) وهو جائز عند الكوفيين وقد أشار الفراء إلى هذا في سورة النساء إشارة عابرة ولم يقف عنده قال في معرض توجيهه لرأي الكسائي إنّ بعض النحويين يقولون إنّ المعنى (لكن الراسخون في العلم



منهم ومن المقيمين ...) (الفراء، د.ت، ص1/106) إلا أن الفراء يعترض على هذا العطف في موضع آخر جرياً على مذهب البصريين، يقول: (وفيه قبح لأن العرب لا ترد مخفوضاً على مخفوض وقد كنى عنه)(الفراء، د.ت، ص1/252)، قال ذلك في معرض تخريجه لقراءة حمزة بن حبيب الزيات بخفض الأرحام في قوله تعالى: (وَاقْتُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ) (سورة النساء، الآية1) بعطف الأرحام على الضمير في به دون إعادة الخافض. ثم إن الفراء في توجيهه لهذه الآية - آية سورة النساء - ذكر الرواية الواهية التي تروى عن أبي معاوية عن هشام بن عروة عن عائشة رضي الله عنها أنها سئلت عن قوله: "والمقيمين الصلاة" وإن هذان لساحران" (سورة طه، الآية63) وإن الذين آمنوا والذين هادوا والصابئون" فقالت يا ابن أخي هذا خطأ من الكاتب (الفراء، د.ت، ص1/106) وهي رواية ضعيفة يردها النقل والعقل، فأبو معاوية الضير هو محمد بن حازم الكوفي- من المحدثين - وصفه العلماء بأنه مُدَّلس وأنه كان مرجحاً خبيثاً (ابن حنبل، 2001، ص1/241، ابن حجر، 9/138) وأما العقل والمنطق فيقول يُستبعد عن عائشة في عظيم محلها وجليل قدرها ومعرفتها بلغة قومها أن تلحن الصحابة وموقفهم من الفصاحة لا ينكر (الداني، د.ت، ص119) والذين جمعوا القرآن كانوا قذوة في اللغة فلا يُظن بهم أنهم يدرجون في القرآن ما لم ينزل (القرطبي، 1964، ص31) قال الزمخشري عن الصحابة: (كانوا أبعدهم في الغيرة عن الإسلام وذنب المطاعن عنه من أن يتركوا في كتاب الله ثلثة ليسدها من بعدهم وخرقاً يرفؤه من يلحق بهم)(الزمخشري، 1407هـ، ص6/31) ، أما صحة ذلك من حيث العربية فهو من المشهور في لسان العرب وهو ما بيّناه في قولي الفراء والكسائي ، ومجموع ذلك ما قاله ابن عاشور: (عطف المقيمين بالنصب ثبت في المصحف الإمام وقرأه المسلمون في الأمصار دون تكثير فعلنا أنه طريقة عربية في عطف الأسماء الدالة على صفات محامد على أمثالها فيجوز في بعض المعطوفات النصب على التخصيص بالمدح والرفع على الاستئناف للاهتمام كما فعلوا ذلك في النعوت المتتابعة سواء أكانت بعطف أم بدون عطف كقوله تعالى: "لكن البر من آمن - إلى قوله - والصابرين") (ابن عاشور، 1984، ص6/29) وإيراد الفراء لمثل هذه الروايات دليل على أنه لا يأبه بالسند كثيراً بقدر ما يعتمد على اللغة ورسم المصحف في تحليل القراءات.

4- (إن أجري إلا على الله) (سورة يونس، الآية72): روى الفراء عن الكسائي الفتح في بياء الإضافة في "أجري" ولم يقرأ الكسائي بذلك ، قال الفراء : (زعم الكسائي أن العرب تستحب نصب الباء عند كل ألف مهموزة سوى الألف واللام مثل قوله" إن أجري إلا على الله "وإنني أخاف الله" (الأطفال، الآية48، الحشر، الآية16) ولم أر ذلك عند العرب ، رأيتهم يرسلون الباء فيقولون عندي أبوك ولا يقولون عندي أبوك بتحريك الباء إلا أن يتركوا الهمز فيجعلون الفتحة في الباء في هذا ومثله. أما قولهم لي ألفان وبني أخواك كفيلان فإنهم ينصبون في

هذين لقلتهما) (الفراء، د.ت، ص 29/1)، والكسائي قرأ بسكون الياء في القرآن كله (ابن مجاهد، 1400هـ، ص 340) ففي هذه الآية وأمثالها : (فتح الياء نافع وأبو عمرو وابن عامر وحفص وعاصم) (الأزهري، ص 227/2، الدمياطي، ص 152/1) وهذا الوجه الذي لم يسلم فيه الفراء للكسائي بسماعه من العرب قد أجاز في الياء التي ليس بعدها همز وأجازه في الياء المحذوفة من الرسم في مثل قوله تعالى : (فما آتان الله) (سورة النحل، الآية 6) قال (وقوله : "فما آتان الله" ولم يقل "فما آتاني الله" لأنها محذوفة الياء من الكتاب فمن كان يستجيز الزيادة في القرآن من الياء والواو اللاتي يحذفن من قوله : "ويدع الإنسان بالشر" فثبتت الواو وليست في المصحف جاز له أن يقول في أتمدونن بإثبات الياء وجاز له أن يحركها إلى النصب كما قيل : "وقال لا أعبد" فكذاك يجوز : "فما آتاني الله") (الفراء، د.ت، ص 293/2). والفراء متمسك برسم المصحف يقول : (إتباع المصحف إذا وجدت له وجهاً من كلام العرب وقراءة الفراء أحب إلي من خلفه) (الفراء، ص 293/2) ، وتمسكه برسم المصحف جعله يصطدم بالقراءات الصحيحة الثابتة بالأثر ففي عدم قبوله لمخالفة الرسم يقول : (ولست أشتهي ذلك ولا أخذ به) (الفراء، ص 293/2) ، وكما قال عن قراءة أبي عمرو : (وقد كان أبو عمرو يقرأ "إن هذين لساحران" ولست أجتري على ذلك وقرأ "فأصدق وأكون" فزاد واواً في الكتاب ولست أشتهي ذلك) (الفراء، د.ت، ص 293/2) فهل اجتراً أبو عمرو على ذلك أم أنها القراءة الثابتة بالرواية؟

5- (إن هذا إلا خلق الأولين) (سورة الشعراء، الآية 137) : قراءة الكسائي في "خلق" بفتح الخاء وسكون اللام بمعنى الاختلاق والكذب، في القاموس المحيط (خلق الإفاك افتراه كاختلقه) (الفيروزأبادي، 2005، خلق) وقراءة الباقيين بضم الخاء واللام بمعنى العادة، قال الفراء : (قراءة الكسائي خُلِقَ الأولين .. وقراءتي خُلِقَ الأولين فمن قرأ خُلِقَ يقول اختلاقهم وكذبهم ومن قرأ خُلِقَ الأولين يقول عادة الأولين .. والعرب تقول حدثنا بأحاديث الخلق وهي الخرافات المتعلقة وأشباهاها فلذلك اخترت الخُلِقَ) (الفراء، د.ت، ص 281/2) ، يقول ابن خالويه: (الحجة لمن فتح أراد المصدر من قولهم خلق واختلق بمعنى كذب والحجة لمن ضم أنه أراد عادة الأولين ممن تقدم) (ابن خالويه، 1401هـ، ص 268، الدمياطي، ص 591)، ورجح الطبري قراءة خُلِقَ بالضم قال : (وأولى القراءتين في ذلك بالصواب قراءة من قرأ إن هذا إلا خُلِقَ الأولين) (الطبري، 2000، ص 377/19) ورجح القرطبي قراءة الكسائي بعد أن فسر الخلق بالاختلاف والكذب قال : (ويؤيد هذا المعنى ما روي عن علقمة عن عبد الله أنه قرأ " إلا اختلاق الأولين" يكون هذا كقول سائر الكفرة "أساطير الأولين" (الأنعام، الآية 25، الأنفال ، الآية 31 ، النحل ، الآية 24 ، المؤمنون ، الآية 83) وغيرها (القرطبي ، 1964 ، ص 109/10).

6- (إِنَّمَا قَوْلُنَا لِشَيْءٍ إِذَا أَرَدْنَاهُ أَنْ نَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ) (سورة النحل، الآية 40) : قراءة الكسائي بالنصب في الفعل "يكون" قال الفراء: (فإنها نصب وكذلك التي في يس (يس، الآية 82) نصب لأنها مردودة على فعل قد ينصب بأن وأكثر القراء على رفعهما والرفع صواب... وإنه لأحب الوجهين إليّ وإن كان الكسائي لا يجيز الرفع فيهما ويذهب إلى النسق) (الفراء، ص 1/74، 75). فالفراء يختار الرفع ولكنه يوجه قراءة الكسائي بالعطف على الفعل "نقول" ونقل هذا التخريج في كثير من كتب القراءات والنحو قال ابن خالويه: (يقرأ بالرفع والنصب فالحجة لمن رفع أنه أراد فإنه يكون والحجة لمن نصب أنه عطفه على أن نقول ومثلها التي في يس) (ابن خالويه، 1401هـ، ص 1/211) قال ابن عاشور: (بالنصب عطفاً على نقول أي أن نقول كن وأن يكون) (ابن عاشور، 1984، ص 14/156)، وكذلك قيل في تخريج النصب أنه على جواب الأمر: (ومن قرأ فيكون بالنصب فهو محمول على جواب الأمر بالفاء كما تقول زرني فأزورك) (الأزهري، 1991، ص 1/172، القرطبي، ص 10/106)، ولكنهم ضَعَقُوا هذا الوجه قال العكبري: (بالنصب عطفاً على نقول وجعله جواب الأمر بعيد) (العكبري، ص 2/795).

ومن هذا الضرب الذي يختار فيه الفراء غير ما أخذ به الكسائي ما لم يصرح فيه باسمه، وربما كان الفراء يعلم نسبة هذه القراءات للكسائي ولأنه لم أجزم بذلك فسأشير إليها إجمالاً من غير تفصيل :

قرأ الكسائي بضم التاء في الفعل "لترون" من قوله تعالى: (لترونّ الجحيم ثم لترونها عين اليقين) (سورة النكاثر، الآية 6-7) واختار الفراء القراءة بالفتح (الفراء، ص 3/288، الدميّطي، ص 1/781).

قرأ الكسائي بإدغام لام هل في التاء (الدميّطي، ص 42، 304) من قوله تعالى: (قل هل تریسون بنا إلاّ إحدى الحسنيين) (سورة براءة، الآية 52)، والكسائي يدغم اللام من هل ويل في ثمانية أحرف هي التاء والتاء والزاي والسين والضاد والطاء والطاء والنون والفراء يختار الإظهار (الفراء، ص 3/172).

قرأ الكسائي بإدغام النون الأخيرة من نون في الواو (الدميّطي، ص 45) من قوله تعالى : (نون والقلم وما يسطرون) (سورة القلم، الآية 1) واختار الفراء الإظهار (الفراء، ص 3/172) .  
قرأ الكسائي بتخفيف الدال من الفعل قدر من قوله تعالى: (الذي قدر فهدى) (سورة الأعلى، الآية 3) والفراء يختار التشديد (الفراء، ص 2/356).

قرأ الكسائي فعدلك بدال مفتوحة من غير تشديد من قوله تعالى: (الذي خلقك فسواك فعدلك) (سورة الانفطار، الآية 7)، واختار الفراء التشديد (الفراء، ص 2/244، الدميّطي، ص 594).

قرأ الكسائي "سرجاً" بضم السين والراء من قوله تعالى: (تبارك الذي جعل في السماء بروحاً وجعل فيها سراجاً) (سورة الفرقان، الآية 61) واختار الفراء سراجاً (الفراء، ص 271/2).

قرأ الكسائي "جرم" بكسر الحاء وسكون الراء (الدمياطي، ص 267) من قوله تعالى: (وحرام على قرية أهلكتناها) (سورة الأنبياء، الآية 95) والفراء يختار حرام بالألف (الفراء، ص 211/2).

#### المخالفة الصريحة:

1- (قال لقد علمت ما أنزل هؤلاء إلا رب السموات والأرض بصائر...) (سورة الإسراء، الآية 102):

قرأ الكسائي بضم التاء في "علمت" (ابن مجاهد 1400هـ، ص 385) واختلف معه الفراء في قراءة الرفع قال: (أخالفه أشد الخلاف) (الفراء، ص 132/2) مع أن الفراء روى قراءة الرفع عن علي بن أبي طالب رضي الله عنه ، وقال الطبري كذلك : (وقرأ الكسائي بضم التاء وهي قراءة علي بن أبي طالب رضي الله عنه قال والله ما علم عدو الله ولكن موسى هو الذي يعلم) (الطبري، 2000، ص 336/10) ، وعلى هذه القراءة موسى عليه السلام يسند العلم إلى نفسه وأن تلك الآيات ليست بسحر كما زعم فرعون قال الزمخشري : (كأنه واثق من نفسه السلامة من السحر) (الزمخشري، 1407هـ، ص 227/15) فقد قال الله حكاية عن فرعون في الآية قبلها " إني لأظنك يا موسى مسحوراً" ، وقال الطبري في قراءة الكسائي: (ومن قرأ على هذه القراءة فإنه ينبغي أن يكون على مذهبه تأويل قوله "إني لأظنك يا موسى مسحوراً" إنك لأظنك قد سحرت فترى أنك تتكلم بصواب وليس بصواب وهذا وجه التأويل) (الطبري، 2000، ص 568/17) ، إلا أنه يختار قراءة الفتح يقول: (غير أن القراءة التي عليها قراء الأمصار خلافها وغير جائز عندنا خلاف الحجة فيما جاءت به القراءة مجمعة عليه) (الطبري، 2000، ص 568/17)، ومعنى قراءة الفتح أن الخطاب موجه إلى فرعون تقيعاً له لشدة معاندته للحق بعدما علمه ، قال ابن عاشور: (إن فرعون لم يبق في نفسه شك في أن تلك الآيات لا تكون إلا بتسخير الله إذ لا يقدر عليها غير الله وإنه إنما قال "إني لأظنك يا موسى مسحوراً" عناداً ومكابرة وكبرياء) (ابن عاشور، ص 226/15) والآيات هي المذكورة في الآية قبلها: (ولقد آتينا موسى تسع آيات بينات) (سورة الإسراء، الآية 101).

2- (قل هو الله أحد) (سورة الإخلاص، الآية 1): اختلف الفراء مع الكسائي في إعراب الضمير "هو" فأعربه الكسائي عماداً<sup>(1)</sup> ، قال الفراء: (أحد مرفوع بالاستئناف كقوله "هذا

(1) العماد هو ضمير الفصل عند الفراء

بعلي شيخ<sup>(1)</sup> وقد قال الكسائيّ فيه قولاً لا أراه شيئاً ، قال هو عماد مثل قوله "إنّه أنا الله" (سورة النمل، الآية 9) ولا يكون العماد مستأنفاً به حتى يكون قبله إنّ أو بعض أخواها أو كان أو الظن (...)(الفراء، ص 299/3) فاعتراض الفراء على جعل الضمير "هو" عماداً وهو ما يسميه البصريون بضمير الفصل (الأنبأري، 2003، ص 579/2) ، فهو يفصل بين المبتدأ والخبر أو ما أصله المبتدأ والخبر، وذكره الفراء على هذا الشرط في أكثر من موضع في معانيه من ذلك عند تفسيره لقوله تعالى: (ولكن كانوا هم الظالمين)(سورة الزخرف، الآية 76)، قال: (جعلت "هم" هاهنا عماداً فنصب الظالمين) (الفراء، ص 287، 1/2، 288/248) والضمير "هو" في سورة الإخلاص يسميه الكوفيون الضمير المجهول أو الاسم المجهول وهو ما يسميه البصريون بضمير الشأن (الأنبأري، ص 579/2، سيبيويه، ص 289/32)، ويعرب هذا الضمير مبتدأ و"الله أحد" مبتدأ وخبر في موضع رفع خبر المبتدأ هو ، أو يكون "هو" مبتدأ و"الله" خبر و "أحد" بدل أو خبر لمبتدأ محذوف أو يكون "الله" بدلاً و"أحد" هو الخبر (العكبري، ص 1309/2، أبو حيان، ص 570/10) ، قال الكرمانى: ("هو" كناية عن الله سبحانه وتعالى وقد تقدم ذكره في سؤال الكفار حين قالوا انصب لنا ربك ومحلّه رفع بالابتداء والله خبره وأحد خبر بعد خبر) (الكرمانى، ص 1407/2). وقد نقل الطبريّ كلام الفراء في اعتراضه أن يكون هذا الضمير عماداً ثم رجّح كلام الفراء قائلاً : (وهذا القول أشبه بمذاهب العربيّة) (الطبري، ص 688/24). إلا أن الفراء يطلق العماد على ضمير الشأن ففي قوله تعالى: (فإنها لا تعمى الأبصار)(سورة الحج، الآية 46) قال: (الهاء هاء عماد توفي بها إنّ يجوز مكانها إنه) (الفراء، ص 288/2) ، فهذا التداخل في المصطلح يجعلني أقول ربما أطلق الكسائيّ مصطلح العماد وقصد به ضمير الشأن وبهذا يسقط اعتراض الفراء. وتداخل المصطلح وتعدده موجود بين البصريين والكوفيين وبين الكوفيين من ناحية فهذا ابن النحاس يقول : (الكسائيّ يسمي حروف الخفض صفات والفراء يسميها محال والبصريون يسمونها ظروفاً) (ابن النحاس، 2005 ص 17).

3- (ألا إنّ أولياء الله لا خوف عليهم ولا هم يحزنون ، الذين آمنوا وكانوا يتقون ، لهم البشرى...) (سورة يونس، الآيات 62، 64، 63). جعل الكسائيّ "الذين" نعتاً للضمير في خبر إنّ وقال الفراء هذا خطأ وأعربه نعتاً لاسم إنّ على الموضع قال الفراء: ("الذين" في موضع رفع لأنه نعت جاء بعد خبر إنّ كما قال: "إنّ ذلك لحق تخاصم أهل النار" (سورة ص ، الآية 64)

(<sup>1</sup>) هي قراءة عبد الله بن مسعود برفع شيخ من الآية 72 من سورة هود ، ينظر الفراء، معاني

وكما قال: "قل إن ربي يقذف بالحق علام الغيوب" (سورة سبأ، الآية 47) في كل ذلك جائز على الإتيان للاسم الأول على تكرير إن ، وكان الكسائي يقول جعلته - يعني النعت - تابعاً للاسم المضمّر في الفعل<sup>(1)</sup> وهو خطأ وليس بجائز (الفراء، ص 142/2) ، وجاء في إعراب هذا الاسم عدة أعراب أن يكون في محل نصب بدلاً من اسم إن "أولياء" أو نعتاً أو بإضمار أعني أو مدح أو في محل رفع بدلاً على الموضع من اسم إن أو نعتاً على الموضع كذلك أو خيراً لمبتدأ محذوف أو مبتدأ وخبره لهم البشرى (الطبري، ص 231/15، أبو حيان، ص 333/6، النحاس، ص 151/2، العكبري، ص 30/2). وقال النحاس بعد أن ذكر بعض الأوجه الجائزة في إعرابه: (وفيه قول رابع للكسائي يكون النعت تابعاً للمضمّر في الفعل)(النحاس، ص 151/2) ، وقال ابن هشام: (أجاز الكسائي أن ينعت الضمير بنعت مدح أو ذم أو ترحم)(ابن هشام، ص 593/1) ، وذكر من الأمثلة على ذلك قوله تعالى: "لا إله إلا هو الرحمن الرحيم" وقوله: "قل إن ربي يقذف بالحق علام الغيوب" وقولهم: "اللهم صلّ على الرؤوف الرحيم ومررت به الخبيث(ابن هشام، ص 593/1) ، وقال أبو حيان: (وأجيز فيه بدلاً من ضمير عليهم)(أبو حيان، ص 333/6) وهو قول الكسائي ، وقد ظن الطبري أن الكسائي ربما أطلق كلمة النعت وأراد بها البديل لأن مصطلح البديل غير معروف عند الكوفيين ، قال: (يجوز أن يكون الكسائي أراد هذا الذي يكون نعتاً تابعاً للمضمّر كما يقول البصريون بدل لأن الكوفيين لا يأتون بهذه الفظة أعني البديل)(النحاس، ص 151/2) ومن المعلوم أن البديل يكون تابعاً للمضمّر باتفاق (ينظر ابن هشام، ص 593/1) وكلام الطبري ليس ببعيد عن الصحة ، وقد ذكرت أن التداخل في المصطلح موجود وبينت أن الكسائي ربما أطلق العمام وأراد به ضمير الشأن كما فعل الفراء(نفسه، ص 14).

4- (ما من إله إلا إله واحد) (سورة المائدة، الآية 73): أجاز الكسائي الخفض في "إله" على البديل ولم يقرأ بذلك والقراءة عند الفراء جميعاً بالرفع على أنه بدل من الضمير المستكن في الخبر المحذوف (ينظر العكبري، ص 453/1) ، قال الفراء: (لا يكون قوله "إله واحد" إلا رفعاً قال بعض الشعراء:

ما من حوي بين بدر وصاحبة ولا شعبة إلا شباع نسورها

فرايت الكسائي أجاز خفضه وهو بعد إلا وأنزل إلا مع الجحود منزلة غير ، وليس ذلك بشيء لأنه أنزله بمنزلة قول الشاعر :

أبني لبيني لستم بيد إلا يد ليست لها عضد(الفراء، ص 317/1)

وتبيح هذا سيبويه كذلك في باب ما حمل على موضع العامل يقول: (وذلك قولك ما أتاني من أحد إلا زيد وما رأيت من أحد إلا زيداً وإنما منعك أن تحمل الكلام على من أنه خطأ أن تقول ما

<sup>1</sup> الفعل يعني به الخبر

أتاني إلا من زيد فلما كان كذلك حملته على الموضع فجعله بدلاً منه كأنه قال ما أتاني أحد إلا فلان ولكن من دخلت توكيداً (ينظر الزجاج، ص 196/2) كما تدخل الباء في قولك ما أنت بفاعل ولست بفاعل ومن ذلك ما أنت بشيء إلا شيء لا يعياً به.. فلما قبح أن تحمله على الباء صار كأنه بدل من اسم مرفوع . وتقول لست بشيء إلا شيئاً لا يعياً به والباء ها هنا بمنزلتها في قول الشاعر :

يا ابني لبيني لستما بيدي إلا يداً ليست لها عضد (سيبويه، ص 317/2).  
 فسيبويه يجيز الإتياع من موضع الاسم المرفوع أو المنصوب المسبوق بحرف جر زائد كما أتبع "زيد" بالرفع على الفاعل وبالنصب على المفعول به وأتبع "شيء" بالرفع عن خبر ما<sup>(1)</sup> وبالنصب على خبر ليس ، ولا يجيز الإتياع للاسم المجرور كما عبر عن ذلك بقوله: (فلما قبح أن تحمله على الباء) وأجاز العكبري ما قاله الكسائي قال: (ولو قرئ بالجر من لفظ إله كان جائزاً في العربية) (العكبري، ص 453/1) ، ونقله القرطبي كذلك قال: (وأجاز الكسائي الخفض على البذل) (القرطبي، ص 249/6).

5- (بئسما اشتروا به أنفسهم أن يكفروا بما أنزل الله ) (سورة البقرة، الآية 90):

يعرب الفراء المصدر من أن والفعل "أن يكفروا" في محل جر بدل من الهاء في به أو في محل رفع بدل من ما التي في بئس أي على أن المصدر من ما والفعل "ما اشتروا" هو المخصوص بالذم والتقدير بئس "اشترواؤهم" ثم قال في مخالفة الكسائي: (ولا يجوز أن يكون رفعاً على قولك "بئس الرجل عبد الله" وكان الكسائي يقول ذلك)(الفراء، ص 58/1) أي لا يجوز أن يكون مخصوصاً بالذم، وقد نسب القرطبي كلام الفراء إلى الكسائي قال: (وقال الكسائي ما اشتروا بمنزلة اسم واحد قائم بنفسه والتقدير بئس اشترواؤهم أن يكفروا وهذا مردود) (القرطبي، ص 72/2) ، وهذا هو قول الفراء بخلاف ما قال القرطبي، ولكنه نقل موافقة الكسائي للفراء في أن يكون المصدر "أن يكفروا" في موضع خفض رداً على الهاء في "به" (القرطبي، ص 72/2).

وكذلك يختلف الفراء مع الكسائي في مجيء فاعل نعم و بئس "من" أو "ما" أو "الذي" إلا أن يوصل بما يوصل به الذي ويستغني عن الاسم المخصوص ، قال الفراء: (لا يصلح أن تؤولي نعم وبئس "الذي" ولا "من" ولا "ما" إلا أن تنوي بهما الاكتفاء دون أن يأتي بعد ذلك اسم مرفوع ومن ذلك قولك: بئسما صنعت فهذه مكتفية وساء ما صنعت ولا يجوز ساء ما صنعت وقد أجاز الكسائي في كتابه على هذا المذهب ولا نعرف ما جهته)(الفراء، ص 57/1) ومضى يشرح فكرة الكسائي قال: (وقال أرادت العرب أن تجعل ما بمنزلة الرجل حرفاً تاماً ثم أضمرنا لصنعت ما ، كأنه قال بئسما ما صنعت فهذا قوله وأنا لا أجزيه)(الفراء، ص 57/1) ، أي

<sup>1</sup> وذلك على لغة بني تميم في عدم إعمال ما .

الكسائي يجعل ما موصولة والفاعل مستتر وما أخرى محذوفة هي التمييز ، وقد نسب الأشموني في شرحه على الألفية خطأ هذا القول للفراء ، قال: (قال هذا قول الفراء) (الأشموني، 1991، ص3/36،35) وهو كما بينت قول الكسائي الذي اعترض عليه الفراء. وللفراء مزيد من تفصيل في نعم وبئس من حيث معناهما وتصرفيهما وتوحيدهما أو جمعهما وتثنيتهما وما يشترط في فاعلهما والحاق علامة التأنيث بهما وتركيبهما مع ما وزيادة ما معهما وقد تحدث عن ذلك في أكثر من موضع(الفراء، ص1/2،58،57/142،141،268) ، ونعم وبئس من مسائل الخلاف بين البصريين والكوفيين في كونهما اسمين أو فعلين (الأنباري، 1/97، الأشموني، 3/26، السراج، 1/143،139،135، المبرد، 2/145، ابن عقيل، 2/42).

6- (بغياً أن ينزل الله من فضله على من يشاء) (سورة البقرة، الآية90). قال الفراء: (موضع "أن" جزء وكان الكسائي يقول في أن هي في موضع خفض وإنما هي جزء)(الفراء، ص1/58) وقول الفراء هو قول الكوفيين في "أن" المفتوحة الهمزة المخففة أنها جزء مثل إن المكسورة وقد كرر الفراء هذا القول كثيراً في معانيه ومن أمثلة الفراء على ذلك: ("لا يجرمكم شئنان قوم أن صدوكم"(سورة المائدة، الآية2) وإن صدوكم، وقوله: "من الشهداء أن تضل" (سورة البقرة، الآية282)، وإن تضل، وكذلك "أفترضب عنكم الذكر صفحاً أن كنتم قوماً مسرفين" (سورة الزخرف، الآية5) وإن كنتم ، وجهان جيدان)(الفراء، ص2/276،275) ، وبالمقابل يقول في إن المكسورة في قوله تعالى: "فلعلك باخع نفسك على آثارهم إن لم يؤمنوا" (سورة الكهف، الآية6) (قرأ الفراء بالكسر ولو قرئت بفتح أن على معنى إذ لم يؤمنوا لكان صواباً)(الفراء ، ص58) إلا أن اختلاف الفراء مع الكسائي في قوله: (وكان الكسائي يقول في أن هي في موضع خفض وإنما هي جزء) يحتمل عدة أوجه :

أ - المصدر المؤول من أن والفعل مجرور بعلی مقدره قال العكبري: (قبل التقدير على ما أنزل الله)(العكبري، ص1/91).

ب- إن المكسورة الهمزة ، وإن كان كذلك فلا خلاف مع الكسائي لأن هذا هو المنقول عن الكوفيين في أن المفتوحة الهمزة أنها جزء مثل إن المكسورة وهو قول الفراء والكسائي، وقد نقل عن الكسائي في مسألة عن أبي يوسف الفقيه في قول من قال لامرأته: أنت طالق إن دخلت الدار، قال أبو يوسف : هي طالق إن دخلت الدار فقال الكسائي: خطأ، إذا فتحت أن فقد وجب الأمر وإذا كسرت فإنه لم يقع الطلاق بعد(ياقوت الحموي، ص18/176) ، فمع الفتح الزمن ماض ومع الكسر الزمن مستقبل.

ج- المصدر المؤول "أن ينزل" في موضع خفض على أنه بدل اشتمال من ما في قوله بما أنزل الله ، وهذا بعيد ولم ينقل عن الكسائي.

7- (وما لنا إلا نقاتل في سبيل الله)(سورة البقرة، الآية246):



يرى الفراء أن "ما لنا" بمعنى "ما منعنا" حسب المعنى واعترض على الكسائي الذي يقدر "في" والمعنى "ما لنا في إلّا نقاتل" قال الفراء: (قال الكسائي في إدخالهم أن في مالك هو بمنزلة قوله: "مالك في أن لا تقاتلوا" ولو كان ذلك على ما قال لجاز في الكلام أن تقول "مابك أن قمت ، ومالك أنك قائم ، لأنك تقول في قيامك ماضياً ومستقبلاً وذلك غير جائز لأن المنع إنما يأتي بالاستقبال تقول: منعتك أن تقوم ولا تقول منعتك أن قمت، فلذلك جاءت في مالك في المستقبل ولم تأت في دائم ولا ماض ، فذلك شاهد على اتفاق معنى مالك وما منعك)(الفراء، ص1/163). وإذا حذف أن فالفعل في موضع نصب عنده وهو الوجه الأكثر قال: (جاءت أن في موضع وأسقطت من آخر فقال في موضع آخر "ومالك لا يؤمنون بالله والرسول يدعوكم"(سورة الحديد، الآية8) فمن ألقى أن فالكلمة على جهة العربية التي لا علة فيها والفعل في موضع نصب)(الفراء، ص1/163) وكما قال الطبري هما لغتان فصيحتان للعرب تحذف أن مرة وتثبتها مرة(الطبري، ص5/300). فبغير أن لا إشكال في ذلك واعتراض الفراء على الكسائي مع وجود أن وتقدير حرف الجر "في" وتفسير الفراء في "مالك" بمعنى "ما منعك" تفسير مرجوح عند المفسرين والنحويين فجلبهم قد اختار قول الكسائي قال الرازي (معنى ومالنا ألاً نقاتل، أي شيء لنا في ترك القتال ثم سقطت كلمة "في" ورجح أبو علي الفارسي قول الكسائي على قول الفراء وذلك لأنه على قول الفراء لا بد من إضمار حرف الجر والتقدير ما يمنعا من أن نقاتل، إذا كان لا بد من إضمار حرف الجر على القولين ثم على قول الكسائي يبقى اللفظ مع هذا الإضمار على ظاهره وعلى قول الفراء لا يبقى فكان قول الكسائي لا محالة أولى وأقوى)(الرازي، 1420هـ، ص3/403). وقال العكبري: (أن لا نقاتل تقديره في أن لا نقاتل)(العكبري، ص1/103) وقال النحاس: (وقيل المعنى وأي شيء لنا في إلّا نقاتل وهذا أجودها)(النحاس، 1421هـ، ص1/122). وقال الزجاج: (التقدير ما لنا في إلّا نقاتل فحذف في... وجوز أبو الحسن أن يكون المعنى وما لنا في إلّا نقاتل وهذا أوضح ويكون أن مع حرف الجر في موضع النصب على الحال... والحال في الأصل هو الجالب للحرف المقدر) (الزجاج، ص1/23، ابن عاشور، ص1/692). ثم ذكر الزجاج مجموعة من الآيات على هذا النحو كلها مقدر فيها حرف الجر كقوله تعالى: "ومالك إلّا تأكلوا" (سورة الأنعام، الآية119) وقوله "ألم تر إلى الذي حاج إبراهيم في ربه أن آتاه الله الملك" (سورة البقرة، الآية258) وقوله: "ولستم بأخذيه إلّا أن تغمضوا فيه" (سورة البقرة، الآية268) وقد انفرد الزجاج بالقول عن أبي الحسن الأخفش أنه يجيز ما لنا في إلّا نقاتل، وهو قول الكسائي فالمشهور عن الأخفش القول بزيادة "أن" في هذا وهو قول ضعفه النحويون(الطبري، ص5/300، العكبري، ص1/103). وقد نقل الطبري

قول الفراء بنصه بما فيه اعتراضه على الكسائي من غير أن يشير إليه أو إلى الكسائي ومن غير أن يرجح (الطبري، ص 300/5).

8- (والذين يؤتون ما آتوا وقلوبهم وجة أنهم إلى ربهم راجعون) (سورة المؤمنون، الآية 60): يرى الفراء أن قوله "أنهم إلى ربهم" في موضع نصب على نزع الخافض، وذلك على تقدير حرف جر لذلك اعترض على الكسائي الذي يرى أنه مجرور على حاله ولا يرى النصب، قال الفراء (قوله: قلوبهم وجة أنهم، وجة من أنهم فإذا ألقيت من نصبت، وكل شيء في القرآن حذفته منه خافضاً فإن الكسائي كان يقول هو خفض على حاله وقد فسرنا أنه نصب إذا فقد الخافض)(الفراء، ص 238/2) وقوله: "قد فسرنا أنه نصب" لأنه ذكر ذلك في مواضع كثيرة من القرآن من ذلك في قوله تعالى: "أن أُنذر قومك" (سورة نوح، الآية 1) قال: (أي أرسلناه بالإنذار أن في موضع نصب لأنك أسقطت منها الخافض)(الفراء، ص 187/3) وفي قوله: "وانطلق الملاء منهم أن امشوا" (سورة ص، الآية 6) قال: (فإن في موضع نصب لفقدها الخافض كأنك قلت انطلقوا مشياً ومضياً)(الفراء، ص 399/2) وفي قوله تعالى: "ذلك أن لم يكن ربك" (سورة الأنعام، الآية 131) قال: (إن شئت جعلت ذلك في موضع نصب وجعلت أن مما يصلح فيه الخافض فإذا حذفته كان نصباً) (الفراء، ص 355/1) إلى غير ذلك من المواضع (الفراء، ص 55/1، 504، 463، 300، 290، 272، 261، 178، 58، 90، 2/2)، قال الطبري: (وأن من قوله "أنهم إلى ربهم راجعون" في موضع نصب لأن معنى الكلام وقلوبهم وجة من أنهم فلما حذفته من اتصل الكلام فنصبت وكان بعضهم يقول هو في موضع خفض وإن لم يكن الخافض ظاهراً) (الطبري، ص 47/19، العكبري، ص 958/2، مكي، ص 130، 209/1) وقوله "كان بعضهم" يعني به الكسائي.

9- (قل بفضل الله وبرحمته فبذلك فليفرحوا هو خير مما يجمعون) (سورة يونس، الآية 58) قراءة الكسائي "فليفرحوا" "ويجمعون" بالياء في الموضعين موافقة لقراءة الجمهور، وبالتالي في "فلنفرحوا" قراءة يعقوب برواية رويس (الدمياطي، ص 116/2)، وأخذ الفراء على الكسائي أن يعيب قراءة فلنفرحوا. فنقل الفراء قراءة التاء قال: (وقد ذكر عن زيد بن ثابت أنه قرأ بذلك فلنفرحوا) (الفراء، ص 479/1) ثم قال: (وكان الكسائي يعيب قولهم فلنفرحوا لأنه وجده قليلاً فجعله عيباً وهو الأصل)(الفراء، ص 470/1) لأن الفراء يرى أن أصل فعل الأمر أن يكون بحرف الأمر وهو اللام فأصل اضرب لتضرب ثم حذفوا اللام وحذفوا حرف المضارعة تخفيفاً فاحتاجوا إلى همزة الوصل (الفراء، ص 469/1، ابن جني، ص 313/1) ويقوي هذا الكلام بقراءة أبي يقول: (وفي قراءة أبي فافرحوا) ويقويها بحديث النبي صلى الله عليه وسلم "لتأخذوا مصافكم" قال: (بريد خذوا مصافكم)(الفراء، ص 469/1) ، لذلك فعل الأمر نحو اضرب معرب مجزوم لأن أصله لتضرب وعند البصريين مبني على السكون وهي من مسائل الخلاف(الأنبأري، ص 427/2) ، وضعف ابن خالويه قراءة التاء قال: (وهو ضعيف في العربية)(ابن خالويه، ص 182) ، كما

اعترض الطبري عليها بعد أن اختار قراءة الياء وتعقّب الفراء في كلامه قال: (الصواب من القراءة في ذلك ما عليه قراءة الأمصار من قراءة الحرفين جميعاً بالياء فليفرحوا هو خير ما يجمعون لمعنيين أحدهما إجماع الحجة من الفراء عليه والثاني صحته في العربية وذلك أنّ العرب لا تكاد تأمر المخاطب باللام والتاء... فإني لا أعلم أحداً من أهل العربية إلا ويرى أنّها لغة رديئة مرغوب عنها غير الفراء...)(الطبري، ص109/15)، ثم نقل كلام الفراء ورد عليه في كلام طويل وقال في آخره: (هذا الذي اعتلّ به الفراء له لا عليه... وإنما هو دعوى لا تثبت بها حجة) (الطبري، ص109/15). وألطف من ذلك ما قاله الزمخشري مؤيداً قراءة التاء أخذاً بقول الفراء قال: (قرئ فليفرحوا بالتاء وهو الأصل والقياس وهي قراءة رسول الله صلى الله عليه وسلم فيما روي وعنه لتأخذوا مضاجعكم... وقراءة أبي فافرحوا وهو راجع إلى ذلك)(الزمخشري، ص353/2)، والإنصاف أن تقبل هذه القراءة مادامت رويت عن أحد من الفراء العشرة وهو يعقوب وقرأ بها جمع غير بخلاف يعقوب(أبو حيان، ص76/6، القرطبي، ص354/8) ولها وجه من اللغة معقول كما بين الفراء.

#### الخاتمة والنتائج:

- بدا من خلال هذا البحث أنّ الفراء اختلف مع شيخه الكسائي في تخريج القراءات وكثير من أوجه الإعراب ونخلص من ذلك إلى الآتي :
1. الضرب الأول من هذا الاختلاف باختيار الفراء لغير الوجه الذي اختاره الكسائي في القراءة أو الإعراب وذلك بعبارات مثل "أحب الوجهين إليّ" و "أفشى في القراءة" و "قراءتي" و "أشبه بكلام العرب" إلى غير ذلك من عبارات الترجيح.
  2. الضرب الثاني من الاختلاف هو اعتراض صريح بعبارات مثل "هذا قوله وأنا لا أجيزه" و "ليس ذلك بشيء" و "ولست أشتهي ذلك ولا أخذ به" و "قال الكسائي فيه قولاً لا أراه شيئاً" و "لا يجوز" و "أخالفه أشدّ الخلاف" وغيرها من عبارات الإنكار الواضحة.
  3. لم يذكر الفراء اسم الكسائي في بعض القراءات والأوجه التي اختلف فيها مع الكسائي ولأنني لم أجزم بأنّ الفراء كان يعرف نسبة هذه القراءات للكسائي فقد أشرت إليها إشارة عابرة وذكرتها إجمالاً من غير تفصيل.
  4. جاءت اعتراضات الفراء فيما قرأ به الكسائي قليلة كقوله أخالفه "أشدّ الخلاف" وذلك في قراءة الكسائي برفع التاء في قوله تعالى " قال لقد علمت ما أنزل هؤلاء إلا رب العالمين" وفيما عدا ذلك كانت اعتراضاته في وجه من وجوه الإعراب أو التخريج لم ترد به قراءة.
  5. الفراء في اختلافه مع الكسائي يعتمد على اللغة بالدرجة الأولى فهي أدواته في النقاش فقد استخدم علمه الواسع بالعربية في تحليل القراءة نقداً وترجيحاً واختياراً، فبعد المناقشة والمحاجة يخلص إلى الوجه الذي يراه يتفق مع المعنى ويناسب جلال القرآن ، بالإضافة

إلى تمسكه برسم المصحف وقراءة القرآن ، مع أنه لم يكن يأبه بالسند كثيراً وهذه هي الأصول الثلاثة- اللغة والرسم والسند- التي ذكرها علماء القراءات فيما بعد فقد أسس لها الفراء في قوله: (إتباع المصحف إذا وجدت له وجهاً من كلام العرب وقراءة القرآن أحب إلي من خلفه".

6. اعتمد الفراء على جمهور القرآن وما اجتمعوا عليه وإن كان في كثير من الأحيان يختار قول الكوفيين عموماً، ورغم اختلافه مع الكسائي فيما أثبتناه في هذا البحث كان الغالب عليه قبول قراءة الكسائي وتوجيهها والاحتجاج لها.

7. لم يكن من أسباب اختلاف الفراء مع الكسائي المنافسة أو الحسد أو شيء من ذلك مما يقع بين بعض العلماء، فقد كان الفراء يُجلّ الكسائي ويحترمه ويعترف له بالعلم وإنما كان مُطلقه هو المنهج العلمي السليم الذي يقوم على الحجة والدليل مما يبين أن للفراء منهجه الخاص في الاختيار الذي يتمتع فيه بحرية يسندها عقل واع في التحليل والاستنباط والنقد والترجيح يسعفه في ذلك علمه الواسع بال نحو ودرايته بوجود القياس والترجيح.

#### المصادر والمراجع:

الأزهري ، أبو منصور محمد بن أحمد، 1991م : معاني القراءات ، ط1 (نشر مركز البحوث في كلية الآداب ، جامعة الملك سعود ، الرياض، 1412هـ : الأشموني ، أبو الحسن علي بن محمد، 1998، مشرح الأشموني على ألفية ابن مالك ، ط1(دار الكتب العلمية ، بيروت، 1419هـ.

الألوسي ، شهاب الدين محمود بن عبد الله ، 1415هـ : روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني ، تحقيق علي عبد الباري عطية ، ط1 (دار الكتب العلمية ، بيروت. الأنباري ، أبو البركات عبد الرحمن بن محمد ، 2003م : الإنصاف في مسائل الخلاف ، ط1(المكتبة العصرية، 1424هـ).

بسندي ، خالد، 2005م : تعدد المصطلح وتداخله ، (بحث منشور في مجلة التراث العربي، دمشق، 1426هـ).

البيضاوي ، ناصر الدين أبو سعيد عبد الله بن عمر ، 1418هـ : أنوار التنزيل وأسرار التأويل ، تحقيق محمد بن عبد الرحمن المرعشلي، ط1(دار إحياء التراث العربي، بيروت.

ابن جنّي ، أبو الفتح عثمان ، 1999م : المحتسب في تبين وجوه شواذ القراءات والإيضاح عنها، نشر وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، 1420هـ.

ابن الجوزي ، أبو الفرج جمال الدين عبد الرحمن بن علي، 1422هـ : زاد المسير في علم التفسير ، تحقيق عبد الرازق المهدي، ط1 (دار الكتاب العربي، بيروت.

ابن حجر ، أبو الفضل أحمد بن علي، 1326هـ : تهذيب التهذيب ، ط1(مطبعة دائرة المعارف النظامية، الهند.

ابن حنبل ، أبو عبد الله أحمد بن محمد، 2001م : العلل ومعرفة الرجال ، تحقيق وصي الله بن محمد عباس، ط2(دار الخاني، الرياض، 1422هـ.

ابن خالويه ، أبو عبد الله الحسين بن أحمد، 1401هـ. : الحجة في القراءات السبع ، تحقيق د. عبد العال سالم مكرم، ط4 (دار الشروق،بيروت).

الداني ، أبو عمر عثمان بن سعيد، د.ت : المقنع في رسم مصاحف الأمصار ، تحقيق محمد عبد الصادق قمحاويّ (نشر مكتبة الكليات الأزهرية، القاهرة).

الديماطي ، شهاب الدين أحمد بن محمد، 1998م : إتحاف فضلاء البشر في القراء الأربعة عشر ، تحقيق أنس مهرة (دار الكتب العلمية، لبنان، 1419هـ.

الرازي ، أبو عبد الله محمد بن عمر، 1420هـ ، مفاتيح الغيب "التفسير الكبير" ، ط3 (دار إحياء التراث العربي، بيروت.

الزجاج ، أبو إسحق إبراهيم ، 1988م : معاني القرآن وإعراجه، (عالم الكتب، بيروت، 1408هـ.

أبو زرة ، عبد الرحمن بن محمد بن زنجلة : حجة القراءات ، تحقيق سعيد الأفغاني(دار الرسالة).

الزمخشري ، أبو القاسم محمود بن عمر ، 1407هـ : الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل ، ط3(دار الكتاب العربي، بيروت،

سيبويه ، أبو بشر عمرو بن عثمان ، 1988م : الكتاب ، تحقيق عبد السلام محمد هارون، ط8(مكتبة الخانجي، القاهرة، 1408هـ.

الطبري ، محمد بن جرير، 2000م : جامع البيان في تأويل آي القرآن ، تحقيق أحمد محمد شاکر (مؤسسة الرسالة، 1420هـ.

عاشور ، محمد الطاهر ابن محمد، 1984م : التحرير والتنوير، (نشر الدار التونسية للنشر والتوزيع، تونس.

ابن عطية ، أبو محمد عبد الحق بن غالب الأندلسي، 1422هـ : المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز، تحقيق عبد السلام عبد الشافي محمد، ط1(دار الكتب العلمية، بيروت.

العكبري ، أبو البقاء عبد الله بن الحسين : إملأ ما من به الرحمن من وجوه الإعراب والقراءات في جميع القرآن ، تحقيق إبراهيم عطوة عوض

- التبيين في إعراب القرآن ، تحقيق علي محمد الجاوي (نشر عيسى البابي الحلبي وشركاه).
- اللباب في علل البناء والإعراب ، تحقيق د.عبد الإله النبهان، ط1(دار الفكر، دمشق، 1416هـ-1995م).
- الفراء، أبو زكريا يحيى بن زياد الفراء ، د.ت : معاني القرآن ، تحقيق أحمد يوسف نجاتي ومحمد علي النجار وعبد الفتاح إسماعيل الشليبي، ط1(الدار المصرية للتأليف والترجمة والنشر،مصر).
- الفراء ، أبو محمد الحسين بن مسعود البغوي، 1420هـ : معالم التنزيل في تفسير القرآن ، تحقيق عبد الرزاق المهدي، ط1(دار إحياء التراث العربي، بيروت).
- الفيروزآبادي ، مجد الدين محمد بن يعقوب، 2005م : القاموس المحيط ، تحقيق مكتب تحقيق التراث بإشراف محمد نعيم العقوشي، ط8(نشر مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1426هـ.
- القرطبي ، أبو عبد الله محمد بن أحمد، 1964م : الجامع لأحكام القرآن ، تحقيق أحمد البردوني وإبراهيم إطفش، ط2(دار الكتب المصرية 1384هـ-الكرماني).
- محمود بن حمزة نصر الدين ، د.ت : غرائب التفسير وعجائب التأويل ، (مؤسسة علوم القرآن، بيروت).
- ابن مجاهد ، أبو بكر أحمد بن موسى، 1400هـ : السبعة في القراءات ، تحقيق شوقي ضيف ، ط2(دار المعارف المصرية، مصر .
- أبو محمد ،مكي بن أبي طالب، 1405هـ : مشكل إعراب القرآن ، تحقيق د.حاتم صالح الضامن، ط2(مؤسسة الرسالة، بيروت).
- النحاس ، أبو جعفر أحمد بن محمد، 1421هـ : إعراب القرآن ، تحقيق عبد المنعم خليل(دار الكتب العلمية، بيروت).
- معاني القرآن ، تحقيق محمد علي الصابوني، ط1 (نشر جامعة أم القرى، مكة المكرمة 1409هـ).
- ابن هشام ، أبو محمد عبد الله بن يوسف، 1985م ، مغني اللبيب عن كتب الأعراب ، تحقيق د.مازن المبارك ومحمد علي حمد الله، ط6، دار الفكر، دمشق.
- الواحدي ، أبو الحسن علي بن أحمد ، 1994م : -الوسيط في تفسير القرآن المجيد ، تحقيق وتعليق الشيخ عادل أحمد عبد الموجود والشيخ معوض والدكتور أحمد محمد صبرة والدكتور أحمد عبد الغني، ط1 (دار الكتب العلمية، بيروت، 1415هـ).

## دور المرشد السياحي في التسويق السياحي

د. سعيد عبد الحفيظ عبد الله خضر

أستاذ مساعد. قسم إدارة موارد التراث

كلية السياحة والآثار. جامعة الملك سعود

### Abstract:

Tourism is the primary source of national income in many countries throughout the world; it plays an essential role in economic activities and the labor market. Therefore, destination countries are always trying to increase the number of tourists through studying tourism markets, which plays an important role in the field of tourism

This research is seeking to establish and activate the role of tour guide, which is the most important human element in tourism system in the field of tourism marketing and sales. At the present the tour guide plays a role in marketing represented in the sale of what is known as optional programs, but the research is intended to develop the role of tour guide to become a marketing and sales man for both traditional tourist programs and current tourist programs produced by travel agencies.






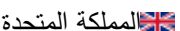


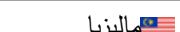

The research sheds light on similarities and differences between tour guide and salesman, and also presents skills of the tour guide that could be used in the process of successful marketing.

### مقدمة:-

تعد صناعة السياحة من القطاعات الأساسية اقتصادياً واجتماعياً في العالم، وهي تنافس وتتقدم علي كثير من مجالات التجارة العالمية، وتحقق معدل نمو سنوي متزايد باستمرار خلال النصف الأخير من القرن العشرين، والعقد الأول من الألفية الجديدة باستثناء السنوات القلائل التي تلت أحداث سبتمبر 2001 (العاني، 2008م:11).





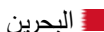
وطبقاً لإحصاءات منظمة السياحة العالمية (UNWTO)، ففي عام 2009 بلغ الدخل المباشر وغير المباشر للسياحة 3 بليون دولار أمريكي يومياً بنسبة نحو 30% من الخدمات التجارية في العالم ونحو 6% من قيمة البضائع و الخدمات. وعلي مستوي العالم احتلت السياحة المرتبة الرابعة (بعد الوقود والكيماويات والسيارات) في الصادرات العالمية. وفي العديد من الدول النامية تمثل السياحة المصدر الأول للعملة الأجنبية والدخل القومي. هذا وقد ساهمت السياحة في العام نفسه بنسبة 5% من الأنشطة الاقتصادية في العالم، وبلغ نسبة العاملين في مجال السياحة 6.7% من إجمالي الوظائف. وبلغ عدد السياح عالمياً نحو 880 مليون سائح (2009م) بينما كان العدد 919 مليون سائح في 2008 (UNWTO:2010). الجدول التالي

يوضح أكثر عشر دول علي مستوي العالم استقبالاً للسياح عام 2010م حيث بلغ عدد السياح عالميا 940 مليون سائح.

الترتيب	الدولة	عدد السياح الوافدين بالمليون
1	 فرنسا	76.80
2	 الولايات المتحدة	59.75
3	 الصين	55.67
4	 اسبانيا	52.68
5	 ايطاليا	43.63
6	 المملكة المتحدة	28.13
7	 تركيا	27.00
8	 ألمانيا	26.88
9	 ماليزيا	24.58
10	 المكسيك	22.40

(جدول 1 ) الدول العشر الأول عالميا الأكثر استقبالاً للسياح

المصدر :- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010

الترتيب	الدولة	عدد السياح الوافدين بالمليون
1	 مصر	11.91
2	 السعودية	10.90
3	 الإمارات العربية المتحدة	6.81
4	 سوريا	6.09
5	 البحرين	4.94

(جدول 2 ) أكثر 5 دول استقبالا للسياح في الشرق الأوسط في عام 2010

المصدر :- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010

وتسهم الخدمات السياحية في العديد من المجالات داخل دولة المقصد السياحي، مثل الفنادق، المطاعم، شركات السياحة، وكالات السفر، خدمات الأداء والإرشاد السياحي، والخدمات غير المباشرة مثل النقل وقنوات التوزيع ووسائل الترفيه وغيرها (Law,2001:23). ونظرا للدور العام الذي تلعبه السياحة في تحسين مستوى معيشة الأفراد وانتعاش الدخل الاقتصادي، تحرص العديد من الدول علي تبني سياسة فعالة في مجال الترويج والتسويق السياحي ودراسة الأسواق السياحية بهدف زيادة عدد السياح والليالي السياحية وإنفاق السياح. وفي



هذا الإطار يجيء هذا البحث ليقي الضوء علي الدور الذي يقوم به المرشد السياحي في تفعيل التسويق السياحي في مجال صناعة السياحة التي تمثل جوهر الصناعة الخدمية من جانب النشاط الإنساني.

ويهدف البحث إلى إبراز دور المرشد السياحي في تنمية وتطوير عملية التسويق السياحي، وإلى إلقاء الضوء علي مفهوم التسويق السياحي في مجال صناعة السياحة من حيث أن السياحة في عالم اليوم أضحت نشاطاً إنسانياً كما هي كياناً شاخصاً وملموساً، والتعرف على مميزات ومهام ومهارات المرشد السياحي الناجح في مجال المبيعات السياحية.

### التسويق السياحي: مفهومه وعناصره:

إن التسويق السياحي في عالم اليوم ليس مجرد وظيفة من وظائف منشآت الأعمال الخدمية، بل يعد فلسفة وأسلوب فكري، علاوة على أنه يمثل طريقة وأسلوباً لتنظيم وهيكلية المنشآت السياحية وأفكار القائمين عليها، فالتسويق السياحي عملية مستمرة وليس حملة إعلانية مؤقتة، أو نشاط ترويجي محدد، فالهدف الرئيسي للتسويق هو معرفة وفهم الزبائن بالشكل الذي يجعل السلعة أو الخدمة تلاءم الزبون ويسهل بيعها من خلال آليات ووسائل المزيج التسويقي. هناك العديد من التعريفات التي قدمت لمفهوم التسويق السياحي فقد عرفت جمعية التسويق السياحي الأمريكية التسويق بأنه "مجموعة من الممارسات التجارية اللازمة لتوجيه وإرشاد السلع والخدمات عند تدفقها من المنتج إلي المستهلك أو المستخدم" (شركة السياحة، المندوب.....الخ)(حجازي، 2007م: 32).

وهو "عملية إشباع الاحتياجات و الرغبات لدي العميل مقابل المال" (1993:27 Foster, وعلي نطاق أوسع فان التسويق هو "استعدادات حيوية مسبقة لتوصيل المنتج أو الخدمة إلي السوق" (Page,2009:6) والتسويق أيضا هو إجراء أو عملية يحصل بمقتضاها الأفراد و الجماعات علي مختلف أنواع المنتجات أو البضائع التي يستحقونها (Bennett,2001:2)، وهذه البضائع التي ابتكرت وصنعت واجري عليها العديد من التغيرات خلال عملية مسبقة تتطلب تفاصيل دقيقة أهمها فهم المستهلك، ورغباته وأمانيه ولهذا فان السلع، ونقصد بها الرحلات السياحية، تؤثر وتتأثر بالعميل أو المشتري" (Bennett,2001:383).

ويقضي التسويق استمرارية تقييم كيفية إدارة الأعمال داخليا وخارجيا وذلك للالتقاء مع متطلبات واحتياجات المستهلك أو العميل (Holloway,2004:6; Page,2009:383; Middleton,2001:2). والتسويق السياحي يهتم مباشرةً بتعزيز وتطوير وتنمية المنتجات والخدمات التي تقدم للسياح و المسافرين (<http://www.ehow>)

لقد أفرد علماء وباحثو التسويق العديد من الدراسات حول الأسواق السياحية وتقسيمات التسويق إلى تسويق مباشر وغير مباشر، وعناصر التسويق أو ما يعرف اصطلاحاً بمزيج التسويق (Foster, 1993:14) Marketing mix.

ويتكون مزيج التسويق من : المنتج (product) ، السعر (price) ، الترويج (promotion) والمكان (place)، والتي أطلق عليها اصطلاحاً "The 4 pes" أي "الباءات" الأربعة (Holloway, 2004:52). وكما أشار ماريسون أن هناك مزيج أكثر تفصيلاً للتسويق: يتكون من المنتج product (سلع وخدمات) - المشاركة partnership - الناس - people - التعبئة والتغليف packaging - البرمجة programming - المكان أو السوق place - الترويج promotion - التسعير pricing (Morrison, 2010:247). كلما زادت قنوات توزيع المنتج أو السلعة السياحية distribution channels كلما زادت المبيعات. وتنقسم هذه القنوات من حيث طرق التوزيع إلى توزيع مكثف "intensive"، وتوزيع محدد مختار "selective" وتوزيع حصري "Exclusive"، كما نقسم هذه القنوات إلى قنوات مباشرة من المنتج إلى المستهلك كالمتاحف، المطاعم، الملاهي والمطارات (Bennett, 2001:120). وقنوات التوزيع غير المباشرة المستقلة مثل شركات السياحة (Hudson, 2008:219، حجازي، 2007م: 13) ، أو من خلال شركات السياحة العملاقة (Foster, 1993:297)، وإذا عدنا بعض هذه القنوات لوكالات السياحة ومراكز الاستعلامات السياحية والفنادق ونشرات الأخبار ومواقع الانترنت والصحف والمجلات وملاحق الصحف ، وقسيمة في مجلة أو جريدة ، والبريد المباشر، والمعارض ، والأسواق التجارية ، والمطارات ، والراديو والتلفزيون ، ورجال البيع المباشر (Holloway, 2004:297)، نجد أن كل هذه القنوات لم تذكر المرشد السياحي، أو تشير إليه كواحد من القنوات الفعالة في مجال توزيع المنتج أو السلع السياحية ، ويسعي هذا البحث إلى تأصيل دوره في عملية البيع والتسويق للمنتج السياحي كأحد عناصر البيع الشخصي المباشر .

فالعنصر البشري هو المحور الأساسي في التسويق السياحي سواء قصد من ذلك السائح نفسه (العميل - المستهلك) أو رجل المبيعات (والذي يمكن أن يؤدي المرشد السياحي دوره) أو القائمين علي تأدية الخدمات السياحية في الفنادق والشركات السياحية وشركات النقل والأسواق والأدلاء والإرشاد سياحي (الحديد، 2010م: 93) ، فالنهوض بالسياحة وتطويرها يلزم الاهتمام بهذا العنصر البشري (السعيد، 2009 م: 93).

وفي هذا الإطار يلاحظ أن القطاع السياحي والفندقي يولي اهتماما كبيرا بالبيع والاتصال الشخصي كأحد أهم أساليب الترويج السياحي لما فيه من تأثير واضح ومميز علي سلوك وتصرف السائح وإقناعه بشراء البرنامج السياحي كما يفيد الاتصال الشخصي لمعرفة حاجات السائح (مقابلة والسرايبي 2001 : 220) ، إذ فالبيع الشخصي، هو وسيلة شخصية

للاتصال يقوم فيها البائع (أو المرشد) بتقديم ملامح وفوائد المنتج (الرحلة السياحية) بغرض إرضاء العميل أو السائح (Hudson,2008:303).

وفي مجال الرحلة السياحية وتسويق المنتج السياحي يمثل كل شخص في هذه المنظومة رجل التسويق والمبيعات، لأن كل عضو في منظومة الرحلة السياحية له دور أساسي يؤديه ليحقق نجاح البرنامج السياحي (Hsu,2001:2)، وذلك للوصول إلي إرضاء العميل أو السائح والذي ينعكس بدوره إيجابياً علي التسويق والمبيعات والسياحة (Copper,1998:458)، وانطلاقاً من أهمية وفاعلية البيع الشخصي أو التسويق المباشر يبرز دور المرشد السياحي بصوره فاعلة ومؤثرة مع إمكانية إضافة احد المهام الجديدة إلي المرشد السياحي وهو أن يقوم بدور رجل التسويق أو رجل المبيعات.

### مفهوم الإرشاد السياحي:

للإرشاد بمعناه العام أهمية كبرى منذ العصور المبكرة ومع رغبة الإنسان في الترحال من مكان لآخر (لأسباب عديدة) ظهرت الحاجة إلي الدليل أو المرشد الذي يعرف الطريق ويدرك مخاطره وعلي دراية بقراءة علاماته الإرشادية الطبيعية، ومعرفة النجوم والمناخ وغيرها مما يضمن سلامة ونجاح الرحلة أو الصحبة أو القافلة التجارية وحتى الجيوش العسكرية والمكتشفين الأوائل.

أما الإرشاد السياحي بمعناه الحديث فقد بدأ في الظهور منذ ظهور السفر الجماعي المنظم منذ نحو 150 عام تقريباً. ويعد الانجليزي توماس كوك رائداً في هذا المجال فقد قام سنة 1841 باستئجار قطار لنقل 540 شخص في رحله ذهاب وعوده round trip لمجموعه دينيه لزيارة احدي مدن انجلترا وتعد هذه أول رحله منظمه في العالم ولم يربح منها شيئاً، ولكن في رحلته الثانية عام 1846 قام بأخذ 350 شخص بواسطة باخرة ثم قطار في رحله إلي اسكتلنده وقام في هذه الرحلة بعدة أمور جعلتها محور تغير في التاريخ للسياحة والسفر.

1- تصميم دليل خاص بالرحلة "Brochure" pamphlet وهو الأول من نوعه.

2- هذه الرحلة تعد أول وأقدم رحله مرزومه أو Packaged في العالم الحديث.

رافق هذه الرحلة مجموعه من المرافقين والأدلاء السياحيين (الحوري & الدباغ، 2001: 203). ولهذا فإن هذا التاريخ يعد البداية الحقيقية لمهنة الإرشاد السياحي بمفهومها الحديث ومنذ ذلك الحين أصبح لا غني عنه في منظومة صناعة السياحة نظراً لشغف الإنسان في المعرفة والعلم والرغبة في اكتشاف المناطق الأثرية والسياحية والطبيعية ومعرفة تفاصيلها وخلفيتها التاريخية بل وتعددي الأمر إلي معرفة عادات وتقاليد الشعوب. وأساليب معيشتهم وأنماطهم الاجتماعية وغيرها.

الإرشاد السياحي هو عملية تفاعل بين السائح والمرشد السياحي، بحيث يقوم من خلاله المرشد السياحي بتوصيل المعلومات السياحية التي تهم السائح وتحببه بالمكان وتكشف عن أسراره وعجائبه، مما يخلق لدى السائح انطباع مختلف لدى رؤيته الأولى لهذا المكان، وتتم عملية التخاطب بين المرشد السياحي والسائح بطريقة احترافية وعلى أكمل وجه، مما يدفع هذا السائح بالاستمتاع الجيد، وكذلك الأخذ بنصائح المرشد السياحي، والتأقلم مع البلد من خلاله، وتقوم العملية الإرشادية علي علوم أخرى مرتبطة بها وتشمل العلاقات العامة ومهارات الاتصال والإسعافات الأولية وغيرها (الفاعوري، 2006م: 23).

والإرشاد السياحي هو حلقة الوصل بين دول المقصد السياحي (الدولة المستقبلية للسياح) والدول المصدرة للسياحة والإرشاد السياحي هو الواجهة المشرقة للدولة واللسان المعبر عن عظمة الدولة ومكانتها السياحية، وهو أهم عنصر من عناصر البرنامج السياحي الذي يشمل النقل والإقامة والاستقبال والخدمات والزيارات، وبالتالي فهو المهنة التي تظهر فضائل هذه العناصر وتأخذ بيد السائح وتيسر له رحلته السياحية وتؤثر فيه. وهو كذلك مهنة ذات بعد اجتماعي ووطني هام، فالمرشد هو المثال والنموذج الحي للمجتمع في دولة المقصد السياحي لهذا فإنه يترك أكبر أثر في نفس السائح ويعد سفيرا لبلده داخل أراضيها. والإرشاد أيضا هو قيادة وتوجيه ورعاية وتنظيم لحركة مجموعة سياحية من خلال شخص (المرشد أو الدليل) يقوم بإرشادهم خلال الرحلة السياحية وخلال الانتقال من مكان لآخر، بهدف تحقيق أفضل السبل لنجاح الزيارة السياحية (الحوري، 2002: 82)

#### تعريف المرشد السياحي:

ولإيضاح كيف يمكن أن يؤدي المرشد السياحي دور رجل التسويق والمبيعات أثناء عمله، فإن من الأهمية بمكان أن نلقي الضوء على تعريف المرشد السياحي ومهامه ودوره في البرنامج السياحي.

المرشد السياحي هو الشخص الذي يقود "يرشد" الزوار بلغة من اختيارهم ويشرح لهم التراث الثقافي والطبيعي لمنطقة ما ويصدر لهذا الشخص ترخيص من الجهة المعنية لمزاولة المهنة (Webster's online Dictionary).

والمرشد السياحي هو ذلك الشخص الذي يتولي الشرح والإرشاد للسائح في الأماكن الأثرية والسياحية وغيرها مقابل اجر (الفاعوري، 2006م: 24). ويرى الفاعوري أن المرشد السياحي "هو ذلك الإنسان (ذكر كان أم أنثى) المتقن المتعلم والواعي لتقديم رسالة وصور واضحة وصادقة عن بلده دون زيادة أو نقصان، وهو بالتالي أول وآخر شخص يقابل ويودع المجموعة السياحية، وعليه تقع مسؤولية المحافظة علي المجموعة السياحية التي يرافقها، وهو الصورة الحقيقية الممثلة لبلده أي انه السفير لبلده، وخلال مرافقته للمجموعة السياحية يجب علي

هذا السفير أن يكون علي خلق رفيع يتحلي بالصبر وان يكون معطاءا في جميع الحالات التي تواجهه، وكذلك يملك القدرة علي احتواء جميع المشاكل والمصاعب التي قد تواجهه بكل لطف وكياسة وتهذيب لأن هذه المهنة من أنبل المهن وارفعتها، وبها يستطيع الإنسان الواعي لعمله التعرف والاختلاط بثقافات ولغات وأفكار وحضارات متعددة بحيث ترفد رصيده الفكري والحضاري والثقافي واللغوي" (الفاعوري، 2006م: 25).

وطبقا للاتحاد العالمي لجمعيات الأدلاء السياحيين (WFTGA) "فان الدليل السياحي هو أي شخص مؤهل ويحمل إما رخصة دليل صادرة عن جهة رسمية، أو في أي منطقة لا يوجد بها جهة منوط بها الترخيص أن يكون قد تلقى تدريب خاص يؤهله من ممارسة الإرشاد في هذه المنطقة". (www,wftga. Org).

وبموجب البند 1 من الباب الأول من مرسوم تنظيم مهنة الأدلاء السياحيين-لبنان يعرف الدليل السياحي بأنه الشخص الحائز علي أجازة دليل ويقوم مقابل أجر محدد بأعمال مرافقة السياح والمسافرين وإرشادهم في المعالم الأثرية والتاريخية والطبيعية والمتاحف وفي الأماكن ذات الأهمية السياحية ويقوم أيضاً بشرح وإعطاء المعلومات التاريخية والأثرية، وشرح ما يتعلق بهذه المواقع وبالبلاد (غسان، 2003م: 15).

وفي تعريف (EFTGA) الاتحاد الأوربي لمنظمات المرشدين السياحيين نجد أن: "المرشد هو الشخص الذي يقود زائر أو مجموعه من الزوار من الخارج القادمين لبلده في مناطق الآثار والمتاحف لمدينه أو إقليم ويشرح لهم بطريقة شيقة وممتعه بلغة الزوار". Xin, (2006:183).

ويلعب المرشد السياحي دورا مهما في تنفيذ البرنامج السياحي وفي تحقيق رضاء السائح، ومع استعراض هذا الدور والمهام العديدة التي يؤديها المرشد السياحي للسائح، والتي تصب جميعا في إمكانية توظيف هذا الدور في جعل المرشد السياحي رجل تسويق ومبيعات ناجح يسهم في ترويج السياحة بشكل فعال، وبهذا يمكن أن يشكل المرشد السياحي قيمة مضافة للتسويق السياحي.

وبصفة عامة يصعب تحديد وظيفة ثابتة أو محددة يقوم بها المرشد السياحي فهناك الكثير من الأعمال في كل الأماكن التي يتواجد بها أو التي يقوم الزائرون بزيارتها(مقابله، 1999م: 48). ولكن يمكن استعراض بعضاً من هذه المهام فهو معلم يقوم بنقل المعلومات للزوار ومضيف ومدير الرحلة(Collins, 2000:1) وممثل العلاقات العامة ومشرف علي الرحلة ومصمم البرامج السياحية(السعيد، 2009م: 40). وهو أهم وسيله لإيصال المعلومات إلي السائح(العاني، 2008م: 99).

وفي دراسة حديثة أعدت عن دور المرشد السياحي عددت ما لا يقل عن ستة عشر دوراً رئيسياً وثانويًا للمرشد: "مزوداً بالمعلومات ومضيفاً ثقافي، مسيراً للعلاقات الاجتماعية ومحفظاً للحفاظ علي القيم، ومفسراً وشارحاً للبيئة والطبيعة، وقائداً للمجموعة، وموجهاً، وضابطاً أمن، وسفيراً داخل بلده، وممثلاً للعلاقات العامة، وممثلاً للشركة السياحية، و مترجماً، وحلالاً للمشاكل، ومستشاراً وناصحاً للسائح. (Rabotic, 2010:4).

إن إتقان المرشد السياحي لعملة وأداء مهامه بالشكل المطلوب هو في حد ذاته نوع من التسويق غير المباشر (الفاعوري، 2006م: 244). إذ أن الحصول علي رضا السائح و تنفيذ البرنامج السياحي المتفق عليه، يترتب علي ذلك نوع من الترويج السياحي يقوم به السائح عند العودة إلي بلده ((Rabotic, 2010: 7). أو قد يؤدي إلي إطالة مدة البقاء في البلد أو العودة مرة أخرى للزيارة، كذلك يلعب المرشد السياحي دوراً رئيسياً في البرامج أو المزارات الاختيارية(الفاعوري، 2006م: 237) وهي البرامج التي لم تكن متفق عليها في البرنامج السياحي (الرحلة) الذي اشتره السائح.

يلاحظ أن هناك العديد من التشابه بين مهارات رجل المبيعات والتسويق والمرشد السياحي فكلاهما يجب أن يعامل السائح (العميل) بود وثقة وابتسامة، كاستخدام اسم العميل عند الحديث معه، استخدام درجة صوت متباينة .....الخ.(Holloway, 2004: 241).

#### سمات ومميزات المرشد السياحي كرجل تسويق:

تتوفر لدي المرشد السياحي العديد من المميزات التي تؤهله ليؤدي دوراً مهماً في عملية التسويق والمبيعات، وهذه المميزات قد لا تتوافر بنفس الدرجة لرجل التسويق أو تكون ذات تكلفه عالية للشركة. فعلي سبيل المثال نجد أن العامل العاطفي يؤثر بالإيجاب في عملية البيع وهذا يتوافر لدي المرشد السياحي فهو أكثر من يحتك بالسائح طوال البرنامج السياحي وتتولد بينهما علاقات وطيدة وثقة وبالتالي تكون مقدرة المرشد علي الإقناع اقوي(Foster, 1993:23).

في خطوات البيع الشخصي، يتدرب رجل المبيعات علي اختيار العملاء، الاستعداد للمقابلة الشخصية، تحديدا للوقت المناسب، طلب المقابلة الشخصية، الالتزام بالمواعيد..... الخ وهذا كله يتوافر ويتاح للمرشد السياحي(حجازي، 2007 م:174).

علي رجل المبيعات أن يدرك تماما كافة تفاصيل المنتج الذي يقوم بتسويقه وأيضاً أن تتوفر لديه معلومات عن البرامج المنافسة(Hudson, 2008:303)، وهذا يتوفر أيضاً لدي المرشد السياحي ويفوق ذلك فهم المرشد لعناصر البرنامج السياحي أو مناطق المزارات.

من فعاليات البيع الناجح "المراجع" وهو أن تحصل علي أرقام هواتف أو بريد الكتروني للسائح أو لزيائن آخرين محتملين ليتم الاتصال بهم(الحديد، 2010م: 158). وهذه السمات

والخصائص أيضاً من مميزات المرشد السياحي الذي يتبادل مع السياح أرقام الهواتف والعناوين ويمدهم بالبطاقة الشخصية له مدون عليها كافة بياناته.

في مجال البيع يذهب رجل المبيعات أو التسويق أو المندوب إلى العديد من الزبائن المحتملين أي يحتمل أن يكون من بينهم من يشتري البرنامج السياحي (Bennett,2001:35)، بينما المرشد السياحي يتعامل بالفعل مع سائح ولدي المرشد الفرصة كاملة للتعرف علي احتياجات السائح وميوله والأنماط السياحية التي تجذبه وبالتالي يستطيع عرض البرامج السياحية التي تجد الراج لديه.

يلجأ رجل التسويق في مجال البيع و التسويق إلي جمع معلومات متعددة عن العميل والسوق السياحي والحالة الاجتماعية والاقتصادية، ومستوي الخدمة المراد تقديمها، والخلفية الثقافية للسائح والتجارب السابقة لدي السائح أو العميل والغرض من الرحلة..... الخ(Bennett,2001:35 ; مقابلة، والسرايبي 2001م: 33). وهذا بمجمله في تناول المرشد السياحي.

في مجال البيع الشخصي، يسعى رجل المبيعات إلي اقتناص الفرصة لمقابلة العميل (Foster,1993:135). وهذه العملية تعد مكلفة اقتصادياً (Bennett,2001:161) وتستهلك وقتاً ، كما إنها تتيح لرجل المبيعات المقابلة مع عدد محدود من العملاء. ولكن في حالة المرشد السياحي فان التكلفة الاقتصادية شبه معدومة لأنه لا يذهب إلي العملاء بصفة خاصة ، كما انه يتوفر لديه الوقت الكافي لمحاورة العميل والتعامل مع عدد كبير من العملاء ويمكن لشركة السياحة اختيار عدد محدد من المرشدين السياحيين مما تشير إليهم تقارير السياح بالثناء والإجادة ليمارسوا دور رجال المبيعات والتسويق السياحي.

إشارة إلى ما يعرف بخدمة ما بعد البيع After sales service ، وهي جزء هام في مجال التسويق وخاصة التسويق السياحي لان الخدمة (الرحلة السياحة) تقدم بعد الشراء، لذلك تسعى الشركات إلي الالتزام بتنفيذ بنود البرنامج السياحي والحصول علي رضا العميل أو السائح والتأكيد علي مصداقية الشركة (Jefferson,1991:221). ونلاحظ أن المرشد السياحي وهو ممثل للشركة السياحية التي يعمل بها وهو في حد ذاته أحد الوسائل التي تثبت بها الشركة مصداقيتها ولتزامها لدي العميل، فإذا ما أحسن وأتقن المرشد السياحي عمله فهذا يعني رضا العميل أو السائح وازدياد الثقة في الشركة وفي المرشد ، وبهذا يكون عرض برنامج جديد للبيع أو التسويق للسائح من قبل المرشد يحظي بالثقة والصدق من السائح الذي بالفعل أصبح له تجربة سابقة مع المرشد (Finst,2007:188). وهذا لا يتوفر مع رجل المبيعات.

تتميز احتياجات السائح بالتغيير الدائم مع الوقت (Narayandes, 2005:633). وباستطاعة المرشد أن يؤدي دوراً حيويًا في تصميم برامج وزيارات خاصة تتناسب ومتطلبات واحتياجات العملاء المتجددة (Bennett,2001:35; Doswell,1973:68).

بالإضافة إلى ما تقدم ذكره من أدوار ومهام عديدة يقوم بها المرشد السياحي في مجال التسويق السياحي وخدمات المبيعات تشير إلى الدور المهم الذي يؤديه المرشد السياحي في زيادة إنفاق السائح (الفاعوري، 2006م: 235) ، وخاصة في مجال المشتريات والتسوق أثناء البرنامج السياحي وهو ما يؤدي إلى زيادة الدخل وخلق رواج اقتصادي في مجال التذكارات السياحية وكذلك تدوير رأس المال في الأسواق الداخلية.

أما في مجال التسويق الإلكتروني E-Marketing والذي يقصد به الاستعانة بالانترنت والنظم الإلكترونية المتعددة في الاتصال بالأسواق المستهدفة بطرق أكثر فعالية وكفاءة ، وكذلك تسهيل التعارف بين المنظمات ذات الاهتمام المشترك واهم مجالات استخداماته في التسويق السياحي دعم أنشطة التوزيع والبيع والترويج السياحي (العراقي، 2009م: 122-23). فإن دور المرشد السياحي في هذا المجال كرجل تسويق يعد الأكثر فاعلية وتأثيراً، ولا شك أن الشبكة الدولية في العشر سنوات الأخيرة أصبح لها تأثير فعال في سلوك المستهلك ، وعرض وتسويق المنتجات علي مستوي العالم إذ يحرص العديد من مستخدمي الشبكة علي الحصول علي معلومات حديثة عن الأسعار وحالة الطقس وغيرها (Kozok,2006:55).

ففي مجال بيع الرحلات السياحية استخدم 36 مليون مسافر في الولايات المتحدة الأمريكية Direct Email Marketing أو التسويق عبر البريد الإلكتروني المباشر وقام 11 مليون منهم بحجز رحلات بالفعل عبر هذا الأسلوب.

في مجال التسويق السياحي يقسم باحثو التسويق الانترنت إلى ثلاثة تصنيفات ، كأداة اتصال تسويقية، وكوسيلة بيع شخصي مباشر تقدم المعلومات، تجيب عن الأسئلة ، وتسجل طلبات أو عروض الحجز ، وأخيراً كأحد قنوات التوزيع للفنادق ووسائل النقل (Kozok, 2006:334). ويعد الموقع الإلكتروني وسيلة فريدة من نوعها يجد فيها المستهلك عارض السلع أو رجل المبيعات أكثر مما يسعى رجل المبيعات إلى المستهلك (السائح) (Bennett,2001:173)، ويتميز الموقع الإلكتروني عن غيره من وسائل وقنوات التوزيع للمنتج السياحي بإمكانية عرض المنتج علي شكل مادة فيلمية (عرض الفندق ،القرى السياحية، أماكن الزيارة ، الأسواق..... الخ) كما انه من السهل تحديث المعلومة، وأيضاً إجراء حوار مباشر مع العميل.

وبهذا النمط من التسويق السياحي الإلكتروني يستطيع المرشد السياحي أن يلعب دوراً هاماً كممثل لشركة السياحة، يقوم بتصميم موقع شخصي له يعرض فيه العديد من البرامج السياحية ويجري الحوار والرد علي أسئلة السياح ،وعن تفاصيل هذه البرامج. كما يمكنه أيضاً من خلال



علاقاته بالسياح إرسال الرسائل الالكترونية لهم بأحدث الأخبار (إقامة مؤتمر أو معرض أو مناسبة ثقافية، أو افتتاح متحف جديد أو اكتشاف أثري أو أي نشاط آخر يجذب انتباه السائح ويوافق ميوله واهتماماته الشخصية. وتجدر الإشارة إلي توافر هذا النمط من عرض للمعلومات وحجز للرحلات السياحية علي مدار اليوم، ويمكن للمرشد السياحي ممارسة هذا النشاط من منزله الخاص وفي أي وقت يناسبه بعكس مندوب الشركة أو رجل المبيعات والعلاقات العامة الذي يحتاج إلي تحديد وقت مسبق ومناسب للعميل قبل عرض السلع (الخدمات السياحية) عليه.

إن نجاح المرشد السياحي كرجل تسويق ومبيعات للمنتجات السياحية يتطلب مجموعة من المهارات والإرشادات مثل استخدام لغة الجسد body language في التواصل والحوار مع العميل، واستخدام مرادفات مناسبة لعرض المنتج السياحي علي العميل من الطبقة العليا مثل (فخامة، ورفاهية، والدرجة الأولى) (Foster,1993:68) ومهارات فهم سيكولوجية السائح(الفاعوري، 2006م: 255-256)، ومداومة الاتصال بالسائحين عبر الهاتف والبريد الالكتروني، وإنشاء مجموعته خاصة به لاطلاعهم دائماً علي المستجدات (Bennett,2001:131). هذا بالإضافة الي سعي المرشد السياحي لتكوين شبكة علاقات اجتماعية لاسيما في مجال العاملين في السياحة(عبيدات، 2000م: 68)، فهذا يساعد المرشد علي الحصول علي كافة المعلومات والتفاصيل عن نقاط محددة في البرنامج السياحي.

ومن المميزات الأخرى الهامة التي يتفوق فيها المرشد السياحي علي رجل المبيعات، تحديد الأسعار وحساب التكلفة لكافة تفاصيل البرنامج السياحي وهي واحدة من أهم النقاط التي يجب أن يعيها المرشد السياحي ويتدرب عليها، فعلي سبيل المثال عند حساب سعر تذكرة طيران داخلي يراعي الأتي: شركة الطيران، وموعد الرحلة، ودرجة التذكرة، وعدد المسافرين، والسن، هذا فضلاً عن نوع الرحلة إذا ما كانت طيران عارض أم مجدول(Kotle,1983:341) ، وبالتطبيق العملي لهذا المثال باستخدام الحجز عن طريق الانترنت وجد أن سعر التذكرة في رحله داخلية من الرياض إلي جدة مثلاً تراوحت من 95 إلي 218 ريال، فإذا كان هذا عنصر واحد ضمن العديد من عناصر البرنامج السياحي التي تحدد السعر(Holloway,2004:161-188).

فكيف بباقي عناصر البرنامج السياحي مثل النقل الداخلي والإقامة في الفنادق والزيارات وأسعار تذاكر الدخول والوجبات الخارجية.... وغيرها. بالإضافة إلي ذلك يجب علي المرشد إدراك خطوات بيع المنتج السياحي ابتداء من الحصول علي المعلومات عن البرنامج الذي يرغبه العميل (أين ومتى وكيف ولماذا؟) حتى خدمة ما بعد البيع والإبقاء دائماً علي اتصال بالعميل(Finst, 2007:189).

## الخاتمة:

في ضوء المنظومة السياحية المتكاملة، يقوم المرشد السياحي بدور ايجابي في تنمية وتطوير العملية السياحية وذلك من خلال دوره الفاعل في التنشيط والترويج السياحي، والإرشاد، والتعريف بحضارات وثقافات الدول والمجتمعات الإنسانية. فالمهارات والسمات والمميزات المتعددة التي يتصف بها المرشد السياحي تمكنه من أن يكون سفيراً حقيقياً لبلاده.

يخلص البحث إلى العديد من النتائج الإيجابية التي تدعم الدور الايجابي للمرشد السياحي في العديد من المجالات ، وفي مجال التسويق السياحي على وجه الخصوص. إذ يمكن استخدام المرشد السياحي في تأدية دور رجل التسويق والمبيعات وذلك عن طريق استغلال علاقاته واحتكاكه بالسائح طوال فترة البرنامج السياحي مما يؤهله إلى معرفة العديد عن ميوله واحتياجاته كما يتيح هذا الاتصال المباشر إجراء حوار متبادل حول البرنامج السياحي.

إن تزويد المرشد السياحي بدورات التسويق السياحي يؤهله في تأدية دوره في بيع المنتج السياحي والتسويق له، بشكل أفضل وأكثر نجاحاً مع إمكانية تحقيق آلية التسويق والدعاية للمنتج السياحي من خلال التسويق الالكتروني عبر الشبكة الدولية والبريد الالكتروني المباشر مما يعود بالنفع الاقتصادي علي الدخل القومي للدولة، فضلا عن مكاسب مادية للشركة السياحية والمرشد السياحي من خلال حصوله علي عمولة متفق عليها من خلال بيع البرامج.

يخلص البحث إلى أن قيام المرشد السياحي بدور رجل التسويق والمبيعات لا يعني بالضرورة إلغاء وظيفة ودور رجل التسويق فكلاهما يكمل الآخر وله مجالاته وأسلوبه، وإنما يرسخ البحث لدور حيوي مضاف للمرشد السياحي ولعملية التسويق السياحي.

## قائمة المراجع والمصادر:

### أولاً - المراجع العربية:

1. الحديد، إبراهيم، 2010م. إدارة التسويق السياحي، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن.
2. الحوري، منثي طه & الدباغ ، اسماعيل، 2001. مبادئ السفر والسياحة، دار الوراق، عمان، الأردن.
3. الحوري، منثي طه، 2002م. الارشاد السياحي، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن.
- السعيد، عصام حسن، 2009م . الدلالة والإرشاد السياحي ، دار الراية، عمان، الأردن.
4. العاني، رعد مجيد، 2008م. الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
5. العراقي، محمد إبراهيم، 2009م. مدخل تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها السياحية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة.

6. الفاعوري، أسامة صبحي، 2006م. الإرشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق ، مؤسسة  
الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

7. حجازي، محمد، 2007م. إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لدنيا الطباعة،  
الإسكندرية.

8. عبيدات، محمد، 2000م. التسويق السياحي (مدخل سلوكي) ، دار وائل، عمان، الأردن.

9. غسان ، عويس ، 2003م. الدلالة والإرشاد السياحي علم وفن، دار زهران، عمان، الأردن.

مقابلة، خالد والسرايبي، علاء، 2001م. التسويق السياحي الحديث ، دار وائل، عمان، الأردن.

مقابلة، خالد، 1999م. فن الدلالة السياحية، دار وائل ، عمان، الأردن.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

1. Bennett, JA, and Strydom, Jw, 2001 Introduction to Travel and Tourism Marketing, Lansdowne: Juta, Johannesburg.
2. Collins, V., 2005, Becoming a Tour Guide: Principles of Guiding and Site Interpretation, Thomson, London.
3. Copper, C and others, 1998 Tourism Principles and Practice, Financial Times Prentice Hall, London.
4. Doswell, R., and others, 1973 Further Case Studies in Tourism, Barrie and Jenkins. London.
5. Finst, G., S and others, 2007 Manual of Travel Agency Practice,. 3rd ed Butterworth –Heinemann, Oxford.
6. Foster, D., L., 1993 Sales and Marketing for the Travel Professional, Glencoe, Singapore.
7. Holloway, Ch., 2004 Marketing for Tourism, 4th ed. Financial Times Prentice Hall, London.
8. Hsu, C., and Tom P., 2001 Marketing Hospitality, Educational Institute, New York.
9. Hudson, S., 2008 Tourism and Hospitality Marketing: A global perspective, SAGE, London.
10. Jefferson, A and Lickerish, L., 1991 Marketing Tourism: A practical guide, 2nd ed. SAGE, London.
11. Kotler, Ph., 1983. Principles of Marketing, 2nd ed. Prentice-Hall, New Jersey.
12. Kozok, M. and Andrew, L., 2006. Progress in Tourism Marketing, Amsterdam.
13. Law, L., 2001. "Singapore's New Economic Initiatives and Implications for Tourism" Tourism Management and Policy, editor E., Tan World Scientific, Singapore. pp.26-42
14. Middleton, V., 1988. Marketing in Travel and Tourism. 4th ed. Butterworth –Heinemann, Oxford.

15. Morrison, A., 2010 Hospitality and Travel Marketing 4th ed. Delmar Learning, Delmar.
16. Narayandes, D., 2005. "Notes on customer Management" Marketing Management text and cases, McGraw-Hill/Irwin New York. editor R., Lal, pp.633-637
17. Page, S., 2009. Tourism Management: Managing for change, 3rd ed. Butterworth –Heinemann Slovenia.
18. Rabić, B., 2010 "The Role of Tourist Guides in Contemporary Tourism" International conference on Tourism and Environment Computational Mechanics Inc., Sarajevo, March, 4-5-2010 pp.1-12
19. Xin Yu and Betty Weiter, 2006. "Service Ethics for Ecotourism Guides" in Managing Tourism and Hospitality services Theory and International Applications, CABI Pub London. editor P., Bruce et others pp.181-194.

ثالثاً - المواقع الإلكترونية:

1. [http://www.ehow.com/about\\_6521962-defime.Tourism-Marketing.html](http://www.ehow.com/about_6521962-defime.Tourism-Marketing.html). By Krist lorette updated May 2010.
2. Webster's online Dictionary 21-5-2010
3. World Tourism Organization (unwto) August 2010 unwto Tourism Highlights 2010 edition
4. www.wftga. Org.21-5-2010

## الأمن النفسي لدي نازحي معسكر كاس بولاية جنوب دارفور

د. الرشيد إسماعيل الطاهر البيلي

د. وفاق صابر علي عبد الله

كلية الآداب. جامعة النيلين

### Abstract:

This research aims at recognizing the psychological security among the displaced of Kass camp, South Darfur State and its relationship with some variables like (age, sex, and length of stay). Sample size is (100) displaced persons (62 of them are females; 38 of them are males).

The researchers adopt the descriptive approach and use the psychological security scale which is their own invention.

The research arrives at the following results:

1. The displaced of Kass camp in Darfur are characterized by low psychological security.
2. There are no any significant differences of the psychological sense of security among the displaced, this; could be attributed to the variable of sex.
3. There is also an inverse relationship between the sense of psychological security and age among the displaced.
4. There is no positive correlation between the sense of psychological security and length of stay in the displaced camp of Kass.

The researchers conclude their research by providing a number of recommendations and suggestions.

### مقدمة:

رتب ماسلو عام 1943م الحاجات وفق تناول هرمي ، في نظرية الدافعية Physiological Ahumanistic Theory of Personality قاعدته الحاجات الفسيولوجية Meeds والتي تشكل الأساس لجميع الحاجات الأخرى. وعندما تصبح الحاجات الفسيولوجية في حالة اكتفاء نسبي تظهر مجموعة أخرى من الحاجات هي الحاجات الأمنية Safety Mecds وهذا يعني أن الحاجات منظمة بشكل هرمي. دواني وديراني المذكور في خالد كردي (1995): (68).

تمارس حاجات الشعور بالأمن تأثيرا واضحا نشطا لدي الفرد من خلال المتغيرات التي تدل علي الحاجات الأمنية ، والتي تظهر عندما يواجه الفرد ظروف استثنائية مثل الحروب ، الكوارث ، الجريمة أو الفيضانات.

تشير إلى أن بعد الحاجة إلى الأمن النفسي تأتي حاجات الانتماء وتندرج هذه الحاجات من مفهوم الانتماء والحب ، إلى الحاجة لتقدير الذات ، وأخيراً الحاجة لتحقيق الذات. ويعد النزوح واحد من المشكلات التي قد تفقد الفرد الشعور بالأمن النفسي ويكون النزوح، نتيجة للحروب أو المجاعات وغالباً ما تصاحبه مجموعة من الخيرات غير السارة لمعظم الأفراد الشيء الذي ربما يوقعهم ضمن فئة مرضية سميت بالاضطرابات الموقفية Transitional Situational Disorder ويقصد بها مجموعة من الأعراض النفسية التي تظهر نتيجة لمشكلات حياتية طارئة ، وقد سميت بهذا الاسم للدلالة علي إنها اضطرابات انفعالية موقفية مرتبطة بمواقف ضاغطة ، ثم هي مؤقتة لأنها عادة مما تزول بعد معالجة الموقف الذي أثار الضغط الانفعالي والتغلب عليه . (عبد الباقي دفع الله، ص114، 2004). وتعد مشكلة النزوح من ابرز واهم المشاكل الاجتماعية التي تواجه عالم اليوم كما وكيفا حيث نجد ازدياد أعداد النازحين بمختلف جنسياتهم وثقافتهم وأنواعهم ، ويأتي النزوح لأسباب متعددة ومتباينة إذا كانت حروب أو مجاعات.

والسودان كقطر من هذه الأقطار لم يسلم من هاجس النزوح نتيجة لازمة دارفور التي أفرزت وضع غير طبيعي لإنسان هذه المنطقة ، إذ أجبرته علي النزوح لمناطق لا يعرف الكثير عن جغرافيتها وكيفية التعامل معها لتأمين المأكل والملبس لأولاده. هذا إذا ما وضعنا في الاعتبار عدم إحساسه بالأمن وقابليته كإنسان للتأثر بالضغوط والتي من أهمها فقدانه ما اعتاده من طعام ومصادر للمياه والملبس والمأوي والأمن.

خلال ما تقدم فان البحث الحالي يسعى لدراسة الشعور بالأمن النفسي لدى نازحي ولاية جنوب دارفور (عينة من معسكر كاس) من خلال الإجابة علي التساؤلات الآتية:

1. ما هي الفروق في الشعور بالأمن النفسي لدى نازحي جنوب دارفور بمعسكر كاس؟
2. ما هي الفروق في الشعور بالأمن النفسي لدى نازحي بمعسكر كاس التي تعزى لمتغير النوع؟
3. هل هنالك علاقة ارتباطية طردية عكسية بين الشعور بالأمن النفسي ومتغير العمر؟
4. هل هنالك علاقة ارتباطية طردية بين الشعور بالأمن النفسي وفترة الإقامة بالمعسكر؟

المصطلحات:

## 1/ الأمن النفسي : Psychological Security

من خلال البحث العيادي والنظري للمفهوم السيكولوجي للأمن النفسي وضع ماسلو الشكل النهائي للتصنيف الذي يبين المقارنة بين حالات الشعور بالأمن وعدم الشعور بالأمن ، والمكون من 14 بند لكل حالة . دواني وديراني المذكور في خالد (1995 : 19) وقد استخدمت الباحثة هذا التصنيف لتعريف مفهوم الشعور بالأمن النفسي.

## أ/ الشعور بالأمن النفسي:

شعور الفرد بالمحبة والألفة والأمن ، وتوقع الأفضل والإحساس بالرضا والهدوء والراحة ، والثقة بالآخرين والتعاون معهم وتقبل الذات والتسامح معها ، والشعور بان العالم المحيط بالفرد ودود وخير وسار .

## ب/ عدم الشعور بالأمن النفسي:

شعور الفرد بالنبذ والوحدة والتهديد ، وتوقع الأسوأ والإحساس بعدم الرضا ، والتوتر ، والضعف وعدم الثقة بالآخرين ، والنزعة إلى الأناية ، وعدم التسامح مع الذات ، والإحساس بأن العالم المحيط بالفرد مهدد له وهو عدواني وأناي .

ويقاس الشعور بالأمن النفسي وعدم الشعور من خلال الدرجة التي يحصل عليها المستجيب علي مقياس الشعور بالأمن النفسي الذي أعدته الباحثة لهذا الغرض .

## ج/ النازحين :

تعددت التعريفات الخاصة بالنزوح والنازحين حيث نجد التعريفات المضمن في الوثيقة الخاصة بالمبادئ التوجيهية بأنهم الأشخاص الذين اكروهوا علي الهرب أو علي ترك منازلهم أو أماكن إقامتهم العادية ، أو اضطروا إلى ذلك ، وخاصة عندما يكون ذلك سعياً لتفادي آثار النزاع المسلح أو نتيجة لاندلاع حالات العنف والنهب وحالات انتهاك حقوق الإنسان أو الكوارث التي من صنع الطبيعة كالزلازل والمجاعات والكوارث التي من صنع الإنسان ، وذلك داخل حدود الدول المتأثرة بالظروف المذكورة ، ودون أن يعبر النازحون الحدود الدولية لدول أخرى نجوى الصافي (2002 : 54).

أما المفوضية السامية للأمم المتحدة لشئون اللاجئين والنازحين داخل أوطانهم فإنها تعرف النازحين بأنهم أفراد أو جماعات اجبروا علي الفرار من أوطانهم للهروب من نزاعات مسلحة أو عنف عام أو انتهاك لحقوق الإنسان أو كفوارق بيئية أو من صنع البشر . محمد إبراهيم (1996 :300).

## الإطار النظري للبحث:

قال الله تبارك وتعالى في محكم التنزيل: (فَلْيُعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ \* الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَأَمَّنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ) (قریش:3-4).

وجعل الرسول (صلى الله عليه وسلم) الأمن النفسي من مقومات السعادة في الدنيا، "من بات معافاً في بدنه، أمناً من سربه عنده قوت يومه، فقد حاز الدنيا وما فيها". ونهي الرسول (صلى الله عليه وسلم) عن ترويع الأمنين وتهديدهم، ومن ثم فإن الأمن مطلب أساسي للحياة، ومن أهم الأهداف التي تسعى الأفراد والمجتمعات الى تحقيقها، وتوفير المناخ الذي يمكن في

ظله التمتع بمعظم القيم كالثروة والرفاهية والتقدم، وغيرها من القيم اللازمة لبقاء أي مجتمع، كما يمثل الأمن قيمة في حد ذاته عند معظم الناس. أحمد ذكي (2003، 86).

فالأمن من أهم مقومات الحياة يتطلع إليه الإنسان في كل زمان ومكان من مهده إلى لحدده، فإذا ما وجد ما يهدده في نفسه وماله وعرضه ودينه، هرع إلى مكان آمن ينشد فيه الأمان والأمن والاطمئنان، وينطوي الإحساس بالأمن النفسي على مشاعر متعددة تستند إلى مدلولات متشابهة فغياب القلق والخوف والمرض وتبدد مظاهر التهديد والمخاطر على مكونات الشخصية من الداخل أو من الخارج، مع إحساسه بالطمأنينة والاستقرار الانفعالي والمادي، ودرجات معقولة من القبول والتقبل في العلاقة مع مكونات البيئة النفسية والبشرية كلها مؤشرات تدل وفق أدبيات علم النفس، مع مفاهيم الإحساس بعدم الخوف والطمأنينة، وإحساس الفرد بالرضا والراحة النفسية، علي سعد (1998:37)

والأمن يعني الأمان والعهد والحماية والضمان وسكون القلب والاطمئنان والبعد عن الخوف، والقدرة علي مواجهة المفاجآت المتوقعة وغير المتوقعة دون أن يترتب علي ذلك اختلال او اضطراب في الأوضاع السائدة ، بما يعنيه ذلك من شعور بالخطر وعدم الاستقرار ، أحمد ذكي (2003 :87).

ويذكر علي سعد (1998 : 38) إن ماسلو قد تحدث عن أربعة عشر مؤشراً للأمن النفسي، يقدمها وفق السياق التالي:

- 1) الشعور بمحبة الآخرين وقبولهم ومودتهم.
- 2) الشعور بالعالم وطنا والانتماء والمكانة بين المجموعة.
- 3) مشاعر الأمان وندرة مشاعر التهديد والقلق.
- 4) إدراك العالم والحياة بدفء ، حيث يستطيع الناس العيش بأخوة وصدقة.
- 5) إدراك البشر بصفتهم الخيرة من حيث الجوهر ، وبصفتهم ودودين وخيرين.
- 6) مشاعر الصداقة والألفة نحو الآخرين ، حيث التسامح وقلة العدوانية ومشاعر المودة مع الآخرين.
- 7) الاتجاه نحو توقع الخير والإحساس بالتفاؤل بشكل عام.
- 8) الميل إلى السعادة والقناعة.
- 9) مشاعر الهدوء والراحة والاسترخاء وانتفاء الصراع والاستقرار الانفعالي.
- 10) الميل إلى الانطلاق من خارج الذات ، والقدرة علي التفاعل مع العالم ومشكلاته بموضوعية دون تمركز حول الذات.
- 11) تقبل الذات والتسامح معها وتفهم الاندفاعات الشخصية.



12) الرغبة في امتلاك القوة والكفاية في مواجهة المشكلات بدلا من الرغبة في السيطرة علي الآخرين ، والحزم والايجابية ، أساس طيب لتقدير الذات والإحساس بالقوة والشجاعة.

13) الخلو النسبي من الاضطرابات العصابية أو الذهانية والقدرة المنظمة في مواجهة الواقع.

14) الاهتمام الاجتماعية ويزور التعاون واللفظ والاهتمام بالآخرين.

والإحساس بالأمن حالة نفسية داخلية يشعر الفرد من خلالها بالاطمئنان والهدوء ، كما تمثل خارجيا في تحقيق معظم مطالبه وإشباع معظم حاجاته ، وشيوع روح الرضا النفسي، وتقبل الفرد لنفسه ، وشعوره بالانجاز ، ومشاركته الحقيقية في أنشطة تحقق لديه هذا الإحساس وتدعمه ، فرج طه وآخرون (د.ت: 16) وتشير الحاجة للأمن Safety Need إلى رغبة الفرد في السلامة والأمن ولطمأنينة ، وتجنب القلق والاضطراب والخوف ، وتتبدى حاجات الأمن عند الأطفال والراشدين بالتحرك المسيطر والنشاط الذي يقوم به هؤلاء في حالات الطوارئ التي تهدد السلامة العامة كالحروب أو الأوبئة أو الكوارث الطبيعية ، عبد المجيد نشواتي (1985 : 213). وقد يعني تحرر الفرد من الخوف مهما كان مصدره ، حيث أن الخوف مصدر كثير من العلل والمتاعب النفسية ، وهو الوجه الآخر للشعور بالنقص وضعف النفس والكرهية ، عباس محمود (1981 : 87).

ويري حامد زهران (1990: 436) أن الحاجة إلى الأمن تتضمن الأمن الجسمي والصحة الجسمية ، والحاجة إلى الشعور بالأمن الداخلي ، والبقاء حيا، والحاجة إلى تجنب الخطر والألم ، والحاجة إلى الاسترخاء والراحة، والحاجة إلى الشفاء عند المرض أو الجرح، والحاجة إلى الحياة السوية المستقرة السعيدة ، والحاجة إلى الحماية ضد الحرمان من إشباع الدوافع ، والحاجة إلى الشفاء عند المرض أو الجرح، والحاجة إلى الحياة السوية المستقرة السعيدة، والحاجة إلى الحماية ضد الحرمان من إشباع الدوافع، والحاجة إلى المساعدة في حل المشكلات.

ويذكر عبد المنعم الحنفي (1994 : 77) أن الحاجة إلى الأمن حاجة سيكولوجية جوهرها السعي المستمر للمحافظة علي الظروف التي تضمن إشباع الحاجات البيولوجية والسيكولوجية . واعتبر جبر محمد (1999م: 19) الحاجة إلى الأمن أولى الدوافع النفسية الاجتماعية التي تحرك السلوك الإنساني وتوجهه نحو غايته.

ويرى الباحثان أن الحاجة إلى الأمن ذات شقين الشق الأول الأمن المادي ، ويتمثل في محاولات الفرد المستمرة في الحفاظ علي حياته وإشباع حاجاته الأولية من طعام وشراب وإخراج وإشباع الرغبات الجنسية والنأي بنفسه بعيداً عن مواطن الخطر ، ودرء الخطر كلما أمكن ذلك أو التخلص من آثاره ، أما الشق الثاني: فهو الأمن المعنوي، ويتمثل في إحساس الفرد بالأمن والأمان والطمأنينة والرضا وعدم القلق والتوتر والإحساس بالسعادة مع تمتع بالصحة النفسية ، وتعتبر الباحثة أن هذين الشقين وجهان لعملة واحدة هي الشعور بالأمن النفسي.

ويرتبط الشعور بالأمن النفسي بحالة الفرد العضوية ، وعلاقاته الاجتماعية ، ومدى إشباعه لدوافعه الأولية وحاجاته الثانوية ، ومن ثم فهو حالة من التوافق الذاتي ، والتكيف الاجتماعي ثابتة نسبياً ، تتأثر بحالة الفرد العضوية وشأن الأطفال في الأسرة وحالة الفرد الصحية الجسمية والنفسية ، والمهارات التي يمتلكها والخبرات والمواقف التي يمر بها الفرد أو يتعرض لها ، والخدمات التي تقدم للفرد ، جبر محمد (1999: 80-93)

ويرى الباحثان أن أمن الفرد النفسي يتمثل في أنه آمن ومطمئن ومقبولة ومحبوب يستشعر الانتماء والحماية والرعاية والتوجيه والاهتمام والدعم والسند والتشجيع في مواجهة المواقف الحياتية.

وقد يتعثر الإنسان في إحساسه بالأمن لعدة أسباب تعمل مجتمعه ، أو بصورة منفردة منها : إخفاق الفرد في إشباع حاجاته ، وعدم القدرة علي تحقيق الذات ، وعدم الثقة بالنفس ، والشعور بعدم تقدير المجتمع ، والقلق والمخاوف الاجتماعية والضغط النفسي ، وتوقع الفشل ، وتهديد الذات ، وعدم الاستمتاع بالحياة وأساليب التنشئة الاجتماعية الخاطئة ، والتعامل غير المناسب في الأسرة أو المجتمع.

فالأمن النفسي مفهوم يتأثر بالعديد من العوامل سلباً وإيجاباً ويتداخل مع حاجات الإنسان الأساسية والاجتماعية والنفسية، وهو مفهوم معقد لتأثره بالتغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية، ولذا فدرجة إحساس وشعور الفرد بالأمن النفسي ذات علاقة ارتباطية، بذاته وعلاقاته وأسلوب حياته، ومدى إشباع حاجاته الأساسية أو الاجتماعية أو النفسية وإنسان معسكرات النازحين قد تنتفي عنده كل هذه المفاهيم عدم إشباع حاجاته وبالتالي يرجع فقده للإحساس بالشعور بالأمن النفسي . وحرمان الفرد من الأمن النفسي يجعله فريسة للمخاوف ، مما ينعكس سلباً علي شتى جوانب حياته النفسية والاجتماعية ، احمد زكي ( 2003 : 90 ) والذي يفقد الشعور بالأمن لا يستطيع أن يستجيب للمواقف التي تنطوي علي شيء من الخطر يتناسب مع طبيعة الظروف ، بل يستجيب مدفوعاً بما يشعر به من مخاوف ، ولذا فان سلوكه يكون قسراً ، عباس محمود ( 1981 : 88 ) والأفراد غير الأمنين لا يشعرون بالطمأنينة الكافية لكي يغامروا بتعرض أنفسهم للآخرين ، إذ تعودهم الثقة بالذات والاعتماد عليها ، وبخيفهم النمو، والتعرض للأذى والدخول في مغامرات اجتماعية ، كما أنهم مشغولون بمحاولة الشعور بالأمن ، وتجنب الإحراج ، يؤدي انشغالهم هذا إلى أن يصبحوا اقل وعياً بما يدور حولهم ، وبسبب الاتجاهات القائمة علي الخوف ، فهم يمارسون المهارات الاجتماعية.

والأمن نقيض للخوف ، ومن ثم يمكن تعريف الأمن علي انه الشعور بالأمان وعدم الخوف أو التحرر من الخوف ، ولذا فان العلاقة عكسية بين الأمن والخوف ، والحاجة إلى الأمن والبعد عن الخوف تختلف باختلاف الأفراد والمجتمعات والثقافات والمرحلة العمرية التي يمر بها الفرد ،

فالطفل مثلاً قد يري إن إشباع الحاجة إلى الأمن في القرب من الوالدين ، ويعتبرها الشاب في الجانب الاقتصادي والادخار وبناء المستقبل .

ويترتب علي عدم الإحساس بالأمن العديد من المشكلات النفسية والاضطرابات السلوكية والخوف والقلق والتوتر والحرص الزائد، وانعدام الثقة ، والشك في الآخر ، ونقص انتمائه، والتعبية والتقييد وعدم الحرية ، والاعتماد علي الآخرين ، والسلبية والتردد والتهرب من المسؤولية، وإلغاء التبعية علي الآخرين ، ولومهم والانزواء والعزلة الأنانية ، والانتهازية ، والعدوان ، والإحساس بالفقر والظلم والكبت ، والكذب والتبرير ، والاعتراب ، وعدم احترام المواعيد أو الموثيق أو العهود ، والإحساس باليأس ، وكراهية الحياة ومن فيها ، وقد يقود فقدان الأمن إلى الأفكار الانتحارية والإحساس بالآسي والحزن والاستسلام والنفاق.

ويذكر السيد محمد عبد المجيد ( 1995 : 319-340) إن من أهم المظاهر السلوكية المصاحبة للخوف وعدم الأمن عند الأفراد : احمرار الوجه ، والميل إلى الانفراد والرغبة في العزلة ، والهروب من المواقف الاجتماعية ، والعزوف عن المشاركة في الأنشطة الاجتماعية والتزدد ، والشك وعدم الجرأة ، وعدم الاستقرار والقلق ، والاعتقاد بان الاتصال الاجتماعي سوف ينتهي بخيرة سيئة ، والخوف من التقييم السالب والارتباك ، والإحساس بالخجل والدونية.

#### الدراسات السابقة:

لم يجد الباحثان أي دراسة تتحدث عن الأمن النفسي كمتغير أساسي لموضوع هذا البحث وإنما انحصرت الدراسات التي توصلوا إليها في دراسات النزوح ، دراسة قام بها ممثلي إدارة البحث المسح الاجتماعي بوزارة الصحة والرعاية الاجتماعية بعنوان النازحون بالمعسكرات حول العاصمة القومية وبرنامج إعادة التأهيل . وهدفت الدراسة إلى رصد المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي طرأت علي مجتمع النازحين خلال الفترة التي استقروا بها في أطراف العاصمة القومية وذلك بغرض إعادة تأهيلهم بالقدر الذي يمكنهم من الإسهام في خدمة قضايا الوطن في المقام الأول والناي بهم عن البطالة في المقام الثاني . وكانت عينة البحث تشمل (604) نازح ونازحة من الأقاليم الجنوبية.

هنالك دراسة سلمي محمد إبراهيم (1998م) بعنوان أثر النزوح على التوافق النفسي والاجتماعي لدى النازحات بمعسكر السلام ، وأجرت الدراسة على عينة تمثل (100) امرأة من النساء النازحات بولاية الخرطوم المقيمات بمعسكر السلام وتوصلت إلى وجود فروق في التوافق الشخصي والاجتماعي تعزى لمتغير مدة الإقامة والعمر وأسباب النزوح وعدد أفراد الأسرة.

ومن أهم الدراسات التي تناولت النزوح دراسة عبد الباقي دفع الله أحمد (2004) بعنوان النزوح ودوره في الصحة النفسية للمرأة والطفل، أجريت الدراسة علي عينة من (121) طفل و(112) امرأة يمثلوا عينة من جملة سكان معسكر نازحي جنوب مدينة كوستي بهدف دراسة

مدى انتشار الأعراض النفسية وسط النساء والأطفال باعتبارها الشرائح الأضعف في الأسرة وتوصلت الدراسة إلى اتسام النساء بدرجة متوافقة من الأعراض النفسية ، أما الأطفال فقد تميزوا بدرجة سلبية من الأعراض إضافة إلى التأثير السلبي لسنوات البقاء بالمعسكر علي الأعراض النفسية للنساء ، وأخيراً فقد أوضحت الدراسة أن الأطفال الأكبر سنا ، أكثر تأثراً بالظروف التي يمرون بها .

#### مجتمع البحث:

لا توجد إحصاءات دقيقة لمجتمع البحث الذي يمثلته نازحي المعسكرات بولاية جنوب دارفور ، وقد أفاد المسؤولون في إدارة المعسكرات أنه لا يوجد استقرار في الزيادة أو النقصان .

#### عينة البحث:

سعى الباحثان لتحديد عينة البحث الممثل لمجتمع البحث عن طريق اختبار العينة العشوائية البسيطة حيث بلغ حجم العينة (100) نازح ونازحة (62) من الإناث و(38) من الذكور من معسكر كاس بولاية جنوب دارفور .

العمر				فترة الإقامة بالمعسكر			النوع	
50 فأكثر	50-41	40-31	30-20	أكثر من سنتين	سنة إلى سنتين	أقل من سنة	إناث	ذكور
8	31	25	36	7	30	63	62	38

استخدم الباحثان أداة واحدة هي مقياس الأمن النفسي من إعدادهما بعد اطلاعهما على الإطار النفسي والأمن النفسي والمقاييس المعدة في هذا الجانب ، حيث قاما بتعريف الأمن النفسي بأنه عدم الخوف والشعور بالاطمئنان والحب والقبول والاستقرار والانتماء والإحساس بالحماية والرعاية والدعم والسند عند مواجهة المواقف مع القدرة علي مواجهة المفاجأة وإشباع الحاجات وفي إطار إعداد وتصميم الباحثان لأداة البحث قاما بالخطوات التالية:

1. الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت .
2. وضعت عدد من العبارات تقيس الشعور بالأمن النفسي في ضوء التعريف الإجرائي له واعتمد الباحثان في إعداد فقرات المقياس على الإطار العام لمفهوم الأمن النفسي وترجمة الباحثين كمال دواني وعيد درياني لمقياس الشعور بالأمن والشعور بعدم الأمن في البيئة الأردنية (1983) إضافة إلى مقياس شادية اتل ، وعصام أبو بكر (1977م) في تطويرهما لمقياس الأمن النفسي في إطار إسلامي .
3. تم وضع عدد من العبارات وزعت على عدد من الأبعاد هي الشعور بتقبل الآخرين ، الشعور بالاستقرار النفسي والشعور بالأمن في الجماعة والشعور بالراحة النفسية

الجسمية والشعور بالرضا والقناعة ، ومن ثم قام الباحثان بعرض هذه العبارات على عدد من اختصاصي علم النفس\* للتعديل والحذف أو الإضافة.

4. تأسيساً على ما تقدم وضع الباحثان عبارات المقياس حيث بلغت (45) ملحق رقم 1 عبارة صيغت بطريقة واضحة ومباشرة وروعي في إعداد تعليمات المقياس أن تكون بشكل واضح ومفهوم بينت الغرض من البحث ، وطلب من المستجيبين قراءتها بدقة والإجابة بصدق وصراحة وتم التأكيد أن الإجابة ستعامل بسرية ولأغراض علمية ، وفي حالة المفحوصين الذين لا يعرفون القراءة والكتابة تم توضيح العبارات بالعامية الدارجة وتصحيح الاستجابات بدائماً ويتم إعطاء الدرجة (19) للاستجابة بأحيانا ، على أن تعطي الدرجة (0) لمن يستجيب بناذرا . على أن تكون الدرجة المرتفعة على ارتفاع درجة الأمن النفسي وتدل الدرجة المنخفضة على انخفاض الأمن النفسي ، ويتم تصحيح العبارات في الاتجاه الموجب (2 ، 1 ، 0) وفي الاتجاه السالب (0 ، 1 ، 2).

#### خصائص المقياس السيكومترية:

##### صدق المقياس:

من الخصائص الأساسية الواجب مراعاتها عند تصميم المقياس صدق المقياس الذي يعني أن المقياس يحقق الوظيفة التي وضع من أجلها بشكل جيدة ، وقد تحقق في المقياس الحالي درجة عالية من الصدق عن طريق الخطوات الإجرائية التالية:

الباحثان بعرض هذه العبارات على عدد من اخصاص علم النفس<sup>(1)</sup> للتعديل والحذف أو الإضافة.

تأسيساً على ما تقدم وضعت الباحثان عبارات المقياس حيث بلغت (45) عبارة صيغت بطريقة واضحة ومباشرة وروعي في إعداد تعليمات المقياس أن تكون بشكل واضح ومفهوم بينت

د. خالد إبراهيم حسن الكردي - أستاذ مشارك جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. عثمان إبراهيم الحسين - أستاذ مساعد - جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. اسامة الجيلي مصطفى - أستاذ مساعد - جامعة الامام المهدي - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. صلاح الدين فرح عطا الله - أستاذ مساعد - جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. سليمان علي احمد - أستاذ مساعد - جامعة الخرطوم - كلية الآداب - قسم علم النفس.

<sup>1</sup> د. خالد إبراهيم الكردي - أستاذ مشارك - جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. عثمان إبراهيم الحسين - أستاذ مساعد - جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. اسامة الجيلي مصطفى - أستاذ مساعد - جامعة النيلين - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. صلاح الدين فرح عطا الله - أستاذ مساعد - جامعة الامام المهدي - كلية الآداب - قسم علم النفس.

د. سليمان علي احمد - أستاذ مساعد - جامعة الخرطوم - كلية الآداب - قسم علم النفس.

الغرض من البحث ، وطلب من المستجيبين قراءتها بدقة والإجابة بصدق وصراحة وتم التأكيد أن الاجابة ستعامل بسرية ولأغراض علمية ، وفي حالة المفحوصين الذين لا يعرفون القراءة والكتابة تم توضيح العبارات بالعامية الدارجة وتصحيح الاستجابات على ضوء الإجابة بعد التأكد من فهم المفحوص للسؤال .

يتم الاستجابة على المقياس في تدرج ثلاثي حيث إعطاء الدرجة (2) للإستجابة بدائما ويتم إعطاء الدرجة (1) للاستجابة باحيانا ، علي أن تعطي الدرجة (0) لمن يستجيب بناذرا . علي أن تكون الدرجة المرتفعة على ارتفاع درجة الأمن النفسي وتدل الدرجة المنخفضة علي انخفاض الأمن النفسي، ويتم تصحيح العبارات في الاتجاه الموجب ( 2 ، 1 ، 0) وفي الإتجاه السالب ( 0 ، 1 ، 2) .

## 2/ الثبات Reliability:

يقصد به اتساق النتائج والمقياس الثابت وهو الذي يمكن الاعتماد عليه ، ويتحقق الثبات إذا كانت فقرات المقياس نفي السمة نفسها ، فرج ( 1980 : 425) قام الباحثان بتطبيق المقياس على عدد مكون من (30) من نازحي دارفور بمعسكر كاس بولاية جنوب دارفور كعينة استطلاعية وتم حساب ثبات المقياس بطريقة الاتساق الداخلي بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس وتم حذف العبارات التي لا ترتبط ارتباطا جوهريا بالدرجة الكلية للمقياس ، وأسفر هذا الإجراء عن حذف (5) عبارات ليصبح المقياس بصورته النهائية عبارة (33).

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
1	0.65	11	0.02	21	0.41	31	0.52
2	0.64	12	0.30	22	0.34	32	0.22
3	0.52	13	0.72	23	0.52	33	0.35
4	0.55	14	0.56	24	0.61	34	0.29
5	0.57	15	0.48	25	0.42	35	0.71
6	0.48	16	0.01	26	0.55	36	0.55
7	0.13	17	0.23	27	0.43	37	0.38
8	0.55	18	0.35	28	0.52	38	0.67
9	0.53	19	0.18	29	0.64		
10	0.50	20	0.20	30	0.57		

وقد تم الإبقاء علي الفقرات التي حصلت علي معاملات ارتباط دالة في حين تم حذف العبارات السالبة والضعيفة ( 7 ، 11 ، 19 ، 28) وبذلك يكون مجموع العبارات المحذوفة (5) ليصبح

المقياس مكون من (33) عبارة وقد بلغ معامل ارتباط الفا (0.87) وهو معامل ارتباط مرتفع ، وقد استخدم الباحثان الوسائل الاحصائية لملائمة تحليل النتائج وهي :

1. معامل ارتباط بيرسون.
2. الاختبار التاي لعينة واحدة.
3. الاختبار التاي لعينتين مستقلتين.

### نتائج البحث ومناقشتها:

سيقوم الباحثان بعض النتائج التي تم التوصل اليها استناداً لما تم جمعه من بيانات ، وفق تسلسل فروض البحث ، كما سيقوم بمناقشة النتائج ، ثم التوصيات والمقترحات.

### عرض ومناقشة الفرض الأول:

يتسم نازحي حرب دارفور بمعسكر كاس بأمن نفسي منخفض بلغ متوسط درجة الأمن النفسي (28.92) بانحراف معياري (8.77) وبمقارنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي للمقياس وباستخدام الاختبار الثاني لعينة واحدة تبين أنه دالة عند مستوى دلالة (0.01) وهذا ما سيوضحه الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) يوضح الاختبار الثاني لعينة واحدة بين متوسط درجات أفراد العينة على مقياس الأمن النفسي.

الاستنتاج	(ت) الجدولية	(ت) المحسوبة	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	المتوسط	
يوجد انخفاض دال في الأمن النفسي	0.000	10.34	99	8.77	40	28.92	100

يتبين من الجدول رقم (3) أن هناك انخفاض دال في الأمن النفسي لدى عينة البحث بمعسكر كاس بولاية جنوب دارفور وهذا واضح باعتبار أن إنسان المنطقة قد نزع من مناطقه الآمنة من بيئات رعوية وزراعية تتوافر فيها كل احتياجاته المادية والنفسية إلى مناطق معسكرات قاحلة يعاني فيها ما يعاني من ضغوط وهواجس الحرب وفقد الولد والأرض وكل ما يملك وينتقل إلى بيئة جديدة يجبر على التفاعل فيها وتختلف في تقاليدها وقيمها وأعرافها وطبيعة حياة سكانها، وفي هذه المعسكرات يتعرض للعديد من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تلعب دوراً أساسياً بفقدان الأمن النفسي خاصة وأن هنالك استجابة عالية في ضغوط الحرب والنزوح ، وقد ذكر عبد الباقي دفع الله (2004/ 126) إن تجربة الحرب تأثر بلا شك في قدرة الفرد على التحمل وحتمية إصابته بسمة سلبية للأعراض النفسية أكثر من غيره.

### عرض ومناقشة الفرض الثاني:

توجد فروق في الأمن النفسي لدى نازحي دارفور بمعسكر كاس تعزي لمتغير النوع:

جدول رقم (4) يوضح الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين لنازح دارفور معسكر كاس يوضح افروق التي تعزي للنوع:

النوع	حجم العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت) المحسوبة	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
ذكور	38	27.50	10.60	98	1.27	0.207	لا يوجد فروق تعزي لمتغير النوع
اناث	62	29.79	7.40				

بالنظر إلى الجدول رقم (4) والذي يتم نتيجة الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين والذي يتضمن متغير النوع ( ذكور - اناث) حيث بلغ عدد الذكور (38) بمتوسط (27.59) وانحراف معياري (10.60) بينما بلغ عدد الإناث (62) بمتوسط حسابي (29.79) وانحراف معياري (7.40) وكانت درجة الحرية (98) وقيمة (ت) المحسوبة (1.27) بينما بلغت القيمة الاحتمالية (0.207) لا توجد فروق دالة بين الذكور والإناث في الأمن النفسي فكل المتوسطات أقل من الوسط الكلي ، فهذا يعني أن الذكور والإناث لا يختلفان في درجة الشعور بالأمن النفسي فكلاهما يشعر بانخفاضه .

وذلك لأن إنسان المنطقة يتأثر على حد سواء إذا كان ذكراً أو أنثى بالكارثة الإنسانية المدمرة وهي النزوح وآثارها السلبية على الإنسان ، ويرجع ذلك بالطبع إلى تساوي المثيرات التي يتعرض لها كل من الذكور والإناث ، أو البيئة النمطية التي أصبحت لا تفرق بين ذكر وأنثى ، ويعتبر الباحثان نتيجة هذا الفرض في ضوء تشابه ظروف الأسرة النازحة في الظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لا تبين الفروق في درجة الشعور بالأمن النفسي.

#### عرض ومناقشة الفرض الثالث:

هناك علاقة عكسية بين الشعور بالأمن النفسي والعمر لدى نازحي دارفور يتضمن الجدول أدناه العلاقة بين العمر والأمن النفسي.

جدول رقم (5) يوضح الارتباط بين الشعور بالأمن النفسي والعمر

حجم العينة	قيمة الارتباط	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
100	0.103	0.307	لا توجد علاقة بين العمر والأمن النفسي

وبالاطلاع على الجدول يتضح أن قيمة معامل الارتباط بلغ (0.103) والقيمة الاحتمالية (0.307) وبالتالي لا توجد علاقة بين الأمن النفسي والعمر وتبرر الباحثان هذه النتيجة بأن مدى الأعمار بين فئات الأعمار في عينة البحث كانت أربعة مجموعات حسب التقسيم المثنوي (20-30) ، (31 - 40) ، (41 - 50) و (51 فما فوق) فكانت المجموعة الأولى (36) نازح والثانية (25) نازح والثالثة (31) نازح والأخيرة (8) نازحين وبملاحظ هذا التقسيم نجد أن



الفروقات لم تكن كبيرة وإن النزوح كارثة إنسانية يتأثر بها الشاب والمراهق والشيخ على حد سواء وبالتالي فإن اختلاف الأعمار لا يؤثر أو يبين فروق درجة الشعور بالأمن النفسي.

#### عرض ومناقشة الفرض الرابع:

ينص على وجود علاقة طردية بين الشعور بالأمن النفسي وفترة الإقامة بالمعسكر

جدول رقم (6) يوضح العلاقة بين الشعور بالأمن النفسي وفترة الإقامة

حجم العينة	قيمة الارتباط	لقيمة الاحتمالية	الاستنتاج
100	0.124	0.218	لا توجد علاقة بين فترة الإقامة والشعور بالأمن النفسي

بالرجوع إلى الجدول رقم (6) يتضح عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين الأمن النفسي وفترة الإقامة في المعسكر بلغ معامل الارتباط (0.124) والقيم الاحتمالية (0.218) ، وقد وضع الباحثان هذه الفرضية باعتبار أن طول فترة النزوح والإقامة في المعسكر قد تحدث نوع من التكيف مع البيئة الجديدة لدى النازحين حيث يتأقلم النازح مع الضغوط الحياتية ويصبح امتصاصه لها أسهل من ذي قبل بمعنى أنه كلما زادت فترة النزوح والإقامة في المعسكر كلما ارتفع مستوى الشعور بالأمن النفسي.

وتبرز هذه النتيجة في معسكرات النازحين خاصة المعسكر الذي تم اختيار عينة الدراسة منه ، وهو من المعسكرات الحديثة التي لم يتجاوز فترة تأسيسها عن عامين ، وبالتالي لم يظهر ارتباط فترة وجود عينة البحث وإقامتها في المعسكر، لأنها كانت بسيطة لا تكفي لتكوين علاقة أو فروق في درجة الشعور بالأمن النفسي خاصة وأنه خلال تلك الفترة لم يتم تقديم الخدمات من المنظمات الرسمية أو الطوعية.

#### المؤشرات العامة لنتائج البحث:

1. يتسم نازحي دارفور (معسكر كاس) بأمن نفسي منخفض.
2. لا توجد فروق في الشعور بالأمن النفسي لنازحي دارفور (معسكر كاس) ويعزي لمتغير النوع.
3. لا توجد علاقة عكسية بين الشعور بالأمن النفسي والعمر لنازحي دارفور (معسكر كاس).
4. لا توجد علاقة طردية بين الشعور بالأمن النفسي وفترة الإقامة بالمعسكر لنازحي دارفور (معسكر كاس).

بناء على الزيارة الميدانية التي قام بها الباحثان لأرض المعسكر بمدينة كاس بولاية جنوب دارفور ونتائج البحث التي توصلوا إليها من خلال الإجابة على أسئلة هذا البحث يوصي الباحثان بالآتي:

1. مساندة كل الجهود المبذولة لإعادة السلام لإنسان المنطقة والحل الجذري لمشكلة النزوح.
2. وضع سياسات ثابتة لتوفير خدمات للنازحين وتوفير الحماية لهم دون المساس بالحقوق الدستورية للمواطنين.
3. وضع استراتيجيات فاعلة تمكن من احتواء الآثار السالبة التي تنجم عن النزوح سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو اقتصادية وذلك بالعناية بتاهيل المعسكرات وتوفير الخدمات الضرورية الأساسية.
4. اتباع خبراء نفسانيين للعمل في مراكز الإرشاد النفسي ومراكز الرعاية الأولية الخاصة بالأمومة والطفولة ورعاية المراهقين.
5. تفعيل دور المنظمات الطوعية والرسمية مع دعم الإذاعات المحلية وتوفير بعض الخدمات التربوية والاجتماعية والترفيهية داخل معسكرات النازحين لربط البرامج في محاولة لمحاربة كل أشكال الضعف في القيم والأخلاق ومحاربة كل أشكال الرذيلة ونشر القيم الروحية والثقافية النابعة من الدين والأخلاق الموروثة.

#### المراجع والمصادر:

1. أحمد زكي (2003) : استراتيجية تربوية في مواجهة التحديات الدولية للأمن القومي، القاهرة.
2. خالد كردي (1995): اتجاهات العراقيين نحو السودانيين الوافدين للعمل بالعراق وتصورات السودانيين عن اتجاهات العراقيين نحوهم، رسالة ماجستير غير منشورة ، بغداد جامعة المستنصرية.
3. جبر محمد جبر (1999): بعض المتغيرات الديمغرافية المرتبطة بالأمن النفسي مجلة علم النفس ، ع 39 ، القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب.
4. حامد عبد السلام زهران (1989): الأمن النفسي دعامة أساسية للأمن القومي العربي . دراسات تربوية ، مجلد 4 ، الجزء 19 ، القاهرة رابطة التربية الحديثة.
5. \_\_\_\_\_ (1990): علم نفس النمو والطفولة والمراهقة ، القاهرة عالم الكتب ، الطبعة الخامسة.
6. علي سعد (1998): مستويات الأمن النفسي والتفوق التحصيلي ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 14 ، ع3.
7. عباس محمود عوض (1981): علم النفس العام ، بيروت ، الدار الجامعية للطباعة والنشر .

8. عبد الباقي دفع الله احمد (2004) : النزوح ودوره في الصحة النفسية للمرأة والطفل: دراسات نفسية ، مجلة جامعة الخرطوم ، ع3.
9. عبد المجيد نشواني (1985): علم النفس التربوي ، ط2 ، عمان ، دار الفرقان.
10. عبد المنعم (1994): مؤسسة علم النفس والتحليل النفسي، القاهرة ، مكتبة مديولى.
11. نجوى الصافي (2002): النزوح والعودة إلى موطن الأصل ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، معهد الكوارث واللاجئين ، جامعة إفريقيا العالمية .

ملحق رقم (1)

مقياس الأمن النفسي بصورته الأولية

الرقم	العبارات	دائماً	أحياناً	نادراً
<b>الشعور بتقبل الآخرين :</b>				
1	تربطنى بجيرانى علاقة طيبة			
2	أنا محبوب من الآخرين			
3	افكر كثيراً فى إسعاد الآخرين			
4	حريص فى اختيار اصدقائى			
5	اشعر بان معظم الناس يستمتعون بالحديث معى			
6	اقلق بخصوص اشياء عنيفة قد تحدث لى			
7	أميل لان اكون شخص شكاك			
8	كثير ما افكر فى نفسى			
9	اشعر بان الحياة عبء ثقيل			
10	يضطرنى الآخرين الى التشاجر معهم دفاعا عن ما املك			
11	يخيم على جو اسرتى السعادة			
12	يصعب على تكوين علاقات مع الآخرين			
13	اعتقد ان الافعال الخيرة لافائدة منها هذه الايام			
14	يصعب علي تكوين أصدقاء			
<b>الشعور بالاستقرار النفسى :</b>				
15	اشعر باننى سعيد			
16	أياس بسهولة			
17	انا راضى عن نفسى			
18	اشعر بالقسوة من الآخرين			
19	اشعر بعدم الاستقرار والظلم			
20	أنا متفائل			
21	اعتقد بان الغد سيكون افضل			
22	تراودنى رغبة شديدة فى الهروب من المنزل			
23	اشعر بالتعاسة بعض الاحيان			

			احس بالالفة في هذا العالم	24
			اشعر باننى عبء على الاخرين	25
<b>الشعور بالأمن في الجماعة :</b>				
			افضل العمل لوحدى	26
			اببر افعالى الخاطئة للاخرين	27
			اشعر بان الناس يتامرون ضدى	28
			صادفتى مشكلات لم احاول حلها	29
			اشعر بان الاخرين يضمرون لى السوء	30
			اعتقد ان الناس يكرهونى	31
			الغيت مشروعاتى اتوقعى الفشل	32
			يؤلمنى الاخرون بسهولة	33
			انا مستاء من مواقف الاخرين اتجاهى	34
<b>الشعور بالراحة النفسية والجسمية</b>				
			اعانى من تعب فى عينى	35
			كثير ما اصاب بالصداع	36
			اشعر بالتعب معظم الوقت	37
			عادة ما يساء فهمي	38
			اشعر بالحزن في معظم الأحيان دون سبب	39
			اشعر بأنه لو لم يدبر لي البعض شيئاً في الخفاء لتحسن وضعي	40
<b>الشعور بالرضاء والقناعة:</b>				
			اشعر بالغيرة من الاخرين	41
			اخطت كثيرا لجمع المال	42
			اسعى دوما ان اكون محط الانظار	43
			اعتقد ان المال المصدر الرئيسى للسعادة	44
			احسد الاخرين لما يتمتعون به من سعادة	45

ملحق رقم (2)  
مقياس الأمن النفسي بصورته الأولية

رقم	العبارات	دائما	احيانا	نادرا
<b>الشعور بتقبل الاخرين :</b>				
1	تربطنى بجيرانى علاقة طيبة			
2	اشعر بان معظم الناس يستمتعون بالحديث معى			
3	اقلق بخصوص اشياء عنيفة قد تحدث لى			
4	كثير ما افكر فى نفسى			
5	اشعر بان الحياة عبء ثقيل			
6	يضايرنى الاخرين الى التشاجر معهم دفاعا عن ما املك			
7	يخيم على جو اسرتى السعادة			
8	اعتقد ان الافعال الخيرة لافائدة منها هذه الايام			
9	يصعب علي تكوين أصدقاء			
<b>الشعور بالاستقرار النفسى :</b>				
10	اشعر باننى سعيد			
11	أياس بسهولة			
12	انا راضى عن نفسى			
13	اشعر بالقسوة من الاخرين			
14	اشعر بعدم الاستقرار والظلم			
15	أنا متفائل			
16	اعتقد بان الغد سيكون افضل			
17	تراودنى رغبة شديدة فى الهروب من المنزل			
18	اشعر بالتعاسة بعض الاحيان			
19	احس بالالفة فى هذا العالم			
20	اشعر باننى عبء على الاخرين			
<b>الشعور بالأمن فى الجماعة :</b>				
21	افضل العمل لوحدى			
22	اببر افعالى الخاطئة للاخرين			

			اشعر بان الناس يتامرون ضدى	23
			صادقتنى مشكلات لم احاول حلها	24
			اشعر بان الاخرين يضمرون لى السوء	25
			اعتقد ان الناس يكرهونى	26
			الغيت مشروعاتى لاننى اتوقعى الفشل	27
			يؤلمنى الاخرون بسهولة	28
			انا مستاء من مواقف الاخرين اتجاهى	29
<b>الشعور بالراحة النفسية والجسمية</b>				
			كثير ما اصاب بالصداع	30
			اشعر بالتعب معظم الوقت	31
			عادة ما يساء فهمي	32
			اشعر بالحزن في معظم الأحيان دون سبب	33
			اشعر بأنه لو لم يدبر لي البعض شيئاً في الخفاء لتحسن وضعي	34
<b>الشعور بالرضاء والقناعة:</b>				
			اخطت كثيرا لجمع المال	35
			اسعى دوما ان اكون محط الانظار	36
			اعتقد ان المال المصدر الرئيسى للسعادة	37
			احسد الاخرين لما يتمتعون به من سعادة	38

ملحق رقم (2)  
مقياس الأمن النفسي بصورته الأولية

الرقم	العبارات	دائما	احيانا	نادرا
<b>الشعور بتقبل الاخرين :</b>				
1	تربطني بحيراني علاقة طيبة			
2	اشعر بان معظم الناس يستمتعون بالحديث معي			
3	اقلق بخصوص اشياء عنيفة قد تحدث لى			
4	كثير ما افكر فى نفسى			
5	اشعر بان الحياة عبء ثقيل			
6	يضايرنى الاخرين الى التشاجر معهم دفاعا عن ما املك			
7	يخيم على جو اسرتى السعادة			
8	اعتقد ان الافعال الخيرة لافائدة منها هذه الايام			
9	يصعب علي تكوين أصدقاء			
<b>الشعور بالاستقرار النفسى :</b>				
10	اشعر باننى سعيد			
11	أياس بسهولة			
12	انا راضى عن نفسى			
13	اشعر بالقسوة من الاخرين			
14	اشعر بعدم الاستقرار والظلم			
15	أنا متفائل			
16	اعتقد بان الغد سيكون افضل			
17	تراودنى رغبة شديدة فى الهروب من المنزل			
18	اشعر بالتعاسة بعض الاحيان			
19	احس بالالفة فى هذا العالم			
20	اشعر باننى عبء على الاخرين			
<b>الشعور بالأمن فى الجماعة :</b>				
21	افضل العمل لوحدى			
22	ابرر افعالى الخاطئة للاخرين			



			اشعر بان الناس يتامرون ضدى	23
			صادفتى مشكلات لم احاول حلها	24
			اشعر بان الاخرين يضمرون لى السوء	25
			اعتقد ان الناس يكرهونى	26
			الغيت مشروعاتى لاننى اتوقى الفشل	27
			يؤلمنى الاخرون بسهولة	28
			انا مستاء من مواقف الاخرين اتجاهى	29
<b>الشعور بالراحة النفسية والجسمية</b>				
			كثير ما اصاب بالصداع	30
			اشعر بالتعب معظم الوقت	31
			عادة ما يساء فهمي	32
			اشعر بالحزن في معظم الأحيان دون سبب	33
			اشعر بأنه لو لم يدبر لي البعض شيئاً في الخفاء لتحسن وضعي	34
<b>الشعور بالرضاء والقناعة:</b>				
			اخطط كثيرا لجمع المال	35
			اسعى دوما ان اكون محط الانظار	36
			اعتقد ان المال المصدر الرئيسى للسعادة	37
			احسد الاخرين لما يتمتعون به من سعادة	38

تسويق خدمات المعلومات في المكتبات:  
تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة

د.بله احمد بلال أحمد

أ. مساعد. جامعة السودان المفتوحة

**Abstract:**

The purpose of this research is to identify marketing information services in libraries, focusing on the experience of Open University of Sudan Library. The main findings of the research that the application of marketing in libraries will improve services and achieve the satisfaction of the beneficiary. We have reflected the application of the concept of marketing in the library of the Open University of Sudan to improving library services and thereby increase the satisfaction of the beneficiaries for the library.

**المقدمة :**

وجدت المكتبات لتكون مركزاً يوفر للمستفيد ما يحتاجه وما ينفعه، كما لها دوراً في إرشاده وتوجيهه فضلاً عن دعوتها لمن لا يقرأ ليقرأ. ومن أهم أهدافها أن تعمل على رفع مستوى الإدراك للمستفيدين وفي هذا تعد المؤسسات الربحية وغير الربحية تهدف إلى تحقيق رضا المستفيد في بيئة تميزت بالتنافس الشديد بين المؤسسات كافة . لذا بدأت المؤسسات تنظر إلى التسويق كاستراتيجية مهمة تشمل أنشطتها التجارية كافة. وتعتبر المكتبات من المؤسسات غير الربحية التي تهدف إلى تحقيق رضا المستفيد. ولكي تحقق المكتبات رضا المستفيد كان لزاماً عليها أن تعمل على تطبيق مفهوم التسويق في تقديم خدماتها، خاصة في ظل الضعف المستمر في ميزانيتها. حيث تبنت المكتبات التسويق في أنشطتها بغرض تقديم خدمات معلوماتية تحفز المستفيدين على الاستفادة منها نسبة لجودتها.

كما أسهمت النظرة التقليدية إلى التسويق على اعتبار أنه يتعارض مع مبادئ المكتبات في قلة الاهتمام به الأمر الذي انعكس سلباً على رضا المستفيد الذي بدأ يتجه إلى سمسارة المعلومات (information Brokers) للحصول على حاجته من المعلومات.

تحاول هذه الدراسة التعرف على مفهوم التسويق من منظور إدارة الأعمال ومدى تطبيقه في المكتبات ومراكز المعلومات، كما سنتناول تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة في تسويق الخدمات المكتبية كدراسة حالة.

**الدراسات المشابهة:**

رغم حداثة موضوع التسويق وحدائه دخوله عالم المعلومات إلا أن الأدب المنشور لم يخلو من الدراسات الكثيرة التي تناولت التسويق في عالم المكتبات والمعلومات لذلك رصد

الباحث مجموعه من الدراسات المشابهة ذات العلاقة بشقيها العربي والأجنبي التي تناولت التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات بشكل مباشر أو غير مباشر، كإطار نظري وتتمثل فيما يلي:

#### أولاً - الدراسات العربية:

- قام الباحث (السالم ، 2007) بدراسة بعنوان دور التسويق في تطوير خدمات المعلومات حيث تناول فيها الأساليب التسويقية في المكتبات، حيث هدفت تلك الدراسة إلى توضيح مفهوم التسويق ونشأته وتطوره بالإضافة إلى الأساليب التي أدت بالمكتبة إلى التسويق، وفي الخاتمة عرضت الدراسة أساليب تخفيف مشكلة التسويق بالإفادة من نظريات التسويق في مناهج علوم المكتبات، حيث أن منسوبي المهنة بشكل عام قد لا تتوفر لديهم الخبرة الكافية بأساليب وطرق التسويق، والملاحظ أن معظم المناهج تفتقر للمواد التي لها علاقة بمهارات التسويق والتخطيط.
- وفي دراسة أخرى حول التسويق في بيئة المكتبات: الواقع والتطورات قامت بترجمتها (غادة سمير، 2007) تناولت فيها العديد من التصورات العالقة بأذهان العاملين في مجال المكتبات والمعلومات التي تجعلهم يحجمون عن قبول التسويق على أنه أداة قابلة للتطبيق في المكتبات، بالإضافة إلى أن التسويق ليس فقط مفيداً من أجل المواد الاستهلاكية حتى تزيد من الربح لكنه ضروري في منظمات الخدمة المجانية كمراكز المكتبات والمعلومات، فضلاً عن التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات يتطلب بعض المهارة والتغيير في موقف كل شخص في المنظمة كاملة، وأخيراً فإن للتسويق اتجاهاً يركز على المستفيد أكثر من ارتكازه على المنظمة كاملة.
- وفي دراسة نشرت حديثاً للباحث (علي ، 2008) بعنوان : تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات قدم فيها الباحث عرضاً موجزاً لتسويق خدمات المكتبة وخدمات المعلومات أوضح فيها الفرق بين مفهوم التسويق ومفهوم البيع، بالإضافة إلى أهمية التسويق لخدمات المكتبات ومراكز المعلومات ومما تتضمنه الدراسة واجبات المكتبة نحو التعرف إلى حاجة المستفيد عن طريق المبادرة بالتعرف على المستفيد وتحديد حاجاته وترتيبها حسب أفضليات المستفيد وتعريف مقومات الخدمة الجيدة والتكيف مع التغيرات إذا كان ضرورياً، ولم يغفل الباحث موضوع ما يمكن تسويقه من خدمات المكتبات بالإضافة إلى نماذج وأمثلة عالمية على تسويق المعلومات.
- وقام (ابن عبدالعزيز حافظ ، 2003م) بدراسة تحمل عنوان: التسويق في بيئة المكتبات الجامعية: المبررات والمعوقات. تناولت الدراسة التسويق في المكتبات الجامعية بالمملكة العربية السعودية. تناولت الدراسة دوافع المكتبات التي اضطررتها إلى محاولة تسويق خدماتها

بشكل جيد، بالإضافة إلى عرض العناصر التي تعيق تطبيق التسويق في المكتبات. كذلك تعرضت الدراسة لمجالات التسويق في المكتبات واقترحت خطة تسويق تتكون من ثمانية عناصر .

- ويوضح (ابن خياط، 2003م) في دراسة بعنوان: تسويق منتجات وخدمات المعلومات والمعرفة في الوطن العربي، التحديات التي تواجه المكتبات في الوطن العربي. اقترحت الدراسة خطط تسويق لمواجهة التحديات التي تواجه تسويق المعلومات.
- وقدم (السالم، 2003م) في دراسة تحمل عنوان: تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الأكاديمية، لتجربة مكتبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في المملكة العربية السعودية في تسويق خدماتها. وتناول فيها مجموعة من ممارسات التسويق التي تستخدم في المكتبة.

#### ثانياً : الدراسات الاجنبية :

- يبدو أن أول دراسة طرحت مفهوماً واسعاً للتسويق هي الدراسة التي قدمها كل من ليفي وكوتلر (Levy & kotler 1969)، بعنوان: توسيع مفهوم التسويق تعرضاً فيها لمفهوم التسويق في المؤسسات غير الربحية. أكد الباحثان أن تطبيق مفهوم التسويق في المؤسسات الربحية وغير الربحية هو أساس تحقيق الجودة.
- قدم كرونين (Cronin ، 1982م) دراسة بعنوان التقنية الجديدة والتسويق New technology and marketing توصل فيها إلى أن عصر المعلومات الإلكترونية قد فرض على المكتبات الاهتمام بالتسويق.
- واستعرضت نورمان (Norman ، 1989) في دراسة بعنوان: تسويق المكتبات وخدمات المعلومات Marketing library and information services تضمنت دراسات حول التسويق في المكتبات في الفترة من عام 1982م حتى 1989م. توصلت الدراسة إلى أن هناك اهتماماً بالتسويق في المكتبات، إلا أنه يحتاج إلى تخطيط لدراسة السوق بغرض التعرف على حاجات المستفيدين كما أكدت الدراسة على أهمية الترويج في تسويق خدمات المعلومات.
- وقام سافارد (Savard ، 1996) بدراسة ميدانية بعنوان: أمناء المكتبات والتسويق Librarians & marketing تناولت العلاقة بين المكتبيين في كندا والتسويق. توصلت الدراسة إلى أن هناك اهتماماً متزايداً بالتسويق في المكتبات ولكن هناك عدم وضوح في مفهوم التسويق عند المكتبيين.
- وفي دراسة أجراها وينغاند (Weingand ، 1995) بعنوان: مقدمة: تسويق خدمات المكتبات والمعلومات Introduction: marketing of library and information

services . تناولت تلك الدراسة دور التسويق في المكتبات في الألفية الجديدة وأهميته في بالنسبة للموضوعات ذات العلاقة بإستراتيجيات التسويق التي تتمثل في تحديد الأهداف وتقديم المنتج، وتحديد قنوات التوزيع والترويج.

• وفي دراسة أجراها دو أندريا (D'Andraia ، 1994) تحمل عنوان: عمل المكتبات هو أن تعمل في مجالها *The business of libraries is staying in business* حث فيها المكتبات الأكاديمية على بناء خطط لتسويق خدماتها حتى تؤثر بشكل إيجابي في سوق المعلومات وتتمكن من مواجهة المنافسة.

من خلال اطلاع الباحث على الدراسات السابقة لم يعثر على أي دراسات تناولت تجربة مكتبات الجامعات المفتوحة في تسويق خدمات المعلومات. ولكنها تناولت موضوعات التسويق بأشكال مختلفة حيث عرضت تصورات حديثة لمفهوم التسويق في المكتبات بالإضافة إلى أساليبه بشقيه التقليدي والحديث وربطها بالخدمات وإزالة الصورة العالقة بأذهان المكتبيين حول ان التسويق يقتصر على المؤسسات الربحية فقط كما وضعت رؤى جديدة لتفعيل التسويق في المكتبات علماً بأن هذه الدراسات اجريت في بيئات اجتماعية متباينة ثقافياً واجتماعياً وفي دول ذات امكانات بشرية ومادية وتقنية تختلف عن مكتبة جامعة السودان المفتوحة، قد تختلف عن نتائج الدراسة الحالية ولكن تتفق معها في ضرورة الاهتمام بتسويق خدمات المعلومات والاستفادة منها في التطوير .

#### مفهوم التسويق من منظور علم إدارة الأعمال:

عرّف كوتلر (Kotler،1975م) التسويق بأنه "تحليل وتخطيط وتطبيق وتوجيه برامج فعالة للتبادل الطوعي بين الأسواق المستهدفة لتحقيق أهداف المؤسسة وذلك بالتركيز على رسم الخطط بغرض إبراز ما تقدمه من خدمات لإشباع رغبات السوق والاستجابة لحاجاته وتقديم الخدمات للمجتمع المستهدف". كما يعطي كوتلر (Kotler،1986م) تعريفاً آخر للتسويق بأنه: "الأنشطة الإنسانية الموجهة لإشباع حاجات الأفراد ورغباتهم من خلال عملية التبادل" ويعرف شاتاس (Chattas،1980م) التسويق بأنه "جميع مراحل النشاط التجاري الذي ينجم عنه نقل البضائع من المنتج الأصلي إلى المستهلك الأخير؛ وهذا لا يعني عملية البيع فقط ولكن يعني أيضاً عمليات الإعلان والتعبئة والأبحاث والنشاطات الأخرى التي لا علاقة لها بالصناعة والتصنيع".

ويعرفه آخرون من أمثال كوتلر وأرمسترونغ (Kotler &Armstrong ، 2001م) بأنه "عملية اجتماعية وإدارية لتلبية حاجات وطلبات الأفراد والجماعات، وخلق قيمة لبعض المنتجات وتبادلها مع الآخرين".

يتضح من التعريفات السابقة أنّ التسويق يتطلب أكثر من عملية بيع السلع للمستهلكين، فهو يتطلب عملية تخطيط منظمة ومدروسة تقوم بها المؤسسات لتقديم خدماتها للزبائن أو المستفيدين. تمثل التعريفات السابقة الاتجاه الحديث في التسويق والذي يعتبر الفرد أي المستهلك أو العميل هو المحور الأساس والرئيس للنشاط التسويقي بالتركيز على إدارة علاقات العملاء (Customer Relationship Management (CRM)) بهدف خلق علاقة وطيدة بينهم وبين المؤسسة، وتعميق وبناء علاقات رضاء تبادلية بينهم بغرض الحصول على ولائهم (Customer Loyalty).

عليه فإن التسويق عبارة عن حلقة متكاملة من الأنشطة الأساسية تعتمد دراسة حالة السوق من خلال البحث (Market Research) ودراسة هياكله بغرض قياس اتجاهاته والتعرف على طبيعته وخصائصه ومن ثم التعرف على سلوكيات المستهلك (Consumer Behavior) وحاجته من المعلومات والأنشطة التي تسهل اختراق السوق (Market Penetration) وتساعد على خلق القيمة التي تجلب إليه الزبون وتحافظ عليه (Customer Retention) في ظل المنافسة القائمة. وللحصول على النتائج المرجوة من التسويق يجب وضع إستراتيجية تسويقية تتضمن تحديد الأسواق المستهدفة وتحليلها وإيجاد فرص تحويل المستهلكين المحتملين إلى مستهلكين فعليين.

ويعرض كوتلر وآرمسترونغ (Kotler & Armstrong ، 2001) فوائد التسويق التي يمكن تلخيصها في الآتي:

1. بناء علاقات مع المستفيدين عن طريق تقريب المسافات بينهم وبين مؤسسات التسويق والعمل على زيادة درجة إلمامهم بحاجات المستفيدين.
  2. يساعد على تصميم وسائل اتصال تضمن التفاعل المستمر مع السوق المستهدفة ومعرفة مدى إدراك المستهلكين للسلع والخدمات وكذلك إمكانية قياس درجة ولائهم لها.
- يركز التسويق على ما يسمى بالمزيج التسويقي (Marketing Mix) الذي قام كوتلر وليفي (Kotler & Levy ، 1969م) بتقسيمه إلى أربعة عناصر رئيسة تستخدم في إدارة التسويق هي:

1. المنتج (Product): أن يكون المنتج جذاباً ومفضلاً بالنسبة للمستهلك، حيث أنّ توافر منتج ذي جودة عالية يعطي للمؤسسة التجارية فرصة أكبر لتسويقه.
2. السعر (Price) أن يكون مقبولاً وفي متناول المستهلك، وأن يتقدم المنتج عروض جذابة وخصومات مغرية.

3. المكان / التوزيع (Place): أن يكون ملائماً وقريباً من المستفيد حتى يتمكن من الحصول على المنتج بسهولة ويسر، ويزيد من كفاءة عملية التوزيع مع السرعة في التوصيل والتسليم.

4. الترويج (Promotion) بناء إستراتيجية للتعريف بالمنتج وفوائده ومساعدة المستفيد في الحصول على مزيد من المعلومات عنه وإقناع السوق المستهدفة بالإقبال على الشراء. يعد المزيج التسويقي من أهم عناصر العملية التسويقية التي تؤدي إلى إرضاء المستهلك والمحافظة عليه كمستفيد دائم وخلق حلقة وفاء بينه وبين المؤسسة أو المنتج ( Customer Loyalty).

يمثل المزيج التسويقي من خلال عناصره السابقة القوى المؤثرة في تحقيق مردود مادي للمؤسسات الاستهلاكية والربحية والحصول على ميزة تنافسية (Competitive Advantage) وكسب ولاء المستهلك وثقته ليصبح وقياً للشركة ومنتجاتها الأمر الذي سيمكنها من تحقق أعلى معدلات في عوائد الاستثمار (Return On Investment-ROI) .

إنّ البيئة التنافسية التي تعمل بها المكتبات تجعلها مضطرة للتعرف إلى المؤسسات الأخرى التي تتنافسها في تقديم خدمات المعلومات، مثل الوسطاء وسماسرة المعلومات. يؤكد كل من كوتلر وليفى (Kotler&Levy، 1969) أنّ هناك زيادة في تطبيق التسويق في المؤسسات غير الربحية مثل المكتبات.

يساعد تطبيق مفهوم التسويق في المكتبات على التعرف إلى حاجات المستفيدين وبالتالي وضع خطة متكاملة ومتناسقة بغرض تحقيق الأهداف التي تؤدي إلى رفع مستوى الأداء وإرضاء المستفيدين. إرضاء المستفيدين سيحسن من صورة المكتبة في نظرهم ويحفزهم على ارتيادها ويزيد من عائداتها.

#### مفهوم التسويق في المكتبات:

يرجع رنبرغ (Renborg، 1997م) تاريخ التسويق في المكتبات إلى 1876م عندما طرحت فكرة تحسين العلاقة بين المكتبات والقراء في أول مؤتمر لجمعية المكتبات الأمريكية (ALA). أخذت فكرة التسويق في المكتبات تنتشر مع انتشار مصطلحات الإعلانات والوصول إلى المستفيد التي حظيت باهتمام كبير من قبل أمناء المكتبات. وقد أكد الباحث أن المكتبات قد مارست أنشطة التسويق ضمن هذه المفاهيم قبل أن يظهر مصطلح التسويق بصورته العلمية والشاهد في ذلك خدمات التصوير مقابل رسوم رمزية.

زادت أهمية التسويق في المكتبات بعد أن نشر كوتلر (Kotler، 1975م) كتابه الذي يحمل عنوان: "التسويق في المؤسسات غير الربحية ذات النفع العام" تعرض كوتلر في هذا

الكتاب إلى إمكانية استخدام مبادئ التسويق في المؤسسات بغرض الوصول إلى المستفيدين وتلبية حاجاتهم.

تعرف جمعية المكتبات الأمريكية (ALA) (1983م) تسويق المعلومات بأنه "مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تبادل خدمات المعلومات بين موردي تلك الخدمات والمستفيدين الفعليين والمتوقعين". تهتم أنشطة التسويق بالمنتج (Product) والسعر (Price) والترويج (Promotion) وطرق التوصيل (التوزيع).

يتبين لنا من هذا التعريف أن التسويق في المكتبات يقوم على أربعة عناصر أساسية سبق ذكرها كالمنتج والسعر والترويج إضافة إلى المكان. كما يعرف زين عبدالهادي وجمال بهجت (1994م) في دراسة صدرت بعنوان: تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات، عرفت مفهوم التسويق في المكتبات بأنه "أداء الأنشطة التي توجه انسياب أو تدفق الخدمات التي تقوم المكتبة بتقديمها للمستفيد، ويهدف إلى سد الفجوة بينهما وإيجاد طرق بديلة لتطوير العلاقات بينهما" ويتضمن هذا التعريف إدارة العلاقة بين المستفيد (العميل) والمؤسسة.

ترجع (بنت خياط ، 2003م) فكرة تسويق المعلومات إلى بداية الخمسينات وتعرفه بأنه "إدارة التبادل بين مؤسسات المعلومات والمستفيدين". وقد أشار كل من غانغولي ودوبال (2003م، Ganguly & Debal) إلى أن بعض المكتبيين يقصرون مفهوم التسويق على إنتاج الأدلة والنشرات وإقامة العلاقات العامة مع المؤسسات. في حين يرى (ابن عبد العزيز حافظ ، 2003م) أن مفهوم التسويق في المكتبات عبارة عن "حلقة من الأنشطة تبدأ بتحديد مجموعات المستفيدين والتعرف على حاجاتهم وتنظيم وإنتاج المنتجات والخدمات لتلبية تلك الحاجات والإعلان عن تلك المنتجات والخدمات. ويعطي (هشام عباس 1994م) بعداً اجتماعياً لمفهوم التسويق باعتباره نشاطاً يعمل في بيئة اجتماعية لها قوى اجتماعية، حيث إنه يعني النشاط الإنساني الذي يهدف إلى تلبية رغبات المستفيدين وحاجاتهم من خلال عملية تبادل المنافع التي قد لا تولد مكاسب مادية، لأن المكتبة مؤسسة خدمية تسعى إلى جلب المزيد من المستفيدين بفئاتهم المختلفة من قراء وباحثين ودارسين وأن جلب المزيد من المستفيدين يعني للمكتبة الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن (Customer base) تعبر عن مؤشرات نجاحها في تسويق خدماتها.

وتعلق وينغاند (Weingand، 1987م) قائلة: "إن التسويق الذي كان يرتبط بالبيع تطور ليشمل تصميم المنتج الذي يلبي الحاجات الفعلية للمجتمع المستهدف بدلاً من بذل الجهد في إقناع ذلك المجتمع على ارتياد المكتبة للقيمة في حد ذاتها".



يهدف التسويق في المكتبات إلى إدخال آليات السوق وذلك بتغيير الأسس التي تستند إليها تلك في إدارة خدماتها باعتماد طرق جديدة تسعى من خلالها إلى توفير السلع والخدمات أو الأفكار للمستفيدين الحاليين والمتوقعين بالكمية والمواصفات والجودة المناسبة والمطلوبة بما يتماشى مع أذواقهم في الوقت والمكان الملائمين وبأقل تكلفة ممكنة وبأسهل الطرق المتاحة" (همشري، 2001م).

وهكذا يتبين من خلال التعريفات أنّ مفهوم التسويق في مجال المكتبات والمعلومات يتفق مع مفهوم التسويق في إدارة الأعمال.

#### **تطبيق المزيج التسويقي في المكتبات:**

تجمع الدراسات في مجال إدارة الأعمال على أن المزيج التسويقي هو العمود الفقري لعملية التسويق. ذهب (غرينر، 1990م Greiner) إلى إمكانية تطبيق التسويق في مجال المكتبات العامة حيث أنّ:

المنتج: هو البرامج والمصادر والخدمات التي تقدمها المكتبات إلى المستفيدين.

السعر: هو التكلفة التي يدفعها جمهور المستفيدين.

المكان: يرتبط بسهولة التوزيع والإتاحة.

الترويج: يعني ما يقوم به قسم العلاقات العامة من تعريف المستفيدين بالخدمات والمنتجات التي تقدمها المكتبة عن طريق العلاقات العامة.

يعني المزيج التسويقي في المكتبات السياسات والخطط التي تعدها لتحقيق أهدافها وإرضاء المستفيدين بالمستوى الذي يجعل منهم مستفيدين أوفياء للمكتبات والخدمات التي تقدمها

#### **(Loyal Customer User)**

ويرتكز التسويق في المكتبة على أربعة عناصر يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

1. اختيار المستفيدين المستهدفين والمتوقعين، وذلك عن طريق تحديد الفئات، حيث يجب على

المكتبة أن تحدد فئات المستفيدين الذين ستقدم لهم خدماتها بناءً على حاجاتهم ورغباتهم.

ويطلق على تلك العملية في مجال التسويق تجزئة السوق (Market Segmentation).

2. التوجه نحو المستفيد للتعرف إلى حاجاته بالتواصل الدائم عن طريق استخدام الوسائل

التقليدية والحديثة بغرض خلق علاقة تبادلية بين المكتبة وروادها وتعزيز تلك العلاقة عن

طريق تقديم خدمات مكتبية تنال رضاهم ويتحقق ذلك بالإدارة الجيدة لهذه العلاقة

#### **(Customer Relationship Management crm)**

3. اختيار طرق التعريف بالخدمات والتواصل مع المستفيد بتقديم تلك الخدمات في الوقت

والمكان الذي يحدده. ويمكن اعتبار عملية اختيار طرق التعريف بالخدمات والتواصل مع

المستفيدين ضمن عملية الترويج والتوزيع (Promotion & Distribution).

4. المكان: يجب أن يسهل الوصول إلى المبنى الذي يجب أن يشتمل على مساحات كافية للدراسة والبحث ضماناً لراحة المستفيدين.

ترفض بعض الدراسات ربط مفهوم التسويق بخدمات المكتبات، حيث يرى البعض "أن مفهوم التسويق يحمل فكرة التحايل على الآخر لتمرير منتج ما، الأمر الذي يتنافى مع أخلاقيات مهنة المكتبات" (Decandida, 1998). ويفسر (السالم، 2003م) هذا الرفض "بعدم وضوح الرؤية في أذهان بعض المكتبيين تجاه التسويق".

كما يشير بعض الباحثين إلى أن المكتبات لا تحتاج إلى التسويق لأنها مؤسسات غير ربحية تقدم خدماتها إلى المستفيدين من غير مقابل. لكن هناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن التسويق في المكتبات يتيح لها فرصة تحسين خدماتها وتطوير قراتها ورفع مستوى أنشطتها الأمر الذي سينتج عنه رضا المستفيدين علاوة على أنه "يساعد المكتبة على تحسين أسلوب الإدارة وجذب السمعة الطيبة وتعويض النقص الحاد في ميزانياتها، وتخطي العقبات التي تحد من تقديم خدمات معلومات فاعلة للمستفيدين" (السالم، 2003م).

أدت التطورات التي حدثت في عالم المعلومات إلى إدراك أهمية التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات، ليربط بصفة مباشرة أو غير مباشرة منتجات المعلومات بمستخدميها، أولدمان (2001م ، Oldman). يركز مفهوم التسويق في إدارة الأعمال على إرضاء الزبون (Customer Satisfaction)، ومن ثم تحقيق الربح المادي عن طريق رفع مستوى المبيعات. أما مفهوم التسويق في المكتبات فإنه يركز على إرضاء المستفيدين وإشباع حاجتهم من المعلومات وتحقيق ربح معنوي يتمثل في زيادة عدد المستخدمين وزيادة الدعم الذي يستخدم في تنمية مصادرها وتطوير خدماتها أو التوسع في مبانيها وغير ذلك. إن أي زيادة في القطاعات السابقة يعني إتاحة الفرص لرفع مستوى الخدمة للمستفيدين، فضلاً عن أنه يكسب المكتبات سمعة طيبة ويعزز صورتها في أوساط الباحثين والدارسين والمجتمع عامة وهو الربح الحقيقي الذي تسعى إليه المكتبات من خلال تطبيق التسويق على خدماتها.

تتمثل مؤشرات نجاح المكتبة بوصفها سوقاً في الآتي :

1. زيادة الإقبال على المكتبة.
2. زيادة مصادر المعلومات والوثائق وزيادة استخدامها.
3. تحسين خدمات المكتبة وزيادتها وبالتالي تزايد الإقبال عليها (زين عبد الهادي وجلال بهجت، 1994م).

يتضح مما سبق أن التسويق يحمل في مفهومه التجاري تصنيف مجتمع المستفيدين إلى فئات السوق (Market Segmentation)، في حين تعتمد المكتبات والمعلومات المبدأ نفسه في تحديد فئات المستفيدين من خدماتها ومصادرها. غير أن هذا التحديد لا يترتب عليه ربح

مادي، بل إنَّ الفائدة تكمن في التخطيط الجيد وتحسين الأداء وبناء سياسات عمل تقوم على الحاجات الفعلية للمستفيدين، كل حسب رغباته بغرض كسب رضاهم. ويرى أولدمان (Oldman، 2001م) أنَّ دراسة حاجات المستفيدين مؤثر على مدى أهمية المعلومات للمستفيدين، إلا أنها ليست مؤشراً على جودة الخدمات التي تقدمها المكتبات، لأنَّ الجودة تكمن في قدرة المكتبة على إرضاء المستفيدين من الخدمات والإمكانات والموارد والتجهيزات والمساحات المخصصة للدراسة والبحث وغيرها مما يضمن راحة المستفيد ورضاه".

### تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة:

#### نشأة الجامعة وتأسيسها :

جامعة السودان المفتوحة جامعة سودانية حكومية، أنشئت بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 164، بتاريخ 2 صفر 1423هـ، الموافق 14 أبريل 2002م، وهي جامعة حكومية تتبنى نظام التعليم المفتوح وعن بعد لتقديم رسالتها.

أما قانون الجامعة فقد أجازته المجلس الوطني في جلسته رقم 11، بتاريخ 9 ربيع الأول 1425هـ، الموافق 28 أبريل 2004م. وحدد شخصية الجامعة، ووضَّح أهدافها وهياكلها التنفيذية والواجبات والصلاحيات التي كُفِّلت للجامعة بموجبه. وقبلت الجامعة أول دفعة بها في شهر أغسطس من العام 2003م. وظلت في إطار السياسة العامة للدولة والبرامج التي يضعها المجلس القومي للتعليم العالي والبحث العلمي، تهدفُ إلى تيسير التعليم العالي والبحث العلمي وتشجيعه وإشاعته في مختلف مجالات المعرفة النظرية منها والتطبيقية. وذلك تكاملاً مع مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي القائمة، محليةً كانت أم عالمية، الحكومية منها والأهلية، خدمةً لأهداف التنمية (منشورات الجامعة 2003).

1. سعت الجامعة ومنذ إنشائها إلى إنشاء مكتبة تلائم الدارسين بها زماناً ومكاناً. بدأت الخطوات العملية لإنشاء مكتبة الجامعة في مطلع مارس عام 2003م، (جابر، 2009م). وتحتوي المكتبة على مصادر ورقية وإلكترونية. ينحصر دور المكتبة التقليدية في اختيار المصادر التقليدية وتنظيمها وتحليلها وتيسير سبل الوصول إليها في شكل خدمات مكتبية لأغراض التأليف والمراجعة والتنقيح لكل مطبوعات الجامعة ومنشوراتها. أما المكتبة الإلكترونية فقد اقتضت سياسة الجامعة في المرحلة الأولى لإنشائها التركيز على المكتبة الإلكترونية مع التأمين على أهمية المكتبة التقليدية، حيث سيستفيد الدارسون بالجامعة من المكتبات الجامعية التي تسمح للدارسين والباحثين باستخدامها وفقاً للشروط التي تقرضها، ويمثل هذا الوضع أحد الأعراف الراسخة في مؤسسات التعليم العالي عامة والجامعات السودانية خاصة، إذ تتيح المكتبات الجامعية للباحثين وطلاب الجامعات السودانية إمكانية

الاستفادة من المصادر التي تتوفر بها، والتي لا يوجد أي قيد على استخدامها إلا بعض اللوائح والقوانين التي تفرضها كل مكتبة جامعية على حده لتنظيم العمل بها.

2. كان من الأسباب الرئيسية لإنشاء المكتبة الإلكترونية بجامعة السودان المفتوحة هو دعم برامجها الأكاديمية ومساندتها عن طريق توفير مصادر إلكترونية يستطيع الدارسون بالجامعة استخدامها في المكان والزمان الملائمين، وتحقيق التكامل والتعاون المبني على أسس علمية بين المكتبات الجامعية السودانية عن طريق تشارك المصادر المكتبية. خططت الجامعة لتلك المكتبة كي توفر للمكتبات الجامعية السودانية ما ينقصها من مصادر المعلومات العلمية الحديثة، وأن يستفيد الدارسون عن بعد بها من المصادر التقليدية التي تنتجها تلك المكتبات.

#### أهداف مكتبة جامعة السودان المفتوحة:

1. الإسهام في تحقيق أهداف جامعة السودان المفتوحة في إتاحة مصادر التعلم الذاتي دعماً للتعليم عن بعد والتعليم المفتوح.
2. تلبية احتياجات المستفيدين بتحقيق أوسع وأسرع وصول لمصادر المعلومات العلمية الحديثة التي تدعم العملية التعليمية بالجامعة وتساندها.
1. توفير النصوص الكاملة والمستخلصات لملايين المقالات والمستخلصات التي توجد في الدوريات العلمية.
2. توفير إمكانية تصفح كافة المصادر والمراجع الإلكترونية التي توجد بالمكتبة في الزمان والمكان المناسبين للمستفيد، وتحميل الممكن منها وطباعته.
3. تيسير الوصول للمصادر المكتبية بمختلف أشكالها للمستفيدين، بغض النظر عن أماكن وجودهم.
4. الخدمات التي تقدمها مكتبة جامعة السودان المفتوحة:
5. تقدم مكتبة جامعة السودان المفتوحة خدماتها لمجتمع الجامعة الذي يتكون من أعضاء هيئة التدريس والإداريين والدارسين عن بعد الخدمات الأتية: (جابر، 2009م):
6. خدمة الإعارة للأساتذة والإداريين بالجامعة.
7. خدمة الإحاطة الجارية لمديري الإدارات والأمانات بالجامعة. وهي عبارة عن خدمة تقدمها المكتبات وتحيط من خلالها الباحثين والدارسين بالمعلومات الجديدة في مجالاتهم.
8. تتيح المكتبة الإلكترونية للباحثين والدارسين إمكانية تصفح وطباعة وتحميل كافة البيانات والمعلومات التي توجد بها سواء كانت نصية وببليوغرافية.
9. خدمة البث الانتقائي للمعلومات.

10. خدمات الدعم والمساندة للباحثين والدارسين بالجامعة عبر استقبال استفساراتهم والرد عليها من خلال البريد الإلكتروني.

11. خدمة المساعدة المرجعية المباشرة للدارسين عن بعد بالجامعة عن طريق برنامج Skype للحوار المباشر يومياً من الساعة التاسعة صباحاً إلى الساعة الحادية عشر صباحاً.

12. خدمة تعليم استخدام المكتبة الإلكترونية عن طريق إصدار الأدلة الإلكترونية التي تبين كيفية استخدام المكتبة الإلكترونية. حيث أصدرت أمانة المكتبات دليل قواعد بيانات المكتبة الإلكترونية في يونيو 2006م. كما أعدت الأمانة دليلاً إلكترونياً يبين للدارسين كيفية استخدام المكتبة الإلكترونية وضع في موقع جامعة السودان المفتوحة على الانترنت، (عبد العزيز، 2010م).

13. تقديم محاضرات تعريفية بالمكتبة الإلكترونية في الجامعات السودانية.

14. ربط المقررات الدراسية التي توجد بموقع الجامعة على الانترنت بالمصادر الإلكترونية التي يتم اختيارها من محتويات المكتبة الإلكترونية.

### التسويق في مكتبة جامعة السودان المفتوحة:

لقد أدرك القائمون على أمر مكتبة جامعة السودان المفتوحة أنّ التسويق هو أداة متطورة لإدارة خدماتها ومصادرها وضمان جودتها، وقد استخدمت وسائل عدة للتعريف بخدماتها وإيصالها لروادها.

تتضمن خدمات المكتبات في مفهومها الواسع كافة الإمكانيات والتسهيلات والإجراءات والأنشطة التي تقدمها المكتبات لروادها بهدف تحقيق الاستفادة القصوى من مصادر المعلومات وإيجاد الظروف المناسبة لإشباع رغبات المستفيدين والاستجابة لحاجاتهم المعلوماتية. تقدم مكتبة جامعة السودان المفتوحة خدمات المعلومات للمستفيدين وتسعى في الوقت نفسه إلى تطوير وسائل الاتصال لتضمن التفاعل والتواصل بينها وبين المستفيدين، لأنّ الهدف الأساس من التسويق هو تسهيل الوصول إلى رصيدها المعلوماتي المتنامي والاستفادة منه بما يناسب كل فئات المستفيدين. وفي ظل التحدي الذي يواجهه مكتبة جامعة السودان المفتوحة والذي يتمثل في ضرورة إرضاء المستفيدين والاستجابة لحاجاتهم وتلبية متطلباتهم، قد يكون التسويق عامة والمزيج التسويقي خاصة هو أحد أهم الأنشطة التي تساعد المكتبات على تحقيق الرضا المطلوب. وسيتناول الباحث التسويق في مكتبة جامعة السودان المفتوحة من حيث المنتج والسعر والترويج كما يلي:

1. المنتج: يتضمن المنتج في مفهومه الواسع بمكتبة جامعة السودان المفتوحة كافة التسهيلات والإجراءات التي تقوم بها المكتبة بغرض تحقيق الاستفادة التامة من مصادر المعلومات

وإيجاد الظروف المناسبة لإشباع رغبات المستفيدين والاستجابة لحاجاتهم. وتعتبر مصادر المعلومات كمنتوج بكل أنواعها التقليدية والإلكترونية وكذلك الخدمات المكتبية مثل الإعارة والخدمة المرجعية وخدمة تعليم المستفيدين استخدام المكتبة، خير دعاية تسويقية للمكتبة وخير دليل على قيمة الخدمات المكتبية كما يقول: (دياب، 1996م). تقدم مكتبة جامعة السودان المفتوحة خدمة الكشف والإحاطة الجارية وخدمة التنبيه (Alert) والتي تتمثل في ربط الباحث عبر البريد الإلكتروني بمصادر المعلومات الإلكترونية وقواعد البيانات وكذلك خدمة البث الانتقائي وخدمة تسليم الوثائق والإنترنت والتصوير وغيرها.

2. السعر: تتحمل المكتبات بشكل عام تكلفة الخدمات والمنتجات، كونها مؤسسات ذات نفع عام ولا تسعى للربح المادي. واجهت المكتبات تحديات كثيرة نتيجة للتطورات المتلاحقة في تقنية المعلومات والاتصالات التي أثرت في مصادر المعلومات بالإضافة إلى ضعف الميزانيات المخصصة لها. ولكي تتجاوز المكتبات العقبات السابقة فقد بدأت في فرض بعض الرسوم على منتوجاتها وخدماتها. تقدم مكتبة جامعة السودان المفتوحة كل خدمات التصوير التي تفرض على استخدامها مبالغ رمزية يتحملها المستفيد. أما الخدمات الالكترونية بنظام الشراكة مع شركات الاتصالات (سودائل) على أن المكتبة توفر المصادر وسودائل توفر الوصول إليها.

3. الترويج: قد يكون الترويج أهم وظائف التسويق، حيث يهدف إلى تعريف المستفيدين بالمنتجات والمعلومات التي تقدمها لهم المكتبة وكذا تزويدهم بمعلومات كافية عن هذه المنتجات والخدمات. ولكي تروج مكتبة جامعة السودان المفتوحة لخدمات المعلومات بها فقد عملت على إعداد الخطط والسياسات التي تعرف بمنتوجاتها وخدماتها عبر وسائل تقليدية وإلكترونية.

### أساليب التسويق في مكتبة جامعة السودان المفتوحة:

تستخدم مكتبة جامعة السودان المفتوحة أساليب وطرق مختلفة لتسويق خدماتها ومنتوجاتها نستعرضها كما يأتي:

#### 1- أساليب التسويق التقليدية:

1. أصدرت أمانة المكتبات بجامعة السودان المفتوحة دليل قواعد بيانات مكتبة جامعة السودان المفتوحة لتعريف المستفيد بالمصادر والخدمات التي توفرها المكتبة لروادها ليسهم في تدريب المستفيدين على استخدام المكتبة.
2. تقدم أمانة المكتبات بجامعة السودان المفتوحة بعض الأحاديث الصحفية عن المكتبة وخدماتها في صحيفة جامعة السودان المفتوحة وكذلك في بعض الصحف التي تصدر في السودان.

3. تقدم أمانة المكتبات بجامعة السودان المفتوحة محاضرات تعريفية (Power Point) بالمكتبة الإلكترونية.

4. تقدم أمانة المكتبات بجامعة السودان المفتوحة بعض الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية للتعريف بالمكتبة الإلكترونية وإسهامها في تدريب المستفيدين.

## 2- أساليب التسويق الإلكتروني وأنشطته:

التسويق الإلكتروني أو ما يعرف عموماً بالتجارة الإلكترونية E-Commerce هو استخدام الوسائل الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في مجال التسويق ويحدد هوففاكر (2001م ، Hofacker) ثلاثة أنشطة للتجارة الإلكترونية . استخدمت جامعة السودان المفتوحة موقعها الإلكتروني على الانترنت في التواصل مع المستفيدين في التسويق الإلكتروني كما يأتي:

1. تقديم خدمة الإحاطة الجارية لكافة الإدارات والأمانات بالجامعة عن طريق البريد الإلكتروني.

2. تقديم خدمة البث الانتقائي للمعلومات لكافة الإدارات والأمانات بالجامعة عن طريق البريد الإلكتروني.

3. أصدرت أمانة المكتبات بجامعة السودان المفتوحة دليلاً إلكترونياً يشتمل على محتويات المكتبة الإلكترونية وكيفية الدخول إليها والبحث فيها. تم وضع الدليل الإلكتروني في الصفحة الإلكترونية للمكتبة بموقع جامعة السودان المفتوحة الإلكتروني ليسهم في تدريب المستفيدين على استخدام المكتبة [www.ous.edu.sd](http://www.ous.edu.sd) .

4. توفر أمانة المكتبات معلومات مهمة عن مكتبة الجامعة في موقعها الإلكتروني على الانترنت.

5. استخدمت أمانة المكتبات البريد الإلكتروني في التواصل مع المستفيدين وفي تقديم الخدمات المكتبية.

مما سبق ذكره يؤكد أن مكتبة جامعة السودان استطاعت أن توفر خدمات المعلومات من خلال موقع الجامعة على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) لأكثر من 100.000 طالب وطالبة بالإضافة الى طلاب الجامعات الأخرى بالسودان حيث تم ربط هذا الموقع بالعديد من المصادر الإلكترونية كقواعد بيانات ABSCO وشبكات المعلومات والدوريات الإلكترونية بالإضافة إلى الفهرس الخاص بالمكتبة الورقية ولكي يتمكن المستفيدون من الوصول إلى تلك المصادر فقد قامت المكتبة بتزويدهم بـ User name و Pass word كما وفرت المكتبة للمستفيدين عن بعد استخدام تقنيات البريد الإلكتروني والهاتف بالإضافة إلى خدمات النسخ والتصوير عن طريق البريد السريع (خدمة توصيل الوثائق).

وبالتالي أصبح بإمكان الدارسين عن بعد الوصول إلى مجموعات المكتبة المصادر الورقية وغير الورقية بالإضافة إلى المقررات الدراسية رغم هذه الجهود التي بذلتها إدارة المكتبة إلا أنها واجهت ارتفاعاً حاداً في تكاليف توفير الخدمات المكتبية والمعلوماتية للدارسين وأعضاء هيئة التدريس مما أضاف أعباءً ضخمة إلى ميزانيتها المحدودة مما جعلها تلجأ إلى مصادر مادية لمقابلة احتياجات المكتبات بشكل مستمر ومن الحلول التي تمت في هذا الصياغ فرض رسوم رمزية على الخدمات التقليدية والالكترونية.

### الخاتمة:

تناولت الدراسة مفهوم التسويق في إدارة الأعمال ومدى إمكانية تطبيقه في المكتبات. توصل الباحث من خلالها إلى الآتي :

أنّ هناك تفاوتاً في نظرة المكتبيين إلى التسويق وأنّ أسباب ضعف تطبيقه في المكتبات تتمثل في الاعتقاد السائد بأن التسويق هو شأن يخص المؤسسات الربحية فقط.

غياب قسم العلاقات العامة بما في ذلك التوعية بمفهوم التسويق يعني الارتجال والعشوائية والفوضى في تقديم خدمات المعلومات.

ارتفاع تكلفة خدمات البريد السريع وبرامج قواعد البيانات.

أما التوصيات عندما أصبحت هناك أسباب واضحة تبرر تبني المكتبات للتسويق تتمثل في ضرورة تحسين منتوجاتها وخدماتها حتى تواجه المنافسة من مؤسسات المعلومات الأخرى. إن تطبيق التسويق في المكتبات سيؤدي إلى تحسين الخدمات وتحقيق رضا المستفيد. لقد انعكس تطبيق مفهوم التسويق في مكتبة جامعة السودان المفتوحة في تحسين الخدمات المكتبية وبالتالي زيادة رضا المستفيدين عن المكتبة . ويمكن تلخيص التوصيات فيما يلي:

تنمية وتطوير الثقافة التسويقية لدى المكتبيين بالجامعة عن طريق الدورات التدريبية والمؤتمرات والوقوف على التجارب العربية والاجنبية في التسويق.

توسيع الخدمات التسويقية مثل الاحاطة الجارية والبيث الانتقالي على مستوى القطر .

انشاء قسم للعلاقات العامة بالمكتبة ليقوم بمهمة التعريف بالمكتبة وخدماتها.

### المصادر والمراجع:

#### أولاً: المصادر العربية:

1. نزهة ابن خياط. تسويق منتوجات وخدمات المعلومات المعرفة في الوطن العربي: أية تحديات في مستهل الألفية الثالثة. وقائع المؤتمر العربي الثاني عشر للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (إعلم) حول المكتبات العربية في مطلع الألفية الثالثة: بنى وتقنيات وكفاءات متطورة، الشارقة، 5 - 10 نوفمبر 2001، ص 493 - 519، 2003م.



2. حافظ بن عبد العزيز . عبد الرشيد، التسويق في بيئة المكتبات الجامعية: المبررات والمعوقات. *مجلة المكتبات والمعلومات العربية*، س 33، ع3، ص 5 – 23، 2003م.
3. مفتاح . دياب، تسويق خدمات المكتبات والمعلومات: المفهوم والنشأة والتطور. *دراسات عربية في المكتبات وعلم المعلومات*، ع2، ص 187 – 197، 1996م.
4. عبد الهادي زين وجلال بهجت. تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات: مدخل نظري الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، س1، ع1، ص 92 – 106، 1994م.
5. سالم بن محمد السالم. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الأكاديمية: دراسة حالة وقائع المؤتمر العربي الثاني عشر للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات حول المكتبات العربية في الألفية الثالثة: بنى وتقنيات وكفاءات متطورة، الشارقة 5 – 8 نوفمبر 2001م، ص 493 – 520، 2003م.
6. محمود حسناء. تسويق الإنتاج الفكري العربي عبر الإنترنت: دراسة تحليلية لسوق الأفراد في جامعة إلينوي الأمريكية. في أعمال المؤتمر العاشر للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات حول المكتبة الإلكترونية وخدمات المعلومات في الوطن العربي. نابل، تونس، 8 – 12 أكتوبر 1999م.
7. عبد العزيز جابر محمد. دليل قواعد بيانات مكتبة جامعة السودان المفتوحة الإلكترونية، الخرطوم: جامعة السودان المفتوحة، 2010م.
8. عبد العزيز جابر محمد .الخدمات المكتبية للدارسين عن بعد: دراسة حالة مكتبي جامعة السودان المفتوحة وجامعة جوبا(رسالة دكتوراه غير منشورة)، الخرطوم: جامعة الزعيم الأزهرى، 2009م.
9. عائشة مصطفى الميناوي.الاتجاهات الحديثة للتسويق الإلكتروني، *مجلة البحوث الإدارية*، مج 20، ع 4، ص 4 – 8، 2002م.
10. عمر همشري.الإدارة الحديثة للمكتبات والمعلومات، عمان، دار صفاء، ص 337 – 338، 2001م. منشورات جامعة السودان المفتوحة 2003.
11. منشورات جامعة السودان المفتوحة 2003م.
12. موقع الجامعة على الانترنت. [www.ous.edu.sd](http://www.ous.edu.sd)

13. Cronin, A. New technology and marketing: The challenge for librarians, *Aslib Proceedings*, vol. 34, no. 9, pp. 377 – 393. 1982.
14. D'Andraia, F. The business of libraries is staying in business, *Journal of Library Administration*, vol. 20, pp. 90 – 97. 1994.
15. Decandida, G. A. mls; marketing library services in professional reading library journal, march, pp.50-55. 1998.
16. Ganguly, s. & Debal, k. marketing; acritical policy for todays in formation center, *Bulletin of information technology*, vol.22,no.3, pp.16-25. 2003.
17. Chattas, N. ed. A dictionary of economic, business and finance, Beyrouth, libraries du liban. 1980.
18. Grenier, J. Professional views: marketing public library services, *Public Libraries*, vol. 29, January-February, pp. 11 – 17. 1990.
19. Grunenwald, J., Felicetti, L. & Stewart, K. The effects of marketing seminars on the attitudes of librarians, *Public Library Quarterly*, vol. 10, pp. 3 – 10. 1990.
20. Hofacker, G. *Internet marketing*, 3<sup>rd</sup> E., John Wiley, New York. 2001.
21. Kotler, P. *Marketing for non profit organizations*, Englewood: Prentice-Hall Int. 1975.
22. Kotler, P. *Principles of marketing*, Englewood Cliffs, N.J. Prentice Hall Int. 1986.
23. Kotler, P. & Armstrong, G. *Principles of marketing*, Upper Saddle River, Hall. 2001.
24. Kotler, P. & Levy, S. Broadening the concept of marketing, *Journal of Marketing*, vol. 33, January, pp. 10 – 15. 1969.
25. Morgan, E. Marketing library services, *Computers in Libraries*, vol. 18, September, pp. 50 – 51. 1998.
26. Norman, O. Marketing library and information services: An annotated guide to recent trends and development, *Reference Services Review*, vol. 17, Spring, pp. 43 – 64. 1989.
27. Oldman, C. "Marketing library and Information services: the strength and weaknesses of a marketing approach" *European Journal of Marketing* Vol. 11 No 6, PP. 460 – 474. 2001.
28. Orava, H. Marketing is an attitude of mind, 63<sup>rd</sup>, IFLA General Conference Proceedings, August 31-September 5. 1997.
29. Available at [www.ifla.org/iv/ifla63](http://www.ifla.org/iv/ifla63).
30. Renborg, G. Marketing library services: how it all began, In *Adapting marketing to libraries in a changing World Wide environment*, Proceedings of the 1997 IFLA Conference, Munich: Saur, 2000, pp. 5-11. 1997.

31. Savard, R. Librarians and marketing: An ambiguous relationship, *New Review of Information and Library Research*, vol. 2, pp. 41-55. 1996.
32. Weingand, D. *Marketing / planning library and information services*, Littleton, Colo.: Libraries Unlimited. 1987.
33. Weingand, D. Introduction: marketing of library and information services, edited by Darlene Weingand, *Library Trends*, vol. 43, Winrer, pp. 289-294. 1995.
34. Young, H. ed. *The ALA glossary of library and information science*, Chicago: American Library Association. 1983.

الاحتياجات التدريبية في مجال تقانة المعلومات للعاملين بالمكتبات الجامعية في السودان  
دراسة تطبيقية على ثلاثة عشر جامعة

د. وهبي عبد الفتاح عبد الرحمن د. وحيد علي محمد د. محمد يس شوقي

ج. وادي النيل ج. وادي النيل ج. الخرطوم

**Abstract :**

This study aims to identifying academic librarians training needs in the field of information technology in Sudan it also aims to identifying a librarian attitudes towards the training courses they have received.

The researchers have applied an analytic descriptive method, and they selected a random sample of 117 individuals representing 13 Sudanese universities. They distributed a questionnaire to investigate the required data for this study.

The study has arrived at several finding, the most important ones were: highlighting a number of academic librarian training needs and identified the places where they had their courses at, and how do they appreciate the training programs. Also shades were thrown on some hindrances which confront the training processes. According to these results the study suggests some solutions including entrusting the training of academic libraries staff to a federal systems and providing opportunities of abroad training.

**أولاً: المقدمة المنهجية:**

تمثل الموارد البشرية إحدى الدعائم الأساسية لأي مجال من المجالات ومن هنا تبرز أهمية إعداد الكادر البشرى المؤهل فى مجال المكتبات ورفع كفاءته ليكون قادراً على مواكبة التطورات والمتغيرات المتسارعة فى مجال تقانة المعلومات، هذا التطور المتسارع جعل هناك فجوة معرفية كبيرة بين الموارد البشرية العربية والعالمية فى مجال تقانة المعلومات وتطبيقاتها فى مجال المكتبات، كما أدى ذلك إلى ظهور احتياجات تدريبية لمقابلة هذه المرحلة، وإذا نظرنا إلى مهنة المكتبات نجدها من المهن التطبيقية التى تتطلب من المكتبات ومؤسسات المعلومات متابعة أحدث التطورات التقنية والبحث عن كل التسهيلات الداعمة لتطوير المهنة من خلال التدريب المستمر لذا لا بد من تضافر الجهود لتقليل الفجوة المعرفية التقنية بتنمية الموارد البشرية بالتخطيط السليم والتدريب وتحديد الاحتياجات التدريبية التى يمكن من خلالها السعي لتطبيق تقانة المعلومات فى مؤسساتنا المعلوماتية.

وتكمن المشكلة فى ملاحظة الباحثين لعدم وضوح الاحتياجات التدريبية فى أذهان كثير من القائمين على أمر المكتبات الجامعية وغياب البرامج التدريبية المبنية على أساس الاحتياجات التدريبية المدروسة إضافة إلى حوجة المكتبات الجامعية إلى جهاز إداري على مستوى التعليم

العالي يهتم بالتخطيط ورسم السياسات المتعلقة بتحديد الاحتياجات التدريبية للمكتبيين أسوة برصفتهم أعضاء هيئة التدريس، أضيف إلى ذلك عدم وجود تنسيق بين الجهات التي تقدم البرامج التدريبية لهذه الفئة مما جعل أمر التدريب خاضعا للمبادرات الشخصية. وإذا وضعنا في الاعتبار أن كثير من المكتبات الجامعية اتجهت في الفترة الأخيرة نحو استخدام تقانة المعلومات، ومن ثم العمل على تحويل أعمالها وخدماتها إلى أشكال رقمية الأمر الذي يفرض عليها القيام بتدريب الكوادر البشرية التي يمكن الإعتماد عليها في أداء أعمالها حسب ما هو مطلوب، وتزداد أهمية هذا الموضوع إذا علمنا أن معظم مناهج الكليات التي تخرج فيها هؤلاء العاملون تخلو تقريبا من المقررات التي تتناول الجانب التطبيقي لتقانة المعلومات بصورة تطمئنهم بأنهم قادرين على تحمل الأعباء الجديدة المفروضة عليهم. وعليه لا بد من مشاركة العاملين في المكتبات الجامعية السودانية في اختيار الاحتياجات التدريبية لسد حاجتهم في مجال تقانة المعلومات والخروج بمؤشر يساعد مؤسسات التدريب ومتخذى القرار على التخطيط السليم حسب الاحتياجات التدريبية الفعلية في حال تبنى أى من تقانات المعلومات في مكتباتهم. ومن هنا يمكن أن نضيف للانتاج الفكرى السودانى في مجال تدريب أمناء المكتبات الجامعية.

حيث نسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مدى استخدام تقانة المعلومات في المكتبات الجامعية في السودان.
  2. توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بتحديد الاحتياجات التدريبية.
  3. تحديد المتطلبات الرئيسية لتنمية الموارد البشرية في مجال المكتبات لمقابلة متطلبات استخدام تقانة المعلومات في المكتبات الجامعية.
  4. التعرف على المؤسسات المشاركة في التدريب وإعداد البرامج التدريبية في مجال المكتبات.
  5. التعرف على البرامج التدريبية التي طرحت من قبل ومدى تلبيتها للاحتياجات التدريبية للعاملين بالمكتبات الجامعية.
  6. التعرف على مدى مساهمة الجامعات في تدريب منسوبيها من العاملين في المكتبات الجامعية في مجال تقانة المعلومات.
  7. التعرف على أهم العقبات التي تعترض طريق تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية.
- واعتمد هذا البحث في جمع البيانات والمعلومات على استبانة تم توزيعها على العاملين في مجال المكتبات والمعلومات بالجامعات السودانية وتضمنت الاستبانة الجانب التعريفي للعاملين والدورات التدريبية التي تلقوها وتقييمها بصورة اجمالية وفي جانب التدريب تناولت بعض معوقاته هذا بالإضافة الى مقترح لبعض الموضوعات التدريبية التي يرى الباحثون أنها مناسبة وترتيبها حسب الأفضلية، كذلك تضمنت الاستبانة جانب مفتوح للمستهدفين لإضافة

بعض الموضوعات التدريبية ، أضيف إلى ذلك عنصر الملاحظة والمراجع التقليدية من كتب ومجلات علمية وبعض مواقع شبكة الأنترنت.

### تعريف مصطلحات :

**التدريب:** أو التطوير المهني أو التعليم المستمر كما يطلق عليه أحياناً يقصد به تلك الخبرات التعليمية المنظمة والمعدة أساساً لزيادة فاعلية المكتبيين ومساعدتهم على تحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين. وهذه الفرص التعليمية مهيأة للمكتبيين بهدف ربطهم بالمصطلحات الجديدة في المهنة وإثراء معرفتهم وإكسابهم مهارات جديدة، وتحديث تعليمهم الأساسي وإعدادهم للتغيرات القادمة في العمل المكتبي، وجعلهم أكثر قدرة على مواجهة تحديات المهنة (السالم، 1996 ، ص23).

**الإحتياجات التدريبية:** تعرف بأنها التغييرات المطلوب إحداثها في معلومات وخبرات وإتجاهات وأداء وسلوك العاملين، والتي تكفل لهم العمل بكفاءة عالية، كما تمكنهم من التغلب على المشاكل التي تعترضهم أثناء سير العمل(العرينى، 1994 ، ص 304).

**العاملون في مجال المكتبات والمعلومات:** يقصد بهم أمناء المكتبات ومساعدتهم بالإضافة إلى ملازمي المكتبات أو مراقبي صالة أو مناولي كتب، ويمارسون العمل في مكتبة أو مركز معلومات.

**الدورات التدريبية:** نعني بها البرامج التدريبية في مجال المكتبات، التي تقيمها أو تشرف عليها المكتبات أو الجمعيات وغيرها من الجهات المعنية بالتطوير المهني في هذا المجال، على شكل دورات قد تطول أو تقصر في مدتها، وقد تقام بصورة دورية أو غير دورية، ويعطى فيها الدارسون جرعات في موضوعات يتم إختيارها بناء على متطلبات المهنة وإحتياجات الدارسين.

### مفهوم التدريب:

يعرف التدريب بأنه ذلك المجهود الذى يؤدي الى زيادة المعارف والمهارات والقدرات للفرد بحيث يصبح كل فرد أكثر كفاءة فى أداء العمل المسند اليه، فالموظف الجديد يكتسب المهارة والموظف الذى على رأس العمل لسنوات يزيد قدراته الإنتاجية" (المعشوق. 2011 ، 251).

كما يعرف التدريب ايضاً بأنه "جهـد منظم ومخطط لتزويد المشاركين بالمعلومات والمهارات والإتجاهات التى تساعد على تحسين أدائهم" (عقلة. 2001 ، 13).

### فوائد التدريب:

- 1- يجعل من الفرد عضواً فاعلاً داخل المكتبة.
- 2- يكسب العاملين فى المجال المعنى الدقة والوضوح فى انجاز مهامهم.

3- تأهيل امناء المكتبات للقدرة على التعامل مع تحديات العصر الحديث من نقانة ونشر ثقافتها داخل مهنة المكتبات.

### الحاجة إلى التدريب:

إن تطور نقانة المعلومات داخل مجال المكتبات والمعلومات أظهر بعض القصور فى المعارف والمهارات والاتجاهات، ومن هنا ظهرت الحاجة للتدريب بسبب الكثير من العوامل بعضها خاص بالمتدربين والمدربين وبعضها خاص بمؤسسات التدريب والبعض الآخر يرجع إلى المؤسسات التي ينتمى إليها المتدربون، ومن هذا المنطلق تحتاج المكتبات الجامعية إلى إعداد برامج تدريبية تخطط وتصمم لتلبية إحتياجاتها الفعلية.

### مفهوم الاحتياجات التدريبية:

تعرف الاحتياجات التدريبية بأنها "مجموعة من المتغيرات المطلوب إحداثها فى معارف ومعلومات ومهارات واتجاهات الفرد بهدف إعداده وتهيئته وجعله محققاً للأداء الذى يتطلبه عمله بدرجة محددة من الجودة والاثقان" (حسن . 2001، ص11).

كما تعرف أيضاً بأنها " وصف الوظيفة مضافاً إليها معايير أدائها ناقصاً المستوى الذى يؤدي فيه الموظف مهام الوظيفة" (المعشوق . 2011، ص272).

من التعريفات التي ذكرت تبدو أهمية الاحتياجات التدريبية واضحة بأنها التعريف المسبق لمشروع التدريب ودراسة الاحتياجات بمستوى تفصيلي للبرامج التدريبية المختلفة مما يفيد فى وضع أطر إرشادية للقايمين بأمر التدريب فى وضع خطط مسبقة لتحديد وصياغة الأهداف التدريبية وتحديد محتوى كل دورة تدريبية وفق احتياجات وضعت أهدافها بدقة وواقعية تستهدف نوع التدريب والحجم والعمق التخصصى (حسن . 2001، ص16).

### أساليب تحديد الاحتياجات التدريبية:

يشير الأدب الإدارى إلى مجموعة من الأساليب والطرق التي يمكن بها تحديد الاحتياجات التدريبية لمعالجة بعض القصور فى الأداء داخل بعض المؤسسات، وهى طرق مختلفة يتم من خلالها تحديد نوع وكمية التدريب المطلوب فى المجالات المختلفة وكل أسلوب من هذه الأساليب له خصوصية تجعله أكثر فائدة للاستخدام فى مجال معين ، ومن الأساليب الشائعة الاستخدام : ( عليوة. 2001 ، 44)

1. مسح الاتجاهات: وذلك بالتعرف على مؤشرات عدم الرضا الوظيفى والغياب عن العمل وكثرة الشكاوى التي تعتبر أحد المصادر التي يمكن من خلالها الوصول الى الاحتياجات التدريبية.

2. المقابلة : من مزايا المقابلة تظهر شعور الأفراد نحو أسباب المشاكل وتعطى فرصة لمناقشة الأمر وتقديم الحلول والإقتراحات المناسبة فى حرية تامة ، إلا أن للمقابلة بعض العيوب إذ تتطلب وقتاً طويلاً ولا يمكن تطبيقها إلا على عدد محدود من الأفراد.

3. الإستقصاء أو الإستبانة : وهى من الأساليب التى يمكن من خلالها جمع أكبر قدر من المعلومات وتصل لأكبر عدد من الأفراد فى وقت مناسب وتعطى بيانات مركزة وملخصة.

4. الاختبارات : تستخدم الاختبارات كواحدة من وسائل تحديد أوجه القصور فى الأداء وتساعد فى اختيار أفضل المرشحين للتدريب، إلا أن من عيوبها أحياناً لا تتوفر الاختبارات المناسبة لمواقف معينة كما إنها تعطى مؤشرات عامة وليس نهائية فى تقييم الأداء.

5. تقييم ومراجعة الأداء : وهى تحرص على تقديم معلومات وافرة عن الوظائف والأداء وتسهل عملية المتابعة والتدريب والتقييم .

#### تدريب أمناء المكتبات الجامعية فى السودان:

جاء فى دراسة عبد الرحمن النصرى بعنوان تاريخ تدريب أمناء المكتبات الجامعية فى السودان التى قدمها إلى ندوة أمناء ومديرى المكتبات بالجامعات العربية (1972)، "من الجامعات التى اهتمت بالتدريب فى السودان جامعة الخرطوم وقد كان يشغل وظيفة أمين المكتبة ومساعديه فيها حملة المؤهلات الفنية فى المكتبات من غير السودانين، ويعد عام 1956م كونت لجنة فى الجامعة لسدنة الوظائف وبالفعل تم تعيين مجموعة من السودانين المتخصصين فى مجالات موضوعية مختلفة فى المكتبة وتم تدريبهم فى بريطانيا نسبة لعدم توفر التدريب المحلى، وامتد التدريب خارج السودان حتى درجة الدبلوم العالى والماجستير فى المكتبات لحملة المؤهلات الجامعية فى التخصصات الموضوعية المختلفة، وذلك عكس التأهيل الذى يتم فى جامعة القاهرة وجامعة أم درمان الإسلامية فى تلك الحقبة حيث تمنح شهادة البكالوريوس لمدة أربعة سنوات فى علوم المكتبات ويرى المسؤولون فى المكتبات الجامعية أن هذا التأهيل يفيد كثيراً فى مجال المكتبات العامة ولكن لا يفى باحتياجات المكتبة الجامعية".

وفي الوقت الحالى يقدم التدريب للعاملين بالمكتبات فى غالبه الأعم داخل السودان وقد

اشتهرت بعض المؤسسات المحلية بإهتمامها بهذا النوع من التدريب وهى:

1. المركز القومي للبحوث مركز التوثيق القومي

2. المنظمة العربية للتنمية الزراعية

3. الجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات

4. كلية الطب جامعة الخرطوم



5. أكاديمية علوم الإتصال
  6. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
  7. مكتبة جامعة الخرطوم
  8. جامعة الأحفاد
  9. الشركة السودانية للإتصالات سوداتل
  10. هيئة البحوث الزراعية - مدني
  11. مركز السودان للهندسة والمعلومات الرقمية
  12. المجلس الثقافي البريطاني
- ولتحديد الاحتياجات التدريبية في مجال تقنية المعلومات للعاملين بالمكتبات الجامعية تم توزيع استبانة على عينة عشوائية بلغت 117 فردا من العاملين بالمكتبات الجامعية في السودان وفيما يلي تحليل نتائج الاستقصاء وفقا للبيانات المجمعة من عينة الدراسة:
- المؤهلات العلمية للعاملين بالمكتبات الجامعية:**

جدول رقم (1) المؤهلات العلمية للعاملين بالمكتبات الجامعية

النسبة	التكرار	المؤهل
3.4%	4	دكتوراه
29.1%	34	ماجستير
19.7%	23	دبلوم عالي
28.2%	33	بكالوريوس
18.8%	22	دبلوم وسيط
0.9%	1	أخرى
100%	117	المجموع

يتبين من الجدول رقم (1) الخاص بالمؤهلات العلمية للذين شملتهم الدراسة بأن حوالي 52% قد حصلوا على مؤهلات عليا (فوق البكالوريوس) وإذا أخذنا في الإعتبار أن معظم هؤلاء العاملين لا يشغلون وظائف أعضاء هيئة تدريس، وبالتالي ليس مطلوبا منهم الحصول على مؤهلات علمية من أجل الترقى، حيث يتضح لنا مدى إستعدادهم وقابليتهم لتطوير أنفسهم عن طريق الدراسة والتدريب خاصة إذا قارنا هذه النتيجة بالواقع في بعض الدول المحيطة بالسودان. فقد ذكر الدكتور محسن السيد العريني أن فردا واحدا من العاملين بالمكتبات الجامعية المصرية يحمل شهادة الدكتوراه بينما يحمل درجة الماجستير عشرة أفراد في مجموعة مكونة من

379 من اختصاصي المكتبات (العريني. 1994، 313)، عليه يمكننا القول بأن هناك قابلية واستعداد مسبق لدى هؤلاء العاملين للتدريب.

#### الفئات العمرية للعاملين بالمكتبات الجامعية

جدول رقم (2) الفئات العمرية للعاملين بالمكتبات الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
0.9%	1	25 وأقل
14.5%	17	30 - 26
32.5%	38	35 - 31
21.4%	25	40 - 36
10.3%	12	45 - 41
5.1%	6	50 - 46
6.0%	7	51 فأكثر
9.4%	11	لم يحدد عمره
100.0%	117	المجموع

69% من الذين شملتهم الدراسة نقل أعمارهم عن 40 سنة جدول رقم (2) مما يعني أن المكتبات الجامعية سوف تعتمد على هذا الجيل من العاملين في تقديم خدماتها خلال العقدين القادمين وبالتالي يتحتم عليها تدريبهم كإجراء ضروري لتتمكن من مواصلة تقديم خدماتها ومن أجل مواكبة التطورات المتسارعة في مجال تقانة المعلومات حيث لم يعد تقديم الخدمات التقليدية مجدياً للمكتبات.

#### استخدام تقانة المعلومات في المكتبات الجامعية:

جدول رقم (3) استخدام تقانة المعلومات بواسطة العاملين بالمكتبات الجامعية

رقم	التقنية	عدد المستخدمين	النسبة المئوية
1	الحاسوب	99	84.62%
2	الأجهزة السمعية البصرية	16	13.68%
3	المصغرات الفلمية	3	2.56%

يشير الجدول رقم (3) إلى ضعف استخدام الأجهزة السمعية البصرية بواسطة العاملين في المكتبات الجامعية مع ندرة بل في إنعدام وجود المصغرات الفلمية، ويصاحب ذلك إنتشار واسع للحاسوب في هذه المكتبات. فقد أظهرت الدراسة أن 85% من العاملين في المكتبات الجامعية يستخدمون الحاسوب في أداء أعمالهم ولا شك في أن ذلك يعود للإنتشار الواسع للحاسوب في

معظم المؤسسات واستخدامه تقريبا في جميع الأعمال والمكاتب و ليست بمعزل عن هذا التطور الذي ضرب جميع مناحي الحياة العصرية، هذا بالرغم من أن كثير من المكاتب . من واقع ملاحظة الباحثين . تستخدمه في الأعمال الكتابية فقط وبعض الأعمال الأخرى المساعدة ، فلا يدخل الحاسوب في كثير من المكاتب في أعمالها الرئيسية كالفهارس وغيرها. إلا أن تعامل 85% من العاملين بالمكاتب الجامعية مع الحاسوب بصورة مباشرة يجعل الطريق ممهدا لإمكانية تدريبهم عليه بسهولة الأمر الذي يساعد كثيرا في إدخال الحاسب في العمليات المكتبية الصميمة متى ما قررت إدارات هذه المكاتب تبني أي من النظم المكتبية المبنية على الحاسب.

جدول (4) مهارة استخدام الحاسوب لدى العاملين بالمكاتب الجامعية

رقم	درجة المهارة	العدد	النسبة المئوية
1	ممتاز	11	11.58%
2	جيد جدا	34	35.79%
3	جيد	46	48.42%
4	ضعيف	4	4.21%
5	ضعيف جدا	0	
6	لم يحدد	4	
	المجموع	99	

ويتحفظ الباحثون على النتيجة التي أظهرها الجدول رقم (4) فيما يتعلق بمهارة استخدام الحاسب لدى العاملين بالمكاتب الجامعية خاصة إذا ما قورنت بما توصلت إليه الدراسة . كما سيأتي لاحقا في موضوع الاحتياجات التدريبية وموضوعات البرامج التدريبية التي تعرضوا لها ،حيث اظهرت الدراسة أن الذين تدربوا على نظام التشغيل windows فقط 44% وأن كثيرا من البرمجيات والتقنيات الضرورية لأعمال المكاتب لا زال عدد كبير جدا من العاملين بالمكاتب يحتاجون إلى التدريب عليها.

#### أماكن تقديم البرامج التدريبية:

أظهرت الدراسة أن العاملين بالمكاتب الجامعية تلقوا برامجهم التدريبية داخل مؤسساتهم وخارجها وبنسبة ضعيفة خارج السودان فيظهر الجدولان (5 و 6) أن الجامعات دربت 77 فردا من منسوبيها الذين شملتهم الدراسة أى أنها أسهمت بما مقداره 55.8% من البرامج التدريبية التي نالها العاملون بالمكاتب الجامعية. وهذا لايعنى بالضرورة أن الدورات التدريبية التي قدمت داخل الجامعات أكثر من تلك التي طرحتها مراكز التدريب الأخرى بل يعنى أن عدد الذين التحقوا ببرامج تدريبية داخل مؤسساتهم يفوق عدد الذين التحقوا بأخرى مماثلة خارج مؤسساتهم

وذلك يعود إلى أن الالتحاق ببرنامج تدريبي داخل مؤسساتهم أسهل بكثير من الالتحاق بأخرى خارجها بالإضافة إلى قلة التكاليف بالنسبة للمتدرب والمؤسسة. ولكننا نلاحظ ضعف نسبة التدريب خارج السودان على الرغم من أهمية ومرد ذلك لا شك يعود إلى إرتفاع تكاليف تلك البرامج بالإضافة إلى التعقيدات الإدارية التي تستلزمها كما إنه يعكس عدم اهتمام المسؤولين بابتعاث أفراد من العاملين بالمكتبات الجامعية للحصول على جرعات تدريبية خارج الوطن .

جدول رقم (5) أماكن التدريب

رقم	مكان التدريب	العدد	النسبة المئوية
1	داخل الجامعة	77	65.8%
2	خارج الجامعة	54	46.2%
3	خارج السودان	8	6.8%
4	لم يتلقوا أي تدريب	19	16.2%

جدول رقم (6) توزيع البرامج التدريبية التي تلقاها العاملون بالمكتبات الجامعية

رقم	مكان التدريب	التكرار	النسبة المئوية
1	داخل الجامعة	174	55.6%
2	خارج الجامعة	124	39.6%
3	خارج السودان	15	4.8%

#### تقييم البرامج التدريبية:

يظهر الجدول رقم (7) درجة رضا عالية لدى العاملين بالمكتبات الجامعية الذين شملتهم الدراسة في البرامج التدريبية التي قدمت سواء أن كانت داخل مؤسساتهم أو خارجها، حيث أشار 40% منهم إلى أنها كانت مفيدة للغاية كما أشار 45% منهم إلى إنها كانت مفيدة مما يعني أن البرامج التدريبية قد صممت وفقا لحاجاتهم التدريبية. إلا أن هناك ملاحظة هامة يجب وضعها في الاعتبار فقد أبدى حوالي 49% من الذين شملتهم الدراسة عدم رضاهم عن كفاية وسائل الإيضاح والتدريب التي تم توفيرها في هذه البرامج. ولا شك في أن التدريب في مجال تقانة المعلومات خاصة الحاسوب يعتمد نجاحه بصورة تامة على توفر الأجهزة والبرمجيات اللازمة للتدريب، وهذا بمثابة لفت نظر للقائمين على أمر التدريب في هذا المجال إلى ضرورة التأكد من توفر أجهزة التدريب المناسبة وبالكمية التي نفي تماما بغرض التدريب.

جدول رقم (7) تقييم البرامج التدريبية من وجهة نظر المتدربين

الخيارات	الهيكل العام لبرنامج الدورات التدريبية		محتوى الدورات التدريبية		وسائل الايضاح والتدريب من ناحية نوعية	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
ممتاز	11%	10	22%	21	8%	8
جيد جدا	46%	44	43%	41	36%	35
جيد	33%	32	29%	28	38%	36
وسط	7%	7	5%	5	14%	13
ضعيف	3%	3	1%	1	4%	4
المجموع	100%	96	100%	96	100%	96

تابع جدول رقم (7) تقييم البرامج التدريبية من وجهة نظر المتدربين

الخيارات	محتويات برامج الدورات التدريبية مواكبة للجديد والمتطور في العلم		مستوي الدورات التدريبية مناسب لأمناء المكتبات	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد
أوافق بشدة	31%	30	33%	31
أوافق	47%	45	45%	42
أوافق بتحفظ	20%	19	15%	14
لا أوافق	2%	2	5%	5
لا أوافق مطلقا	0%	0	1%	1
المجموع		96		93

تابع جدول رقم (7) تقييم البرامج التدريبية من وجهة نظر المتدربين

الخيارات	ما مدى استفادتك من الدورات التدريبية		الخيارات		وسائل الايضاح والتدريب من ناحية كمية	
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
ممتاز	10%	10	أكثر مما نحتاج	1%	1	
جيد جدا	46%	44	كافية جدا	49%	47	
جيد	33%	32	بالكاد تكفي	36%	35	

وسط	7	7%	غير كافية	11	11%
ضعيف	3	3%	غير موجودة	2	2%
المجموع	96			96	

### معوقات تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية:

التدريب فى مجال المكتبات والمعلومات فى السودان يعانى من بعض المعوقات التى تقف دون الوصول الى طموحات العاملين بها فى زمن تتسارع فيه خطى تقانة المعلومات وتتجدد فيه الاحتياجات لمقابلة مستجدات التقانة، وفى محاولة للتعرف على بعض معوقات التدريب ومدى أثرها على العملية التدريبية.

### جدول رقم (8) معوقات تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية

رقم	المشكلة	أوافق	ليس لدى موقف	لا أوافق	المجموع
1	ضعف الموارد المالية المخصصة للتدريب.	98	10	9	117
		83.8%	8.5%	7.7%	100%
2	غياب السياسة القومية الموحدة للتدريب فى مجال المكتبات.	98	7	12	117
		83.8%	6.0%	10.3%	100%
3	عدم وجود الاعلام الكافي للبرامج التدريبية المطروحة.	93	11	13	117
		79.5%	9.4%	11.1%	100%
4	عدم إشتراك العاملين فى وضع البرنامج التدريبي للمؤسسة.	83	9	25	117
		70.9%	7.7%	21.4%	100%
5	غياب الترابط بين إدارات المؤسسة وبينها وبين أجهزة التدريب.	82	19	16	117
		70.1%	16.2%	13.7%	100%
6	عدم التنسيق بين الجهات القائمة ببرامج التدريب.	80	18	19	117
		68.4%	15.4%	16.2%	100%
7	معظم البرامج التدريبية تركز فى التدريب على جزئية دون إمداد المتدربين بمناهج وأساليب عمل أو إكسابهم سلوكيات متطورة.	78	19	20	117
		66.7%	16.2%	17.1%	100%
8	مشكلات إدارية تتعلق بتحديد بدلات السفر ومكافآت المتدربين.	75	29	13	117
		64.1%	24.8%	11.1%	100%
9	نقص الوعى لدى الرؤساء بأهمية التدريب	66	18	33	117
		56.4%	15.4%	28.2%	100%
10	تباين فئات العاملين التى تلتحق بالبرنامج التدريبي.	66	17	34	117
		56.4%	14.5%	29.1%	100%
11	عدم وجود القيادة الواعية لتوجيه التدريب.	61	22	34	117
		52.1%	18.8%	29.1%	100%
12	عوائق تتعلق بالحواجز اللغوية.	61	15	41	117
		52.1%	12.8%	35.0%	100%

117	45	13	59	عدم أخذ موضوع التدريب بجدية من جانب بعض العاملين.	13
%100	%38.5	%11.1	%50.4		
117	36	37	44	غياب النظرة الموضوعية من جانب مراكز التدريب.	14
%100	%30.8	%31.6	%37.6		
117	86	11	20	عدم الرغبة والاستعداد النفسي لدى المتدربين	15
%100	%73.5	%9.4	%17.1		
117	9	10	98	ضعف الموارد المالية المخصصة للتدريب.	16
%100	%7.7	%8.5	%83.8		
117	12	7	98	غياب السياسة القومية الموحدة للتدريب في مجال المكتبات.	17
%100	%10.3	%6.0	%83.8		
117	13	11	93	عدم وجود الاعلام الكافي للبرامج التدريبية المطروحة.	18
%100	%11.1	%9.4	%79.5		
117	25	9	83	عدم إشتراك العاملين في وضع البرنامج التدريبي للمؤسسة.	19
%100	%21.4	%7.7	%70.9		
117	16	19	82	غياب الترابط بين إدارات المؤسسة وبينها وبين أجهزة التدريب.	20
%100	%13.7	%16.2	%70.1		
117	19	18	80	عدم التنسيق بين الجهات القائمة ببرامج التدريب.	21
%100	%16.2	%15.4	%68.4		
117	20	19	78	معظم البرامج التدريبية تركز في التدريب على جزئية دون إمداد المتدربين بمناهج وأساليب عمل أو إكسابهم سلوكيات متطورة.	22
%100	%17.1	%16.2	%66.7		
117	13	29	75	مشكلات إدارية تتعلق بتحديد بدلات السفر ومكافآت المتدربين.	23
%100	%11.1	%24.8	%64.1		
117	33	18	66	نقص الوعي لدى الرؤساء بأهمية التدريب	24
%100	%28.2	%15.4	%56.4		
117	34	17	66	تباين فئات العاملين التي تلتحق بالبرنامج التدريبي.	25
%100	%29.1	%14.5	%56.4		
117	34	22	61	عدم وجود القيادة الواعية لتوجيه التدريب.	26
%100	%29.1	%18.8	%52.1		
117	41	15	61	عوائق تتعلق بالحواجز اللغوية.	27
%100	%35.0	%12.8	%52.1		
117	45	13	59	عدم أخذ موضوع التدريب بجدية من جانب بعض العاملين.	28
%100	%38.5	%11.1	%50.4		
117	36	37	44	غياب النظرة الموضوعية من جانب مراكز التدريب.	29
%100	%30.8	%31.6	%37.6		
117	86	11	20	عدم الرغبة والاستعداد النفسي لدى المتدربين	30
%100	%73.5	%9.4	%17.1		

الجدول رقم (8) يحتوى على بعض المشكلات التي تم استطلاع آراء المتدربين حولها وتصدرت قائمة معوقات التدريب مشكلتا ضعف الموارد المالية المخصصة للتدريب وغياب السياسة القومية الموحدة للتدريب بنسبة 83% لكل منهما. إن تخطيط وتنفيذ برامج تدريبية

ناجحة ومحققة لأهدافها يحتاج الى توافر بعض العوامل المهمة منها، توفير مصادر التمويل التي تضمن وجود بيئة صالحة للتدريب من حيث المعامل ومكافآت المدربين والمتدربين وغيرها من الاحتياجات المالية، أما عدم الرغبة والاستعداد النفسى لدى المتدربين فيرى الغالبية العظمى من مجتمع الدراسة (86%) إنه لا يشكل عائق امام التدريب بل هناك رغبة واستعداد نفسى للتدريب والتعلم الذاتى والتأهيل ويظهر لنا ذلك جلياً من الجدول رقم (1) ارتفاع نسبة التعليم فوق الجامعى فى قطاع مهنة المكتبات .

#### الاحتياجات التدريبية:

الجدول رقم (9) يحتوى على مجموعة من الموضوعات التدريبية التي يعتقد الباحثون بأنها موضوعات مستهدفة من أجل متابعة التطور الرقمى فى المكتبات، وجزء من هذه الموضوعات طرح فى دورات تدريبية سابقة، تمت استشارة المستفيدين من التدريب عبر الاستبانة من أجل اختيار الاحتياجات التدريبية المناسبة ورتبت هذه الاحتياجات حسب تكرارها، ومن خلال تحليل البيانات تبين لنا أن الموضوع التدريبي الذي وجد اهتمام كبير وتصدر قائمة الدورات التدريبية هو برمجيات بناء قواعد البيانات البليوجرافية من الويب وهى برمجيات تنفيذ كثيراً فى بناء لقواعد البليوجرافية بعد تحويل الملفات المستخرجة إلى مخرجات تتوافق مع البرامج المستخدمة فى كثير من المكتبات الجامعية مثل ( winisis ) ومن أمثلة هذه البرمجيات (BibTex , Harzing publish , Bibioscape) ويرى الباحثون إن هذا الاختيار من الاختيارات الجيدة ونحن فى أمس الحاجة له لتقديم خدمة بليوجرافية متطورة. أما البرامج التي تزيلت قائمة الاختيار فهي برامج النوافذ ويرجع ذلك الى طبيعة هذه البرامج المكتبية المستخدمة من قبل الكل وتوافر الدورات التدريبية لها بحكم أنها من البرامج التي يتدرب عليها كل مبتدئ فى تعلم الحاسوب.

جدول رقم (9) ترتيب الاحتياجات التدريبية حسب الاختيار العام

رقم	موضوع الدورة التدريبية	التكرار	النسبة المئوية
1	برمجيات بناء قواعد البيانات البليوجرافية من الويب	36	31%
2	Winisis متقدم	31	26%
3	صيانة وتركيب الحاسوب	31	26%
4	برمجيات تحويل الملفات المختلفة إلى Iso	30	26%
5	المسح الضوئي	26	22%
6	معايير تبادل البيانات	25	21%
7	مبادئ البرمجة	24	21%



		نظم البحث في قواعد المعلومات ( dialog – BRS –data )	8
%20	23	( ... - star	
%19	22	Koha	9
19%	22	أساسيات Winisis	10
%16	19	أساسيات البحث في شبكة الأنترنت	11
%15	18	Greenstone	12
%15	17	استخدام شبكات الحاسوب Man – Lan – Wan	13
%14	16	CDs/isis	14
%14	16	الأجهزة السمعية	15
%13	15	OpenBiblio	16
%13	15	ادارة وتركيب شبكات الحاسب	17
%12	14	برامج تصميم صفحات الويب	18
%10	12	Weblis	19
%10	12	المصغرات الفلمية	20
%9	11	Dos	21
%9	11	GenisisCD – GenisisWeb	22
%9	11	Linux	23
%9	11	Windows	24
%9	11	البرمجة المتقدمة	25
%9	10	Webagris	26
%7	8	Unix	27
%7	8	برامج الجداول الإلكترونية Spreadsheet	28
%7	8	برامج معالجة الكلمات Word	29
%6	7	برامج العروض التقديمية PowerPoint	30

جدول رقم (10) ترتيب الاحتياجات التدريبية حسب الأولوية من وجهة نظر العاملين بالمكتبات الجامعية

الموضوع	الترتيب
صيانة وتركيب الحاسوب	الترتيب الأول
برامج تصميم صفحات الويب	الترتيب الثانية
نظم البحث في قواعد المعلومات ( dialog – BRS –data star )	الترتيب الثالثة
برمجيات بناء قواعد البيانات الجغرافية من الويب	الترتيب الرابعة
Koha	الترتيب الخامسة
برمجيات تحويل الملفات المختلفة إلى Iso	الترتيب السادسة

الرجبة السابعة	معايير تبادل البيانات
الرجبة الثامنة	المسح الضوئي
الرجبة التاسعة	المصغرات الفلمية
الرجبة العاشرة	الأجهزة السمعية

موضوعات الدورات التدريبية الواردة في الجدول رقم (10) تشير إلى ترتيب الاحتياجات التدريبية حسب الأولوية وذلك من خلال تحليل الرغبة الأولى ثم الثانية ..الخ، مما يفيد في التعرف على الدورات التدريبية التي يمكن أن يتم بها بداية إعداد برامج الدورات التدريبية، ومن مؤشرات بيانات هذا الجدول تبين لنا اجماع الكثير من مجتمع الدراسة على أن رغبتهم الأولى تكمن في حوكتهم التدريبية لبرنامج صيانة الحاسوب ويرجع ذلك إلى أهمية الصيانة في بث الطمأنينة في نفوسهم وزرع الثقة عند تعاملهم مع الأجهزة هذا بالإضافة إلى حساب عامل الزمن في إصلاح الأعطال الطارئة.

وللتعرف على البرامج التي تم التدريب عليها من قبل مجتمع الدراسة تم إجراء مسح لهذه البرامج مما يفيد في معرفة الوضع الحالي للتدريب في المجال المعنى، ويساعد في التخطيط المستقبلي بوضع برنامج تدريبي شامل حسب الاحتياجات الفعلية، ومن مؤشرات بيانات الجدول رقم (11) تبين أن أكثر الموضوعات التي نالت حظاً وافراً من التدريب برنامج (windows) بنسبة 44% ويليه برنامج (CDS/isis) بنسبة 41% ويليه أساسيات البحث في شبكة الأنترنت بنسبة 39% وبرنامج (DOS) وبرنامج معالجة الكلمات وأساسيات برنامج (Winisis)، وإذا استثنينا برنامج (Winisis) وهو من البرامج الأكثر استخداماً في المكتبات السودانية ونال حظاً وافراً من التدريب نلاحظ أن البرامج المذكورة أعلاه هي البرامج العامة والمساعدة في مجال المكتبات ومفروضة على كل مبتدئ في تعلم الحاسوب، وهي من الدورات العامة التي تقام أحياناً بصورة دورية في المؤسسات التي ينتسب إليها مجتمع الدراسة، أما ما تبقى من موضوعات الدورات التدريبية فنجد نسبتها من التدريب تتراوح ما بين 1% إلى 11% وهي نسبة منخفضة جداً ويرجع الباحثون هذا إلى إخفاق مؤسسات التدريب المهمة بتدريب العاملين في مجال المكتبات في التعريف بهذه الموضوعات ووضعها في سوق التدريب، علماً بأن جميع الموضوعات التي وقعت في هذا النطاق من الموضوعات التي تقع مباشرة في مجال اهتمام العاملين بمهنة المكتبات وعليه يجب وضع هذا في الاعتبار لدى مؤسسات التدريب عند التخطيط المستقبلي للتدريب .

جدول رقم (11) الموضوعات التدريبية التي تم التدريب عليها

رقم	موضوع الدورة التدريبية	التكرار	النسبة المئوية
1	Windows	51	44%

41%	48	CDs/isis	2
39%	46	أساسيات البحث في شبكة الأنترنت	3
32%	38	Dos	4
29%	34	برامج معالجة الكلمات Word	5
26%	30	أساسيات Winisis	6
19%	22	برامج العروض التقديمية PowerPoint	7
		نظم البحث في قواعد المعلومات (- BRS - dialog - data star - ... )	8
13%	15	Winisis متقدم	9
13%	15	برامج الجداول الإلكترونية Spreadsheet	10
12%	14	مبادئ البرمجة	11
11%	13	استخدام شبكات الحاسوب Man - Lan - Wan	12
10%	12	صيانة وتركيب الحاسوب	13
9%	11	Linux	14
9%	10	برامج تصميم صفحات الويب	15
5%	6	البرمجة المتقدمة	16
5%	6	Webagris	17
5%	6	Koha	18
4%	5	ادارة وتركيب شبكات الحاسب	19
4%	5	Greenstone	20
3%	4	OpenBiblio	21
3%	4	GenesisCD - GenesisWeb	22
3%	3	الأجهزة السمعية	23
3%	3	Unix	24
2%	2	برمجيات تحويل الملفات المختلفة إلى Iso	25
2%	2	برمجيات بناء قواعد البيانات البليوغرافية من الويب	26
2%	2	المصغرات الفلمية	27
2%	2	المسح الضوئي	28
1%	1	معايير تبادل البيانات	29
1%	1	Weblis	30

كما أوضحت الدراسة مدى قابلية العاملين بالمكتبات الجامعية للتدريب والبرامج التي تدربوا عليها ومدى رضاهم عنها وملاحظاتهم عليها كما أبانت احتياجاتهم التدريبية المستقبلية.

ويمكن أن تصبح خارطة طريق لمن أراد أن يخطط لبرنامج تدريبي يقدم لهؤلاء العاملين سواء كان من المؤسسات التي يعملون بها أو تلك التي تقدم الخدمات التدريبية.

### نتائج الدراسة:

1. حصل معظم العاملين بالمكتبات الجامعية من حملة البكالوريوس على مؤهلات عليا مما يثبت قابليتهم لتلقي أي نوع من أنواع التدريب في مجال عملهم.
2. تعتمد المكتبات الجامعية على كوادر بشرية شابة إذ تقل أعمار 69% منهم عن أربعين سنة.
3. انتشار استخدام الحاسوب وسط العاملين في المكتبات الجامعية ومقدرتهم على التعامل معه.
4. ضعف وجود تقانات المعلومات الأخرى. المصغرات الفلمية والأجهزة السمعبصرية . في أعمال المكتبات الجامعية.
5. للجامعات دور كبير في تدريب منسوبيها من العاملين في المكتبات الجامعية في مجال تقانة المعلومات.
6. أسهمت مؤسسات التدريب بتقديم 39.6% من فرص التدريب التي أتاحت للعاملين بالمكتبات الجامعية، مع إمكانية تحسين هذه النسبة كثيرا إن تمكنت هذه المؤسسات من رفع مستوى إعلامها عن البرامج التدريبية التي تطرحها.
7. ضعف فرص التدريب المتاحة خارج السودان.
8. العاملون بالمكتبات الجامعية راضون إلى حد كبير عن البرامج التدريبية التي قدمت لهم.
9. قلة وسائل الإيضاح والتدريب المصاحبة للبرامج التدريبية هي مصدر عدم الرضا الوحيد عن البرامج التدريبية التي قدمت.
10. أعطال أجهزة الحاسب يشكل هاجسا للعاملين بالمكتبات الجامعية مما يضطرهم للبحث عن فرص للتدريب على صيانتها.
11. يعتبر ضعف الموارد المالية المخصصة للتدريب من أهم المشكلات التي تعترض طريق تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية، بالإضافة لغياب السياسة القومية الموحدة للتدريب في مجال المكتبات وعدم وجود الإعلام الكافي للبرامج التدريبية المطروحة.
12. عدم الرغبة والاستعداد النفسي لا يشكل أي عائق أمام تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية.
13. أبرزت الدراسة عدد من الموضوعات التدريبية التي ينبغي تدريب العاملين بالمكتبات الجامعية عليها.

### التوصيات:

بناء على المسح الذي أجراه الباحثون والنتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحثون بالتالي:-

1. ضرورة وجود مؤسسة على المستوى القومي تهتم بتدريب العاملين بالمكتبات الجامعية. ويجدر بنا أن نشير هنا إلى أن الطريق ممهد أمام الجمعية السودانية للمكتبات والمعلومات لأخذ زمام المبادرة.
2. توحيد الجهود المبذولة لتدريب العاملين بالمكتبات الجامعية عن طريق التنسيق بين المؤسسات التي تقدم البرامج التدريبية.
3. على المؤسسات التي تقدم البرامج التدريبية زيادة الجرعة الإعلامية المصاحبة لبرامجها.
4. على مؤسسات التعليم العالي زيادة الإعتمادات المالية المخصصة لتدريب العاملين بمكتباتها مع العمل على إتاحة فرص تدريبية خارج السودان.
5. رفع مستوى مواصفات أجهزة الحاسوب المخصصة للعمل بالمكتبات الجامعية.
6. الأهتمام بالتدريب على البرمجيات التي تدخل في نطاق تخصص المكتبات.
7. على المؤسسات التي تهتم بتدريب العاملين بالمكتبات إعداد أدلة سنوية لبرامجها التدريبية التي تنوي تقديمها خلال السنة المحددة.
8. على مؤسسات التدريب أن تتبنى برامج تدريبية متقدمة للعاملين الذين سبق أن تلقوا برامج تدريبية أساسية.
9. يجب أن يستهدف كل برنامج تدريبي فئة مقارنة في المستويات والمهارات.

#### المراجع والمصادر:

- السالم، سالم بن محمد ، "التطوير المهني للعاملين في مجال المكتبات و المعلومات".. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1996
1. عليوة، السيد  
"تحديد الاحتياجات التدريبية" . - القاهرة : لىترك للنشر ، 2001م
  2. عقلة، محمد المبيضين ، جرادات، اسامة محمد  
"التدريب الادارى الموجه بالاداء" .- القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2001
  3. العريني، محسن السيد  
"التنمية المهنية للعاملين في المكتبات و مراكز المعلومات" .. القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 1994.

4. حسن، محمد عبد الغنى

"دراسة الاحتياجات والتخطيط للتدريب" القاهرة: مركز تطوير الاداء والتنمية،

2001

5. المعشوق، منصور بن عبد العزيز

"المدخل المهني لادارة الموارد البشرية النموذجية" .. المفهوم الرسالة وعلاقات

الاستخدام . الرياض : معهد الادارة العامة ، 2011

## الملاحق

استبانة رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الكريم وأختي الكريمة:

الغرض من هذه الاستبانة تحديد الاحتياجات التدريبية لأمناء المكتبات في الجامعات السودانية في مجال تقانة المعلومات. تحديدك لإحتياجاتك الفعلية يساعد في تطوير المهنة.

أولاً: البيانات الشخصية

1. النوع: (أ) [ ذكر ] (ب) [ أنثى ]
2. العمر: ..... سنة
3. عدد سنوات الخبرة العملية: ..... سنة
4. المؤهل العلمي: (أ) [ دبلوم وسيط ] (ب) [ بكالوريوس ] (ج) [ دبلوم عالي ] (د) [ ماجستير ] (هـ) [ دكتوراه ]
5. مكان العمل: جامعة ..... الوظيفة .....
6. التخصص: (أ) [ مكتبات ] (ب) [ أخرى (حدد) ] .....

ثانياً: استخدام تقانة المعلومات

1. هل تستخدم الحاسوب في مجال عملك؟ (أ) [ نعم ] (ب) [ لا ]
2. إذا كانت إجابة السؤال (1) أعلاه بنعم حدد درجة مهارتك؟  
(أ) [ ممتاز ] (ب) [ جيد جدا ] (ج) [ جيد ] (د) [ ضعيف ] (هـ) [ ضعيف للغاية ]
3. هل تستخدم الأجهزة السمعية في مجال عملك؟ (أ) [ نعم ] (ب) [ لا ]
4. إذا كانت إجابة السؤال (2) أعلاه بنعم حدد درجة مهارتك؟  
(أ) [ ممتاز ] (ب) [ جيد جدا ] (ج) [ جيد ] (د) [ ضعيف ] (هـ) [ ضعيف للغاية ]
5. هل تستخدم المصغرات الفلمية في مجال عملك؟ (أ) [ نعم ] (ب) [ لا ]
6. إذا كانت إجابة السؤال (3) أعلاه بنعم حدد درجة مهارتك؟  
(أ) [ ممتاز ] (ب) [ جيد جدا ] (ج) [ جيد ] (د) [ ضعيف ] (هـ) [ ضعيف للغاية ]

ثالثاً: التدريب

1. حدد عدد الدورات التدريبية والتي سبق أن التحقت بها في استخدام تقانة المعلومات؟  
(أ) [ ] لم ألتحق بأي دورة تدريبية (ب) [ ] التحقت بعدد ..... دورة تدريبية تقريباً داخل المؤسسة.  
(ج) [ ] التحقت بعدد ..... دورة تدريبية تقريباً خارج المؤسسة. (د) [ ] التحقت بعدد ..... دورة تدريبية تقريباً خارج السودان.
2. بصورة مجملة قم بتقييم الدورات التدريبية التي سبق وأن التحقت بها في مجال تقانة المعلومات على النحو التالي:-

1. الهيكل العام لبرامج الدورات التدريبية

- (أ) [ ] ممتاز (ب) [ ] جيد جداً (ج) [ ] جيد  
[ ] جيد (د) [ ] أوسط (هـ) [ ] ضعيف
2. محتوى الدورات التدريبية  
(أ) [ ] ممتاز (ب) [ ] جيد جداً (ج) [ ] جيد  
(د) [ ] أوسط (هـ) [ ] ضعيف
3. ما مدى استفادتك منها

- (أ) [ ] مفيدة للغاية (ب) [ ] مفيدة (ج) [ ] واط  
(د) [ ] غير مفيدة نسبياً (هـ) [ ] غير مفيدة
4. وسائل الإيضاح والتدريب التي تم توفيرها (من ناحية كمية)  
(أ) [ ] أكثر مما نحتاج (ب) [ ] كافية جداً (ج) [ ] بالكاد  
تكفي (د) [ ] غير كافية (هـ) [ ] غير موجودة
5. وسائل الإيضاح والتدريب التي تم توفيرها (من ناحية نوعية)  
(أ) [ ] ممتازة (ب) [ ] جيدة جداً (ج) [ ] جيدة  
(د) [ ] وسط (هـ) [ ] ضعيفة

6. برامج الدورات التدريبية ذات محتويات مواكبة للجدد والمتطور في العلم  
(أ) [ ] أوافق بشدة (ب) [ ] أوافق (ج) [ ] لا أوافق  
بتحفظ (د) [ ] لا أوافق (هـ) [ ] لا أوافق مطلقاً
7. مستوي الدورات التدريبية مناسب لأمناء المكتبات  
(أ) [ ] أوافق بشدة (ب) [ ] أوافق (ج) [ ] لا أوافق  
بتحفظ (د) [ ] لا أوافق (هـ) [ ] لا أوافق مطلقاً



## 8. هل توصي بتكرار دورات تدريبية محددة أذكرها

### معوقات التدريب

تمثل المعوقات المذكورة أدناه أهم مشكلات تدريب العاملين بالمكاتب في مجال تقانة المعلومات حدد موقفك من كل مشكلة.

لا أوافق، ليس لدى موقف	أوافق	المشكلة	رقم
		عدم الرغبة والاستعداد النفسي لدى المتدربين	1
		نقص الوعي لدى الرؤساء بأهمية التدريب	2
		ضعف الموارد المالية المخصصة للتدريب.	3
		عدم أخذ موضوع التدريب بجدية من جانب بعض العاملين.	4
		غياب النظرة الموضوعية من جانب مراكز التدريب.	5
		عدم إشتراك العاملين في وضع البرنامج التدريبي للمؤسسة.	6
		غياب الترابط بين إدارات المؤسسة وبينها وبين أجهزة التدريب.	7
		تباين فئات العاملين التي تلتحق بالبرنامج التدريبي.	8
		عدم وجود القيادة الواعية لتوجيه التدريب.	9
		عدم التنسيق بين الجهات القائمة ببرامج التدريب.	10
		غياب السياسة القومية الموحدة للتدريب في مجال المكاتب.	11
		عدم وجود الاعلام الكافي للبرامج التدريبية المطروحة.	12
		عوائق تتعلق بالحواجر اللغوية.	13
		معظم البرامج التدريبية تركز في التدريب على جزئية دون إمداد المتدربين بمناهج وأساليب عمل أو إكسابهم سلوكيات متطورة.	14
		مشكلات إدارية تتعلق بتحديد بدلات السفر ومكافآت المتدربين.	15

### خامسا: الاحتياجات التدريبية

1. في العمود (أ) أدناه أشر على الموضوعات التي تدرت عليها من الموضوعات الواردة في العمود (ب)

2. حدد احتياجاتك التدريبية من الموضوعات الواردة في العمود (ب) وأذكرها مرتبة حسب الأولوية في العمود (ج).
3. يمكنك إضافة موضوعات أخرى لم تذكر على أن تكون في مجال تقانة المعلومات.

أ	ب	ج
	Dos	
	Windows	
	Linux	
	Unix	
	صيانة وتركيب الحاسوب	
	برامج معالجة الكلمات Word	
	برامج الجداول الإلكترونية Spreadsheet	
	برامج العروض التقديمية PowerPoint	
	مبادئ البرمجة	
	البرمجة المتقدمة	
	أساسيات البحث في شبكة الأنترنت	
	برامج تصميم صفحات الويب	
	استخدام شبكات الحاسوب Wan – Man - Lan	
	ادارة وتركيب شبكات الحاسب	
	نظم البحث في قواعد المعلومات ( ... - data star - BRS - dialog )	
	Cds/isis	
	أساسيات Winisis	
	Winisis متقدم	
	Webagris	
	Weblis	
	Greenstone	
	OpenBiblio	
	GenisisCD – GenisisWeb	
	Koha	

	برمجيات بناء قواعد البيانات البليوغرافية من الويب	
	معايير تبادل البيانات	
	برمجيات تحويل الملفات المختلفة إلى Iso	
	المسح الضوئي	
	المصغرات الفلمية	
	الأجهزة السمعية	

أثر ترويج المبيعات في شركات المياه الغازية بالخرطوم علي طلب المستهلك لمنتجاتها

أ.سعيد حسن العجب حسب الكريم

أ. مساعد . كلية الاقتصاد. جامعة شندي

#### **Abstract :**

The study aimed to recognize, sales promotion efficiency upon consumer purchase behavior, in soft drink companies in Khartoum state, In addition to ways of sales promotion. Existing obstacles and means of tackling. The study has combined several tools and research methods such as, descriptive, analytical and case study method. Questionnaire and interview have been used Concerning data collection. The study has focused on turnover decreasing which result in profits cut in soft drink companies, in Khartoum state as a result of lacking sales promotion efficiency, to impress purchase decision, consumers preferrance, in addition to obstacles existence, that prevent advertisement objective realization and decrease promotion efficiency, purchase decision and consumer preferrance. The study reached to the following significant results: Activating sales promotion means, effect consumers behavior, was of acting and increase their response concerning the company sales positively. In addition to Prices cut and competitions effect agents and consumers purchase decisions positively in terms of consumers spending, during the competition and prices cut period. The study recommended that competition, entertainment programs and free samples offering concerning the products have to proceed on.

#### **مقدمة:**

يعتبر ترويج المبيعات عنصراً مهماً من عناصر المزيج الترويجي إلي جانب الإعلان والدعاية والنشر والبيع الشخصي. وإن كثيراً من المؤسسات قد أيقنت وخاصة في العصر الحاضر بأن حجم المنفق علي الإعلان لا يكفي لتحقيق أهدافها الطموحة والمتمثلة في إيصال السلعة أو الخدمة إلي الجمهور، وقد بدأ اهتمام المؤسسة يتجه نحو الوسائل المختلفة التي يمكن بواسطتها زيادة ترويج المبيعات علي كافة المستويات: المستهلكين، تجار التجزئة، تجار الجملة. (بشير عباس العلق وعلي محمد ربايعه ، 1418هـ/ 1998م: 121). وهناك العديد من العوامل التي ساهمت في سرعة نمو تنشيط (ترويج) المبيعات وخاصة في الأسواق الاستهلاكية التي منها: اقتناع الإدارة بفاعلية هذه الإدارة البيعية، المنافسة الشديدة التي تواجهها المنظمات، الضغوطات التي يتعرض لها شراء المنتج لزيادة حجم المبيعات، توجه المستهلكون والوسطاء بشكل ملحوظ نحو الصفقات، وانخفاض كفاءة الاعلان بسبب ارتفاع التكاليف وازدحام الوسائل الاعلامية (محمد الصيرفي، 2005م: 550-551).

فأصبح تنشيط المبيعات ضرورة لازمة والاهتمام به متزايد وظلّت الشركات تهتم به نظراً لما يحققه من زيادة في حجم المبيعات خاصةً التي تعيش في جو تنافسي، فهناك ثمة أمور يجب الكشف عنها لمعرفة أثره علي قرارات الشراء وتفضيلات المستهلكين والمعوّقات التي تقلّل من فاعليته ومسبّبات ذلك حتي يتم العمل علي تقاديبها قدر المستطاع. كما أصبح المستهلك في حاجة لدفعه نحو اتخاذ قراره الشرائي من خلال تخفيض السعر والهدايا التي تقدمها الشركة والعينات المجانية وغيرها من وسائل التنشيط التي تؤثر علي سلوكه الشرائي خاصة في ظل المنافسة الحالية، لذلك وجب علي الشركات المتنافسة ممارسة نشاط يتم من خلاله زيادة حجم مبيعاتها وهذا النشاط هو تنشيط المبيعات.

وتركز هذه الدراسة علي الدور الذي يلعبه تنشيط المبيعات في التأثير علي سلوك المستهلك الشرائي.

تمّ اختيار عينة عشوائية طبقية بحجم 150 فرد من مجتمع الدراسة البالغ عددهم 621 فرد بنسبة 25% من المجتمع. حيث حُدّدت نسبة كل طبقة في مجتمع الدراسة علي النحو التالي: مديرو الإدارات والأقسام عددهم 93 فرد بنسبة 0.15%، العاملون بالترويج عددهم 43 فرد بنسبة 0.069%، العاملون بالعلاقات العامة في مجال الترويج عددهم 27 فرد بنسبة 0.043%، مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات عددهم 117 فرد بنسبة 0.19%، وأخيراً مناديب المبيعات عددهم 341 فرد بنسبة 0.55%. بعد ذلك تمّ تحديد عدد مفردات كل طبقة في العينة علي النحو التالي: مديرو الإدارات والأقسام عددهم 23 فرد، العاملون بالترويج عددهم 10 أفراد، العاملون بالعلاقات العامة في مجال الترويج عددهم 7 أفراد، مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات عددهم 28 فرد، ومناديب المبيعات عددهم 82 فرد. وأخيراً تمّ اختيار مفردات كلّ طبقة عشوائياً.

أما بالنسبة للمستهلكين فقد تمّ إختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة (مستهلكي المياه الغازية في ولاية الخرطوم) فكانت مائتي وخمسون مفردة. وأخيراً تمّ اختيارهم عشوائياً.

#### ترويج المبيعات:

#### تعريف ترويج المبيعات:

يعرف تنشيط المبيعات بأنه: النشاط الترويجي الذي تقوم به المنظمة خلاف أنشطة البيع الشخصي والإعلان والنشر أو النشاط أو المواد التي تستخدم كحافز مباشر لشراء أو تجربة منتج أو خدمة والتي يمكن توجيهها إلي المستهلكين والوسطاء (هناء عبد الحليم سعيد، 1993م: 94)

ولقد عرفته جمعية التسويق الأمريكية لتنشيط المبيعات حيث ذكرت: أنه تلك الأنشطة التسويقية عدا البيع الشخصي والإعلان والدعاية التي تحفز فاعلية شراء المستهلك أو الوكيل

بحيث تضيف قيمة للمنتج لفترة محددة من الزمن أو أنه: نشاط أو موضوع أو كلاهما موجه بشكل مباشر لإستمالة تجار ورجال البيع أو المستهلكين بإضافة قيمة أو حافز للمنتج (محمد الصيرفي، 2005م: 550).

### أهمية ودور وسائل ترويج المبيعات:

يوصف الدور الذي تقوم به وسائل ترويج المبيعات ضمن أية خطة ترويجية بأنه دور تعزيزي، وخاصة إذا ما استخدمت إلي جانب الإعلان، نظراً للمصادقية المنخفضة المدركة في كثير من الدعاوي الإعلانية بسبب المبالغة والمغالاة التي تتطوي عليها تلك الدعاوي، وما يمكن أن تقوم به هذه الوسائل من مساهمته في دعم وتعزيز هذه الدعاوي وتحويل الجانب اللامحسوس فيها إلي محسوس ومدرك. ويمكن عزو الزيادة في أهمية ترويج المبيعات إلي الأسباب الرئيسية التالية (ناجي معلاً، 1996م: 405-408):

1- إنخفاض ولاء المستهلك وزيادة حساسيته من الحملات الترويجية.

ومن أهم الأسباب التي قادت إلي زيادة الإهتمام بوسائل ترويج المبيعات الموجهة إلي المستهلك هو أن المستهلكين أصبحوا أقل ولاء للعلامات التجارية، وأكثر ميلاً للشراء علي أساس قيمة السلعة ومدى ملاءمتها.

وكذلك من الأسباب التي أدت إلي زيادة حساسية المستهلكين، من الحملات الترويجية هو أن كثيراً من قرارات الشراء تتم من قبل المستهلكين داخل المتجر، وخاصة تلك الفئة منهم التي لا يعبر أفرادها الوقت أي إهتمام.

إن الأثر الذي نجم عن إنخفاض الولاء للماركة من ناحية، وزيادة حساسية المستهلك من الحملات الترويجية من ناحية أخرى هو أن المسوقين قد وجدوا أن من الضروري إستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل ترويج المبيعات وذلك لإستمالة العملاء والمحافظة عليهم.

2- الزيادة الكبيرة في عدد الأصناف السلعية المطروحة في السوق.

3- التجزئة المتزايدة في السوق.

### أهداف ترويج المبيعات :

يهدف تنشيط المبيعات للآتي (عصام الدين أمين أبو علفه، 2002م: 222):

1- إثارة إهتمام المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي بالمنتج وإقتناعه بشرائه أو زيادة إقبال الموزعين بالتعامل فيه.

2- يهدف تنشيط المبيعات الموجه إلي المستهلك إلي إثارة إهتمامه بالمنتج وحثه علي شرائه وإستعماله وتذكيره به.

3- يهدف تنشيط المبيعات الموجه إلي الوسطاء إلي إثارة إهتمامهم بالمنتج ودفعهم للتعامل معه ويهدف تنشيط المبيعات الي زيادة الطلب علي المنتجات في الحالات التالية:

- عند إنخفاض المبيعات وزيادة المخزون عما يجب أن يكون عليه .
- عند الرغبة في معالجة موسمية المبيعات وتحقيق الإستقرار في مبيعات المنشأة.
- يكون مناسباً عند تقديم منتج جديد غير معروف للمستهلك ورغبة المنشأة في إستمالة المستهلك ودفعه لتجربة المنتج.

#### خصائص ترويج المبيعات :

يمكن توضيح خصائص تنشيط المبيعات في الآتي (عصام الدين أمين أبو علفه، 2002م: 221-222):

- يمثل نشاطاً مكماً للبيع الشخصي والإعلان فلا يمكن الإعلان عليه بمفرده
- يهدف إلى تحقيق تأثير مباشر وقصير الأجل.
- قد يوجه إلى المستهلكين أو الوسطاء.
- يستخدم عند إنخفاض الطلب علي المنتج في السوق وعند وجود مخزون كبير.

#### الفرق بين تنشيط المبيعات والإعلان والبيع الشخصي:

يختلف تنشيط المبيعات عن نشاط الإعلان والبيع الشخصي من أكثر من ناحية (هناك عبد الحليم سعيد، 1993م: 95-96):

- ففي حين يمكن الإستغناء عن نشاط تنشيط المبيعات في بعض الأحيان بالنسبة لبعض الشركات نجد أن ذلك غير ممكن بالنسبة للإعلان والبيع الشخصي.
- ومن حيث ملكية المنظمة للوسائل الخاصة بكل منها - نجد أن المنظمة تمتلك الوسائل الخاصة بتنشيط مبيعاتها في حين أن وسائل نشر الإعلان تكون مملوكة للغير .
- ومن حيث الأثر الذي يحدثه النشاط نجد أن نشاط الإعلان والبيع الشخصي يمتد أثرهما للأجل الطويل بينما تنشيط المبيعات يقتصر أثره علي الأجل القصير .

#### خطة تنشيط المبيعات :

إن تنشيط المبيعات يؤدي دوراً مهماً في بناء علاقة طويلة المدى بين المنشأة وعملائها وبالتالي يجب أن تتضمن استراتيجية الترويج خطة واضحة عن تنشيط المبيعات. ويمر وضع خطة تنشيط المبيعات بالخطوات التالية (محسن فتحي عبد الصبور، 2001م: 93-94):

- 1- صياغة أهداف التنشيط بطريقة واضحة ومفهومة.
- 2- إختيار أسلوب تنشيط المبيعات المناسب.
- 3- التحديد الدقيق للكمية المناسبة للتنشيط.
- 4- تقدير نفقات التنشيط.

## وسائل ترويج المبيعات :

هناك عدد كبير من وسائل تنشيط المبيعات وتنقسم هذه الوسائل في مجملها إلى ثلاثة أقسام(محمد الصيرفي، 2005م: 551-553):

أ- وسائل تنشيط المستهلك النهائي

وهي جميع الوسائل التي تستهدف زيادة طلب المستهلك علي المنتج وزيادة شرائه لهذا المنتج وتتصف هذه الأدوات بالتنوع والمرونة بحيث يمكن دمج أكثر من نوع منها لتحقيق نفس الغرض. وتتمثل هذه الوسائل في:

1- القسائم ذات القيمة:

وهي قسائم ترسل بالبريد أو تنشر في المجالات أو تكون جزءاً من تغليف المنتج بحيث تحمل كل قسيمة قيمة خصم من إجمالي مشتريات العميل أو يعاد إليه الفرق نقداً.

2- العينات المجانية:

وهي عادة ما تكون عينات صغيرة الحجم من المنتج تستخدم لأغراض التجربة وتقدم مباشرة للعملاء في مواقع البيع أو ترسل بالبريد وتستخدم العينات خصوصاً في مرحلة التقديم للمنتج في دورة حياته أو للحصول علي منافذ توزيع مرغوبة وتعتبر العينات من أكثر الأساليب الترويجية تكلفةً.

3- الجوائز والهدايا:

وهي ما يقدم من المنتج مجاناً أو بقيمة مخفضة كمكافأة عن شراء المنتج.

4- طوابع المتاجرة:

وهي طوابع تعطي في محلات التجزئة عند الشراء بمبلغ محدد وكذلك في صالات الألعاب بحيث تصدر ماكينة اللعب هذه الطوابع عندما يحقق اللاعب نتائج طيبة وغالباً ما تلتصق هذه الطوابع علي دفاتر بأوراق صماء وعندما يكتمل إصاق كل الصفحات تستبدل بها نقداً أو هدايا أو مشتريات عامة.

5- المسابقات:

وهي المسابقات التي ينظمها المشروع ويمنح فيها جوائز عينية أو نقدية للمستهلكين لزيادة المبيعات وتهدف إلي زيادة مبيعات السلعة عند:

- إنخفاض الطلب علي السلعة.

- مواجهة السلعة المنافسة شديدة في السوق.

وقد تأخذ المسابقات شكل كويونات كل منها يحمل رقم معين ويعطي المستهلك كويون محدد نظير شرائه كمية محددة من المنتج ثم يتم سحب الأرقام الفائزة، ويتم توزيع الجوائز في حفل يعتبر نوعاً من الترويج للشركة ومنتجاتها أو شكل كويونات يوزع كل منها لكل كمية



محدودة من المشتريات من السلعة ويحمل كل منها صورة الجائزة التي يحصل عليها من يجدها في الكوبون (هنا عبد الحليم سعيد، 1995م: 122)

وكذلك من وسائل تنشيط المستهلك النهائي ما يلي (محمد الصيرفي، 2005م: 553-554):

1- العرض في موقع الشراء :

وهنا يتم إستخدام أشرطة الفيديو لعرض أشرطة عن فوائد المنتج أو قد يستخدم صور وملصقات إيضاحية بأسلوب جذاب وتعمل هذه الطريقة وكأن هنالك بائعين يشرحون المنتج في محلات التجزئة الكبيرة الخدمة الذاتية مما يجعلها وسيلة جذابة تشد إنتباه المشتري.

2- التعويض المالي:

وفقاً لهذا الأسلوب يلزم المنتج بإعادة مبلغ معين إلى العميل إذا قدم الأخير ما يثبت شراؤه للمنتج وغالباً ما تستخدم هذه الوسيلة في المنتجات رخيصة الثمن أو في نهاية السنة المالية.

3- العلاوة:

وهذا يمنح المنتج مواد مجانية أو بسعر منخفض للمستهلك الذي قام بشراء منتجاته وتستخدم هذه الطريقة لجذب زبائن المنافسين أو لتحفيز شراء أحجام مختلفة من السلعة.

4- النقاط التكرارية :

وهنا يتم إحتساب نقاط معينة للعميل مقابل كل عملية شراء يقوم بها ثم يتم تعويض مقابل النقاط التي قام بجمعها وذلك أما نقداً أو إعطائه سلعاً مجانية.

ب- وسائل تنشيط الوسطاء :

هنالك عدد من الأدوات الموجهة للمستهلك (المسابقات، الجوائز، والهدايا) والتي يمكن توجيهها إلى الوسطاء. ومن الأدوات الأخرى الموجهة للوسطاء (فهد سليم الخطيب ومحمد سليمان عواد، 1420هـ/2000م: 176):

1- الخصم :

خصم ثابت في السعر علي كل وحدة يتم شراؤها خلال فترة زمنية محددة. وهذا العرض يشجع الوسطاء علي شراء كميات أكبر أو حمل المنتجات الجديدة.

2- المسموحات:

إعادة جزء من ثمن البضاعة من أجل عرض المنتجات بطريقة معينة أو الإعلان عنها.

3- السلع المجانية :

تقديم وحدات إضافية من البضاعة للوسطاء الذين يقومون بشراء كمية محددة أو يطلبون السلعة بحجم معين أو شكل معين (نكهة معينة، لون، ... الخ) كما يمكن أن يتم تقديم وحدات إعلانية خاصة تحمل اسم الشركة مثل (الأفلام، القمصان) والتي تبقى اسم الشركة في ذهن العميل وتؤدي إلى سمعة جيدة بسبب المنفعة التي تقدمها.

ج- وسائل تنشيط رجال البيع :

تتضمن الأدوات الموجهة لرجال البيع العديد من الأدوات الموجهة للمستهلك والموجهة للوسطاء. وسوف يتم التركيز هنا على أداتين رئيسيتين موجهتين لرجال البيع هما (فهد سليم الخطيب ومحمد سليمان عواد، 1420هـ/2000م: 177):

1- المعارض التجارية والمؤتمرات:

تنظم الشركات الصناعية سنوياً معارض تجارية ومؤتمرات، ويتوقع المشاركون في هذه المعارض عدة فوائد منها الحصول على عروض بيعية، الإتصال بالعملاء، تقديم منتجات جديدة، مقابلة عملاء جدد، بيع كميات أكبر للعملاء الحاليين، تعليم المستهلكين من خلال النشرات، الصور، والمواد المصورة تلفزيونياً.

2- المسابقات البيعية :

وهي مسابقات بين رجال البيع تهدف إلى حفزهم علي زيادة حجم مبيعاتهم خلال فترة زمنية محددة ، على زيادة حفزهم حيث يتم توزيع بعض الجوائز والهدايا على الفائزين. وتسمى هذه المسابقات برامج تحفيزية، ويحصل الفائزون على رحلات، جوائز، هدايا ... الخ.

**حملة تنشيط المبيعات:**

ويقصد بها البرنامج الخاص بتنشيط المبيعات، ويتطلب إعداد هذا البرنامج ما يلي (هناك عبد الحليم سعيد، 1995م: 126-128):

1- تحديد أهداف تنشيط المبيعات والتنسيق بينها وبين أهداف العناصر الأخرى للمزيج الترويجي

2- تحديد وسائل تنشيط المبيعات التي تستخدم لتحقيق هذه الأهداف ويتم الإختيار بين الوسائل حسب طبيعة السوق والمنافسة وتكلفة كل وسيلة ومدى فعاليتها.

3- تحديد حجم الحافز الذي ستوفره الوسيلة.

4- تحديد شروط ونظام الإشتراك.

5- تحديد طريقة توصيل وسيلة تنشيط المبيعات.

6- تحديد فترة الإستفادة من وسيلة تنشيط المبيعات ويقصد بها الفترة التي تظل فيها الوسيلة سارية المفعول.

7- تحديد توقيت بدء وسيلة تنشيط المبيعات ويقصد بها تحديد الوقت الذي تبدأ فيه ودرجة التكرار وتوقيت هذا التكرار وجدولة ذلك.

8- تحديد الميزانية الخاصة بتنشيط المبيعات ومراجعتها في ضوء إمكانيات الشركة وأهدافها والعائد المتوقع تحقيقه.

9- تنفيذ البرنامج ومتابعة تنفيذ وتقييمه للتأكد من فعاليته وقدرته على تحقيق الأهداف المرجوة.

ومن الممكن تقييم فعالية وسائل تنشيط المبيعات الموجهة للوسطاء من خلال الكميات المطلوبة من الوسطاء والتغير فيها، أو مساحات الأرفف المخصصة لدى الوسطاء لمنتجات المنظمة، أو الجهود المبذولة من الوسطاء لترويج منتجات المنظمة.

كذلك يمكن تقييم وسائل تنشيط المبيعات الموجهة للمستهلكين من خلال (هناء عبد الحليم سعيد، 1995م: 128-129):

- متابعة حركة المبيعات وذلك لمعرفة التغير الذي حدث في سلوك وتصرفات المستهلكين ودرجة إستجاباتهم وذلك بمقارنة المبيعات قبل إستخدام الوسيلة وخلال فترة إستخدامها وبعد إستخدامها.

- إجراء البحوث الميدانية علي عينة من المستهلكين لمعرفة مدي إستجابتهم ومقارنة ذلك بنوعية المستهلكين لمعرفة أسباب إختلاف درجة إستجابتهم للوسيلة أو التعرف علي آرائهم في وسيلة تنشيط المبيعات وفكرتها والحافز المقدم وعبوبها ودرجة تأثيرها عليهم وغيره.

**سلوك المستهلك وقرارات الشراء:**

**أولاً: سلوك المستهلك:**

**تعريف المستهلك:**

ينصرف مفهوم المستهلك النهائي إلى الشخص الذي يشتري السلعة أو الخدمة بقصد الإستعمال الشخصي وليس بقصد البيع أو المتاجرة (محمد قاسم القريوتي، 2001م: 81).

**تعريف سلوك المستهلك:**

يعرف سلوك المستهلك على أنه: الأفعال والتصرفات المباشرة للأفراد للحصول علي سلعة أو خدمة والتي تتضمن إتخاذ قرارات الشراء (محمد سعيد عبد الفتاح ، 1995م: 49).

**أهمية دراسة سلوك المستهلك:**

لكي يكون البرنامج التسويقي الذي تقدمه منشآت الأعمال فعالاً. لا بد من تصميمه بشكل متقن وسليم وهو أمر لا يمكن تحقيقه إلا أخذت بالاعتبار جملة من العوامل ذات التأثير المباشر في ذلك، ومن أهمها بل أخطرها سلوك المستهلكين وتصرفاتهم الشرائية.

فالمستهلك بسلوكه وتصرفاته وأفعاله أصبح يحدد المدخلات الأساسية لمنشآت الأعمال. (كونها أنظمة) وبالتالي مخرجاتها المختلفة المتمثلة في تقديم سلع وخدمات مرضية لحاجاته وملبية لرغباته. ولذلك أصبح فهم تصرفات المستهلك ومعرفة دوافعه الشرائية حجر الزاوية لأي



4. حسب حداثة السلوك: قد يكون سلوك الفرد - حسب هذا المعيار - حالة جيدة أو مستحدثة بإعتباره يحدث لأول مرة، وقد يكون سلوكاً مكرراً ومعاداً دون تغيير، أو بتغيير طفيف لما سبقه من تصرفات وأفعال.

#### خصائص سلوك المستهلك ومميزاته :

تتفق دوافع سلوك المستهلكين وتصرفاتهم في الخصائص والمميزات العامة للسلوك الإنساني ومن أهمها (محمد صالح المؤذن، 1999م: 237):

1. إن كل سلوك أو تصرف إنساني لا بد أن يكون وراءه دوافع أو سبب، إذ لا يمكن أن يكون هناك سلوك أو تصرف بشري من غير ذلك.
2. نادراً ما يكون السلوك الإنساني نتيجة لدافع أو سبب واحد، فهو في أغلب الحالات محصلة لعدة دوافع وأسباب يضاف بعضها بعضاً ، أو ينافر بعضها بعضاً.
3. إن السلوك الإنساني هو سلوك هادف، بمعنى أنه موجه لتحقيق هدف أو أهداف معينة، وبالتالي فلا يمكن تصرف سلوك دون هدف. وإن بدت بعض الأهداف في بعض الأوقات والأحوال غامضة وغير واضحة سواء بالنسبة للأفراد أنفسهم أم منشآت الأعمال ذاتها.
4. السلوك الذي يقوم به الأفراد ليس سلوكاً منعزلاً وقائماً بذاته ، بل يرتبط بأحداث وأعمال تكون قد سبقته وأخري قد تتبعه.
5. كثيراً ما يؤدي اللاشعور دوراً مهماً في تحديد سلوك الإنسان، إذ في الكثير من الحالات لا يستطيع الفرد أن يحدد الأسباب التي أدت به إلي أن يسلك سلوكاً معيناً. لذا نجد جملة "لا أعرف" هي الإجابة التي غالباً ما يرددها المستهلك عند سؤاله عن الأسباب والدوافع لسلوك أو تصرف معين.
6. السلوك الإنساني عملية مستمرة ومتصلة فليس هناك فواصل تحدد بدء كل سلوك ولا نهايته. فكل سلوك جزء أو حلقة من سلسلة متكاملة ومتممة لبعضها.

#### ثانياً: قرارات الشراء:

#### العوامل الدافعة لسلوك المشتري والموجهة له:

المشتري عندما يقرر الشراء تدفعه إلي قراره دوافع، وتحفزه محفزات، وتحركه حاجات، وتوجهه رغبات تبحث عن الإشباع وهو في كل ذلك تحكمه عوامل وتحدده قيود، وقدرات وامكانيات، ومن ثم تتفاعل داخل نفسه وذاته وتتأرجح مجموعة حزم من التوازنات تدفع كل منهما الأخرى حتى يصل إلي قراره بالشراء. وهناك مجموعتين من العوامل، أولاً: العوامل الداخلية وهي التي تتفاعل داخلياً مع عواطف ومحفزات المشتري وتوجه سلوكه، أي أن سلوك المشتري هو محصلة لتفاعل كل من عوامل القدرة ، وعوامل الرغبة وفيما يلي هذه العوامل (محسن أحمد الخضيرى: 1996م: 189-192):

1. العوامل المؤثرة علي قدرة المشتري علي الشراء.

وهي بصفة عامة عوامل إقتصادية موضوعية تتصل أساساً بعاملين هـماس:

أ. مستوي الدخل الذي يحصل عليه المشتري من عمله أو من مصادر الدخل الأخرى.

ب. مدى إستمرار هذا الدخل، ومدى تقلبه، وإتجاه الدخل إلي الهبوط أو إلي الصعود.

2. العوامل المؤثرة علي رغبة المشتري

وهي من أخطر وأهم العوامل المؤثرة علي المشتري بشكل عام أو إتجاهاته وعاداته الشرائية، وهي خليط أو مزيج من عوامل موضوعية وعاطفية ترتبط بشخصية المشتري بالظروف والمناخ المحيط به ويتكوّنه العقلي والعاطفي، وأهمهما موقع الحاجة في سلم الإحتياجات الإنسانية.

ويعد موقع الحاجة المطلوب إشباعها ودرجة إلحاحها، وشدة ضغطها علي المشتري من أخطر العوامل التي تثير لديه (القلق)، (وعدم الراحة)، وتدفعه بشدة إلي الشراء لإشباع هذه الحاجة التي تضغط علي مراكز السلوك لديه، والتي لم يعد في مقدوره الفكك منها أو التغاضي عنها، خاصة وأن كل تفكيره موجه إليها في هذه اللحظة التي تجمعت فيها كل عوامل الترجيح والموازنة المادية والنفسية لتطلب منه القيام بالشراء ويخضع تأثير الحاجة وشدتها إلي سلم الإحتياجات الإنسانية.

وتجدر الإشارة إلي أن الحاجات تستخدم كمرادف لكل من الباعث والدافع. ومن بين أبرز التصنيفات وأوسعها إنتشاراً في التحليل ذلك التصنيف الذي إقترحه ماسلو Maslow للحاجات الإنسانية. فالباعث يعتبر المثير المحرك المبدئي للسلوك الشخصي سواء كان هذا الباعث مادياً أو معنوياً. أما الدافع فيمثل النزعة أو الميل إلي التصرف أو القيام بأنشطة من شأنها تحقيق الإشباع (عبد السلام أبو قحف: 2005/2004م: 328).

ثانياً: العوامل الخارجية المحيطة بالمشتري :

وهي من أهم العوامل المؤثرة علي المشتري، وعلي رغباته بشكل كبير حيث تدخل مجموعة متكاملة من العوامل الخارجية المؤثرة علي سلوك المشتري وهذه العوامل هي (محسن أحمد الخضيرى: 1996م: 195، 197-198):

1. مدى وفرة السلع في الأسواق ومدى إنتظام عرضها وعدم خضوعها لقيود التوزيع أو لمقتنات توزيعية، وعدم وجود أزمات في عرضها.

2. مدى مناسبة ثمن السلعة لقدرات المشتري، حيث كلما كانت السلعة قيمتها مناسبة لقدرات المشتري، كلما أقدم علي شرائها.

3. مدى مناسبة شروط البائع أو الخدمات التي يقدمها البائع لعملائه من حيث المعاملة الطيبة، والإهتمام بجمال ومظهر منافذ العرض وكذا بمنفذ التوزيع ذاته بالإضافة لشروط البيع نفسه.

4. مدى مناسبة المجهود الذي يبذله المشتري، فكلما كان المجهود كبيراً إنخفض الدافع للشراء، وكلما كان المجهود يسيراً هيناً إزداد الدافع نحو الشراء.
  5. موقع قنوات التوزيع ومدى قربها أو بعدها عن المشتري، ومدى قربها أو بعدها عن الأماكن المناسبة للوصول إليها عن طريق المشتري، قربها من خطوط المواصلات، وأماكن الإنتظار للسيارات، ومن مراكز البيع المتخصصة.
  6. الجهود الإعلانية ومدى نجاحها في إثارة وتحفيز وإيجاد الدوافع علي الشراء سواء للتجربة، أو لتكرار التعامل معها والإرتباط بها.
  7. الإعلام والجهود الإعلامية، ومدى قدرتها علي إقناع المشتري بأهمية شراء السلعة أو التعامل علي الخدمة، ومدى قدرتها علي إقناع المشتري بصدق ومصداقية الرسالة الإعلامية.
  8. جهود رجال البيع ومدى قدرتهم علي إقناع المشتري.
  9. مدى تأثير ونجاح الجهود الترويجية الأخرى في إثارة وتحفيز الطلب علي السلعة والتعامل علي الخدمة.
  10. مدى تأثير جماعات الراي والقادة غير الرسميين علي شراء وتحفيز الطلب وإثارة دوافع التعامل لدى الجماهير المحيطة بهم، وخاصة في التجمعات الجماهيرية المختلفة وإقناعهم بشراء السلعة أو التعامل علي الخدمة.
- وأياً كانت العوامل سواء داخلية أو عوامل خارجية فإنها تعمل علي إثارة مجموعة من الدوافع والمحفزات المتباينة والمختلفة التي تدفع في النهاية المشتري إلي الشراء.

#### أنواع دوافع الشراء :

هناك أنواع عديدة من دوافع الشراء التي يكون لكل منها دور في توجيه سلوكيات الأفراد يختلف عن الأدوار التي تمارسها الأنواع الأخرى من الدوافع. وفيما يلي أنواع دوافع الشراء(محمد صالح المؤذن: 1999م: 264):

1. حسب طبيعتها: دوافع فطرية ودوافع مكتسبة
2. من حيث الشعور بها: دوافع شعورية ودوافع لا شعورية
3. من حيث الإتجاه: دوافع إيجابية ودوافع سلبية
4. حسب مراحل تصرف المستهلك: دوافع شراء أولية، دوافع شراء إنتقائية، ودوافع شراء تعاملية.
5. حسب سلوك المستهلك: دوافع شراء عقلانية ودوافع شراء عاطفية.

#### أدوار الشراء :

تتوزع عملية الشراء علي أدوار لكل دوره في عملية الشراء كما يأتي (عمر وصفي عقيلي وقحطان بدر العبدلي وحمد راشد الغدير: 1996م: 99-100):

- أ. المبادر: وهو الشخص الذي يطرح فكرة الشراء لأول مرة ، وليس بالضرورة أن يكون المبادر هو من يتخذ قرار الشراء.
- ب. المؤثر: وهو الشخص أو الجماعة التي تؤثر علي قرار الشراء.
- ج. متخذ القرار: وهو الشخص أو الأشخاص اللذين يتخذون قرار الشراء لسلمة ما أو لعلامة تجارية معينة.
- د. المشتري: وهو من يقوم بعملية الشراء ، وليس بالضرورة أن يكون متخذ القرار نفسه.
- هـ. المستخدم: وهو الشخص أو الأشخاص الذين سوف يستخدمون السلعة .
- فعلى رجال التسويق توجيه جهودهم ووضع إستراتيجياتهم التسويقية والترويجية بما ينسجم مع هذه الأودار وتوجيهها إلي الأفراد الأكثر تأثيراً في عملية الشراء.
- عملية قرار المشتري:**

إن عملية قرار الشراء تتكون من خمس مراحل: إدراك الحاجة، والبحث عن المعلومات، وتقويم البدائل، وقرار الشراء، وسلوك ما بعد الشراء. كما أن عملية الشراء تبدأ قبل الشراء الفعلي بوقت طويل، وتستمر طويلاً بعده. ويحتاج المسوقون أن يركزوا علي عملية الشراء كلها بدلاً من تركيزهم علي قرار الشراء فقط. وفيما يلي هذه المراحل (فيليب كوتلر وجاري ارمسترونج: 2007م: 324-327)

أولاً: إدراك الحاجة :

تبدأ عملية الشراء بإدراك الحاجة - يدرك المشتري مشكلة، أو حاجة معينة. ويمكن أن تنشط الحاجة بمنبه داخلي عندما تصل احدي إحتياجات الفرد الشخصية- الجوع، أو العطش، أو الجنس - إلى مستوى مرتفع يكفي لأن يكون قيادة. كما يمكن تنشيط الحاجة بمنبه خارجي أيضاً.

ثانياً: البحث عن معلومات:

وهي المرحلة التي يبحث فيها المستهلك عن المزيد من المعلومات ، أو يمكن أن يزداد إهتمام المستهلك ، أو يمكن أن ينشط في البحث عن معلومات.

ويمكن أن يبحث المستهلك المهتم، أولاً يبحث عن مزيد من المعلومات. فإذا كانت قيادة المستهلك قوية، وكان المنتج المقنع قريباً من اليد، من المرجح أن يشتريه المستهلك. وإذا لم يكن هذا هو الحال، يمكن أن يخزن المستهلك الحاجة في الذاكرة، أو يجري بحثاً عن معلومات ترتبط بالحاجة. ويمكن أن يحصل المستهلكون علي معلومات من عدة مصادر. وتشمل هذه المصادر الشخصية (العائلة، الأصدقاء، والجيران، والأقارب) والمصادر التجارية (الإعلان، والتجار، والتغليف، والعروض)، والمصادر العامة (وسائل الإعلام، وتنظيمات تقدير المستهلك)، والمصادر التجريبية (المناولة، والفحص، وإستخدام المنتج).



ثالثاً: تقويم البدائل:

يعد جمع المعلومات الكافية من وجهة نظر المستهلك، فإن المستهلك سيكون في وضع يمكنه من ترتيب هذه المعلومات، ووضع قائمة بالسلع (أو الماركات) البديلة التي تشجع حاجاته ورغباته وكلما كانت المعلومات دقيقة كان قراره أقرب إلى الصحة والدقة (ناجي معلا ورائف توفيق: 2002م: 71-72).

كما أن البحث عن المعلومات والحصول عليها ليس له قيمة إلا إذا استخدمها المستهلك لكي يقيم البدائل المعروضة. ولكي يتم ذلك يجب علي المستهلك أن يقوم بالآتي:

- أ. ترتيب المعلومات .
- ب. وضع أسس معينة للاختيار .
- ج. تحديد أشكال البدائل وأنواعها .
- د. المقارنة بين البدائل .

وبالنظر إلى الخطوات الأربعة السابقة . قد يكون أصعب تلك الخطوات هو وضع أسس الاختيار عند الشراء. فقد يضع المستهلك السعر في المقام الأول (على أساس أن ثمن الشراء هو المتغير الحساس عند الشراء). ورغم ذلك فإن هذا المتغير له بعض الإستثناءات إذ قد نجد مستهلكاً يفضل سلعة ذات جودة ممتازة رغم أن سعرها أعلى من أسعار الأنواع الأخرى. وبمجرد أن يضع المستهلك أسس الاختيار أو أسس إتخاذ القرار يستطيع بعدها استعراض وحصر البدائل المتاحة أمامه والتي تتضمن:

- أ . السلع البديلة (ما أنواع السلع البديلة المعروضة وما أسعارها).
- ب. المتاجر البديلة (الاختيار بين عدد من الوكالات التي تعرض نفس السلعة).
- ج. طرق الشراء البديلة (الشراء نقداً أو بالتقسيط).

وعندما يتوفر للمستهلك جميع المعلومات عن البدائل ، يحين الوقت للمقارنة بينها ويكون هذا مفتاح لعملية التقييم حيث أن تجميع المعلومات ثم ترتيبها وتفهم البدائل جميعها، تقود المستهلك إلى أن يقوم بالمقارنة بين مزاياها وعيوبها (محمد سعيد عبد الفتاح: 1995م: 72).

رابعاً قرار الشراء :

في مرحلة التقويم يرتب المستهلك العلامات التجارية، ويكون مقاصد الشراء. وبصفة عامة ، سيكون قرار شراء المستهلك شراء العلامة التجارية الأكثر تفضيلاً إلا أن هناك عاملان يأتیان بين قصد الشراء، وقرار الشراء. العامل الأول هو مواقف الآخرين. إذا اعتقد أحد الأفراد المهمين للمستهلك أنه يجب أن يشتري السيارة الأقل سعراً، فنقل فرص شرائه السيارة الأكثر سعراً. ويكون العامل الثاني العوامل الموقفية غير المتوقعة. يمكن أن يقصد المستهلك الشراء بناء علي عوامل مثل الدخل المتوقع، والسعر المتوقع، ومنافع المنتج المتوقعة. إلا أن الأحداث غير المتوقعة يمكن أن تغير من قصد الشراء. مثال ذلك يمكن يتجه الإقتصاد إلي الهبوط، أو يمكن أن يقلل المنافس من سعره، أو يمكن أن يذكر صديق أنه محبط من سيارتك المفضلة . لذلك، لا

ينتج عن التفضيلات، وحتى مقاصد الشراء إختيار شراء فعلي دائماً (فيليب كوتلر، وجارى ارمسترونج: 2007: 328-329).

خامساً: السلوك بعد الشراء :

لا ينتهي عمل المسوق عندما يباع المنتج. فبعد شراء المنتج سيتحقق رضاء العميل، أولاً يتحقق، سيدخل في سلوك ما بعد الشراء الذي يقع في إهتمام المسوق. ما الذي يحدد إذا كان المشتري راضياً من الشراء، أو غير راضي عنه؟ تقع الإجابة في العلاقة بين توقعات المستهلك والأداء المدرك للمنتج. فإذا لم يحقق التوقعات، لن يتحقق رضا المستهلك، وإذا حقق توقعاته يتحقق رضاه، أما إذا تعدي توقعاته فإنه يدخل البهجة علي نفس المستهلك.

وكلما إزدادت الفجوة بين التوقعات، والأداء، كلما إزداد عدم رضاء المستهلك. ويقترح هذا أن البائعين يجب أن يعدوا بما يمكن أن تقدمه علاماتهم التجارية فقط حتي يتحقق الرضاء للمشتري. كما يمكن أن يقلل بعض البائعين من مستويات أداء المنتج أيضاً كي يزيدوا من رضاء المستهلك فيما بعد. (فيليب كوتلر وجارى ارمسترونج: 2007م: 328-329).

#### النتائج والمناقشة:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن استخدام المنشأة لوسائل تنشيط المبيعات يُحدث تغيرات إيجابية في سلوك وتصرفات المستهلكين ويزيد درجة استجاباتهم ومبيعات الشركة ايجاباً. ويتضح ذلك من الجدولين رقم (1) و (2).

#### جدول رقم (1)

عند استخدام وسائل تنشيط المبيعات بالشركة تحدث تغيرات ايجابية في سلوك وتصرفات المستهلكين

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلي حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	13	7	4	1	0	25
	52%	28%	16%	4%	0%	100%
العاملون بالترويج	5	3	1	0	0	9
	55.6%	33.3%	11.1%	0%	0%	100%
مناديب المبيعات	41	26	4	1	1	73
	56.2%	35.6%	5.5%	1.4%	1.4%	100%

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من تحليل الجدول رقم (1)، أنّ الموافقة عموماً علي أنّ استخدام الشركة لوسائل تنشيط المبيعات يُحدث تغيرات إيجابية في سلوك وتصرفات المستهلكين أشارت إلي نسبة (80%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(88.9%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(97.3%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وذلك يعني أنّ وسائل التنشيط الخاصة بالمستهلك تدفعه لشراء المنتجات والعلامات التجارية المروّج لها كما هو الحال في العينات المجانية وتخفيض الأسعار الذّين من شأنهما دفعه لشراء هذه المنتجات أو قيامه بشراء المزيد منها ولاشك أنّ التنشيط يؤدي دوراً مقدراً في زيادة حجم المبيعات من خلال تأثيره الإيجابي علي سلوك المستهلك الشرائي.

## جدول رقم (2)

عند استخدام وسائل تنشيط المبيعات بالشركة تزيد درجة استجابات المستهلكين ومبيعات الشركة إيجاباً

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلي حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات	14	10	1	0	0	25
والمناطق ومشرفو المبيعات	56%	40%	4%	0%	0%	100%
العاملون بالترويج	4	3	2	0	0	9
	44.4%	33.3%	22.2%	0%	0%	100%
مناديب المبيعات	33	35	4	1	0	73
	45.2%	47.9%	5.5%	1.4%	0%	100%

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من الجدول رقم (2) أنّ الموافقة عموماً علي أنّ استخدام وسائل تنشيط المبيعات بالشركة يزيد درجة استجابة المستهلكين ومبيعات الشركة إيجاباً أشارت إلي نسبة (96%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(77.7%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(93.1%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وكما أوضحت في التعليق علي الجدول السابق أنّ تنشيط المبيعات يدفع المستهلك لشراء المنتجات المروّج لها أو يدفعه إلي شراء كمية أكبر، فكلّ ذلك من شأنه زيادة حجم مبيعات الشركة المروّجة لأنّ ذلك يعتبر تحفيز للمستهلك علي الشراء ويخلق الرغبة في الحصول هذه العلامات نتيجة تخفيض السعر، العينات المجانية، وغيرها من وسائل التنشيط التي تدفعه للشراء.

كما بينت نتائج الدراسة أن قيام المنشأة بالمسابقات وتخفيض الأسعار يؤثر إيجاباً على القرار الشرائي للعملاء والمستهلكين من حيث الكمية نحو منتجاتها خلال فترات المسابقات والتخفيض. ويتضح ذلك من الجدولين رقم (3) و (4).

### جدول رقم (3)

تقوم الشركة بجذب العملاء نحو شراء كميات كبيرة من منتجاتها خلال فترات تخفيضات الأسعار

المجموع	لا أوافق مطلقاً	لا أوافق	إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة	نوع الاستبانة
25	0	0	2	11	12	مديرو المبيعات
%100	%0	%0	%8	%44	%48	والمناطق ومشرفو المبيعات
9	0	0	0	1	8	العاملون بالترويج
%100	%0	%0	%0	%11.1	%88.9	
73	0	1	6	11	55	مناديب المبيعات
%100	%0	%1.4	%8.2	%15.1	%75.3	

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يلاحظ من تحليل الجدول رقم (3)، أن الموافقة عموماً على أن الشركة تقوم بجذب العملاء نحو شراء كميات كبيرة من منتجاتها خلال فترات تخفيضات الأسعار أشارت إلي نسبة (92%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(100%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(90.4%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات ويرجع ذلك إلي أن السعر يستخدم بوصفه وسيلة ترويجية في كثير من الحالات وذلك بتخفيضه الأمر الذي من شأنه دفع المستهلك لشراء كميات كبيرة، وبجانب ذلك فإن تخفيضه يُمكن من جذب مستهلكين جدد خاصة الذين كانوا غير مقتدرين علي دفعه قبل تخفيضه، ويعتبر تخفيضه أحد الوسائل التي تلجأ إليها كثير من المنظمات لتنشيط مبيعاتها.

#### جدول رقم (4)

تقوم الشركة بجذب العملاء نحو شراء كميات كبيرة من منتجاتها خلال فترات استخدام المسابقات

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات	8	10	7	0	0	25
والمناطق	%32	%40	%28	%0	%0	%100
ومشرفو المبيعات	0	4	4	1	0	9
العاملون بالترويج	%0	%44.4	%44.4	%11.1	%0	%100
مناديب المبيعات	26	28	16	2	1	73
	%35.6	%38.4	%21.9	%2.7	%1.4	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يلاحظ من من الجدول رقم (4)، أن الشركة تقوم بجذب العملاء نحو شراء كميات كبيرة من منتجاتها خلال فترات استخدام المسابقات، حيث أشارت الموافقة عموماً علي ذلك إلي نسبة (72%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(44.4%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(74%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، ويرجع ذلك إلي أن المسابقات تمثل أحد الوسائل المستخدمة في تنشيط المبيعات وهي تدفع المستهلك لشراء المزيد من المنتجات المرّوج لها بغرض الفوز في المسابقة.

#### جدول رقم (5)

يؤدي استخدام الشركة للجوائز والهدايا إلي دعم وتعزيز الجهود المبذولة من جانب مندوبي البيع

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات	13	7	5	0	0	25
والمناطق	%52	%28	%20	%0	%0	%100
ومشرفو المبيعات	2	4	2	1	0	9
العاملين بالترويج	%22.2	%44.4	%22.2	%11.1	%0	%100
مناديب المبيعات	45	23	5	0	0	73
	%61.6	%31.5	%6.8	%0	%0	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (5) يتضح أن استخدام الشركة للجوائز والهدايا يؤدي إلى دعم وتعزيز الجهود المبذولة من جانب مندوبي البيع حيث أشارت الموافقة العمومية إلى نسبة (80%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(66.6%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(93.1%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات،

ويرجع ذلك إلى أنّ الجوائز والهدايا تعتبر إحدى الوسائل المستخدمة في تنشيط المبيعات، حيث تدفع المستهلك للشراء من المنتجات المرّوج لها وزيادة الكمية التي كان يشتريها قبل القيام بالتنشيط ، وذلك من شأنه تمكين المندوب من تصريف أكبر كمية ممكنة من المبيعات ودعم وتعزيز جهوده في هذا الجانب.

كما توصلت نتائج الدراسة أيضاً إلي أنّ قيام الشركة بالمسابقات واستخدامها للجوائز والهدايا والعينات المجانية يؤدي إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المرّوج لها، الأمر الذي يدفع المستهلك لاتخاذ قراره الشرائي وتفضيله لمنتجاتها. ويتضح ذلك من الجداول رقم (6) وحتى (9).

### جدول رقم (6)

يؤدي استخدام الشركة للجوائز والهدايا إلي استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المرّوج لها

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو الإدارات والأقسام	8	5	5	3	0	21
	%38.1	%23.8	%23.8	%14.3	%0	%100
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	13	9	3	0	0	25
	%52	%36	%12	%0	%0	%100
العاملون بالترويج	3	3	2	1	0	9
	%33.3	%33.3	%22.2	%11.1	%0	%100
مناديب المبيعات	38	25	7	2	1	73
	%52.1	%34.2	%9.6	%2.7	%1.4	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من الجدول رقم (6) أنّ الموافقة عموماً على أنّ استخدام الشركة للجوائز والهدايا يؤدي إلي استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المرّوج لها حيث أشارت إلي نسبة (61.9%) من جملة المستطلعين من مديرو الإدارات والأقسام ، و(77.7%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(93.1%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، و(88%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(66.6%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(86.3%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وذلك لأنّ المستهلك يسعى للحصول علي هذه الجوائز والهدايا والتي بدورها تجعله يقوم بشراء هذه المنتجات في سبيل الحصول علي ذلك ، حيث أنّها من وسائل تنشيط المبيعات كما أوضحت في تعليقي علي الجدول السابق.

### جدول رقم (7)

يؤدي استخدام الشركة للعينات المجانية إلى دعم وتعزيز الجهود المبذولة من جانب مندوبي البيع

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	10	10	4	1	0	25
	%40	%40	%16	%4	%0	%100
العاملون بالترويج	3	4	2	0	0	9
	%33.3	%44.4	%22.2	%0	%0	%100
مناديب المبيعات	40	25	6	2	0	73
	%54.8	%34.2	%8.2	%2.7	%0	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (7) يتبين أن استخدام الشركة للعينات المجانية يؤدي إلى دعم وتعزيز الجهود المبذولة من جانب مندوبي البيع حيث أشارت الموافقة عموماً إلى نسبة (80%) من جملة المستطلعين من مديرو المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(77.7%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و(89%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وذلك لأن العينات المجانية تهدف إلى إثارة اهتمام الوسطاء بالمنتج ودفعهم للتعامل معه . وكل ذلك من شأنه دفع وتعزيز الجهود المبذولة من جانب المندوب.

#### جدول رقم (8)

يؤدي استخدام الشركة للعينات المجانية إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروج لها

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو الإدارات والأقسام	8	7	3	2	1	21
	%38.1	%33.3	%14.3	%9.5	%4.8	%100
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	10	8	7	0	0	25
	%40	%32	%28	%0	%0	%100
العاملون بالترويج	2	4	3	0	0	9
	%22.2	%44.4	%33.3	%0	%0	%100
مناديب المبيعات	32	29	9	3	0	73
	%43.8	%39.7	%12.3	%4.1	%0	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من تحليل الجدول رقم (8) يتضح أن استخدام الشركة للعينات المجانية يؤدي إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروج لها حيث أشارت الموافقة عموماً إلى نسبة (71.4%) من جملة المستطلعين من مديري الإدارات والأقسام، و(72%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(66.6%) من جملة المستطلعين من

العاملين بالترويج، و(83.5%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وذلك لأن العينات المجانية تعتبر حافز يمكن من خلاله جذب المستهلك ودفعه للشراء كما هو الحال في كثير من المنتجات الموجودة بالأسواق، وفي تقديري أنّ هذا النوع من أكثر وسائل تنشيط المبيعات جذباً للمستهلك، لذلك تستخدمه كثير من الشركات عندما تريد زيادة حجم مبيعاتها لمنتج محدد أو أكثر خاصة في ظل المنافسة بهدف إثارة إهتمام المستهلك بالمنتج واقتناعه به وحثه علي شرائه وتذكيره به. وكل ذلك من شأنه استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروّج لها.

### جدول رقم (9)

يؤدي قيام الشركة بالمسابقات إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروّج لها

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو الإدارات والأقسام	5	5	7	3	1	21
	%23.8	%23.8	%33.3	%14.3	%4.8	%100
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	9	12	4	0	0	25
	%36	%48	%16	%0	%0	%100
العاملون بالترويج	3	4	2	0	0	9
	%33.3	%44.4	%22.2	%0	%0	%100
مناديب المبيعات	20	31	17	3	2	73
	%27.4	%42.5	%23.3	%4.1	%2.7	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من تحليل الجدول رقم (9) أنّ قيام الشركة بالمسابقات يؤدي إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروّج لها حيث أشارت الموافقة عموماً إلى نسبة (47.6%) من جملة المستطلعين من مديري الإدارات والأقسام، و(84%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(77.7%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج و(69.9%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، وذلك لأنّ الشركة تهدف لزيادة مبيعاتها من خلال تنظيمها لهذه المسابقات ومنحها لجوائز عينية أو نقدية للمستهلكين مما يجعلها تستميلهم وتشجعهم علي شراء الأصناف المروّج لها. كما بينت نتائج الدراسة أنّ وسائل ترويج المبيعات التي تستخدمها الشركة تؤدي دوراً مهماً في صياغة السلوك الشرائي الأول وصولاً إلى الشراء المتكرر للصنف. ويعني ذلك جذب المستهلك من خلال وسائل التنشيط المستخدمة بغرض الشراء للمرة الأولى إلي أن يقوم بتكرار الشراء من العلامات التجارية المروّج لها . ويتضح ذلك من الجدول رقم (10).

### جدول رقم (10)



تؤدي وسائل ترويج المبيعات بالشركة دوراً مهماً في صياغة السلوك الشرائي الأول وصولاً إلى  
الشراء المتكرر للصنف

نوع الاستبانة	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق مطلقاً	المجموع
مديرو المبيعات والمناطق ومشرفو المبيعات	15	6	4	0	0	25
	%60	%24	%16	%0	%0	%100
العاملون بالترويج	5	3	1	0	0	9
	%55.6	%33.3	%11.1	%0	%0	%100
مناديب المبيعات	41	20	9	3	0	73
	%56.2	%27.4	%12.3	%4.1	%0	%100

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من تحليل الجدول رقم (10) أن الموافقة عموماً علي أن وسائل ترويج المبيعات بالشركة تؤدي دوراً مهماً في صياغة السلوك الشرائي الأول وصولاً إلى الشراء المتكرر للصنف أشارت إلى نسبة (84%) من جملة المستطلعين من مديري المبيعات والمناطق ومشرفي المبيعات، و(88.9%) من جملة المستطلعين من العاملين بالترويج، و (83.6%) من جملة المستطلعين من مناديب المبيعات، ويتضح ذلك في حالة السلع الجديدة باستخدام العينات المجانية مثلاً أو تخفيض الأسعار، لأن من الحالات التي يهدف فيها تنشيط المبيعات إلى زيادة الطلب علي المنتجات تقديم منتج جديد غير معروف للمستهلك ورغبة المنشأة في إستمالة المستهلك ودفعه لتجربة المنتج ونظراً لأن الترويج في هذه الحالة يُعبر عن إضافة قيمة أو حافز للمنتج فإن ذلك من شأنه خلق طلب أولي علي المنتجات المُروَّج عنها ومن ثم تتكامل الجهود الترويجية من جانب الشركة إلى أن يكرّر المستهلك شرائه من هذه الأصناف ويصل مرحلة القناعة بذلك، وتصبح درجة ولائه عالية لهذه المنتجات أو العلامات.

كما قام الباحث أيضاً باستطلاع آراء المستهلكين لمعرفة أثر وسائل ترويج المبيعات علي سلوكهم الشرائي، والجداول من (11) وحتى (15) توضح ذلك. حيث بيّنت نتائج الدراسة أن قيام المنشأة بالمسابقات وتخفيض الأسعار يؤثر ايجاباً علي القرار الشرائي للمستهلكين من حيث الكمية نحو منتجاتها خلال فترات المسابقات والتخفيض. كما أن استخدامها للعينات المجانية يؤدي الي استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الاصناف المُروَّج لها، الأمر الذي يدفع المستهلك لاتخاذ قراره الشرائي وتفضيله لمنتجاتها. ويتضح ذلك من الجداول رقم (11)، (12) و(13).

### جدول رقم (11)

### تخفيض الأسعار يدفعني لشراء كميات كبيرة من المنتجات

النسبة	العدد	الإجابة
37.5%	75	أوافق بشدة
24.5%	49	أوافق
21%	42	محايد
13.5%	27	لا أوافق
3.5%	7	لا أوافق مطلقاً
100%	200	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

يتضح من تحليل الجدول رقم (11) أنّ الموافقة عموماً علي أنّ تخفيض الأسعار يدفع المستهلكين لشراء كميات كبيرة من المنتجات، أشارت إلى نسبة (62%) من جملة المستطلعين، حيث يرجع ذلك إلى أنّ هنالك كثير من الشركات تستخدم السعر وسيلة ترويجية، حيث تقوم بتخفيضه لفترة محدّدة أو غير محدّدة بغرض تنشيط مبيعاتها، وعليه فإنّ هذا التخفيض - خاصةً إذا ما كان لفترة محدّدة - يجعل المستهلك ينتهز هذه الفرصة بشراء كمية كبيرة من المنتج المرّوج له واطعاً في الاعتبار أنّ هذه الفرصة سوف لا تتكرّر بسهولة خاصةً إذا ما كانت السلعة لاتقل في جودتها أو حجمها عن السلع المنافسة.

### جدول رقم (12)

القيام بالمسابقات يحفزني علي شراء كميات كبيرة من المنتجات

النسبة	العدد	الإجابة
16.6%	33	أوافق بشدة
24.1%	48	أوافق
29.1%	58	محايد
22.6%	45	لا أوافق
7.5%	15	لا أوافق مطلقاً
100%	199	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (12)، يتضح أنّ الموافقة عموماً علي أنّ القيام بالمسابقات يحفز المستهلك علي شراء كميات كبيرة من المنتجات أشارت إلي نسبة (40.7%) من جملة المستطلعين. ويلاحظ من ذلك أنّ أحد أفراد العينة لم يجب علي هذا السؤال، كما يتّضح أنّ نسبة الموافقة علي العبارة أكبر من عدم الموافقة، ويرجع ذلك إلي أنّ المسابقات تعتبر أحد وسائل تنشيط

المستهلك النهائي، حيث تقوم الشركة بمنح جوائز عينية أو نقدية للفائزين بالمسابقة، وقد تأخذ المسابقات شكل كوبونات كل منها يحمل رقم معين ويعطي المستهلك كوبون محدد نظير شرائه كمية محددة من المنتج ثم يتم سحب الأرقام الفائزة، الأمر الذي يحفز المستهلك لشراء الكمية المحددة بهدف الفوز والحصول على الجائزة. والهدف من القيام بالمسابقات زيادة مبيعات السلعة عند انخفاض الطلب عليها أو مواجهة السلعة المنافسة الشديدة في السوق.

### جدول رقم (13)

تقديم عينات مجانية من السلع يحفزني علي شراء كميات كبيرة منها

النسبة	العدد	الإجابة
31.5%	63	أوافق بشدة
21%	42	أوافق
24%	48	محايد
16.5%	33	لا أوافق
7%	14	لا أوافق مطلقاً
100%	200	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (13)، يُلاحظ أنّ الموافقة العمومية على أنّ تقديم عينات مجانية من السلع يحفز المستهلك علي شراء كميات كبيرة منها، أشارت إلى نسبة (52.5%) من جملة المستطلعين وهي تمثل غالبية أفراد العينة، ويرجع ذلك إلى أنّ العينات المجانية تستهدف زيادة طلب المستهلك على المنتج وزيادة شراؤه لهذا المنتج، حيث تستخدم هذه العينات لأغراض التجربة وتستخدم خصوصاً في مرحلة التقديم للمنتج في دورة حياته.

كما بينت نتائج الدراسة أيضاً أنّ استخدام الشركة للجوائز والهدايا يؤدي إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الأصناف المروج لها، الأمر الذي يدفع المستهلك لاتخاذ قراره الشرائي وتفضيله لمنتجاتها. وأنّ قيامها بالمعارض يلفت انتباه المستهلك نحو منتجاتها وعلاماتها التجارية ويحثه على شرائها أكثر من غيرها. ويتضح ذلك من الجدولين رقم (14) و(15).

### جدول رقم (14)

تخصيص الشركة بعض الجوائز والهدايا يدفعني لشراء الأصناف المروج لها

النسبة	العدد	الإجابة
21.6%	43	أوافق بشدة
28.6%	57	أوافق

24.6%	49	محايد
17.6%	35	لا أوافق
7.5%	15	لا أوافق مطلقاً
100%	199	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (14) يتضح أنّ الموافقة عموماً على أنّ تخصيص الشركة بعض الجوائز والهدايا يدفع المستهلكين لشراء الأصناف المرّوج لها، أشارت إلى نسبة (50.2%) من جملة المستطلعين، وهي تمثل غالبية أفراد العينة. كما يتّضح أنّ أحد أفراد العينة لم يجب على هذا السؤال، وعليه فإنّ هنالك بعض المنتجات تُقدّم من المنتج مجاناً أو بقيمة منخفضة في شكل جوائز وهدايا كما هو الحال في الحلوي وألعاب الأطفال والعطور، وذلك بغرض تنشيط المبيعات المرّوج لها، حيث يرتبط الحصول على الهدية أو الجائزة بشراء المنتج، الأمر الذي يُحفّز المستهلك على شرائه، وكلّ ذلك يعتبر مكافأة عن شرائه للمنتج.

#### جدول رقم (15)

قيام الشركة بالمعارض يحتثي علي شراء منتجاتها أكثر من غيرها

النسبة	العدد	الإجابة
19.5%	39	أوافق بشدة
27%	54	أوافق
28%	56	محايد
17.5%	35	لا أوافق
8%	16	لا أوافق مطلقاً
100%	200	المجموع

المصدر: إعداد الباحث، من الدراسة التطبيقية، 2010م

من الجدول رقم (15) يتضح أنّ الموافقة عموماً علي أنّ قيام الشركة بالمعارض يحتث المستهلكين علي شراء منتجاتها أكثر من غيرها، أشارت إلي نسبة (46.5%) من جملة المستطلعين، كما يتّضح أنّ نسبة الموافقة علي العبارة أكبر من عدم الموافقة. وعليه فإنّ القيام بالمعارض يلفت الانتباه إلي العلامات التجارية المرّوج لها، الأمر الذي يؤدي إلي الاهتمام بالعلامة ومن ثمّ خلق الرغبة في شرائها، ممّا يعني حتّه علي شرائها.

#### النتائج:

1. استخدام المنشأة لوسائل تنشيط المبيعات يُحدث تغييرات إيجابية في سلوك وتصرفات المستهلكين ويزيد درجة استجاباتهم ومبيعات الشركة إيجاباً .

2. قيام المنشأة بالمسابقات وتخفيض الأسعار يؤثر إيجاباً على القرار الشرائي للعملاء والمستهلكين من حيث الكمية نحو منتجاتها خلال فترات المسابقات والتخفيض.
3. يؤدي قيام الشركة بالمسابقات واستخدامها للجوائز والهدايا والعينات المجانية إلى استمالة وتشجيع المستهلكين لاستخدام الاصناف المروج لها، الأمر الذي يدفع المستهلك لاتخاذ قراره الشرائي وتفضيله لمنتجاتها.
4. تؤدي وسائل ترويج المبيعات التي تستخدمها الشركة دوراً مهماً في صياغة السلوك الشرائي الأول وصولاً إلى الشراء المتكرر للصنف.
5. قيام الشركة بالمعارض يلفت انتباه المستهلك نحو منتجاتها وعلاماتها التجارية ويحثه على شرائها أكثر من غيرها.
- 6- يؤثر تنشيط المبيعات على قرارات الشراء وتفضيلات المستهلكين تأثيراً مباشراً.
7. عدم وجود هدايا ومسابقات باستمرار وبرامج ترفيهية مصاحبة.
8. عدم استخدام السعر بوصفه وسيلة ترويجية.
9. توقف الإنفاق على الترويج على العائد من المنتجات في بعض الشركات وذلك لنظرتها على أنه يمثل تكاليف.
10. عدم وجود عينات مجانية.

#### التوصيات:

1. يجب عدم إهمال وسائل تنشيط المبيعات خاصة الوسائل الخاصة بالمستهلك (تخفيض السعر، الجوائز، الهدايا، العينات المجانية، المسابقات، المعارض... الخ).
2. يجب إعطاء تنشيط المبيعات نسبة معقولة وسط عناصر المزيج الترويجي وحسب الحاجة إليه مثلاً عند تقديم سلعة جديدة، أو في حالة رغبة المؤسسة في الحصول على سيولة يجب زيادة نسبة هذا العنصر.
3. يجب الاستمرار في ترويج المبيعات وذلك لما يدره من عائدات مادية دون النظر للتكاليف، وألاً يتوقف الإنفاق على تنشيط المبيعات على العائد من المنتجات.
4. يجب القيام بالهدايا والمسابقات باستمرار وكذلك البرامج الترفيهية المصاحبة، وكذلك استخدام العينات المجانية.
5. يجب استخدام السعر بوصفه وسيلة ترويجية لتنشيط المبيعات.

#### المراجع والمصادر:

- 1- بشير عباس العلق وعلي محمد ربايعه، الترويج والإعلان، الطبعة الأولى (دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1418هـ/ 1998م).

- 2- هناء عبد الحليم سعيد، الإعلان، الطبعة الثانية (الشركة العربية للنشر والتوزيع، بدون مكان نشر، 1995م).
- 3- هناء عبد الحليم سعيد، الإعلان والترويج (بدون دار نشر، بدون مكان نشر، 1993م).
- 4 - محمد الصيرفي، مبادئ التسويق - سلسلة كتب المعارف الإدارية - الكتاب الثاني، الطبعة الأولى (مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005م).
- 5- محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، الطبعة الخامسة (المكتب العربي الحديث، بدون مكان نشر، 1995م).
- 6- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى (مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1999م).
- 7- محمد قاسم القريوتي، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى (دار صفا للنشر والتوزيع ودار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2001م).
- 8- محسن أحمد الخضيري، التسويق في ظل عدم وجود نظام معلومات، الطبعة الأولى (ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996م).
- 9- محسن فتحي عبد الصبور، أسرار الترويج في عصر العولمة، الطبعة الأولى (مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001م).
- 10- ناجي معلّ، الأصول العلمية للترويج التجاري والإعلان، الطبعة الثانية (بدون دار نشر، بدون مكان نشر، 1996م).
- 11- ناجي معلّ ورائف توفيق، أصول التسويق - مدخل تحليلي - الطبعة الأولى (دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2002م).
- 12- عبد السلام أبو قحف، مبادئ التسويق (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004-2005م).
- 13- عمر وصفي عقيلي وقحطان بدر العبدلي وحمد راشد الغدير، مبادئ التسويق (دار زهران، عمان، 1996م).
- 14- عصام الدين أمين أبو علفة، الترويج : المفاهيم - الإستراتيجيات العملية (النظرية والتطبيق) - تسويق متقدم : الجزء الثالث (مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع ومؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، القاهرة، 2002 م).
- 15- فهد سليم الخطيب ومحمد سليمان عواد، مبادئ التسويق - مفاهيم أساسية ، الطبعة الأولى (دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1420هـ/2000م). محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، الطبعة الخامسة (المكتب العربي الحديث، بدون مكان نشر، 1995م).
- 16- فليب كوتلر، وجاري ارمسترونج، أساسيات التسويق، الكتاب الأول، د. م. سرور علي إبراهيم سرور (دار المريخ للنشر، الرياض، 1428هـ/2007م).



## الإرشاد الأكاديمي وعلاقته بالجودة في التعليم الجامعي

د. أميرة أحمد حسن قرشي

أ. مساعد - جامعة نيالا

### Abstract:

The academic supervision is a very important service rendered by the academic staff to the students. The main objective of this service is to help the students in solving the academic problems through the assistance rendered in solving the psychological problems using consulting and social welfare, to achieve psychological and social adaptation. such help will increase the academic competence.

This expected outcome encourages the researcher to conduct this study with the purpose of investigating the academic supervision and relate it to the question of in the higher education.

### مقدمة :

تتقدم الحياة وتدور عجلتها دورات متسارعة وتزيد مشكلات المجتمع تعقيداً وتشابكاً، ويتسع أفق الفرد ويرتبط بالعالم عبر وسائل الاتصال المختلفة، فتحدث مشكلات كثيرة يحتاج الفرد فيها إلى الإرشاد، من ذوي الخبرة في مجالات الحياة المختلفة؛ والإرشاد قديم قدم وجود الإنسان على الأرض، ومع تقدم الحياة وتميز مجالات العلوم، تطور الإرشاد؛ وأصبحت له مجالات متعددة، ارتبطت بالاتجاهات المختلفة للعلوم، فأصبح هناك الإرشاد النفسي بمجالاته المختلفة، والتوجيه والإرشاد في الشؤون القانونية وفي المجالات الاجتماعية والتعليمية، ونسبة للتغيرات الحديثة في نظم التعليم والتعلم، فقد شعر القائمون على أمر التعليم العالي بأهمية الإرشاد الأكاديمي وتم إدخال الإرشاد إلى التعليم الجامعي، وعرف بالإرشاد الأكاديمي أو الإشراف الأكاديمي.

### مشكلة البحث :

تتمثل مشكلة البحث في الأسئلة التالية:

- ما هو الإرشاد الأكاديمي؟
- ما هو دور المرشد الأكاديمي؟
- ما العلاقة بين الإرشاد الأكاديمي والجودة في التعليم العالي؟
- ما مدى إلمام أعضاء هيئة التدريس في جامعة نيالا بدور المرشد الأكاديمي؟

### أهداف البحث:

تهدف الباحثة من إجراء هذا البحث إلى ما يلي:

I- التعرف بماهية الإرشاد الأكاديمي.



2- تحديد دور المرشد الأكاديمي في حل مشكلات الطلاب والمساعدة في تعزيز توافق الطلاب دراسياً ونفسياً واجتماعياً .

3- تحديد مستوى المام أعضاء هيئة التدريس في جامعة نيالا بدور المرشد الأكاديمي.

4- توضيح مدى ارتباط الإرشاد الأكاديمي بالجودة في التعليم العالي.

#### أهمية البحث:

تحدد أهمية هذا البحث بأهمية الموضوع الذي يتناوله؛ لما للإرشاد الأكاديمي من دور هام في التعليم الجامعي، خاصةً مع المتغيرات الحديثة والتي تتمثل في صغر سن المنتحقين بالجامعة مع بداية مرحلة المراهقة الوسطى ؛ والتي تعتبر مرحلة تحديد الهوية ، وما يصاحب هذه المرحلة من تغير في السلوك يؤثر سلباً على التحصيل الدراسي وعلى التوافق النفسي والاجتماعي للطلاب. كما تأتي أهمية البحث من أهمية المرحلة الإنعطافية التي يمر بها مجتمع دارفور في مرحلة ما بعد الصراع والحاجة الماسة للطلاب للإرشاد الأكاديمي في هذه المرحلة ليساندهم مرشدهم على تحقيق التفوق الأكاديمي والتكيف النفسي والاجتماعي.

#### منهج البحث:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في إجراء هذا البحث مع استخدام المنهج المسحي لاستقراء آراء أعضاء هيئة التدريس حول الإرشاد الأكاديمي.

#### الأساليب الإحصائية:

استخدمت الباحثة النسب المئوية في تحليل بيانات الإستمارة الخاصة بالتعرف على مدى إمام أعضاء هيئة التدريس في جامعة نيالا بدور المرشد الأكاديمي.

#### 1-1- الإرشاد الأكاديمي :

ميررات قيام الإرشاد الأكاديمي في التعليم الجامعي :

يعرف التعليم الجامعي بأنه ذلك النوع من التعليم النظامي الذي يمتد بعد نهاية المرحلة الثانوية بشعبها المتعددة وأنماطها المختلفة ، حتى نهاية المرحلة العليا التي تنتهي بنهاية السلم التعليمي الرسمي في جميع نظم التعليم العالمية.

ويعتبر التعليم الجامعي من أهم مراحل التعليم النظامي، لأنه يقوم بوظيفة أساسية عامة، تتمثل بتوفيره البنية التي تمكن الطلاب من تنمية معلوماتهم التخصصية والتعليمية، والكشف عن ميولهم وقدراتهم واتجاهاتهم وصلقلها، مما يجعلهم مواطنين صالحين قادرين على القيام بدورهم في تحديث وتطوير وتنمية مجتمعاتهم. (ربيع، 2003) وقد وقعت مؤسسات التعليم العالي في الدول النامية في معاناة كبيرة بين الاستجابة للجمهور وحاجاته استجابة كمية، وبين متطلبات سوق العمل الطالبة للنوع، والمركزة على مبدأ المهارة، والتركيز على الكيف. وفي خضم ذلك تعيش مؤسسات التعليم العالي أزمة الكم والكيف والطموح والواقع والتناقض بين الرؤى وحقيقة التنفيذ.

(الدليل التدريبي للتقويم المؤسسي في التعليم العالي أغسطس 2005) والسودان أحد هذه الدول، يعاني من نفس المشكلات في مؤسسات التعليم العالي. وأصبحت عملية تدني آليات التقويم لضبط النوع والتأكيد على مبدأ الجودة ضرورة حتمية للخروج من أزمة الفيضان الكمي نحو توزيع أمثل للتدفقات بفهم يوازن بين الواقعية والطموح، بين المعرفة ومتطلبات سوق العمل، في رؤى كونه وإقليمية ومحلية أكثر موضوعية (الدليل التدريبي للتقويم المؤسسي في التعليم العالي أغسطس 2005م).

ومع الأخذ بالاعتبار الصورة العامة التي يمكن قراءتها عن نظم التعليم العالي في الواقع العربي والإفريقي، يماثل بكل تأكيد غالبية الدول في العالم الثالث، وعلى الرغم من التغيرات التي حدثت فيها، تتبئ عن ضعف قابض لحراك مؤشرات التعليم العالي على مختلف أوجهها، مما ينعكس سلباً على تنمية المعرفة المجتمعية في هذه البلدان. كما يلعب فقر الإنفاق على مؤسسات التعليم دوراً أساسياً في عدم تمكينها من القيام بدورها الوظيفي، (سليمان، 2005م) وشرح الإمكانيات وضعف الإنفاق ينعكس سلباً على البيئة، والمدخلات والمخرجات والعمليات في التعليم العالي. وتعتبر هذه بعضاً من المبررات التي أدت إلى قيام خدمة الإرشاد الأكاديمي بالجامعات لمساعدة الطلاب في تقبل أوضاع جامعاتهم وفقاً لظروفها فضلاً عن التفاعل مع الظروف العامة التي تعيشها البلدان النامية.

واعتقد أن وقوع بعض الجامعات في مناطق نزاعات مسلحة وأزمات ما بعد النزاع، يؤدي إلى وجود جو مشحون بالتوتر ودرجة من درجات الاضطرابات السلوكية والعنف في بعض الأحيان، والذي أن لم تتم السيطرة عليه قد يكون أحد أسباب تأجج النزاع في المجتمع. وهذا أيضاً مبرر قوى لقيام الإرشاد الأكاديمي للمساعدة في حل المشكلات الناتجة عن النزاع وتفرغ الشحنات الانفعالية بصورة علمية تساعد الطلاب على التوازن، وإعادة التوافق للطلاب في الجامعات وفي المجتمع، إضافة إلى أن غياب الإرشاد الأكاديمي في المراحل الثانوية يعتبر أيضاً من المبررات لقيام الإرشاد الأكاديمي في التعليم الجامعي، إذ أن الطلاب يتم استيعابهم في الجامعات بحسب رغباتهم ومحصلة درجاتهم وليس هناك تركيز على القدرات الخاصة بالمجالات والتخصصات المختلفة في الجامعة، ووجود الإرشاد الأكاديمي الجامعي يساعد في حل مثل هذه الإشكالات.

ما تم ذكره اعتبره مبرراً كافياً لقيام الإرشاد الأكاديمي في التعليم الجامعي ، والذي يعتبر خدمة أساسية لأهم المدخلات في التعليم الجامعي.

#### 1-2- مفهوم الإرشاد الأكاديمي :

يعد الإرشاد بمختلف أنواعه ومجالاته أحد مهن المساعدة التي وجدت لخدمة الأفراد (الأسدي، 2003م) والإرشاد الأكاديمي عملية تهدف إلى مساعدة الطلاب على فهم ميولهم

وقدراتهم، وإمكانيات البيئة من حولهم، والاستفادة منها في تحقيق أهدافهم. وهو حجر الزاوية في نظام الجامعات التي تطبق نظام الساعات المعتمدة، ويعتبر ركيزة أساسية في هذا النظام وهو جزء لا يتجزأ منه، ولذا كان الإرشاد الأكاديمي إجباري في نظام الساعات المعتمدة (برنامج الندوة الأولى للإرشاد الأكاديمي 1986م). ونظام الساعات المعتمدة يقوم على عدد من الساعات تعتمد في كل فصل دراسي، بحيث يكون مجموع الساعات المعتمدة التي يحصل عليها الطالب في جميع الفصول الدراسية مؤهلاً للتخرج في الكلية، والتخصص الذي التحق به.

وتقوم فلسفة نظام الساعات المعتمدة على مبدأ إتاحة الفرصة للطالب في الحصول على تعليمه الجامعي، وفق خطط أكاديمية تفرض عليه الإيفاء بمتطلبات دراسية أقرتها الجامعة والكلية التي التحق بها، ويحقق نظام الساعات المعتمدة اعتبارات تعليمية وتربوية واقتصادية وغيرها، ويعطي الطالب الفرصة لدراسة المواد التي يريد دراستها حسب تخصصه ووفقاً للمنهج الدراسي في كليته.

الإرشاد الأكاديمي عملية تسعى إلى دمج الطالب -المدخل الرئيس في التعليم الجامعي- في المجتمع الجامعي أكاديمياً، بتوجيهه وإرشاده لاختيار التخصص المناسب وتغيير التخصص في حالة عدم استطاعة الطالب المواصلة في التخصص المعين، والمساعدة في حل مشكلاته الأكاديمية في بدايتها، والمساعدة أيضاً في حالات الصعوبات التعليمية، والاستيعابية، التي يجدها لطالب منذ دخوله الجامعة ومتابعته حتى بعد التخرج.

ومن الناحية الاجتماعية يساعد المرشد الأكاديمي الطالب على حل مشكلاته الاجتماعية والنفسية، وتوجيهه إلى جهة الاختصاص إن كان الأمر يحتاج إلى تدخل المرشد النفسي والاجتماعي، إذ أنهما الجهة العلمية المختصة في حل مشكلات الطلاب النفسية والاجتماعية وفق الطرق النفسية المختصة، ووجودهما ضرورة في كل نظام تعليمي. وأيضاً يساعد المرشد الأكاديمي وبصورة فعالة في اكتشاف مواهب الطلاب والتي قد تغير في بعض الأحيان في مسيرة حياتهم، وتفتح لهم آفاقاً مستقبلية لم تكن معروفة لهم.

والإرشاد الأكاديمي الجيد يعتبر خدمة ضرورية للطالب لإخراجه من جو العزلة، ومساعدته على الشعور بأنه جزء من مجتمع جامعي، يهتم به شخص -المرشد الأكاديمي- مستعد لتقديم العون والمساعدة، في كل الأوقات مما يخفف من وطأة الخوف من الأحداث والمشاكل التي قد تحدث في أثناء دراسته الجامعية، مما يؤدي إلى زيادة ثقة الطالب بنفسه، وتوافقه مع البيئة الجامعية ونجاحه وتفوقه في دراسته وفي حياته الاجتماعية.

المرشد الأكاديمي :

هو الجهة الأولى التي يجب على الطالب المنتظم للدراسة حسب نظام الساعات المعتمدة، الحصول على موافقتها، فيما يتعلق بأغلب القرارات المتصلة بمسيرته الدراسية؛ فالطالب لا بد أن يستعين برأي المرشد الأكاديمي لاختيار المواد التي يمكن للطالب دراستها. والمرشد الأكاديمي هو : أحد أعضاء هيئة التدريس بالقسم العلمي الذي يدرس فيه الطالب، ويقوم المرشد الأكاديمي بالإرشاد الأكاديمي للطلاب في التخصص المعني في المؤسسة التعليمية .

1-3- المهام المطلوبة من المرشد الأكاديمي :

المرشد الأكاديمي هو الجهة المختصة والتي يجب على الطالب التواصل معها للتفكير في حل المشكلات التي تواجهه منذ أول خطواته في الجامعة وحتى بعد تخرجه فيها. وبذلك وجب على المرشد الأكاديمي عدد من المهام التي يجب عليه القيام بها، والتي أحاول حصرها فيما يلي :

1-3-1 الإعلان عن وسائل الاتصال به مثل البريد الإلكتروني أو الهاتف أو الموقع الخاص بالإرشاد الأكاديمي على موقع الجامعة، ليتمكن الطلاب من الرجوع إليه. فبعض مشكلات الطلاب تكون عاجلة ولا يمكن تأجيلها لموعد الساعات المحددة للإرشاد وتعتبر وسيلة التواصل مع المرشد الأكاديمي هامة للغاية.

1-3-2 تحديد ساعات مكتبية للتواصل مع الطلاب، ويعتبر هذا أمر هام لا بد منه، ليوفي المرشد الطالب حقه تجاهه.

1-3-3 إعداد ملف الطالب محتويًا على :

- استمارة تتضمن معلومات مفصلة عن الطلاب.

- كافة المعلومات الموثقة الخاصة بالطلاب وحفظها في سرية تامة. إذ أن الطالب شخص له خصوصيته ولا يجوز أن تنشر المعلومات الخاصة به ولا تكون محل جدال حتى بين المرشدين الأكاديميين.

- كافة السجلات والوثائق الخاصة بالتسجيل أو الحذف أو الانسحاب، أو الإضافة والمعدل الفصلي والتراكمي، ومسيرته الدراسية من خلال سجل كامل بجميع المواد المسجل فيها والمنتهي منها والخطة الدراسية المنطبقة عليه. والسجل يساعد المرشد علي تتبع مسيرة الطالب ومساعدته على حل مشكلاته الدراسية في أولها ، ومساعدته في تطوير دوره في خدمة المجتمع.

- كافة وثائق تنمية المهارات والتطوير الذاتي وخدمة المجتمع التي حصل عليها الطالب أثناء دراسته.

- دليل توصيف المواد: ويساعد دليل المواد وتوصيفها وساعاتها على فهم المرشد لموقف الطالب بالمقارنة مع الدليل.

1-3-4 التأكيد من :

- إتمام عملية التسجيل، قد يحدث في بعض الأحوال أن لا يسجل بعض الطلاب اعتقاداً منهم بأن التسجيل يستمر طيلة الفصل الدراسي مما قد ينتج عنه ضياع فرصة الطلاب في التسجيل والدراسة، وقد ينتج عنه بعض المشكلات والعنف الطلابي.

- سلامة وصحة اختيار الطالب، بعض الطلاب يختارون التخصصات وفقاً لرغباتهم ودون وضع القدرات الخاصة في الحسبان، ودور المرشد هنا هو مساعدة الطالب في التوفيق بين رغباته وقدراته واستعداداته.

1-3-5 مساعدة الطالب في بعض الأمور مثل :

- إيجاد الحلول الممكنة للرفع من مستواه العلمي. وإرشاده للطريق الأوفى في الاستنكار وزيادة التحصيل.

- تطويره أكاديمياً ومهنياً واجتماعياً وذاتياً بجعله مواطناً صالحاً، يسهم في خدمة مجتمعه بفاعليه، ومساعدة الطالب في وضع أهداف لحياته قريبة وبعيدة، بحيث يتمكن من وضع آليات معينة تساعد على تحقيق هذه الأهداف سواءً من ناحية أكاديمية أو من ناحية اجتماعية أو اقتصادية ومساعدته في بلورة دوره في خدمة المجتمع.

1-3-6 التواصل مع ولي الأمر عبر الوسائل المتاحة لمتابعة وضع الطالب مما يؤدي إلى خلق علاقة بناءة، بين الجامعة وأسرته الطالب من خلال ولي أمره، حتى يشعر الطالب بأن له أسرتان، وأن كل الأمور الخاصة به في الجامعة يكون ولي الأمر طرفاً فيها، مما يفعل دور الجامعة في التواصل الاجتماعي ، ويقوى دور المرشد الأكاديمي كحلقة وصل وميسر لحل مشكلات الطلاب خلال علاقة التواصل بالأسرة.

1-3-7 تحديث سجل الطالب في كل فصل جديد. إضافة كل المعلومات الحديثة والمستجدة لسجل الطالب حتى يكون هناك تواصلاً مستحدثاً ودائماً بين الطلاب ومشرفيهم وإمام المشرف بكل مستجدات ظروف الطلاب ( باديب وآخرون، 2006م ).

1-4-4 دور المرشد الأكاديمي :

للمرشد الأكاديمي دور أساسي شامل ومتنوع فهو: تعريفي، توثيقي ورقابي يتمثل فيما يلي :

1-4-1 إرشاد فردي وجماعي لكونه من أولويات النظام التعليمي.

• الإرشاد الجماعي: يقسم المشرف طلابه إلى مجموعات، ويحدد لكل موعداً، تناقش فيه المشكلات المستجدة أسبوعياً أو شهرياً، أو كما يتم الاتفاق بين المرشد ومجموعة طلابه.

- إما الإرشاد الفردي: يقوم به المرشد مع أحد الطلاب في مشكلات تخص الطالب، سواءً كانت أكاديمية ، اجتماعية ، نفسية أو اقتصادية أو في أي مجال آخر.

#### 1-4-2- التنسيق بين البرامج التعليمية ومتطلبات المهنة.

يجب أن يكون الطالب محدد الأهداف وله خطة واضحة في الوصول إلي أهدافه، ومن ضمن هذه الأهداف المهنة التي يود الطالب امتهاتها بعد تخرجه، ويجب أن يكون المرشد الأكاديمي ملماً بهذه الأهداف وما نوع المهنة التي يود الطالب امتهاتها بعد التخرج، حتى يساعده في التنسيق بين البرامج التعليمية التي يدرسها وبين المهنة التي يود أن يمتهها في المستقبل.

#### 1-4-3- تطوير مهارات الاتصال.

على المرشد أن يطور مهارات الاتصال بينه وبين طلابه، وأن يساعد الطلاب على اكتساب مهارات التواصل بين بعضهم، وبينهم وبين مدرسيهم والعاملين في المجتمع.

1-4-4- المساعدة على حل المشاكل والصراعات (Griggs في با دياب وآخرون 2006م). قد يقع الطلاب في بعض الأحيان في عدد من المشاكل والصراعات التي قد تنتج من انتقال الطالب من مرحلة إلى مرحلة، أو من مجتمع إلى مجتمع، أو تغير بعض الظروف أو حدوث بعض النزاعات والحروب وغيرها، والتي قد تنعكس سلباً على سلوك الطالب وتوقع هذه التغيرات في مجملها الطالب في الصراع النفسي، والنزاع بين القيم والعادات والتقاليد وبين ما قد يجده في المجتمع الجامعي، وهنا يقع عبئاً كبيراً على المرشد الأكاديمي لمساعدة هؤلاء الطلاب لاستعادة توازنهم النفسي وتوافقهم الاجتماعي.

#### 1-4-5- المساعدة في اتخاذ القرارات.

في بعض الأحيان يكون على الطالب اتخاذ بعض القرارات التي تخص مستقبله وقد يعجز الطالب عن اتخاذ القرار، وهنا يجب على المرشد الأكاديمي مساعدة الطالب بتوضيح وجهات النظر المختلفة، والجوانب الايجابية والسلبية لكل حال حتى يتمكن الطالب من اتخاذ القرار وهو مقتنع ولمم بنتائج هذا القرار.

1-4-6- خلق مناخ صافى جيد بالتنسيق مع أستاذ المادة للوصول إلى المستوى التعليمي المنشود؛ ويتأتى ذلك عن طريق إلمام الطالب بالنظم والقوانين، التي تحكم قاعة الدرس ، مما يحقق درجة عالية من الانتباه والاستفادة من المدرس خلال علاقة تواصلية تعليمية، يكون للمرشد الأكاديمي دور مهم فيها؛ بتعريف الطالب بنظم الضبط وكيفية الاستفادة من الدروس والمحاضرات.

1-4-7- تنمية مهارات خاصة بالاستذكار والقراءة والملاحظات والامتحانات (ربيع، 2003م). يساعد المرشد الأكاديمي في تعليم الطلاب كيفية خلق مناخ جيد للاستذكار والمساعدة في إيجاد الوسائل التي تساعدهم على تحسين أوضاعهم التعليمية.

1-4-8- التطوير الذاتي (رعاية المتعثرين والمتفوقين والموهوبين والخريجين). الطلاب المتفوقون يحتاجون أيضاً لرعاية المرشد الأكاديمي، لمساعدتهم على مواصلة التفوق في الجانب الأكاديمي، وحفزهم على استخدام حصيلتهم العلمية في خدمة المجتمع، كما أن رعاية المواهب واكتشافها تمثل دوراً هاماً للمرشد الأكاديمي.

1-4-9- رعاية ذوي الاحتياجات الخاصة ومحاولة دمجهم في المجتمع، ومساعدة الطلاب على قبولهم بينهم، دور يكون المرشد الأكاديمي القدوة فيه، بقبوله للطلاب المعاقين بفئاتهم المختلفة مما يساعد على تقبل الطلاب لهم.

1-4-10- مساعدة الطالب على قبول الآخر، والتوافق مع زملائه من القبائل والمناطق المختلفة، وأيضاً يمثل المرشد الأكاديمي هنا القدوة لطلابه، بالمساواة في التعامل بينهم مهما كانت الصفات العرقية أو الدينية التي تميز كل طالب. وفي بعض هذه الأحوال الخاصة، يكون للمرشد الأكاديمي دور مهم للغاية في مساعدة بعض الطلاب في التخلص من الشعور بالدونية، والبعض الآخر التخلص من التعالي على الآخرين، وبعضاً منهم يساعدهم على تفريغ شحناتهم الانفعالية، والشعور بالغضب والغيط والحق، والذي يكون شرارة لاندلاع العنف الطلابي، والذي قد ينتقل إلى المجتمع. مما قد يؤدي إلى اندلاع بعضاً من الصراعات في بعض مناطق النزاع، إذ أن الطلاب الجامعيين يمثلون صفوة المجتمعات وقياداتها الفكرية وخاصة في المناطق الريفية.

#### 1-5 لجنة الإرشاد الأكاديمي :

هي لجنة تنفيذية تتشكل بقرار من مجلس الكلية المعنية، يرأسها عضو هيئة تدريس بمواصفات معينة، يسانده أعضاء آخرون من الكلية، ويحدد مهامها وصلاحياتها قرار مجلس الكلية. وقد تتشكل لجان الإرشاد الأكاديمي بطرق مختلفة وفق قوانين ولوائح الجامعات المختلفة.

#### مهام لجنة الإرشاد الأكاديمي :

تضطلع لجنة الإرشاد الأكاديمي بتنفيذ برنامج الإرشاد المقترح بجميع معايير ومتابعه مدى مطابقة مراحل تنفيذه ومخرجاته لمعايير ومتطلبات الجودة وتحدد مهام اللجنة في ثلاث مراحل:

#### المرحلة الأولى :

1- اختيار الأساتذة الأكفاء الذين تنطبق عليهم المواصفات المطلوبة للمرشد الأكاديمي.

2- تدريب المرشدين على العملية الإرشادية.

- 3- تهيئة المرشدين بما يضمن إدراك عملية الإرشاد ودورها في توفير المناخ الأكاديمي الجامعي وشرح بناء الخطة الدراسية ومفرداتها.
  - 4- توفير كافة اللوائح والأنظمة والأدلة الجامعية لعضو هيئة التدريس لمساعدته في اتخاذ القرار الصائب.
  - 5- توزيع الطلاب على المرشدين الأكاديميين وحصر مجموعات الإرشاد وإعلان قائمة بأسماء وأرقام الطلاب والجدول الزمني الخاص بمتابعتهم.
  - 6- تحديد ساعات مكتبية لكل مرشد لمقابلة الطلاب وإرشادهم والاستماع إليهم.
  - 7- تعريف الطلاب بمرشديهم وبأهمية عملية الإرشاد وأهدافها.
  - 8- الإشراف والمتابعة بتطبيق إجراءات وعمليات الإرشاد.
- المرحلة الثانية تتعلق بالطلاب :
- 1- توفير الدعم اللازم للطلاب بما يحقق انسياب الخطة الدراسية وإنهاء المتطلبات في الوقت المحدد لها.
  - 2- إعداد وتحديث السجل الأكاديمي لكل طالب مع الاحتفاظ بكل المعلومات والبيانات المتعلقة به.
  - 3- تنبيه الطلاب بصورة مستمرة لمتابعة التعليمات والتوجيهات الخاصة بهم.
  - 4- تنبيه الطلاب بضرورة متابعة الإعلانات المنشورة في الجامعة أو في موقعها على الإنترنت.
  - 5- إعلام الطلاب بكافة التعليمات الخاصة بأنظمة الجامعة مثل النسب المحددة للغياب والأعداد المقبولة وكيفية تقديمها وشروطها.
  - 6- إعلام الطلاب بكافة القواعد السلوكية المسموح بها أو الممنوعة داخل الحرم الجامعي مثل الزى والتدخين استخدام الهاتف المحمول وغيرها من التعليمات.
  - 7- إعلام الطالب بكافة الخدمات والتسهيلات والأدوات المتوفرة داخل الجامعة مثل المكتبة والمراكز الصحية وخدمات البريد وغيرها من الخدمات.
  - 8- الإشراف علي عملية التسجيل للمواد الدراسية وتوفير متطلباتها وعوامل النجاح فيها.
  - 9- متابعة عدد الطلاب المسجلين في كل وحدة.
  - 10- الالتزام بالحد الأدنى والأعلى لعدد الساعات المعتمدة وحسب تعليمات الجامعة لكل طالب وفق معدله التراكمي.
  - 11- متابعة التحصيل العلمي لكل طالب وتوجيهه أكاديمياً وتربوياً.
  - 12- متابعة تقدم الطالب واستكمال متطلبات التخرج.
  - 13- توفير المواد البديلة للطلاب المتخرجين، والعمل على تلافى الصعوبات التي تعترضهم.



- 14- الأخذ برغبات الطلاب عند وضع جداول الامتحانات.
- 15- إعلام الطالب بإمكانية التسجيل لمادة ما بهدف رفع معدله أو الخيارات المتاحة عبر اللوائح والأنظمة الخاصة بالجامعة.
- 16- توفير الدعم المادي والمعنوي للطلاب أثناء مسيرتهم التعليمية.
- المرحلة الثالثة :

تقديم المرشد الأكاديمي تقريراً مفصلاً للجنة متابعة وتقييم الأداء الأكاديمي.

ثانيا :الجودة الشاملة في التعليم العالي:

تتناول الباحثة في هذا المبحث ما يلي:

1-2- مفهوم الجودة الشاملة في التعليم الجامعي

2-2- أهم مبادئ الجودة

2-3- ربط مفهوم الجودة في التعليم الجامعي بجودة الإرشاد الأكاديمي.

2-1- مفهوم الجودة الشاملة في التعليم الجامعي:

ارتبط المفهوم التقليدي لجودة التعليم الجامعي بعمليات الفحص والرفض، والتركيز على الاختبارات النهائية ، دون مراجعة القدرات والمهارات الإدراكية والحركية والمنطقية والتحليلية والسلوكية ، ولكن تحول هذا المفهوم حديثاً إلى مفهوم توكيد جودة التعليم العالي والذي يستند بالدرجة الأولى على بناء معدلات نمطية للأداء، وبناء منظومات لإدارة جودة التعليم الجامعي وتطبيق الجودة الشاملة في التعليم الجامعي ، والتي تحتاج لمشاركة من الجميع لضمان البقاء والاستمرارية وهو أسلوب لتحسين الأداء ورفع الكفاءة (النجار، 2005). ويمكن أن نصوغ مفهوم مبسط لجودة التعليم العالي؛ مقدرة بمجموع خصائص ومميزات المنتج التعليمي على تلبية متطلبات الطالب، وسوق العمل، والمجتمع، وكافة الجهات الداخلية والخارجية المنتفعة، ويتطلب تحقيق جودة التعليم توجيه كل الموارد البشرية والسياسات والنظم والمناهج والعمليات والبنية التحتية، من أجل خلق ظروف مواتية للابتكار والإبداع في ضمان تلبية المنتج التعليمي للمتطلبات التي تهيئ الطالب لبلوغ المستوى الذي نسعى جمعياً لبلوغه (الجسر ، 2004م).

2-2-أهم مبادئ الجودة :

تقوم أنظمة الجودة المبنية على ضمان الجودة ،على سبعة مبادئ أساسية هي:

- 1-2-2 التنظيم : تتطلب مواصفات ضمان الجودة من الجامعة مسؤوليات وصلاحيات، وتدخلات تنظيمية لكل الأشخاص؛ بحيث نضمن إنجاز جميع الأعمال بشكل صحيح.
- 2-2-2 توثيق نظام الجودة : ويشمل إعداد دليل الجودة، والإجراءات وتعليمات العمل أي توثيق كيفية القيام بجميع أنشطة العمل التي تؤثر على الجودة في الجامعة. (يشمل ذلك وضع الخطط).

2-2-3 ضبط وثائق نظام الجودة : ويشمل ضبط وتطوير هذه الوثائق ومراجعتها والمصادقة عليها وإصدارها للجهات الداخلية ، تجنباً للقيام بالأنشطة والأعمال بطرق مخالفة لما هو معتمد .  
2-2-4 الاحتفاظ بسجلات الجودة : ويهدف إلى تمكين المؤسسة من تتبع ما حدث في حال ظهرت أي مشكلة، وإظهار أنه قد تم إتباع الإجراءات وتعليمات العمل كما يجب للجهات الخارجية (الزبائن أو الهيئات الملائمة لشهادات المطابقة) وللجهات الداخلية (المدققين الداخليين).

2-2-5 التحقق من تنفيذ الأنشطة التي يشملها نظام الجودة : ويشمل التحقق من التصميم والمصادقة عليه، وفحص المنتج أثناء العمليات للتأكد من مطابقته للمواصفات وكذلك تدقيق نظام الجودة للتأكد من أنه يعمل كما يجب، ومراجعة الإدارة لهذا النظام للتأكد من فاعليته.  
2-2-6 تحديد حالات عدم المطابقة وتعديلها بطرق مناسبة : أي أنه عند ظهور أي حالة عدم مطابقة ذات علاقة بنظام الجودة يتم تحديد ظهورها وتعديلها بطريقة مناسبة لمنع حدوث ذلك مرة أخرى والتأكد من فاعلية هذه الإجراءات.

2-2-7 تحسين التواصل والتفاهم والتعاون : وهذا ينطبق على العلاقة بين الأقسام، وعلى العلاقات ضمن القسم الواحد، ويهدف ذلك إلى منع حدوث الأخطاء عن طريق التأكد من أن كل شخص يعرف ما هو مطلوب منه (السلطان والياس، 1999م).

وهذه المبادئ للجودة نفسها تتفق مع معايير ضبط قواعد الجودة لخدمة الإرشاد الأكاديمي بالجامعة والتي تؤثر بالتالي على جودة المخرجات (الطلاب) وجودة الجامعة نفسها .  
والاتجاهات الحديثة في قياس وإدارة الجودة لا تعمل على تقادي ضيق النظرة، والعمل على قياس مخرجات التعليم الجامعي المتمثلة في توافر خصائص اتجاهيه ومعرفية ومهارية وسلوكية في الخريجين فحسب؛ بل يمتد قياس جودة الخدمة إلى جودة عناصر تقديم الخدمة التعليمية على مستوى البكالوريوس .

وجودة الإرشاد الأكاديمي تعني جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، وهي المحدد الرئيسي لرضا الطالب أو عدم رضاه، فبعض المنظمات تجعلها من الأولويات لتعزيز جودة الإرشاد (بادياب وآخرون، 2006م).

### 2-3 ربط مفهوم الجودة في التعليم الجامعي بجودة الإرشاد الأكاديمي :

يشكل التعليم الجامعي أحد أهم الخدمات التي تقدمها مؤسساته المختلفة ، ويقصد بجودة الإرشاد الأكاديمي جودة الخدمات المقدمة سواءً كانت المتوقعة أو المدركة، وهي المحدد الرئيس لرضا الطالب أو عدم رضاه فبعض المنظمات تجعلها من أولويتها لتعزيز جودة الإرشاد.

وبرنامج الإرشاد الأكاديمي المحدد بقواعد ومضبوط بآلية دقيقة نجده يحقق الأهداف الساعية إلى الاعتماد الأكاديمي، وهو نفس الهدف الذي تسعى إليه مؤسسات التعليم العالي من خلال برامج الجودة الشاملة في التعليم الجامعي والذي يهدف إلى :

2-3-1 المساهمة إلى جانب آليات أخرى في تعزيز النوعية في التعليم العالي.

2-3-2 التأكد من أن الطلبة وأرباب العمل والأهل لديهم وصول إلى المعلومات التي تبين كيفية حصول الطلاب على شهاداتهم بموجب معايير أكاديمية نوعية.

2-3-3 خلق معايير للتقييم الداخلي في المؤسسات.

2-3-4 التأكيد من أنه لدي وجود أي نقص في الالتزام بمعايير الجودة تتخذ إجراءات لتحسين الوضع.

2-3-5 تفعيل مبدأ المحاسبة.

وبذلك يكون الإرشاد للطلاب بمختلف مجالاته الأكاديمية، والنفسية، والاجتماعية، من أهم الأعمدة التي تسهم في صنع جودة مخرجات التعليم الجامعي.

علاقة الإرشاد الأكاديمي بالجودة في التعليم الجامعي :

الجودة هدف يسعى له كل من يقوم بعمل في أي مجال كان وخاصة في التعليم العالي، والجودة التي يمكن أن نحققها في كل البرامج التي يتم تقديمها في الجامعة من خلال آليات مختلفة، تتمثل في ثلاثة محاور هي :

محور المدخلات، ومحور العمليات، ومحور المخرجات.

والجودة في كل هذه المحاور تؤدي إلى الجودة في التعليم الجامعي، ولكن الجودة في خدمة الإرشاد الأكاديمي ترتبط مباشرة بجودة المخرج، إذ أنها ترتبط بالطالب الذي يعتبر المدخل والمخرج الأساسي في التعليم الجامعي.

والطلاب هم محور العملية التعليمية التي تنشأ من أجلها المؤسسات التعليمية؛ وأن الإرشاد الأكاديمي واحد من الخدمات التي تقدم للطالب لمساعدته عند دخوله إلى مؤسسات التعليم العالي، يقدم له الإرشاد الأكاديمي لاختيار التخصص الذي يتناسب مع قدراته، وإثاء وجوده فيها يوجه المرشد الأكاديمي للاهتمام بالعمليات التي ترفع من مستواه العلمي التحصيلي، ويذلل له الصعاب ويعينه على حل المشكلات النفسية والاجتماعية والمادية وكل ما يعترضه، وحتى بعد تخرجه فيها يقوم المرشد بمتابعته حتى التخرج في الجامعة، بحصيلة علمية جيدة وقدرات مهنية متميزة تتناسب مع سوق العمل، الذي يخرج ويسعى ليجد له موقعاً فيه. ونستنتج مما سبق أن الإرشاد الأكاديمي هدفه الأساسي هو جودة المخرج، ومبادئه هي نفس مبادئ الجودة في التعليم العالي وهذه الجودة نكتشفها من خلال عمليات التقييم المستمر للطالب، منذ دخوله وأثناء وجوده وعند تخرجه، وبعد دخوله إلى سوق العمل، هذه الجودة التي توصلنا إلى الاعتماد من خلال

مقارنة الأهداف المحققة مع الأهداف الموضوعة في خطط المؤسسة، أي من خلال المعايير الموضوعة بواسطة المؤسسة، وأيضاً نصل إلى الاعتماد عن طريق المقارنة مع المحكات الخارجية المشابهة لمؤسساتنا ، ولكن أهم معيار لتقويم المؤسسات التعليمية الجامعية هو المخرج وهو أيضاً المدخل الذي بوجوده وجدت مؤسسات التعليم الجامعي ؛ لذلك فحق الطالب ليحقق الجودة أن تقدم له خدمة إرشاد أكاديمي جيدة

ثالثاً: الجانب التطبيقي للبحث: إجراءات البحث:

### 3-1- رصد نتائج الإستبيان:

استكمالاً لهذا البحث ،حاولت الباحثة أن تستتير بآراء أعضاء هيئة التدريس في جامعة نيالا ، عن الإرشاد الأكاديمي والمجالات التي يرون أنه يجب أن يشملها ،في استبانة طرحت فيها عدد من الأسئلة ،على بعض أعضاء هيئة التدريس وقد تم التركيز على الكليات الموجودة في المركز الرئيس للجامعة، نسبة لسهولة التواصل معهم وهي كليات التربية ، الاقتصاد ، القانون والتقانة.

وقد كانت الأسئلة على النحو التالي:

السؤال الأول: عن ماهية الإرشاد الأكاديمي، وقد كانت إجابات المستجيبين قد ركزت إلى حد كبير على الجوانب الأساسية للإرشاد الأكاديمي.

السؤال الثاني: عن المجالات التي يشملها الإرشاد الأكاديمي وقد ذكر المستجيبون المجالات التالية وفق النسب المذكورة :

1/تعريف الطلاب باللوائح العلمية بنسبة 66%.

2/المساعدة في حل المشكلات الأكاديمية 60%.

3/المساعدة على تغيير المسار أو التخصص 06%.

4/ المساعدة في حل مشكلات الطلاب الاجتماعية 66%.

5/ المساعدة في حل مشكلات الطلاب النفسية 12%.

السؤال الثالث: عن مهام المرشد الأكاديمي وقد كانت الاستجابات كما يلي:

1/ الإعلان عن وسيلة تواصل (موقع على الانترنت أو بريد الكتروني أو هاتف) 00%

2/ تحديد ساعات مكتبية للتواصل مع الطلاب كانت بنسبة 00%.

3/إعداد ملف الطالب محتوي جميع استماراته 20%.

4/التأكد من إتمام عملية تسجيل الطالب كانت بنسبة 00%.

5/ التأكد من صحة وسلامة اختيار تخصص الطالب 02%

6/مساعدة الطالب لرفع مستواه العلمي وإرشاده للطرق الأوفق للاستذكار 09%.

7/ التواصل مع ولي الأمر عبر وسائل الاتصال المتاحة 09%.

السؤال الرابع: كان عن الصعوبات التي تواجه المرشد الأكاديمي في أداء دوره الإرشادي، وقد ذكر المستجيبون عدداً من الصعوبات كالتالي:

- 1/ الانشغال بالأعباء التدريسية والإدارية.
  - 2/ عدد الطلاب المحدد للمشرف كبير جداً.
  - 3/ عدم وجود مكتب أو مكان معد للإشراف الأكاديمي يمكن أن يسع كل عدد الطلاب في حالة الإرشاد الجماعي.
  - 4/ يتحفظ بعض الطلاب عن الإفصاح عن مشاكلهم للمرشد الأكاديمي.
  - 5/ يرى بعض الطلاب أن الإرشاد الأكاديمي غير مهم ولا جدوى منه.
- 3-2- نتائج البحث:

بناءً على ما تم استعراضه من أدبيات في هذا البحث وما تم جمعه من نتائج الاستبيان، نخلص إلى النتائج التالية :

- 1- الإرشاد الأكاديمي خدمة هامة للطلاب في جميع مراحل التعليم الجامعي منذ بدايته وحتى نهايته، وقد تستمر بعد التخرج .
- 2- لا يمكن الفصل بين الإرشاد الأكاديمي والجودة في التعليم الجامعي.
- 3- للمرشد الأكاديمي دور مهم في تحقيق الجودة في التعليم الجامعي.
- 4- ضعف الإلمام بقواعد الإرشاد الأكاديمي لدى أعضاء هيئة التدريس.
- 5- عدم تفعيل دور المرشد الأكاديمي في جامعة نيالا كما ينبغي.

#### خاتمة :

الحمد لله الذي أعانني وهداني للإلتفات إلى هذا الموضوع الحيوي ؛ فالإرشاد الأكاديمي موضوع كبير ومتشعب، حاولت الباحثة أن تتلمس بعض الجوانب البسيطة فيه، وربطها بالجودة في التعليم الجامعي ، والتعرف على مدى إلمام المرشد الأكاديمي في جامعة نيالا بمهامه، وتحديد المعوقات والصعوبات التي تحول دون أدائه لعمله الإرشادي بصورة ترضيه. وتوصلت إلى نتائج ترجو أن تكون ذات فائدة للمهتمين بتطوير خدمة الإرشاد الأكاديمي. كم ترجو أن يكون هذا البحث بداية لمشاريع بحثية في كل المعطيات التي تساعد على تحقيق الجودة في مخرجات التعليم الجامعي.

ولتتحقق الجودة لا بدّ من جودة الإرشاد الأكاديمي ولا يتم ذلك إلا بتأهيل المرشدين الأكاديميين وعليه تقدم الباحثة بعض التوصيات.

#### التوصيات:

- 1- إقامة دورات تدريبية للمرشدين الأكاديميين في المجالات التالية :

\* مهارات التواصل.

\* تدابير وكيفية الإرشاد الفردي والجماعي.

2- تقليل عدد الطلاب المعين للمرشد الأكاديمي.

3- الفصل بين الوظائف الإدارية والأكاديمية، لتوفير وقت الفرد الأكاديمي للقيام بمهامه الأساسية (التدريس- البحث العلمي - خدمة المجتمع).

4- تخصيص قاعات للإرشاد الأكاديمي ينسق المرشدون عملهم فيها بالتناوب.

5- تفعيل وسائل الاتصال مع الطلاب وأسرتهم وخاصة عن طريق الرسائل الورقية أو الإلكترونية.

6- تعيين مرشد نفسي واجتماعي لكل كلية ليكون عوناً للمرشد الأكاديمي في أداء دوره.

ولتحقيق رسالة التعليم العالي لا بدّ من استمرار البحث العلمي وعليه تقدم الباحثة بعض

المقترحات.

**المقترحات:**

تقترح الباحثة القيام بعدد من الأبحاث :

- أثر اختلاف المناطق على توافق الطلاب.
- أثر النزوح على التحصيل الدراسي لطلاب جامعة نيالا.
- الضغوط الاقتصادية وأثرها على التحصيل الدراسي.
- دور المرشد الأكاديمي في حل مشكلات الطلاب الدراسية

**المراجع والمصادر:**

1- الأسدي. سعيد جاسم ومروان عبد المجيد إبراهيم، 2003م، الإرشاد التربوي - مفهومه،

خصائصه، ماهيته، ط - عمان الدار العالمية الدولية للنشر.

2- بادياب. نورة عبد الله، و خديجة محمد أمين وسارة عبد الرحيم قشغري، ضبط قواعد

الإرشاد الأكاديمي لجودة التعليم الجامعي مشروع البرنامج الإرشادي الأكاديمي للتعليم

الجامعي - 2006م ، المؤتمر العربي الأول - جودة الجامعات ومتطلبات الترخيص

والاعتماد - الشارقة - الإمارات العربية.

3- برنامج الندوة الأولى للإرشاد الأكاديمي، 1986م، جامعة الملك عبد العزيز، عمادة

القبول والتسجيل ، 19مارس/1986.

4- الجسر. سمير ، 2004م، ورقة عمل قدمت لورشة العمل حول إعادة تنظيم التعليم العالي

الخاص وزارة التربية والتعليم بيروت.

5- الجمال. أحمد، 2004م، التدقيق الداخلي - ورشة عمل إعادة تنظيم التعليم العالي

الخاص - قصر اليونسكو ، بيروت.

- 6- الدليل التدريبي للتقويم المؤسسي في التعليم العالي -2005م، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - الهيئة العليا للتقويم والاعتماد، أغسطس.
- 7- ربيع. هادي مشيان، 2003م، الإرشاد التربوي مبادئه وإدارته الأساسية ط، عمان الدار العالمية الدولية للنشر .
- 8- السلطي. مأمون واليأس سهيلة، 1999م، دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة الايزو 9000 - دمشق دار الفكر .
- 9- سليمان. آدم حسن، العولمة والتعليم العالي، 2005م. وحدة التقويم والاعتماد، دورة التدريبية الأولى 2005/11/22م.
- أبو سنينة. ربحي، 2006، تقييم مؤسسات وبرامج التعليم العالي في فلسطين الانتقال من سياسة التفيتش والإذعان إلى سياسة التحسين والتطوير
- [http://www.quv.edyhonpage/orabiyqullytydepontmet\(qulitycornfernce/papers/session7/rete.htm\)2006](http://www.quv.edyhonpage/orabiyqullytydepontmet(qulitycornfernce/papers/session7/rete.htm)2006).
- 10- شهب. محمد علي وآخرون، 2006 ، تقييم جودة العملية التعليمية في كلية التجارة دراسة مقارنة للنظم التعليمية المختلفة بالكلية، جامعة القاهرة
- <http://www.cairo.eun.eg/arabi/b2>.html>
- 11- فيلادلفيا، كلية الحقوق - البرنامج التعريفي للطلبة المستجدين
- <http://www.philadelphia.edu.jo/Arabic/admission-new.asp>

## تطور العلاقات السودانية الصينية (1959-2009م)

د. عبد العزيز نور عشر

باحث. جامعة النيلين

### Abstract:

This paper discusses the case of an international relation between two countries, one of them is an ideological political system, namely communist China .It is a case where ideology has not directed foreign policy of China with Sudan, ironically. The Sudan has been under the effect of an opposite ideology, i.e. Islam .The need of economic relation has been seen as apriority, and not ideology. Thus Sino -Sudan relations has been flourishing for more than fifty years, and it has reached its peak in the era of an Islamic oriented regime in Sudan.

تمتد العلاقات السودانية الصينية إلى جذور تاريخية قديمة تمثلت في الاتصال بين حضارة وادي النيل وحضارات الممالك الصينية، حيث كانت علاقات اتصال وتجارة بين مملكة كوش في شمال السودان والصين عبر السفن التي كانت تصل إلى موانئ البحر الأحمر في القرنين الخامس والسادس الميلادي. كما استمر التواصل التجاري بين الجانبين في العصر المروي المتزامن مع عهد أسرة هان الغربية حتى القرن الخامس عشر الميلادي (السودان للأنباء، 1999، ص5).

وفي التاريخ المعاصر بدأت العلاقات بين البلدين إبان النضال ضد الاستعمار، إذ يتحدث الصينيون بالفخر في دور البلدين في الانفكاك من الظلم والقهر الذي مارسهما الاستعمار الإنجليزي ضد الشعبين، خاصة أن الشعب الصيني قد مر عبر سنين من الإذلال والمهانة (حروب الأفيون مع بريطانيا، فترات التدخل الأوربي، ثم الاستعمار الياباني)، غير أن قتل غردون باشا في الخرطوم والذي قاد جيوش من المرتزقة أخدمت ثورات النضال الصيني قد أوجد مشاعر الارتياح والود تجاه الشعب السوداني.

ويؤرخ تاريخ العلاقات بين البلدين بأن التاجر السوداني محمد علي الحاج أول من بدأ العلاقات الشعبية وذلك في نهاية القرن التاسع عشر حيث أقام في مدينة قوانجو جنوب الصين وقام بفتح أول مكتب تجاري مقيم حيث عمل في تجارة المنتجات الزراعية والصناعية بين الصين وموانئ البحر الأحمر (أحمد، 2009، ص17).

عند نشأة العلاقات السودانية الصينية بعد استقلال السودان هناك مبادئ عامة لسياسة السودان الخارجية آنذاك تمثلت في: تحقيق المصالح العليا للبلاد في الحفاظ على الاستقلال والسيادة الوطنية، تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، عدم التدخل في شئون الغير ورفض



التدخل في شؤنه، التمسك بمبادئ وأهداف الأمم المتحدة والمنظمات الدولية والإقليمية التي ينتمي إليها السودان، والتمسك بمبادئ عدم الانحياز (خضر، 1998، ص20) هذه المبادئ التي شكلت الرؤية نحو الخارج كانت تتسق، إلى التطابق في كثير منها، مع مبادئ الصين الشعبية المعلنة في سياستها الخارجية في ذلك الوقت مما مكنها من بناء علاقات مع السودان على قاعدة من الاتفاق.

كانت سياسة الحياد الإيجابي المعلنة من قبل نظام الفريق عبود تتعامل مع المعسكرين الدوليين وطرقت باب القوة الثالثة التي تدعي التفوق عليها بحسبانها تقدم نمط تنموي أكثر ملائمة لظروف الدول النامية وخالية من أي قيود سياسية أو اقتصادية، فكان نظام الفريق عبود يسعى لأن تتنافس أنماط التنمية الدولية الثلاث في السودان وبالتالي بادر بالاعتراف بالصين الشعبية في عام 1959م (الساعوري، 2009، ص3).

جاء اعتراف السودان بالصين الشعبية في ظروف بالغة الدقة بالنسبة للصين، حيث كانت تسعى إلى الحصول على اعتراف دولي يجعلها الوريث للصين ما قبل عام 1949م بدلاً عن الصين الوطنية (تايوان) التي كانت تحظى باعتراف وحماية الدول الغربية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية، كما أن الواقع الدولي الذي تفرضه القوتين العظميين تأثيرهما عليه، لذا سعت الصين الشعبية إلى استمالته وكسبه لكي تتمكن من كسر طوق العزلة المفروضة عليها.

ونظراً للخصائص الإيجابية التي يتميز بها السودان رأت الصين بأنه يمكن تحقيق إستراتيجيتها نحو أفريقيا انطلاقاً من السودان بحسبانه أكبر الدول الأفريقية، وجسراً يربط بين أجزاء القارة المختلفة فضلاً عن ربط أفريقيا بالعالم العربي لانتمائه للمنظومتين. يجدر الإشارة هنا إلى أن الصين في هذه المرحلة كانت قد رفعت شعار الثورة العالمية، ومحاربة الإمبريالية والاستعمار، وكانت ترى أن تعميق الصداقة مع شعوب ودول العالم الثالث والأفريقية خاصة يصبح المدخل لمواجهة القوى الإمبريالية، وأسست الصين رؤيتها هذه على فرضية مفادها أن مجموع قوى العالم الثالث المتضامنة زائداً الصين أقوى من القوتين العظميين، وبالتالي التأثير في شكل نمط العلاقات الدولية التي كانت سائدة آنذاك، ولذلك سعت الصين إلى تحقيق هذه الإستراتيجية من خلال علاقاتها الخارجية والتصويب في ذات الوقت إلى الأقطار المؤثرة أو التي يمكن أن تؤثر في محيطها إيجاباً في خلق وتطوير العلاقات مع الصين مثل السودان.

وفي عام 1959م نفسها أقامت الصين تمثيلاً دبلوماسياً مقيماً في الخرطوم حيث تم تبادل الزيارات على مختلف المستويات، فقد اتسمت السياسة الخارجية في فترة الفريق عبود بدبلوماسية القمة، حيث تولى رئيس الدولة مهمة إدارة وقيادة السياسة الخارجية حيث أفرد حيزاً مقدراً منها للعلاقات مع جمهورية الصين الشعبية.(السودان للأبناء، 1999، ص5).

خلال تلك الفترة، ولتطوير العلاقات بين البلدين تم التوقيع على اتفاقية تجارية في عام 1962م والتي ظلت تتجدد سنوياً، وفي الزيارات الهامة بين البلدين زيارة شوان لاي رئيس الوزراء الصيني إلى السودان في عام 1964م كأول مسئول صيني كبير يصل البلاد، فيما رد الرئيس عبود الزيارة خلال الفترة 16-20 مايو عام 1964م (المرجع السابق، ص14) وهي أول زيارة لرئيس سوداني إلى جمهورية الصين منذ تأسيسها في عام 1949م. بجانب العلاقات الدبلوماسية شملت العلاقات خلال هذه الفترة مجال التعاون العلمي والثقافي حيث تم تبادل المنح الدراسية بين طلاب البلدين بجانب البعثات الثقافية والعلمية، إلا أن أبرز جوانب التعاون كان في المجال التجاري.

انتهى عهد الفريق عبود بثورة أكتوبر 1964م الشعبية، وجاءت حكومة برلمانية منتخبة ما اصطالح بالديمقراطية الثانية، اتسمت السياسة الخارجية السودانية خلال هذه الفترة بتضارب المواقف وذلك لطبيعة تكوين الحكومة الائتلافية آنذاك، ... ساد عدم استقرار سياسي، ولم يكن من المتصور والحالة هذه أن تتطور العلاقات السودانية الصينية، إلا أن البلدين قد احتفظا بالعلاقات الدبلوماسية والتبادل التجاري حتى قيام نظام "تميرى" في مايو 1969م. (إسماعيل، 2001 ، ص24)

يلاحظ في السياسة الصينية تجاه السودان خلال الفترة من 1959م إلى 1964م، لم تكن استثناء من السياسة الصينية السائدة تجاه سائر أفريقيا، إذ شابها التناقض، فقد سعت الصين إلى كسب نظام الفريق عبود من خلال العلاقات الرسمية والتبادل التجاري، وسعت إلى عدم تفويت الفرصة - في ذات الوقت - في كسب البديل المحتمل لذلك حاولت مساعدة حركة أنانيا في جنوب السودان في عام 1964م، ثم تراجع عن ذلك، كما عرضت مساعدتها لحزب الأمة أثناء ثورة أكتوبر.

لقد تأرجحت سياسة السودان الخارجية تارة شرقاً وتارة غرباً في عهد مايو (1969-1985م)، وقد حاول السودان منذ استقلاله إقامة دعائم ثابتة لسياسته الخارجية تقوم على مبادئ عدم الانحياز، غير أن فترة "مايو" شهدت أهم التحولات السياسية في علاقات السودان الخارجية وانحرفها عن المبدأ العام لعدم الانحياز ذلك بالميل نحو الشرق في الفترة 1969-1972م، ثم التحول السريع نحو الغرب في الفترة 1972-1985م (محمد ومحمد أحمد، 1991، ص16).

دخلت العلاقات السودانية الصينية هذه الحقبة وقد توجه السودان لتقاء المعسكر الاشتراكي، وبحسبان الصين دولة ذات نهج اشتراكي فإن البعد الأيديولوجي يعد أحد دوافع السياسة السودانية تجاه الصين آنذاك، إذ كان نظام مايو في حاجة إلى دعم خارجي لتوجهه الاشتراكي، إلا أن الصين قد قللت، في تلك الفترة من الاعتماد على العامل الأيديولوجي في سياساتها الخارجية تجاه دول العالم الثالث، حيث أعادت النظر، طبقاً لنتائج دعم الحركات

الثورية ذات التوجه الاشتراكي في عدد من الأقطار الأفريقية والتي أثرت سلباً على علاقاتها مع الأنظمة الرسمية لتلك الدول إلى حد قطع العلاقات مع الصين في بعض منها.

في عهد مايو اعترفت الصين بنظام مايو الجديد والذي بدوره قام بافتتاح سفارة السودان في بكين في نوفمبر 1969م وفي يونيو عام 1970م قام وزير الخزانة (منصور محبوب) بالزيارة إلى الصين على رأس وفد كبير، ولم يكن السودان حتى تاريخ وصول هذا الوفد قد حصل على مساعدات اقتصادية اوفنية من الصين على الرغم من مرور عشرة أعوام على تأسيس العلاقات الدبلوماسية بين البلدين. حيث قدمت الصين قرضاً بمبلغ 100 مليون يوان صيني يتم تسديده حتى عام 1995م، كما التقى الوفد بالرئيس ماو تسي تونغ الذي أوصى السودانيين بالاهتمام بتطوير الصناعة والزراعة وعدم الاعتماد على الدول الأجنبية وأكد الزعيم الصيني أنه معجب بمواقف الحكومة الجديدة تجاه السياسة الأمريكية والبريطانية.(أ.د.ن ، ص11).

لقد قفزت العلاقات التجارية بين البلدين بعد "ثورة مايو" حتى أصبحت الصين من أهم الشركاء التجاريين، وفي مجال المساعدات بين الدول الاشتراكية، ومن الزيارات الهامة في تاريخ العلاقات بين البلدين زيارة الرئيس نميري الصين في أغسطس 1970م حيث التقى بالقيادة الصينية والرئيس ماوتسي تونغ، فوجد الرئيس نميري دعماً سياسياً وتنموياً حيث تم خلال الزيارة التوقيع على اتفاقية التعاون الثقافي والعلمي والفني وأكد الرئيس نميري بعد عودته، أن الصين وافقت على بناء جملة من مشروعات التنمية في البلاد منها: مصنع للسماد الكيماوي، مصنع لإنتاج الآلات الزراعية، مصنع للغزل والنسيج، مصنع للورق، مصنع للسكر في ملوط، محطة لتجربة زراعة الأرز في أويل، كيري حنتوب، بناء محطة إذاعة، مشروع استقلال الثروة السمكية في بحيرة النوبة، مشروع التنقيب عن البترول والمعادن، بالإضافة إلى طريق مدني القضارف(المصدر السابق، ص26).

أنت زيارة الرئيس نميري إلى الصين في وقت يشهد صراعاً بين الصين والاتحاد السوفيتي حول أفريقيا، وقد أخذ الصراع طابعاً أقرب إلى الحرب الباردة، وذلك بتصميم كل طرف على توسيع مناطق نفوذه والحد من نفوذ الطرف الآخر، إلا أن رغبة الصين الجامحة في استباق الاتحاد السوفيتي ونشر نموذج الاشتراكية الصينية تم استبدالها منذ منتصف الستينيات بسياسة جديدة يمكن تسميتها بـ (دبلوماسية المنح والقروض) والتي أكسبت الصين صداقة الكثير من الدول الأفريقية.

تطورت العلاقات السودانية الصينية في الفترة من 1970م وحتى 1976م في كافة المجالات حيث قدمت عوناً اقتصادياً وفنياً بالإضافة إلى مشروعات البنية التحتية في السودان، فيما شمل التعاون في مجالات العلاقات الثقافية بتبادل البعثات الثقافية الطلابية بين البلدين وفي

المجال الصحي ... الصين بعثات طبية إلى أقاليم السودان المختلفة وقامت ببناء بعض المستشفيات كما تطورت خلال هذه المرحلة العلاقات التجارية حيث أصبحت الصين من أكبر الموردين للأقطان السودانية وسوقاً هاماً للواردات السودانية شمل التعاون أيضاً المجال العسكري بعد تدهور العلاقات السودانية السوفيتية.

لقد لعب السودان، في فترة الرئيس نميري، دوراً محورياً في تحقيق استراتيجيات الصين الشعبية، إذ لعبت الدبلوماسية السودانية دور تعبئة الدول الأفريقية للوقوف مع الصين الشعبية بدلاً عن تايوان، حيث تنتظر الصين - منذ تأسيسها - إلى المسألة التايوانية باعتبارها متغير ثابت في سياستها الخارجية تمس السيادة الوطنية، ومن أهم أهداف سياستها الخارجية محاصرة تايوان وإعادة مقعد الصين الدائم في مجلس الأمن، فقد ساهم السودان بفاعلية في تحقيق كل هذه الأهداف وفك العزلة الدولية التي كانت مفروضة على الصين.

جاءت زيارة الرئيس نميري الثانية للصين في يونيو 1977م وقد شهدت العلاقات السودانية الصينية تقارباً إستراتيجياً، وتعاوناً ملموساً لمواجهة ما تسميه البلدان (الإمبريالية الاشتراكية السوفيتية) وكان ... ملفتاً حيث قال وزير الخارجية السوداني (منصور خالد): إن استقبال الرئيس هو كوانغ ورئيس الوزراء الصيني للرئيس نميري في المطار تعتبر ظاهرة جديدة في التقاليد الصينية، على الصعيد السياسي تم الاتفاق بين الجانبين حول المسائل الإقليمية والدولية حيث تم التنسيق وتبادل الدعم في المحافل الدولية، وعلى الصعيد العسكري وقع الطرفان اتفاقية عسكرية فيما وقع الجانبان اتفاقية تعاون اقتصادي .. وعلى ضوءها ترسل الصين بعثات لدراسة تنفيذ المشروعات التالية:

1. تنفيذ كبري السوكي - سنار.
  2. استغلال الثروة السمكية بمنطقة الروصيرص.
  3. استغلال الثروة السمكية بجبل أولياء.
  4. مصنع للملابس الجاهزة.
  5. تعميم زراعة الأرز بملكال بجنوب السودان.
- ووفقاً لهذه الاتفاقية تتحمل حكومة السودان النفقات المحلية لتنفيذ المشروعات الإنشائية التي تتم، كما اتفق الجانبان على صعيد التبادل التجاري على زيادة حجم التجارة بين البلدين (أحمد، سابق، ص 78، 79، 80، 81).

واستمرت العلاقات بين البلدين في تطورها، إلا أن العام 1978م يمثل نقطة تحول هامة في تاريخ الصين الشعبية، حيث بدأت تتواصل مع العالم الخارجي بأسلوب أكثر انفتاحاً بعد أن قلصت اهتماماتها الأيديولوجية وزادت من الاهتمام بالمسائل التجارية والاقتصادية، وأنشأت علاقات دبلوماسية خلال هذه الفترة مع أغلب دول العالم، وانتهجت سياسة اقتصادية بمعدلات لا

مثل لها، بذلك ساهمت في ارتفاع أسعار الطاقة والمواد الأولية ودخلت ميدان المنافسة مع الدول الغربية (حسن محمد، 2007، ص27).

خلال الفترة من 1978م إلى 1984م تم تبادل الزيارات بين البلدين بمستويات رفيعة أهمها زيارة النائب الأول لرئيس الجمهورية (عبد الماجد حامد خليل) إلى الصين في عامي 1979م، 1981م حيث وقع خلالها عدة اتفاقيات تعاون مع الجانب الصيني في المجالات الاقتصادية والسياسية، والعسكرية حيث قدمت الصين دعماً مقدراً في المجال العسكري مما أدى إلى رفع قدرات القوات المسلحة السودانية التي كانت مطلوبة بعد عام 1983م، فيما زار السودان في 1984م (لي بنغ) نائب رئيس الوزراء الصيني حيث تعد من الزيارات الهامة غير أن رئيس الوزراء الصيني قد أعلن لدى زيارته هذه سياسة جديدة حيث يتعين تمويل المشاريع المتاحة في السودان من طرف ثالث ويكون التنفيذ والخبرة من الصين (أحمد، سابق، ص104).

أنتت الزيارة الثالثة للرئيس نميري إلى الصين في ديسمبر 1984م، قدر لها أن تكون الزيارة الأخيرة، حيث التقى بالقيادة الصينية والرئيس لixainnain أما (لي شبان) فأنتب الرئيس Deng Xisaopeng (دينق هيساو بنق)، ورئيس الوزراء (hao Ziyang). ولقد أظهر البلدان توافقاً سياسياً حول الكثير من القضايا خاصة مواجهة النفوذ السوفيتي في أفريقيا كما تمخضت الزيارة عن توقيع قرض اقتصادي وبرونكول دعم عسكري بالإضافة إلى التوقيع على البرونكول التجاري للعام 1984-1985م (المرجع السابق، ص106).

في عام 1985م قدمت الصين مساعدات غذائية للسودان لتخفيف وطأه الجفاف القاسية التي ضربت أجزاء في السودان حيث يصل مجموع ما قدمته الصين من عون غذائي حتى أبريل 1985م 220250 طناً من الحبوب.

الزيارة الأخيرة لحكومة الرئيس نميري قبل رحيلها كانت زيارة الأمين العام للاتحاد الاشتراكي (محمد عبد القادر عمر) إلى الصين في الأول من أبريل 1985م حيث التقى كل من سكرتير الحزب الشيوعي الصيني هو ياو بانغ والرئيس الصيني لي ..، وبينما كان وفد الاتحاد الاشتراكي يواصل مباحثاته في الصين والرئيس نميري في زيارة خارجية للولايات المتحدة الأمريكية، كانت القوى الشعبية تحاصر قصر الرئيس حتى سقوطه بذلك أسدل الستار على حقبة الرئيس نميري (السابق، ص122).

تعد فترة الرئيس نميري من الفترات الهامة في تاريخ العلاقات السودانية الصينية، فقد تمكنت البلدان من بناء علاقات ثنائية اتسمت بالاستمرارية والتطور وما يميزها هو شمولها لكافة الجوانب: الثقافية، الصحية، التجارية، العسكرية، السياسية والتنسيق والتعاون في المحافل الدولية والإقليمية، غير أن أبرز جوانب هذه العلاقات وأكثرها نفعاً بالنسبة للسودان هي علاقات العون

الاقتصادي والفني، حيث تم تنفيذ الكثير من مشروعات البنية التحتية في السودان حيث ظلت مشروعات حيوية حتى اليوم وهي نتاج لهذا التعاون الاقتصادي والفني.

أثر سقوط نظام مايو في أبريل 1985م بدأ نظام ديمقراطي برلماني وتكونت حكومات ائتلافية برئاسة الصادق المهدي. نظراً للطبيعة الخلفية لهذه الحكومات لم تتمكن من بناء سياسة خارجية قائمة على إستراتيجية واضحة تسعى لخدمة مصالح الوطن العليا، خاصة مع استمرار الحرب في جنوب السودان. فلم تتمكن حكومات رئيس الوزراء الصادق المهدي من أن تحافظ على علاقات دافئة مع الصين، فتوقفت المساعدات الاقتصادية والفنية الصينية، فيما فشلت المفاوضات بين الجانبين من أجل الحصول على عون عسكري. حافظ الطرفان على العلاقات التجارية والثقافية فقط، بذلك تراجعت العلاقات إلى حدها الأولي (saouri,1995,p36) لتطوير العلاقات مع الصين قام رئيس الوزراء الصادق المهدي بزيارة إلى الصين في عام 1987م، إلا أنه لم يتمكن من إضافة قوة دفع إلى العلاقات بين البلدين.

وفي سياق العلاقات الشعبية زار وفد من الجبهة الإسلامية القومية الصين عام 1988م، وكانت الجبهة ترى أن للصين دور مهم في النظام الدولي وينبغي التعاون معها خاصة أنه ليس للصين مواقف مضادة للإسلام والمسلمين بصورة مباشرة، كما لها حضارة عريقة تميزها عن الحضارة الغربية وفي التعاون معها كسر لاحتكار الاقتصاد والتكنولوجيا. فالعلاقات التي بنتها الجبهة الإسلامية مع الصين قد شكلت الأرضية الصلبة للعلاقات السودانية الصينية في حقبة "الإنقاذ".

هكذا حافظت فترة ما أصطلح بالديمقراطية الثالثة على العلاقات مع الصين بذات نمط ومستوى فترة الديمقراطية الثانية ما قبل حقبة مايو، لا شيء يشبه العلاقات السودانية الصينية مثل نهر النيل كما وصفها رئيس الوزراء الصيني الأسبق شوان لاي حيث قال بأنها (مثل نهر النيل منبعه بعيداً ومجره طويلاً)، فقد كان محقاً في وصفه هذا، إلا أن العلاقات أيضاً لها صفة أخرى من نهر النيل، حيث يقل اندفاع مياهه في بعض الفترات ثم ما يلبث أن يتطور الاندفاع إلى حد الفيضان.

لقد ظلت العلاقات الثنائية بمنسوب منخفض خلال حكومات السيد الصادق المهدي حتى قيام نظام "الإنقاذ" في 30 يونيو 1989م والذي يصادف دخول العلاقات السودانية الصينية عامها الثلاثين.

تتلخص العلاقات السودانية الصينية في حقبة "الإنقاذ" في العلاقات الاقتصادية، الثقافية، العسكرية ثم العلاقات السياسية:

## أولاً: العلاقات الاقتصادية:

سعى السودان للتعاون الاقتصادي والتجاري والفني مع الصين خلال هذه الحقبة لتحقيق الأهداف التالية:

- أ- استقطاب رأس المال والخبرة الفنية لتنفيذ المشروعات الحيوية والإستراتيجية مما يساعد في بناء قاعدة اقتصادية متينة لطفرة صناعية ونهضة اقتصادية بالسودان.
- ب- نقل التكنولوجيا البسيطة والمتوسطة والمتقدمة لتنمية القدرات لمواكبة تحديات العولمة.
- ج- الاستفادة من تجربة الصين في مجال الإصلاح الاقتصادي في القطاعين العام والخاص.
- د- رفع العقوبات الدولية لتحقيق الاستقرار السياسي بالبلاد بحسبانه مرحلة ملازمة للنهضة الاقتصادية.
- هـ- الاستفادة من لخبرات البشرية الصينية في مجال التدريب وتبادل الخبرات.
- و- تشجيع اتفاقية التوأمة بين الولايات السودانية والمقاطعات الصينية.(الوزارية، 2001، ص4).

ويمثل الاستعداد التام للتعاون في شتى المجالات من غير تحفظ أو التدخل في شئون الطرف الآخر سبباً أساسياً في تطوير العلاقة الاقتصادية بين السودان والصين، فقد بني هذا التطور على قواعد هي: المنح، الإعفاء من ديون سابقة، التمويل وفق قروض متعددة، تنفيذ مشروعات ممولة بواسطة حكومة السودان، التبادل التجاري، الاستثمارات المشتركة، والتصنيع الحربي (الساعوري، سابق، ص13)

غير أن التعاون بين جمهورية الصين الشعبية والسودان في المجال الاقتصادي خلال هذه الفترة يمكن أن يجمل في ثلاث مجالات رئيسية: التعاون الاقتصادي والفني، التعاون في مجال التبادل التجاري والتعاون في المجال الاستثماري.

في مجال علاقات التعاون الاقتصادي والفني وقعت البلدان عدة اتفاقيات التعاون في هذا المجال ابتداءً من ديسمبر 1990م وحتى عام 2009م وبموجب هذه الاتفاقيات قدمت الصين قروضاً لتمويل مشروعات البنى التحتية في السودان حيث شملت كافة المجالات في السودان. بجانب إعفاء الصين ديونها على السودان، فقد بلغت القروض والمنح المقدمة من الصين من عام 1970م حتى أبريل 2006م حوالي 2,680.8 مليار دولار حيث تم تقديم الجزء الأكبر منها في الفترة 1990-2006م، وبلغ حجم التمويل الصيني 2039.9 مليون دولار (مركز دراسات، 2006، ص192). حيث بلغت جملة المشروعات الصينية المقدمة خلال الخمسين سنة الماضية 70 مشروعات في مختلف المجالات. يمكن أن نلاحظ أن المساعدات الصينية الاقتصادية المتنامية قد غطت جميع المجالات من خلال الصبغ التالية:

- أ- أما الاقتراض المباشر من الحكومة الصينية لحكومة السودان.
- ب- أو باقتراض الحكومة الصينية للشركات الصينية لتنفيذ مشروعات.
- ج- أو بالتعامل المباشر مع الشركات الصينية وتمويل من هذه الشركات نفسها.
- د- أو تقوم الشركات الصينية بتنفيذ مشروعات ممولة بواسطة حكومة السودان. (saouri,1995,p61).

#### أما التعاون في المجال التجاري:

العلاقات التجارية بين السودان والصين ينظمها اتفاق تجاري منذ عام 1962م، وتنشيطاً لهذه الاتفاقية تم التوقيع على بروتوكول تجاري بين الجانبين في 1990م في بكين وضمن البروتوكول في الاتفاقية التجارية التي وقعت بين الجانبين في عام 1993م، وبالنظر إلى العلاقات التجارية مع الصين خلال الفترة 1990-2000م يلاحظ أن هيكل الصادرات السودانية... على أربع سلع تقليدية هي النفط، القطن، الجلود، الصمغ العربي، والمتنوعات التي تشمل اللبان والكروم والكرندي، ومتوسط الصادرات خلال هذه الفترة حوالي 24 مليون دولار (التعاون الدولي، 2000، ص23).

يلاحظ في العلاقات التجارية الثنائية أن الصين من أهم المنتجين لكثير من السلع التي درج السودان على استيرادها وتتميز بانخفاض أسعارها، لذلك وقع البلدان العديد من البروتوكولات التجارية خلال هذه الفترة ومن أهم صيغ العلاقات التجارية بين البلدين القروض التجارية لإقامة مشروعات أو بنيات تحتية في السودان.

استناداً لإحصاءات الجمارك الصينية أن حجم التبادل التجاري بين البلدين بلغ 632.51 مليون دولار خلال التسعة أشهر الأولى في عام 2000م حيث بلغ حجم الصادرات الصينية من السودان قيمة 523.96 مليون دولار بزيادة 55.1% عما كانت عليه في نفس الفترة من العام السابق. وقد ظلت الصادرات السودانية للصين في النمو، فزادت من 0.3% في عام 1998م إلى 69.3% من جملة الصادرات في عام 2003م، إلى 66.9% عام 2004، وتشير هذه الزيادة في النمو إلى دخول عنصر البترول في الميزان التجاري السوداني مع الصين (saouri,1995,p62) وفي سياق النمو الذي تشهده العلاقات التجارية بين البلدين خلال هذه الفترة إرتفاع صادرات السودان إلى الصين من 3.5 مليار دولار إلى 3.4 مليار دولار إلى 4.2 مليار دولار في السنوات 2004، 2005، 2006م بالتتالي وهذا الحجم يمثل 57%، 71%، 75%، من جملة صادرات السودان، فيما استورد السودان من الصين بمبلغ 1.5 مليار دولار، 1.4 مليار دولار، 1.7 مليار دولار خلال السنوات 2004، 2005، 2006م، بالتتالي بنسبة 12%، 21%، 21% في جملة واردات السودان. هذا يعني أن الصين قد أصبحت أكبر شريك تجاري للسودان، كما أصبح السودان ثالث شريك تجاري للصين في القارة الأفريقية، فقد واصل التبادل التجاري



بين البلدين ارتفاعه في عام 2008م، حيث يتطور بنسبة 30% حتى وصل إلى ما يزيد عن 8 مليار دولار في أواخر عام 2008م حيث يعادل التبادل التجاري الاثني عشر ضعفاً منذ عام 2000م أو 42 ضعفاً تقريباً منذ عام 1989م فيما بلغت صادرات بترول السودان للصين في الفترة من 2000م إلى 2009م 98% من جملة صادرات السودان للصين.

#### أما التعاون في المجال الاستثماري:

بدأت الصين استثماراتها المباشرة في السودان في منتصف التسعينيات بالرغم من أنها تمثل الأولى من بين الاستثمارات الأجنبية في السودان إلا أن معظمها يرتكز في قطاع الطاقة والتعدين. وفي سبيل دعم وتطوير الاستثمارات المشتركة وقع البلدان على اتفاقية تشجيع وحماية الاستثمارات المتبادلة، وتتص الاتفاقية على أن تحظى الاستثمارات بين البلدين بمعاملة عادلة ومنصفة ولا تقل في أفضليتها عن تلك التي تمنح من أي دولة أخرى، وأن تحظى بكافة أنواع الضمانات مع التأكيد على حرية تحويل الأرباح والأموال، وتأمين التمويل ودخول الأفراد المسموح لهم بالاستثمار في أي بلد من الطرفين المتعاقدين.

ويقوم التعاون الاقتصادي بين الصين والسودان، في جانب هام منه، على الاستثمارات المشتركة بين الجانبين ومن أهمها الاستثمارات في قطاع البترول، سد مروى، بناء الطرق، صناعة الدواء بالإضافة إلى دخول الشركات الصينية في عقود مع القطاع العام والخاص في مجالات الزراعة، الصناعة، والمقاولات والتعدين فيما وقع الجانب السوداني العديد من اتفاقيات قروض مع الجانب الصيني لتمويل المشروعات المشتركة حيث بلغت استثمارات الصين في مجال البترول فقط حوالي 9 مليار دولار..والصين في سد مروى 519 مليون دولار (85% من الحكومة الصينية) (15% من حكومة السودان) كما قامت الصين بالاستثمار في مجالات متنوعة منها قطاع السكك الحديد وفي مجال الاتصالات ويعتبر الاستثمار في المجال الزراعي من أحدث أنواع الاستثمارات الصينية في السودان.

#### ثانياً: العلاقات الثقافية:

تمثل اتفاقية التعاون الثقافي والعلمي والتكنولوجي الموقعة بين السودان والصين في أغسطس 1970م بداية التعاون الفعلي في مجال العلاقات الثقافية بين البلدين (مركز دراسات، 2006، ص240).

وقد تطورت العلاقات الثقافية في حقبة التسعينيات بتوقيع اتفاقيات وبروتوكولات التعاون العلمي والثقافي بين الجانبين، وشمل التعاون التبادل الثقافي بين الجامعات في البلدين والتعاون في المجال الإعلامي والرياضي، بجانب تبادل الوفود بين الجانبين في هذا المضمار ويلاحظ التطور في مجال العلاقات الثقافية ويتناسب مع التطور بين البلدين في المجالات الأخرى، ومن

أميز مجالات التعاون في سياق العلاقات الثقافية بين البلدين تدريب فرق الأكروبات السودانية (وتسمى زهرة الصداقة السودانية الصينية) بواسطة فرص حثيثة.

فيما زاد في هذا السياق عدد الطلاب السودانيين في الجامعات الصينية بينما كان عدد الطلاب السودانيين في فترة بداية العلاقات الثقافية بين الجانبين في 1970م وحتى 1973م 17 طالباً، فقد بلغ عدد الخريجين من الجامعات الصينية حتى 2009م 500 خريجاً. وتهتم الصين بالتبادلات الثقافية مع العالم لإيمانها بأن التبادل الثقافي أقرب سبيل لاتصال الشعوب ببعضها وتلقي الحضارات، حيث أنشأت في خلال السنوات القليلة الماضية أكثر من 100 مركز ثقافي في جميع أنحاء العالم بجانب انتشار معاهد كنفوشس التي تدرس اللغة الصينية في أغلب الدول الأفريقية فيما تقوم السفارة الصينية في السودان بدعم الجامعات التي تدرس اللغة الصينية في كلياتها كما تسعى الصين إلى إنشاء مركز ثقافي في الخرطوم.

#### ثالثاً: العلاقات العسكرية :

قدمت الصين الدعم العسكري الفني والسلاح للسودان إبان فترة الرئيس نميري، فكان الدعم الصيني في هذا المجال تعبيراً عن متانة العلاقات مع السودان، منذ ذلك الوقت ظلت الصين إحدى أهم الدول التي تتعاون مع السودان في ميدان الأسلحة والمعدات العسكرية. وفي خلال فترة نظام الإنقاذ عملت الخرطوم على التوسع في شراء الأسلحة بشكل كبير، حيث أصبح الأمر ممكناً مع زيادة عائدات البترول في حين أنها تسعى للتزود بالأسلحة الثقيلة مثل الدبابات والطائرات فإن الخرطوم تواصل شراء الأسلحة الخفيفة أيضاً ففي الفترة من 1999م إلى 2005م تضاعف ما استورده السودان من الأسلحة الخفيفة بمقدار 680 مرة. وفي الفترة ما بين 2003م إلى 2006م .. الصين ما يزيد على 55 مليون دولار من الأسلحة الخفيفة للسودان حيث يتزود السودان من الصين بمعدل 90% من مجمل مشترياته السنوية من الأسلحة الخفيفة، كما دعمت الصين في 2006م سلاح الجو السوداني بطائرات فانتان المقاتلة (القراز، 2009، ص143).

يبدو أن مبيعات الصين في السلاح للسودان باتت في تنامي رغم الانتقادات التي وجهت إليها، أخذت في الاعتبار مبيعاتها من السلاح للدول النامية التي تمثل في مجملها أقل من 3% إلى 4% من جملة مشتريات الدول النامية في السلاح والذي يأتي تقريباً 46% من الولايات المتحدة و13% من بريطانيا (clegg,2002,p264).

وساعدت الصين السودان على تطوير قدراته في مجال التصنيع الحربي فقد قامت الشركات الصينية ببناء ثلاثة مصانع قرب الخرطوم تعمل على إنتاج مسدسات آلية وقاذفات صواريخ ومدافع هاون وأسلحة مضادة للدبابات والذخائر، فقد أشرف مهندسون صينيون على

تطوير مجمع (جباد) الصناعي قرب الخرطوم والذي يعمل على تصنيع معدات عسكرية ثقيلة مثل الشاحنات والدبابات.

بالإضافة إلى كون الصين مصدراً مهماً لتزويد السودان بالسلاح فهي تمدّه أيضاً بالخبرات العسكرية، ففي العام 2005 قام مسئولون عسكريون صينيون ووزير الدفاع السوداني خطة لتحسين مستوى القوات المسلحة السودانية، وكان التعاون واعداً بشكل أكبر في العام 2007م أثناء اجتماع قادة الجيش في كلا البلدين.

لعبت قضية العلاقات العسكرية بين السودان والصين دوراً محورياً في الحملة التي قادتها منظمات حقوق الإنسان والمنظمات التي تدعم قضية دارفور في كل من أمريكا وأوروبا في تصعيد الحملة ضد الصين في عام 2007م، 2008م حيث اتهمت تلك المنظمات الصين بالاشتراك في أزمة دارفور بإمداد حكومة السودان بالسلاح رغم قرارات مجلس الأمن في هذا الصدد.

#### رابعاً: العلاقات السياسية:

لا تختلف دوافع العلاقات السودانية الصينية خلال هذه الحقبة عن الدوافع في الحقب الماضية إذ اهتم الصينيون كثيراً باعتراف السودان بجمهورية الصين الشعبية كأول دولة في أفريقيا والشرق الأوسط، بالإضافة إلى واقعة مقتل غردون باشا في السودان، هذين البعدين التاريخيين بجانب اعتراف السودان بحق تايوان بجانب الدوافع الاقتصادية والسياسية وبالإضافة إلى خصائص السودان الأخرى تشكل إجمالاً دوافع الصين في بناء علاقات مع السودان. في المقابل تمثل سياسة عدم التدخل في الشؤون الداخلية والتركيز على قضايا الاقتصاد والتجارة والبحث عن سبيل للخروج من دائرة حصار الدول الغربية الاقتصادي والسياسي تشكل أبرز دوافع السودان لتمتين علاقاته مع الصين خلال هذه الحقبة.

#### أ/ العلاقات الدبلوماسية والسياسية:

دفعاً للعلاقات بين البلدين شهد تعاوناً مستمراً في المجال السياسي خلال هذه الحقبة وذلك من خلال تبادل الزيارات كبار المسؤولين في البلدين فقد قام رئيس الجمهورية الفريق البشير بأول زيارة للصين في نوفمبر 1990م كما قام عدد من المسؤولين بزيارة للصين، وفي سبتمبر 1995م جاءت زيارة البشير الثانية، فيما زار الصين كل من وزير الخارجية (علي عثمان محمد طه) في 1996م والنائب الأول لرئيس الجمهورية (اللواء الزبير محمد صالح) 1997م، وفي المقابل زار مسئولون صينيون السودان خلال هذه الفترة نائب رئيس مجلس الدولة ووزير الخارجية (1994م)، نائب وزير الخارجية الصيني (1996م)، مساعد وزير الخارجية الصيني (1998م) بالإضافة إلى تبادل الزيارات من خلال الدبلوماسية الشعبية مجلس الصداقة الشعبية في السودان وجمعية الصداقة مع الشعوب الأجنبية في الصين.

تواصل تبادل الزيارات بين البلدين خلال الفترة من 1998م حتى عام 2006م حيث جاءت زيارة الرئيس البشير الثالثة للمشاركة في القمة الصينية الأفريقية للتنمية، كما استمر تبادل الزيارات حتى عام 2009م إذ تم التوقيع على العديد من الاتفاقيات والبروتوكولات في شتى المجالات بين البلدين.

#### ب/ التعاون والتنسيق في المحافل الدولية:

امتدت علاقات التعاون والتنسيق بين البلدين في المحافل الإقليمية والدولية، حيث تبادلوا التأييد في إطار مجموع عدم الانحياز والأمم المتحدة ومنظماتها المتخصصة وبصفة خاصة في مجلس الأمن واللجنة الدولية لحقوق الإنسان وفي المؤتمرات الدولية. (بشير، سابق، ص 67).  
تتلخص أبرز قضايا التأييد المتبادل في المحافل الدولية قصة تايوان وحقوق الإنسان فيما يتصل بالصين وقضايا حقوق الإنسان والإرهاب وفرض العقوبات وقضية دارفور فيما يتصل بالسودان.

ويلاحظ في علاقات السودان الخارجية في جانب تبادل التأييد في المحافل الدولية، أن الصين هي الأقوى بين الدول الأخرى في مساندة السودان، وأوضح مؤشر في هذا السياق دورها في التصدي لكافة قضايا السودان في كل من مجلس الأمن ومجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة، حيث ساندت الصين السودان في أكثر من 17 قرار صادر عن مجلس الأمن الدولي تجاه السودان خلال حقبة نظام الإنقاذ - حتى الآن - وأبرز تلك القرارات القرار 1593 الخاص بإحالة المشتبه بارتكابهم جرائم ضد الإنسانية وانتهاكات حقوق الإنسان في دارفور إلى المحكمة الجنائية الدولية الذي صدر بموافقة إحدى عشرة دولة فيما امتنعت الصين عن التصويت.

غير أن هذا التعاون الوثيق بين الدولتين في المحافل الإقليمية والدولية لم يتطور إلى درجة استعمال الصين حق النقض في مجلس الأمن تجاه القرارات التي صدرت تجاه السودان، رغم استعمالها لهذا الحق تجاه دول حليفة أخرى مثل بورما (ميانمار) وزيمبابوي لصالح نظام الرئيس روبرت موغابي. ومع ذلك تصدت الصين لقضايا السودان في مجلس الأمن مما أدى إلى تغيير قوة القرارات والبيانات التي صدرت عن المجلس ضد السودان.

هكذا حافظت الدولتان على علاقاتهما التي امتدت أكثر من خمسين عاماً رغم اختلاف الأيديولوجيات وبعد المسافة الجغرافية إلا أن المصالح الاقتصادية والسياسية والإستراتيجية لكليهما جعلت العلاقات هي المتغير الثابت في عالم متغير، لا شيء يشبه العلاقات السودانية الصينية أكثر من نهر النيل على الإطلاق كما شبهه بذلك رئيس وزراء الصين الأسبق (شوان لاي)، فإن العلاقات بين البلدين مثل نهر النيل (منبعه بعيداً ومجره طويلاً) فقد كان محقاً في هذا الوصف حيث لم يشبه العلاقات بنهر اليانجسي الذي شهد الحضارة الصينية العريقة، لأنه، وكما يبدو أن نهر اليانجسي تتجمد مياهه في فصل الشتاء، إلا أن العلاقات بين البلدين تقنّبس

صفة أخرى من النهر الخالد - النيل - حيث يقل اندفاع مياهه في بعض الفترات، ثم ما يليب ذلك الاندفاع إلى حد الفيضان، وهكذا ظلت العلاقات السودانية الصينية خلال نصف قرن من الزمان.

#### المراجع والمصادر:

- 1- السودان والصين أربعون عاماً من الصداقة والعلاقات المتميزة، تقرير وكالة السودان للأنباء، الخرطوم، 1999م، ص5.
- 2- أحمد. جعفر كرار ، جريدة الأيام السودانية، ملف خاص بالصين، 11/6/2009م، ص17.
- 3- خضر رشيد ، سياسة السودان الخارجية ودورها في التنمية، بحث لنيل زمالة الأكاديمية العسكرية العليا، الخرطوم، 87-1988م، ص20.
- 4- الساعوري. حسن علي ، العلاقات السودانية الصينية، ورقة مقدمة لمهرجان العلاقات مع الصين، غير منشورة، الخرطوم، أبريل، 2009م، ص3.
- 5- إسماعيل. مصطفى عثمان ، الدبلوماسية السودانية بين الأمس واليوم، دار الأصالة للصحافة والنشر والإنتاج الإعلامي، الخرطوم، 2001م، ص24.
- 6- محمد. حامد عثمان ، ود. مدني محمد أحمد، علاقات السودان الخارجية، دار جامعة الخرطوم للنشر، الخرطوم، 1991م، ص16.
- 7- أحمد. جعفر كرار ، العلاقات السودانية الصينية (مايو 1969 - أبريل 1985م) مركز الدراسات السودانية، الخرطوم، دن، ص11.
- 8- حسن محمد. خالد ، الصين القطب الدولي الجديد، سلسلة كراسات سودانية، مركز البحوث والدراسات الإستراتيجية، الخرطوم، 2007م، ص27.
- 9- Dr. Hasan Ali Saouri, Sino – Sudanese relation in Perspective, Paper in Asian Studies, Univ Of Khartoum, -9(Khartoum), 1995, p.36.
- 10- الأطر والرؤى المستقبلية للعلاقات الإستراتيجية بين السودان والصين، ورقة الإطار العام لمستقبل التعاون الإستراتيجي بين البلدين، اللجنة الوزارية لتنسيق العلاقات السودانية الصينية، وزارة التعاون الدولي، الخرطوم، عام 2001م، ص4.
- 11- التقرير الإستراتيجي السنوي، مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا، السنة: 2006م، ص192.
- 12- Prof. Ali.A. Ali, Sudanese – Chinese relation before and after oil, Sudan Currency Printing Press, Khartoum, p.61.
- 13- علاقات السودان بدول العالم، تقرير مركز دراسات الشرق الأوسط وأفريقيا، الخرطوم، العام 2006م، ص240.

14- القزاز . وليد محمد محمد ، العلاقات الصينية الأفريقية مع إشارة للسودان، بحث لنيل درجة الدكتوراه في العلوم السياسية والدراسات الإستراتيجية، جامعة الزعيم الأزهرى، يونيو 2009م، ص143.

15 - Jenny Clegg, China's global strategy towards a multiple or world, Pluto press, Archway road, London and 175fifth avenue New York, 2002, p.264.

16 - رشيدة الحاج بشير، ملف العلاقات السودانية الصينية، مرجع سابق، ص67.

## LES REFORMES DE L'ARABE

Dr. Fadl Allah Ismail Ali  
Oping University of Sudan

مستخلص:

يتناول هذا البحث تطور اللغة العربية والمشاكل التي واجهتها عبر مراحل مختلفة منذ القرن الثامن والحادي عشر في فترة الدولة العباسية وأيضاً في القرن الثامن عشر (عصر النهضة) وهي من أكثر الفترات التي شهدت تطوراً في الترجمة (مدرسة الترجمة في بغداد) وناقش البحث أيضاً التحديات التي واجهت اللغة العربية منذ حملة نابليون بونابرت إلى مصر سنة 1798م ما يسمي بعصر النهضة الصناعية التي جلبت معها الكثير من المصطلحات الجديدة والتعابير الإصطلاحية التي ينبغي على اللغة العربية استيعابها. وأخيراً تطرق البحث لمجامع اللغة العربية المختلفة وأثرها في تطوير اللغة العربية.

### Abstract:

This Research deals with the evolution of the Arabic language and the problems that encountered it through various stages since 8-11 century in the period of the Abbasid State and the eighteenth century (Renaissance), the period of development in translation (Translation School in Baghdad) , also the research discussed the challenges faced Arabic language since Napoleon Bonaparte's campaign in Egypt in 1798 (Industrial Renaissance) which brought with it a lot of new terminologies and idioms that the Arabic language should be absorbed. Finally, the research mentioned the role of the different Arabic language academies and their impact on the development of the Arabic language.

#### 1. LA NECESSITE DE REFORMES

Les différents problèmes accumulés par la langue arabe à savoir l'enracinement de la diglossie, le bilinguisme inégal, les tracas de la flexion désinentielle (*l'icrab*), l'écriture non voyellée, le désordre terminologique, etc. Nécessitent, bien entendu, des réformes tous azimuts. Dès le septième siècle de J.C., les entreprises réformatrices de la "*carabiya*" se mettent en place, d'abord avec la "cueillette" du Coran, sa compilation dans un texte unifié (Plusieurs) et normalisateur. Depuis lors, plusieurs organismes ad hoc se créent: cénacles, académies, instituts et bureaux, etc.

En se basant sur une étude établie par Bielawaski (BIELAWASKI, p. 160,1956), Michel Barbot distingue deux grandes périodes historiques qui marquent, d'après lui, les réformes de la 'Carabiyya' et l'éclosion de l'arabe moderne: "La première période d'adaptation s'est située au 8<sup>o</sup>-11<sup>o</sup> siècle dans le cadre de l'Empire Abbasside centré à Bagdad. La deuxième à partir du 18<sup>o</sup> siècle (BARBOT Michel, p.127-158). "C'est sur cette deuxième période de

réformes, connue sous le signe de la "renaissance arabe", que porte en grande partie cet aperçu des réformes proposées ou appliquées à la langue arabe. Au demeurant, il est également question des réformes intervenues lors de la première ère abbasside à propos de l'école de Traduction de la Bagdad.

J.Bielawski résume ainsi les analogies et les différences entre les deux périodes réformatrices: "d'une part, la même confrontation à une civilisation technique avancée, même principe et méthode de création terminologique; mais, d'autre part, contraste entre les sociétés médiévale et contemporaines entre la faible différenciation dialectale d'antan et la mosaïque des parlers actuels, entre la profonde connaissance de la 'Carabiya' chez les anciens Arabes et l'analphabétisme encore important de nos jours, entre les forces divergentes d'évolution au moyen âge et les tendances actuelles la à convergence que renforce la prédominance des mass media (Ibid. p. 196). "

Quoi qu'il en soit, les réformes et l'adaptation de la Carabiya se faisaient sentir avec la reprise de contact - la campagne de Bonaparte en Egypte en 1798 - avec l'occident renforcé par les acquis de la révolution industrielle et le rayonnement linguistique dû à ses conquêtes coloniales. La langue arabe, elle aussi, se devait (et se doit encore) de répondre aux divers défis que lui lançaient les réalités nouvelles de la vie moderne. Cette règle universelle d'évolutionnisme linguistique est mieux exprimé par Michel Bréal, "Il est vrai, estime-t-il, que dans l'histoire de certains idiomes, il se présente des périodes ou nous voyons le vocabulaire s'appauvrir et les richesses grammaticales disparaître sans compensation. Mais ce sont aussi pour les peuples qui parlent ces langues des époques d'abaissement intellectuel et moral, car une nation ne possède jamais que l'idiome dont il a besoin. Qu'il survienne une époque de réparation, aussitôt la décadence de la langue s'arrête; on recueille alors les restes encore subsistants de l'ancien Langage et les ressources qui n'ont pas été disséquées.(Bréal ,p. 22).

Ainsi, la renaissance arabe - 'nahda'-, toujours encours, s'accompagne d'une nécessité impérative de réforme et adaptation de la 'Carabiya' jugée par certains comme 'médiévale'. Or, les difficultés principales des différents efforts réformateurs proviennent, en fait, des conceptions divergentes sur l'opportunité et la nature de ces réformes. Cette divergence s'est concrétisée par une querelle idéologique institutionnalisée. Pour s'en rendre compte, l'on peut signaler les volumineux procès-verbaux de l'Académie de Langue Arabe du Caire (ALA). Ces documents font apparaître une opposition systématique, au



demeurant extralinguistique, qui caractérise les débats entre les membres puristes (azhariens) et ceux évolutionnistes (bilingues modernistes).

## 2. L'OEUVRE DE L'ALA

L'Académie de Langue Arabe du Caire (A.L.A.) ne constitue pas l'unique institution sui generis dans le monde arabe. Pour des raisons politiques et d'amour-propre, d'autres organismes analogues se créaient notamment à Damas (1919), et à Bagdad (1947), etc. ... Toutefois, l'ALA se place, de loin, comme la plus importante et la plus performante. Nous ne traitons ici que des réformes proposées ou appliquées par l'ALA.

En fait, le nom même d'Académie nous vient, comme le souligne Marcel Cohen, de l'Attique ancienne (COHEN, p. 88). L'idée d'un institut dans lequel se groupent les gens épris de la sauvegarde et du progrès de leur langue ne date pas d'hier. Depuis l'Académie de la Crusca à Florence (1582) et son fameux dictionnaire italien "Vocabolario délie Academici della Crusca", en passant par l'Académie Française (1635) de telles institutions se forment et se multiplient.

A son tour, le monde arabe, en pleine renaissance, se dotait d'une académie (pan arabe) instituée au Caire au nom de l'Académie de Langue Arabe (magmaC aL-Luga aL-Carabiyya). L'ALA fut créé en 1936 dans le but "d'étudier les règles de la langue (arabe) et de choisir ce qui est susceptible de multiplier ses schèmes afin d'en faire un instrument utile pour exprimer les idées scientifiques et autres que scientifiques (Première règle intérieure de l'ALA.) " Au risque de se transformer en un outil de dirigisme linguistique, l'ALA doit cependant "légiférer dans certains domaines et des moments cruciaux afin de combattre l'anarchisme et l'improvisation et faire admettre des critères de base qui servent de code commun à ceux qui emploient la langue arabe comme langue de culture(Hamzaoui, p.17).

Les différentes règles statutaires de l'ALA nous rappellent les objectifs assignés à l'Académie Française dont les statuts préconisent que "la principale fonction de l'Académie Française sera de travailler avec tout le soin et toute la diligence possible à donner des règles certaines à notre langue et à la rendre pure et élégante ... Il sera composé d'un dictionnaire, une grammaire, une rhétorique et une poétique sur les observations de l'Académie (KUKENHEIM, p.25-26).

L'ALA se met ainsi à la "sauvegarde" de la langue arabe, ce patrimoine commun de plusieurs peuples dont les exigences et la diversité linguistiques font apparaître de nombreux problèmes. Toutefois, l'ALA semble identifier sa mission principale à l'examen des vocabulaires modernes dans le but "de protéger le génie de la

langue, de l'adapter et de la renouveler pour aboutir finalement à l'établissement d'une terminologie moderne répondant aux exigences du siècle (HAMZAOU, p.175) ;" Cette priorité occupera une place prépondérante dans les travaux de l.AIA qui y consacre, selon I. Madkur plus de 70% de ses délibérations. Les études grammaticales ou syntaxiques seront infiniment liées à cette préoccupation car elles étaient envisagées comme un moyen ayant pour objectif de faciliter la création de néologismes.

Par petites commissions spécialisées mais souvent vouées à l'initiative personnelle de ses membres, l'ALA se met à réviser les moyens d'expression de l'arabe dans l'esprit de prévenir à leurs incorrections et à leurs déviations de la norme de la Carabiya'. Ce vaste projet de renouvellement du vocabulaire arabe recourt à divers principes et procédés linguistiques dont la dérivation (aL-Ishtiqaq), l'analogie (aL-qiyas), la récurrence (aL-Istinbat). Nous croyons que ces procédés, pour être objectivement exploitables, doivent être systématiquement étudiés dans le but d'inventorier les vocabulaires arabes modernes dans les différentes couches sociales, notamment celles des corporations professionnelles. Il en sera question dans la partie suivante de cette étude.

Toutefois, les travaux largement lexicologiques de l'ALA ont contribué à fournir la matière des dictionnaires arabes modernes destinés à combler les lacunes des dictionnaires anciens très peu utiles de nos jours. L'ALA se proposait de confectionner plusieurs dictionnaires, dont deux seulement ont pu voir le jour: 'al-muĈgam aL wasit' et muĈgam alfaz aLqur'an'. La confection de ces dictionnaires n'a tout de même pas prêté assez d'attention aux deux problèmes majeurs de la lexicologie arabe: la synonymie et la polysémie.

En effet, la synonymie constitue l'un des problèmes majeurs dont devrait traiter l'ALA : "Quel intérêt aurions- nous, écrit Ahmed Amin, un membre de l'ALA, à ce qu'il y ait 80 noms pour le miel, plus de 50 pour l'épée, cinquante pour le paradis, environ 400 pour le malheur quand il n'existe qu'un seul pour indiquer une chose plus importante (Rapporté par HAMZAOU, Ibid., p. 179). " En outre, ce problème se pose plus particulièrement au traducteur qui doit choisir parmi les synonymes qu'offre la langue celui qui convient le mieux à son message. Le choix de l'un ou l'autre des synonymes semble être édicté par l'usage du terme en question. Cet usage spécifique tend à conférer une sorte de spécialisation pour un terme donné et non à ses autres synonymes. Ainsi, entre les deux signifiants arabes sahra' et dasta' qui expriment exactement le même signifié (désert), l'usage réserve au premier une utilisation plutôt scientifique (tashur = désertification, sahrawi = désertique, etc ...), tandis que le deuxième se

spécialise dans l'usage purement littéraire.

Comme le constate As-Suyuti, "Les synonymes ne le sont pas à proprement parler mais bien des adjectifs qualificatifs ou relatifs, des métaphores et des métonymies (As-Suyuti, A., p. 407)". Ainsi, la synonymie peut s'avérer comme un élément d'enrichissement de la langue si l'on arrive à dégager et à codifier les différences d'usage génératrices de leur éventuelle spécialisation. Cette spécialisation usuelle est une condition sine qua non pour toute création d'une terminologie scientifique ou technique ou un seul terme doit exprimer une seule notion bien précise. L'ALA ne consacrait pas assez d'études à ce problème en se fiant à une sélection linguistique naturelle qu'impose l'usage et la spécialisation de fait.

L'autre problème qui mérite une étude détaillée est celui de la polysémie en arabe. "Il y a polysémie, écrit Charles Bally, lorsque dans la mémoire un signifiant a plusieurs significations ou qu'une idée est rendue par plusieurs signifiants (Cité par Le Petit Robert, p.1479)." Ainsi, pour le seul signifiant Cam peut-on déceler (hors contexte) au moins trois signifiés différents (général, public, global ...).

En arabe, la polysémie trouve ses origines dans le champ sémantique étymologiquement large de la racine arabe qui constitue un fourre-tout pour des notions allogènes pourtant exprimées distinctement dans leurs langues d'origine. Malgré l'inconvénience que procure l'utilisation de ces termes polysémiques, il faut noter que le contexte linguistique ou extralinguistique se charge d'éliminer toute confusion quant à la compréhension et l'expression. La polysémie ne constitue pas Dans ce sens, un problème de la traduction. Elle reste donc une question entièrement linguistique.

Il faut cependant noter qu'on fait souvent grief à l'ALA d'avoir voulu imposer une terminologie archaïque et pédantesque puisée dans les vocabulaires bédouin ou pastoral antéislamique. En effet, ces vocabulaires avaient fourni une bonne partie de la terminologie islamique qui changeait les anciennes dénominations bédouines de leur registre référentiel pour exprimer les nouvelles conceptions religieuses. Il s'agissait alors de rétablir une résurgence linguistique (istinbat) en tenant compte de la réalité sociolinguistique de la jeune société musulmane. Il en était ainsi des termes "islamiques" tels que 'salat', 'zakat' et... 'fasiq' étymologiquement qualificatif de dattes pourrissantes.

Treize siècles plus tard, cette réalité sociolinguistique n'est plus la même. Toutefois, un certain nombre de membres puristes de l'ALA allaient jusqu'à proposer de préférer les mots utilisés par les arabes anciens aux emprunts modernes. Selon eux, il fallait dire 'al-huskunan' et non 'al-baskawit', 'al-hiwan' et non 'al-tarabiza', etc...

"Une telle approche, écrit R.Hamzaoui, procède d'un syncrétisme linguistique total qui fait fi de tout esprit de méthodologie dans l'expression et l'approfondissement des problèmes linguistiques en question.( HAMZAOU, Ibid., p. 439) .

Néanmoins, les excès des puristes ne doivent pas nous amener à sous-estimer le pouvoir créateur de néologismes que peut engendrer la récurrence linguistique. Or, nous devons à ce procédé plusieurs termes arabes ressuscités et réutilisés pour désigner les réalités de notre vie moderne. C'est ainsi que le terme 'qitar' (file de chameaux) est employé de nos jours, par analogie, pour dénommer le concept train et par extension pour désigner toute la notion de remorquage. Et l 'ihsa' (statistique) trouve son étymologie dans ces cailloux (hasa) à l'aide desquels le berger bédouin pouvait compter son troupeau.

C'est seulement par l'usage et l'utilisation fréquente par la communauté linguistique concernée que de tels termes ont pu être socialement entérinés. De la sorte, l'ALA se devait non seulement de créer des termes nouveaux mais d'en enregistrer ceux qui entrent dans l'usage. Entre le 'telefon', le 'misara' et le 'hatif', l'usage semble préférer le premier même si le second reste toujours l'appellation "officielle" partout dans le monde arabe.

Dans l'ensemble, l'œuvre globale de l'ALA visant à réformer et à moderniser la langue arabe est loin d'être négative. Malgré le constat que "la majorité de ses décisions et ses restrictions aboutissent en fin de compte à un 'tawqif' de second degré qui trouve sa norme dans la défense de l'intégrité de l'arabe classique (HAMZAOU, p. 439) ", ses divers travaux ont permis de dégager un certain nombre de règles pour la création terminologique en arabe. Dans cette étude, il sera largement question des différents procédés de renouvellement du vocabulaire arabe auquel l'ALA avait prodigieusement contribué à donner des normes et des règles de fonctionnement

A part les travaux réformateurs de l'ALA, plusieurs autres études récentes portent également sur les divers aspects de l'élaboration linguistique ou technique de l'arabe moderne. Ces études se poursuivent notamment au Bureau Permanent pour la Coordination de l'Arabisation (BCA) (Affilié à l'ALESCO) situé à Rabat, et à l'IERA (Voir ECHAOUNI) qui siège également à la capitale chérifienne. Les œuvres fort louables de ses illustres organismes se concentrent, à l'instar de l'ALA, sur des travaux, pour l'essentiel, lexicographiques.

### 3. LA RÉFORME DE L'ÉCRITURE

Pour de Saussure et bien d'autres linguistes, une Langue écrite est fondamentalement la représentation d'une langue parlée sans en être le reflet exact. Cela revient à dire que la vraie fonction d'un système d'écriture n'est pas de "représenter tous les sous-systèmes

phonologiques de la langue parlée sur laquelle elle est fondée; c'est plutôt d'enregistrer une langue écrite. (CHISS, p.8) " Ce rejet de l'écriture comme étude linguistique à part entière correspond, en fait, à ce que l'on appelle le "phonocentrisme" qui caractérise largement la linguistique moderne.

Nous envisageons de traiter ici de la réforme de l'écriture comme l'une des bases techniques, mais fondamentalement linguistiques, indispensables pour promouvoir et développer la qualité et la diffusion de la langue arabe. C'est un véritable défi que doit relever cette langue pour mieux s'adapter aux procédés modernes, entre autres, de la télédiffusion et de l'automatisation linguistique. En effet, depuis l'introduction de l'imprimerie en Egypte et la parution du premier journal (Evénements d'Egypte) édité en arabe, au Caire, en 1828, la question de l'écriture arabe reste toujours d'actualité.

En réalité, le principal inconvénient du système orthographique de l'arabe est qu'il nuit considérablement à la bonne compréhension du texte. "Le manque de notation de voyelles brèves, souligne Jean Lecerf, se solde par une incertitude quasi permanente dans la lecture et de la signification (Lecerf, p.31-46). En l'absence de voyelles, on devine le mot, en étudiant le contexte, ce qui constitue une des imprécisions techniques de l'écriture arabe. Il arrive souvent que le contexte ne vienne pas au secours du lecteur, rendant ainsi plus hermétique le sens virtuel de la phrase.

Ainsi, une suite de consonnes, par exemple, BRD, peut se transformer, selon le contexte, en au moins huit signifiants éventuels:

BaRRaDa	:	faire refroidir – 1,2, 3, 4, 5.
BaRuDa	:	être ou devenir froid – 1, 2, 3,5
BuRRiDa	:	être refroidi – 1, 3,5.
BaRD	:	le froid - 1, 2, 3,5.
BaRaD	:	Flocon de neige – 1, 3, 4,5.
BaRiD	:	Nuage pluvieux – 1,2.
BaRaDa	:	Limer (le fer) – 1,2 4.
BurD	:	Vêtement en laine noire -1,4.

Sources : Les chiffres renvoient aux dictionnaires ci-dessous cités dans lesquels se trouvent les significations recensées.

Le manque d'un système de voyellisation contribue, en outre, à renforcer le désordre de la translittération des termes empruntés aux langues étrangères. Le [t] se rend en arabe marocain par un "t." tandis que les arabes orientaux le transcrivent par un simple 't'. Par ailleurs, l'écriture arabe s'identifie largement à la transcription du Coran par l'utilisation des points diacritiques pour différencier certaines lettres arabes telles que le 'b', le 't', le 'f', le 'q' ainsi que pour différencier entre

les voyelles longues et les voyelles brèves. Cette écriture avait donné lieu à plusieurs calligraphies arabes dont la Coufique, la 'nashi' la 'roqCa' etc...

Les divers problèmes de l'écriture arabe ci-dessus esquissés doivent être traités, en aval, par une réforme de l'orthographe basée sur une étude grammaticale et syntaxique, et en amont, par la promotion adaptative de nouvelles techniques de reproduction mécanique de l'écriture.

En se conformant au deuxième précepte de son règlement intérieur qui stipule d' "étudier tout ce qui est de nature à simplifier l'écriture arabe et les règles de la syntaxe et de la morphologie (HAMZAOUI, p. 439), l'AIA opta tout d'abord pour un système de transcription standard au préalable à la réforme mécanique qui réduisait le nombre des cases arabes de 600 à 135 (en 1961). Ce nombre se rapproche de celui de l'imprimerie française qui est de 115. (Id)

De nos jours, la voyellisation se présente comme un pré requisit à l'usage de l'arabe, par exemple en informatique. L'ordinateur ne pouvant effectuer qu'une lecture mot par mot, exige des critères exacts de détermination terminologique.

#### 4. L'ASV-CODAR

Le principe de ce système est simple. Il s'agit de retrouver le corps même de la lettre arabe et de la détacher pour l'incorporer, par la suite, dans l'écriture mécanique selon le choix déterminé au préalable par l'auteur du texte. Ce système vise donc à instituer des principes de rattachement des lettres. Ainsi, il établit une forme bien déterminée par caractère (lettre) à laquelle viennent s'ajouter des traits de liaison et des appendices différents. C'est qu'on peut réintégrer les voyelles brèves dans l'écriture arabe en faisant ainsi partie entière des caractères des machines à écrire et de l'imprimerie.

Selon ce système, les lettres arabes sont analysées dans trois niveaux distincts: le corps, le trait-d'union et l'appendice. L'appendice est ramené à trois types principaux, donc trois caractères: l'un pour b, t, t , f, q, k, l, l'autre pour g, h, h, C ,g, m et le troisième pour s, s, s, d, n. "On réussit ainsi à réduire le nombre total des caractères à 90 y compris les voyelles brèves, la ponctuation, les chiffres, etc... au lieu des 153 caractères que comportait auparavant la linotype arabe."(CHAZAL, p.126-140)

Le système ASV-CODAR est "un jeu de caractères arabes permettant la composition de textes voyellés, non voyellés ou partiellement voyellés (Idem) ". Par ailleurs, ce système s'adapte, selon son promoteur, aux procédés et aux techniques existant dans le

domaine de l'imprimerie et de la dactylographie, de l'informatique, de la transmission des données et des télécommunications.

Toutefois, il faut noter que le système ASV-CODAR n'est nullement le seul à voir le jour dans le domaine des réformes de l'écriture arabe. Une équipe de chercheurs de l'Université de Harvard (Etats-Unis) dirigée par le professeur Bishai propose, à son tour, un système d'écriture arabe où c'est "l'ordinateur et non l'opérateur qui sélectionne la forme appropriée de la lettre. Une lettre y apparaît comme si elle devait être isolée, puis le programme informatique la corrige si elle est suivie par une autre lettre ... Un processus similaire opère sur les lettres terminales (Ibid, p. 87) ".

Ainsi, la réforme de L'écriture arabe s'avère comme un problème non seulement technique mais également comme une condition sine qua non pour le bon fonctionnement de son système linguistique et pour son adaptation aux techniques modernes de la télématique. Cependant, la réforme profonde de la langue arabe consiste, au fond, à renouveler ses différents vocabulaires techniques ou scientifiques, à faciliter les règles de l' 'iCrab' et d'adapter les assises syntaxiques et expression elles de cette langue pour contenir ce vaste programme de renouvellement. L'arabe moderne ne l'est, en fait, que grâce à cette évolution inévitable, qu'elle soit terminologique, morphologique ou syntaxique

## **References:**

BIELAWASKI, J., 1956, "Deux périodes dans la formation de la terminologie scientifique arabe", in Rocink Orientalistycz ny n0 20, Warsovie.

BARBOT Michel, 1978, "Réflexions sur les réformes modernes de l'Arabe littéral", in "La Réforme des Langues, Histoire et Avenir", Vol. I, Busk Verlag, Hambourg.

BREAL, Michel, 1923, "De la Forme et de la Fonction des Mots", Paris, Frank.

Cohen, Marcel, 1979, "Matériaux pour une sociolinguistique du langage", Tome II, Paris, Maspero.

Chiss, J.L., et Peuh, Christian, 1983, "La linguistique et la question de l'écriture: l'enjeu et les débats autour de des Saussure et des problématiques structurales", in Langue Française nO 59, Paris, Larousse.

ECHACOUNI, Benabdallah, A., 1982, "Elaboration lexicographiques et Arabisation à partir de l'Expérience de l'IERA".

Hamzaoui, Rached, 1975, L'Académie de Langue Arabe du Caire, Histoire et Œuvre, Publication de l'Université de Tunis.

Kukenheim, Louis, 1962, "Esquisse historique de la Linguistique française et ses rapports avec la linguistiques générale, Leiden.

Lakhdar- Ghazal, Ahmed, 1976, "Methodologie Generale de l'arabisation de niveau", Rabat, IERA.



## GUIDLINES FOR AUTHORS

Human studies journal is a half-year publication representing articles in the field of social sciences and humanities aiming to pursue research and form meeting of reground exchange of opinions.

The Journal welcomes articles, books, reviews and scientific reports.

Submitted manuscripts should be written in Arabic, English or French, in the range of 7000 words (ca.20 pages). Typed in an A4 size paper along with a CD or 3.5 disk. An abstract of no more than 100 words in a language other than that of the manuscript should be submitted with the manuscript.

The manuscript should not have been published previously and should not be published elsewhere, in full or in part, without a written permission from the chief editor.

References should be cited according to the American styles. The bibliography should be arranged at the end of the text in the following order: family name, first name, year of publication, title of the book or paper,(in case of book, name and place of publisher. In case of paper journal serial number and paper pages number).

Submitted manuscripts would be evaluated by specialists in the field. If accepted, papers can be subjected to minor modifications.

Each author is entitled to 3 copies of the journal in which his/her paper is published.

The view expressed in the papers are the sole responsbility of the authors.

Manuscripts will not be returned to their authors.

Corresponding address : P.O.box:58 Karima, Sudan.

e-mail : [magazinearts@yahoo.com](mailto:magazinearts@yahoo.com)

Fax : 0249231822954

Tel : 0249231820098

## Table of contents

- 1- Editorial
- 2- The Role (uses) of Protective Catins in conservation of Archaeological metals.  
Dr. Abd el-Nassir Al-zahrani/Dr. Mohammed Abu el- fatah Ganeem.
- 3- The Roots of Arab – Persian struggle.  
Dr. Kamal el-Haj el-Hussein.....
- 4- Acritical Reading for Najeeb Alkaylani’s collection”ind el-Raheel”.  
Dr. Abdel –Gafar Al- Hassan Mohammed Ahmed.....
- 5- The Interculturalals Dialogue in Aatif Khairi’s collection “Sinaru al-yabis”.  
Dr. Fuaad Sheikh el-deen Atta.....
- 6- The Disagreement between Al- Farra and Al- Kisaay in some aspects of syntax and recites.  
Dr.Ali Mahmoud Ahmed Mohammed Kheir .....
- 7- The Role of Tour Guide in Tourism marketing.  
Dr.Saeed Abdel-Hafeeth Abdulla Khadir.....
- 8- Psychological Security Among the Displaced of Kass Camp, South Darfur State.  
Dr. Al- Rasheed Ismael Al- Tahir Al- Beeli/ Wifag Sabri Ali Abdalla
- 9.Marketing Information Services in libraries :The Experience of Open University of Sudan library (case study ).  
Dr. Bala Ahmed Bilal Ahmed.....
- 10- The Academic librarians Training needs in the field of Information Technology in Sudan.  
Dr. Wahbi Abdel- Fatah / Waheeb Ali Mohammed / Mohammed Yassin Shawgi..
- 11- The Sales Promotion efficiency upon consumer Purchase Behavior , in Soft Drink companies in Khartoum State.  
Dr.Saeed Hassan el-Ajab hasab el – kareem.....
- 12- The Academic Supervition and its Relation with competency efficiency in high Education.  
Dr. Ameera Ahmed Hassan Gorashi.....
- 13- The Development of Sudan – China Relations 1959 - 2009 .  
Dr. Abd el Aziz Nour Ausher.....
- 14- LES REFORMES DE L'ARABE.....  
Dr Fadl Allah Ismail Ali