



51

العدد الواحد والخمسون
سبتمبر / أيلول 2023 م
ربيع الأول 1445 هـ

Volume 16
ISSUE 51

MAGAZINE
BOUHOUTH

الإشراف العام

أ.د. ناصر الفضلي

رئيس التحرير

أ.د. عبد الملك الدناني

نائب رئيس التحرير

أ.د. حنان صبحي عبيد

مدير التحرير

د. محمد عبد العزيز



مركز البحوث و الاستشارات الاجتماعية - لندن

مجلة

بحوث

مجلة علمية محكمة ربع سنوية
تصدر عن مركز لندن للبحوث والدراسات والاستشارات

رئيس مجلس الإدارة: صاحبة السمو الملكي الأميرة منال بنت مساعد آل سعود

ISSN 2313-1004

vzds l[gs hgh]hvm : whpfm hgsl, hglg;d hgHldvm lkhg fkj lshu] hg su,]

أبحاث علمية محكمة



A decade of Achievements

عقد من الإنجازات

www.ScrLondon.com

المجلة ضمن تصنيف



LONDON

+442033044839



Hot Line

+447766666016

+96594448018



conference@scrLondon.com

info@scrLondon.com

www.scrLondon.com



@scrLondon2



@scrLondon



SCR London



www.facebook.com/Greattrick

الهيئة العليا للتحرير



أ. د. ناصر الفضلي - الإشراف العام



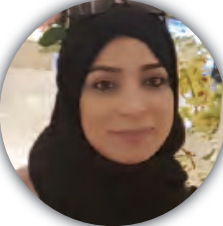
أ. د. حنان صبحي عبيد
نائب رئيس التحرير



د. محمد عبد العزيز
مدير التحرير



أ. د. عبد الملك الدناني
رئيس التحرير



د. إنعام يوسف
مصر



أ. د. محمد زين
مصر



أ. د. علا الزيات
مصر



د. محمد شرف
اليمن



أ. د. مازن موفق
العراق



د. سعيد موسى
السودان



أ. إسلام العزيز
مصر



د. هبة أبو عيادة
الأردن



أ. محمد الصوابي
بلجيكا



scrldondon2@



scrldondon@



SCR London



بحوث

مجلة علمية محكمة ربع سنوية تصدر عن مركز لندن للاستشارات والبحوث

العدد الواحد والخمسون

سبتمبر/أيلول 2023م - ربيع الأول 1445هـ

هيئة التحرير

الإشراف العام

أ. د. ناصر الفضلي (بريطانيا)

أعضاء الهيئة

د. محمد شرف هاشم (اليمن)

د. سعيد محمود موسى (السودان)

المستشارون العلميون

أ. د. عبد الستار الهيتي (البحرين)

أ. د. عبد الكريم الوزان (العراق)

أ. د. إيدر مصطفى غنيات (الجزائر)

رئيس التحرير

أ. د. عبد الملك الدناني (اليمن)

نائب رئيس التحرير

أ. د. حنان صبحي عبيد (بريطانيا)

مدير التحرير

د. محمد عبد العزيز (مصر)

مدير التدقيق

أ. د. مازن موفق الخيرو (العراق)

مواقع التواصل الاجتماعي

أ. إسلام العزيز (مصر)

مدير الموقع الإلكتروني

أ. محمد الصوابي (بلجيكا)

الهيئة الاستشارية العلمية العليا

الاسم	الدولة	الجامعة والتخصص
1 أ. د. انتصار صغيرون	السودان	وزير التعليم العالي والبحث العلمي الأسبق
2 أ. د. كوثر محمد الأبجي	مصر	نائب رئيس جامعة بني سويف الأسبق
3 أ. د. عبد الملك ردمان الدناني	اليمن	أستاذ الاتصال، كلية الإمارات للتكنولوجيا
4 أ. د. عبد الستار ابراهيم الهيتي	البحرين	أستاذ الفقه المقارن - جامعة البحرين ومستشار لجنة الفتوى
5 أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزان	العراق	عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية في ولاية منيسوتا الأمريكية
6 أ. د. حنان صبحي عبيد	بريطانيا	وكيل الدراسات العليا بكلية الإعلام بالجامعة الإسلامية في ولاية منيسوتا
7 أ. د. مازن موفق الخيرو	العراق	أستاذ البلاغة القرآنية، جامعة الموصل
8 أ. د. عارف عبد صايل	العراق	عميد كلية الآداب، جامعة الأنبار
9 أ. د. حميد سراج جابر	العراق	عميد كلية التربية، جامعة البصرة
10 أ. د. علا عبد المنعم الزيات	مصر	رئيس قسم علم الاجتماع بكلية الآداب بجامعة المنوفية
11 أ. د. مي كامل عبدالله	لبنان	رئيس الرابطة العربية للبحث العلمي
12 أ. د. عماد جاسم حسن	العراق	رئيس قسم التاريخ، كلية التربية، جامعة ذي قار
13 أ. د. محمد زين عبد الرحمن	مصر	عميد المعهد العالي للإعلام بالمنايا
14 أ. د. ألفت إبراهيم جاد الرب	مصر	عميد كلية التجارة، جامعة الأزهر
15 أ. د. إيدر مصطفى غنيات	الجزائر	أستاذ علوم سياسية بجامعة العربي التبسي بالجزائر
16 أ. د. مناور بيان الراجحي	الكويت	رئيس قسم الإعلام، جامعة الكويت
17 أ. د. هدى دياب أحمد صالح	السودان	عميد كلية العلوم الإدارية، جامعة أم درمان، السودان
18 أ. د. محمد عبد الكريم محافظة	الأردن	عميد كلية الآداب، الجامعة الهاشمية
19 أ. د. محمد أحمد قيراط	الجزائر	أستاذ الإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر
20 أ. د. خلف محمد المحمد	سورية	أستاذ بكلية القانون بجامعة عجمان
21 أ. د. أحمد عودة القارعة	الأردن	عميد سابق لكلية العلوم التربوية، جامعة الطفيلة
22 أ. د. علاء زهير الرواشدة	الأردن	أستاذ علم الاجتماع - جامعة عجمان
23 أ. د. عبد الله عبد الله الوزان	مصر	أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الاتصال والإعلام - جامعة جدة

الهيئة العلمية

الاسم	الدولة	الصفة والجامعة
1 د. سعيد عمر إبراهيم	العراق	عميد كلية التربية، جامعة صلاح الدين/ أربيل
2 د. أنس محمد الخلايلة	الأردن	عميد كلية الشريعة، جامعة الزرقاء
3 د. نضال حماد علي	السودان	عميد كلية الاقتصاد، جامعة الإمام المهدي
4 د. صلاح الدين عامر	اليمن	رئيس مجلس الخبراء بمنظمة الزكاة العالمية
5 د. إنعام يوسف محمد	مصر	أستاذ مشارك علم الاجتماع، جامعة عجمان
6 د. محمد شرف هاشم	اليمن	أستاذ مشارك الإعلام، كلية الشريعة، جامعة الكويت
7 د. مهرة حمير آل مالك	الإمارات	استشاري علم نفس، جامعة عجمان
8 د. بديعة علي عبد القادر	السودان	رئيس قسم الإعلام في الجامعة الإسلامية بولاية منيسوتا الأمريكية
9 د. إكرامي بسيوني خطاب	مصر	أستاذ مشارك القانون الدستوري، جامعة شقراء
10 د. مزنة بنت حزام الشمري	السعودية	أستاذ هندسة الحاسب الآلي (kings college London)
11 د. محمد عبدالفتاح زهري	مصر	مدير وحدة الأزمات كلية السياحة، جامعة المنصورة
12 د. زهير حسين ضيف	العراق	رئيس قسم الإعلام، الجامعة الأهلية/ البحرين
13 د. سعاد موزير مطر	فرنسا	أستاذ الاتصال، جامعة فرنش كونتيه (Franche - Comté)
14 د. نواف صنت الظفيري	الكويت	أستاذ الإعلام التربوي بهيئة التعليم التطبيقي
15 د. سعيد محمود موسى	السودان	أستاذ مشارك اللغة العربية، جامعة القرآن الكريم
16 د. شومة بنت محمد البلوي	السعودية	أستاذ مساعد البلاغة والنقد، جامعة تبوك
17 د. هبة توفيق أبو عيادة	الأردن	أستاذ مساعد علوم تربوية الجامعة الأردنية سابقاً
18 Dr. Alexander c.	UK	md PhD in theology at the University of Birmingham
19 Dr. Anita moors	London	research center. Uk/London

ضوابط وقواعد النشر

1. يجب ألا تزيد مساحة النشر عن ستة آلاف كلمة للبحث شاملة المراجع.
2. يعد ملخصان للبحث: أحدهما باللغة العربية، والآخر باللغة الإنجليزية، على أن لا تتجاوز كلمات كل واحد منهما (200) كلمة.
3. يلي الملخصين: العربي، والإنجليزي، كلمات مفتاحية (Key Words) لا تزيد على خمس كلمات (غير موجودة في عنوان البحث)، تعبر عن المجالات التي يتناولها البحث؛ لتستخدم في الكشف.
4. استخدام طريقة APA لتوثيق مراجع البحث العلمي لتعزيز الأمانة العلمية للباحث، كما يجب أن تتضمن المنهجية مشكلة البحث، أهدافه، محدداته - حال وجودها، الدراسات السابقة، الخاتمة وتشمل النتائج والتوصيات.
5. يراعى عند تكرار المصدر في صفحة ثانية من البحث يذكر فقط اسم المصدر ورقم الصفحة أو رقم الصفحة والجزء إذا كان الكتاب أجزاء.
6. اعتماد أقواس التنصيص الصغيرة «» في حال نقل الكلام من المصدر نصاً، أما إذا تصرف البحث بالكلام المنقول فلا يضع الكلام بين أقواس ويكتب في الهامش كلمة «ينظر» قبل اسم المصدر.
7. يكون نوع الخط في المتن للبحوث العربية (Simplified Arabic)، بحجم (14)، وللبحوث الإنجليزية (Times New Roman)، بحجم (11)، وتكون العناوين الرئيسية حجم (18) والهامش (12)، وهوامش الصفحة 2. 5 سم، والمسافة بين الأسطر مفردة.
8. يكون نوع الخط في الجداول للبحوث العربية (Simplified Arabic)، بحجم (10)، وللبحوث الإنجليزية (Times New Roman)، بحجم (8)، كما يراعى في البحث المتضمن جداول وأشكال كتابة رقم الشكل وعنوانه أعلاه ثم الجدول مصدره أسفله.
9. تستخدم الأرقام العربية (1-2-3... Arabic) في جميع ثنايا البحث، على أن يكون ترقيم صفحات البحث في منتصف أسفل الصفحة.
10. عنوان البحث، واسم الباحث، أو الباحثين، والمؤسسة التي ينتمي إليها، سبل التواصل ميل وواتساب، على صفحة مستقلة قبل صفحات البحث، ثم تتبع بصفحات البحث، بدءاً بالصفحة الأولى حيث يكتب عنوان البحث فقط متبوعاً بكامل البحث.
11. يراعى في كتابة البحث عدم إيراد اسم الباحث، أو الباحثين، في متن البحث صراحة، أو بأي إشارة تكشف عن هويته، أو هوياتهم، وإنما تستخدم كلمة (الباحث، أو الباحثين) بدلاً من الاسم، سواء في المتن، أو التوثيق، أو في قائمة المراجع.
12. يجب الأخذ بعين الاعتبار الترتيب للمراجع، ومراعاة وجود علامات الترقيم من فاصلة ونقطة وغيرها من علامات الترقيم المختلفة، فبعض المراجع تعتمد الفاصلة في التوثيق وبعضها تعتمد النقطة.
13. يجب أن يضع الباحث عنوان بريده الإلكتروني أسفل اسمه مع لقبه العلمي. مدرس. أستاذ مساعد. أستاذ مشارك... إلخ
14. يتأكد الباحث من سلامة لغة البحث، وخلوه من الأخطاء اللغوية والنحوية.
15. يقدم الباحث الرئيس تعهداً موقفاً منه ومن جميع الباحثين المشاركين (إن وجدوا) يفيد بأن البحث لم يسبق نشره، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يقدم للنشر في جهة أخرى حتى تنتهي إجراءات تحكيمه، ونشره في المجلة.

16. لهيئة التحرير حق الفحص الأولي للبحث، وتقرير أهليته للتحكيم أو رفضه.
17. في حال قبول البحث للنشر تؤول كل حقوق النشر للمجلة، ولا يجوز نشره في أي منفذ نشر آخر ورقياً أو إلكترونياً دون إذن كتابي من رئيس هيئة التحرير.
18. الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن وجهة نظر الباحثين فقط ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة.
19. لهيئة التحرير الحق في تحديد أولويات نشر البحوث.
20. ضرورة توافر معايير علمية وأخلاقية في البحث المرسل للنشر في مجلة بحوث، وتعدّ مبادئ أساسية يجب أن يلتزم بها الباحث وتحدد عملية النشر منها: -
 - تحري الدقة والمصداقية في تدوين المعلومات والبيانات والنتائج وتحليلها ونشرها في الدراسة.
 - تقبل النقد العلمي البناء المقدم من جهة المحكمين للبحث والعمل بموجبه قبل عملية النشر.
 - تجنب التلاعب أو التحيز في تصميم وتحليل البيانات عند عرضها في صفحات الدراسات العلمية.
 - احترام الملكية الفكرية لأصحاب العلاقة من بحوث وبراءات اختراع وحقوق نشر وعدم انتحالها أو سرقتها.
 - توظيف البيانات والمعلومات ونتائج الدراسات العلمية السابقة بشكل علمي سليم ليتمكن الاستفادة منها.
 - الالتزام بتعليمات وقواعد النشر التي وضعتها المجلة والجهات العالمية المنظمة للأبحاث العلمية.
 - تجنب دعم أي جهات ذات أجندة خاصة تجعل من البحث مادة لتحقيق مصالحهم غير المشروعة.
 - عدم انتهاك حقوق الإنسان وكرامته عند القيام بإجراء تجارب للأبحاث العلمية على البشر.
 - يهدف النشر تطوير الجهات ذات العلاقة بالدراسة وإفادة البشرية وليس لمصالح شخصية فقط.
 - الالتزام بتعليمات وقواعد النشر التي وضعتها المجلة والجهات العالمية المنظمة للأبحاث العلمية.
 - تجنب دعم أي جهات ذات أجندة خاصة يجعلوا من البحث مادة لتحقيق مصالح غير مشروعة.
 - مساندة الباحثين وطلاب الدراسات العليا وتعزيز قدراتهم وتمكينهم من اتخاذ قراراتهم بأنفسهم.
 - عدم انتهاك حقوق الإنسان وكرامته عند القيام بإجراء تجارب للأبحاث العلمية على البشر.
 - تقديم التقدير والشكر لمن ساهم في إعداد البحوث والرسائل والأطاريح العلمية.
 - استخدام الموارد المتاحة بشكل سليم لإنجاز الأهداف والغايات المرجوة.
 - موافقة الباحث على استخدام المجلة للبرنامج الإلكتروني Turnitin للكشف عن الانتحال الأكاديمي.
21. يلتزم الباحث بتحويل رسوم النشر عقب موافقة لجنة التحكيم وبعد اجراء التعديلات اللازمة قبيل النشر.
22. يتم تقديم البحوث إلكترونياً من خلال بريد المجلة الإلكتروني، عناية مدير التحرير.

رابط جميع أعداد مجلة بحوث في الموقع الإلكتروني لمركز لندن للبحوث

<http://scr.london.com/ar/%d9%85%d8%ac%d9%84%d8%a9-%d8%a8%d8%ad%d9%88%d8%ab>

رابط الموقع الإلكتروني

<http://scr-magazine.com/index.php>

المشرف العام لمجلة بحوث ورئيس مركز لندن للبحوث

أ. د. ناصر الفضلي

معلومات المجلة

التعريف

مجلة علمية متخصصة، محكمة ومفهرسة تصدر عن مركز لندن للبحوث والاستشارات بدولة الإمارات العربية المتحدة بشكل دوري - ربع سنوي - منتظم، تعنى بنشر كافة أبحاث العلوم الاجتماعية، استهلكت أول أعدادها في شهر يونيو عام 2014، وأصدرت المجلة 50 عدداً دورياً وخصوصاً حتى يونيو عام 2023، لها ترقيم دولي ومعامل تأثير عربي.

ترأست مجلس الإدارة للمجلة منذ أول أعدادها حتى يونيو 2022 سعادة **الشيخة ميسون بنت محمد القاسمي** ثم تولت المسؤولية بعدها **الأستاذة سارة العازمي** من دولة الكويت حتى مارس 2023 والآن تتولى الرئاسة ومنذ أبريل 2023 صاحبة السمو الملكي **الأميرة منال بنت مساعد آل سعود**، في حين يتولى منصب المدير العام سعادة **الأستاذ الدكتور ناصر الفضلي** - عضو معهد البحوث البريطاني الأسبق - ويتألف التحرير **الأستاذ الدكتور عبد الملك الدناني** ونائب رئيس التحرير **أ.د. حنان صبحي عبيد** ويتولى منصب مدير التحرير **الدكتور محمد علي عبد العزيز**.

للمجلة هيئة علمية استشارية عليا مؤلفة من قيادات أكاديمية رفيعة المستوى برتبة أستاذ دكتور، وهيئة تحرير مستقلة تتألف من أكاديميين برتبة أستاذ مشارك وأستاذ مساعد، والجميع منتسبون لإثنتي عشرة جامعة من (12) دولة في قارات ثلاث.

الرؤية

أن تكون المجلة رائدة في نشر البحوث العلمية الرصينة في مختلف تخصصات العلوم الاجتماعية، وأن ترقى إلى مصاف أفضل عشرين مجلة علمية محكمة ومصنفة عالمياً.

الرسالة

نشر البحث العلمي القائم على المنهج العلمي القويم والموضوعية في الطرح، في إطار الالتزام بمقاييس الجودة العالمية.

الإشراف العام

أ.د. ناصر الفضلي

رئيس التحرير

أ.د. عبد الملك الدناني

► Detailed information

Country	United Arab Emirates
Publisher name	London research and consulting center
Title proper	(Bouhouth Magazine (Q96697067
Publication date	Quarterly bulletin
ISSN	2313-1004
ISSN Center responsible of the record	CIEPS - ISSN
URL: SCR-MAGAZINE. COM	portal. issn. org/resource/ISSN/231-31004#
Impact factor	An Arab impact factor of the Association of Arab Universities holds a score of 1. 665
Publication topics - issues per year	All social science topics
The language	Arabic, English and French
Last modification date	joun 2014 30
The date of the first issue	joun 2014 30
Citation sites	Arab Manhal Platform - EBSCO RATING - ZENODO
Examination	The research is subject to the conditions and terms of the permissibility of publication, including examination of plagiarism, and it also owns the copyright ebSCO for refereed literature classification and electronic resource management
Database Title	URL
Arab World Research Source	https://www.ebscohost.com/titleLists/awr-coverage.htm
SocINDEX with Full Text	https://www.ebscohost.com/titleLists/sih-coverage.htm
DOI	The journal has a research number DOI of the European ZENODO Foundation
Type of record	Confirmed
WEBSITE	www. scr-magazine. com
E-mail	info@scr-magazine. com - info@scr-london. com

العدد الواحد والخمسون

سبتمبر/أيلول 2023م - ربيع الأول 1445هـ

• **كلمة العدد:** بقلم/ رئيس التحرير: أ. د. عبد الملك الدنانى (اليمن) 11

• **ملخصات أبحاث العدد** 13

• **أبحاث العدد:**

- التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم

أ. د. حنان صبحي عبدالله عبيد (بريطانيا) - أ. د. محمد عرب الموسوي (العراق)

أ. د. سمير سليمان الجمل (فلسطين) 19

- مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية (بالتطبيق على المعاهد المتخصصة

بالمملكة العربية السعودية)

د. سعيد محمود موسى عبد الحميد (السعودية/السودان) - د. سليمان يوسف محمد عبد الله (السعودية) 35

- بلاغة تمكين المرأة في القرآن الكريم - سياق لفظي (امراة والنساء) أنموذجاً

د. شومة بنت محمد الفاضلي البلوي (السعودية) - أ. د. مازن موفق صديق الخيرو (العراق) 57

- التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة في العراق للمدة (2010-2020)

د. سماح صباح علوان (العراق) - د. اوراس غني عبد الحسين (العراق) 83

- أثر استخدام الوسائط التفاعلية على استدامة عملية الترويج السياحي لإمارة عجمان

بالتطبيق على حملة ترويجية «لبيت الشاعر راشد الخضر بعجمان»

د. سمر عبد الحليم (جامعة المدينة عجمان) - د. سمير بني ياسين (جامعة المدينة عجمان)

الباحث حمد سلطان المطروشي، والباحث محمد معين الحوسني، والباحث ناجي محمد نجاتي (جامعة المدينة عجمان) 107

مستمرون على نهجنا الثابت لتعميم المعرفة العلمية الرصينة

رغم الأزمات الاقتصادية العالمية الطاحنة التي تلقي بظلالها على كثير من مؤسسات العالم ومنها مركز لندن للبحوث والاستشارات، فإن مجلة بحوث العلمية المحكمة الصادرة عن

المركز منذ عام 2014، حافظت على نهجها بالانتشار الواسع على مستوى الوطن العربي، وماضون في الصدور بشكل دوري ومنتظم - إن شاء الله - متجاوزون لكافة التحديات نحو بلوغ هدفنا ونهجنا الثابت، تعميم ونشر المعرفة العلمية من خلال الدراسات الحديثة للباحثين والعلماء في المجالات

العلمية المختلفة. وها نحن نبدأ العدد الأول بعد الخمسين - 51 - ويحتوي على خمس دراسات علمية تناولت قضايا تنمية ولغوية وفكرية وبيئية وإعلامية متنوعة، حيث هدفت **الدراسة الأولى** التعرف على التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم لتحقيق الترويج السياحي من خلال الكليات السياحية بالجامعات لأن للجامعات مسؤوليات جسيمة ينبغي أن تقوم بها ومشكلات سياحية مستعصية يجب أن تجد العلاج المناسب لها. وأجريت **الدراسة الثانية** لمعرفة مشكلات تعليم الأصوات لطلاب اللغة العربية للناطقين بغيرها بالمعاهد المتخصصة في المملكة العربية السعودية؛ للوصول إلى أنواع مشكلات الأصوات ووصفها، وتصنيفها، وأسبابها، وسرد المعالجات. وجاءت **الدراسة الثالثة** بعنوان: بلاغة تمكين المرأة في القرآن الكريم، حيث أصبح مفهوم (التمكين) ضرورة يجب معالجتها ومعرفة حدودها، وذلك في سياقات الخطاب القرآني، فيما يتصل بالمرأة، إذ أخذت مكانة



بقلم رئيس التحرير
أ.د. عبد الملك الدناني
كلية ليوا للتكنولوجيا - أبوظبي

المرأة تتلاشى في ظل التيارات الفكرية العاصفة بمقدراتها، وأصبحت المرأة أكثر عرضة للفرق في ويلات العولة. وهدفت **الدراسة الرابعة** إلى توضيح الخصائص الحرارية في العراق وتمثيلها خرائطياً بأفضل الطرائق والوسائل المتبعة من خلال الاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية (GIS)، لغرض إبراز التباين المكاني والزمني للمتغير المراد تمثيله، إذ تم استخدام العديد من الطرائق لتمثيل درجات الحرارة لإعطاء صورة عن أهم الطرائق المستخدمة في تمثيل الخرائط الطقسية. وهدفت **الدراسة الخامسة** إلى إبراز مميزات الوسائط المتعددة في استدامة عملية الترويج للقطاع السياحي بإمارة عجمان، بالتركيز على دور الوسائط المتعددة في الترويج السياحي والنهوض بالنشاط السياحي، والمساهمة في جذب السياح من خلال التطرق إلى أهم العمليات التي تقوم بها، والميزات التي توفرها. ولا يسعنا في هيئة تحرير المجلة إلا أن نبارك للباحثين إنجازهم لهذه الدراسات العلمية، وسنظل حريصين على نشر نتائج الباحثين والمفكرين العرب في مختلف مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية، ونسأل الله سبحانه وتعالى التوفيق والسداد.

التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم

Strategic tourism planning to achieve the comprehensive
development of the regions



أ. د. سمير سليمان الجمل - فلسطين



أ. د. حنان صبحي عبد الله عبيد
رئيس قسم الدراسات العليا بالجامعة
الأمريكية مينيسوتا /USA/ بريطانيا



أ. د. محمد عرب الموسوي
رئيس قسم الجغرافيا /كلية التربية الأساسية
جامعة ميسان /العراق

هدف البحث

هدف البحث التعرف إلى التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم لتحقيق الترويج السياحي من خلال الكليات السياحية بالجامعات لأن للجامعات مسؤوليات خطيرة ينبغي أن تقوم بها ومشكلات سياحية مستعصية يجب أن تجد العلاج المناسب لها. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي - ومن أهم نتائج البحث: ضرورة أن تكون جامعاتنا منتجة، وتسهم مساهمة فعلية في اتخاذ القرار السياسي والسياحي والاقتصادي والاجتماعي، وعليها إن لم تجد الأذن الصاغية والموقف المشجع من مؤسسات ودوائر الدولة أن تبادر بكل قوتها وإمكاناتها وتفرض نفسها للدخول في معترك الحياة والمشاركة الفعلية وأن يكون هناك ارتباط وثيق بين الجامعات والمراكز والوحدات البحثية السياحية، لأن وظيفة الأخيرة خالصة للبحث العلمي. وهذا يتطلب من الجامعة توفير الدعم المالي والمعنوي للمراكز والوحدات البحثية وتوفير الإمكانات اللازمة للبحوث والدراسات التطبيقية والانتقال من المجال التنظيري المحض إلى المجال التطبيقي إلى المجتمع للملازمة مشاكله السياحية واحتياجاته وتفعيل دور الأجهزة الإعلامية مع التركيز في البحوث العلمية والرسائل والأطاريح العلمية على مشاكل المجتمع السياحية والجوانب التطبيقية عن طريق استيعاب حاجات المجتمع.

الكلمات الدالة: التخطيط الاستراتيجي، قطاع السياحة.

مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية

(بالتطبيق على المعاهد المتخصصة بالمملكة العربية السعودية)

Problems of teaching sounds to non-Arabic speakers

(Applied to specialized institutes in the Kingdom of Saudi Arabia)



د. سليمان يوسف محمد عبد الله

جامعة الملك خالد - السعودية



د. سعيد محمود موسى عبد الحميد

جامعة الملك خالد - السعودية
وجامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم - السودان

ملخص:

أجريت هذه الدراسة لمعرفة مشكلات تعليم الأصوات لطلاب اللغة العربية الناطقين بغيرها بالمعاهد المتخصصة في السعودية؛ للوصول إلى أنواع مشكلات الأصوات ووصفها، وتصنيفها، وأسبابها، وسرد المعالجات. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثان المنهج الوصفي القائم على التحليل لمناسبتها طبيعة الدراسة، وأعدا استبانة للمتعلمين، ومقابلة للأساتذة؛ لمعرفة وجهات نظرهم في هذه المشكلات، وعينة الدراسة (55) متعلماً من المستوى الثالث بالمعاهد المتخصصة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها بالمملكة العربية السعودية، و(36) مدرّساً. وتوصلت إلى أن: من أبرز مشكلات تعليم الأصوات صعوبة نطق الصوت عند وروده في كلمة، ومن أسباب مشكلات تعليم الأصوات عدم تفريق المتعلم بين الحركات والمدود، وأنَّ البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد يساعد في حل مشكلات تعليم الأصوات، وقلة ساعات التدريس تؤدي إلى ضعف إتقان الأصوات، وضرورة الاعتماد على المتخصصين، وذوي الخبرة في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها. وأوصت الدراسة بالعناية بالتدرج في التدريبات الصوتية، واعتماد ساعات تدريسية كافية للتدرب على الأصوات وإتقانها، والاهتمام بالتدريب المستمر للمعلمين، والاستعانة بالوسائل الحديثة في تعليم الأصوات العربية.

الكلمات المفتاحية: مشكلات - الأصوات - تعليم - الناطقون بغير العربية

بلاغة تمكين المرأة في القرآن الكريم

سياق لفظي (امرأة والنساء) أنموذجاً

Rhetoric of empowering women in the Holy Quran

Verbal context (woman and women) as a model



د. شومة بنت محمد الفاضلي البلوي

أستاذ البلاغة والنقد المشارك - جامعة تبوك / السعودية

أ.د. مازن موفق صديق الخيرو

أستاذ البلاغة والنقد الأدبي - جامعة الموصل / العراق

الملخص:

فإن مفهوم (التمكين) أصبح ضرورة يجب معالجتها ومعرفة حدودها، وذلك في سياقات الخطاب القرآني، فيما يتعلق بالمرأة، إذ أخذت مكانة المرأة تتلاشى في ظل التيارات الفكرية العاصفة بمقدراتها، وأصبحت المرأة أكثر عرضة للغرق في ويلات العولمة، ودعوة التحضر، وممارسة الترفيه أكثر من أي وقت مضى؛ لذا وجب علينا معالجة هذا الموضوع بناءً وانطلاقاً من الركيزة الأساسية التي خطت لنا منهج حياتنا الإيمانية والسلوكية - القرآن الكريم، فتنبعنا ما يتعلق بألفاظ ذكر المرأة بلفظي (المرأة والنساء) لمعرفة طرائق تمكينها من العيش بعزة وكرامة وتكريم في الدنيا والآخرة سلوكاً اجتماعياً وعبادة، واشملت خطة البحث على مقدمة ومطلبين وخاتمة وقائمة بالمصادر والمراجع، تضمن المطلب الأول (سياق تمكين المرأة بلفظ (امرأة)) في حين جاء المطلب الثاني (سياق تمكين المرأة بلفظ (النساء)).

الكلمات المفتاحية: بلاغة، تمكين، المرأة.

Abstract:

The concept of (empowerment) has become a necessity that must be addressed and its limits known, in the contexts of the Qur'anic discourse with regard to women, as the status of women is fading in light of the stormy intellectual currents with their capabilities, and women have become more vulnerable to drowning in the scourge of globalization, the call for urbanization, and the practice of entertainment more than Ever; Therefore, we had to deal with this issue constructively and based on the basic pillar that planned for us the curriculum of our faith and behavioral life - the Holy Qur'an. The research plan included an introduction, two demands, a conclusion, and a list of sources and references. The first requirement included (the context of empowering women with the word "woman"), while the second requirement came (the context of empowering women with the word "women").

التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة في العراق للمدة (2010-2020)



د. اوراس غني عبد الحسين - العراق
جامعة بغداد / كلية التربية للبنات



د. سماح صباح علوان - العراق
جامعة بغداد / كلية التربية للبنات

الملخص:

تعد الخارطة من أنجح الطرق في تمثيل الظواهر الطبيعية والبشرية، إذ لا توجد دراسة جغرافية ناجحة مالم تدعم بالخرائط والرسوم البيانية والأشكال المصممة على أساس علمي معتمد على البيانات لخدمة الدراسة، لذا تناول هذا البحث التمثيل الخرائطي لدرجات الحرارة في العراق باستخدام بيانات درجات الحرارة السطحية المسجلة خلال المدة من (2010 - 2020) لـ 20 محطة مناخية موزعة على أرجاء البلاد لإنشاء خرائط حرارية مفصلة توضح الأنماط الموسمية والجغرافية لدرجات الحرارة. تهدف الدراسة إلى توضيح الخصائص الحرارية في العراق وتمثيلها خرائطياً بأفضل الطرق والوسائل المتبعة من خلال الاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية (GIS) لغرض إبراز التباين المكاني والزمني للمتغير المراد تمثيله؛ إذ تم استخدام عدد من الطرق لتمثيل درجات الحرارة لإعطاء صورة عن أهم الطرق المستخدمة في تمثيل الخرائط الطباقية ومنها طريقة خطوط التساوي والتمثيل المساحي والتضليل والتمثيل النسبي والأعمدة من أجل فهم أي نوع من الطرق يمكن أن تكون هي الأفضل والتي تغني عن باقي الأنواع رغم أن لكل نوع مميزات تختلف عن النوع الآخر، تبرز أهمية تطبيقات خرائط الحرارة المستخدمة في البحث بكونها وسيلة فعالة يمكن استخدامها لدعم القرارات المتعلقة بالتخطيط الحضري والبيئي، وخلص البحث إلى أن التوزيع الجغرافي للحرارة في العراق يظهر توزيعاً متفاوتاً فيه، حيث أظهرت المناطق الجنوبية معدلات حرارة أعلى مقارنةً بالمناطق الشمالية، وإن استخدام طريقة التضليل المساحي واللوني هي الأفضل والأوضح بصرياً في تمثيل درجات الحرارة تمثيلاً ممتازاً.

الكلمات المفتاحية: خطوط التساوي، التمثيل المساحي، التضليل النسبي، الأعمدة البيانية.

أثر استخدام الوسائط التفاعلية على استدامة عملية الترويج السياحي لإمارة عجمان بالتطبيق على حملة ترويجية «لبيت الشاعر راشد الخضر بعجمان»

“The Impact of Using Interactive Media on the Sustainability of the Touristic Promotion Process in the Emirate of Ajman, Applied to the Promotional Campaign for 'Poet Rashid Al Khadhar's House in Ajman.”

Obstacles Facing Palestinian Drama and the Requirements for its Development from the Point of View of its Workers



د. سمير بني ياسين

أستاذ مساعد كلية الإعلام
جامعة المدينة عجمان



د. سمر عبد الحليم

أستاذ مساعد في كلية الإعلام
جامعة المدينة عجمان



الباحث ناجي محمد ناجي



الباحث محمد معين الحوسني



الباحث حمد سلطان المطروشي

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مميزات الوسائط المتعددة في استدامة عملية الترويج للقطاع السياحي بإمارة عجمان، بالتركيز على دور هذه الأخيرة في الترويج السياحي والنهوض بالنشاط السياحي والمساهمة في جذب السياح من خلال التطرق الى أهم العمليات التي تقوم بها، والميزات التي توفرها. تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تدرس دور تطبيقات الوسائط المتعددة في استدامة الترويج السياحي، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، لدراسة عينة قصدية تطبيقية قوامها 50 مفردة من اداريين ومتخصصين وطلاب جامعة المدينة عجمان للتطبيق على حملة ترويجية لإعادة ترميم بيت الشاعر راشد الخضر بعجمان بوصفه أحد أهم المعالم السياحية والتراثية في الإمارة. وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها أن الوسائط المتعددة لها دور جد فعال في استدامة عملية الترويج السياحي في إمارة عجمان - ارتفعت نسبة الرغبة في زيارة موقع دائرة التنمية السياحية بعجمان بعد إضافة افتراض إدخال أدوات وتقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي والميتافيرس على بعض الخدمات السياحية، وساهمت الوسائط المتعددة في زيادة الرضى عن الخدمات السياحية المقدمة، وساهمت الوسائط المتعددة في إيجاد تجربة سياحية فريدة ومستدامة. الكلمات المفتاحية: الوسائط المتعددة التفاعلية، الاستدامة السياحية، التسويق والترويج السياحي، الإعلام الجديد (الإعلام التفاعلي).

أبحاث العدد

التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم

Strategic tourism planning to achieve the comprehensive
development of the regions



أ. د. سمير سليمان الجمل - فلسطين



أ. د. حنان صبحي عبدالله عبيد
رئيس قسم الدراسات العليا بالجامعة
الأمريكية مينيسوتا USA/بريطانيا



أ. د. محمد عرب الموسوي
رئيس قسم الجغرافيا / كلية التربية الأساسية
جامعة ميسان / العراق

هدف البحث

هدف البحث التعرف إلى التخطيط السياحي الاستراتيجي لتحقيق التنمية الشاملة للأقاليم لتحقيق الترويج السياحي من خلال الكليات السياحية بالجامعات لأن للجامعات مسؤوليات خطيرة ينبغي أن تقوم بها ومشكلات سياحية مستعصية يجب أن تجد العلاج المناسب لها. وتم الاعتماد على المنهج الوصفي - ومن أهم نتائج البحث: ضرورة أن تكون جامعاتنا منتجة، وتسهم مساهمة فعلية في اتخاذ القرار السياسي والسياحي والاقتصادي والاجتماعي، وعليها إن لم تجد الأذن الصاغية والموقف المشجع من مؤسسات ودوائر الدولة أن تبادر بكل قوتها وإمكاناتها وتفرض نفسها للدخول في معترك الحياة والمشاركة الفعلية وأن يكون هناك ارتباط وثيق بين الجامعات والمراكز والوحدات البحثية السياحية، لأن وظيفة الأخيرة خالصة للبحث العلمي. وهذا يتطلب من الجامعة توفير الدعم المالي والمعنوي للمراكز والوحدات البحثية وتوفير الإمكانات اللازمة للبحوث والدراسات التطبيقية والانتقال من المجال التنظيري المحض إلى المجال التطبيقي إلى المجتمع للملازمة مشاكله السياحية واحتياجاته وتفعيل دور الأجهزة الإعلامية مع التركيز في البحوث العلمية والرسائل والأطاريح العلمية على مشاكل المجتمع السياحية والجوانب التطبيقية عن طريق استيعاب حاجات المجتمع.

الكلمات الدالة: التخطيط الاستراتيجي، قطاع السياحة.

Abstract:

The aim of the research is to identify the strategic tourism planning to achieve the comprehensive development of the regions, to achieve tourism promotion through the tourism colleges in the universities, because the universities have serious responsibilities that they should carry out, and incurable tourism problems that must find the appropriate treatment for them. The descriptive approach was relied upon - and among the most important results of the research: the need for our universities to be productive, and to make an effective contribution to political, tourism, economic and social decision-making, and if they did not find the listening ear and the encouraging attitude of the institutions and departments of the state, they should take the initiative with all their strength and capabilities and impose themselves to enter the arena Life, active participation, and a close link between universities, centers, and tourism research units, because the function of the latter is purely for scientific research. This requires the university to provide financial and moral support for research centers and units and to provide the necessary capabilities for research and applied studies and to move from the purely theoretical field to the applied field to the community in order to touch its tourism problems and needs and activate the role of the media with a focus in scientific research, theses and scientific dissertations on the problems of the tourism community and the applied aspects of it, by accommodating the needs of the community.

Keywords: strategic planning, tourism sector.

مقدمة :

استغلالها لتحقيق أكبر قدر من الإنتاج والتنمية بهدف رخاء المجتمع ورفاهيته.(Obaid, & els, 2022).

وقد يلحظ في التخطيط محاكاة حقيقية لكل الجهود الإيجابية، والعمل البناء المنظم، الذي يستجيب لإرادة التغيير، لذا فالتخطيط تابع من طموح شامل يستهدف التغيير إلى ما هو أفضل، لكي تكون الزيادة لحساب حركة الحياة، والتخطيط يتخذ من العلوم، ومن الأساليب العلمية وسيلة لتحقيق الهدف، ولكي يكفل عملية التنمية؛ لأنه فن وإبداع، لاكتشاف الوسيلة الملائمة لعملية التنمية.

ويكون التخطيط السياحي على كل المستويات، ومن أجل تحقيق كل الأهداف، بهدف اشباع رغبات الإنسان ومصلحه، فعلى المستوى الفردي يسعى الإنسان من خلاله إلى تحسين مستوى معيشته، وعلى المستوى المجتمعي يسعى الإنسان إلى تنمية المستوى الحضاري، والاجتماعي، والاقتصادي، لكي يحقق الخدمات المختلفة وعلى المستوى السياسي يسعى لتحقيق امن الدولة وقوتها واستقرارها ودعم اقتصادها وعلى المستوى السياحي تحقيق التنمية المستدامة.

وتأسيساً على ما تقدم يمكن القول أن هناك ثلاثة أبعاد يؤكد عليها التخطيط السياحي هي: سرعة الإنجاز وانخفاض الكلفة والاستغلال الأمثل للموارد.

أولاً: مفهوم التخطيط السياحي

لقد أعطيت عدة تعاريف للتخطيط السياحي وسيتم التعرض لبعضها كمحاولة للوصول إلى تعريف عام وشامل يلم بكل الجوانب التي يعالجها:

التعريف الأول: هو الوظيفة الأولى للإدارة التي تسبق ما عداها من الوظائف وتقوم على عملية الاختيار بين البدائل، ومعنى هذا أن وظيفة

التخطيط أسلوب علمي تنظيمي لاتخاذ مجموعة من الإجراءات والقرارات اللازمة لتحقيق غايات وأهداف معينة ومحددة خلال فترة زمنية معينة، ووفقاً لإمكانات معينة، فالتخطيط أسلوب ومنهج تدخل فيه السياحة والسياسة والاقتصاد والإدارة وكل نشاط بشري ذو جوانب اجتماعية وطبيعية وبيئية، إذ يؤخذ بعين الاعتبار الأبعاد الزمنية الثلاث: الماضي والحاضر والمستقبل، والتخطيط علم تطبيقي عناصره الإنسان والاقتصاد والسياحة والمكان والزمان وهدفه السعي لتحقيق علاقة مثلى بين هذه العناصر لتحقيق مردود أفضل، والمردود هو التنمية المستدامة باشكالها المختلفة، ولكي يكون التخطيط سليم لابد ان يعتمد على افق واستشراف فكري واسع.(Obaid,2021).

وقد ذهب البعض الى انه اسلوب او منهج يهدف الى حصر ودراسة كافة الامكانات والموارد البشرية واللوجستية المتوفرة في الكليات السياحية على كافة المستويات وتحديد كيفية استغلال الموارد لتحقيق الأهداف المرجوة خلال مدة زمنية معينة (Ebert, J. Ronald & Griffin, 2009)، ويذهب البعض الى انه أسلوب عملي يهدف إلى دراسة جميع أنواع الموارد والإمكانات المتوفرة في الدولة، وتحديد كيفية استخدام هذه الموارد في تحقيق الأهداف وتحسين الأوضاع واشباع حاجات المجتمع السياحية، فهو أسلوب يهدف إلى حصر ودراسة كافة الإمكانيات والموارد المتوفرة في الإقليم أو الدولة، وتحديد كيفية استغلال هذه الموارد والإمكانات لتحقيق الأهداف المرجوة خلال فترة زمنية معينة، فالتخطيط بهذا التعريف يرتبط بكل العلوم الدراسة للموارد الطبيعية والبشرية بهدف معرفة مدى إمكانية

التخطيط تسبق باقي الوظائف الإدارية، لانه يقوم على الاختيار الواعي والمقصود والمنطقي، وهذا الاختيار يكون بين مجموعة من البدائل التخطيطية. (Obaid,2021).

التعريف الثاني: يعرفه البعض على انه التنبؤ بالمستقبل القريب والبعيد واتخاذ مايلزم لمواجهة، فهو بعد النظر الذي يتجلى في القدرة على التنبؤ بالمستقبل والتحضير له بإعداد الخطة الملائمة، ومن هذا التعريف يتضح أن التخطيط يقوم على عملية التنبؤ بالمستقبل وتقدير الاحتياجات ووضع الخطط لما يخفيه المستقبل والتأقلم مع الظروف المستحدثة. (المغربي، 2006).

التعريف الثالث: هو الأسلوب العلمي الذي يتضمن حصر الموارد البشرية والمادية واستخدامها بطريقة علمية وعملية لسد احتياجات الفرد والمجتمع بما يحقق العدالة في التوزيع وتحقيق التنمية المستدامة، مع الاخذ بنظر الاعتبار مشاركة الجميع والاخذ بأرائهم، ويتضح من هذا أن التخطيط السياحي هو أسلوب علمي يتم على أساس الموارد اللازمة لعملية الإنتاج وتنظيم الموارد المالية واستخدامها بأحسن الطرق بوضع خطة شاملة. (الدجني، 2011).

التعريف الرابع: يعرفه جورج تيري على انه: الاختيار المرتبط بالحقائق والمعطيات ووضع واستخدام الفروض المتعلقة بالمستقبل عند تصور الانظمة المقترحة التي تعتقد بضرورتها لتحقيق النتائج المنشودة، ومن هذا التعريف يتضح أن التخطيط السياحي يرتبط بالحقائق عن طريق الاختيار والانتقاء ووضع السياسات والإجراءات والخطط اللازمة لتحقيق النتائج والأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها. (الدجني، 2011).

من التعاريف السابقة يمكن تعريف التخطيط السياحي على أنه الوظيفة الأولى والعمل الرئيس الذي تعتمد عليه الوظائف الأخرى، فهو الذي يبين ما يجب عمله لتحقيق هدف معين خلال مدة زمنية معينة ووفقاً لإمكانات محددة، وهو العتبة الأولى والأهم لتحقيق التنمية، فهو نشاط إنساني واع ومقصود يهدف لتحقيق أهداف عليا تسهم في صناعة التقدم والرخاء.

ثانياً: الاتجاه العالمي للتخطيط السياحي

ظهرت بعض المحاولات المبكرة في القرن التاسع عشر وكانت تمثل نقطة تحول أساسية على طريق التنمية وصولاً إلى التقدم، فتمثل ذلك في الأخذ بشكل من أشكال التخطيط السياحي في بعض الدول الأوروبية، وقد هيأت هذه المحاولات أذهان الناس للقبول بمنطق وأهداف التخطيط السياحي لحساب عمليات التنمية المستدامة، ثم جاءت الثورة الصناعية في أوروبا لكي تحدث توجهاً إلى التخطيط السياحي بوصفه أسلوب علمي منظم.

ومن ثم شهد القرن العشرين تصاعد الاهتمام بالتنمية من خلال التخطيط السليم لها، كما شهد تصاعد اهتمام واعتماد التخطيط السياحي على الأساليب العلمية؛ لكي يؤدي المهمة المنوطة به وصولاً إلى نمط من أنماط حسن الاستخدام.

ووضع التخطيط السياحي في شكله الأمثل لحساب التنمية دعا إلى خبرات فنية ومهارات يمتلك الجغرافيون الشيء الكثير منها لتزويد وتبصير فريق المخططين بكل العوامل والضوابط الطبيعية والبشرية والحضرية والاجتماعية التي يمتلكها الإقليم الجغرافي لكي تسهم في تحقيق أهداف تنميته وتطويره وتحقيق مستويات معيشية مناسبة لسكانه.

ثالثاً: التخطيط السياحي الاستراتيجي الإقليمي

لبيان مفهوم التخطيط السياحي الاستراتيجي الإقليمي علينا الوقوف على كلا من المصطلحين على انفراد، التخطيط السياحي الاستراتيجي: هو التخطيط الذي يُسهم بحدوث تغير نوعي في المنشأة أو المؤسسة، ويُطبق من خلال الإدارة العليا، ويُعد تأثيره طويل الأجل، ومن الأمثلة عليه التخطيط لإنشاء سوق سياحية جديدة، وقد يستمر لمدة تزيد على عشر سنوات، أما التخطيط السياحي التكتيكي: فهو التخطيط المُطبق من خلال كل من الإدارتين الوسطى والعليا، ويُعد تأثيره متوسط الأجل، ويُستخدم لتقديم المساعدة التخطيط السياحي الاستراتيجي، ومن الأمثلة عليه دراسة حجم الطلب في السوق السياحية على منتج ما، أما التخطيط السياحي التشغيلي فهو التخطيط المُطبق من خلال كل من الإدارتين الدنيا والوسطى، ويُعد تأثيره متوسط الأجل، ومن الأمثلة عليه تحديد الموارد التي تحتاجها العملية السياحية الإنتاجية.

- التخطيط السياحي الاستراتيجي

جاء مفهوم التخطيط السياحي الاستراتيجي بشكل متأخر بعض الشيء، إذ ظهر ما يسمى التخطيط السياحي الاستراتيجي في كتاب (Ansoff) «استراتيجية المؤسسة» المنشور عام 1965 مستنداً إلى أفكار مدارس الأعمال الأمريكية.

يمثل التخطيط السياحي الاستراتيجي عملية شمولية متكاملة تشتمل جميع قطاعات التنمية المختلفة سياحياً واقتصادياً وبيئياً وعمرانياً واجتماعياً وتحتوي على التفكير السياحي الاستراتيجي الذي يأخذ بنظر الاعتبار النواحي المستقبلية، كما أنه تقوم على مبدأ أساسي وهو المشاركة المجتمعية مما يجعلها أكثر أهمية وقدرة على تنمية الإقليم بالصورة الملائمة (Ebert, J. Ronald & Griffin, W. Ricky, 2009).

أهداف التخطيط السياحي: التخطيط العام

يجيب على أربعة أسئلة هي:

1. ماذا نريد أن نفعل؟ وما هو الهدف الذي نطمح للوصول إليه؟
2. أين نحن من ذلك الهدف الآن؟
3. ما هي العوامل التي ستساعدنا أو ستعيقنا عن تحقيق الهدف؟
4. ما هي البدائل المتاحة لتحقيق الهدف؟ وما هو البديل الأفضل والملائم؟

من خلال التخطيط السياحي ستحدد طرق سير الأمور التي سيقوم بها الأفراد، والإدارات، والمؤسسات لمدة أيام وشهور وسنوات، التخطيط السياحي يحقق هذه النتائج من خلال:

1. تحديد الموارد الطبيعية والبشرية المطلوبة.
2. تحديد كيفية وآلية استغلال الموارد.
3. تطوير قاعدة البيئة التنظيمية حسب الأعمال التي يجب أن تنجز (الهيكل التنظيمي).
4. تحديد المستويات القياسية في كل مرحلة وبالتالي يمكن قياس مدى تحقيقنا للأهداف مما يمكننا من إجراء التعديلات اللازمة في الوقت الملائم.

يمكن تصنيف التخطيط حسب الهدف منه أو اتساعه إلى ثلاث فئات مختلفة تسمى:

1. التخطيط السياحي الاستراتيجي: يحدد فيه الأهداف العامة للمؤسسة.
2. التخطيط السياحي التكتيكي: يهتم بالدرجة الأولى بتنفيذ الخطط الاستراتيجية على مستوى الإدارة الوسطى.
3. التخطيط السياحي التنفيذي: يركز على تخطيط الاحتياجات لإنجاز المسؤوليات المحددة على مستوى الأقسام أو الإدارات. (الصيرفي، 2008).

أي انه عملية تحديد الأهداف الرئيسية لمنظمة الأعمال وتحديد السياسات والاستراتيجيات التي تحكم العمليات واستثمار الموارد لتحقيق الأهداف» (Wheelen, 2012). (Thomas & Hunger. J. David).

التخطيط السياحي الإقليمي:

هو ذلك الأسلوب الذي يأخذ بنظر الاعتبار البعد المكاني أو الجغرافي لعملية التنمية، لإذابة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين أقاليم الدولة الواحدة، وتطبيق أفضل الطرق العلمية لتحقيق أحسن استغلال للموارد الطبيعية والبشرية، وباختصار شديد: إنه محاولة مدروسة للتوصل إلى الاستغلال الأكمل للموارد الطبيعية، عن طريق التخصص الإنتاجي الإقليمي، بحسب المزايا الطبيعية لكل إقليم من أقاليم الدولة والتخطيط عملية مستمرة تتضمن تحديد طريقة سير الأمور للإجابة عن الأسئلة مثل ماذا يجب أن نفعل، ومن يقوم به، وأين، ومتى، وكيف، وبواسطة التخطيط السياحي يمكن إلى حد كبير تحديد الأنشطة التنظيمية اللازمة لتحقيق الأهداف، التخطيط السياحي الإقليمي عملية موجهة نحو المستقبل لحل المشاكل وهو يتناسب مع التصنيف العام للتخطيط، ولكنه يختلف عن الصيغ الأخرى بأنه يختص بالتخطيط على المستوى الإقليمي أي ان البعد الجغرافي يحتل أولوية كبيرة في هذا النوع، ومن الأسباب الداعية إلى التخطيط السياحي الإقليمي وجود ما يعرف بتعدد وتنوع الاحتياجات بين إقليم وآخر، فبعض الأقاليم تختلف عن غيرها، إذ تتميز بعضها بثرواتها ومواردها الطبيعية السياحية المتعددة، وفي المقابل توجد أقاليم غنية بمواردها البشرية، إلا أنها تعاني من قلة الموارد الطبيعية، وهنا يأتي التخطيط السياحي الإقليمي للمساهمة في إيجاد الربط بين هذا الإقليم وذاك عن طريق تحسين

طرق المواصلات وسبلها لإيجاد التوازن الإقليمي السياحي.

التخطيط السياحي الإقليمي لا يعد موضوعاً مستقلاً عن بعض العلوم الأخرى، لأن التخطيط السياحي الاستراتيجي يختلف باختلاف الهدف المقصود منه سواء كان تخطيطاً سياحياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو عمرانياً أو غير ذلك، فالإقليم وتركيبه المتنوع ومقومات قيام المواقع العمرانية كالقرى والمدن والموانئ، كذلك المشكلات السياحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية تتأثر كلها بالبيئة، وعلى ذلك فلا يمكن أن يكون هناك التخطيط السياحي الإقليمي دون الإلمام بظروف المظهر الطبيعي والمظهر الحضاري والعوامل المتعددة التي أسهمت في تشكيله سواء كانت عوامل طبيعية أو بشرية.

التخطيط السياحي الاستراتيجي الإقليمي أكثر ارتباطاً بالبيئة لأن دراسة الإقليم في جوهره دراسة تطبيقية كما أن حاجات الإقليم مرتبطة بظروفه الطبيعية والحضارية ومن ثم يكون التخطيط السياحي استجابة للعلاقات القائمة بين الإنسان والأرض بقصد الوصول إلى استغلالها الأمثل لصالح الإنسان ورفاهيته، وبهذا التخطيط السياحي الإقليمي لا يختلف عن مفهوم التخطيط بل هو جزء من التخطيط الشامل، والخلاف بينهما في مركزية القرار التخطيطي، وربما تختلف تعاريف التخطيط الإقليمي وفقاً للمدارس الفكرية التي ينتمي لها الباحثون والمفكرون، ولا بد من معرفة ماهية الإقليم قبل الخوض في مفهوم التخطيط السياحي الإقليمي وبذلك هو علم وفن ومهارة، فهو علم لأنه يبحث في حقائق الأشياء بإجراء البحوث العلمية والدراسات الميدانية المختلفة، وهو فن لأنه يرتب وينظم استعمالات الأرض داخل الإقليم، وهو مهارة لكون السلطات العامة في الدولة هي التي تصدر قراراتها

بتنفيذ بنود الخطط الإقليمية، لذا يعرف جون فريدمان (J.Friedmann) التخطيط السياحي الإقليمي بأنه: «نوع متخصص من التخطيط، يهتم أساساً بالترتيب المبني على التقويم الشخصي للأنشطة الاقتصادية الموجودة في مكان اقتصادي معين، يشتمل على مدينة واحدة مع تحديد وتوضيح الأهداف الاجتماعية المراد تحقيقها من خلال عملية التخطيط».

الإقليم - مفهومه وأنواعه :

أبسط تعريف للإقليم: هو منطقة من سطح الأرض لا يمكن وصفها بالإقليم إلا إذا اقترنت بصفة جغرافية أخرى، فإذا تشابهت المحاصيل الزراعية كان ذلك إقليماً زراعياً وإذا تشابهت الصفات المناخية كان ذلك إقليماً مناخياً، أما إذا كان كانت المنطقة تحتوي على مناجم أو حقول نفطية فيطلق عليه إقليماً معدنياً أو نفطياً، هذا فيما يتعلق بالإقليم الطبيعي، أما الإقليم البشري فهو مساحة من الأرض تتشابه بها الصفات الطبيعية كأن تكون تحتوي على صناعة واحدة أو يقطنها أجناس بشرية معينة أو أن سكانها يعملون في مهنة معينة أو منطقة لها خصائص اجتماعية أو حضارية أو ثقافية معينة، وربما يتدخل الإنسان لتكوين أقاليم خاصة من خلال الحدود السياسية والإدارية فنطلق عليه حينئذ إقليماً سياسياً أو إدارياً، وهي أقاليم واضحة المعالم ومحددة بدقة عكس الأقاليم الأخرى، وربما يكون الإقليم كبيراً لدرجة أنه يضم قارة بأكملها وربما تقل مساحته إلى مستوى وحدة إدارية داخل دولة ما.

وغالباً ما تكون الحدود الطبيعية بين إقليم وآخر كان يكون حوض نهر أو سلسلة جبلية أو صحراء شاسعة وغير ذلك، ويفرق البعض بين الأقاليم الخاصة التي يكون فيها كل إقليم ذو خصوصية معينة والأقاليم المركبة التي يطلق عليها

الأقاليم المتجانسة التي تحتوي على عدة أقاليم ثانوية من نوع واحد، وتعد الأقاليم الجغرافية نتاجاً للعلاقة المتبادلة بين الإنسان وبيئته، سواء كانت أقاليم كبرى (Macro Regions)، أو أقاليم صغرى للغاية (Micro Regions)، وكلما كان الإقليم صغيراً كلما كان محدداً بدقة، بينما إذ تضخم الإقليم كان التعميم هو السمة الغالبة في تحليل الظواهر المختلفة.

وتقسم الأقاليم:-

- 1- الأقاليم النسقية (Uniform): هي التي تحتوي على خصائص بشرية أو طبيعية متجانسة كالأقاليم المناخية والنباتية والتضاريسية.
- 2- الأقاليم الوظيفية (الخاص) (Functional Region): هي الأقاليم التي تؤدي وظيفة معينة في مدينة كبيرة كالوظيفة التعليمية أو الصحية أو الرياضية أو الترفيهية أو الصناعية وتكون هذه المدينة مركز خدمة للمنطقة المحيطة بها، وهي تلك المنطقة المخدومة في مدينة كبيرة، إذ تمتد فوقها مجالات ووظائف المدينة.
- 3- الأقاليم العامة (الكبرى) (Macro region): ومثال ذلك إقليم غرب آسيا أو إقليم الشرق الأوسط، وتستخدم هكذا أقاليم في معالجة ودراسة أقاليم كبرى تمتد لمساحات شاسعة.
- 4- الإقليم المدرك (Perception of the region): ويقصد به المنطقة التي يشترك أبنائها برؤى ذاتية تميزهم عن غيرهم وفقاً للخبرة والثقافة التي يتميز بها السكان، والأقاليم الإدراكية تتباين عبر الزمن مكانياً وفي الخصائص، ويعد الإقليم المدرك من الأقاليم الديناميكية بسبب التغير في الخبرة والنمط الاجتماعي للأفراد.
- 5- أقاليم التخطيط (Planning regions) ويوجد نوعين رئيسيين من أقاليم التخطيط هما:

أ- الأقاليم الإدارية: حيث يتم اعتماد الوحدات الإدارية القائمة في دولة ما كان تكون محافظات أو أفضية أو نواحي.

ب- أقاليم التخطيط المستحدثة (تعرف هذه العملية استحداث الأقاليم لأغراض التخطيط بالأقلمة).

مراحل التخطيط السياحي الإقليمي:

أولاً: التقسيم الإقليمي: أي دراسة المكان المراد تخطيطه وتقسيمه إلى أقاليم تخطيطية وفق الهدف من عملية التخطيط، إذ أن التخطيط السياحي قد يكون بيئياً أو اجتماعياً أو اقتصادياً أو سياسياً، وبالتالي يكون دور المخطط الاستراتيجي السياحي هنا تقسيم المكان المدروس إلى أقاليم تخطيطية، أي تجهزة للتخطيط السياحي وفق الدراسة المحددة مسبقاً، وقد كانت أكثر الأقاليم في أوروبا يتم تقسيمها على أسس اقتصادية، أما الآن فالإقليم الشامل هو هدف التقسيم.

ثانياً: التخطيط السياحي الإقليمي، وهو وضع خطط مستقبلية وفق الهدف الذي تم التقسيم لأجله، فإذا أردنا القيام بتخطيط إقليمي سياحي مثلاً، فيجب أن تكون المرحلة الأولى تمت على أساس الأقاليم التخطيطية السياحية، وحالياً تسود الأقاليم الشاملة معظم الدراسات العالمية لشموليته وأخذها بالحسبان جميع الجوانب التخطيطية. (Compbl, T, 2000).

أهداف التخطيط السياحي الإقليمي الاستراتيجي:

1. يساعد التخطيط السياحي الاستراتيجي الإقليمي على ترجمة الخطط الاستراتيجية الإقليمية والأهداف الموضوعية إلى خطط تفصيلية وبرامج وموازنات قابلة للتنفيذ.

2. يزيد القدرة التنافسية للإقليم لأن يحل البيئة الداخلية والخارجية باستمرار ويستعد لمواجهة الظروف الطارئة.

3. يتيح الفرصة للمخططين لمواجهة المشكلات التي تواجههم ووضع الاستراتيجيات البديلة.

4. تشجيع المخططين على وضع رؤية مشتركة للمستقبل وعلى وضع الاشتراك في الاستراتيجيات المحورية.

5. استشراف التغيرات في البيئة المحيطة وكيفية التأقلم معها.

6. الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة في الإقليم استخداماً فعالاً للحصول على أفضل النتائج.

7. استثمار الوقت بشكل فعال لتحقيق الأهداف الاستراتيجية وفق جدول زمني وخطة منظمة.

8. مراقبة الأداء بوضع معايير موضوعية أثناء تنفيذ البرامج في الإقليم.

9. بناء ثقافة بالتوجه المستقبلي للموارد البشرية وتكاتف الجهود لتحقيق الهدف المنشود.

من خلال ما سبق فإن الأقاليم بحاجة ماسة للتخطيط الاستراتيجي الإقليمي لتحقيق أهدافها ومساعدتها في رسم التوجه المستقبلي لها، كما أنه يتناول جميع مكونات وعناصر ومراحل التخطيط والموارد البشرية والمهن التجارية والبنية التحتية والسياحة والصحة والتعليم والبيئة والنقل والمبادرات. (Compbl, T, 2000).

تسعى الأقاليم لتطبيق مبدأ التخطيط السياحي التنموي الاستراتيجي كمنهجية للتنمية وتطوير الأقاليم من خلال المشاركة الجماهيرية وتحقيق التنمية المستدامة للمجتمع اقتصادياً واجتماعياً وتسعى الأقاليم التخطيط السياحي

بسبب الزيادة المستمرة في عدد السكان لمواجهة تحديات الزيادة السكانية وتقليص نسب الفقر والبطالة؛ إذ يساعد التخطيط السياحي الإقليمي إلى إيجاد تفاهم مشترك بين القطاع العام والقطاع الخاص لتسهيل مهمة تنفيذ الخطط الاستراتيجية ومتابعتها وتقييمها من أجل اتخاذ قرارات مثلى في جميع المجالات. (Wabster, D. and Muller, L, 2012).

مداخل الاستراتيجية السياحية الإقليمية:

1. مدخل صياغة الاستراتيجية الإقليمية ينظر أصحاب هذا الاتجاه إلى الاستراتيجية السياحية على أنها خطة سياحية مستهدفة يتم تشكيلها وفق خطوات متسلسلة ثم يجري تنفيذها، أي أنها عملية تتضمن تحديد رسالة المؤسسة والأهداف والاستراتيجيات والسياسيات التي تعمل على تحقيق الاستراتيجية السياحية المقصودة للتعامل بكفاية وفاعلية مع الفرص والتهديدات في بيئة الأعمال في ضوء موارد المنظمة.
2. المدخل التشكيلي- تشكيل الاستراتيجية السياحية الإقليمية الناجحة تتجلى وتظهر من داخل الكليات السياحية من خلال المناخ التنظيمي لها وتدعيم موقعها التنافسي (ينظر المخطط 1).



المخطط (1) يمثل وجوه التحليل الاستراتيجي الإقليمي

Mintzberg.H.Crafting strategy Harvard business review 65(4).66-.1993.

تعود جذور الإدارة الاستراتيجية إلى العقد الثاني من القرن العشرين، عندما أدخلت جامعة هارفارد سياسات الأعمال ضمن المسابقات التي تدرسها بهدف تدريب طلابها على المهارات القيادية، ثم أصبح مساق الإدارة الاستراتيجية يدرس في عدد كبير من الجامعات الأمريكية (Devivo, Sharon Beth, 2008).

التطور التاريخي للتخطيط الاستراتيجية السياحية الإقليمي

يعد التخطيط الاستراتيجية السياحية الإقليمي مرحلة أساسية مهمة من مراحل العملية الإدارية بوصفه أسلوباً في التفكير والمفاضلة بين أساليب وطرق العمل لاختيار أفضل البدائل ملائمة للإمكانيات المتاحة من ناحية وطبيعة الأهداف المرغوب تحقيقها من ناحية أخرى في عالم أصبح قرية صغيرة بسبب ثورة المعلومات والاتصالات والتطور التكنولوجي والمعرفي، إذ فرضت الاتجاهات الحديثة في المنافسة أن تعيد المؤسسات النظر في عملية التخطيط برمتها لتتجه نحو التخطيط الاستراتيجي في رؤيتها للصورة الكلية لمستقبلها على المدى البعيد.

7- ميلز وسنو (Miles and Snow): عمل على تطوير أربعة نماذج للتفكير الاستراتيجي الإقليمي وهي، المدافع، والمستجيب، والمحلل، والمقاوم.

8- بورتر (Porter) قدم أنموذج مدرسة التصميم واهتم بتحليل الميزة التنافسية الاستراتيجية الإقليمية ومكوناتها.

9- كيلاني (Killany.A) طور أنموذج لاتخاذ قرار تربوي لقبول الطلبة في مرحلة التعليم العالي وتكون الأنموذج من ثلاث خطوات هي:

1- جمع المعلومات عن الطلبة الناجحين في الثانوية للعشر سنوات الماضية.

2- أعداد المقبولين في المؤسسة التعليمية العليا.

3- كلفة الطالب ودخل الأسرة السنوي والوصول إلى القرار الرشيد بالاعتماد على النسب المستخرجة.

10- بورتر (Porter): فهم معطيات بيئة المنافسة من خلال التحليل التركيبي وطرح ثلاثة خيارات استراتيجية: التمايز والتركيز وقيادة الكلفة.

11- ليدتكا (Liedtka): أظهرت أن مكونات التفكير الاستراتيجي الإقليمي، إذ يبنى على الرؤية الشمولية للمؤسسة، إيجاد قيمة لها تميزها عن الأنظمة المحيطة، والجمع بين ماضي وحاضر ومستقبل المؤسسة. مما يمكن المفكر الاستراتيجي الإقليمي من تفعيل وسائل تجمع بين الإبداع والتحليل واقتناص الفرص الذكية لتنفيذ المؤسسة الاستراتيجية الأمثل.

12- أوشاناسي وليدتكا (Shannassy and Lidtka) ظهرت في التسعينيات مفاهيم الكفاءة المحورية core-competence والمنافسة على المقدرات cometing on capabilities.

13- أوشاناسي (OShannassy): ظهر في أواخر التسعينات، إذ طور أنموذجاً لمكونات التفكير الاستراتيجي الإقليمي لمواجهة التغيرات الطارئة

ويرتبط التخطيط الاستراتيجي السياحي الإقليمي بالتفكير الاستراتيجي السياحي الإقليمي، إذ يأتي التفكير الاستراتيجي السياحي الإقليمي بالأفكار ويحدد درجة الحاجة لها، وإمكانية تطبيقها على الواقع، وعلى الرغم من أهمية التخطيط الاستراتيجي الإقليمي الذي يمثل التحليل ومعالجة الأرقام، لا يمكن الاستغناء عن التفكير الاستراتيجي الإقليمي الذي يشكل الحدس والإبداع؛ لأنهما يمثلان أدوات للإدارة الاستراتيجية الإقليمية. وقد تطورا عبر التاريخ كما أشار بعض الباحثين (ديراني والخطيب، 2011).

1- نيومان (Newman) إذ أشار أن الاستراتيجية الإقليمية مهمة جداً قبل التخطيط للمشروع.

2- شاندلر (Chandler) أشار إلى ضرورة المواءمة بين تغير البيئة واستراتيجية التنوع والتكامل، وبينها وبين الهيكل التنظيمي للمؤسسات لضمان بقائها.

3- انسوف (Ansoff): إن تفاعل المنتج مع رسالة المؤسسة مبنياً على التفكير الاستراتيجي الإقليمي وعلى المؤسسة التفكير بالبدائل الاستراتيجية الإقليمية التي تتسجم مع ظروفها.

4- اندرو وكريستيان وانسوف -Andrew. Chris. Ansoff: ظهر في الستينيات ووضع الأسس الرئيسة للتخطيط الاستراتيجي الإقليمي من خلال مزج ومقابلة الفرص المتاحة.

5- شيلد (Child): أشار إلى التفكير في الاختيار الاستراتيجي الإقليمي، وفي عوامل الموقف (البيئة والتكنولوجيا والحجم) واعتمد تفكير موقفي لتصميم استراتيجية إقليمية.

6- منتزنبيرغ (Mintzberg): استخدم نماذج للاختبار الاستراتيجي الإقليمي، منها أنموذج التكيف، وأنموذج التخطيط.

وتفعيل المقدرة الذهنية للمخطط الاستراتيجي لتحديد الفجوة بين الوضع الراهن والوضع المستقبلي المأمول ومشاركة جميع الأطراف المعنية في تشكيل الاستراتيجية لضمان التزامهم بالتنفيذ.

14- فينر (Vince) وضع أن التخطيط الاستراتيجي الإقليمي يهتم بصياغة وتشكيل الاستراتيجيات (عبيد، 2021) وتحليلها، أما التفكير الاستراتيجي الإقليمي يعتمد على الحدس المبدع الخلاق لجميع المستويات الإدارية وتولييفها لخدمة التخطيط الاستراتيجي.

ويرى البعض أن التخطيط الاستراتيجي الإقليمي عملية ذهنية تحليلية لاختيار الموقع المستقبلي للمؤسسة تبعاً للتغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية ودرجة تكيفها، ويبدأ بعملية تحديد رسالة المؤسسة وتحليل البيئة وتحديد الأهداف وتحديد وتطوير الاستراتيجيات ثم تقييمها واختيار الأنسب. (ينظر المخطط 2).

وفي مجال التخطيط الاستراتيجي يرى (Devivo) أنه لا بد من الإجابة على الأسئلة التالية (Devivo, Sharon Beth, 2008):

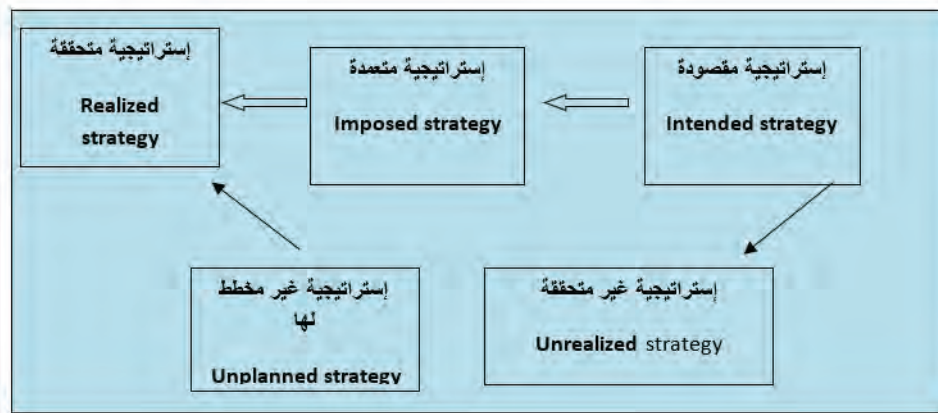
1- لماذا التخطيط الاستراتيجي الإقليمي يحتل مكانة هامة للإقليم الصغير قد تكون أكثر حاسية منها للإقليم الكبير؟

Why is the Regional strategic planning even more important for small Resignation than it is for a large Resignation?

2- كيف يمكن لمكونات النموذج التخطيطي أن تستعمل للتخطيط على مستوى الإقليم الدولة والأفراد؟

How could the major parts of planning model be used for national planning for country, Resignation, and individual career planning?

وتعد هذه المرحلة مهمة لأنها تحدد المسار الأساسي الذي يختاره المخطط لاستثمار الموارد المتاحة وصولاً إلى الأهداف المرسومة.



المخطط (2) أنموذج مينتزبيرغ للتعبير عن تطور الاستراتيجية السياحية الإقليمية

Source: Costing, Henry. (1993).reading in strategy and strategic planning: Orlando.harcourt brace collage published.36. (Mintzberg).

شروط التخطيط السياحي الاستراتيجي:

- 1- التحديد المسبق للأهداف والغايات المراد الوصول إليها. وأن يكون الهدف ممكن الوصول إليه وليس شيئاً مستحيلاً.
- 2- المقارنة بين الأهداف والغايات وكلفتها الاقتصادية، إذ يجب أن تكون الأهداف أكثر فائدة وأعظم مردوداً.
- 3- وضع السياسات والقواعد التي نسترشد بها في اختيارنا لأسلوب تحقيق الهدف، على أن لا تتعارض تلك السياسات والقواعد مع مصالح الآخرين أو مع حقوق الأجيال القادمة.
- 4- مراعاة الجانب الإنساني: يجب على المخطط وهو يضع الخطة أن يتذكر دائماً أنه يتعامل مع عنصر بشري، ذلك أن التنفيذ يتم بواسطة أفراد لهم مجموعة من العواطف والمشاعر، والاستعداد له دور بارز في إتمام العمل.
- 5- وضع واختيار بديل من بين عدة بدائل متاحة لتنفيذ الهدف المطلوب، وتحديد الإمكانيات اللازمة لتنفيذ هذا البديل، وفقاً للبدائل المتاحة.
- 6- تحديد الإمكانيات المتاحة فعلاً، ورصد المتوفر منها بشكل دقيق، وعدم البدء بالخطة إلا إذا كانت الإمكانيات المادية والمعنوية متوفرة بشكل متكامل.
- 7- تحديد كيفية توفير الإمكانيات غير المتاحة، أي تعظيم المردودات الأخرى بما يسهم بتوفير رصد مباشر للخطة.
- 8- وضع البرامج الزمنية اللازمة لتنفيذ الهدف المنشود، والتي تتناول تحديد النشاطات اللازمة لتحقيق الهدف، وكيفية القيام بهذه النشاطات، والترتيب الزمني للقيام بهذه النشاطات ثم تحديد المسؤولية عن تنفيذ هذه النشاطات.
- 9- القابلية للقياس: إن وجود مقاييس للخطط الاستراتيجية يتيح للإدارة التأكد من مدى تحقيق أهدافها، وهل يتم التنفيذ وفقاً لما هو مخطط له أم أن هناك انحرافات في الأداء، وهناك مقاييس مختلفة منها زمنية وكمية ونوعية.
- 10- المشاركة الجماهيرية في وضع الخطط الاستراتيجية السياحية، وبيان ماخفي من احتمالات للجماهير والإعلان عن الخطة، إذ أن الهدف من إعلان الخطة هو وضع العاملين أو المواطنين في الصورة الحقيقية للأسس التي قامت عليها الخطة والأهداف تتوخى تحقيقها.
- 11- دقة المعلومات والبيانات: إن البيانات الصحيحة والمعلومات الدقيقة هي الأساس الذي تبني عليه الخطة، وعلى أساسها يتم تحديد الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة، للخطة والوقت الملائم لتنفيذها والصورة التي سيكون عليها الوضع عند التنفيذ من النواحي الاقتصادية الاجتماعية والسياسية كافة. (Obaid, 2022).

استراتيجية سياحية لتنمية الأقاليم:

تمثل خطة عمل للنمو المتوازن وتصميم وتنفيذ برنامج تنموي شامل بالإقليم بحيث يعمل على تحسين مستوى الحياة لكل المواطنين بالتعاون مع جميع الأطراف المعنية بالإقليم لتحقيق الرفاهية وتحسين مستوى معيشة المواطنين (Cities Alliance، 2002)، وتعد الخطط الاستراتيجية السياحية للإقليم والتفكير الاستراتيجي السياحي الأداة الأساسية لتحديد كيفية مواجهة التغيرات بكافة أشكالها (Cities Alliance، 2011).

أهداف التخطيط السياحي الاستراتيجي:

- 1- تتحقق أهداف التخطيط السياحي الاستراتيجي والتي حددها الشامي فيما يلي (الشامي، 2000).
- 1- زيادة الإنتاج الكلي أو زيادة الخدمات السياحية من حيث الكم، تكون هذه الزيادات بالمعدلات التي تصبو إليها الخطة.
- 2- تحسين الإنتاج أو تحسين نوعية الخدمات السياحية من حيث الكيف، وتكفل الخطة التحسين في أساليب الاستخدام والتحسين في الأداء وصولاً إلى ما هو أفضل.
- 3- تجنب سوء الاستخدام والإسراف فيه من أجل حماية الموارد أو من أجل المحافظة على كفاءة الخدمات السياحية، ويكبح التخطيط جماح الاستنزاف لكي يدعم الإنتاج.
- 4- تجنب استنزاف الموارد والمرافق والخدمات ويتعين تنمية مستوى الخدمة ونوعية وحجم ونوعية الأداء ويكفل التخطيط السياحي الاستراتيجي ذلك، ويكون المطلوب ترشيد الاستخدام وصولاً للاستخدام الأفضل للخدمات.
- 5- دعم وإتاحة الحد الأقصى من التوازن والتوازي والتزامن بين تنمية الإنتاج وتنمية الاستهلاك ويأتي نجاح التخطيط السياحي الاستراتيجي من خلال برامج متوازنة ومتوازنة ومتزامنة.
- 6- حسن توزيع المشروعات الإنمائية التي تتضمنها برامج الخطة في إطار عام متوازن ومتكافئ والذان يجنبان عملية التنمية نتائج وسلبات كثيرة ومتنوعة.
- 7- زيادة درجة الاكتفاء الذاتي للمجتمع من الحاجات الضرورية مع الأخذ في الاعتبار زيادة حجم الاستهلاك نتيجة زيادة السكان أو الرغبة في زيادة مستوى المعيشة.

خصائص ومعايير الخطط الاستراتيجية السياحية الناجحة:

1. القابلية للقياس الكمي بالقدر المستطاع، مع الاعتبار لبعض الأهداف التي يصعب قياسها كميًا لتحقيق الرضا الوظيفي إلا أنه ينبغي الاجتهاد من إدارة المنظمة لوضع مقاييس وطرق وأساليب كمية ووصفية تساعد في الوصول إلى بعض المؤشرات والنتائج الدالة على تحقيق مثل هذه الأهداف.
2. المرونة: بحيث تتسم الأهداف بالقدرة على تحقيق التكيف مع التغيرات غير المتوقعة في بيئة أعمال المنظمة، وتكون المرونة وفق إطار محدد للتعديل، بمعنى أن يكون التغيير في مستوى الهدف وليس في طبيعته.
3. الوضوح والفهم: يجب أن تصاغ الأهداف بكلمات سهلة ومفهومة بقدر الإمكان من جانب الأفراد الذين سيتولون تحقيقها، وأن تكون محددة ودقيقة الصياغة بحيث يكون فهمها موحدًا وأن تصاغ على شكل نتائج متوقعة.

4. التوازن والتكامل: بحيث تختفي صور التناقض والتضارب بين الأنشطة والقرارات في المستويات الإدارية المختلفة، أو بين التقسيمات التنظيمية في المنشأة.

5. المشاركة والقبول: بحيث تكون الأهداف قد وضعت بمشاركة جميع الأطراف المسؤولة عن تحقيقها، كما أنه من المتوقع أن يبني المسؤولون والأفراد تلك النوعيات من الأهداف التي تتسجم مع تفضيلاتهم، فالقبول يأتي نتيجة للمشاركة ويفضل أن يمتد القبول ليشمل الفئات الخارجية مثل جماعات الضغط أو المنظمات التشريعية وغيرها من الفئات التي قد تقف عائقاً دون تحقيق الأهداف المزمعة.

6. التحفيز: بحيث توضع الأهداف في مستوى تحفيزي، بمعنى أن تكون مرتفعة بالدرجة التي تثير الأفراد وتستحثهم على الأداء المتميز، وهذا لا يتأتى إلا إذا كانت الأهداف سهلة التحقيق.

7. الملائمة: يجب أن تتناسب الأهداف الموضوعة مع الأغراض العامة للمؤسسة كما تم التعبير عنها في رسالتها، فكل هدف يجب أن يعكس كونه خطوة للأمام في سبيل تحقيق غايات المنظمة.

8. التوافق مع الظروف المحيطة للمنشأة: فلا تتعارض مع محددات العمل سواء الداخلية أو الخارجية.

التخطيط السياحي الاستراتيجي في دول العالم المتقدم يستند على أسس ثابتة لأنه يعتمد على معلومات غاية في الدقة والموضوعية، فضلاً عن توازن تنموي بين المشاريع والخطط المقترحة وبين معدلات النمو السكاني، ودرجة التحضر، وقد انعكس أثر التقنيات إيجاباً على عمليات التخطيط السياحي الاستراتيجي الحضري والإقليمي وانعكس ذلك بوضوح على سرعة الأداء ودقته وتعاظم فائدة، الأمر الذي أسهم في الارتقاء بمستويات الحياة ونوعيتها ومواصفاتها على مستوى الأفراد وارتفاع معدلات الرخاء الاجتماعي للمجتمعات. أما التخطيط السياحي الاستراتيجي الحضري والإقليمي في العالم الثالث فإن مشكلة التخطيط السياحي الاستراتيجي قضية متشابكة الجوانب، تختلف معوقاتهما بين الدول ومظاهر التخلف متعددة ومتباينة طبقاً لظروف كل مجتمع وخصائصه وإمكاناته، لكن بشكل عام تقسم المشاكل المتعلقة التخطيط السياحي الاستراتيجي في الدول النامية إلى ثلاثة جوانب هي مشاكل خاصة بالاستراتيجيات العامة ومشاكل تختص بالسياسات ومشاكل تتعلق بالقصور الإحصائي والمعلوماتي.

نتائج وتوصيات الدراسة :

1- يجب أن تكون جامعاتنا منتجة، وتسهم مساهمة فعلية في اتخاذ القرار السياسي والسياحي والاقتصادي والاجتماعي، وعليها أن تجد الأذن الصاغية والموقف المشجع من مؤسسات ودوائر الدولة أن تبادر بكل قوتها وإمكاناتها وتقرض نفسها للدخول في معترك الحياة والمشاركة الفعلية.

2- يجب أن يكون هناك ارتباط وثيق بين الجامعات والمراكز والوحدات البحثية السياحية، لأن وظيفة الأخيرة خالصة للبحث العلمي. وهذا يتطلب من الجامعة توفير الدعم المالي والمعنوي للمراكز والوحدات البحثية وتوفير الإمكانات اللازمة للبحوث والدراسات التطبيقية.

3- يجب أن تكون هناك انتقالاً من المجال النظري المحض إلى المجال التطبيقي والنزول إلى المجتمع لملامسة مشاكله السياحية واحتياجاته وتفعيل دور الأجهزة الإعلامية.

4- التركيز في البحوث العلمية والرسائل والأطاريح العلمية على مشاكل المجتمع السياحية والجوانب التطبيقية عن طريق استيعاب حاجات المجتمع.

- 5- تأسيس حالة من الثقة المتبادلة بين الجامعة والمجتمع وحاجة كل منهما للآخر، فضلاً عن ضرورة وجود قنوات اتصال بين القيادة السياسية والسياحية في المجتمع والقيادات الإدارية في الجامعة.
- 6- إيجاد حالة من الوعي الجماهيري الذي يؤكد على حاجة المجتمع إلى الجامعة، وانها الضمان الوحيد لصناعة القرار السليم، كما أن على الجامعة أن تعي أن المجتمع هو الضمان الأول لوجودها.
- 7- معالجة الأفكار الخاطئة في المجتمع التي تعتقد أن الجامعة مرحلة يمر خلالها الطالب للحصول على شهادة جامعية تؤهله للحصول على عمل، الأمر الذي يخلق من الطالب مجرد متلقي يكرس جهده لتحصيل المعرفة ولا يعطي اهتمام للبحث والتفكير العلمي.
- 8- على الجامعة أن تقوم بنشر أفكارها ومبادئها من خلال تزويد مؤسسات الدولة ودوائر المجتمع بنسخ من الرسائل والأطاريح والبحوث العلمية.
- 9- تعزيز وتشجيع الجوانب الإنتاجية في بعض الأقسام، ومنها الأقسام الزراعية والطبية والهندسية والاستشارية، لكي يكون للجامعة ميزانيتها المالية المستقلة.
- 10- إيجاد حالة تفاعلية وتأسيس واقع من الثقة المتبادلة بين الجامعة والمجتمع بما يسهم بتنمية واقع المجتمع من خلال استضافة رموز المجتمع وأصحاب القرار في المؤتمرات والندوات والحلقات النقاشية التي تعقدها الجامعة، أي أن على الجامعة أن تكون هي الرائدة والمبادرة في هذا المجال بحكم فكرها الشمولي الناضج. كما أن على المجتمع أن يقوم بتكريم العلماء والباحثين والطلبة المتفوقين بما يشكل حافزاً لمزيد من البذل والعطاء واستقلال البيئة المحلية، فضلاً عن تقديم التبرعات والمساعدات للجامعة.
- 11- على الجامعة أن تتوسع في عقد المؤتمرات والندوات السياحية المتعلقة بإيجاد علاقات تفاعلية بينها وبين المجتمع الخارجي، والوقوف على المعوقات التي تقف حائلاً أمام مساهمة الجامعة وتوثيق علاقتها بالمجتمع ووضع الحلول المناسبة.
- 12- إعطاء الأولوية في إعداد البرامج التعليمية السياحية للمستوى النوعي ومواكبة احتياجات سوق العمل، وتوفير بيئة تعليمية ثقافية تخدم احتياجات الطلاب العلمية والثقافية مع تنمية مهاراتهم وقدراتهم الذاتية وربطهم بما يدور في فلك بيئتهم المحلية وخارجها.
- 13- الاعتماد على البحوث العلمية الأصيلة والتي تحل مشاكل المجتمعات السياحية أمر أساسي ولا يكفي توفر كم هائل منها دون تفعيل لدورها في خدمة أفراد المجتمع، وعدم بقاء الجامعة منغلقة على نفسها أمراً ضرورياً، حيث أن المؤسسات على اختلاف نشاطاتها تعدّ نسقاً جزئياً من نسق كلي وهو المجتمع، وانفتاح الجامعة على باقي أنساق المجتمع يُخول لها تحقيق أهدافها على مستواها الداخلي وعلى المستوى الوطني وحتى المستوى العالمي إن أحسنت استغلال مواردها من طاقات طلابية وبحثية.
- 14- لكي تحقق مؤسسات التعليم العالي وظائفها التعليمية والسياحية والبحثية والمعلوماتية في القرن الواحد والعشرين وتلبيتها بنجاح عليها أن تكون قادرة على الاستجابة بفعالية لحاجات التعليم والتدريب السياحي المتغيرة وتكثيفها بما يلائم المتغيرات التي طرأت على كل التعليم العالي وتبني أساليب وصيغ من النظم الوظيفية تتسم بقدر أكبر من المعرفة.

المصادر والمراجع:

- عبيد، حنان، التخطيط الاستراتيجي، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2021.
- محسن عبد الصاحب المظفر، التخطيط الإقليمي والتنمية المستدامة، دار العراف للمطبوعات، بيروت، 2015.
- المغربي، عبد الفتاح، التخطيط الاستراتيجي لقياس الأداء المتوازن، المنصورة، المكتبة العصرية، 2006.
- الصيرفي، محمد، الإدارة الاستراتيجية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- الدجني، إباد، التخطيط الاستراتيجي في جودة الأداء المؤسسي في مدارس وكالة الفوث في قطاع غزة وسبل تطويرها. الجامعة الإسلامية، أطروحة دكتوراه منشورة، غزة، فلسطين، 2011.
- الطويل، هاني/عبيد، حنان/الحسون، إضاءات فكرية في قيادة الشأن التربوي، دار وائل للنشر للنشر، 2023.
- Ebert, J. Ronald & Griffin, W. Ricky, Business essentials, Seventh Edition, Pearson, Prentice Hall, New Jersey, 2009.
- Obaid, Hanan.(2021) Strategic planning for time management in light of the dominance of social networking sites on the human thought of higher education students, HUMAN GOIDI AMERICAN JOURNA, ISSUE:4), PP:17-37.
- Obaid Hanan. Almusawi Mohammed. (2022). "Strategic planning for education and Recreational services in the Al-Qaf Valley Reserve Triple relationship and Integration of goals (Applied study using GIS). (ISSUE:47),BOHOUTH MAGAZINE,Pp:18-36.
- Robbins, P. Stephen & Coulter, Mary, Management, Tenth Edition, Pearso, Prentic Hall, New Jersey, 2009.
- Compbll, T., City Development Strategies; New Tools for Cities in the 21th Cenutry, Urban Partnership, World Bank, Washington D.C., March, 2000.
- Wabster, D. and Muller, L., Urban Competitiveness Assessment in Development Country Urban Regions, the Rool Forward, Apaper presented for Urban Group, INFUD, The World Bank, Washington D.C., July, 2000.
- Wheelen, Thomas & Hunger.J.David, Strategic Mangmement and Business Policy (Toward Global Sustainability), Thirteen Edition, Pearson, Prentic Hall, New Jersey, 2012.
- Cities Alliance, The City Development Strategy Process, Citities Alliance Publications, Washington D.C., 2002.
- Ilesanmi, A., The Impact of Strategic Planninig on the Performance of Nigerian Bank, European Journal of Scientific Research Vol.65, No.1, 2011, P(131).

مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية

(بالتطبيق على المعاهد المتخصصة بالمملكة العربية السعودية)

Problems of teaching sounds to non-Arabic speakers

(Applied to specialized institutes in the Kingdom of Saudi Arabia)



د. سليمان يوسف محمد عبد الله

جامعة الملك خالد - السعودية



د. سعيد محمود موسى عبد الحميد

جامعة الملك خالد - السعودية
وجامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم - السودان

ملخص:

أجريت هذه الدراسة لمعرفة مشكلات تعليم الأصوات لطلاب اللغة العربية الناطقين بغيرها بالمعاهد المتخصصة في السعودية؛ للوصول إلى أنواع مشكلات الأصوات ووصفها، وتصنيفها، وأسبابها، وسرد المعالجات. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحثان المنهج الوصفي القائم على التحليل لمناسبتها طبيعة الدراسة، وأعدا استبانة للمتعلمين، ومقابلة للأساتذة؛ لمعرفة وجهات نظرهم في هذه المشكلات، وعينة الدراسة (55) متعلماً من المستوى الثالث بالمعاهد المتخصصة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها بالمملكة العربية السعودية، و(36) مدرّساً. وتوصلت إلى أن: من أبرز مشكلات تعليم الأصوات صعوبة نطق الصوت عند وروده في كلمة، ومن أسباب مشكلات تعليم الأصوات عدم تفريق المتعلم بين الحركات والمدود، وأنَّ البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد يساعد في حل مشكلات تعليم الأصوات، وقلة ساعات التدريس تؤدي إلى ضعف إتقان الأصوات، وضرورة الاعتماد على المتخصصين، وذوي الخبرة في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها. وأوصت الدراسة بالعناية بالتدرج في التدريبات الصوتية، واعتماد ساعات تدريسية كافية للتدرب على الأصوات وإتقانها، والاهتمام بالتدريب المستمر للمعلمين، والاستعانة بالوسائل الحديثة في تعليم الأصوات العربية.

الكلمات المفتاحية: مشكلات - الأصوات - تعليم - الناطقون بغير العربية

Abstract:

This study was conducted to find out the problems of teaching sounds to non-Arabic speaking students in specialized institutes in Saudi Arabia. To access types, descriptions, classifications, and causes of sound problems, and to list remedies. To achieve the objectives of the study, the researchers used the descriptive approach based on analysis due to its suitability to the nature of the study. They prepared a questionnaire for the learners and an interview for the teachers. To find out their views on these problems, the study sample is (55) third-level learners in institutes specialized in teaching Arabic to non-native speakers in the Kingdom of Saudi Arabia, and (36) teachers. And I concluded that: one of the most prominent problems in teaching sounds is the difficulty of pronouncing the sound when it appears in a word, and one of the reasons for the problems in teaching sounds is that the learner does not differentiate between movements and lengths, and that starting with phonetic recognition exercises, then discrimination, then abstraction helps in solving the problems of teaching sounds, and the lack of teaching hours leads to Poor mastery of sounds, and the need to rely on specialists and experienced people in the field of teaching Arabic to non-native speakers. The study recommended taking care of gradation in vocal exercises, adopting sufficient teaching hours for training and mastering sounds, paying attention to continuous training for teachers, and making use of modern means in teaching Arabic sounds.

Key words: Problems - Voices - Teaching - Non-Arabic Speakers

مقدمة :

3- كيفية معالجة مشكلات تعليم الأصوات لتعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها.

4- الوصول إلى نتائج تساعد في تنمية تعليم مهارة الكتابة لتعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها.

منهج الدراسة :

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي القائم على التحليل.

الدراسات السابقة :

اطلع الباحثان على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، للوقوف على الجهود في هذه الدراسات، والانطلاق منها تأسيساً للدراسة الحالية، وقد اختارا منها دراستين:

الأولى: دكوري ماسيري وسمية دفع الله أحمد الأمين عنوانها: (المشكلات الصوتية في تعلم اللغة العربية للناطقين بغيرها جامعة المدينة العالمية أنموذجاً)⁽¹⁾، تهدف هذه الدراسة إلى: التعرف على المشكلات الصوتية التي تواجه الدارس الناطق بغير العربية عند تعلمه العربية، والتعرف على التحديات التي تواجه المعلم القائم بتدريس اللغة العربية للناطقين بغيرها، واقتراح بعض الحلول التي تسهم في تسهيل تعليم العربية للناطقين بغيرها.

الثانية: حمزة كريم المسند/د. بسمة أحمد صدقي الدجاني بعنوان: (منهاج تعليم العربية للناطقين بغيرها: تعليم الأصوات أنموذجاً)⁽²⁾. هدفت

الغرض من هذه الدراسة الوقوف على مشكلات تعليم الأصوات لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها، بغية الوصول لمعالجة هذه المشكلات (Oaid, & els, 2022)، اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على البحث الميداني، وذلك من خلال توزيع الاستبانة على متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها بالمعاهد المتخصصة، وتوزيع أسئلة المقابلة المقننة على المعلمين، ثم تحليلها؛ لمعرفة وجهات نظرهم في مشكلات تعليم الأصوات لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها، والفئة المستهدفة هم طلاب المستوى الثالث بالمعاهد.

مشكلة الدراسة :

- 1- ما أسباب مشكلات تعليم الأصوات لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها؟
- 2- ما أكثر مشكلات تعليم الأصوات شيوعاً عند متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها؟
- 3- كيف نعالج المشكلات الصوتية لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها؟

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

- 1- التعرف على مشكلات تعليم الأصوات العربية.
- 2- اقتراح معالجات لمشكلات تعليم الأصوات العربية.
- 3- إفادة واضعي المناهج في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها.

أهداف الدراسة :

- 1- معرفة مشكلات تعليم الأصوات لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها.
- 2- معرفة أسباب مشكلات تعليم الأصوات لدى متعلمي اللغة العربية الناطقين بغيرها.

(1) دكوري ماسيري وسمية دفع الله أحمد الأمين، المشكلات الصوتية في تعلم اللغة العربية للناطقين بغيرها جامعة المدينة العالمية أنموذجاً، مجلة جامعة المدينة العالمية (مجمع) ماليزيا، ع 5، يناير 2013م.
(2) حمزة كريم المسند ود. بسمة أحمد صدقي الدجاني، منهاج تعليم العربية للناطقين بغيرها: تعليم الأصوات أنموذجاً،

المبحث الأول: الدراسة النظرية

تمهيد:

الأصوات وحدة صغرى تتكون منها وحدات أكبر تتمثل في الكلمات والعبارات، تجتمع فتكوّن اللغة، ولا يستغني اللغوي مهما كان منهجه في دراسة اللغة عن علم الأصوات⁽¹⁾. وذلك لما له من أثر كبير في دراسة اللغة في جميع مستوياتها الصرفية والنحوية والدلالية والبلاغية، وحفظ اللغة من اللحن والدخيل.⁽²⁾

ويشمل الصوت اللغوي الحروف والأصوات التي تستخدم للتحدث والكتابة في اللغة. وتختلف الأصوات اللغوية من لغة إلى أخرى، وقد تختلف أيضاً داخل اللغة بحسب اللهجات. وهو عنصر أساسي للغة، إذ يساعد على تحديد المعنى وفهم النصوص.

نشأة الدراسات الصوتية: نشأت الدراسات الصوتية العربية لخدمة الأداء القرآني الصحيح، فالعجم الذين أسلموا في القرنين الأولين كان همهم تحسين القراءة من المصحف، ولم يروا إلى ذلك سبيلاً إلا تعميق المطالعة لأصوات العربية وإحكام إنتاجها.⁽³⁾

تعريف الصوت:

يقول ابن جني: «مصدر صات الشيء يصوت صوتاً، فهو صائت، وصوتٌ تصويئاً فهو مصوِّت، وهو عام غير مختص، يقال: سمعت صوت الرجل وصوت الحمار، قال الله تعالى: ﴿إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾ (سورة لقمان: 19)⁽⁴⁾، أما عند اللغويين المحدثين فقد عرّفه تمام حسان بأنه

الدراسة إلى الكشف عن المُشكلات الصوتية التي تواجه متعلّمي العربية من الناطقين بغيرها، فاجتهدت في رسم الملامح الصوتية للمنهاج المُخصّص لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها.

خلاصة القول:

من خلال عرض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية اتضح اتفاق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي القائم على التحليل، ومن حيث الأهداف يوجد بعض الاختلاف، وتختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الأداة، حيث لاحظ الباحثان أن الدراسة الأولى استخدمت استبانات المسح الكمي الذي أجري مع طلاب اللغة العربية من الناطقين بغيرها بمركز اللغات بجامعة المدينة العالمية، وشملت الدراسة طلاب التعليم المباشر والتعليم عن بعد، بينما اكتفت الدراسة الثانية بالنظر في المراجع والمصادر التي لها علاقة بموضوع الدراسة، أما الدراسة الحالية فقد استخدمت المقابلة والاستبانة، وحكّهما بعض المتخصصين في المجال، من أجل تحليلهما للوصول للنتائج. مجتمع الدراسة الأولى طلاب مركز اللغات بجامعة المدينة العالمية، أما الثانية فلم تستهدف فئة محددة، والدراسة الحالية تستهدف طلاب الإعداد اللغوي بالمعاهد المتخصصة بالمملكة العربية السعودية، حيث تتمثل دوافعهم في الدراسة بكلّيات الجامعات، كما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عينة الدراسة، فعينة الدراسة في الدراسات السابقة الطلاب فقط، أما الدراسة الحالية فالعينة طلاب ومعلّمو المعاهد المتخصصة.

(1) أحمد مختار عمر، دراسة الصوت اللغوي، عالم الكتب، القاهرة، 2004م، ص 401.
(2) ممدوح إبراهيم محمود، علم الأصوات، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2017م، ص 1.
(3) عبد الفتاح البركاوي، ترتيل القرآن الكريم في ضوء الدراسات اللغوية الحديثة، 2004م، ص 17.
(4) أبو الفتح عثمان بن جني، سر صناعة الإعراب، دار الكتب العلمية، بيروت، 2000 م، ص 23.

عملية حركية يقوم بها الجهاز النطقي وتصحبها آثار سمعية معينة تأتي من تحريك الهواء فيما بين مصدر إرسال الصوت وهو الجهاز النطقي ومركز استقباله وهو الأذن.⁽¹⁾

إن تعليم اللغة بصفة عامة واللغة العربية بصفة خاصة، يوجب الوعي بأصواتها، فإذا كانت اللغة أصواتاً يعبر بها كل قوم عن أغراضهم⁽²⁾، فإن تعليم اللغة لا يمكن تصوُّره دون إدراك هذه الأصوات المشكلة لها، فعلى المدرس أن يدرِّب المتعلمين على النطق الصحيح لأصوات هذه اللغة.

مشكلات الأصوات عند الناطقين بغير بالعربية :

إن عملية تعليم اللغة العربية تتوقَّف على فهم أصواتها؛ فهي أساس التواصل اللغوي، لكن تواجه الناطقين باللغة العربية من غير أبنائها مشكلات أثناء نطقهم بعض الأصوات، بسبب عدم وجود هذه الأصوات في لغتهم الأم، فينتج عن ذلك أخطاء صوتية تُترجم فيما بعد إلى لغة هجين؛ نتيجة اختلاط مستويات لغتين، وتبادلها التأثير والتأثر، لذا ينبغي أخذ اللغة الأم عند المتعلم بعين الاعتبار، مع الاحتياط من خطر التداخل بينهما.

موضوع علم الأصوات:

موضوعه هو الكلام أو اللغة المنطوقة من جهة الكشف عن أصوات اللغة، ونظامها، وإنتاجها، وإدراكها، وصفاتها، وخصائصها الإفرادية والسياقية ووظائفها، وتنوع صورها الأدائية.⁽³⁾

أهمية علم الأصوات والحاجة إليه :

إن التخصص والبحث العميق في علم الأصوات يكشف عن خطأ من يظنه ترفاً علمياً، إذ هو

الأساس لأي دراسة لغوية، وقد اعتنى بها العلماء منذ العصر الأول، بل بنوا عليها آراءهم في وضع العلوم اللغوية. وتفتقر إليه الدراسات كلها، ويتبين ذلك فيما يأتي:

1. لا يمكن دراسة لغة أو لهجة دراسة علمية ما لم تُبن الدراسة على وصف الأصوات والأنظمة الصوتية.
2. علم الأصوات لا يقتصر على خدمة الدراسة اللغوية الوصفية، بل يخدم الدراسة اللغوية التاريخية والمقارنة كذلك.
3. يعين علم الأصوات على وضع أبجديات دقيقة للغات ليس لها كتابات حتى الآن.
4. الدراسة الصوتية جزء أصيل من دراسة المعنى.
5. يعين علم الأصوات اللغوية في إجادة نطق اللغة الأصلية، وفي تعلم نطق اللغات الأجنبية.
6. تساعد دراسة الأصوات في معالجة عيوب النطق.
7. في اللغة ظواهر لا تفسر إلا بالوقوف على طبائع الأصوات وخصائصها، مثل:
 - أ. تجويد القرآن الكريم وترتيله.
 - ب. إخراج لغة التخاطب إخراجاً حسناً.
 - ج. تحصين اللغة العربية ضد أصوات طارئة تحملها عناصر أجنبية.
 - د. تحديد المعرب والدخيل من العربي الأصيل.⁽⁵⁾

الفرق بين الصوت والحرف:

أصل الحرف: الطرف، وإنما سمي حرفاً لأن حرف التهجي طرف الأصوات، وقد كان العلماء قديماً يستخدمون المصطلحين بمعنى واحد أحياناً، ويفرقون بينهما في بعض المواضع، ومن علماء العربية الذين فرقوا بينهما ابن جني؛ حيث يقول: (اعلم أن الصوت عرض يخرج من النفس

(1) تمام حسان عمر، اللغة العربية معناها ومبناها، عالم الكتب، 2006م، ص 66.

(2) أبو الفتح عثمان بن جني، الخصائص، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 2000 م، ص 23.

(3) علم الأصوات ص 15.

(4) السابق ص 24.

(5) مهدي المخزومي، الخليل الفراهيدي، أعماله ومنهجه، دار الرائد العربي، بيروت، 1986م.

نجد أصواتاً في لغة الدارسين مماثلة أو مشابهة لأصوات العربية، فنفترض أنهم لا يجدون صعوبة في نطقها. ونجد أصواتاً مماثلة أو مشابهة لأصوات العربية، لكن متغيراتها ليست مماثلة لمتغيرات أصوات العربية، فنفترض أنهم سيواجهون بعض الصعوبة. وأصواتاً في العربية ليست في لغتهم، فنفترض أنها ستكون صعبة عليهم.

ومن أكثر الصعوبات الصوتية التي تواجه دارس اللغة العربية، التمييز بين الصوائت القصيرة (الحركات) والصوائت الطويلة (المدود) والتمييز بين (أل) الشمسية و(أل) القمرية، والتنوين والنون، والتمييز بين الأصوات المتشابهة مثل (س، ص). فينبغي التركيز على النوع الأول وتقديره مباشرة وإفراجه بتدريبات خاصة.

أنواع التدريبات الصوتية: (8)

وضعوا ثلاثة أنواع من التدريبات، تهدف إلى إجادة الأصوات العربية قدر الإمكان، والتمييز بينها وبين الأصوات البدائل، ونطقها، وليس الهدف وصفها وبيان مخارجها، وهي:

تدريبات التعرف الصوتي: ويقصد بها التعرف على الصوت وتمييزه عند سماعه منفصلاً، ثم إيراد مجموعة من الكلمات التي تشتمل على الصوت الهدف، ويتاح للدارس سماعه مرة أو أكثر من معلمه، أو من جهاز التسجيل، ويستحسن أن تكون الكلمات غير معروفة لدى الدارس، ومن أفضلها الأعلام، حيث لا ينشغل بالتفكير في المعنى؛ فتجتمع عليه صعوبتان.

تدريبات التمييز الصوتي:

تهدف إلى إدراك الفرق بين صوتين، الصوت الهدف والصوت البديل، ويتدرب عليه عن طريق قوائم الثنائيات الصغرى، مع التركيز على الصوتين المتقابلين.

(8) السابق ص 38.

مستطيلاً متصلًا، حتى يعرض له في الحلق والفم والشفيتين مقاطع تنثيه عن امتداده واستطالته، فيسمى المقطع أينما عرض له حرفاً⁽¹⁾ إلى أن يقول: (فقد ثبت بما قدمناه معرفة الصوت من الحرف)⁽²⁾. ويعرف علماء القراءات الحرف بأنه: صوت معتمد على مقطع محقق أو مقدر، أما الصوت فهو هواء يتموج بتصادم جسمين؛ فالصوت أعم؛ لأنه يصدر من الإنسان وغيره، بخلاف الحرف فإنه يختص بالإنسان وضعاً.⁽³⁾

وفي الدراسات الحديثة يشيع استعمال الصوت بدل الحرف؛ لأن الصوت عندهم ينطق فيكون نتيجة تحريك أعضاء الجهاز النطقي، وما يصاحب هذا التحريك من آثار سمعية. والحرف (لا ينطق، وإنما يفهم في إطار نظام من الحروف يسمى النظام الصوتي للغة)⁽⁴⁾. ويعرفه بعضهم بأنه: وحدة تجريدية مرسومة تشمل صوتاً أو أكثر، وقد لا يكون صوتاً حينما لا ينطق، وقد يكون صورة مرسومة للصوت. والصوت: هو ما ينتج عن العملية الحركية ذات الأثر السمعي.⁽⁵⁾

فالصوت إذن عملية نطقية تدخل في تجارب الحواس، يؤديه الجهاز النطقي حركة، وتسمعه الأذن، وترى العين بعض حركات الجهاز النطقي حين أدائه. أما الحرف فهو عنوان مجموعة من الأصوات، يجمعها نسب معين، فهو فكرة عقلية لا عملية عضلية.⁽⁶⁾

دراسة تقابلية بين النظامين الصوتيين للعربية ولغة الدارسين:⁽⁷⁾

(1) ابن جني سر صناعة الإعراب (1/19).

(2) السابق (1/22).

(3) الملا علي القاري المنح الفكرية شرح المقدمة الجزرية، دار الفوثناني، 2012م (ص 13).

(4) دروس في النظام الصوتي للغة العربية لعبد الرحمن الفوزان (ص 8).

(5) تمام حسان، اللغة العربية معناها ومبناها، عالم الكتب، 2006 (ص 74).

(6) رمضان عبد التواب، المدخل إلى علم اللغة ومناهج البحث اللغوي، مكتبة الخانجي، 1997 (ص 84).

(7) عبد الرحمن الفوزان، إضاءات لمعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها، مكتبة لسان العرب، 1431، ص 37.

تدريبات التجريد الصوتي:

وهي التعرف إلى الصوت من خلال جمل أو مقاطع في بعض كلماتها الصوت الهدف، ويمكن اختيار بعض آيات القرآن الكريم.

مصادر اختبار الأصوات: (1)

ينبغي أن يقتصر الاختبار الصفي على الأصوات التي تشكل صعوبة على الدارسين، وتشكل ملحوظات المعلم التي يدونها عن الصعوبات التي تواجه دارسيه مصدرًا أساسيًا من مصادر اختبار الأصوات، بالإضافة إلى التحليل التقابلي للنظامين الصوتيين للغة الدارسين واللغة العربية. والدراسات التقابلية التي أجريت تشير إلى أن الأصوات التي قد تكون صعبة في العربية هي: (أ، ح، خ، ص، ض، ط، ظ، ع، غ، ق، ن، ل، ش).

توجيهات لتعليم الأصوات: (2)

1. معالجة صوت واحد فقط في الدرس الواحد.
2. عدم خلط تعليم الأصوات بتعليم الكتابة.
3. عدم ربط الأصوات بالمرسوم قراءة وكتابة.
4. عدم إغفال شيء من تدريبات الأصوات (التعرف، والتمييز، والتجريد).
5. عدم ذكر المصطلحات التخصصية أمام الطلاب.
6. عدم شرح المخارج والصفات نظريًا.
7. عدم الاختصار على التعرف على الصوت وتمييزه سماعًا، بل ينطقه الطلاب وينتجونه.
8. تقديم الدرس في حدود الوقت متاح.
9. التفريق بين تدريس الطلاب المبتدئين، وتدريب المعلمين.

المبحث الثاني: الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث وصف عينة الدراسة ومجتمعها، والأدوات وتحليلها.

مجتمع الدراسة: متعلّمو اللغة العربية الناطقون بغيرها ومعلموها، في المعاهد المتخصصة بالمملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة: (55) متعلّمًا ومتعلّمةً و(36) معلمًا ومعلمة.

التعريف بالمعاهد المتخصصة:

أُجريت الدراسة الميدانية في أربعة معاهد ووحدات بالجامعات السعودية وهي:

الجامعة	المعهد أو الوحدة	الإنشاء	المنهج الدراسي
الملك خالد ³	وحدة	1438هـ	العربية بين يديك
القصيم ⁴	وحدة	1431هـ	العربية بين يديك
أم القرى ⁵	معهد	1399هـ	سلسلة خاصة
الأميرة نورة ⁶	معهد	1433هـ	سلسلة خاصة

أدوات الدراسة:

أولاً: الاستبانة

صمّم الباحثان أداة مناسبة من نوع الاستبانة وسيلة للتعرف على آراء المتعلمين حول مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية.

مكوّنات الاستبانة:

خطاب الاستبانة: عني فيه الباحثان بتوضيح الغرض من الدراسة، وسرية المعلومات التي يدلي بها المتعلمون حيث لا تستخدم إلا للأغراض العلمية فقط.

(3) <https://ali.kau.edu.sa/>

(4) <https://arabic.kku.edu.sa/ar>

(5) https://asc.qu.edu.sa/arabic_lan

(6) <https://uqu.edu.sa/inStarab>

(1) السابق ص 40.

(2) السابق ص 40.

القسم الأول: البيانات الأولية: تتضمن المعلومات الأولية للمتعلمين للاستعانة بها في تصنيف عينة الدراسة من عدة خصائص في جدول العينة وتمثلت في: 1- النوع 2- العمر 3- اسم المعهد أو الوحدة

القسم الثاني: أسئلة الاستبانة: تتكوّن الاستبانة من خمسة عشر سؤالاً، اشتملت على عدد محدد من العبارات المغلقة ذات البدائل المتدرجة، تغطي الجوانب الفنية المهمة المتعلقة بأهداف الدراسة، بمقياس ثلاثي: 1- غالباً 2- أحياناً 3- نادراً

تحكيم الاستبانة: عُرضت الاستبانة في صورتها الأولية على اثنين من ذوي الخبرة في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، وأبديا بعض الملاحظات، فأجرى الباحثان تعديلات في العبارات وفقاً لملاحظات المحكمين.

جدول رقم (1) هيئة تحكيم الاستبانة

الاسم	مكان العمل	الدرجة العلمية	الوظيفة
جمال عبد الهادي	جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم (السودان)	أستاذ مساعد	مدير معهد تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها
جمال حسين جابر	جامعة إفريقيا العالمية (السودان)	أستاذ مساعد	معلم اللغة العربية للناطقين بغيرها

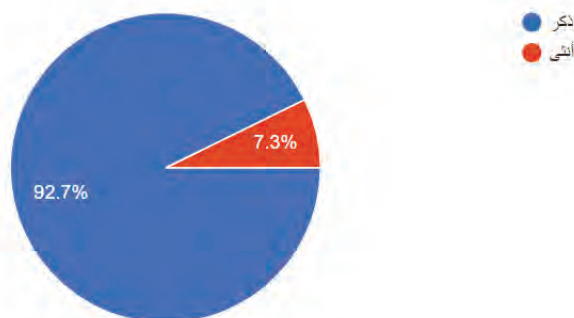
إجراء الاستبانة: أُجريت الاستبانة خلال العام الدراسي (2023م)، مع (55) متعلماً ومتعلمةً بالمعاهد المتخصصة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها في المملكة العربية السعودية، وقد ضمن هذا الإجراء استيفاء الاستجابات لعبارات الاستبانة.

تحليل البيانات الأولية:

جدول يوضح العينة: (المتعلمين)

جدول رقم (2) يوضح نوع العينة (ذكور، إناث)

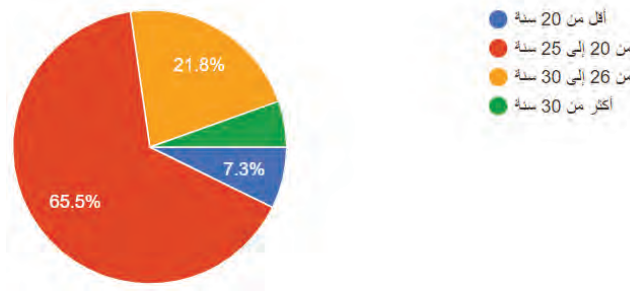
النوع	العدد	النسبة المئوية
الذكور	51	3, 7 %
الإناث	4	92.7 %
المجموع	55	100 %



من الجدول والرسم البياني أعلاه يتبين أن نسبة 92,7 % من أفراد العينة ذكور، ونسبة 7,3 % من أفراد العينة إناث.

جدول رقم (3) يوضح أعمار أفراد العينة

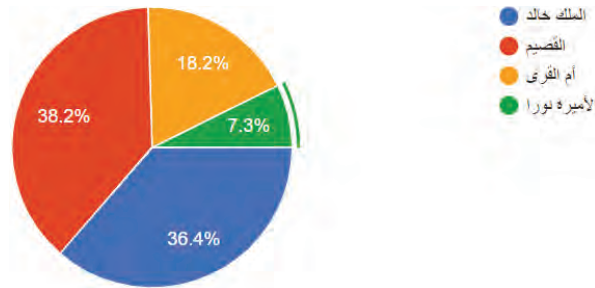
السنة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	4	7,3 %
من 20 إلى 25	36	65,5 %
من 26 إلى 30	12	21,8 %
أكثر من 30	3	5,5 %
المجموع	55	100 %



من خلال الجدول والرسم البياني تتبين أعمار أفراد العينة حيث بلغت نسبة 7,3 % أقل من 20 سنة، ونسبة 65,5 % تشير للذين أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة، فيما بلغت أعمار ما بين 26 إلى 30 سنة 21,8 %، ونسبة 5,5 % أكثر من 30 سنة.

جدول رقم (4) يوضح عدد المستجيبين من المعاهد العلمية المتخصصة موضع الدراسة

الاسم	العدد	النسبة المئوية
الملك خالد	20	36,4 %
القصيم	21	38,2 %
الأميرة نورة	4	7,3 %
أم القرى	10	18,2 %
المجموع	55	100 %



بالإشارة للجدول والرسم البياني أعلاه تظهر النسبة المئوية للطلبة الذين استجابوا للاستبانة من المتخصصة في الجامعات السعودية موضع الدراسة، وقد بلغت جامعة الملك خالد 36,4 %، وجامعة الأميرة نورا 7,3 %، وجامعة أم القرى 18,2 %، وجامعة القصيم 38,2 %. عليه يتضح تباعد النسبة بين الذكور الإناث لأفراد العينة بسبب كثرة معاهد البنين.

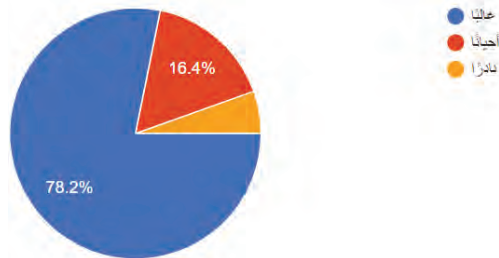
تحليل عبارات الاستبانة:

جدول رقم (5) يبيّن استجابات أفراد العينة

م	عبارات الاستبانة	غالباً	النسبة %	أحياناً	النسبة %	نادراً	النسبة %
1	تفرّق بين الحركات والمدود	43	78,2	9	16,4	3	5,5
2	تمييز الأصوات التي لا مقابل لها في لغتك	32	58,2	20	36,4	3	5,5
3	تعرف التنوين وتمييزه صوتياً	45	81,8	7	12,7	3	5,5
4	المعلم لا يميز بين الأصوات عند النطق	9	16,4	16	29,1	30	54,5
5	تواجه صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتك الأم	13	23,6	26	47,3	16	29,1
6	تمييز الأصوات التي لها مقابل في لغتك	35	63,6	15	27,3	5	9,1
7	تمييز أل الشمسية وأل القمرية	46	83,6	4	7,3	5	9,1
8	تمييز بين صوتي (س) و(ص)	44	80	7	12,7	4	7,3
9	تجد صعوبة في نطق الصوت عند وروده في كلمة	24	43,6	22	40	9	16,4
10	تستعين بالأجهزة الحديثة على التعرف على الأصوات	22	40	14	25,5	19	34,5
11	يتيح لك المعلم فرصة كافية للممارسة العملية في الصف	33	60	17	30,9	5	9,1
12	تمييز بين صوتي (ح) و(هـ)	44	80	7	12,7	4	7,3
13	تمييز بين صوت الحرف واسم الحرف	46	83,6	6	10,9	3	5,5
14	تتدرب خارج الصف على الأصوات الجديدة	33	60	17	30,9	5	9,1
15	تمييز بين صوتي (ض) و(ظ)	41	74,5	11	20	3	5,5

تفرّق بين الحركات والمدود

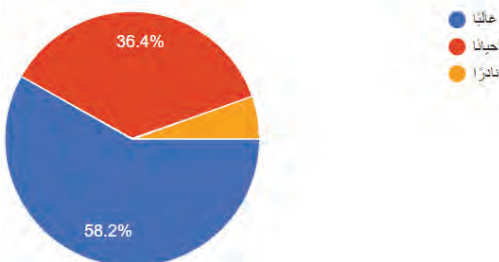
55 ردًا



من خلال الجدول والرسم البياني للعبارة الأولى (تفرّق بين الحركات والمدود)، لاحظ الباحثان أن أغلبية أفراد العينة يفرقون بين الحركات والمدود، حيث بلغت النسبة 78,2 %، ونسبة الذين يفرقون أحياناً 16,4 %، ونسبة الذين يفرقون نادراً 5,5 %. وتثبت هذه النسب أن التفريق بين الحركات والمدود لا يمثل مشكلة لدى أغلب عينة الدراسة.

تمييز الأصوات التي لا مقابل لها في لغتك

55 ردًا



بينما بلغت نسبة الذين يرون أن المعلم يخلط بين الأصوات عند النطق غالباً 16.4%.

ويؤكد الباحثان على ضرورة أن يتقن المعلم الأصوات، حتى لا يتأثر الدارس بعدم تمييزه بين الأصوات.

تواجه صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتك الأم
ر55



يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الخامسة (تواجه صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتك الأم) إلى أن أغلبية المفحوصين أحياناً يواجهون صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتهم الأم، بنسبة بلغت 47.3%، والذين يواجهون صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتهم الأم نادراً بلغت نسبتهم 29.1%، بينما بلغت نسبة الذين يواجهون صعوبة في نطق الأصوات التي ليست في لغتهم الأم غالباً 23.6%. يتبين بهذا وجود مشكلة لدى حوالي 76% من عينة الدراسة في نطق الأصوات التي ليست في لغتهم الأولى، وهذه النسبة مقبولة للدارسين في المستوى المتوسط، ولحل هذه المشكلة ينبغي التركيز على الأصوات التي ليست في اللغات الأم للدارسين.

تعزيز الأصوات التي لها مقابل في لغتك
ر55

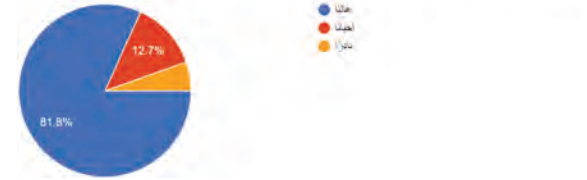


من خلال الجدول والرسم البياني للعبارة السادسة: (تميز الأصوات التي لها مقابل في لغتك)، يُلاحظ أن غالباً بلغت نسبة 63.6%، وأحياناً بلغت نسبة

بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للعبارة الثانية: (تميز الأصوات التي لا مقابل لها في لغتك)، يتبين أن نسبة 58.2% من المفحوصين غالباً يميزون الأصوات التي لا مقابل لها في لغاتهم، ونسبة 36.4% يميزون أحياناً الأصوات التي لا مقابل لها في لغاتهم. بينما نسبة 5.5% نادراً ما يميزون الأصوات التي لا مقابل لها في لغاتهم. ويرى الباحثان أن السبب في تفوق

نسبة الذين يميزون الأصوات التي لا مقابل لها في لغاتهم يرجع إلى تدريبهم على الأصوات العربية في المستوى المبتدئ.

تعرف التنوين وتمييزه صوتياً
ر55



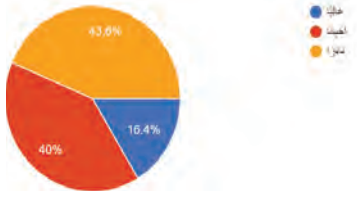
من خلال الجدول والرسم البياني للعبارة الثالثة: (تعرف التنوين وتمييزه صوتياً)، يُلاحظ أن غالباً بلغت نسبة 81.8%، وأحياناً بلغت نسبة 12.7% فيما بلغت نادراً نسبة 5.5% وتشير هذه الإحصاءات إلى أن التعرف على التنوين وتمييزه صوتياً لا يمثل مشكلة لدى عينة الدراسة.

المعلم لا يميز بين الأصوات عند النطق
ر55



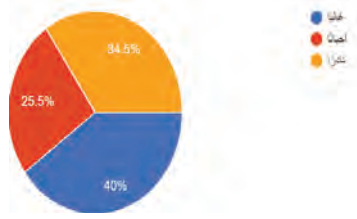
يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الرابعة: (المعلم لا يميز بين الأصوات عند النطق) إلى أن أغلبية المفحوصين يرون أن المعلم نادراً ما يخلط بين الأصوات عند النطق، بنسبة بلغت 54.5%، والذين يرون أن المعلم يخلط بين الأصوات عند النطق أحياناً بلغت نسبتهم 29.1%

تجد صعوبة في نطق الصوت عند وروده في كلمة
55 رداً



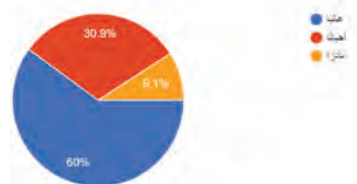
بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للعبارة التاسعة: (تجد صعوبة في نطق الصوت عند وروده في كلمة)، يتضح أن غالباً بلغت نسبة 43.6%، وأحياناً بلغت نسبة 40% فيما بلغت نادراً نسبة 16.4%. مما يشير إلى وجود مشكلة في نطق الصوت عند وروده في كلمة. ويوصي الباحثان بالعناية بتدريبات التعرف الصوتي لحل هذه المشكلة.

تستعين بالأجهزة الحديثة على التعرف على الأصوات
55 رداً



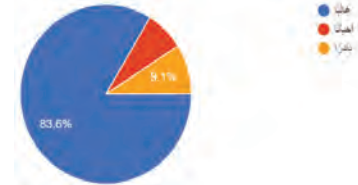
من خلال الجدول والرسم البياني للعبارة العاشرة: (تستعين بالأجهزة الحديثة على التعرف على الأصوات)، يُلاحظ أن غالباً بلغت نسبة 40%، وأحياناً بلغت نسبة 25.5% فيما بلغت نادراً نسبة 34.5% وتشير هذه النسب إلى أن 60% من عينة الدراسة لا يستخدمون الأجهزة الحديثة في التعرف على الأصوات. وفي تقدير الباحثين أن مردّ ارتفاع هذه النسبة إلى أن الطلاب في الجامعات محل الدراسة من دول شتى يغلب عليهم الفقر.

ينجح لك المعلم فرصة كافية للممارسة العملية في الصف
55 رداً



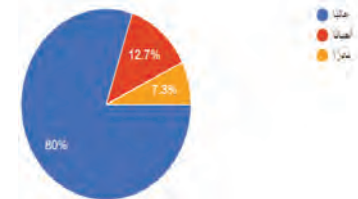
27.3% فيما بلغت نادراً نسبة 9.1% وتشير هذه النسب إلى سهولة تمييز الأصوات التي مقابل في اللغة الهدف، حيث لا تمثل مشكلة لدى أغلب عينة الدراسة.

تميز آل الشمسية وآل القمرية
55 رداً



بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للعبارة السابعة: (تميز آل الشمسية وآل القمرية)، يتضح أن غالباً بلغت نسبة 83.6%، وأحياناً بلغت نسبة 7.3% فيما بلغت نادراً نسبة 9.1%. مما يدل على يسر تمييز آل الشمسية وآل القمرية، لدى أغلب العينة المفحوصة.

تميز بين الصوتين (س) و(ص)
55 رداً

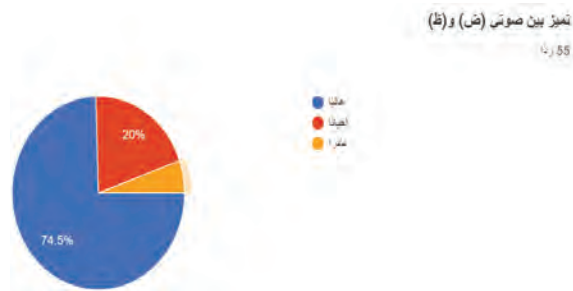


يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الثامنة (تمييز بين صوتي (س) و(ص)) إلى أن أغلبية المفحوصين يميزون بين صوتي (س) و(ص)، بنسبة بلغت 80%، والذين يميزون بين صوتي (س) و(ص) أحياناً بلغت نسبتهم 12.7%، بينما بلغت نسبة الذين يميزون بين صوتي (س) و(ص) نادراً 7.3%.

ويؤكد الباحثان على ضرورة التركيز على تدريبات الثائيات الصغرى لتقليل نسبة الذين يجدون صعوبة في التمييز بين صوتي (س) و(ص).



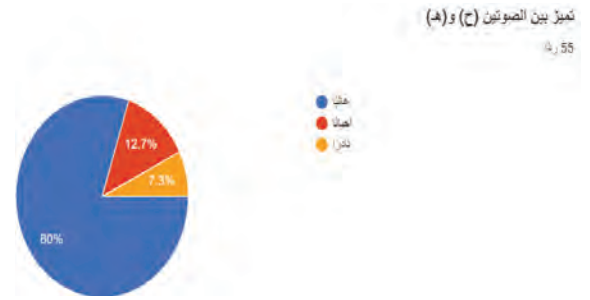
بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للعبارة الرابعة عشرة: (تدريب خارج الصف على الأصوات الجديدة)، يتضح أن 60% من المفحوصين أجابوا أنهم يتدربون خارج الصف على الأصوات الجديدة غالباً، ونسبة 30.9% منهم يتدربون خارج الصف على الأصوات الجديدة أحياناً، وبلغت نسبة الذين يتدربون خارج الصف على الأصوات الجديدة نادراً نسبة 9.1%، وينبغي على الأساتذة حث الطلاب على عدم الاكتفاء بالتدريبات الصفية؛ لتقليل هذه النسبة.



يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الخامسة عشرة (تمييز بين صوتي (ض) و(ظ)) إلى أن أغلبية المفحوصين يميزون بين صوتي (ض) و(ظ)، بنسبة بلغت 74.5%، والذين يميزون بين صوتي (ض) و(ظ) أحياناً بلغت نسبتهم 20%، بينما بلغت نسبة الذين يميزون بين صوتي (ض) و(ظ) نادراً 5.5%.

ويؤكد الباحثان على ضرورة التركيز على تدريبات الثنائيات الصغرى لتقليل نسبة الذين يجدون صعوبة في التمييز بين صوتي (ض) و(ظ).

يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الحادية عشرة (يتيح لك المعلم فرصة كافية للممارسة العملية في الصف) إلى أن غالباً بلغت نسبة 60%، وأحياناً بلغت نسبة 30.9% فيما بلغت نادراً نسبة 9.1%. مما يدل على عناية الأساتذة بتدريب الطلبة.



يشير الجدول والرسم البياني للعبارة الثانية عشرة (تمييز بين صوتي (ح) و(هـ)) إلى أن أغلبية المفحوصين يميزون بين صوتي (ح) و(هـ)، بنسبة بلغت 80%، والذين يميزون بين صوتي (ح) و(هـ) أحياناً بلغت نسبتهم 12.7%، بينما بلغت نسبة الذين يميزون بين صوتي (ح) و(هـ) نادراً 7.3%.

ويؤكد الباحثان على ضرورة التركيز على تدريبات الثنائيات الصغرى لتقليل نسبة الذين يجدون صعوبة في التمييز بين صوتي (ح) و(هـ).



من خلال الجدول والرسم البياني للعبارة الثالثة عشرة: (تمييز بين صوت الحرف واسم الحرف)، يُلاحظ أن غالباً بلغت نسبة 83.6%، وأحياناً بلغت نسبة 10.9% فيما بلغت نادراً نسبة 5.5%، وارتفاع نسبة الذين يميزون بين صوت الحرف واسم الحرف، يدل على التمييز بين المهارات اللغوية.

ثانياً: المقابلة

تتكوّن المقابلة من قسمين:

القسم الأول: خطاب المقابلة: شُرح فيه الهدف والمطلوب من المقابلة.
القسم الثاني: المقابلة: تتكوّن من أربعة أسئلة، كل سؤال يشتمل على أربع إجابات مغلقة، وهي تُغطي الجوانب الفنيّة المهمة المتعلقة بأهداف الدراسة، وقد بلغت الإجابات (16) إجابة من الإجابات المغلقة ذات البدائل المتدرّجة بمقياس ثلاثي:

1- أوافق: تشير إلى مدى قبول العبارة. 2- أوافق إلى حد ما: تشير إلى الحياد.

3- لا أوافق: تشير إلى رفض العبارة.

فُضِّل هذا المقياس الثلاثي نسبة لسهولة وقدرته على الإيفاء بمتطلبات الموقف المراد قياسه.

تحكيم المقابلة: اتبع الباحثان في تحكيم المقابلة الخطوات التالية:

1- إعداد أسئلة.

2- عرض أسئلة المقابلة على ثلاثة محكمين من ذوي الاختصاص في مجال الدراسة، وقد استفاد الباحثان من آراء المحكمين وملاحظاتهم حول ما ورد في المقابلة، ومدى ملاءمتها لأغراض الدراسة.

جدول رقم (6) هيئة تحكيم المقابلة

م	الاسم	مكان العمل	الدرجة	العمل
1	محمد داؤود محمد داؤود	جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	بروفيسور	مدير مركز تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها
2	جمال عبد الهادي حسين	جامعة القرآن الكريم وتأسيس العلوم	أستاذ مساعد	مدير معهد اللغة العربية للناطقين بغيرها
3	جمال جابر حسين محمد	جامعة إفريقيا العالمية	أستاذ مساعد	تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

إجراء المقابلة: استهدف الباحثان بعض المعلمين بالمعاهد المتخصصة بالملكة العربية السعودية، ممن توافرت لديهم الخبرة في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، وبلغ عددهم (36) معلماً.

وقد وصلت إجابات الأساتذة الآتية أسماؤهم:

جدول رقم (7) يوضح أسماء المعلمين الذين أجابوا عن أسئلة المقابلة

م	الاسم	الجامعة	م	الاسم	الجامعة	م	الاسم	الجامعة
1	أ. د. عوض بن عبد الله القرني	الملك خالد	13	د. أيمن محمد أبو زيد	الملك خالد	25	د. علي محمود أحمد	القصيم
2	د. عبد القوي علي العفيري	الملك خالد	14	د. محمد الخليفة محمد	الملك خالد	26	د. عبد الله يوسف	القصيم
3	د. المعز مهدي علي	الملك خالد	15	د. أحمد بن علي الصغير	الملك خالد	27	د. أبو صباح علي	القصيم
4	د. الوليد حسن علي	الملك خالد	16	د. أحمد محمد عبد الفتاح	الملك خالد	28	د. محمد الغالي خليل	القصيم
5	د. خالد عباس مصطفى	الملك خالد	17	د. يحيى علي قناعي	الملك خالد	29	د. إبراهيم عسيري	أم القرى
6	د. ياسر حمدو الدرويش	الملك خالد	18	د. علاء رمضان	القصيم	30	د. معتصم يوسف	أم القرى
7	د. حسين رفعت حسين	الملك خالد	19	د. إبراهيم عبد الله أحمد	القصيم	31		أم القرى
8	د. ميرغني مكاي رمضان	الملك خالد	20	د. حسن عبدالعزيز بابو	القصيم	32	د. أحمد المنصوري	أم القرى
9	د. مجدي إبراهيم صافي	الملك خالد	21	د. عبد الحكيم عبد الخالق	القصيم	33	د. بابر خالد عبد الواحد	أم القرى
10	د. عباس دفع الله	الملك خالد	22	د. الشيخ المنى	القصيم	34	د. محمد صالح عبد الله	أم القرى
11	د. قريب الله بابر مصطفى	الملك خالد	23	د. محمد عبد الله علي	القصيم	35	د. عبد الرحمن الجهني	أم القرى
12	د. محمد شاكر إبراهيم	الملك خالد	24	د. محمد يوسف محمد	القصيم	36		الأميرة نورا

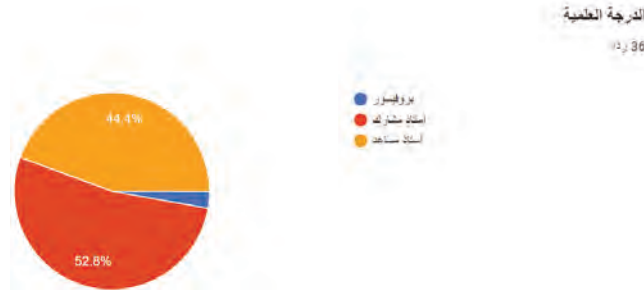
وقد ردوا مشكورين على المقابلة، وحلّ الباحثان الإجابات للاستفادة منها في استخلاص النتائج والتوصيات.

أ. تحليل البيانات الأولية:

1- جدول يوضح أفراد العينة: (الأساتذة)

جدول رقم (8) يوضح الدرجة العلمية لأفراد العينة

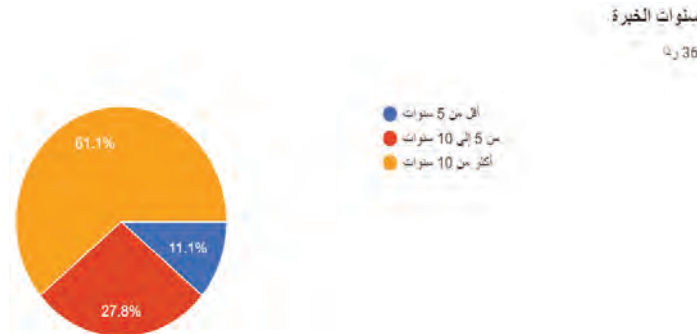
الدرجة العلمية	العدد	النسبة المئوية
بروفسور	01	4,3 %
أستاذ مشارك	19	52,8 %
أستاذ مساعد	16	44,4 %
المجموع	36	100 %



من خلال الجدول والرسم البياني للدرجات العلمية للأساتذة يتضح أن نسبة الذين حصلوا على الأستاذية بلغت 4,3 % والأستاذ المشارك 52,8 % والأستاذ المساعد 44,4 %، عليه فإن هذه العينة مؤهلة، مما يدعو للاطمئنان إلى سلامة آرائهم.

جدول رقم (9) يوضح سنوات الخبرة لأفراد العينة

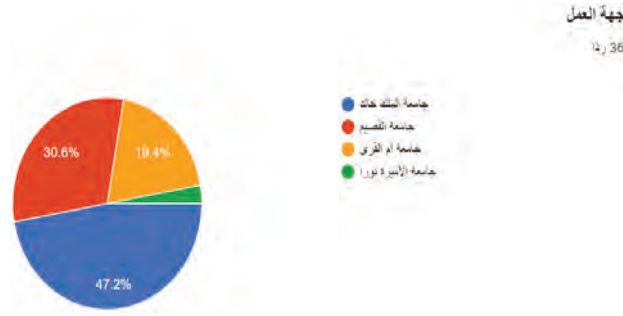
سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	4	11,1 %
من 5 إلى 10 سنوات	10	27,8 %
أكثر من 10 سنوات	22	61,1 %
المجموع	36	100 %



بالنظر إلى الجدول والرسم البياني أعلاه فإن أغلبية أفراد العينة خبرتهم أكثر من (10) عاماً حيث بلغت نسبتهم 61.1 %، وأقل أفراد العينة خبرته أقل من 5 سنوات بنسبة 11.1 % ونسبة الذين تنحصر خبرتهم بين (5 و 10 سنوات) 27.8 %، وهذا يؤكد أن أفراد العينة خبرات لا يستهان بها.

جدول رقم (10) يوضح مكان عمل أفراد العينة

مكان العمل	العدد	النسبة المئوية
أم القرى	7	% 19,4
الملك خالد	17	% 47,2
القصيم	11	% 30,6
الأميرة نورا	1	% 2,8
المجموع	36	% 100



من خلال الجدول والرسم البياني أعلاه نلاحظ أن عينة الدراسة تتوزع على: جامعة القصيم، وجامعة الملك خالد، وجامعة أم القرى، وجامعة الأميرة نورا.

ب- تحليل عبارات المقابلة:

السؤال الأول: في رأيك، ما أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية؟

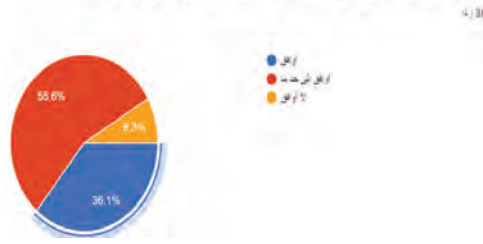
جدول رقم (11) يوضح إجابات العبارة الأولى

م	العبارات	أوافق	النسبة	أوافق إلى حد ما	النسبة	لا أوافق	النسبة
1	مشكلات تعليم الأصوات	20	%55.6	15	%41.7	1	%2.8
2	مشكلات تعليم المفردات	13	%36.1	20	%55.6	3	%8.3
3	مشكلات تعليم التراكيب النحوية	20	%55.6	16	%44.4	0	%0
4	الخلط بين تعليم العنصر والمهارة	13	%36.1	16	%44.4	7	%19.4



بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للإجابة عن عبارات السؤال الأول يتضح أن الذين يوافقون على أن مشكلات تعليم الأصوات هي أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم %55.6 والذين يوافقون إلى حد ما %41.7، والذين لا يوافقون %2.8. وهذا يتوافق مع الدراسات التقابلية التي أجريت في هذا المجال.

من أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية مشكلات المفردات



وأن الذين يوافقون على أن مشكلات تعليم المفردات هي أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 36.1%، والذين يوافقون إلى حد ما 55.6%، والذين لا يوافقون 8.3%. وارتفاع نسبة الموافقين والموافقين إلى حد ما يشير إلى وجود مشكلة في تعليم المفردات تتطلب مزيداً من العناية.

تحت مشكلات التراكيب (القواعد اللغوية) من أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية



وأن الذين يوافقون على أن مشكلات تعليم التراكيب النحوية هي أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 55.6%، والذين يوافقون إلى حد ما 44.4%. ومن هذا نأخذ أن تعليم التراكيب النحوية يشكل صعوبة، ويرجع هذا في تقدير الباحثين إلى الاستراتيجيات وطرق التدريس المتبعة.

من أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية الخلط بين تعليم العنصر والمهارة



وأن الذين يوافقون على أن مشكلة الخلط بين تعليم العنصر والمهارة هي أكثر المشكلات شيوعاً في تعليم العناصر اللغوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 36.1%، والذين يوافقون إلى حد ما 55.6%، والذين لا يوافقون 19.4%. وانخفاض نسبة الذين لا يوافقون على العبارة يشير إلى وعي المعلمين بأهمية التفريق بين تعليم العناصر والمهارات.

العبارة الثانية: في نظرك، كيف تحل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية؟

جدول رقم (12) يوضح إجابات العبارة الثانية

م	العبارات	أوافق	النسبة المئوية	أوافق إلى حد ما	النسبة	لا أوافق	النسبة
1	قدرة المتعلم على التمييز بين الحركات والمدود	26	72,2 %	7	19.4 %	3	8.3 %
2	عدم خلط تعليم الأصوات بتعليم الكتابة	17	47,2 %	10	27.8 %	9	25 %
3	البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد	26	72,2 %	9	25 %	1	2.8 %
4	تعليم صوت واحد في الدرس الواحد	12	33,3 %	10	27.8 %	14	38.9 %

حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية لا بد من قدرة المتعلم على التمييز بين الحركات والمدود



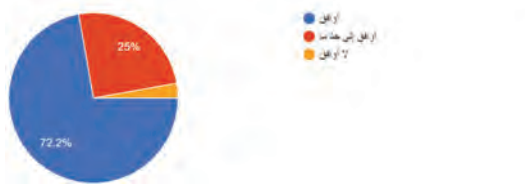
بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للإجابة عن عبارات السؤال الثاني يتضح أن الذين يوافقون على أن قدرة المتعلم على التمييز بين الحركات والمدود تساعد في حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 72.2%، والذين يوافقون إلى حد ما 19.4%، والذين لا يوافقون 8.3%.

حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية ينبغي عدم خلط تعليم الأصوات بتعليم الكتابة



وأن الذين يوافقون على أن عدم خلط تعليم الأصوات بتعليم الكتابة يساهم في حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 47.2%، والذين يوافقون إلى حد ما 27.8%، والذين لا يوافقون 25%.

البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد يحل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية



وأن الذين يوافقون على أن البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد يساعد في حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 72.2%، والذين يوافقون إلى حد ما 25%، والذين لا يوافقون 2.8%.

حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية عن طريق تعليم صوت واحد في الدرس الواحد



أما الذين يوافقون على أن تعليم صوت واحد في الدرس الواحد يساهم في حل مشكلات تعليم الأصوات للناطقين بغير العربية فقد بلغت نسبتهم 33.3%، والذين يوافقون إلى حد ما 36.9%، والذين لا يوافقون 27.8%.

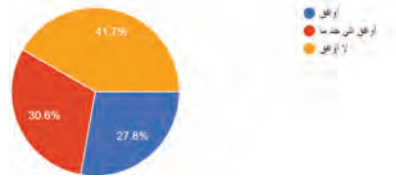
يلاحظ في العبارات الثلاث الأولى ارتفاع نسبة الموافقين، مما يدل على فاعلية هذه الفرضيات في علاج مشكلات تعليم الأصوات. أما العبارة الرابعة فقد كادت النسب أن تتساوى بين الموافقين والموافقين إلى حد ما وغير الموافقين، ومرد هذا إلى اختلاف الظروف والبيئة التي يعمل فيها المعلمون.

العبارة الثالثة: في تقديرك، كيف تحل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية؟

جدول رقم (13) يوضح إجابات السؤال الثالث

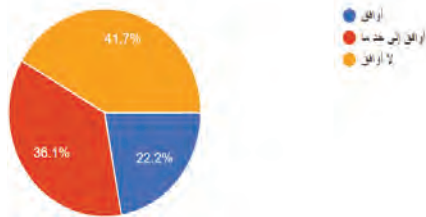
م	العبارات	أوافق	النسبة	أوافق إلى حد ما	النسبة	لا أوافق	النسبة
1	تعليم المفردات في جمل، ليست مفردة	10	27%	11	30.6%	15	41.7%
2	التركيز على مفردات معينة في الدرس الواحد	8	22.2%	13	36.1%	15	41.7%
3	مراعاة التسلسل في الدرس (عرض، تدريب، تقويم)	27	75%	9	%	0	0%
4	مناسبة المفردات لمستوى الطلاب	32	88.9%	3	8.3%	1	2.8%

من أبرز مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية تعليم المفردات في جمل، ليست مفردة



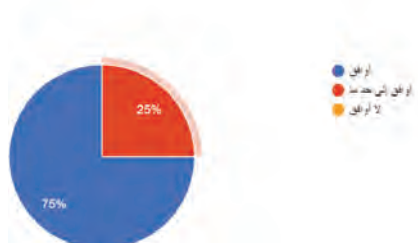
بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للإجابة عن عبارات السؤال الثالث يتضح أن الذين يوافقون على أن تعليم المفردات في جمل، ليست مفردة يساهم في حل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 27%، والذين يوافقون إلى حد ما 30.6%، والذين لا يوافقون 41.7%.

التركيز على مفردات معينة في الدرس الواحد من أبرز مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية



وأن الذين يوافقون على أن التركيز على مفردات معينة في الدرس الواحد يساعد في حل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 22.2%، والذين يوافقون إلى حد ما 36.1%، والذين لا يوافقون 41.7%.

مراعاة التسلسل في الدرس (عرض، تدريب، تقويم) يحل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية



وأن الذين يوافقون على أن مراعاة التسلسل في الدرس (عرض، تدريب، تقويم) تساهم في حل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 75%، والذين يوافقون إلى حد ما 25%، والذين لا يوافقون 0%.



وأن الذين يوافقون على أن مناسبة المفردات لمستوى الطلاب تساعد في حل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 88.9%، والذين يوافقون إلى حد ما 8.3%، والذين لا يوافقون 2.8%. انخفضت نسبة الموافقين في العبارتين الأولى والثانية، بينما ارتفعت في العبارتين الثالثة والرابعة. مما يشير إلى أن أكثر العينة المفحوصة تذهب إلى أن تعليم المفردات في جمل، ليست مفردة، والتركيز على مفردات معينة في الدرس الواحد، إسهامه قليل في حل مشكلات تعليم المفردات للناطقين بغير العربية.

العبرة الرابعة: في نظرك، كيف تحل مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية؟

جدول رقم (14) يوضح إجابات السؤال الرابع

م	العبارات	أوافق	النسبة المئوية	أوافق إلى حد ما	النسبة المئوية	لا أوافق	النسبة المئوية
1	إلمام المعلم بالفرق بين التراكيب والقواعد	28	77.8%	6	16.7%	2	5.6%
2	البدء بتعليم التراكيب الشائعة	21	58.3%	11	30.6%	4	11.1%
3	تعليم التراكيب الجديدة في مفردات غير جديدة	18	50%	9	25%	9	25%
4	الاهتمام بالجانب الوظيفي أكثر من النظري	29	80.6%	3	8.3%	4	11.1%



بالنظر إلى الجدول والرسم البياني للإجابة عن عبارات السؤال الرابع يتضح أن الذين يوافقون على أن إلمام المعلم بالفرق بين التراكيب والقواعد مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 77.8%، والذين يوافقون إلى حد ما 16.7%، والذين لا يوافقون 5.6%.



وأن الذين يوافقون على أن البدء بتعليم التراكيب الشائعة مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 58.3%، والذين يوافقون إلى حد ما 30.6%، والذين لا يوافقون 11.1%.



وأن الذين يوافقون على أن تعليم التراكيب الجديدة في مفردات غير جديدة من مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 50%، والذين يوافقون إلى حد ما 25%، والذين لا يوافقون 25%.



وأن الذين يوافقون على أن الاهتمام بالجانب الوظيفي أكثر من النظري من مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية بلغت نسبتهم 80.6%، والذين يوافقون إلى حد ما 8.3%، والذين لا يوافقون 11.1%.

نسبة الذين يوافقون على جميع العبارات المقترحة والذين يوافقون إلى حد ما مرتفعة مقارنة بالذين لا يوافقون، ويشير هذا إلى صدق العبارات وصلاحياتها في حل مشكلات تعليم التراكيب النحوية للناطقين بغير العربية.

الخاتمة: توصلت الدراسة إلى نتائج:

1. من أبرز مشكلات تعليم الأصوات صعوبة نطق الصوت عند وروده في كلمة.
2. من أسباب مشكلات تعليم الأصوات عدم تفريق المتعلم بين الحركات والمدود.
3. يساعد البدء بتدريبات التعرف الصوتي ثم التمييز ثم التجريد في حل مشكلات تعليم الأصوات.
4. تؤدي قلة ساعات التدريس إلى ضعف إتقان الأصوات.
5. ضرورة الاعتماد على المتخصصين، وذوي الخبرة في مجال تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها.

توصيات:

1. العناية بالتدرج في التدريبات الصوتية.
 2. اعتماد ساعات تدريسية كافية للتدرب على الأصوات وإتقانها.
 3. التدريب المستمر للمعلمين.
 4. الاستعانة بالوسائل الحديثة في تعليم الأصوات العربية.
 5. تنويع الأنشطة الصفية وغير الصفية.
- هذه الدراسة مدعومة من البرنامج البحثي العام بعمادة البحث العلمي بجامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية، رقم المشروع (44GRP-77).

المصادر والمراجع:

1. أبو الفتح عثمان بن جني، الخصائص، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 2000 م.
2. أبو الفتح عثمان بن جني، سر صناعة الإعراب، دار الكتب العلمية، بيروت، 2000 م.
3. أحمد مختار عمر، دراسة الصوت اللغوي، عالم الكتب، القاهرة، 2004 م.
4. تمام حسان عمر، اللغة العربية معناها ومبناها، عالم الكتب، 2006 م.
5. تمام حسان، اللغة العربية معناها ومبناها، عالم الكتب، 2006 م.
6. دروس في النظام الصوتي للغة العربية لعبد الرحمن الفوزان.
7. رمضان عبد التواب، المدخل إلى علم اللغة ومناهج البحث اللغوي، مكتبة الخانجي، 1997 م.
8. عبد الرحمن الفوزان، إضاءات لمعلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها، مكتبة لسان العرب، 1431 م.
9. عبد الفتاح البركاوي، ترتيل القرآن الكريم في ضوء الدراسات اللغوية الحديثة، 2004 م.
10. علم الأصوات.
11. الملا علي القاري المنح الفكرية شرح المقدمة الجزرية، دار الفوثناني، 2012 م.
12. ممدوح إبراهيم محمود، علم الأصوات، جامعة الإمام محمد بن سعود، 2017 م.
13. مهدي المخزومي، الخليل الفراهيدي، أعماله ومنهجه، دار الرائد العربي، بيروت، 1986 م.

المواقع:

1. <https://ali.kau.edu.sa/>
2. <https://arabic.kku.edu.sa/ar>
3. https://asc.qu.edu.sa/arabic_lan
4. <https://uqu.edu.sa/instarab>
5. Obaid Hanan.(2021). Aprospective study of future academic skills of basic education leaders as a resident supervisor in light of corona pandemic.(ISSUE:43),BOHOUTH MAGAZINE,Pp:21-32.
6. Obaid Hanan. Almusawi Mohammed, Marouf Bashar. (2022). "Strategic Planning for Youth Development and Empowerment Indicators, Strategies and Suggested Solutions". (ISSUE:44), BOHOUTH MAGAZINE, Pp:35-50.

بلاغة تمكين المرأة في القرآن الكريم

سياق لفظي (امرأة والنساء) أنموذجاً

Rhetoric of empowering women in the Holy Quran

Verbal context (woman and women) as a model



د. شومة بنت محمد الفاضلي البلوي

أستاذ البلاغة والنقد المشارك - جامعة تبوك / السعودية

أ.د. مازن موفق صديق الخيرو

أستاذ البلاغة والنقد الأدبي - جامعة الموصل / العراق

الملخص:

فإن مفهوم (التمكين) أصبح ضرورة يجب معالجتها ومعرفة حدودها، وذلك في سياقات الخطاب القرآني، فيما يتعلق بالمرأة، إذ أخذت مكانة المرأة تتلاشى في ظل التيارات الفكرية العاصفة بمقدراتها، وأصبحت المرأة أكثر عرضة للغرق في ويلات العولمة، ودعوة التحضر، وممارسة الترفيه أكثر من أي وقت مضى؛ لذا وجب علينا معالجة هذا الموضوع بناءً وانطلاقاً من الركيزة الأساسية التي خطت لنا منهج حياتنا الإيمانية والسلوكية - القرآن الكريم، فتنبعنا ما يتعلق بألفاظ ذكر المرأة بلفظي (المرأة والنساء) لمعرفة طرائق تمكينها من العيش بعزة وكرامة وتكريم في الدنيا والآخرة سلوكاً اجتماعياً وعبادة، واشملت خطة البحث على مقدمة ومطلبين وخاتمة وقائمة بالمصادر والمراجع، تضمن المطلب الأول (سياق تمكين المرأة بلفظ (امرأة)) في حين جاء المطلب الثاني (سياق تمكين المرأة بلفظ (النساء)).

الكلمات المفتاحية: بلاغة، تمكين، المرأة.

Abstract:

The concept of (empowerment) has become a necessity that must be addressed and its limits known, in the contexts of the Qur'anic discourse with regard to women, as the status of women is fading in light of the stormy intellectual currents with their capabilities, and women have become more vulnerable to drowning in the scourge of globalization, the call for urbanization, and the practice of entertainment more than Ever; Therefore, we had to deal with this issue constructively and based on the basic pillar that planned for us the curriculum of our faith and behavioral life - the Holy Qur'an. The research plan included an introduction, two demands, a conclusion, and a list of sources and references. The first requirement included (the context of empowering women with the word "woman"), while the second requirement came (the context of empowering women with the word "women").

المقدمة :

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على رسوله الأمين، وعلى آله وأصحابه الغر الميامين إلى يوم الدين، أما بعد:

فإن مفهوم (التمكين) أصبح ضرورة يجب معالجتها ومعرفة حدودها، وذلك في سياقات الخطاب القرآني، فيما يتعلق بالمرأة، إذ أخذت مكانة المرأة تتلاشى في ظل التيارات الفكرية العاصفة بمقدراتها، وأصبحت المرأة أكثر عرضة للفرق في ويلات العولمة، ودعوة التحضر، وممارسة الترفيه أكثر من أي وقت مضى؛ لذا وجب علينا معالجة هذا الموضوع بناءً وانطلاقاً من الركيزة الأساسية التي خطت لنا منهج حياتنا الإيمانية والسلوكية - القرآن الكريم، فتتبعنا ما يتعلق بالفاظ ذكر المرأة بلفظي (المرأة والنساء) لمعرفة طرائق تمكينها من العيش بعزة وكرامة وتكريم في الدنيا والآخرة سلوكاً اجتماعياً وعبادة. إن المرأة في القرآن الكريم ليست ضميراً غائباً ولا مستتراً وإنما هي كيان بشري؛ يخاطبها القرآن الكريم كما يخاطب الرجل، لم تكن أبداً مهمشة كما تزعم بعض التيارات اللاحادية، وإن الانتصار للقرآن الكريم والتصدي لتفنيدها شبهات التيارات المنحرفة ضرورة حتمية علينا. ولما كان القرآن الكريم يهيئ الأمة لقيادة العالم بدلالة قوله تعالى: ﴿لَقَدْ أَنْزَلْنَا إِلَيْكُمْ كِتَابًا فِيهِ ذِكْرُكُمْ أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ [الأنبياء: 10]، و﴿وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ مَا..﴾ [النور: 55].

اعتنى القرآن الكريم في كل سياقاته القصصية بحقوق الضعفاء فكان معنياً بإرساء قواعد العدل، وإعلان الحرب على الظلم بشتى صوره. لقد أناط القرآن الكريم مفهوم التمكين في الأرض بإقامة الدين بدلالة قوله تعالى: ﴿الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَاللَّهُ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ﴾ [الحج: 41]، وإن من دقيق الظلم الذي حاربه الإسلام وأد الجاهليين لبناتهم فشنع عليهم في ذلك قوله تعالى: ﴿وَإِذَا بُشِّرَ أَحَدُهُم بِالْأُنثَىٰ ظَلَّ وَجْهُهُ مُسْوَدًّا وَهُوَ كَظِيمٌ ٥٨ يَتَوَارَىٰ مِنَ الْقَوْمِ مِنْ سُوءِ مَا بُشِّرَ بِهِ أَيُمْسِكُهُ عَلَىٰ هُونٍ أَمْ يَدُسُّهُ فِي التُّرَابِ أَلَا سَاءَ مَا يَحْكُمُونَ﴾ [النحل: 58-59]، وفي الآية الأخرى جاءت تنسف عادة وأد البنات في مجتمعهم: ﴿وَإِذَا الْمَوْءُودَةُ سُئِلَتْ ٨ بِأَيِّ ذَنْبٍ قُتِلَتْ ٩﴾ [التكوير: 8-9]، إنها رحمة الإسلام بالمرأة وتمكين إلهي لها، وهي في مهدها لا تملك أن تدافع عن نفسها وحقوقها بكلمة، برغم أن قتلهم للأولاد كان عاماً، إلا أننا نجد التخصيص بدفن الإناث في آيات متعددة ضمن بنية الخطاب القرآني، بينما لا نجد تخصيص النهي عن قتل الذكور في أية من الآيات؛ إقراراً عملياً لحقوق المرأة، لا مجرد شعارات مرفوعة ومنظمات تملأ الدنيا ضجيجاً ولا نسمع لها حراكاً. واشملت خطة البحث على مقدمة ومطلبين وخاتمة وقائمة بالمصادر والمراجع، تضمن المطلب الأول (سياق تمكين المرأة بلفظ (امرأة)) في حين جاء المطلب الثاني (سياق تمكين المرأة بلفظ (النساء)).

المطلب الأول

سياق تمكين المرأة بلفظ (امرأة)

ورد لفظ (امرأة) في الخطاب القرآني في قوله تعالى: ﴿وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُنَّ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَهُنَّ وَلَدٌ فَلَكُمْ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِيَنَّ بِهَا أَوْ دَيْنٍ وَلَهُنَّ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَتُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَكُمْ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَكُمْ وَلَدٌ فَلَهُنَّ الثُّمُنُ مِمَّا تَرَكَتُمْ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ وَإِنْ كَانَ رَجُلٌ يُورَثُ كَلَالَةً أَوْ امْرَأَةٌ وَلَهُ أَخٌ أَوْ أُخْتُ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا السُّدُسُ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَى بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرَ مُضَارٍّ وَصِيَّةً مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ ﴿١٢﴾﴾ [النساء: 12].

نجد في الآية ما يدل على فضل الرجال على النساء، لأنه تعالى حيث ذكر الرجال، في هذه الآية، ذكرهم على سبيل المخاطبة، وحيث ذكر النساء ذكرهن على سبيل المغايبة. وأيضاً خاطب الله - عز وجل الرجال في هذه الآية سبع مرات. وذكر النساء فيها على سبيل الغيبة أقل من ذلك، وهذا يدل على تفضيل الرجال على النساء، كما فضلوا عليهن في النصيب⁽¹⁾. لكن هذا لا يعني عدم تمكين المرأة من حقوقها؛ لأن الله - سبحانه وتعالى فضله من حيثيات معينة لا مطلقاً، وفي هذه الآية الكريمة نلاحظ الإشارة

في ثبوت الميراث للأقربين من الورثة بالنسب والسبب أن الميت إذا مات تحمل القريب أحزانه فعوض الله الوارث على ما يقاسيه ويخامر قلبه من التوجع مال الموروث وكذا سنته - سبحانه التعويض على مقاساة الأذى - جوداً منه لا وجوباً عليه كما يتوهم، وكل من كان أقرب نسباً أو أقوى سبباً من الميت كان أكثر استحقاقاً لميراثه⁽²⁾، وقوله: ﴿وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُنَّ وَلَدٌ﴾ إن الجملة لا يمكن أن تستقيم إلا بوجود عنصر المسند ﴿أَزْوَاجُكُمْ﴾ لأنها تحمل حكماً شرعياً لا يحدد إلا بوجود فاعل ﴿تَرَكَ﴾ وتعيينه بصورة خاصة؛ ولذا ذكر ضرورة سياقية بلاغية⁽³⁾.

وفي هذا السياق فإن من مظاهر تمكين المرأة في الدين الإسلامي ذكرها سياق التشريع والفقه الإسلامي كما نلاحظ ذلك في قوله - عز وجل في الآية السابقة، فعند معاينة بنية الخطاب القرآني في هذا السياق بلاغياً نجد بلاغة الإطناب في قوله تعالى: ﴿مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِيَنَّ بِهَا أَوْ دَيْنٍ﴾ نجد التقديم والتأخير في هذه الجملة، إذ قدم الوصية على الدين في اللفظ، لأن الوصية مندوب إليها، والدين يقع نادراً⁽⁴⁾، وتكررت العبارة ثلاثة مرات، ويعد الإطناب من مباحث علم المعاني، وهو أسلوب بلاغي قائم على مجموعة أشكال من الزيادات والامتدادات اللفظية

(2) لطائف الإشارات = تفسير القشيري، عبد الكريم بن هوازن بن عبد

الملك القشيري (ت465هـ): 1 / 318.

(3) ينظر: سورة النساء - دراسة بلاغية تحليلية: 245.

(4) غرائب التفسير وعجائب التأويل، أبو القاسم برهان الدين الكرمانى،

(ت505هـ): 1 / 286.

(1) محاسن التأويل، محمد جمال الدين بن محمد سعيد بن قاسم الحلاق

القاسمي (ت1332هـ): 3 / 43.

التي تعتري النص فتحقق إبلاغاً، وتوطيداً لأفكار السياق ومعانيه؛ فنجد العلوي (ت 745هـ)، يؤكد على وظيفة الإطناب التركيبية التي تسهم في إثراء الدلالة الفنية فيقول: «إن الإطناب وادٍ من أودية البلاغة، ولا يرد إلا في الكلام المؤتلف، ولا يختص بالمفردات، لأن معناه لا يحصل إلا في الأمور المركبة»⁽¹⁾.

وقد بين ابن الأثير (ت 637هـ) حدود الإطناب، فهو يعدّ أول من وضع تعريفاً جامعاً له؛ إذ يقول: «زيادة اللفظ على المعنى لفائدة»⁽²⁾، وفي كلامه هذا تأكيد لفعالية الزيادة اللفظية التي تكون لأجل توظيف الفائدة المتحققة في صوره المتعددة، وأشار الخطيب القزويني (ت 739هـ)، للإطناب بقوله: «تأدية أصل المراد بلفظ مساو له أو ناقص عنه أو زائد عليه لفائدة»⁽³⁾، وقيل أداء المعنى بأكثر مما يستحق من الألفاظ شريطة أن تكون الزيادة لفائدة، وهذه التعريفات فيها توحيد بالمعنى المراد وإن اختلفت التعابير، ويحصل الإطناب بطرائق كثيرة تكثر عند بعضهم وتقل عند الآخر، ولعل السرف في ذلك التدخل الكبير بين تلك الطرائق؛ ولأنها تؤدي معنى وهو الإيضاح⁽⁴⁾.

وعرف الإطناب على أنه: «هو التعبير عن المقصود بلفظ زائد عليه لفائدة تفيد منه فإذا زاد عليه لغير فائدة كان تطويلاً، أو حشواً، فالتطويل لا يتعين فيه الزائد في الكلام»⁽⁵⁾، فالتطويل في الكلام، والإكثار في ألفاظه والمبالغة فيه دلالة

على تشكيل جملة الإطناب من ألفاظ يتبع بعضها البعض الآخر، ويعلق به، ويرتبط معه الارتباط، والتماسك التام، وهي تلك الألفاظ التي تستكثر وتزيد على معانيها⁽⁶⁾.

والإطناب بوصفه فناً بلاغياً، وسيلة من وسائل البناء الفني للنصوص يقوم على أساس إضافات يأتي بها المتكلم في سياقات خاصة لها أثر في الإيصال إلى المتلقي، إذ إن العناصر اللغوية المضافة إلى السياق تسهم في إعطاء بُعد فني دلالي جديد ترسم خطواته من خلال التتابع اللغوي لبيان المعنى، أو توجيهه أو توكيده، وتلك العناصر بتشاكلها مع عناصر النص تؤسس بُعداً مقصوداً تحقّقه وظيفتها بوصفها أشكالاً إطنابية⁽⁷⁾، وانتقاؤه يرتبط ببنية السياقين الداخلي والخارجي من خلال مجموعة من التحولات البنائية ذات الأثر المهم في الدلالة التي تقدم للمتلقي.

وبلاغته تكمن في سياق الآية الكريمة في التأكيد على بيان وتطبيق ما ذكر في الآية سابقاً، وتحقيق الاستجابة، ونقصد بالاستجابة تمكين المعنى في ذات المتلقي وهو غرض وغاية الخطاب البلاغي⁽⁸⁾، وهو أي: التمكين يرد «للدلالة على تثبيت المعنى... بطرق تعتمد التغيير اللساني أو تغييرات البنية اللسانية لخلق أشكال فنية تؤدي وظيفة التمكين أو الاستجابة»⁽⁹⁾. ونرى تأكيد

(6) ينظر: من بلاغة الإطناب في الحديث الشريف، د. نعم هاشم الجماس، مجلة التربية والعلم، المجلد 17، العدد 3، 2010م: 187.

(7) ينظر: الإطناب في القرآن الكريم أنماطه ودلالاته، وفاء فيصل مرعي، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب - جامعة الموصل، 2003م: 9.

(8) ينظر: الأصول المعرفية لنظرية التلقي، ناظم عودة خضر: 61.

(9) المصدر نفسه: 63.

(1) الطراز لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز: 2 / 123.

(2) المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر: 2 / 280.

(3) الإيضاح في علوم البلاغة: 3 / 173.

(4) ينظر: المصدر نفسه: 3 / 197.

(5) البلاغة العالية (علم المعاني)، عبد المتعال الصيدي: 118.

عبد القاهر الجرجاني (ت 471هـ) على فكرة التغيير اللساني الذي يخلق الافهام والاستجابة بقوله: «إن لكل نوع من المعنى نوعاً من اللفظ هو به أخص وأولى، وضرباً من العبارة هو بتأديته أقوم، وهو فيه أحلى، ومأخذاً إذا أخذ منه كان إلى الشيء متعلقاً بغيره، ومقيماً على ما سواه كان من خير ما يستعان به على تقريبه من الإفهام في النفوس أن يوضع له مثال يكشف عن وجهه، ويؤنس به، ويكون زمماً عليه يمسكه على المتفهم له، والطالب علمه»⁽¹⁾؛ لذا فإن تغيير الشكل رهينة بتغيير الدلالة، وهي تتعلق بنسيج النص أو ما يعرف بـ «النظم» لأن النظم هو «تأليف الكلمات والجمل مترتبة المعاني متناسبة الدلالات على حسب ما يقتضيه العقل»⁽²⁾، أو التفكير الذي يوفر دوافع قصدية لإنشاء الخطاب، وعناية العرب ببنية (الشكل) أو (اللفظ) لا تقل أهمية عن عنايتهم بالمعنى، فهذا ابن جني (ت 392هـ) يقول في باب «الرد على من ادعى على العرب عنايتها بالألفاظ وإغفالها المعاني»: «أعلم أن هذا الباب أشرف فصول العربية وأكرمها وأعلاها ... وذلك أن العرب كما تعنى بألفاظها فتصلحها، وتهذبها، وتراعيها، وتلاحظ أحكامها ... فإن المعاني أقوى عندها وأكرم عليها وأفخم قدراً في نفوسها. فأول ذلك عنايتها بألفاظها، فإنها لما كانت عنوان معانيها، وطريقاً إلى إظهار أغراضها ومراميتها، أصلحوها ورتبوها وبالغوا في

تحبيرها وتحسينها، ليكون ذلك أوقع في السمع وأذهب بها في الدلالة على القصد»⁽³⁾، ولا يمكن استكناه معاني الألفاظ إلا في السياق الذي ترد فيه «فالكلمة لا معنى لها خارج السياق الذي ترد فيه»⁽⁴⁾. ويتضافر معه أسلوب التجانس الصوتي الذي يحققه جناس الاشتقاق في قوله تعالى: «وَصِيَّةٌ يُؤْصَى»، وكذلك عنصر المبالغة في قوله - تبارك وتعالى: «عَلِيمٌ حَلِيمٌ» وتعد الأصوات «الإطار الذي يبني البنى الأخرى في الكلام، إذ إن نوعية الأصوات التي تؤلف الكلمة هي التي ترسم لنا بنيتها التي تؤثر في التلاؤم داخل الكلمة مع أخواتها في السياق»⁽⁵⁾.

والسياق يتحدث عن «فريضة الميراث الذي سببه العصمة، وقد أعطاه الله حقها المهجور عند الجاهلية، إذ كانوا لا يورثون الزوجين: أما الرجل فلا يرث امرأته لأنها إن لم يكن لها أولاد منه، فهو قد صار بموتها بمنزلة الأجنبية عن قرابتها من آباء وإخوة وأعمام، وإن كان لها أولاد كان أولادها أحق بميراثها إن كانوا كباراً، فإن كانوا صغاراً قبض أقرباؤهم مالههم وتصرقوا فيه، وأما المرأة فلا ترث زوجها بل كانت تعد مورثة عنه يتصرف فيها ورثته كما جاء في قوله: «يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَحِلُّ لَكُمْ أَنْ تَرِثُوا النِّسَاءَ كَرِهًا وَلَا تَقْضُوهُنَّ لِنُدْهَبُوا بِبَعْضِ مَا ءَاتَيْتُمُوهُنَّ إِلَّا أَنْ يَأْتِيَنَّ بِفَحْشَةٍ مُبَيِّنَةٍ وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ فَإِنْ كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا

(3) الخصائص، أبو الفتح عثمان بن جني: 216/1-217.

(4) النحو والدلالة - مدخل لدراسة المعنى النحوي الدلالي، د. محمد حماسة عبد اللطيف: 36.

(5) مستويات النظم في التركيب القرآني، عبد الواحد زيارة إسكندر المنصوري، أطروحة دكتوراه، جامعة البصرة - كلية الآداب، 1419هـ - 1998م: 47.

(1) الرسالة الشافية، ضمن ثلاث رسائل في إعجاز القرآن، الجرجاني، الرماني والخطابي وعبد القاهر الجرجاني: 117.

(2) كتاب التعريفات، علي بن محمد بن علي الجرجاني (740 - 816هـ): 191.

شَيْئًا وَيَجْعَلُ اللَّهُ فِيهِ خَيْرًا كَثِيرًا» [النساء: 19].
 بفتح «كُرْهَا»، وقد وردت في آية أخرى بضمها قال
 تعالى: «وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَلَدَيْهِ إِحْسَانًا حَمَلَتْهُ أُمُّهُ،
 كُرْهًا وَوَضَعَتْهُ كُرْهًا...» [الأحاف: 15]، فلما كان
 الحمل فيه مشقة بدنية فالمرأة تحمل في بطنها
 متعبة، وتضع متعبة بأوجاع الولادة وآلامها مما
 يجعلها كارهة في الحالتين، لما فيهما من تعب
 نفسي لها ومشقة ووهن جسدي، لهذا استعمله
 البيان القرآني في هذا الموضع بالضم ليناسب
 المقام، ولما كان السياق في الآية الثانية سياق
 وراثة النساء بالإكراه استعمل المصدر «كُرْهَا»
 الذي يسبب المشقة النفسية والقلق من دون
 المشقة البدنية، وعليه فإن المصدر «كُرْهَا»
 بالضم هو أوسع دلالة من المصدر «كُرْهَا» بالفتح
 في الاستعمال البياني القرآني⁽¹⁾، فتَوَّهَ اللَّهُ فِي هَذِهِ
 الْآيَاتِ بِصَلَةِ الْعَصْمَةِ، وَهِيَ الَّتِي وَصَفَهَا بِالْمِيثَاقِ
 الْغَلِيظِ فِي قَوْلِهِ: «وَأَخَذْتُ مِنْكُمْ مِيثَاقًا
 غَلِيظًا» [النساء: 21]، وَفِي قَوْلِهِ: «مِمَّا تَرَكَتُمْ»
 كَالْجَمْعِ فِي الْأَوْلَادِ وَالْآبَاءِ، مُرَادٌ بِهِ تَعَدُّدُ أَفْرَادِ
 الْوَارِثِينَ مِنَ الْأُمَّةِ، وَهَاهُنَا قَدْ اتَّفَقَتِ الْأُمَّةُ عَلَى أَنَّ
 الرَّجُلَ إِذَا كَانَتْ لَهُ زَوَاجَاتُ أَنَّهُنَّ يَشْتَرِكْنَ فِي الرَّبْعِ
 أَوْ فِي الثُّمْنِ مِنْ غَيْرِ زِيَادَةٍ لِهِنَّ، لِأَنَّ تَعَدُّدَ الزَّوْجَاتِ
 يَبْدُو صَاحِبَ الْمَالِ فَكَانَ تَعَدُّدُهُنَّ وَسِيلَةً لِإِدْخَالِ
 الْمَضْرُوعَةِ عَلَى الْوَرِثَةِ الْآخَرِينَ بِخِلَافِ تَعَدُّدِ الْبَنَاتِ
 وَالْأَخَوَاتِ فَإِنَّهُ لَا خِيَارَ فِيهِ لِرَبِّ الْمَالِ. وَالْمَعْنَى:
 وَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِنْكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَتْ كُلُّ زَوْجَةٍ مِنْ
 أَزْوَاجِهِ، وَكَذَلِكَ قَوْلُهُ: «فَلََكُمْ الرَّبْعُ مِمَّا

(1) ينظر: لطائف بلاغية قرآنية، د. أحمد فتحي الحياتي: 1/ 106.

تَرَكَتُمْ». وَقَوْلُهُ: «وَلَهُنَّ الرَّبْعُ مِمَّا تَرَكَتُمْ»
 أَي: لِمَجْمُوعِهِنَّ الرَّبْعُ مِمَّا تَرَكَتْ زَوَّجُهُنَّ. وَكَذَلِكَ
 قَوْلُهُ: «فَلَهُنَّ الثُّمْنُ مِمَّا تَرَكَتُمْ» وَهَذَا حَدَقَّ يَدُلُّ
 عَلَيْهِ إِيجَازُ الْكَلَامِ. وَأَعْقَبَتْ فَرِيضَةُ الْأَزْوَاجِ بِذِكْرِ
 مَنْ بَعْدَ وَصِيَّةِ يُوصِيَنَّ بِهَا أَوْ دَيْنٍ لِئَلَّا يُتَوَهَّمُ
 مَتَوَهَّمُ أَنَّهُنَّ مَمْنُوعَاتٌ مِنَ الْإِصْصَاءِ وَمِنَ التَّدَايُنِ
 كَمَا كَانَ الْحَالُ فِي زَمَانِ الْجَاهِلِيَّةِ. وَأَمَّا ذِكْرُ تِلْكَ
 الْجُمْلَةِ عَقِبَ ذِكْرِ مِيرَاثِ النِّسَاءِ مِنْ رِجَالِهِنَّ
 فَجَرِيًّا عَلَى الْأَسْلُوبِ الْمُتَّبَعِ فِي هَذِهِ الْآيَاتِ، وَهُوَ أَنَّ
 يُعْقَبُ كُلُّ صِنْفٍ مِنَ الْفَرَائِضِ بِالتَّنْبِيهِ عَلَى أَنَّهُ لَا
 يُسْتَحَقُّ إِلَّا بَعْدَ إِخْرَاجِ الْوَصِيَّةِ وَقَضَاءِ الدَّيْنِ.
 «وَإِنْ كَانَتْ رَجُلٌ يُوْرَثُ كَلَالَةً أَوْ امْرَأَةً وَلَهُ
 أَخٌ أَوْ أُخْتٌ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا الشُّدُسُ فَإِنْ
 كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ
 مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِيَنَّ بِهَا أَوْ دَيْنٍ». بَعْدَ أَنْ بَيَّنَّ
 مِيرَاثَ ذِي الْأَوْلَادِ أَوْ الْوَالِدَيْنِ وَفَصَّلَهُ فِي أَحْوَالِهِ
 حَتَّى حَالَةِ مِيرَاثِ الزَّوْجَيْنِ، «وَكَيْفَ تَأْخُذُونَهُ»
 وَقَدْ أَقْضَى بَعْضُكُمْ إِلَى بَعْضٍ وَأَخَذْتُ
 مِنْكُمْ مِيثَاقًا غَلِيظًا» [النساء: 21] انْتَقَلَ هُنَا
 إِلَى مِيرَاثِ مَنْ لَيْسَ لَهُ وَلَدٌ وَلَا وَالِدٌ، وَهُوَ الْمَوْرُوثُ
 كَلَالَةً، وَلِذَلِكَ قَابَلَ بِهَا مِيرَاثَ الْأَبَوَيْنِ. وَالْكَالَةُ
 اسْمٌ لِلْكَالِ وَهُوَ التَّعَبُ وَالْإِعْيَاءُ وَوَصَفَتِ الْعَرَبُ
 بِالْكَالَةِ الْقَرَابَةَ غَيْرَ الْقُرْبَى، كَانَهُمْ جَعَلُوا وَصُولَهُ
 لِنَسَبِ قَرِيبِهِ عَنْ بَعْدٍ، فَأَطْلَقُوا عَلَيْهِ الْكَالَةَ عَلَى
 طَرِيقِ الْكِنَايَةِ ثُمَّ أَطْلَقُوهُ عَلَى إِرْثِ الْبَعِيدِ، وَأَحْسَبُ
 أَنَّ ذَلِكَ مِنْ مُصْطَلَحِ الْقُرْآنِ، إِذْ لَمْ أَرَهُ فِي كَلَامِ
 الْعَرَبِ إِلَّا مَا بَعْدَ نَزُولِ الْآيَةِ وَمِنْهُ قَوْلُهُمْ: وَرِثَ
 الْمَجْدَ لَا عَنْ كَلَالَةٍ. وَمُضَارٌّ الْأَظْهَرُ أَنَّهُ اسْمٌ فَاعِلٌ
 بِتَقْدِيرِ كَسَرِ الرَّاءِ الْأُولَى الْمُدْغَمَةِ أَيِ غَيْرِ مُضَارٍّ

وَرَتَّهٗ بِإِكْتَارِ الْوَصَايَا، وَهُوَ نَهْيٌ عَنْ أَنْ يَقْصِدَ الْمُوصِي مِنْ وَصِيَّتِهِ الْإِضْرَارَ بِالْوَرَثَةِ. وَالْإِضْرَارُ مِنْهُ مَا حَدَّدَهُ الشَّرْعُ، وَهُوَ أَنْ يَتَجَاوَزَ الْمُوصِي بِوَصِيَّتِهِ ثَلَاثَ مَالِهِ وَقَدْ حَدَّدَهُ النَّبِيُّ ﷺ بِقَوْلِهِ لِسَعْدِ بْنِ أَبِي وَقَّاصٍ «الثَّلَاثُ وَالثَّلَاثُ كَثِيرٌ». وَمِنْهُ مَا يَحْصُلُ بِقَصْدِ الْمُوصِي بِوَصِيَّتِهِ الْإِضْرَارَ بِالْوَارِثِ وَلَا يَقْصِدُ الْقُرْبَةَ بِوَصِيَّتِهِ، وَهَذَا هُوَ الْمُرَادُ مِنْ قَوْلِهِ تَعَالَى: «غَيْرَ مُضَارٍّ». وَلَمَّا كَانَتْ نِيَّةُ الْمُوصِي وَقَصْدُهُ الْإِضْرَارَ لَا يُطْلَعُ عَلَيْهِ فَهُوَ مُوَكَّلٌ لِدِينِهِ وَخَشْيَةِ رَبِّهِ، فَإِنْ ظَهَرَ مَا يَدُلُّ عَلَى قَصْدِهِ الْإِضْرَارَ دَلَالَةً وَاضِحَةً، فَالْوَجْهُ أَنْ تَكُونَ تِلْكَ الْوَصِيَّةُ بَاطِلَةً، لِأَنَّ قَوْلَهُ تَعَالَى: «غَيْرَ مُضَارٍّ» نَهْيٌ عَنِ الْإِضْرَارِ، وَالنَّهْيُ يَقْتَضِي فُسَادَ الْمَنْهِيِّ عَنْهُ. وَيَتَعَيَّنُ أَنْ يَكُونَ هَذَا الْقَيْدُ مَقِيدًا لِلْمُطْلَقِ فِي الْآيَةِ الثَّلَاثِ الْمُتَقَدِّمَةِ مِنْ قَوْلِهِ: «مِنْ بَعْدِ وَصِيَّتِهِ»، لِأَنَّ هَذِهِ الْمُطْلَقَاتِ مُتَّحِدَةٌ الْحُكْمِ وَالسَّبَبِ. فَيَحْمِلُ الْمُطْلَقُ مِنْهَا عَلَى الْمُقَيَّدِ كَمَا تَقَرَّرَ فِي الْأُصُولِ. وَقَدْ أَخَذَ الْفُقَهَاءُ مِنْ هَذِهِ الْآيَةِ حُكْمَ مَسْأَلَةِ قَصْدِ الْمُعْطِي مِنْ عَطِيَّتِهِ الْإِضْرَارَ بِوَارِثِهِ فِي الْوَصِيَّةِ وَغَيْرِهَا مِنَ الْعَطَايَا، وَالْمَسْأَلَةُ مَفْرُوضَةٌ فِي الْوَصِيَّةِ خَاصَّةً، لِأَنَّ الثَّلَاثَ حَقٌّ جَعَلَهُ اللَّهُ لَهُ فَهُوَ عَلَى الْإِبَاحَةِ فِي التَّصَرُّفِ فِيهِ، وَالتَّقْدِيرُ: يُوصِيكُمُ اللَّهُ بِذَلِكَ وَصِيَّةً مِنْهُ فَهُوَ خَتَمٌ لِلْأَحْكَامِ بِمِثْلِ مَا بُدِئَتْ بِقَوْلِهِ: «يُوصِيكُمُ اللَّهُ» [النِّسَاءُ: 11] وَهَذَا مِنْ بِلَاغَةِ رَدِّ الْعَجْزِ عَلَى الصَّدْرِ. وَقَوْلُهُ: «وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ» بِلَاغَةُ التَّنْذِيلِ، وَذَكَرَ وَصَفَ الْعِلْمِ وَالْحِلْمِ هُنَا لِمُنَاسَبَةِ أَنَّ الْأَحْكَامَ الْمُتَقَدِّمَةَ أَبْطَالَ لِكَثِيرٍ مِنْ أَحْكَامِ الْجَاهِلِيَّةِ، وَقَدْ كَانُوا شَرَعُوا مَوَارِيثَهُمْ تَشْرِيعًا مِثْلَ مِثَارِهِ الْجَهْلُ وَالْقِسَاوَةُ. فَإِنْ حَرَّمَ أَنْ يَبْنَى وَالْأَخَ لِلْأُمِّ مِنَ الْإِرْثِ

جَهْلٌ بِأَنَّ صِلَةَ النَّسَبِ مِنْ جَانِبِ الْأُمِّ مُمَازِلَةٌ لَصِلَةِ نَسَبِ جَانِبِ الْأَبِ. فَهَذَا وَنَحْوُهُ جَهْلٌ، وَحَرَمَانُهُمُ الصَّغَارُ مِنَ الْمِيرَاثِ قِسَاوَةٌ مِنْهُمْ. وَقَدْ بَيَّنَّتِ الْآيَاتُ فِي هَذِهِ السُّورَةِ الْمِيرَاثَ وَأَنْصَبَاءَهُ بَيْنَ أَهْلِ أُصُولِ النَّسَبِ وَفُرُوعِهِ وَأَطْرَافِهِ وَعِصْمَةِ الزَّوْجِيَّةِ، وَسَكَتَتْ عَمَّا عَدَا ذَلِكَ مِنَ الْعُصْبَةِ وَذَوِي الْأَرْحَامِ وَمَوَالِي الْعِنَاقَةِ وَمَوَالِي الْحِلْفِ⁽¹⁾، ففِي قَوْلِهِ: «وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ» لَمْ يَشَأْ إِلَّا ذِكْرَ الْمُسْنَدِ إِلَيْهِ فِي تَأْكِيدِ وَتَقْرِيرِ مَنْقَطِعِ النُّظِيرِ بَعْدَ ذِكْرِ تِلْكَ الْقَضَايَا الْمُتَشَعِّبَةِ فِي أُمُورِ الْمِيرَاثِ، وَكَانَ يَغْنِي السِّيَاقُ ظَاهِرِيًّا لَوْ جَاءَ: وَصِيَّةٌ مِنَ اللَّهِ الْعَلِيمِ الْحَلِيمِ، لَكُنْهَا جُمْلَةٌ التَّنْذِيلِ الَّتِي تَأْتِي دَائِمًا مُسْتَقْلَةً فِي التَّرْكِيبِ بِنَفْسِهَا عَمَّا قَبْلَهَا مَعَ عَمَقِ صِلَتِهَا بِهِ مَعْنَوِيًّا⁽²⁾. إِذْنِ اعْلَمْ أَنَّهُ تَعَالَى أَوْرَدَ أَقْسَامَ الْوَرَثَةِ فِي هَذِهِ الْآيَاتِ عَلَى أَحْسَنِ التَّرْتِيبَاتِ، وَذَلِكَ لِأَنَّ الْوَارِثَ إِمَّا أَنْ يَكُونَ مُتَّصِلًا بِالنَّسَبِ بِغَيْرِ وَاسِطَةٍ أَوْ بِوَاسِطَةٍ، فَإِنْ اتَّصَلَ بِهِ بِغَيْرِ وَاسِطَةٍ فَسَبَبُ الْإِتِّصَالِ إِمَّا أَنْ يَكُونَ هُوَ النَّسَبُ أَوْ الزَّوْجِيَّةُ، فَحَصَلَ هَاهُنَا أَقْسَامُ ثَلَاثَةٌ، أَشْرَفُهَا وَأَعْلَاهَا الْإِتِّصَالُ الْحَاصِلُ ابْتِدَاءً مِنْ جِهَةِ النَّسَبِ، وَذَلِكَ هُوَ قَرَابَةُ الْوَلَادِ، وَيَدْخُلُ فِيهَا الْأَوْلَادُ وَالْوَالِدَانِ، فَاللَّهُ تَعَالَى قَدَّمَ حُكْمَ هَذَا الْقِسْمِ. وَثَانِيهَا: الْإِتِّصَالُ الْحَاصِلُ ابْتِدَاءً مِنْ جِهَةِ الزَّوْجِيَّةِ، وَهَذَا الْقِسْمُ مُتَأَخِّرٌ فِي الشَّرَفِ عَنِ الْقِسْمِ الْأَوَّلِ، لِأَنَّ الْأَوَّلَ ذَاتِيٌّ وَهَذَا الثَّانِي عَرَضِيٌّ، وَالذَّاتِيُّ أَشْرَفُ مِنَ الْعَرَضِيِّ، وَهَذَا الْقِسْمُ هُوَ الْمُرَادُ مِنْ هَذِهِ الْآيَةِ

(1) ينظر: التحرير والتنوير «تحرير المعنى السديد وتنوير العقل الجديد من تفسير الكتاب المجيد»، محمد الطاهر بن عاشور: 262-267.
(2) ينظر: سورة النساء - دراسة بلاغية تحليلية: 246.

الَّتِي نَحْنُ الْآنَ فِي بَيَانِ بِلَاغَتِهَا. وَثَالِثُهَا: الْإِتِّصَالُ الْحَاصِلُ بِوَاسِطَةِ الْغَيْرِ وَهُوَ الْمُسَمَّى بِالْكَلَالَةِ، وَهَذَا الْقِسْمُ مُتَأَخَّرٌ عَنِ الْقِسْمَيْنِ الْأَوَّلَيْنِ لَوُجُوهٍ أَحَدُهَا: أَنَّ الْأَوْلَادَ وَالْوَالِدَيْنِ وَالْأَزْوَاجَ وَالزَّوْجَاتِ لَا يَعْرِضُ لَهُمْ السَّقُوطُ بِالْكُلِّيَّةِ، وَأَمَّا الْكَلَالَةُ فَقَدْ يَعْرِضُ لَهُمُ السَّقُوطُ بِالْكُلِّيَّةِ. وَثَانِيهَا: أَنَّ الْقِسْمَيْنِ الْأَوَّلَيْنِ يُنْسَبُ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا إِلَى الْمَيِّتِ بِغَيْرِ وَاسِطَةٍ، وَالْكَلَالَةُ تُنْسَبُ إِلَى الْمَيِّتِ بِوَاسِطَةٍ وَالثَّابِتُ ابْتِدَاءً أَشْرَفُ مِنَ الثَّابِتِ بِوَاسِطَةٍ. وَثَالِثُهَا: أَنَّ مُخَالَطَةَ الْإِنْسَانِ بِالْوَالِدَيْنِ وَالْأَوْلَادِ وَالزَّوْجِ وَالزَّوْجَةِ أَكْثَرُ وَأَتَمُّ مِنْ مُخَالَطَتِهِ بِالْكَلَالَةِ. وَكَثْرَةُ الْمُخَالَطَةِ مَظْنَةُ الْإِلْفَةِ وَالشَّفَقَةِ، وَذَلِكَ يُوجِبُ شِدَّةَ الْإِهْتِمَامِ بِأَحْوَالِهِمْ، فَلِهَذَا الْأَسْبَابُ الثَّلَاثَةُ وَأَشْبَاهُهَا أَخَّرَ اللَّهُ تَعَالَى ذِكْرَ مَوَارِيثِ الْكَلَالَةِ عَنْ ذِكْرِ الْقِسْمَيْنِ الْأَوَّلَيْنِ فَمَا أَحْسَنَ هَذَا التَّرْتِيبَ وَمَا أَشَدَّ انْطِبَاقَهُ عَلَى قَوَانِينِ الْمَعْقُولَاتِ وَفِي الْآيَةِ مَسَائِلُ: الْمَسْأَلَةُ الْأُولَى: أَنَّهُ تَعَالَى لَمَّا جَعَلَ فِي الْمَوْجِبِ النَّسَبِيِّ حَظَّ الرَّجُلِ مِثْلَ حَظِّ الْأُنثَيَيْنِ كَذَلِكَ جَعَلَ فِي الْمَوْجِبِ السَّبَبِيِّ حَظَّ الرَّجُلِ مِثْلَ حَظِّ الْأُنثَيَيْنِ، وَاعْلَمْ أَنَّ الْوَاحِدَ وَالْجَمَاعَةَ سَوَاءٌ فِي الرَّبْعِ وَالنُّثْمِ، وَالْوَلَدُ مِنْ ذَلِكَ الزَّوْجِ وَمِنْ غَيْرِهِ سَوَاءٌ فِي الرَّدِّ مِنَ النُّصْفِ إِلَى الرَّبْعِ أَوْ مِنَ الرَّبْعِ إِلَى النُّثْمِ، وَاعْلَمْ أَنَّهُ لَا فَرْقَ فِي الْوَلَدِ بَيْنَ الذَّكَرِ وَالْأُنْثَى وَلَا فَرْقَ بَيْنَ الْإِبْنِ وَبَيْنَ ابْنِ الْإِبْنِ وَلَا بَيْنَ الْبَنَاتِ وَبَيْنَ بَنَاتِ الْإِبْنِ⁽¹⁾. ولما كان الإرث بالمصاهرة أضعف من الإرث بالقرابة ذكره بعده، وقدمه على الإرث بقرابة الأخوة تعريفاً

(1) ينظر: مفاتيح الغيب، فخر الدين الرازي (ت 606هـ): 9/ 520-525.

بالاهتمام به ولأنه بلا واسطة، وقدم منه الرجل لأنه أفضل فقال: «وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ» وبين شرط هذا بقوله: «إِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُنَّ وَلَدٌ» أي: منكم أو من غيركم، ثم بين الحكم على التقدير الآخر فقال: «فَإِنْ كَانَ لَهُنَّ وَلَدٌ» أي وارث وإن سفل سواء كان ابناً أو بنتاً «فَلَكُمْ الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ» أي: تركت كل واحدة منهن، ويغسلها الزوج لأن الله أضافها إليه باسم الزوجية، والأصل الحقيقة، ولا يضر حرمة جماعها بعد الموت وحل نكاح أختها وأربع سواها، لأن ذلك لفقد المقتضي أو المانع وهو الحياة، وذلك لا يمنع علة النكاح المبيح للغسل - كما لم يمنعها لأجل العدة لو كان الفراق بالطلاق، ثم كرر حكم الوصية اهتماماً بشأنها فقال: «مَنْ بَعْدَ وَصِيَّةٍ يُوصِيكَ بِهَا» أي: الأزواج أو بعضهن، ولعله جمع إشارة إلى أن الوصية أمر عظيم ينبغي أن يكون مستحضراً في الذهن غير مغفول عنه عند أحد من الناس «أَوْ دَيْنٍ». ولما بين إرث الرجل أتبعه إرثها فقال معلماً أنه على النصف مما للزوج - كما مضى في الأولاد: «وَلَهُنَّ» أي: عدداً كن أو لا «الرُّبْعُ مِمَّا تَرَكَتُمْ» أي: يشتركن فيه على السواء إن كن عدداً، وتنفرد به الواحدة إن لم يكن غيرها، ثم بين شرطه بقوله: «إِنْ لَمْ يَكُنْ لَكُمْ وَلَدٌ» ثم بين حكم القسم الآخر بقوله: «فَإِنْ كَانَ لَكُمْ وَلَدٌ» أي: وارث «فَلَهُنَّ النُّثْمُ مِمَّا تَرَكَتُمْ» كما تقدم في الربع، ثم كرر الخروج عن حق الموروث فقال: «مَنْ بَعْدَ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ». ولما فرغ من قسمي ما اتصل بالميت بلا واسطة أتبعه الثالث وهو ما اتصل بواحدة، ولما

كان قسامين، لأنه تارة يتصل من جهة الأم فقط وهم الأخياف، أهمهم واحدة وآباؤهم شتى، وتارة من جهة الأب فقط وهم العلات، أبوهم واحد وأمهااتهم شتى، وتارة من جهة الأبوين وهم الأعيان، وكانت قرابة الأخوة أضعف من قرابة البنوة؛ أكدها بما يقتضيه حالها، فجعلها في قصتين، ذكر إحداهما هنا إدخالاً لها في حكم الوصية المفروضة، وختم بالأخرى السورة لأن الختام من مظنات الاهتمام. ولما كانت قرابة الأم أضعف من قرابة الأب قدمها هنا دلالة على الاهتمام بشأنها، وأن ما كانوا يفعلونه من حرمان الإناث خطأ وجور عن منهاج العدل، فقال تعالى: ﴿وَإِنْ كَانَتْ أَيْ وَجَدَ وَ«كَانَ» فِي الْآيَةِ بِمَعْنَى وَقَعَ قَوْلُهُ: «أَوْ أَمْرًا» عَظَفَ عَلَى قَوْلِهِ: «وَإِنْ كَانَتْ رَجُلٌ»⁽¹⁾، «رَجُلٌ يُوْرَثُ» أَيْ: مَنْ وَرَثَ حَالُ كَوْنِهِ «كَكَلَّةً» أَيْ: ذَا حَالَةٍ لَا وَلَدَ لَهُ فِيهَا وَلَا وَالِدَ، أَوْ يَكُونُ يُوْرَثُ مِنْ: أُوْرَثَ - بِمَعْنَى أَنْ إِرْثَ الْوَارِثَ بِوَاسِطَةِ مَنْ مَاتَ كَذَلِكَ: لَا هُوَ وَلَدٌ لِلْمَيِّتِ وَلَا وَالِدٌ، وَوَارِثُهُ أَيْضًا كَلَالَةٌ لِأَنَّهُ لَيْسَ بِوَالِدٍ وَلَا وَلَدٍ، فَالْمُوْرَثُ كَلَالَةٌ وَارِثُهُ، وَالْوَارِثُ كَلَالَةٌ مُوْرَثَةٌ قَالَ الْأَصْبَهَانِي: وَالْإِضْرَارُ فِي الْوَصِيَّةِ مِنَ الْكِبَائِرِ، ثُمَّ أَكَّدَ ذَلِكَ بِقَوْلِهِ مُصَدِّرًا لِيُوصِيَكُمْ: «وَصِيَّةً مِّنَ اللَّهِ» أَيْ الَّذِي لَهُ الْأَمْرُ كُلُّهُ مَعَ تَأْكِيدِهِ بِجَمِيعِ مَا فِي الْآيَاتِ تَعْظِيمًا لِلْأَمْرِ بِاِكْتِنَافِ الْوَصِيَّةِ بِأَوَّلِهَا وَآخِرِهَا، وَهُوَ دُونَ الْفَرِيضَةِ فِي حَقِّ الْأَوْلَادِ، لِأَنَّ حَقَّهُمْ أَكْدَ. وَلَمَّا بَيَّنَّ - سَبْحَانَهُ الْأَصُولَ وَفَصَلَ النِّزَاعَ، وَكَانَ ذَلِكَ خِلَافَ مَا لَوْ فَهِمَ وَكَانَ الْفُطَامُ عَنِ الْمَأْلُوفِ

(1) ينظر: غرائب التفسير وعجائب التأويل: 286/ 1.

في الذروة من المشقة؛ اقتضى الحال الوعظ بالترغيب والترهيب، وهذا مما وصف فيه المذكر بمفردة مؤنثة للهدف نفسه، ومن بلاغة الجملة الخبرية مجيء المسند إليه «رَجُلٌ» نكرة مقدمة على المسند «كَكَلَّةً»؛ لإرادة تخصيصه بحالة الحكم الذي يحمله المسند، وقيد بحالة مخصوصة، والتقييد هنا يخص كل الجنس أي: أي رجل من جنس الرجال مات وهو يتصف بهذا الوضع الأسري أو أي امرأة من جنس النساء كذلك⁽²⁾. ونلاحظ إفراد الضمير في قوله تعالى: ﴿وَلَهُنَّ أَصْحَابٌ» إِمَّا لِعَوْدِهِ عَلَى الْمَيِّتِ الْمَفْهُومِ مِنَ الْمَقَامِ، أَمْ عَلَى وَاحِدٍ مِنْهُمَا، وَالتَّذْكِيرُ لِلتَّغْلِيْبِ. أَوْ عَلَى الرَّجُلِ، وَاكْتَفَى بِحُكْمِهِ عَنْ حُكْمِ الْمَرْأَةِ لِدَلَالَةِ الْعُطْفِ عَلَى تَشَارُكِهِمَا فِيهِ⁽³⁾، ثُمَّ خَتَمَ الْقِصَّةَ بِقَوْلِهِ: «وَاللَّهُ» أَيْ: الْجَامِعُ لَصِفَاتِ الْكَمَالِ مِنَ الْجَلَالِ وَالْجَمَالِ، وَلِلْإِشَارَةِ إِلَى عَظِيمِ الْوَصِيَّةِ كَرَّرَ هَذَا الْاسْمَ الْأَعْظَمَ فِي جَمِيعِ الْقِصَّةِ، ثُمَّ قَالَ: «عَلِيمٌ» أَيْ: لَا يَخْفَى عَلَيْهِ أَمْرٌ مِنْ خَالَفَ بِقَوْلٍ أَوْ فَعَلَ، نِيَّةً أَوْ غَيْرَهَا «حَلِيمٌ» فَهُوَ مَنْ شَأْنُهُ أَنْ لَا يَعَاجِلَ بِالْعُقُوبَةِ فَلَا يَغْتَرِّ بِإِمْهَالِهِ، فَإِنَّهُ إِذَا أَخَذَ بَعْدَ طَوْلِ الْأَنَاءِ لَمْ يَفْلِتْ فَاحْذَرُوا غَضَبَ الْحَلِيمِ، وَفِي الْوَصْفَيْنِ مَعَ التَّهْدِيدِ اسْتِجْلَابٌ لِلتَّوْبَةِ⁽⁴⁾، «فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرُ...» وَالْمَرَادُ الذَّكَوْرُ وَالْإِنَاثُ، وَآتَى بِضَمِيرِ الذَّكَوْرِ فِي قَوْلِهِ: «كَانُوا» وَقَوْلِهِ: «فَهُمْ» تَغْلِيْبًا لِلْمَذْكَرِ عَلَى الْمُؤْنِثِ، وَ«ذَلِكَ» إِشَارَةٌ إِلَى

(2) ينظر: سورة النساء - دراسة بلاغية تحليلية، خديجة محمد أحمد بناني: 209.

(3) ينظر: محاسن التأويل: 3/ 46.

(4) ينظر: نظم الدرر في تناسب الآيات والسور، أبي بكر البقاعي (ت 885هـ): 208/ 5 - 213.

الواحد، أي: أكثر من الواحد، يعني: فإن كان مَنْ يرث زائداً على الواحد؛ لأنه لا يَصِحُّ أن يقال: «هذا أكثر من واحد» إلا بهذا المعنى لتنافي معنى كثير وواحد، وإلا فالواحد لا كثرة فيه⁽¹⁾، ونجد في عموم الآية الكريمة ورود الأداة (إن) لأن كل الذي ذكر هو عبارة عن حالات يفترض وقوعها؛ ولذا ناسب استعمال (إن) لتؤكد بلاغة الخطاب القرآني العظيم، ودقته المتناهية في الأمور كافة، وأنه نزل بلسان عربي مبين⁽²⁾.

وقال تعالى: ﴿وَإِنْ أَمْرًا خَافَتْ مِنْ بَعْلِهَا نُشُوزًا أَوْ إِعْرَاضًا فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا أَنْ يُصْلِحَا بَيْنَهُمَا صُلْحًا وَالصُّلْحُ خَيْرٌ وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ وَإِنْ تُحْسِنُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾ [النساء: 128].

يَعْنِي اسْتَعْلَاءُ بِنَفْسِهِ عَنْهَا إِلَى غَيْرِهَا، أَثَرَةٌ عَلَيْهَا، وَارْتِفَاعًا بِهَا عَنْهَا، إِمَّا لِبُغْضَةٍ، وَإِمَّا لِكِرَاهَةٍ مِنْهُ بَعْضُ أَشْيَاءَ بِهَا، إِمَّا دَمَامَتُهَا، وَإِمَّا سِنُّهَا وَكِبَرُهَا، أَوْ غَيْرُ ذَلِكَ مِنْ أُمُورِهَا. ﴿أَوْ إِعْرَاضًا﴾ [النساء: 128] يَعْنِي: انْصِرَافًا عَنْهَا بِوَجْهِهِ أَوْ بِبَعْضِ مَنْافِعِهِ، الَّتِي كَانَتْ لَهَا مِنْهُ. ﴿فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا أَنْ يُصْلِحَا بَيْنَهُمَا صُلْحًا﴾ [النساء: 128] يَقُولُ فَلَا حَرَجَ عَلَيْهِمَا، يَعْنِي: عَلَى الْمَرْأَةِ الْخَائِفَةِ نُشُوزَ بَعْلِهَا أَوْ إِعْرَاضَهُ عَنْهَا، أَنْ يُصْلِحَا بَيْنَهُمَا صُلْحًا، وَهُوَ أَنْ تَتْرَكَ لَهُ يَوْمَهَا، أَوْ تَضَعَ عَنْهُ بَعْضَ الْوَاجِبِ لَهَا مِنْ حَقِّ عَلَيْهِ، تَسْعَظِفُهُ بِذَلِكَ،

وَتَسْتَدِيمُ الْمَقَامَ فِي حَبَالِهِ، وَالتَّمَسُّكَ بِالْعَقْدِ الَّذِي بَيْنَهَا وَبَيْنَهُ مِنَ النِّكَاحِ، يَقُولُ: «وَالصُّلْحُ خَيْرٌ» [النساء: 128] يَعْنِي: وَالصُّلْحُ بَتْرِكِ بَعْضِ الْحَقِّ اسْتِدَامَةً لِلْحَرَمَةِ، وَتَمَاسُكًا بِعَقْدِ النِّكَاحِ، خَيْرٌ مِنْ طَلَبِ الْفُرْقَةِ وَالطَّلَاقِ، والمعنى ألزمت نفس المرأة الشح بحقها من زوجها ونفسه الشح عليها بنفسه، إذ غيرها أحب إليه⁽³⁾. وإظهاره في مواقع الإضرار لتفخيم شأنه والتخصيص على أنه الممدوح⁽⁴⁾. إن المرأة إذا لاحظت ذلك من زوجها لا تقابل النشوز بمثله ولا الإعراض بالصد، فإن ذلك يوسع الهوة بينهما ويفك الأسرة، وينتهي الأمر إلى شقاق لا لقاء بعده، وإن العلاج في هذه الحالة نفسي يختلف باختلاف قوة النفرة، فإذا كانت لم تستحكم ويمكن أن يتوليا علاجها كان عليهما ديناً أن يوليا العلاج، وإذا كان مع النفور خصام كان لا بد من تدخل الغير، لإصلاح ذات البين، وإذا استحكمت النفرة، ولا سبيل للإصلاح فالافتراق⁽⁵⁾. نجد أن الخطاب القرآني احتوى هاهنا على أسلوب الاستعارة، وهي «ليست تشبيهاً مختصراً وإنما هي شكل بلاغي تخيلي له وجوده المستقل عن التشبيه من حيث التركيب والدلالة»⁽⁶⁾، كما أن الاستعارة «فن قولي، قد يجمع بين المتخالفين، ويوفق بين الأضداد، ويكشف عن إيحائية جديدة في التعبير لا يحس بها السامع في

(3) ينظر: جامع البيان عن تأويل آي القرآن، محمد بن جرير الطبري (ت310هـ): 7/ 548-549، وتذكرة الأريب في تفسير الغريب، جمال الدين علي بن محمد الجوزي (ت597هـ): 73/1.

(4) ينظر: إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم: 236/2.

(5) ينظر: زهرة التفاسير، محمد بن أحمد بن مصطفى بن أحمد المعروف بأبي زهرة (ت1394هـ): 4/ 1882.

(6) نظرية الشعر عند الفلاسفة المسلمين من الكندي حتى ابن رشد، د. ألفت كمال الروبي: 215.

(1) ينظر: الدر المصون في علوم الكتاب المكنون، أبو العباس، شهاب الدين، أحمد بن يوسف بن عبد الدائم المعروف بالسمين الحلبي (ت756هـ): 611/3.

(2) ينظر: سورة النساء - دراسة بلاغية تحليلية: 141.

الاستعمال الحقيقي، وهي من أبرز صور البيان العربي، وأروع مشاهد التصوير الفني، وهي أمد ميدانياً، وأشدّ افتتاناً، وأكثر جرياناً، وأعجب حسناً وأحساناً، وأوسع سعة وأبعد غوراً، وأذهب نجداً في الصناعة وغوراً من أن تجمع شعبها وشعوبها، وتحصر فنونها وضروبها⁽¹⁾.

وتعرف بأنها: «ضرب من التشبيه ونمط من التمثيل»⁽²⁾، وذلك في قوله تعالى: ﴿وَأَحْضَرْتُ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ﴾؛ لأن الشح لما كان غير مفارق للأنفس ولا متباعد عنها كان كأنه أحضرها وحمل على ملازمتها؛ لذا استعار الإحضار للملازمة، وهي جملة اعتراضية إلا أنه اعتراض مؤكّد للمطلوب فحصل المقصود⁽³⁾. ومن الأساليب الأخرى المتعاضدة مع التشكيل الاستعاري أسلوب التجانس الصوتي أو الجناس ونمطه المغاير في قوله تعالى: ﴿صُلْحًا وَالصُّلْحُ﴾ إن «للقرآن سرّ إعجازي، يكمن في نغمه في كل مقطع منه، بحيث إنك لو غيرت كلمة من موضعها لشعرت بما يشبه انكسار الوزن في الشعر، فالقرآن يمتاز بأسلوب إيقاعي ينفرد فيه عن سائر الكتب»⁽⁴⁾، وفي هذا السياق نجد إن تمكين المرأة من خلال إعطائها قرار التنازل عن بعض حقها للخلاص من حالة المشقة في عيشها مع زوج ظالم، وجاء هذا المقصود بأسلوب الخبر المؤكد ب (إن)، وهنا عطف لبقية إفتاء الله تعالى. وهذا حكم اختلال المعاشرة

بين الزوجين، وقد تقدّم بعضه في قوله: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ﴾ بما فضّل الله بعضهم على بعض وبما أنفقوا من أموالهم فالصلح حدث قننت حفظت للغيب بما حفظ الله والتي تخافون نشوزهن فعظوهن وأهجروهن في المضاجع وأضرّوهن فإن أطعنكم فلا تبغوا عليهن سبيلاً إن الله كان عليّاً كبيراً ﴿[النساء: 34]، فذلك حكم فصل القضاء بينهما، وما هنا حكم الانفصال بالصلح بينهما، وذلك ذكر فيه نشوز المرأة، وهنا ذكر نشوز البعل. والبعل زوج المرأة. وقد تقدّم وجه إطلاق هذا الاسم عليه في قوله: ﴿... وَبُعُولَتُهُنَّ أَحَقُّ بِرِدْهِنَّ فِي ذَلِكَ...﴾ [البقرة: 228]. وصيغة «فلا جناح» من صيغ الإباحة ظاهراً، فدل ذلك على الإذن للزوجين في صلح يقع بينهما. وقد علم أن الإباحة لا تذكر إلا حيث يظن المنع، فالمقصود الإذن في صلح يكون بخلع أي عوض مالي تعطيه المرأة، أو تنازل عن بعض حقوقها، فيكون مفاد هذه الآية أعم من مفاد قوله تعالى: ﴿الطَّلَاقُ مَرَّتَانٍ فَإِمْسَاكٌ بِمَعْرُوفٍ أَوْ تَسْرِيحٌ بِإِحْسَنٍ وَلَا يَحِلُّ لَكُمُ أَنْ تَأْخُذُوا مِمَّا آتَيْتُمُوهُنَّ شَيْئاً إِلَّا أَنْ يَخَافَا أَلَّا يُقِيمَا حُدُودَ اللَّهِ فَإِنْ خِفْتُمْ أَلَّا يُقِيمَا حُدُودَ اللَّهِ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا فِيمَا افْتَدَتْ بِهِ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ فَلَا تَعْتَدُوهَا وَمَنْ يَتَعَدَّ حُدُودَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾ [البقرة: 229]، فسماه هناك افتدأ، وسماه هنا صلحاً. وقد شاع في الاستعمال إطلاق الصلح على التراضي بين الخصمين على إسقاط بعض الحق، وهو الأظهر هنا. ويحتمل أن تكون صيغة فلا جناح مستعملة في التحريض على الصلح، أي: إصلاح أمرهما بالصلح وحسن المعاشرة، ونلاحظ بنية المماثلة الاستعارية أيضاً

(1) أصول البيان العربي - رؤية بلاغية معاصرة، د. محمد حسين علي الصغير: 93.

(2) أسرار البلاغة، عبد القاهر الجرجاني (ت471هـ): 14.

(3) مفاتيح الغيب: 11 / 236.

(4) دور الصوت في إعجاز القرآن (ضمن كتاب الإعجاز القرآني المتضمن بحوث المؤتمر الأول للإعجاز القرآني المقود ببغداد)، د. حازم الحلي: 137.

في نفي الجَنَاحِ مِنَ الاسْتِعَارَةِ التَّمْلِيحِيَّةِ، إِذْ شَبَّهَ حَالَ مَنْ تَرَكَ الصُّلْحَ وَاسْتَمَرَّ عَلَى النُّشُوزِ وَالْإِعْرَاضِ بِحَالِ مَنْ تَرَكَ الصُّلْحَ عَنْ عَمْدٍ لظَنِّهِ أَنَّ فِي الصُّلْحِ جُنَاحًا. فَالْمُرَادُ الصُّلْحَ بِمَعْنَى إِصْلَاحِ ذَاتِ الْبَيْنِ، وَالْأَشْهَرُ فِيهِ أَنْ يُقَالَ الْإِصْلَاحُ، وَالْمَقْصُودُ الْأَمْرُ بِأَسْبَابِ الصُّلْحِ، وَهِيَ: الْإِغْضَاءُ عَنِ الْهَفَوَاتِ، وَمُقَابَلَةُ الْغِلْظَةِ بِاللِّينِ، وَهَذَا أَنْسَبُ وَالْيَقِينُ بِمَا يَرِدُ بَعْدَهُ مِنْ قَوْلِهِ: ﴿وَإِنْ يَنْفَرَقَا يُغْنِ اللَّهُ كِلَا مِنْ سَعَتِهِ﴾. وَلِلنُّشُوزِ وَالْإِعْرَاضِ أَحْوَالٌ كَثِيرَةٌ: تَقْوَى وَتَضَعُفٌ، وَتَخَلُّفٌ عَوَاقِبُهَا، بِاخْتِلَافِ أَحْوَالِ الْأَنْفُسِ، وَيَجْمَعُهَا قَوْلُهُ: خَافَتْ مِنْ بَعْلِهَا نُشُوزًا أَوْ إِعْرَاضًا. وَلِلصُّلْحِ أَحْوَالٌ كَثِيرَةٌ: مِنْهَا الْمُخَالَعَةُ، فَيَدْخُلُ فِي ذَلِكَ مَا وَرَدَ مِنَ الْأَثَارِ الدَّالَّةِ عَلَى حَوَادِثٍ مِنْ هَذَا الْقَبِيلِ. وَالتَّعْرِيفُ فِي قَوْلِهِ: وَالصُّلْحُ خَيْرٌ تَعْرِيفُ الْجَنَسِ وَلَيْسَ تَعْرِيفُ الْعَهْدِ، لِأَنَّ الْمَقْصُودَ إِبْتِاطُ أَنَّ مَا هِيَ الصُّلْحُ خَيْرٌ لِلنَّاسِ، فَهُوَ مِنْ بِلَاغَةِ التَّذْيِيلِ لِلأَمْرِ بِالصُّلْحِ وَالتَّرْغِيبِ فِيهِ، وَلَيْسَ الْمَقْصُودُ أَنَّ الصُّلْحَ الْمَذْكُورَ أَنْفًا، وَهُوَ الْخُلْعُ، خَيْرٌ مِنَ النِّزَاعِ بَيْنَ الزَّوْجَيْنِ، لِأَنَّ هَذَا، وَإِنْ صَحَّ مَعْنَاهُ، إِلَّا أَنَّ فَائِدَةَ الْوَجْهِ الْأَوَّلِ أَوْفَرُ، وَلِأَنَّ فِيهِ التَّقَادِي عَنْ إِشْكَالِ تَقْضِيلِ الصُّلْحِ عَلَى النِّزَاعِ فِي الْخَيْرِيَّةِ مَعَ أَنَّ النِّزَاعَ لَا خَيْرَ فِيهِ أَصْلًا. وَمَنْ جَعَلَ الصُّلْحَ وَقَوْلَهُ: ﴿وَإِنْ أَمْرَأَةٌ خَافَتْ مِنْ بَعْلِهَا نُشُوزًا أَوْ إِعْرَاضًا فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا أَنْ يُصْلِحَا بَيْنَهُمَا صُلْحًا وَالصُّلْحُ خَيْرٌ وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ وَإِنْ تُحْسِنُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾ [النِّسَاءُ: 128]، وَالشَّيْءُ لَا يَكُونُ فَوْقَ نَفْسِهِ أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ يَسْتَلْكَ، وَأَنَّ فِي كَلَامِ الْعَرَبِ مَا يَرُدُّ ذَلِكَ أَيْضًا. وَالْحَقُّ أَنَّهُ لَا يَخْتَلِفُ فِي ذَلِكَ إِذَا قَامَتْ قَرِينَةٌ عَلَى أَنَّ الْكَلَامَ لَتَعْرِيفِ الْجَنَسِ لَا لَتَعْرِيفِ الْعَهْدِ، كَمَا هُنَا. وَقَوْلُهُ: خَيْرٌ لَيْسَ هُوَ تَقْضِيلًا وَلَكِنَّهُ

صِفَةً مُشَبَّهَةً أَيْ: وَالصُّلْحُ فِي ذَاتِهِ خَيْرٌ عَظِيمٌ. وَالْحَمْلُ عَلَى كَوْنِهِ تَقْضِيلًا يَسْتَدْعِي أَنْ يَكُونَ الْمَفْضَلُ عَلَيْهِ هُوَ النُّشُوزُ وَالْإِعْرَاضُ، وَلَيْسَ فِيهِ كَبِيرٌ مَعْنَى. وَقَدْ دَلَّتِ الْآيَةُ عَلَى شِدَّةِ التَّرْغِيبِ فِي هَذَا الصُّلْحِ بِمُؤَكَّدَاتٍ ثَلَاثَةٍ: وَهِيَ الْمَصْدَرُ الْمُؤَكَّدُ فِي قَوْلِهِ: صُلْحًا، وَالْإِظْهَارُ فِي مَقَامِ الْإِضْمَارِ فِي قَوْلِهِ: وَالصُّلْحُ خَيْرٌ، وَالْإِخْبَارُ عَنْهُ بِالْمَصْدَرِ أَوْ بِالصِّفَةِ الْمُشَبَّهَةِ فَإِنَّهَا تَدُلُّ عَلَى فِعْلِ سَجِيَّةٍ. وَمَعْنَى وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ مُلَازِمَةٌ الشُّحِّ لِلنَّفُوسِ الْبَشَرِيَّةِ حَتَّى كَأَنَّهُ حَاضِرٌ لَدَيْهَا. وَلِكَوْنِهِ مِنْ أَفْعَالِ الْجَبَلَةِ بَنِي فَعْلُهُ لِلْمَجْهُولِ عَلَى طَرِيقَةِ الْعَرَبِ فِي بِنَاءِ كُلِّ فِعْلٍ غَيْرِ مَعْلُومِ الْفَاعِلِ لِلْمَجْهُولِ فَيَجُوزُ أَنْ يَكُونَ الْمُرَادُ بِالصُّلْحِ فِي هَذِهِ الْآيَةِ صُلْحُ الْمَالِ، وَهُوَ الْفِدْيَةُ. فَالشُّحُّ هُوَ شُحُّ الْمَالِ، وَتَعْقِيبُ قَوْلِهِ: «وَالصُّلْحُ خَيْرٌ» بِقَوْلِهِ: «وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ» عَلَى هَذَا الْوَجْهِ بِمَنْزِلَةِ قَوْلِهِمْ بَعْدَ الْأَمْرِ بِمَا فِيهِ مَصْلَحَةٌ فِي مَوْعِظَةٍ أَوْ نَحْوِهَا: وَمَا إِخَالِكَ تَفْعَلُ، لِقَصْدِ التَّحْرِيزِ. وَيَجُوزُ أَنْ يَكُونَ الْمُرَادُ مِنَ الشُّحِّ مَا جُبِلَتْ عَلَيْهِ النَّفُوسُ: مِنَ الْمَشَاحَةِ، وَعَدَمِ التَّسَاهُلِ، وَصُعُوبَةِ الشَّكَايِمِ، فَيَكُونُ الْمُرَادُ مِنَ الصُّلْحِ صُلْحُ الْمَالِ وَغَيْرِهِ، فَالْمَقْصُودُ مِنْ تَعْقِيبِهِ بِهِ تَحْذِيرُ النَّاسِ مِنْ أَنْ يَكُونُوا مُتَلَبِّسِينَ بِهَذِهِ الْمَشَاحَةِ الْحَائِلَةِ دُونَ الْمَصَالِحَةِ. وَقَدْ اشْتَهَرَ عِنْدَ الْعَرَبِ ذَمُّ الشُّحِّ بِالْمَالِ، وَذَمُّ مَنْ لَا سَمَاحَةَ فِيهِ، فَكَانَ هَذَا التَّعْقِيبُ تَفْصِيرًا مِنَ الْعَوَارِضِ الْمَانِعَةِ مِنَ السَّمَاحَةِ وَالصُّلْحِ، وَلِذَلِكَ ذِيلٌ بِقَوْلِهِ: «وَإِنْ تُحْسِنُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا»⁽¹⁾ وَفِي قَوْلِهِ تَعَالَى: «وَإِنْ أَمْرَأَةٌ خَافَتْ مِنْ بَعْلِهَا نُشُوزًا أَوْ إِعْرَاضًا» إِنَّ هَذَا مِنْ جُمْلَةِ مَا أَخْبَرَ اللَّهُ تَعَالَى أَنَّهُ يُفْتِيهِمْ بِهِ فِي النَّسَاءِ ثُمَّ قَالَ

(1) ينظر: التحرير والتنوير: 5/ 214-217.

تَعَالَى: ﴿وَإِنْ تُحْسِنُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا﴾⁽¹⁾، «ولما صاروا يعطفون اليتامى أموالهم، وصاروا يتزوجون ذوات الأموال منهم ويضاجرون بعضهن؛ عقب ذلك تعالى بالإفتاء في أحوال المشاققة بين الأزواج فقال: ﴿وَإِنْ أَمْرًا﴾ أي: واحدة أو على ضرائر.

ولما كان ظن المكروه مخوفاً قال: ﴿خَافَتْ﴾ أي: توقعت وظنت بما يظهر لها من القرائن ﴿مِنْ بَعْلِهَا شُورًا﴾ أي: ترفعاً بما ترى من استهانتها لها بمنع حقوقها أو إساءة صحبتها ﴿أَوْ إِعْرَاضًا﴾ عنها بقلبه بأن لا ترى من محادثته ومؤانسته ومجامعته ما كانت ترى قبل ذلك، تخشى أن يجر إلى الفراق وإن كان متكلفاً لملاطفتها بقوله وفعله ﴿فَلَا جُنَاحَ﴾ أي حرج وميل ﴿عَلَيْهِمَا أَنْ يَصْلِحَا﴾ أي: يوقع الزوجان ﴿بَيْنَهُمَا﴾ تصالحاً ومصالحة، ولما كان التقدير: ولا جناح عليهما أن يتفارقا على وجه العدل، عطف عليه قوله: ﴿وَالصُّلْحُ﴾ أي: بترك كل منهما حقه أو بعض حقه ﴿خَيْرٌ﴾ أي: المفارقة التي أشارت إليها الجملة المطوية؛ لأن الصلح مبناه الإحسان الكامل بالرضى من الجانبين، والمفارقة مبناه العدل الذي يلزمه في الأغلب غيظ أحدهما وإن كانت مشاركة للصلح في الخير، لكنها مفضولة، وتخصيص المفارقة بالطي؛ لأن مبنى السورة على المواصلة. ولما كان منشأ التشاجر المانع من الصلح شكاسة في الطباع، صور - سبحانه وتعالى ذلك تنفيراً عنه، فقال اعتراضاً بين هذه الجمل للحث على الجود بانياً الفعل للمجهول إشارة إلى أن هذا المحضر لا يرضى أحد نسبته إليه: ﴿وَأُحْضِرَتِ الْأَنْفُسُ﴾ أي:

الناظرة إلى نفاستها عجباً ﴿الشُّحَّ﴾ أي: الحرص وسوء الخلق وقلة الخير والنكد والبخل بالموجود، وكله يرجع إلى سوء الخلق والطبع الرديء واعوجاج الفطرة الأولى الذي كني عنه بالإحضار الملازم الذي لا انفكاك له إلا بجهد كبير يناله به الأجر الكثير.

ولما كان هذا خلقاً رديئاً لم يذكر فاعله، والمعنى: أحضرها إياه محضر. فصار ملازماً لها، لا تنفك عنه إلا بتوفيق من الله - سبحانه وتعالى في قهرها عليه بتذكير ما عنده - سبحانه وتعالى من حسن الجزاء، ولما كان التقدير: فإن شححتم فإنه أعلم بها في الشح من موجبات الذم، عطف عليه قوله: ﴿وَإِنْ تُحْسِنُوا﴾ أي: توقعوا الإحسان بالإقامة على نكاحكم وما نديتم إليه من حسن العشرة وإن كنتم كارهين ﴿وَتَتَّقُوا﴾ أي: توقعوا التقوى بمجانبة كل ما يؤدي نوع أذى إشارة إلى أن الشحيح لا محسن ولا متق ﴿فَإِنَّ اللَّهَ﴾ أي: وهو الجامع لصفات الكمال ﴿كَانَ﴾ أولاً وأبداً ﴿بِمَا تَعْمَلُونَ﴾ أي في كل شح وإحسان ﴿خَبِيرًا﴾ أي: بالغ العلم به وأنتم تعلمون أنه أكرم الأكرمين، فهو مجازيكم عليه أحسن جزاء⁽²⁾.

وقال تعالى: ﴿إِنِّي وَجَدْتُ أَمْرًا تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ﴾ [النمل: 23]. وهذا تمكين للمرأة في الحكم، فجُمِلَتْ: ﴿إِنِّي وَجَدْتُ أَمْرًا﴾ بَيَانُ لِنَبَأٍ فَلِذَلِكَ لَمْ تُعْطَفْ. وَإِدْخَالُ (إِنَّ) فِي صَدْرِ هَذِهِ الْجُمْلَةِ بِلَاغِيًّا لِأَهَمِّيَّةِ الْخَبَرِ، إِذْ لَمْ يَكُنْ مَعَهُودًا فِي بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنْ تَكُونَ الْمَرْأَةُ مُلَكًا. وَفَعَلُ تَمْلِكُهُمْ هُنَا مُشْتَقٌّ مِنَ الْمَلِكِ مُلْكُ الْأَشْيَاءِ لِأَنَّ الْمُرَادَ حِكَايَةَ أَمْرٍ عَجِيبٍ عِنْدَهُمْ أَنْ تَكُونَ

(1) ينظر: مفاتيح الغيب: 11 / 235-237.

(2) ينظر: نظم الدرر في تناسب الآيات والسور: 421/5 - 424.

امْرَأَةً مَلَكَ عَلَى قَوْمٍ. وَلِذَلِكَ لَمْ يَقُلْ: وَجَدْتُهُمْ تَمْلِكُهُمْ امْرَأَةً. وَالْإِيْتَاءُ: الْإِعْطَاءُ، وَهُوَ مُشْعِرٌ بِأَنَّ الْمَعْطَى مَرْغُوبٌ فِيهِ، وَهُوَ مُسْتَعْمَلٌ فِي لَازِمِهِ وَهُوَ النَّوْلُ. وَمَعْنَى أُوتِيتُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ نَالْتُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ حَسَنٍ مِنْ شُؤْنِ الْمَلِكِ. فَعُمُومُ كُلِّ شَيْءٍ عُمُومٌ عَرَفِيٌّ مِنْ جِهَتَيْنِ يُفَسِّرُهُ الْمَقَامُ كَمَا فَسَّرَ قَوْلُ سُلَيْمَانَ ﴿وَأُوتِينَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ﴾ [النمل: 16]، أَيُّ: أُوتِيتُ مِنْ خِصَالِ الْمُلُوكِ وَمِنْ ذَخَائِرِهِمْ وَعَدَدِهِمْ وَجُيُوشِهِمْ وَثَرَاءِ مَمْلَكَتِهِمْ وَزُخْرُفِهَا وَنَحْوِ ذَلِكَ مِنَ الْمَحَامِدِ وَالْمَحَاسِنِ. وَبِنَاءُ فَعِلٍ (أُوتِيتُ) إِلَى الْمَجْهُولِ، إِذْ لَا يَتَعَلَّقُ الْغَرَضُ بِتَعْيِينَ أَسْبَابِ مَا نَالَتْهُ بَلِ الْمَقْصُودُ مَا نَالَتْهُ عَلَى أَنَّ الْوَسَائِلَ وَالْأَسْبَابَ شَتَّى، فَمِنْهُ مَا كَانَ إِرْثًا مِنَ الْمُلُوكِ الَّذِينَ سَلَفُوهَا، وَمِنْهُ مَا كَانَ كَسْبًا مِنْ كَسْبِهَا وَافْتِنَائِهَا، وَمِنْهُ مَا وَهَبَهَا اللَّهُ مِنْ عَقْلِ وَحِكْمَةٍ، وَمَا مُنَحَ بِلَادُهَا مِنْ خَصَبٍ وَوَفْرَةٍ مِيَاهٍ. وَأَمَّا رَجَاحَةُ الْعُقُولِ وَخَصٌّ مِنْ نَفَائِسِ الْأَشْيَاءِ عَرَشُهَا إِذْ كَانَ عَرَشًا بَدِيعًا وَلَمْ يَكُنْ لِسُلَيْمَانَ عَرَشٌ مِثْلُهُ. وَالْعَظِيمُ: مُسْتَعْمَلٌ فِي عَظَمَةِ الْقَدْرِ وَالنَّفَاسَةِ فِي ضَخَامَةِ الْهَيْكَلِ وَالذَّاتِ. وَأَعْقَبَ التَّنْوِيهِ بِشَأْنِهَا بِالْحَطِّ مِنْ حَالِ اعْتِقَادِهِمْ إِذْ هُمْ يَسْجُدُونَ، أَيُّ: يَعْبُدُونَ الشَّمْسَ. وَلِأَجْلِ الْإِهْتِمَامِ بِهَذَا الْخَبَرِ أُعِيدَ فَعْلٌ وَجَدْتُهَا أَنْكَارًا لِكُونِهِمْ يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ، فَذَلِكَ مِنْ انْحِطَاطِ الْعَقْلِيَّةِ الْإِعْتِقَادِيَّةِ فَكَانَ انْحِطَاطُهُمْ فِي الْجَانِبِ الْغَيْبِيِّ مِنَ التَّفَكِيرِ وَهُوَ مَا يَظْهَرُ فِيهِ تَقَاوُتُ عَوْضِ الْعُقُولِ عَلَى الْحَقَائِقِ لِأَنَّهُ جَانِبٌ مُتَمَحِّضٌ لِعَمَلِ الْفِكْرِ لَا يُسْتَغَانُ فِيهِ بِالْأَدْلَةِ الْمَحْسُوسَةِ، فَلَا جَرَمَ أَنْ تُضِلَّ فِيهِ عُقُولُ كَثِيرٍ مِنْ أَهْلِ الْعُقُولِ الصَّحِيحَةِ فِي الشُّؤْنِ

الْخَاضِعَةِ لِلْحَوَاسِّ⁽¹⁾، وَهَذَا «خَبَرٌ عَظِيمٌ (يَقِينٌ) وَهُوَ مِنْ أَوَّلِ الْكَلَامِ مُوَازِنَةٌ فِي اللَّفْظِ وَمُجَانِسَةٌ فِي الْخَطِّ مَعَ مَا لَهْ مِنَ الْإِنْطِبَاعِ وَالرُّونُقِ، فَكَأَنَّهُ قِيلَ: مَا هُوَ؟ فَقَالَ: ﴿إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً﴾ وَهِيَ بَلْقِيسُ بِنْتُ شَرَاخِيلَ ﴿تَمْلِكُهُمْ﴾ أَيُّ: أَهْلُ سَبَأٍ. وَلَمَّا كَانَتْ قَدْ أُوتِيتُ مِنْ كُلِّ مَا يَحْتَاجُ إِلَيْهِ الْمُلُوكُ أَمْرًا كَبِيرًا قَالَ: ﴿وَأُوتِيتُ﴾ إِقْرَارًا بِأَنَّهَا مَعَ مَمْلَكَتِهَا مَرْبُوبَةٌ ﴿مِنْ كُلِّ شَيْءٍ﴾ تَهْوِيلًا لِمَا رَأَى مِنْ أَمْرِهَا. وَلَمَّا كَانَ عَرَشُهَا أَيُّ: السَّرِيرُ الَّذِي تَجْلِسُ عَلَيْهِ لِلْحُكْمِ زَائِدًا فِي الْعِظَمَةِ، خَصَّهُ بِقَوْلِهِ: ﴿وَلَهَا عَرْشٌ﴾ أَيُّ: سَرِيرٌ تَجْلِسُ عَلَيْهِ لِلْحُكْمِ ﴿عَظِيمٌ﴾ أَيُّ: لَمْ أَرِ لِأَحَدٍ مِثْلَهُ»⁽²⁾.

وقال تعالى: ﴿فَأَقْبَلَتِ امْرَأَتُهُ فِي صَرَْفٍ فَصَكَّتْ وَجْهَهَا وَقَالَتْ عَجُوزٌ عَقِيمٌ﴾ [الذاريات: 29]، عِنْدَ مَعَايِنَةِ هَذِهِ الْآيَةِ بَلَاغِيًا نَجِدُ فِيهَا ضَمْنَ عِلْمِ الْمَعْنَايِ اسْلُوبَ الْحَذْفِ أَوْ إِيْجَازَ الْحَذْفِ فِي قَوْلِهِ: ﴿عَجُوزٌ عَقِيمٌ﴾ أَيُّ: أَنَا عَجُوزٌ. وَتَتَقَلُّ الْآيَاتُ صُورَةً تُحْكِي الْحَادِثَةَ بِكُلِّ دَقَّةٍ، صُورَةُ سَارَةٍ -عَلَيْهَا السَّلَامُ- وَهِيَ تَتَعَجَّبُ مِنْ بَشَارَةِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ لَهُمْ بِغَلَامٍ وَقَدْ بَلَغَتْ مِنَ الْكِبَرِ عَتِيًّا فِي: ﴿فَأَقْبَلَتِ امْرَأَتُهُ فِي صَرَْفٍ فَصَكَّتْ وَجْهَهَا وَقَالَتْ عَجُوزٌ عَقِيمٌ﴾⁽³⁾ قَالُوا كَذَلِكَ قَالَ رَبُّكَ إِنَّهُ هُوَ الْحَكِيمُ الْعَلِيمُ، فَهَذَا تَكْرِيمٌ وَتَمَكِينٌ لَهَا، فَالْآيَةُ نَقَلَتْ هَذَا التَّعَجُّبَ وَالذَّهُولَ عَنْ طَرِيقِ الْحَرَكَاتِ وَتَعْبِيرَاتِ الْوُجْهِ الْإِشَارِيَّةِ: ﴿فَصَكَّتْ وَجْهَهَا﴾ فَالْصَّرَّةُ: الصَّيْحَةُ، وَالصَّكُّ: لَطَمُ الْوُجْهِ بِالْيَدِ، فَالْآيَةُ تَرْسُمُ صُورَةَ سَارَةٍ -عَلَيْهَا السَّلَامُ- بَعْدَ الْبَشَارَةِ عِنْدَ إِقْبَالِهَا وَهِيَ تَصِيحُ وَتَضْرِبُ جَبْهَتَهَا بِيَدِهَا تَعَجُّبًا⁽³⁾، وَالْآيَةُ مُعْبَرَةٌ عَنِ الْحَالَةِ بِشَكْلِ تَامٍ، إِذْ إِنَّ الْقَارِئَ يَكَادُ يَسْمَعُ صَوْتَ تِلْكَ الْكَلِمَاتِ وَيَشَاهِدُ تِلْكَ الْحَرَكَةَ الْمَفَاجِئَةَ الَّتِي

(1) ينظر: مفاتيح الغيب: 551/24.

(2) نظم الدرر في تناسب الآيات والسور: 151/14.

(3) ينظر: جامع البيان: 21 / 530.

قامت بها - عليها السلام، عندما بشروها بإسحاق - عليه السلام بعد أن تقدم بها السن ويئست من الحمل منذ مدة طويلة، وهذا بفضل «صَرَقَ» و«فَصَكَّتْ» اللتان لو حُذِفَتَا لما قامت غيرهما من الدوال اللغوية مقامهما في هذا السياق القصدي المعبر بلاغياً⁽¹⁾، وقد حذف المبتدأ وتقديره (أنا) لضيق المقام؛ ولعظم المفاجأة بالبشرى، وفيه أيضاً بيانٌ لحسن أدب سارة - عليها السلام عند خطاب الرجال، إذ اقتصر على ما يتأدى به الحاجة، فحذفت الضمير الدال عليها مباشرة فلم تقل: أنا عجوزٌ عقيمٌ، بل اقتصر على ذكر السبب الدال على عدم الولادة ولم تذكر غيره⁽²⁾، وهذا التعبير يُوحى ببعد اجتماعي مهم وهو حق المرأة في الستر، وهو تمكين لها، فعبارتها - عليها السلام ترشد إلى وضع المرأة الطبيعي أن تبقى مستورةً، محفوظة الكرامة لا يُشار إليها بالبنان ويعرفها القاصي والداني⁽³⁾.

ومن الأنماط البلاغية في الآية الكريمة أسلوب الإيغال في وصف التعجب من الولادة بهذا السن الكبير واليأس منه⁽⁴⁾، والتعبير القرآني جاء في غاية الدلالة على المعنى المراد، إذ جاء الدال اللغوي «عَقِيمٌ» إيغالاً في بيان هذا المعنى، إنه صورة المعنى والدلالة؛ لأن لفظة «عَجُوزٌ» صيغة مبالغة في العجز، والعجز وحده كاف في الدلالة على عدم الإنجاب فكيف إذا بولغ فيه؟ وكيف إذا أوغل في بيان معناه بأن تلحقه لفظة أخرى زائدة على المعنى وهي لفظة «عَقِيمٌ»⁽⁵⁾، وقد جمعت بين

صفتين مانعتين للولادة وهما: الكبر والعقم، والعقم يُستعمل في كل شيء مقطوع لا دابر له، ولم يقل: عاقر كما في قصة سيدنا زكريا - عليه السلام وامرأته فقال تعالى: «قَالَ رَبِّ إِنِّي يَكُونُ لِي غُلَمٌ وَقَدْ بَلَغَنِيَ الْكِبَرُ وَامْرَأَتِي عَاقِرٌ» [آل عمران: 40]؛ لأن العاقر يكون من كبر السن فقط، أما العقيم من النساء التي لم تلد قط وهو أمر واقعٌ بها خلقاً، وفي ذلك دلالة على أن عقرتها ثابتة في أصلها من سن البلوغ، وفي هذا السياق تتجلى إنسانية عظيمة رحيمة بينهما، وصورة رفيعة من صبر الأنبياء - عليهم السلام على أقدار الله الحكيم العليم، فقد جمع فيهما هو وامرأته: (الكبر والعقرة) وهما من موانع الإنجاب في القانون الطبيعي في البشر، ولكن قدرة الله طليقة لا يقيد بها قانون طبيعي خلقه هو - سبحانه، وفي ذلك حكمة عظيمة بانت عنها قصة زكريا - عليه السلام، في القرآن، لأن قدرة الله المقتدرة، ومشيتته مقرونة بحكمته وعلمه⁽⁶⁾؛ ولذا قال تعالى: «أَوْ زُرَّجُهُمْ ذُرَّارًا وَاِنشَأْ وَجَعَلْ مَنْ يَشَاءُ عَاقِمًا إِنَّهُ عَلِيمٌ قَدِيرٌ» [الشورى: 50]⁽⁷⁾. ولما كانت متعجبة من هذه البشارة، أجابوها بأنه أمر الله وحكمه فلا تتعجبي الحمل والولادة: «قَالُوا كَذَلِكَ قَالَ رَبُّكَ إِنَّهُ هُوَ الْحَكِيمُ الْعَلِيمُ»، وأوثر التعبير بلفظ (الرب) وإضافته إلى ضميرها في: «قَالَ رَبُّكَ»؛ لما في الرب من معاني الحفظ والرعاية والرزق، وجاء وصف الله على سبيل القصر بتعريف الجزأين مع تأكيده بضمير الفصل في «إِنَّهُ هُوَ الْحَكِيمُ الْعَلِيمُ».

(1) ينظر: التطور الدلالي بين لغة الشعر ولغة القرآن الكريم، عودة خليل أبو عودة: 83.

(2) ينظر: بدائع التفسير: 48/3.

(3) ينظر: التعبير القرآني والدلالة النفسية: 547.

(4) الإيغال: هو «ختم الكلام نثراً كان أو نظماً بما يُفيد نكتة يتم المعنى بدونها». المعجم المفصل في علوم البلاغة، إنعام فوال عكاوي: 249.

(5) ينظر: آيات الدعوى والبشرى والثناء في قصة إبراهيم عليه السلام في القرآن الكريم - دراسة بلاغية دلالية، محمد خليل إبراهيم، كلية التربية، جامعة تكريت، 2002م (رسالة ماجستير): 124.

(6) ينظر: لطائف بلاغية قرآنية: 3 / 241.

(7) ينظر: دقائق الفروق اللغوية في البيان القرآني: 160.

المطلب الثاني

سياق تمكين المرأة بلفظ (النساء)

من مواطن ذكر المرأة بلفظ (النساء) ضمن سياق التمكين قوله تعالى: ﴿أَحَلَّ لَكُمْ لَيْلَةَ الصِّيَامِ الرَّفَثُ إِلَى نِسَائِكُمْ هُنَّ لِبَاسٌ لَكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَّهُنَّ عَلِمَ اللَّهُ أَنَّكُمْ كُنْتُمْ تَخْتَانُونَ أَنْفُسَكُمْ فَتَابَ عَلَيْكُمْ وَعَفَا عَنْكُمْ فَالْآنَ بَشِّرُوهُنَّ وَابْتَغُوا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَكُمْ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا حَتَّى يَتَبَيَّنَ لَكُمُ الْخَيْطُ الْأَبْيَضُ مِنَ الْخَيْطِ الْأَسْوَدِ مِنَ الْفَجْرِ ثُمَّ أَتُمُوا الصِّيَامَ إِلَى اللَّيْلِ وَلَا تُبَشِّرُوهُنَّ وَأَنْتُمْ عَاكِفُونَ فِي الْمَسَاجِدِ تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ فَلَا تَقْرُبُوهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ آيَاتِهِ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ ﴿١٨٧﴾﴾ [البقرة: 187].

نجد في قوله تعالى: ﴿أَحَلَّ لَكُمْ﴾ وجهان أحدهما: أن يكون من باب الإضمار؛ لفهم المعنى، أي: أحلَّ الله؛ لأنَّ من المعلوم أنه هو المُحَلِّلُ والمحرَّم. والثاني: أن يكون الضمير عائداً على ما عاد عليه من قوله: ﴿فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي﴾ وهو المتكلم، ويكون ذلك التفاتاً، وكذلك في قوله: ﴿لَكُمْ﴾ التفات من ضمير الغيبة في: ﴿فَلْيَسْتَجِيبُوا، وَلْيُؤْمِنُوا﴾⁽¹⁾، ونلاحظ ورود الدال اللغوي (النساء) في قوله تعالى: ﴿الرَّفَثُ إِلَى نِسَائِكُمْ﴾ إن الرفث كناية عن الجماع، فإن قلت: لم كنى عنه هاهنا بلفظ الرفث الدال على معنى القبح بخلاف قوله: ﴿وَقَدْ أَفْضَى بَعْضُكُمْ إِلَى بَعْضٍ﴾، ﴿فَلَمَّا تَعَشَّاهَا﴾، ﴿بَشِّرُوهُنَّ﴾، ﴿أَوَلَمْ تَسْمِعُوا﴾

النِّسَاءَ﴾، ﴿دَخَلْتُم بِهِنَّ﴾، ﴿فَأَتُوا حَرَثَكُمْ﴾، ﴿مِنْ قَبْلِ أَنْ تَمْسُوهُنَّ﴾، ﴿فَمَا اسْتَمْتَعْتُمْ بِهِ مِنْهُنَّ﴾، ﴿وَلَا تَقْرُبُوهُنَّ﴾؟ قلت: استهجاناً لما وجد منهم قبل الإباحة، كما سماه اختياناً لأنفسهم. فإن قلت: لم عدى الرفث بآلى؟ قلت: لتضمينه معنى الإفضاء. لما كان الرجل والمرأة يعتنقان ويشتمل كل واحد منهما على صاحبه في عناقه، شبه باللباس المشتمل عليه⁽²⁾، والكناية: «لفظ أريد به لازم معناه مع جواز إرادة معناه حينئذ»⁽³⁾، وقد اكتمل مصطلح الكناية لدى عبد القاهر الجرجاني، فهي تعني عنده «أن يريد المتكلم إثبات معنى من المعاني، فلا يذكره باللفظ الموضوع له في اللغة، ولكن يجيء إلى معنى هو تاليه وردفة في الوجود، فيرمى به إليه، ويجعله دليلاً عليه»⁽⁴⁾، ونجد السكاكي يقول: «أن الكناية هي ترك التصريح بذكر الشيء على ما ذكر ما يلزمه لينتقل من المذكور على المتروك»⁽⁵⁾.

وأما ابن الأثير عرفها على أنها «كل لفظة دلت على معنى يجوز حمله على جانبي الحقيقة والمجاز بوصف جامع بين الحقيقة والمجاز»⁽⁶⁾، والكناية «عبارة صورية عرضية، ومباشرة تشير إلى معنى غير معناه الأصلي»⁽⁷⁾، أو هي «مجاز لفظي مضاعف، ولكن بالمعنى المعاكس إنها متناظرة، وبعبكس الاستعارة هنا يعمل كل واحد من المعنيين مجازاً لمعنى ثالث، ويغطيها معاً»⁽⁸⁾. وقوله تعالى: ﴿هُنَّ لِبَاسٌ لَكُمْ وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَّهُنَّ﴾ هو استئناف كالبیان لسبب الإحلال، وهو أنه إذا كانت بينكم وبينهن مثل هذه المخالطة

(2) الكشف: 1 / 230.

(3) الإيضاح في علوم البلاغة: 301.

(4) ينظر: دلائل الإعجاز: 66.

(5) مفتاح العلوم، السكاكي (ت626هـ): 402.

(6) المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر: 2 / 194.

(7) الصورة الفنية في شعر أبي تمام، د. عبد القادر الرباعي، جامعة

اليرموك، إربد - الأردن، (د. ط.)، 1980م: 162.

(8) العلاقة المجازية، تزيان تودروف، ترجمة: منذر عياشي، مجلة البيان،

العدد 258، 1987م: 36.

(1) الباب في علوم الكتاب، سراج الدين عمر بن علي النعماني (ت775هـ):

303 / 3.

والملايسة قل صبركم عنهن وصعب عليكم اجتنابهن، فلذلك رخص لكم في مباشرتهن⁽¹⁾، وفيه استعارة بديعة شبه كل واحد من الزوجين لاشتماله على صاحبه في العناق والضم باللباس المشتمل على لابسها فاللباس استعارة، فهذا تمكين للمرأة في أداء حقوقها التي كفلها الله - عز وجل. وقوله تعالى: ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا حَتَّى يَتَبَيَّنَ لَكُمُ الْخَيْطُ الْأَبْيَضُ مِنَ الْخَيْطِ الْأَسْوَدِ مِنَ الْفَجْرِ﴾ استعارة عجيبة، والمراد بها بياض الصباح وسواد الليل والخيطان هاهنا مجاز وإنما شبههما بذلك لأن بياض الصباح يكون في أول طلوعه مشرقاً خافياً، ويكون سواد الليل منقضيًا مولياً، فهما جميعاً ضعيفان إلا أن هذا يزداد انتشاراً وهذا يزداد استساراً، وذهب الزمخشري إلى أنه من التشبيه البليغ. تحديد حدود التعامل الكوني الإلهي مع المرأة المعتدل؛ لأن الله - عز وجل أحل للرجال ليلة الصيام الرفث إلى النساء، وهذا تمكين للمرأة وتقييد للرجال بأن لا يتجاوزوا تلك الحدود، وقد وضحت هذا المعنى بنية الجملة الخبرية، وفي هذا «انتقال في أحكام الصيام إلى بيان أعمال في بعض أزمنة رمضان قد يُظن أنها تنافي عبادة الصيام، ولأجل هذا الانتقال فصلت الجملة عن الجمل السابقة. (إلى) للدلالة على تعجيل الفطر عند غروب الشمس لأن إلى لا تمتد معها الغاية بخلاف حتى، فالمراد هنا مقارنة إتمام الصيام بالليل. وإن (ثم) في عطف الجمل للتراخي الربطي وهو اهتمام بتعيين وقت الإفطار،

لأن ذلك كالبشارة لهم فكأنه قال ثم بعد تبين الخيطين من الفجر صوموا أو اتّموا الصيام إلى الليل فينتج معنى صوموا بعد تراخ عن وقت الفجر وهو على ما فيه من التكلف والمصير إلى دلالة الإشارة الخفيفة غفلة عن معنى التراخي في عطف (ثم) للجمل تحذير من الجرأة على مخالفة حكم الصيام بالإفطار غير المأذون فيه وهو ضرب من الأكل الحرام فعطف عليه أكل آخر محرّم وهو أكل المال بالباطل، والمشاكلة زادت المناسبة قوة، وهذا من جملة عداد الأحكام المشروعة لإصلاح ما اختل من أحوالهم في الجاهلية، ولذلك عطف على نظائره وهو مع ذلك أصل تشريع عظيم للأموال في الإسلام⁽²⁾. ولما تصوروا لهذه الآية الشريفة قربة وحبه على عظمتهم وعلوه فتذكروا لذيد مخاطبته فيما قبل فاشتاقوا إليها وكان قد يسر لهم أمر الصوم كما على جميعهم وكيفاً على أهل الضرورة منهم كانوا كأنهم سألوه التيسير على أهل الرفاهية فيما حرم عليهم كما حرم على أهل الكتاب والوطء في شهر الصوم والأكل بعد النوم فقال تحقيقاً للإجابة والقرب: ﴿أُحِلَّ لَكُمْ﴾ فأشعر ذلك بأنه كان حراماً ﴿لَيْلَةً﴾ أي: في جميع ليلة ﴿الصَّيَامِ الرَّفَثُ﴾ وهو ما يواجه به النساء في أمر النكاح، فإذا غير فلا رفث عند العلماء من أهل اللغة، ويدل عليه وصله بحرف الانتهاء بياناً لتضمين الإفضاء أي: مفضين ﴿إِلَى نِسَائِكُمْ﴾ بالجماع قولاً وفعلاً، وخرج بالإضافة نساء الغير. ولما كان الرفث والوقاع

(2) ينظر: التحرير والتنوير: 2 / 180-188.

(1) الكشف: 230/1.

متلازمين غالباً قال مؤكداً لإرادة حقيقة الرفق وبيان السبب في إحلاله: ﴿هُنَّ﴾ أي: نساؤكم ﴿لِبَاسٌ لَّكُمْ﴾ تلبسونهن، وهو من التشبيه البليغ، والمعنى: أبيع ذلك في حالة الملابس أو صلاحيتها، وهو يفهم أنه لا يباح نهاراً - والله سبحانه وتعالى أعلم؛ ويجوز أن يكون تعليلاً لأن اللباس لا غنى عنه والصبر يضعف عنهن حال الملابس والمخالطة. ولما كان الصيام عاماً للصنفين قال: ﴿وَأَنْتُمْ لِبَاسٌ لَّهُنَّ﴾ يلبسنكم، ثم علل ذلك بقوله مظهراً لعظمة هذه الأمة عنده في إرادته الرفق بها ﴿عَلِمَ اللَّهُ﴾ أي: المحيط علمه ورحمته وله الإحاطة الكاملة كما قدم من كونه قريباً اللازم منه كونه رقيباً ﴿أَنْتُمْ كُنْتُمْ تَخْتَانُونَ﴾ أي: تفعلون في الخيانة في ذلك من المبادرة إليه فعل الحامل نفسه عليه، والخيانة التفريط في الأمانة، والأمانة ما وضع ليحفظ، رمضان نائل بركة ذرئه على نكاح أمر به حتى كان بعض علماء الصحابة يفطر على النكاح. ﴿وَكُلُوا وَاشْرَبُوا﴾، وفي تقديم الأكل إجراء لحكم هذا الشرع على وفق الطبع ولأنه سبب العطش، ودل على وجوب تبييت النية وجواز تأخير الغسل إلى النهار، بقوله: ﴿حَتَّى﴾ فإن في جعل تبين الفجر غاية لحل المفطرات إيجاباً لمراقبته للكف عنها، وذلك هو حقيقة النية، ومن استمر مباشراً إلى الفجر لم يمكنه الاغتسال ليلاً وقال: ﴿يَتَبَيَّنُ﴾ بصيغة يتفعل وهو حيث يتكلف الناظر نظره، وكأن الطالع، يتكلف الطلوع، ولم يقل: يبين، لأن ذلك يكون بعد الوضوح. وفي قوله: ﴿لَكُمْ﴾ بيان لأن الأحكام بحسب الظاهر وأن التكليف بما في الوسع

﴿الْخَيْطُ الْأَبْيَضُ﴾ وهو أول ما يبدو من الفجر المعترض في الأفق كالخييط الممدود. ﴿مَنْ الْخَيْطُ الْأَسْوَدُ﴾ وهو ما يمتد معه من غيش الليل أي البقية من الليل، وقيل: ظلمة آخر الليل، شبهها بخطين أبيض وأسود. وقال الحرالي: ففيه إنهاض لحسن الاستبصار في ملتقى الليل والنهار حتى يؤتى العبد نور حسن بتبين ذلك على دقته ورقته وقد كان أنزل هذا المثل دون بيان ممثوله حتى أخذ أعرابي ينظر إلى خيطين محسوسين فأنزل ﴿مَنْ الْفَجْرُ﴾ يعني فبين الأبيض، فأخرجه بذكر المشبه من الاستعارة إلى التشبيه لأن من شرائطها أن يدل عليها الحالة أو الكلام، وهذه الاستعارة وإن كانت متعارفة عندهم قد نطقت بها شعراؤهم وتفاوضت بها فصحاؤهم وكبرائهم لم يقتصر عليها، وزيد في البيان لأنها خفيت على بعض الناس، والخطاب بالإجمال ممكن الوقوع وليس يلزم العمل به فالإلزام تكليف ما لا يطاق وإلزام العمل يستلزم البيان وإلا عاد ذلك الممتنع، وتأخير بيان المجمل إلى وقت الإلزام ممكن، لأن في ذلك تناسب حكمة الوحي المنزل بحكمة العالم المكون، فإن الإجمال في القرآن بمنزلة نطق الأكوان والبيان فيه بمنزلة تخطيط الصور وذلك ظاهر عند من زاوله، وحينئذ فلا يقال: خطاب الإجمال عديم الفائدة لأنه يفيد تدريج حكمة التنزيل وتحصيل بركة التلاوة، وفي الاقتصار على بيانه نمط من فصاحة الخطاب العربي حيث لم يكن فيه ذكر الممثلين اكتفاء بأحدهما عن الآخر، ففيه تأصيل لأصل البيان من الإفهام حيث لم يقل: من الليل، كما قال: من

الفجر، اكتفاء بما في الفهم من الذكر، وفي وقوع المبين إثر غير مثله نمط آخر من فصاحة الخطاب العربي لأن العرب يردون الثالث إلى الأول لا إلى الثاني ليتعلق بالأول في المعنى وينتظم بالثاني في اللفظ فيكون محرز المحل المفهوم راجعاً إلى الأول بالمعنى. وأوضح دليل على إيجاب التبييت أمره بالإتمام، فإنه لما وقع الشروع فيه فالتقدير: فإذا تبين الفجر الذي أمرتم بمراقبته لكونه غاية لما أحل لكم فصوموا أي أمسكوا عن المفطر ﴿ثُمَّ أَتَمُّوا﴾ ذلك ﴿الصَّيَامَ إِلَى اللَّيْلِ﴾ والتعبير بثم إشارة إلى بعد ما بين طرفي الزمان الذي أحل فيه المفطر. وقال الحرالي: فكان صوم النهار إتماماً لبدء من صوم ليلة فكانه في الليل صوم ليس بتام لانثلامه للحس وإن كان في المعنى صوماً، ومن معناه رأى بعض العلماء الشروع في الاعتكاف قبل الغروب لوجه مدخل الليل في الصوم التام بالعكوف وإضافة الليل للنهار في حكم صوم ما وهو في النهار تمام بالمعنى والحس، وإنما ألزم بإتمام الصوم نهائياً واعتد به ليلاً وجرى فيه الأكل والنكاح بالأمر لأن النهار معاش فكان الأكل فيه أكلاً في وقت انتشار الخلق وتعاطي بعضهم من بعض فيأنف عنه المرتقب، ولأن الليل سبات ووقت توف وانطماس، فبدأ فيه من أمر الله ما انحجب ظهوره في النهار، كأن المطعم بالليل طاعم من ربه الذي هو وقت تجليه فكان الطاعم في الليل إنما أطعمه الله وسقاه، فلم يقدح ذلك في معنى صومه وإن ظهر صورة وقوعه في حسه كالناسي بل المأذون له أشرف رتبة من الناسي، ولما كان الصوم شديد الملازمة للمساجد

والاعتكاف وكانت المساجد مظنة للاعتكاف وكان - سبحانه قد أطلق في صدر الآية الإذن في الوطاء في جميع الأماكن والأحوال غير حال الصوم خص من سائر الأحوال الاعتكاف ومن الأماكن المساجد فعقب ذلك بأن قال: ﴿وَلَا تُبَشِّرُوهُمْ﴾ أي: في أي مكان كان ﴿وَأَنْتُمْ عَنْكُمُوهُ﴾ أي: بايتون مقيمون أو معتكفون، ومدار مادة عكف على الحبس أي: وأنتم حابسون أنفسكم لله ﴿فِي الْمَسْجِدِ﴾ عن شهواتها بنية العبادة ﴿فِي الْمَسْجِدِ﴾ ظرف لعاكفون، فتحرم المباشرة في الاعتكاف ولو في غير المسجد، وتقييد الاعتكاف بها لا يفهم صحته في غير مسجد، فإنه إنما ذكر لبيان الواقع وليفهم حرمة الجماع في المساجد، لأنه إذا حرم تعظيماً لما هي سبب لحرمة ومصححة له كانت حرمة تعظيماً لها لنفسها أولى، أو يقال وهو أحسن: لما كان معنى العكوف مطلق الحبس قيده بالمسجد ليفهم خصوص الاعتكاف الذي هو الحبس عبادة، فصار كأنه قال: وأنتم معتكفون، هذا معنى المبتدأ والخبر وما تعلق به، وكأنه جرد الفعل ليشمل ما إذا كان البث في المسجد بغير نية، والحاصل أنه - سبحانه وتعالى سوى بين حال الصوم حال الاعتكاف في المنع من الجماع، فإن اجتماعاً كان أكد، فإن الاعتكاف من كمال الصوم وذلك على وجه منع من المباشرة في المسجد مطلقاً. قال الحرالي: وإنما كان العاكف في المسجد مكماً لصومه لأن حقيقة الصوم التماسك عن كل ما شأن المرء أن يتصرف فيه من بيعه وشرائه وجميع أغراضه فإذا المعتكف التماسك عن التصرف كله إلا ما لا بد له من ضرورته والصائم المكمل صيامه

والمتصرف الحافظ للسانه الذي لا ينتصف بالحق ممن اعتدى عليه هو المتمم للصيام، ومن نقص عن ذلك فانتصف بالحق ممن اعتدى عليه فليس بمتمم للصيام، فمن أطلق لسانه وأفعاله فليس لله حاجة في أن يدع طعامه وشرابه، فإذا حقيقة الصوم هو الصوم لا صورته حتى ثبت معناه للأكل ليلاً ونهاراً، ﴿تِلْكَ﴾ أي: الأحكام البديعة النظام العالية المرام ﴿حُدُودُ اللَّهِ﴾ وذكر الاسم الأعظم تأكيداً للتعظيم، وحقيقة الحد الحاجز بين الشيئين المتقابلين ليمنع من دخول أحدهما في الآخر، فأطلق هنا على الحكم تسمية للشيء باسم جزئه بدلالة التضمن وأعاد الضمير على مفهومه المطابق استخداماً فقال: ﴿فَلَا تَقْرُبُوهَا﴾ معبراً بالقربان، لأنه في سياق الصوم والورع به أليق، لأن موضوعه فطام النفس عن الشهوات فهو نهى عن الشبهات، ولما علا هذا البيان إلى حد لا يدركه حق إدراكه الإنسان كان كأنه قال دهشاً: هل يحصل بيان مثله لشيء غير هذا؟ فقليل بياناً للواقع وتشويقاً إلى التلاوة وحثاً على تدبر الكتاب الذي هو الهدى لا ريب فيه: ﴿كَذَلِكَ﴾ أي مثل هذا البيان العلي الشأن ﴿بَيِّنْتُ لِلَّهِ﴾ لما له من العظمة التي لا تحصر بحد ولا تبلغ بعد ﴿ءَايَاتِهِ﴾ التي يحق لعظمتها أن تضاف إليه وقال: ﴿لِلنَّاسِ﴾ إشارة إلى العموم دلالة على تمام قدرته بشمول علمه إلى أن يصل البيان إلى حد لا يحصل فيه تفاوت في أصل الفهم بين غبي وذكي، وعلل ذلك بقوله: ﴿لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ﴾ أي ليكون حالهم حال من يرجى منه خوف الله تعالى لما علموا من هذا البيان من عظمتهم، وأشعر هذا الإيهام أن فيهم من

لا يتقي. ولما أذن سبحانه وتعالى فيما كان قد منع منه من المطعم والمنكح للصائم وقدم المنكح لأنه أشهى، إذ الطبع إليه أدعى ولأن المنع منه كان في جميع الشهر فالضرر فيه أقوى، وأتبعه الإذن في الأكل لأنه قوام الجسم وأولاه المنع من النكاح في بعض الأحوال، فعل كذلك في المال الذي منه الأكل لأنه قد كان مما خان فيه أهل الكتاب عهد كتابهم واشتروا به ثمناً قليلاً كثيراً من أمره لا سيما تحريم الرشوة فإنهم أخفوه واستباحوها حتى صارت بينهم شرعاً متعارفاً⁽¹⁾.

وقال تعالى: ﴿نَسَاؤُكُمْ حَرْثٌ لَّكُمْ فَأَتُوا حَرْثَكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ وَقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ مُّكْلُوهٌ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ [البقرة: 223]. على حذف مضاف أي: موضع حرث أو على سبيل التشبيه فالمرأة كالأرض، والنطفة كالبذر، والولد كالنبات الخارج، فالحرث بمعنى المحترث سمي به على سبيل المبالغة. من مواطن التمكين الأخرى هذه الآية وقد جاءت بأسلوب التشبيه في قوله تعالى: ﴿نَسَاؤُكُمْ حَرْثٌ لَّكُمْ فَأَتُوا حَرْثَكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ﴾ فالمشبهه ﴿نَسَاؤُكُمْ﴾ والمشبه به ﴿حَرْثٌ لَّكُمْ﴾ والأداة محذوفة تقديرها الكاف، ووجه الشبه محذوف أيضاً؛ إذ شبه عملية الجماع بين الرجل والمرأة بعملية حرث الأرض وزراعة البذر، لكن هذه العملية يصاحبها تقوى الله في قوله: ﴿وَاتَّقُوا اللَّهَ﴾ فتقوى الله تمكين للمرأة وحفظ لعلاقتها الكونية بالرجل، وهذه الجملة تدبيل ثانٍ لجملة: ﴿فَأَتُوا حَرْثَكُمْ مِنْ حَيْثُ أَمَرَكُمْ اللَّهُ﴾ [البقرة: 222] قصد به الارتفاق بالمخاطبين

(1) نظم الدرر في تناسب الآيات والسور: 3 / 77-93.

وَالنَّاسُ لَهُمْ لِشَعَارِهِمْ بَأْنٌ مِّنْهُمْ مِّنْ قَرَبَانِ النَّسَاءِ فِي مُدَّةِ الْمَحِيضِ مَنَعٌ مُّؤَقَّتٌ لِفَائِدَتِهِمْ، وَأَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ أَنَّ نِسَاءَهُمْ مَحَلُّ تَعَهُدِهِمْ وَمَلَابَسَتِهِمْ لَيْسَ مَنَعُهُمْ مِنْهُمْ فِي بَعْضِ الْأَحْوَالِ بِأَمْرٍ هَيِّنٍ عَلَيْهِمْ لَوْلَا إِرَادَةُ حِفْظِهِمْ مِنَ الْأَذَى وَتَعْتَبُرُ جُمْلَةً (نَسَاؤُكُمْ حَرْتُ) مُقَدِّمَةٌ لِّجُمْلَةٍ (فَاتُوا حَرْتُكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ) وَفِيهَا مَعْنَى التَّعْلِيلِ لِلْإِذْنِ بِإِتْيَانِهِنَّ أَنَّى شَاءُوا، وَالْعِلَّةُ قَدْ تَجَعَلَ مُقَدِّمَةً فَلَوْ أَوْثَرَ مَعْنَى التَّعْلِيلِ لِأَخْرَجَتْ عَنْ جُمْلَةٍ فَاتُوا حَرْتُكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ وَلَكِنْ أَوْثَرَ أَنْ تَكُونَ مُقَدِّمَةً لِلَّتِي بَعْدَهَا لِأَنَّهُ أَحْكَمُ نَسِيجِ نِظْمٍ وَلِتَنَاتِي عَقْبُهُ النَّفَاءُ الْفَصِيحَةُ. وَالْحَرْتُ مُصَدَّرُ حَرْتُ الْأَرْضِ إِذَا شَقَّهَا بِآلَةٍ تَشَقُّ التُّرَابَ لِيُزْرَعَ فِي شُقُوقِهِ زُرْعَةٌ أَوْ تُغْرَسَ أَشْجَارٌ. وَهُوَ هُنَا مُطْلَقٌ عَلَى مَعْنَى اسْمِ الْمَفْعُولِ. وَإِطْلَاقُ الْحَرْتِ عَلَى الْمَحْرُوثِ وَأَنْوَاعِهِ إِطْلَاقٌ مُتَعَدِّدٌ فَيُطْلَقُ عَلَى الْأَرْضِ الْمَجْعُولَةِ لِلزَّرْعِ أَوْ الْغُرْسِ كَمَا قَالَ تَعَالَى: (وَقَالُوا هَذِهِ أَنْعَمُ وَحَرْتُ حَجَرٌ) [الأنعام: 138] أَي: أَرْضُ زَرْعٍ مَحْجُورَةٌ عَلَى النَّاسِ أَنْ يَزْرَعُوهَا وَالْحَرْتُ فِي هَذِهِ الْآيَةِ مُرَادٌ بِهِ الْمَحْرُوثُ بِقَرِينَةٍ كَوْنِهِ مَفْعُولًا لِفِعْلِ فَاتُوا حَرْتُكُمْ وَلَيْسَ الْمُرَادُ بِهِ الْمَصْدَرُ لِأَنَّ الْمَقَامَ يَنْبُو عَنْهُ، وَتَشْبِيهُ النَّسَاءِ بِالْحَرْتِ تَشْبِيهُ لَطِيفٌ وَالْفَاءُ فِي فَاتُوا حَرْتُكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ فَاءٌ فَصِيحَةٌ لِابْتِنَاءِ مَا بَعْدَهَا عَلَى تَقَرُّرِ أَنَّ النَّسَاءَ حَرْتُ لَهُمْ، لَا سِيَّمَا إِذَا كَانُوا قَدْ سَأَلُوا عَنْ ذَلِكَ بِلِسَانِ الْمَقَالِ أَوْ بِلِسَانِ الْحَالِ. وَكَلِمَةُ (أَنَّى) اسْمٌ لِمَكَانٍ مُبْهَمٍ تُبَيِّنُهُ جُمْلَةٌ مُضَافٌ هُوَ إِلَيْهَا، وَقَدْ كَثُرَ اسْتِعْمَالُهُ مَجَازًا فِي مَعْنَى كَيْفَ بِتَشْبِيهِهِ حَالِ الشَّيْءِ بِمَكَانِهِ، لِأَنَّ كَيْفَ اسْمٌ لِلْحَالِ الْمُبْهَمَةِ يُبَيِّنُهَا عَامِلُهَا نَحْوُ

﴿كَيْفَ يَشَاءُ﴾ [آل عمران: 6] وَقَدْ أَضِيفَ (أَنَّى) فِي هَذِهِ الْآيَةِ إِلَى جُمْلَةٍ (شِئْتُمْ) وَالْمَشِيئَاتُ شَتَّى فَتَأَوَّلَهُ كَثِيرٌ مِنَ الْمُفَسِّرِينَ عَلَى حَمَلِ (أَنَّى) عَلَى الْمَعْنَى الْمَجَازِي وَفَسَّرَهُ بِكَيْفَ شِئْتُمْ وَهُوَ تَأْوِيلُ الْجُمْهُورِ الَّذِي عَصَدُوهُ بِمَا رَوَوْهُ فِي سَبَبِ نُزُولِ الْآيَةِ وَفِيهَا رَوَايَتَانِ. إِحْدَاهُمَا عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ وَالْأُخْرَى عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ وَتَأَوَّلَهُ الضَّحَّاكُ عَلَى مَعْنَى مَتَى شِئْتُمْ وَتَأَوَّلَهُ جَمْعٌ عَلَى مَعْنَاهُ الْحَقِيقِيِّ مِنْ كَوْنِهِ اسْمٌ مَكَانٍ مُبْهَمٍ، فَمِنْهُمْ مَنْ جَعَلُوهُ ظَرْفًا لِأَنَّهُ الْأَصْلُ فِي أَسْمَاءِ الْمَكَانِ إِذَا لَمْ يُصْرَحْ فِيهَا بِمَا يُصَرِّفُ عَنْ مَعْنَى الظَّرْفِيَّةِ وَفَسَّرُوهُ بِمَعْنَى فِي أَيِّ مَكَانٍ مِنَ الْمَرْأَةِ شِئْتُمْ، وَمِنْهُمْ مَنْ جَعَلُوهُ اسْمَ مَكَانٍ غَيْرِ ظَرْفٍ وَقَدَّرُوا أَنَّهُ مَجْرُورٌ بِ (مِنْ) فَفَسَّرُوهُ مِنْ أَيِّ مَكَانٍ أَوْ جِهَةٍ شِئْتُمْ وَهُوَ يُقُولُ إِلَى تَفْسِيرِهِ بِمَعْنَى كَيْفَ. فَالَّذِي يَتَبَادَرُ مِنْ مَوْقِعِ الْآيَةِ وَتُسَاعِدُ عَلَيْهِ مَعَانِي الْفَاضِلِ أَنَّهَا تَذِيلٌ وَارِدٌ بَعْدَ النِّهْيِ عَنْ قَرَبَانِ النَّسَاءِ فِي حَالِ الْحِيْضِ. فَتَحْمَلُ (أَنَّى) عَلَى مَعْنَى مَتَى وَيَكُونُ الْمَعْنَى فَاتُوا نِسَاءَكُمْ مَتَى شِئْتُمْ إِذَا تَطَهَّرْنَ فَوَزَانُهَا وَزَانُ قَوْلِهِ تَعَالَى: ﴿وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا﴾ بَعْدَ قَوْلِهِ: ﴿غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ﴾ [المائدة: 1]. ثُمَّ أَتْبَعَ بِقَوْلِهِ: ﴿يُحِبُّ التَّوْبِينَ﴾ [البقرة: 222] قَرِيبًا أَشْعَرَ بِأَنَّ فِعْلًا فِي هَذَا الْبَيَانِ كَانَ يُرْتَكَبُ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْإِنْكَفَافِ عَنْهُ وَأَتْبَعَ بِقَوْلِهِ: ﴿وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ﴾ فَأَشْعَرَ بِأَنَّ فِعْلًا فِي هَذَا الشَّأْنِ قَدْ يَلْتَبَسُ بِغَيْرِ التَّنَزُّهِ وَاللَّهُ يُحِبُّ التَّنَزُّهَ عَنْهُ، مَعَ احْتِمَالِ الْمَحَبَّةِ عَنْهُ لِمَعْنَى التَّفْضِيلِ وَالتَّكْرِمَةِ مِثْلُ ﴿يُحِبُّونَ أَنْ يَنْظَهُرُوا لِلَّهِ يُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ﴾ [التوبة: 108]، وَاحْتِمَالِهَا لِمَعْنَى: وَيُبْغِضُ غَيْرَ ذَلِكَ، ثُمَّ جَاءَ مَا هُوَ كَالدَّلِيلِ وَهُوَ قَوْلُهُ:

نِسَاؤُكُمْ حَرْثٌ لَكُمْ فَجْعَلَنَ حَرْثًا عَلَى احْتِمَالٍ وَجُوهٍ فِي الشَّبهِ فَقَدْ يُقَالُ: إِنَّهُ وَكُلٌّ لِلْمَعْرُوفِ، وَقَدْ يُقَالُ: إِنَّهُ جُعِلَ شَائِعًا فِي الْمَرْأَةِ، فَلِذَلِكَ نَبِطَ الْحَكْمُ بِذَاتِ النِّسَاءِ كُلِّهَا، ثُمَّ قَالَ: فَاتُوا حَرْثَكُمْ أَنَّى شِئْتُمْ فَجَاءَ بِأَنَّى الْمُحْتَمَلَةِ لِلْكَيفِيَّاتِ وَلِلْأَمَكْنَةِ وَهِيَ أَصْلٌ فِي الْأَمَكْنَةِ وَوَرَدَتْ فِي الْكَيفِيَّاتِ، وَقَدْ قِيلَ: إِنَّهَا تَرُدُّ لِلْأَزْمَنَةِ فَاحْتِمَلُ كَوْنُهَا أَمَكْنَةُ الْوُصُولِ مِنْ هَذَا الْإِتْيَانِ، أَوْ أَمَكْنَةُ الْوُرُودِ إِلَى مَكَانٍ آخَرَ مَقْصُودٍ فَهِيَ أَمَكْنَةُ ابْتِدَاءِ الْإِتْيَانِ أَوْ أَمَكْنَةُ الْاسْتِقْرَارِ فَأَجْمَلَ فِي هَذَا كُلِّهِ إِجْمَالٌ بَدِيعٌ وَاثْنِي تَنَاءً حَسَنٌ. وَاخْتِلَافٌ مُحَامِلٌ الْآيَةِ فِي أَنْظَارِ الْمُفَسِّرِينَ وَالْفُقَهَاءِ طَوَّعَ عِلْمَ الْمُتَمَلِّ، ﴿وَقَدِّمُوا لِنَفْسِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَعْلَمُوا أَنَّكُمْ مُلْقَوُهُ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ عَطَفَ عَلَى جُمْلَةٍ فَاتُوا حَرْثَكُمْ أَوْ عَلَى جُمْلَةٍ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ. عَطَفَ الْإِنْشَاءَ عَلَى الْخَبَرِ، عَلَى أَنَّ الْجُمْلَةَ الْمَعْطُوفَ عَلَيْهَا وَإِنْ كَانَتْ خَبْرًا فَالْمَقْصُودُ مِنْهَا الْأَمْرُ بِالتَّوْبَةِ وَالتَّطَهُّرِ فَكُرِّرَ ذَلِكَ اهْتِمَامًا بِالْحَرْصِ عَلَى الْأَعْمَالِ الصَّالِحَةِ بَعْدَ الْكَلَامِ عَلَى اللَّذَائِذِ الْعَاجِلَةِ. وَحُذِفَ مَفْعُولٌ وَقَدِّمُوا اخْتِصَارًا لِظُهُورِهِ لِأَنَّ التَّقْدِيمَ هُنَا إِعْدَادُ الْحَسَنَاتِ فَإِنَّهَا بِمَنْزِلَةِ الثَّقَلِ الَّذِي يُقَدِّمُهُ الْمَسَافِرُ. وَقَوْلُهُ: لَأَنْفُسِكُمْ مُتَعَلِّقٌ بِقَدِّمُوا، وَاللَّامُ لِلْعِلَّةِ أَيْ لِأَجْلِ أَنْفُسِكُمْ أَيْ لِنَفْسِهَا، وَقَوْلُهُ: ﴿وَاتَّقُوا اللَّهَ﴾ تَحْرِيطٌ عَلَى امْتِنَالِ الشَّرْعِ بِتَجَنُّبِ الْمَخَالَفَةِ، فَيَدْخُلُ تَحْتَهُ التَّخْلِي عَنْ السَّيِّئَاتِ وَالتَّخْلِي بِالْوَاجِبَاتِ وَالْقُرْبَاتِ، فَمَضْمُونُهَا أَعْمٌ مِنْ مَضْمُونِ جُمْلَةٍ وَقَدِّمُوا لَأَنْفُسِكُمْ فَلِذَلِكَ كَانَتْ هَذِهِ تَذْيِيلًا. وَقَوْلُهُ: ﴿وَأَعْلَمُوا أَنَّكُمْ مُلْقَوُهُ﴾ يَجْمَعُ التَّحْذِيرَ وَالتَّرْغِيبَ، أَيْ: فَلَا قُوَّةَ بِمَا

يَرْضَى بِهِ عَنْكُمْ كَقَوْلِهِ: ﴿وَوَجَدَ اللَّهُ عِنْدَهُ﴾ [النور: 39] وَهُوَ عَطَفٌ عَلَى قَوْلِهِ: ﴿وَاتَّقُوا اللَّهَ﴾. وَالْمَلَقَاةُ: مُفَاعَلَةٌ مِنَ اللَّقَاءِ وَهُوَ الْحُضُورُ لَدَى الْغَيْرِ بِقَصْدٍ أَوْ مُصَادَفَةً. وَأَصْلُ مَادَّةٍ لَقِيَ تَقْتَضِي الْوُقُوعِ بَيْنَ شَيْئَيْنِ فَكَانَتْ مُفِيدَةً مَعْنَى الْمُفَاعَلَةِ بِمَجْرَدِهَا، فَلِذَلِكَ كَانَ لَقِيَ وَلَا قِيَ بِمَعْنَى وَاحِدٍ، وَإِنَّمَا أَمَرَهُمُ اللَّهُ بِعِلْمِ أَنَّهُمْ مُلَاقُوهُ مَعَ أَنَّ الْمُسْلِمِينَ يَعْلَمُونَ ذَلِكَ تَنْزِيلًا لِعِلْمِهِمْ مَنْزِلَةَ الْعَدَمِ فِي هَذَا الشَّأْنِ، لِيُزَادَ مِنْ تَعْلِيمِهِمْ اهْتِمَامًا بِهَذَا الْمَعْلُومِ وَتَنَافُسًا فِيهِ عَلَى أَنَّ رَأَيْنَا أَنَّ فِي افْتِتَاحِ الْجُمْلَةِ بِكَلِمَةٍ: اَعْلَمُوا اهْتِمَامًا بِالْخَبَرِ وَاسْتِصْصَاتًا لَهُ وَهِيَ نَقْطَةٌ عَظِيمَةٌ سَيَأْتِي الْكَلَامُ عَلَيْهَا عِنْدَ قَوْلِهِ تَعَالَى: ﴿وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ﴾ فِي سُورَةِ الْأَنْفَالِ [24]. وَقَدْ رُتِبَتِ الْجُمْلَةُ الثَّلَاثُ الْأُولَى عَلَى عَكْسِ تَرْتِيبِ حُصُولِ مَضَامِينِهَا فِي الْخَارِجِ فَإِنَّ الظَّاهِرَ أَنَّ يَكُونُ الْإِعْلَامُ بِمَلَقَاةِ اللَّهِ هُوَ الْحَاصِلُ أَوَّلًا ثُمَّ يَعْقِبُهُ الْأَمْرُ بِالتَّقْوَى ثُمَّ الْأَمْرُ بِأَنْ يَقْدِمُوا لَأَنْفُسِهِمْ، فَخُولِفَ الظَّاهِرُ لِلْمُبَادَرَةِ بِالْأَمْرِ بِالِاسْتِعْدَادِ لِيَوْمِ الْجَزَاءِ، وَأَعْقَبَ بِالْأَمْرِ بِالتَّقْوَى إِشْعَارًا بِأَنَّهَا هِيَ الْإِسْتِعْدَادُ ثُمَّ ذَكَرُوا بِأَنَّهُمْ مُلَاقُو اللَّهِ فَجَاءَ ذَلِكَ بِمَنْزِلَةِ التَّعْلِيلِ. وَقَوْلُهُ: ﴿وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾ تَعْقِيبٌ لِلتَّحْذِيرِ بِالْبَشَارَةِ، وَالْمُرَادُ: الْمُؤْمِنُونَ الْكَامِلُونَ وَهُمْ الَّذِينَ يُسْرُونَ بِلِقَاءِ اللَّهِ، وَذَكَرَ هَذِهِ الْبَشَارَةَ عَقِبَ مَا تَقَدَّمَ إِشَارَةً إِلَى أَنَّ امْتِنَالَ الْأَحْكَامِ الْمُتَقَدِّمَةِ مِنْ كَمَالِ الْإِيمَانِ، وَجُمْلَةً: وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ، مَعْطُوفَةٌ عَلَى جُمْلَةٍ: ﴿وَأَعْلَمُوا أَنَّكُمْ مُلْقَوُهُ﴾، عَلَى الْأَظْهَرِ مِنْ جَعْلِ جُمْلَةٍ: نِسَاؤُكُمْ حَرْثٌ لَكُمْ، اسْتِثْنَاءً غَيْرَ مَعْمُولَةٍ لِقُلِّ هُوَ أَذَى، وَإِذَا جَعَلَتْ جُمْلَةً ﴿نِسَاؤُكُمْ﴾ مِنْ

مَعْمُولِ الْقَوْلِ كَانَتْ جُمْلَةً «قُلْ هُوَ أَذَى» [البقرة: 222] معطوفة على جملة: «قُلْ هُوَ أَذَى» (1).

ولما بين - سبحانه وتعالى المأتي في الآية السابقة نوع بيان أوضحه مشيراً إلى ثمرة النكاح الناهية لكل ذي لب عن السفاح فقال: «فَسَاؤُكُمْ» أي اللاتي هن حل لكم بعقد أو ملك يمين ولما كان إلقاء النطفة التي يكون منها النسل كالإلقاء البذر الذي يكون منه الزرع شبههن بالمحارث دلالة على أن الغرض الأصيل طلب النسل فقال مسمى موضع الحرث باسمه موقعاً اسم الجزء على الكل موحداً لأنه جنس «حَرْثٌ لَكُمْ» فأوضح ذلك. قال الحرالي: ليقع الخطاب بالإشارة أي في الآية الأولى لأولي الفهم وبالتصريح أي في هذه لأولي العلم لأن الحرث كما قال بعض العلماء إنما يكون في موضع الزرع - انتهى. وفي تخصيص الحرث بالذكر وتعميم جميع الكيفيات الموصلة إليه بقوله: «فَأَتُوا حَرْثَكُمْ» أي الموضع الصالح للحراثة «أَنِّي شَتُّمٌ» أي: من أين وكيف إشارة إلى تحريم ما سواه لما فيه من العبث بعدم المنفعة. قال الثعلبي: الأدبار موضع الفرث لا موضع الحرث. ولما كانت هذه أموراً خفية لا يحمل على صالحها وتحجر عن فاسدها إلا محض الورع قال: «وَقَدَرُوا» أي أوقعوا التقديم. ولما كان السياق للجمع وهو من شهوات النفس قال مشيراً إلى الزجر عن اتباعها كل ما تهوي: «لَا تَفْسِكُمْ» أي من هذا العمل وغيره من كل ما يتعلق بالشهوات ما إذا عرض على من تهابونه وتعتقدون خيره افتخرتم به عنده

(1) ينظر: التحرير والتنوير: 2 / 370 - 350.

وذلك بأن تصرفوا مثلاً هذا العمل عن محض الشهوة إلى قصد الإعفاف وطلب الولد الذي يدوم به صالح العمل فيتصل الثواب، ومن التقديم التسمية عند الجماع على ما وردت به السنة وصرح به الحبر ابن عباس رضي الله تعالى عنهما على ما نقل عنه. ولما كانت أفعال الإنسان في الشهوات تقرب من فعل من عنده شك احتيج إلى مزيد وعظ فقال: «وَاتَّقُوا اللَّهَ» أي: اجعلوا بينكم وبين ما يكرهه الملك الأعظم من ذلك وغيره وقاية من الحلال أو المشتبه. وزاد سبحانه وتعالى في الوعظ والتحذير بالتنبيه بطلب العلم وتصوير العرض فقال: «وَأَعْلَمُوا أَنَّكُمْ مُلْفُوهُ» وهو سائلكم عن جميع ما فعلتموه من دقيق وجليل وصالح وغيره فلا تقعوا فيما تستحيون منه إذا سألكم فهو أجل من كل جليل. قال الحرالي: وفيه إشعار بما يجري في أثناء ذلك من الأحكام التي لا يصل إليها أحكام حكام الدنيا مما لا يقع الفصل فيه إلا في الآخرة من حيث إن أمر ما بين الزوجين سر لا يفضى، فأنبأ تعالى أن أمر ما بين الزوجين مؤخر حكمه إلى لقاء الله عز وجل حفيظة على ما بين الزوجين ليبقى سراً لا يظهر أمره إلا الله تعالى، وفي إشعاره إبقاء للمروة في أن لا يحتكم الزوجان عند حاكم في الدنيا وأن يرجع كل واحد منهما إلى تقوى الله وعلمه بلقاء الله ولما كان هذا لا يعقله حق عقله كل أحد أشار إلى ذلك بالالتفات إلى أكمل الخلق فقال عاطفاً على ما تقديره: فأنذر المكذبين فعلاً أو قولاً، قوله تعالى: «وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ» أي: الذين صار لهم الإيمان وصفاً راسخاً تهيووا به للمراقبة، وهو إشارة إلى أن مثل

هذا من باب الأمانات لا يحجز عنه إلا الإخلاص في الإيمان والتمكن فيه. ولما أذن في إتيان النساء في محل الحرث كيف ما اتفق ومنع مما سوى ذلك ومنع من محل الحرث في حال الحيض بين حكم ما إذا منع الإنسان نفسه من ذلك بالإيلاء أو بمطلق اليمين ولو على غير سبيل الإيلاء لأنه نقل عن كثير منهم شدة الميل إلى النكاح فكان يخشى الواقعة في حال المنع فتحمله شدة الورع على أن يمنع نفسه بمانع⁽¹⁾.

الخاتمة:

بعد التدقيق في البحث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج مبينة بالآتي:

1. مفهوم (التمكين) أصبح ضرورة يجب معالجتها ومعرفة حدودها، وذلك في سياقات الخطاب القرآني، فيما يتعلق بالمرأة، إذ أخذت مكانة المرأة تتلاشى في ظل التيارات الفكرية العاصفة بمقدراتها، وأصبحت المرأة أكثر عرضة للفقر في ولايات العولمة، ودعوة التحضر، وممارسة الترفيه أكثر من أي وقت مضى.

2. ورد ذكر (المرأة) في عدة مواضع في القرآن الكريم، وفي سياقات متعددة، منها في سياق وراثته النساء، ومنها حالة الخصام بين الرجل والمرأة والصلح بينهما.

3. ورد ذكر (النساء) في عدة مواضع في القرآن الكريم، وفي سياقات متعددة أيضاً، منها علاقة المرأة بزوجها شرعياً من المعاشرة وغير ذلك.

(1) ينظر: نظم الدرر في تناسب الآيات والسور: 3 / 279 - 283.

قائمة المصادر والمراجع:

1. إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم، أبو السعود بن محمد العمادي الحنفي (ت982هـ)، تحقيق: عبد القادر أحمد عطا، مكتبة الرياض الحديثة، الرياض، مطبعة السعادة، مصر، (د.ط)، (د.ت).
2. أسرار البلاغة، عبد القاهر الجرجاني (ت471هـ)، قرأه وعلق عليه: محمود محمد شاكر، مطبعة المدني-القاهرة، مطبعة المدني-جدة، (د.ط)، (د.ت).
3. أصول البيان العربي - رؤية بلاغية معاصرة، د. محمد حسين علي الصغير، دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد - العراق، (د.ط)، (د.ت).
4. الأصول المعرفية لنظرية التلقي، ناظم عودة خضر، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة العربية الأولى، الإصدار الأول، 1997م.
5. الإطناب في القرآن الكريم أنماطه ودلالاته، وفاء فيصل مرعي، أطروحة دكتوراه، كلية الآداب - جامعة الموصل، 2003م.
6. آيات الدعوى والبشرى والثناء في قصة إبراهيم عليه السلام في القرآن الكريم - دراسة بلاغية دلالية-، محمد خليل إبراهيم، كلية التربية، جامعة تكريت، 2002م (رسالة ماجستير).
7. الإيضاح في علوم البلاغة، جلال الدين محمد بن عبد الرحمن المعروف بالخطيب القزويني (ت739هـ)، تحقيق: محمد عبد المنعم خفاجي، دار الجيل، بيروت - لبنان، ط3، (د.ت).
8. بدائع التفسير الجامع لما فسّره الإمام ابن القيم الجوزية (ت751هـ)، جمع: يسرى السيد حسن، وصالح أحمد الشامي، دار ابن الجوزي للنشر والتوزيع، الرياض - المملكة العربية السعودية، الطبعة الأولى، 1427هـ.
9. البلاغة العالية (علم المعاني)، عبد المتعال الصعيدي، قدم له وراجعته، د. عبد القادر حسين، مكتبة الآداب، القاهرة، ط2، 1411هـ - 1991م.
10. التحرير والتنوير، محمد الطاهر بن محمد بن محمد الطاهر بن عاشور التونسي (ت1393هـ)، لدار التونسية للنشر - تونس، 1984م.
11. التطور الدلالي بين لغة الشعر ولغة القرآن الكريم، عودة خليل أبو عودة، مكتبة المنار، الزرقاء، الطبعة الأولى، 1405هـ - 1985م.
12. التعبير القرآني والدلالة النفسية، د. عبد الله محمد الجبوسي، دار الفؤثاني للدراسات القرآنية، دمشق، الطبعة الثانية، 1427هـ - 2007م.

13. جامع البيان عن تأويل آي القرآن، أبو جعفر محمد بن جرير الطبري (ت 310 هـ)، تحقيق: د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، ساعده: د. عبد السند حسن يمامة، هجر للطباعة والنشر والتوزيع والإعلان، القاهرة، الطبعة الأولى، 1422 هـ - 2001 م.
14. الخصائص، أبو الفتح عثمان بن جني، تحقيق: محمد علي النجار، طباعة ونشر دار الشؤون الثقافية العامة، بغداد، 1990 م.
15. الدر المصون في علوم الكتاب المكنون، السمين الحلبي (ت 756 هـ)، تحقيق: د. أحمد محمد الخراط، دار القلم، دمشق.
16. دقائق الفروق اللغوية في البيان القرآني، د. محمد ياس خضر الدوري، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1427 هـ - 2006 م.
17. دلائل الإعجاز، عبد القاهر الجرجاني (ت 472 هـ)، تحقيق: عبد الحميد هنداوي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، 1422 هـ - 2001 م.
18. دور الصوت في إعجاز القرآن (ضمن كتاب الإعجاز القرآني المتضمن بحوث المؤتمر الأول للإعجاز القرآني المعقود ببغداد)، الدكتور: حازم الحلبي، مطبعة الأمة - بغداد، د. ط، 1990 م.
19. الرسالة الشافية، ضمن ثلاث رسائل في إعجاز القرآن، الجرجاني، ثلاث رسائل في إعجاز القرآن، الرماني والخطابي عبد القاهر الجرجاني، تحقيق: د. محمد خلف الله أحمد ود. محمد زغلول سلام، دار المعارف بمصر، ط 3، (د. ت).
20. سورة النساء - دراسة بلاغية تحليلية، خديجة محمد أحمد بناني، أطروحة دكتوراه، جامعة أم القرى، كلية اللغة العربية، المملكة العربية السعودية، 1423 هـ.
21. الصورة الفنية في شعر أبي تمام، د. عبد القادر الرباعي، جامعة اليرموك، إربد - الأردن، (د. ط)، 1980 م.
22. الطراز لأسرار البلاغة وعلوم حقائق الإعجاز، علي بن إبراهيم العلوي (ت 745 هـ)، المكتبة العصرية، بيروت - لبنان، ط 1، 1423 هـ.
23. العلاقة المجازية، ترفيان تودروف، ترجمة: منذر عياشي، مجلة البيان، العدد 258، 1987 م.
24. غرائب التفسير وعجائب التأويل، محمود بن حمزة بن نصر، أبو القاسم برهان الدين الكرمانى، ويعرف بتاج القراء (ت 505 هـ) دار القبلة للثقافة الإسلامية - جدة، مؤسسة علوم القرآن - بيروت، (د. ط)، (د. ت).
25. كتاب التعريفات، علي بن محمد بن علي الجرجاني (740 - 816 هـ)، الدار الكتاب العربي، بيروت، 1423 هـ - 2002 م.
26. الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التنزيل، أبو القاسم جار الله محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي (ت 538 هـ)، اعتنى به وخرّج أحاديثه: خليل مأمون شيحا، دار المعرفة، بيروت، الطبعة الأولى، 1423 هـ - 2002 م.
27. اللباب في علوم الكتاب، أبو حفص سراج الدين عمر بن علي بن عادل الحنبلي الدمشقي النعماني (ت 775 هـ)، تحقيق: الشيخ عادل أحمد عبد الموجود والشيخ علي محمد معوض، دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان، ط 1، 1419 هـ - 1998 م.
28. لطائف الإشارات، القشيري (ت 465 هـ)، تحقيق: إبراهيم البسيوني، الهيئة المصرية العامة للكتاب - مصر، ط 3، د. ت.
29. لطائف بلاغية قرآنية، د. أحمد فتحي الحياتي، دار الخليج، الأردن - عمان، ط 1، 2021 م.
30. المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ضياء الدين ابن الأثير (ت 637 هـ)، تحقيق: أحمد الحوفي، بدوي طبانة، دار نهضة، القاهرة - مصر، (د. ط)، (د. ت).
31. محاسن التأويل، محمد جمال الدين بن محمد سعيد بن قاسم الحلاق القاسمي (ت 1332 هـ) تحقيق: محمد باسل عيون السود، دار الكتب العلمية - بيروت، ط 1، 1418 هـ.
32. مستويات النظم في التركيب القرآني، عبد الواحد زيارة إسكندر المنصوري، أطروحة دكتوراه، جامعة البصرة - كلية الآداب، 1419 هـ - 1998 م.
33. المعجم المفضّل في علوم البلاغة (البيدع والبيان والمعاني)، إنعام فوّال عكاوي، مراجعة: أحمد شمس الدين، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الثانية، 1417 هـ - 1996 م.
34. مفاتيح الغيب = التفسير الكبير، أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التيمي الرازي الملقب بفخر الدين الرازي خطيب الري (ت 606 هـ)، دار إحياء التراث العربي - بيروت.
35. مفتاح العلوم، السكاكي (ت 626 هـ)، ضبطه وعلق عليه، نعيم زرزور، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط 2، 1407 هـ - 1987 م.
36. من بلاغة الإطناب في الحديث الشريف، د. نعم هاشم الجماس، مجلة التربية والعلم، المجلد 17، العدد 3، 2010 م.
37. النحو والدلالة - مدخل لدراسة المعنى النحوي الدلالي، د. محمد حماسة عبد اللطيف، كلية دار العلوم - جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، 1983 م.
38. نظرية الشعر عند الفلاسفة المسلمين من الكندي حتى ابن رشد، د. ألفت كمال الروبي، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، ط 1، 1983 م.
39. نظم الدرر في تناسب الآيات والسور، إبراهيم بن عمر بن حسن الرباط بن علي بن أبي بكر البقاعي (ت 885 هـ)، دار الكتاب الإسلامي، القاهرة.

- 
- Obaid Hanan. (2021). Sensitivity of systems thinking in systems management and leadership, BOHOUTH MAGAZINE, (ISSUE:37), Pp:57-68.
 - Obaid, Hanan,(2021), “Strategic planning for domestic violence and its negative effects on university education and the proposed remedial strategies”. JOURNAL OF HUMAN SCIENCE ALGIRIA (VOL:5) ISSUE:1, PP:305-324.
 - Obaid Hanan. Aymen Hussein, Abdalaziz, Mohamed.(2022). The internal threats to national security, BOHOUTH MAGAZINE, (ISSUE:45), (vol:17), Pp:53-73.
 - Obaid, Hanan,(2021), “Strategic planning for domestic violence and its negative effects on university education and the proposed remedial strategies”. JOURNAL OF HUMAN SCIENCE ALGIRIA (VOL:5) ISSUE:1, PP:305-324.

التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة في العراق للمدة (2010-2020)



د. اوراس غني عبد الحسين - العراق

جامعة بغداد / كلية التربية للبنات



د. سماح صباح علوان - العراق

جامعة بغداد / كلية التربية للبنات

الملخص:

تعد الخارطة من أنجح الطرق في تمثيل الظواهر الطبيعية والبشرية، إذ لا توجد دراسة جغرافية ناجحة مالم تدعم بالخرائط والرسوم البيانية والأشكال المصممة على أساس علمي معتمد على البيانات لخدمة الدراسة، لذا تناول هذا البحث التمثيل الخرائطي لدرجات الحرارة في العراق باستخدام بيانات درجات الحرارة السطحية المسجلة خلال المدة من (2010 - 2020) لـ 20 محطة مناخية موزعة على أرجاء البلاد لإنشاء خرائط حرارية مفصلة توضح الأنماط الموسمية والجغرافية لدرجات الحرارة. تهدف الدراسة إلى توضيح الخصائص الحرارية في العراق وتمثيلها خرائطياً بأفضل الطرق والوسائل المتبعة من خلال الاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية (GIS) لغرض إبراز التباين المكاني والزمني للمتغير المراد تمثيله؛ إذ تم استخدام عدد من الطرق لتمثيل درجات الحرارة لإعطاء صورة عن أهم الطرق المستخدمة في تمثيل الخرائط الطقسية ومنها طريقة خطوط التساوي والتمثيل المساحي والتضليل والتمثيل النسبي والأعمدة من أجل فهم أي نوع من الطرق يمكن أن تكون هي الأفضل والتي تغني عن باقي الأنواع رغم أن لكل نوع مميزات تختلف عن النوع الآخر، تبرز أهمية تطبيقات خرائط الحرارة المستخدمة في البحث بكونها وسيلة فعالة يمكن استخدامها لدعم القرارات المتعلقة بالتخطيط الحضري والبيئي، وخلص البحث إلى أن التوزيع الجغرافي للحرارة في العراق يظهر توزيعاً متفاوتاً فيه، حيث أظهرت المناطق الجنوبية معدلات حرارة أعلى مقارنةً بالمناطق الشمالية، وإن استخدام طريقة التضليل المساحي واللوني هي الأفضل والأوضح بصرياً في تمثيل درجات الحرارة تمثيلاً ممتازاً.

الكلمات المفتاحية: خطوط التساوي، التمثيل المساحي، التضليل النسبي، الأعمدة البيانية.

Abstract:

Maps are among the most successful methods for representing natural and human phenomena. No geographical study can be successful without the support of maps, graphs, and scientifically designed shapes based on data. Thus, this research discusses the cartographic representation of temperatures in Iraq, using surface temperature data recorded during the period from 2010 to 2020 at 20 weather stations distributed across the country. This data was used to create detailed thermal maps that illustrate the seasonal and geographical patterns of temperatures. The aim of the study is to explain the thermal characteristics in Iraq and represent them cartographically using the most effective methods and tools, primarily relying on Geographic Information Systems (GIS) technology. This is done to highlight the spatial and temporal variance of the variable to be represented. Several methods were used to represent temperature to provide an overview of the key methods used in weather map representation. These methods include isotherms, areal representation, shading, proportional representation, and column graphs. The aim is to understand which type of method could be considered the best and can replace other types, even though each type has unique features that differ from the other. The importance of heat map applications used in this research is evident as they can effectively support decisions related to urban and environmental planning. The research concluded that the geographical distribution of heat in Iraq shows a variable distribution, with the southern regions showing higher temperature averages compared to the northern regions. The use of the method of areal and color shading is the best and visually clearest in representing temperatures excellently.

Keywords: Isotherms, Areal Representation, Proportional Shading, Column Graphs.

المقدمة :

يستعين الجغرافيون بعدد من الأساليب الخرائطية لتمثيل بياناته والحصول على خرائط تظهر ما يرغب بتفسيره من حقائق جغرافية ويعدّ تمثيل الخرائط ترجمة للمادة الإحصائية والقيم والأرقام والمتوسطات والكثافات الكمية للظواهر المختلفة بهدف إظهار التباين الكمي.

ومن أهم أنواع طرائق المعتمدة في التمثيل الخرائطي منها ما يمثل بالتصنيف الموضوعي أو التصنيف الطرائقي، ومن أهداف التمثيل هو تقديم خرائط تتمتع بإدراك بصري عالي وواضحة ومفهومة للمتلقين من خلال توزيع الظواهر مكانياً بذلك تكون الخارطة أداة يمكن من خلالها عرض البيانات الإحصائية (علوان، 2004، ص40) والتمثيل الخرائطي لدرجات الحرارة في العراق يُستخدم لتوضيح توزيع الحرارة عبر المناطق المختلفة في البلاد، وتعتبر درجات الحرارة من المتغيرات الجوية الهامة التي تؤثر في حياة الناس والنظام البيئي بشكل مباشر وغير مباشر (موسى، 2017، ص96) والطقس حيث يعتبر التمثيل الخرائطي لدرجات الحرارة أداة قيمة لفهم وتحليل النماذج المناخية والتغيرات الجوية في المنطقة تستند خرائط درجات الحرارة إلى بيانات المراصد الجوية والأقمار الصناعية والشبكات العامة للمحطات الجوية حيث يتم قياس درجات الحرارة في العديد من المواقع المنتشرة في العراق بانتظام، وتُسجل في نقاط زمنية محددة خلال اليوم ليتم تحليل هذه البيانات وتجميعها لإنشاء خرائط الحرارة (الموسوي، 2020، ص82).

يتم تمثيل درجات الحرارة عادة على الخرائط باستخدام الألوان المختلفة أو المستويات المتساوية. على سبيل المثال، يمكن استخدام متدرج ألوان يمتد من اللون الأزرق الفاتح للدلالة على درجات حرارة المنخفضة، إلى الأحمر الداكن للدلالة على درجات حرارة المرتفعة حيث يتم توزيع الألوان على الخريطة وفقاً للقيم المحددة لكل درجة حرارة.

وتعكس خرائط درجات الحرارة التغيرات الفصلية واليومية في العراق. في فصل الشتاء، إذ تشير الخرائط عادة إلى توزيع درجات حرارة منخفضة في معظم المناطق، مع تسجيل درجات حرارة أقل في المناطق الشمالية والجبلية، بينما في فصل الصيف، تتصاعد درجات الحرارة وتتراوح بين الدافئة إلى الحارة، مع درجات حرارة عالية تسجل في المناطق الصحراوية والجنوبية منه، ويمكن استخدام خرائط درجات الحرارة لمجموعة متنوعة من الأغراض، مثل التنبؤات الجوية وتحليلات المناخ وتصميم أنظمة التدفئة والتهوية وتكييف الهواء. كما يساعد التمثيل الخرائطي على فهم الظواهر الجوية المحلية وتحديد المناطق التي تتأثر بظروف جوية معينة بشكل أكثر من غيرها، وعند رسم الخرائط الطقسية الخاصة بالحرارة يجب مراعاة أن خرائط درجات الحرارة هي تمثيل للحالة الجوية في مدة زمنية محددة، وقد تتغير الظروف الجوية بشكل مستمر وتختلف من يوم لآخر، لذا يجب أن يتم تفسير هذه الخرائط بعناية وفهمها بالاعتماد على التحديثات الجوية الأخيرة والمصادر الموثوقة للمعلومات الجوية.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث في الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

- هل هناك إمكانية إنشاء قاعدة بيانات رقمية خاصة بعناصر المناخ؟

- ماهي الطريقة المناسبة لتمثيل عناصر المناخ ومنها عنصر درجة الحرارة في منطقة الدراسة؟

فرضية البحث:

- بالإمكان إنشاء قاعدة بيانات رقمية خاصة بالمناخ باستخدام التقنيات الحديثة.

- إن اختيار الطريقة المناسبة في تمثيل عناصر المناخ يسهل فهم وإدراك المعلومات المثبتة في الخريطة وهذا يغني عن الكثير من الشرح والتوضيح.

هدف البحث:

استخدام الطريقة الرقمية (البيانات المناخية) في توضيح عناصر المناخ باستخدام الطرق المختلفة في التمثيل الخرائطي وإيجاد أفضلها في توضيح العناصر المناخية.

أهمية البحث:

- ويؤمل أن يستفيد من البحث الجهات الآتية:
- يؤمل أن تفيد الدراسة القيادات وأصحاب القرار من الجغرافيين التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة التي تدعم وتؤيد نتائج وتوصيات هذه الدراسة.
- إغناء المكتبة العربية بدراسات عن التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة لتحقيق الأهداف المرجوة.

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في تحديد طرق التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة باعتماد بيانات الهيئة العامة للأنواء الجوية العراقية واستخدام طرق التمثيل الخرائطي المختلفة في تمثيلها.

الدراسات السابقة:

- 1- سماح صباح علوان، التمثيل الخرائطي لاستعمالات الأرض الزراعية في قضاء المحمودية، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة بغداد، كلية التربية للبنات، 2004.
- 2- أحمد جاسم محمد الحسان، التغيرات المناخية في العراق ممثلة بخطوط التساوي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) جامعة البصرة، كلية الآداب، 2011.

3- صلاح خلف رشيد الساعدي، التمثيل الخرائطي لعناصر المناخ في محافظات البصرة وذي قار وميسان باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (GIS)، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة القادسية، كلية الآداب، 2014.

4- محمد اطخيخ ماهود المالكي، التمثيل الخرائطي لظاهرة التصحر في محافظة واسط باستخدام التقنيات الجغرافية الحديثة، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة البصرة، كلية التربية للعلوم الإنسانية، 2020.

5- أحمد فاضل كزار، التمثيل الخرائطي لاستعمالات الأرض الزراعية في قضاء الديوانية باستعمال (GIS)، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة القادسية، كلية الآداب، 2022.

حدود البحث:

تتمثل حدود البحث المكانية في حدود العراق الفلكية بين دائرتي عرض $29^{\circ} 5'$ - $37^{\circ} 22'$ شمالاً وبين خطي طول $42^{\circ} 38'$ - $45^{\circ} 48'$ شرقاً. وشملت (20) محطة مناخية موزعة على أنحاء العراق، أما الحدود الزمانية فشملت المدة من (2010-2020).

طرق التمثيل الخرائطي لدرجات الحرارة:

هناك بعض العناصر الأساسية التي يجب مراعاتها عند النظر إلى التمثيل الخرائطي لدرجة الحرارة في العراق:

1. خطوط تساوي الحرارة: تربط هذه الخطوط نقاطاً متساوية من درجات الحرارة على الخريطة، مما يساعد على تصور التوزيع المكاني لدرجة الحرارة في جميع أنحاء العراق ويمكن أن يساعد تساوي الحرارة في تحديد تدرجات واتجاهات درجات الحرارة في جميع أنحاء البلاد. (الحسان، 2011، ص 15)

2. التدرجات اللونية: تُستخدم عادةً لتمثيل نطاقات درجات حرارة مختلفة، على سبيل المثال قد يتم تمثيل درجات الحرارة الأكثر برودة بألوان زرقاء، بينما يمكن تمثيل درجات الحرارة الأكثر دفئاً بألوان حمراء أو برتقالية. (الساعدي، 2014، ص 48)

3. مقياس درجة الحرارة: يشير إلى درجات الحرارة التي تتوافق مع الألوان أو الظلال المختلفة على الخريطة، لذا من الضروري فهم قيم درجة الحرارة الفعلية الممثلة على الخريطة.

4. التمثيل الزمني: بالنظر إلى أن درجة الحرارة تتغير بمرور الوقت، فإن العديد من خرائط درجات الحرارة تتضمن مكوناً زمنياً قد تكون هذه لقطة ثابتة لدرجة الحرارة في وقت معين أو تصور متحرك يوضح كيفية تغير درجة الحرارة على مدار يوم أو فترة أطول.

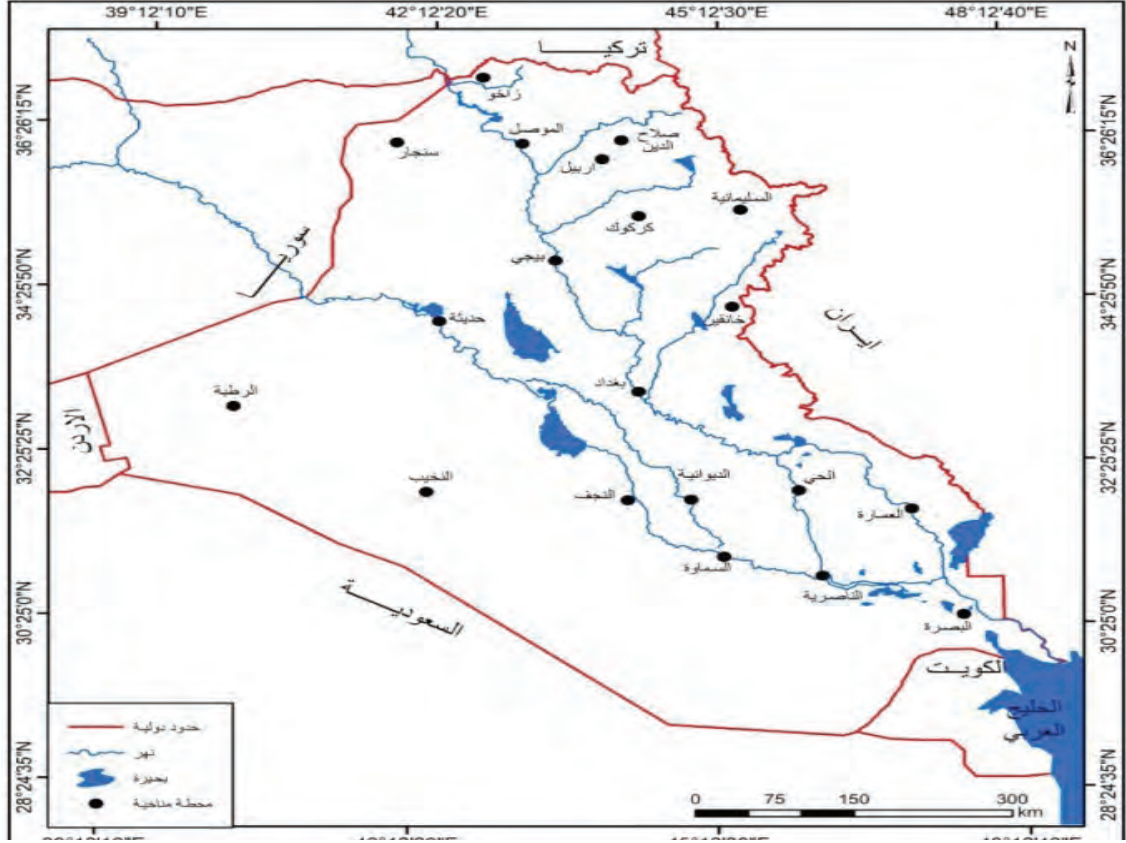
5. الخصائص الجغرافية: هذه ضرورية لفهم سياق توزيع درجات الحرارة وهي تشمل عناصر مثل الأنهار وتغيرات الارتفاع (الجبال والوديان) والمناطق الحضرية، والتي يمكن أن تؤثر جميعها على درجة الحرارة المحلية.

اعتمد البحث على مجموعه من الطرق في تمثيل درجات الحرارة الاعتيادية والعظمى والصغرى وللمدة من (2010 - 2020) ولـ (20) محطة مناخية موزعة على أرجاء العراق لا عطاء صورة واضحة للطرق المستخدمة في التمثيل الخرائطي، ينظر جدول (1) وال خارطة (1).

جدول (1) المحطات المناخية المشمولة بالدراسة

ت	المحطة	خط طول (درجة) شرقاً	دائرة عرض (درجة) شمالاً	ارتفاع المحطة التضاريسي (م)
1	البصرة	47 47	30 34	2
2	العمارة	47 10	31 50	9
3	الناصرية	46 14	31 01	5
4	الحي	46 02	32 30	19
5	الديوانية	44 57	31 57	20
6	الربطية	40 17	33 13	400
7	سنجار	41 50	36 19	550
8	الموصل	43 09	36 19	223
9	حديثة	42 21	34 08	108
10	خانقين	45 23	34 21	175
11	بغداد	44 24	33 18	31
12	كركوك	44 24	35 28	331
13	النخيب	42 17	32 02	305
14	النجف	44 19	31 57	53
15	السليمانية	45 27	35 32	843
16	بيجي	43 32	34 54	115
17	صلاح الدين	44 12	36 23	1075
18	اربيل	44 00	36 09	420
19	زاخو	42 43	37 08	433
20	السماءة	45 16	31 16	11

المصدر: وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأنواء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة.



المصدر: وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأشياء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، أطلس مناخ العراق، ج 1، ص 5
ومن الطرق المستخدمة ما يأتي:

1- التمثيل المساحي: هو عملية تحويل العناصر الجغرافية ثلاثية الأبعاد إلى رموز ورسومات مسطحة على خريطة ثنائية الأبعاد. يستخدم التمثيل المساحي في علم الجغرافيا والخرائط لتوضيح المعلومات الجغرافية وتنقل الأفكار والمفاهيم الجغرافية بشكل فعال يعتبر التمثيل المساحي أداة هامة لتبسيط وتنظيم البيانات الجغرافية وتسهيل فهم الخرائط للمستخدمين، ويساعد في تحليل الأنماط الجغرافية والتفاوتات المكانية واتخاذ القرارات المستنيرة في مجالات مثل التخطيط الحضري، وإدارة الموارد الطبيعية، والنقل، والبيئة، والطوارئ، وغيرها من المجالات ذات الصلة بالجغرافيا.

يستخدم التمثيل المساحي مجموعة متنوعة من الرموز والرموز المرئية لتمثيل العناصر الجغرافية المختلفة. يتم تطوير هذه الرموز والرموز وفقاً لمعايير وقواعد محددة، مثل قواعد الاتحاد الدولي للخرائط (ISO) والاتحاد الدولي للمساحة والعلوم الجيوديسية (FIG) لضمان التوافق والتفاهم الواضح بين المستخدمين. ومن أمثلة التمثيل المساحي في الخرائط التمثيل المساحي لدرجات الحرارة هو تقنية تستخدم لتمثيل البيانات الحرارية على الخرائط بشكل بصري بهدف عرض التغيرات المكانية لدرجات الحرارة وفهم التوزيع الجغرافي للحرارة في منطقة معينة حيث يتم تحقيق ذلك عن طريق استخدام ألوان مختلفة لتمثيل درجات الحرارة المختلفة، وعادةً ما يتم استخدام نطاق ألوان متدرج يتضمن الألوان الباردة مثل الأزرق والأخضر لتمثيل درجات حرارة منخفضة، والألوان الدافئة مثل الأحمر والبرتقالي لتمثيل درجات حرارة عالية ويمكن أيضاً استخدام الألوان الوسطى مثل الأصفر والأصفر الفاتح لتمثيل درجات حرارة

توضح خطوط تساوي الحرارة التغيرات في درجات الحرارة العمودية والأفقية في المناطق المختلفة، وتساعد في تحديد الأنماط المناخية والتغيرات الموسمية وباستخدام خطوط تساوي الحرارة يمكن للمتخصصين في الطقس وعلم المناخ تحليل التغيرات الجوية والتوقعات المناخية وفهم تأثيراتها على البيئة والنظم البيولوجية والأنشطة البشرية.

قد يتم استخدام ألوان مختلفة لتمثيل خطوط تساوي الحرارة على الخرائط، حيث يُرتبط اللون بنطاق معين من درجات الحرارة، على سبيل المثال يمكن استخدام الألوان الدافئة مثل الأحمر والبرتقالي لتمثيل درجات حرارة عالية بينما يمكن استخدام الألوان الباردة مثل الأزرق والأخضر لتمثيل درجات حرارة منخفضة (Menno & Jan Kraak, 2019, P. 54)

3- التظليل المساحي أو التدرج المساحي: هو تقنية في تمثيل الأرض على الخرائط بشكل يعكس التغيرات في الارتفاع والانحدار. يستخدم التظليل المساحي لإظهار الارتفاعات والتضاريس بشكل واقعي وبصري على الخرائط ثنائية الأبعاد. تتم عملية التظليل المساحي من خلال استخدام الظلال أو الألوان لتمثيل الارتفاعات المختلفة؛ إذ يتم تحديد ظلال أو ألوان داكنة للتضاريس الأعلى ومناطق الارتفاع، بينما يتم استخدام ظلال أو ألوان فاتحة للتضاريس الأقل ارتفاعاً وبذلك يتم إنشاء تدرج بصري يوحي بالارتفاع والانحدار في المنطقة الممثلة على الخريطة.

تستخدم تقنية التظليل المساحي في العديد من المجالات مثل الجغرافيا والخرائط وعلوم البيئة وعلم الطقس والرحلات والرياضات

متوسطة او تستخدم الألوان بشكل متدرج لتظهر التغيرات التدريجية في درجات الحرارة عبر المنطقة بمعنى أن الألوان المجاورة في الطيف تمثل درجات حرارة متقاربة، على سبيل المثال، إذا استخدمنا نطاقاً يشمل الألوان الزرقاء الفاتحة للحرارة المنخفضة والألوان الحمراء الداكنة للحرارة العالية، فإن اللون الأرجواني قد يمثل درجة حرارة متوسطة بينهما.

2- خطوط التساوي: خطوط تساوي الحرارة، المعروفة أيضاً بخطوط الايزوثيرم (isotherm) هي خطوط توضح النقاط التي تكون فيها درجات الحرارة متساوية في منطقة معينة. وتعتبر خطوط تساوي الحرارة جزءاً من التمثيل المساحي للحرارة على الخرائط تستخدم خطوط تساوي الحرارة لتمثيل التغيرات في درجات الحرارة عبر الأرض ولإظهار التوزيع المكاني للحرارة. وترسم هذه الخطوط عندما تكون النقاط على طول الخط تشترك في نفس الدرجة الحرارية، على سبيل المثال إذا رُسمت خطوط تساوي الحرارة بدرجة حرارة 20 درجة مئوية فجميع النقاط التي تقع على الخط ستكون عندها درجة حرارة تبلغ 20 درجة مئوية.

تعد خطوط تساوي الحرارة أداة قيمة في فهم التغيرات المناخية وتوزيع الحرارة على مستوى العالم والمناطق الجغرافية المحددة وتعتبر جزءاً هاماً من تحليلات الطقس وعلم المناخ وعلوم البيئة والجغرافيا لفهم الأنماط الجغرافية والتغيرات الجوية وتأثيرها على الحياة البشرية والنظم البيئية.

الجبلية والتخطيط الحضري. تساعد في توضيح الأشكال الجيولوجية وتحديد تضاريس الأرض والتعرف على الجبال والوديان والهضاب والأودية وغيرها من الأشكال الطبيعية.

وباستخدام التظليل المساحي يمكن للمستخدمين تحديد المناطق ذات الانحدار الشديدة أو المناطق الجبلية أو المسطحات والأودية. ويمكن أيضاً استخدام التظليل المساحي لتحليل السياقات البيئية والاستدلال على أماكن تجمع المياه وتأثير التضاريس على التوزيع الجغرافي للنباتات والحيوانات.

تقنية التظليل المساحي يمكن تنفيذها بواسطة برامج الخرائط الرقمية والأنظمة المعلوماتية الجغرافية (GIS)، حيث يمكن توليد التظليل تلقائياً بناءً على بيانات الارتفاع المتاحة. وتُعتبر الصور المساحية ثلاثية الأبعاد والمعطيات الرقمية الارتفاعية (DEM) مصادر مهمة لتنفيذ التظليل المساحي باختصار، هو تقنية مهمة لتمثيل الارتفاعات والتضاريس على الخرائط، وتساعد في فهم التضاريس والتعرف على الأشكال الجيولوجية والتحليلات الجغرافية بشكل أكثر وضوحاً وواقعية.

وتستخدم هذه التقنية أيضاً في توضيح درجات الحرارة على الخرائط بطريقة بصرية؛ إذ يهدف التظليل إلى تمثيل التغيرات في درجات الحرارة بواسطة استخدام ألوان مختلفة أو ظلال متدرجة.

وتستخدم الألوان في التظليل المساحي لتعيين قيم درجات الحرارة المختلفة حيث يتم تحديد نطاق الألوان المستخدمة بناءً على النطاق الحراري الذي يرغب المستخدمون في تمثيله وعادةً ما تستخدم ألوان دافئة مثل الأحمر والبرتقالي والأصفر لتمثيل درجات الحرارة العالية، في حين يتم استخدام ألوان باردة مثل الأزرق والأخضر

لتمثيل درجات الحرارة المنخفضة. ويمكن أن يكون لديك تدرج متدرج للألوان بحيث تتغير درجة اللون تدريجياً من لون إلى آخر لتوضيح التغيرات التدريجية في درجات الحرارة تستخدم التقنية أيضاً لتمثيل الانحرافات عن المعدلات الطبيعية لدرجات الحرارة؛ إذ يمكن تعيين لون أو تدرج مختلف للمناطق التي تزيد فيها درجات الحرارة عن المعدل وللمناطق التي تقل فيها درجات الحرارة عن المعدل، كما يوفر التظليل المساحي لدرجات الحرارة تمثيلاً بصرياً قوياً يسهل فهمه كما يمكن استخدامه لتحليل البيانات الحرارية وتحديد الأنماط الجغرافية للحرارة كما يساعد في تحديد المناطق الساخنة والباردة وتحليل التغيرات المكانية وتوزيع الحرارة عبر المناطق المدروسة.

من المهم ملاحظة أنه يجب استخدام الألوان بشكل صحيح وفقاً للمعايير والتوجيهات الرسمية لضمان تمثيل دقيق وموثوق للبيانات الحرارية. كما يجب توفير المفتاح المناسب لتفسير ألوان التظليل وتعيينات الدرجات الحرارية.

4- الأشكال البيانية: تستخدم الأشكال البيانية في تمثيل درجات الحرارة لعرض البيانات الحرارية بصورة بصرية وسهلة الفهم وهناك عدة أشكال بيانية شائعة تستخدم لتمثيل درجات الحرارة، وفيما يلي بعض الأمثلة:

أ- الرسم البياني الخطي: يتم رسم خط على محور الأفقي يمثل الوقت وعلى محور الرأس يمثّل درجات الحرارة يتم توصيل نقاط البيانات بخطوط مستقيمة لإظهار التغيرات في درجات الحرارة عبر الوقت وهذا النوع من الرسم البياني يساعد في رؤية الاتجاهات الزمنية للتغيرات في درجات الحرارة.

ب- الرسم البياني الشريطي: يتم استخدام أعمدة عمودية لتمثيل درجات الحرارة إذ يتم تخصيص طول العمود لتمثيل القيمة النسبية لدرجة الحرارة ويمكن تلوين الأعمدة بألوان مختلفة لتمييز الفترات الحارة والباردة أو لتمثيل فئات درجات الحرارة المختلفة.

ج- الرسم البياني المنطقة: يتم استخدام الأشكال الملونة المملوءة لتمثيل درجات الحرارة ويتم استخدام نطاق الألوان المختلفة لتعيين القيم المختلفة لدرجات الحرارة، حيث يتم تعيين الألوان الدافئة مثل الأحمر والبرتقالي للدرجات الحارة العالية والألوان الباردة مثل الأزرق والأخضر للدرجات الحارة المنخفضة. يمكن استخدام الرسم البياني المنطقة لعرض التوزيع المكاني للحرارة عبر المنطقة المدروسة تعتمد الأشكال البيانية المستخدمة لتمثيل درجات الحرارة على البيانات المحددة والأهداف المرجوة من التوضيح. يجب اختيار الشكل البياني المناسب الذي يوفر أفضل تمثيل للمعلومات ويسهل فهمها من قبل المستخدمين.

ومن الطرائق التي سوف يتم الاعتماد عليها بالبحث هي:

1- طريقة خطوط التساوي: وتعرف على أنها خطوط وهمية ترسم على الخرائط لتصل بين الأماكن التي تتماثل فيها قيمة الظاهرة أو عنصر معين يكون انتشارها على كل المساحة المرسومة وتوضح التوزيع الجغرافي لها ويستخدم في تمثيل خطوط التساوي قيماً مختلفة قد تكون إعداد مطلقة فتسمى (sometrics) أما إذا كانت القيم مشتقة مثل المعدلات والنسب والكثافات فتسمى

(Isopeth) وتعتمد فكرة إنشاء خطوط التساوي على اختيار خريطة أساس مغطاة بشكل كامل بقيم الظاهرة المراد تمثيلها بحيث تؤلف سطحاً إحصائياً موضحاً مدى التوزيع الذي ستشغله على عموم منطقة الدراسة (Raisz, 1962, P.200) وفي دراسة البحث ستكون المحطات المناخية هي نقاط قيم الظاهرة (درجات الحرارة)، ومن ثم اختيار قيم خطوط التساوي التي تتناسب مع قيم الظاهرة (درجات الحرارة)، ومن ثم توقيع النقاط البينية على أساس سلسلة مواقع نقاط قيم الظاهرة المراد تمثيلها وتكون بثلاثة أساليب، التقدير والافتراض والهندسي والرياضي وتعدّ طريقة خطوط التساوي في تمثيل الظواهر الطبيعية أكثر ملائمة وبشكل ملحوظ من تمثيل الظواهر البشرية كونها ظواهر تتدرج بانتظام من مكان إلى آخر على عكس الظواهر البشرية التي تكون فجائية في أغلب الأحيان.

2- طريقة التظليل المساحي الكمي: ويطلق عليها أيضاً مصطلح الكوروبلث، وتعد من أبسط أنواع خرائط التوزيعات الكمية التي تستخدم مجموعة من التظليل المتدرج بفئات متساوية لتوضيح كثافة الظاهرة الجغرافية المنتشرة على المساحة بواسطة الظلال أو الألوان المتدرجة الكثافة كميّاً (سطيحة، 1972، ص 302).

وتقسم طريقة التدرج المساحي إلى نوعين:

1- التظليل المساحي المحصور ما بين خطوط التساوي: إذ يوضح درجة الكثافة الكمية في المنطقة المحصورة ما بين خطين من خطوط التساوي ويتخذ إما ظلال أو ألوان متدرجة (فليجة، 1985، ص 196).

2- طريقة التظليل المساحي الكمي النسبي: أو ما يعرف بخرائط الكثافة وتستخدم فيه رموز مساحية كمية متدرجة حسب القيم الممثلة لها، ويتوقف نجاح هذه الطريقة على التوافق بين نظام التظليل وعدد الفئات والقيم العددية المخصصة لكل فئة وإن اختيار عدد الفئات يتناسب مع عدد قيم الظواهر، ومن ثم اختيار فواصل لتلك الفئات المناسب لذلك العدد، وسوف يتم استخدام النوع الأول من التظليل المساحي لعنصر درجات الحرارة على محطات العراق بأسلوب الظلال والألوان المتدرجة. (فليجة، 1985، ص 194)

3- طريقة الأشكال البيانية: وهي عبارة عن رسوم توضيحية يمكن بواسطتها تحويل البيانات والمعلومات الإحصائية إلى رسوم وأشكال توضح الظواهر المختلفة وتسهل إجراء المقارنات بينهما، والهدف من الخرائط البيانية هو توضيح التباين في مقدار أي ظاهرة؛ إذ أن التباين في الكم يعكسه التباين في الارتفاع في الأطوال وهناك عدة طرائق لتمثيل الأشكال البيانية منها الخطوط والأعمدة البيانية. تتميز الأعمدة البيانية بسهولة رسمها ومرونتها حيث يمكن تنظيمها حتى في المناطق المزدحمة من الخريطة وهي سهلة القراءة من الناحية المرئية؛ إذ يمكن تقدير القيم بصرياً بسهولة بمساعدة مقياس الرسم (Robert, 2014, P37)، لكن قد تشوب هذه الطريقة بعض المشاكل في حالة وجود تفاوت كبير في القيم المرد تمثيلها مما يضطر الخرائطي إلى تقطيع العمود أو أن ينتهي العمود الطويل جداً بخط منكسر، فضلاً عن ذلك فإنه كلما زاد طول العمود أصبح ضعيف التوجيه بالنسبة للمنطقة وبالنسبة للتقييم البصري (الزبيدي، 2020، ص 53).

التحليل الخرائطي للخصائص الحرارية في منطقة الدراسة:

1- خطوط تساوي درجات الحرارة:

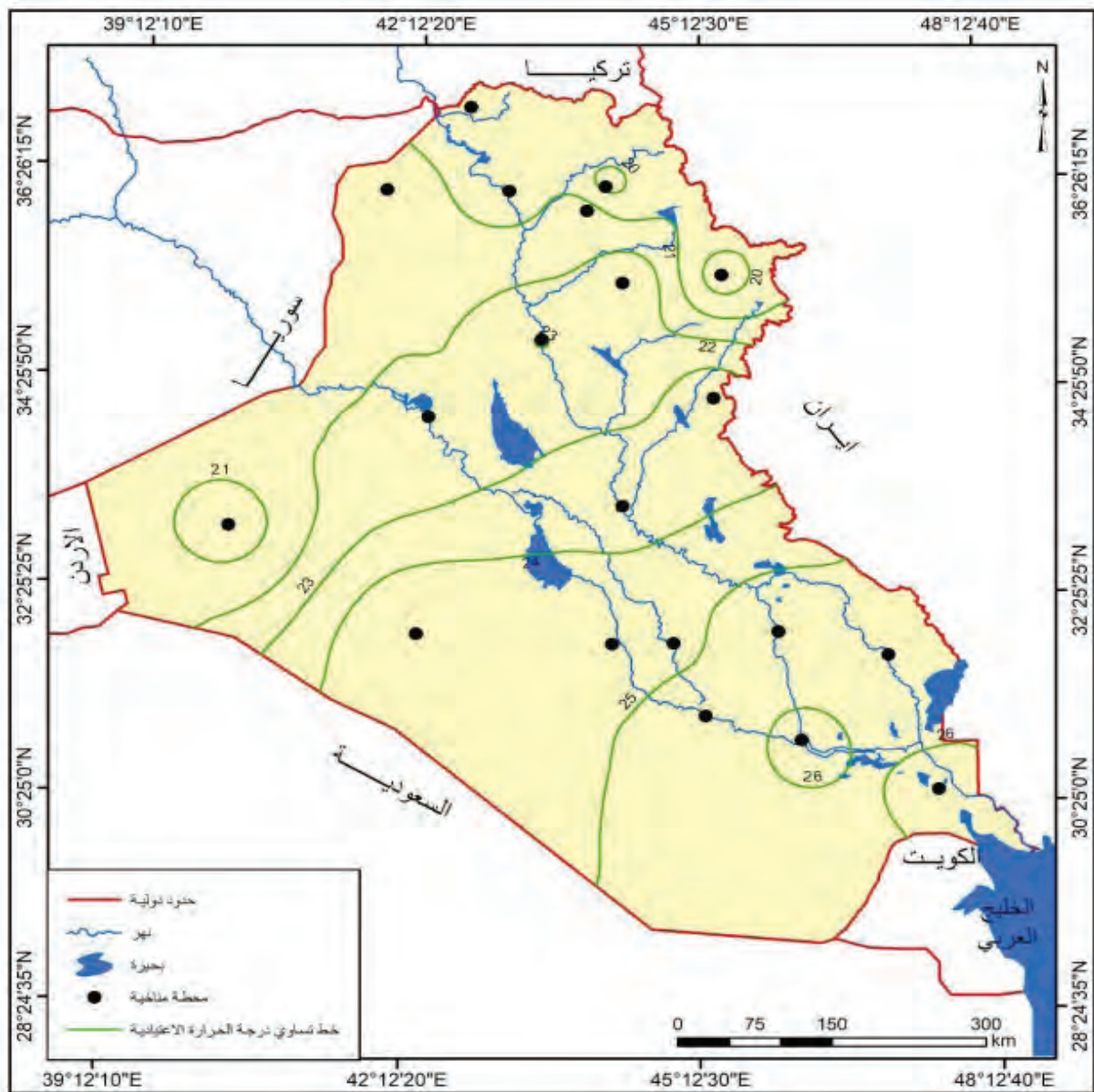
من خلال ملاحظة الجدول (2) وتحليل الخارطة (2) التي توضح معدل درجات الحرارة الشهرية والسنوية يظهر لنا التباين الواضح في مسار خطوط تساوي الحرارة بين إقليم وآخر، حيث يلحظ التدرج في مقدار خطوط التساوي من الشمال إلى الجنوب؛ إذ تأخذ درجات الحرارة بالارتفاع جنوباً تماشياً مع طبيعة المنطقة وموقع المحطات في منطقة السهل الرسوبي حيث الارتفاع درجات الحرارة وقلة الرطوبة وسيادة الإقليم الجاف وشبه الجاف مع سيادة الكتل الهوائية القارية المدارية في المنطقة ووقوع أغلب المحطات فيها على ارتفاعات قليلة عن مستوى سطح البحر وإلى زاوية سقوط الإشعاع الشمسي والتي تقترب من الزاوية العمودية وطول ساعات النهار، حيث يلحظ أن خط (20) يمر في محطات صلاح الدين والسليمانية وبغداد، وهذا التناقص سببه اختلاف كمية الإشعاع الشمسي الواصلة إلى المنطقة مع الأخذ بنظر الاعتبار الارتفاع التضاريسي للمنطقة وقلة تأثير الكتل القارية المدارية الحارة (السلطان، 2020، ص 53)، في حين يمر خط (25) في الديوانية والرطبة وكركوك وسنجار والموصل وحديثة وخانقين والنخيب والنجف وبيجي واربيل وزاخو والسماوة، فيما شمل خط (30) محطات البصرة والعمارة والناصرية والحي.

جدول (2) المعدلات الشهرية والسنوية لدرجات الحرارة (م) في منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)

اسم المحطة	كانون الثاني	شباط	آذار	نيسان	مايس	حزيران	تموز	آب	أيلول	تشرين الأول	تشرين الثاني	كانون الأول	المعدل
البصرة	12.7	15.2	20.0	26.2	33.1	36.5	38.3	37.9	34.0	28.3	19.9	14.1	26.3
العمارة	11.5	14.1	18.6	24.9	31.4	36.2	37.8	37.0	33.8	27.0	18.7	13.1	25.3
الناصرية	11.9	14.8	26.1	25.8	32.3	36.1	38.1	37.8	34.0	27.9	19.4	13.7	26.5
الحي	11.7	14.2	18.9	25.2	31.6	35.9	37.9	37.4	33.5	27.7	19.0	13.3	25.5
الديوانية	11.5	14.1	18.8	25.0	31.0	34.7	36.6	36.2	32.6	26.7	18.4	13.0	24.9
الربطية	8.1	9.9	13.8	19.9	25.4	29.7	32.4	32.1	28.4	22.6	14.9	10.4	20.6
سنجار	7.5	9.1	12.8	18.9	25.9	31.6	35.3	34.9	30.2	23.6	15.2	9.7	21.2
الموصل	7.3	9.4	13.2	18.7	25.0	31.5	34.7	34.0	28.9	22.1	14.0	8.8	20.6
حديثة	8.5	11.1	15.1	21.9	27.7	31.1	33.9	34.9	30.5	23.6	15.4	9.7	22.0
خانقين	9.9	12.0	16.0	22.0	29.2	34.1	36.6	36.1	31.6	25.4	17.1	11.7	23.5
بغداد	9.8	12.5	17.1	23.4	29.3	33.3	35.8	35.2	31.1	24.9	16.6	11.5	23.4
كركوك	9.4	11.1	15.2	21.1	28.0	33.8	36.7	36.2	31.5	25.1	16.7	11.1	23.0
النخيب	10.9	13.6	19.6	24.4	30.3	35.7	37.7	37.6	34.0	26.4	18.5	10.3	24.9
النجف	10.9	13.7	18.1	24.6	30.9	35.3	37.6	37.1	32.5	26.5	17.9	12.5	24.8
السليمانية	6.1	7.5	11.9	17.3	23.4	29.4	33.7	33.0	28.7	21.6	13.5	8.2	19.5
بيجي	9.2	11.6	16.4	22.2	28.7	33.9	36.3	35.8	31.1	24.8	16.2	10.8	23.1
صلاح الدين	5.8	8.0	11.2	16.9	23.8	30.1	33.5	33.8	28.5	20.9	12.7	8.1	19.4
أربيل	8.6	9.9	13.7	19.2	26.1	32.4	35.9	35.2	30.2	24.2	15.2	9.8	21.7
زاخو	8.1	9.3	13.9	17	23.8	30.4	34.2	33.7	28.9	22.6	14.3	9.7	20.5
السماوة	11.4	14.0	19.0	25.0	31.9	35.6	37.1	36.9	33.1	27.0	18.3	13.5	25.2

المصدر: وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأمناء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة.

خارطة (2) تمثيل خطوط التساوي لدرجات الحرارة في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (2) وبرنامج Arc Gis (10)

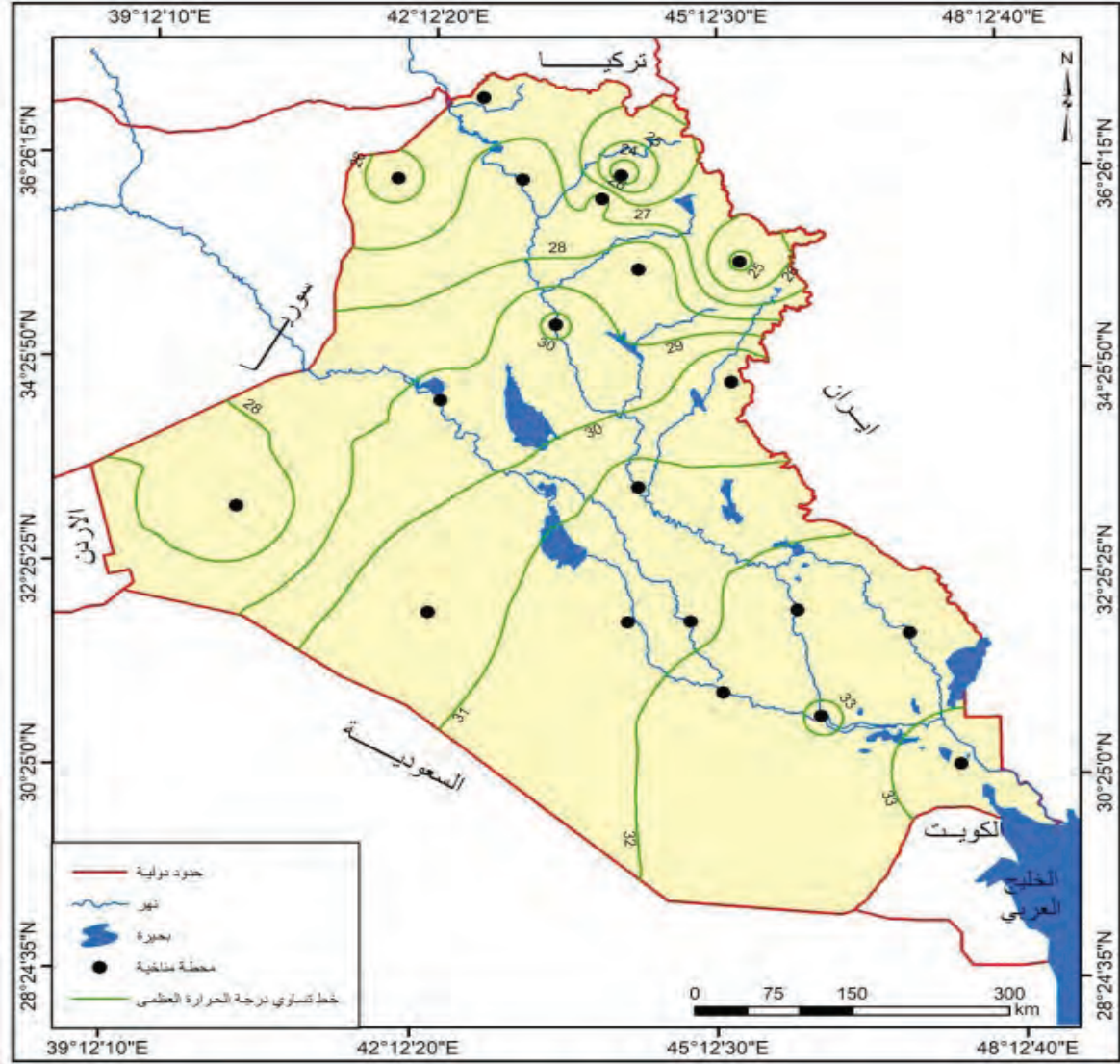
أما فيما يخص درجات الحرارة العظمى فهي الأخرى تباينت في منطقة الدراسة بسبب زاوية سقوط الإشعاع الشمسي التي تقترب من العمودي وطول ساعات النهار وشفاء الجو وقلة السحب وقلة الرطوبة النسبية مما يؤدي إلى وصول كمية أكبر من الإشعاع الشمسي إلى سطح الأرض ومن ثم زيادة التسخين فضلاً عن سيادة الكتل الهوائية المدارية القارية التي تعمل على رفع درجات الحرارة؛ إذ شمل خط (30) محطات الرطوبة وسنجان والموصل وحديثة وكركوك والسليمانية وبيجي وصلاح الدين واربيل وزاخو والسماوة وخانقين، فيما شمل خط (35) محطات البصرة والعمارة والناصرية والحي والديوانية وبغداد والتجف والنخيب .. ينظر جدول (3) وخارطة (3).

جدول (3) المعدلات الشهرية والسنوات لدرجات الحرارة العظمى (م) في منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)

اسم المحطة	كانون الثاني	شباط	آذار	نيسان	مايس	حزيران	تموز	آب	أيلول	تشرين الأول	تشرين الثاني	كانون الأول	المعدل
البصرة	18.3	21.3	26.4	33.1	39.9	44.5	46.6	46.7	42.9	36.7	26.8	20.2	33.6
العمارة	17.2	20.3	25.2	32.0	39.0	43.7	46.2	45.7	42.4	35.4	25.6	19.0	32.6
الناصرية	17.8	20.8	26.2	32.2	39.1	43.5	45.7	47.0	43.3	36.0	26.2	19.6	33.1
الحي	17.2	20.2	25.2	31.9	38.6	43.5	45.4	46.7	42.1	35.4	25.7	19.2	32.6
الديوانية	17.0	20.1	25.1	31.4	38.0	42.5	44.5	44.4	40.7	34.6	24.8	19.2	31.9
الربطية	14.1	16.1	20.2	26.6	32.0	36.6	39.3	39.5	36.0	29.8	21.2	15.9	27.3
سنجار	11.1	13.0	17.0	23.5	30.6	36.3	40.4	39.9	34.9	28.5	20.2	13.7	25.7
الموصل	12.9	15.3	19.5	25.6	33.1	39.7	43.1	43.0	38.4	30.8	21.3	14.7	28.1
حديثة	14.2	17.3	21.4	28.8	34.9	39.7	42.6	42.6	38.4	31.2	22.2	16.0	29.1
خانقين	16.0	18.1	22.5	29.4	36.7	42.3	45.0	45.0	40.6	33.7	24.3	18.0	31.0
بغداد	16.0	19.1	25.0	30.5	36.9	41.8	44.5	44.2	40.1	34.0	23.8	18.7	31.2
كركوك	14.3	16.2	20.6	27.1	34.3	40.4	43.8	43.4	38.5	31.4	22.8	16.2	29.1
النخيب	16.0	18.8	25.3	29.9	35.7	41.2	43.6	44.2	39.9	32.6	24.2	16.6	30.6
النجف	16.7	19.9	24.9	31.4	37.1	42.5	44.8	44.5	40.7	33.7	24.5	18.4	31.6
السليمانية	10.3	9.2	16.2	22.5	29.2	35.9	39.8	39.6	35.1	28.1	18.6	12.7	24.8
بيجي	15.0	17.5	23.4	28.9	35.9	40.9	43.8	43.7	39.7	33.0	23.8	17.0	30.2
صلاح الدين	8.9	10.9	15.8	20.8	27.3	33.4	37.3	37.8	32.8	25.1	16.6	11.0	23.1
أربيل	12.6	14.3	18.8	24.3	34.5	38.4	41.7	41.0	36.5	30.0	20.5	14.5	27.3
زاخو	12.2	14.5	18.9	21.4	31.0	36.2	41.4	40.4	35.9	29.9	18.9	11.6	26.0
السماوة	16.9	20.4	25.5	32.2	38.6	42.8	44.7	44.7	41.4	34.8	25.7	19.5	32.3

المصدر: وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأتواء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة

خارطة (3) تمثيل خطوط التساوي لدرجات الحرارة العظمى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (3) وبرنامج Arc Gis (10)

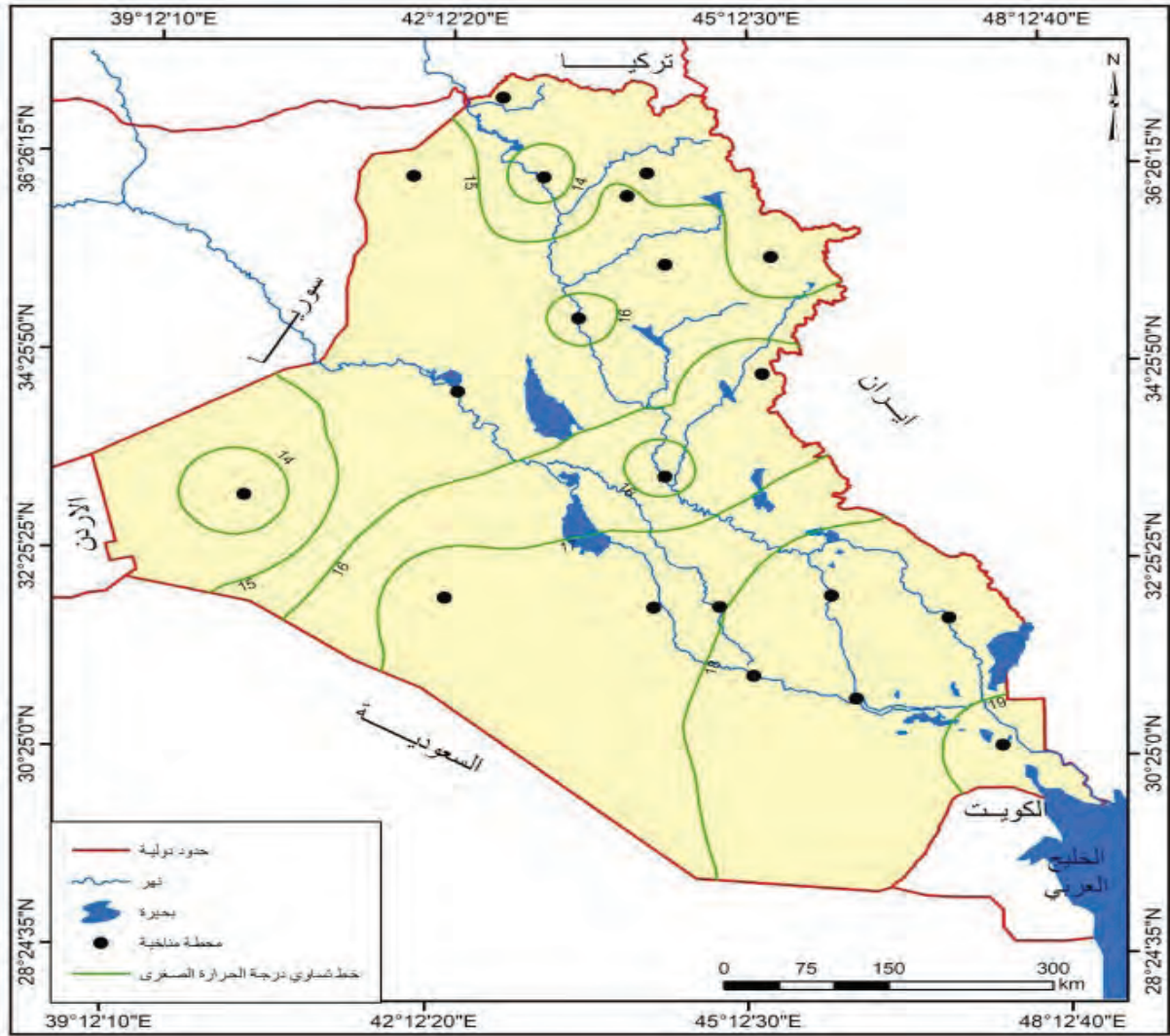
أما درجات الحرارة الصغرى هي الأخرى تباينت حيث شمل خط (15) محطات الرطوبة والموصل وحديثة والسليمانية وصلاح الدين وزاخو، فيما شمل خط (20) محطات البصرة والعمارة والناصرية والحي والنجف والديوانية وسنجار وخانقين وبغداد وكركوك والنخيب وبيجي واربيل والسماوة. ينظر جدول (4) والخارطة (4).

جدول (4) المعدلات الشهرية والسنوات لدرجات الحرارة الصغرى (م) في منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)

اسم المحطة	كانون الثاني	شباط	آذار	نيسان	مايس	حزيران	تموز	آب	أيلول	تشرين الأول	تشرين الثاني	كانون الأول	المعدل
البصرة	7.9	9.7	14.1	19.9	25.8	28.1	30.0	29.1	25.4	20.9	14.0	9.3	19.5
العمارة	6.6	8.8	12.9	18.2	24.4	27.7	29.7	28.9	24.7	19.5	13.0	8.2	18.5
الناصرية	6.6	8.6	13.1	19.0	24.4	27.2	29.1	28.7	26.5	20.4	13.1	8.2	18.7
الحي	6.8	8.8	12.9	18.4	24.4	27.9	29.7	29.3	25.4	20.4	13.3	8.6	18.8
الديوانية	6.1	8.2	12.4	18.0	23.5	26.6	28.5	27.9	24.5	19.8	12.7	7.7	18.0
الرطبة	2.7	3.9	7.5	12.6	17.5	21.3	23.7	24.0	20.4	15.3	8.6	4.5	13.5
سنجار	4.6	5.6	8.7	14.2	20.6	26.1	29.8	30.0	25.5	20.8	11.7	6.5	17.0
الموصل	2.4	3.7	7.1	11.5	16.5	21.6	25.5	24.6	19.8	14.3	7.7	3.8	13.2
حديثة	3.7	5.1	8.2	14.1	19.8	24.0	26.5	26.0	22.1	16.1	9.4	5.1	15.0
خانقين	4.9	6.2	9.8	15.2	21.7	25.2	27.6	27.1	22.8	18.0	11.0	6.4	16.3
بغداد	4.4	6.2	10.2	15.7	20.9	24.2	26.5	25.8	21.6	16.8	10.0	5.6	15.7
كركوك	4.9	6.1	9.6	14.8	21.0	26.0	29.1	28.7	24.3	19.3	11.6	6.5	16.8
النجيب	6.1	6.5	11.7	16.7	21.7	27.3	28.6	28.5	25.6	17.4	11.7	6.5	17.4
النجف	5.7	7.8	11.9	17.9	23.3	27.1	29.4	28.9	25.1	19.7	12.3	7.2	18.0
السليمانية	2.3	3.1	7.0	11.9	17.3	22.9	26.8	26.4	22.0	15.9	9.0	2.3	14.1
بيجي	4.3	6.0	9.7	15.2	21.1	26.1	28.3	27.4	23.1	17.7	10.1	5.8	16.2
صلاح الدين	2.5	4.5	9.4	13.4	18.8	23.2	25.2	24.2	19.6	13.3	7.4	3.9	13.8
أربيل	5.0	5.6	8.6	12.8	18.4	24.1	27.4	26.8	22.5	17.9	10.5	5.5	15.4
زاخو	3.4	5.1	8.4	12.3	16.7	22.0	26.0	26.0	21.3	16.5	9.5	5.5	14.4
السماوة	6.2	8.2	12.4	18.0	24.0	26.8	28.3	28.0	24.1	19.4	12.6	7.7	18.0

المصدر: وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأشواء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة.

خارطة (4) تمثيل خطوط التساوي درجات الحرارة الصغرى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (4) وبرنامج (10) Arc Gis

التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة:

وتم تمثيلها من خلال الخارطة (5) حيث تقسم منطقة الدراسة على أساس فئات؛ إذ وقعت معدلات درجات الحرارة الشهرية والسنوية بين الفئات التالية:

4, 19 - 7, 20 لتشمل محطات زاخو وصلاح الدين والموصل والسليمانية والرطبة

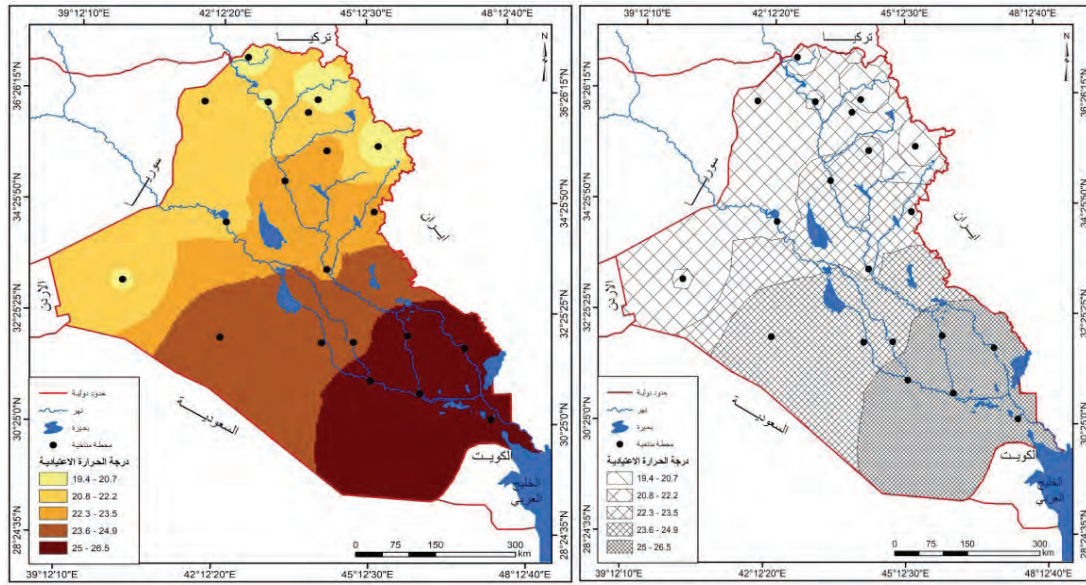
8, 20 - 2, 22 شملت محطات اربيل وسنجار وحديثة

3, 22 - 5, 23 وشملت محطات كركوك وبيجي وبغداد وخانقين

6, 23 - 9, 24 شملت النخيب والنجف والديوانية

5 - 26, 5 شملت كل من الحي والبصرة والعمارة والسماوة والناصرية

خارطة (5) التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (2) وبرنامج Arc Gis (10)

أما درجات الحرارة العظمى فتمثلت بالفئات التالية :

1, 23 - 24, 9 في محطات صلاح الدين والسليمانية

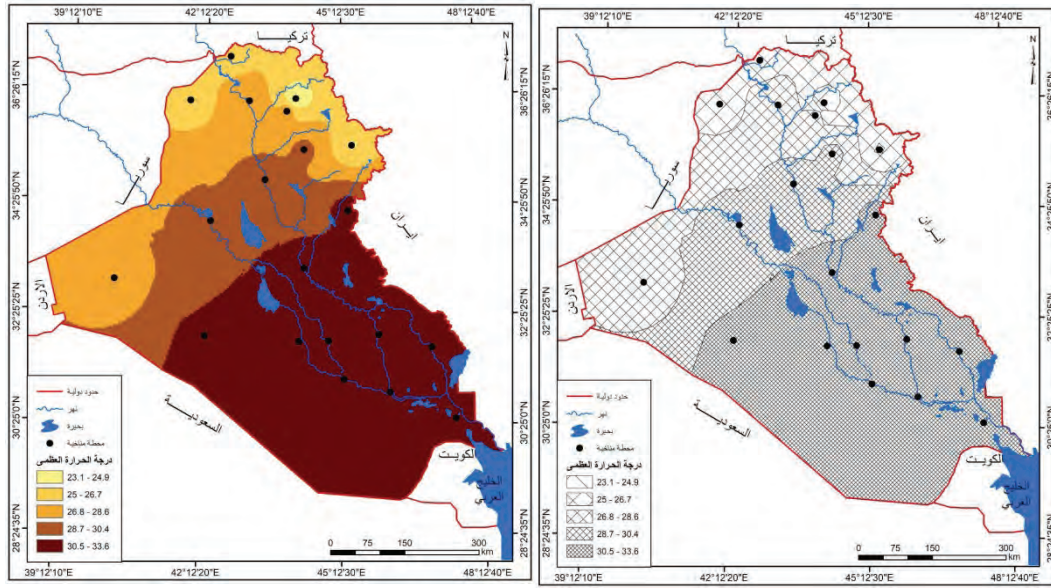
25 - 26, 7 شملت محطتي زاخو وسنجار

26, 8 - 28, 6 شملت محطتي اربيل والموصل والرطبة

28, 7 - 30, 4 شملت محطات بيجي وحديثة وكركوك

30, 6 - 33 شملت كل من محطات بغداد والنخيب والنجف والديوانية والحي والسماوة والعمارة والبصرة والناصرية وخانقين.

خارطة (6) التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة العظمى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (3) وبرنامج Arc Gis (10)

أما درجات الحرارة الصغرى فشملت الفئات التالية :

2, 13-4, 14 شملت محطات الرطوبة والسليمانية وصلاح الدين والموصل وزاخو

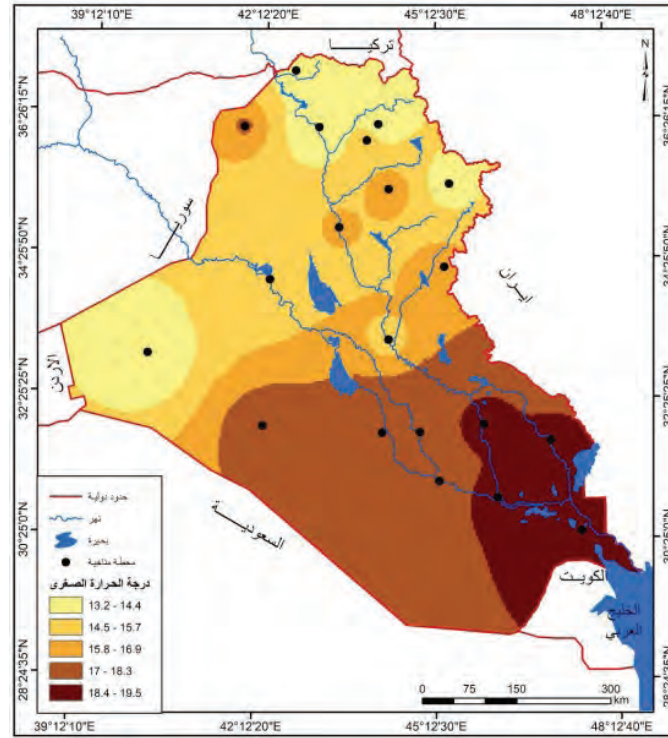
5, 14-7, 15 شملت محطتي حديثة وبغداد واربيل

8, 15-9, 16 شملت كلا من بيجي وكركوك وخانقين

17-3, 18 شملت كلا من محطات النخيب والنجف والديوانية والناصرية والسماوة وسنجار

4, 18-5, 19 شملت كل من محطات البصرة والعمارة والحي والناصرية. ينظر خارطة (7).

خارطة (7) التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة الصغرى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



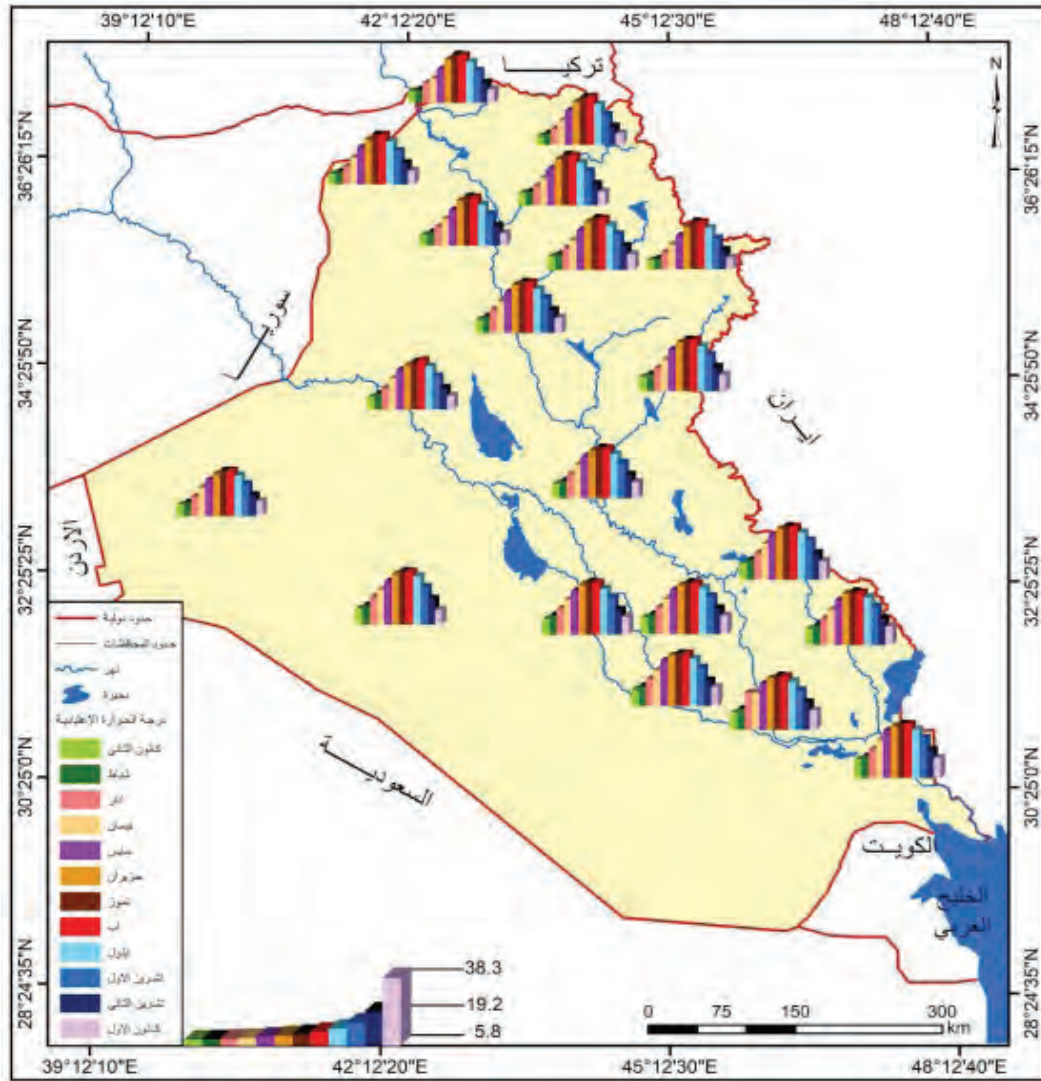
المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (4) وبرنامج Arc Gis (10)

طريقة الأعمدة البيانية لتمثيل لدرجات الحرارة:

في هذه الطريقة يعتمد على طول العمود لتوضيح الارتفاع الشهرية في درجات الحرارة حيث يمثل شهر كانون الثاني أدنى معدلات الحرارة الشهرية في جميع المحطات، ثم تأخذ تلك المعدلات بالارتفاع في شهر تموز لتعود بالهبوط التدريجي في الأشهر التالية، ومن خلال ملاحظة الخارطة (8) يظهر لنا:

تراوحت ارتفاع الأعمدة 38,3 لتمثل شهر تموز في محطة البصرة، في حين بلغ طول العمود 19,2 ليمثل شهر نيسان في محطة اربيل، فيما بلغ طول 5,8 ليمثل شهر كانون الثاني في محطة صلاح الدين.

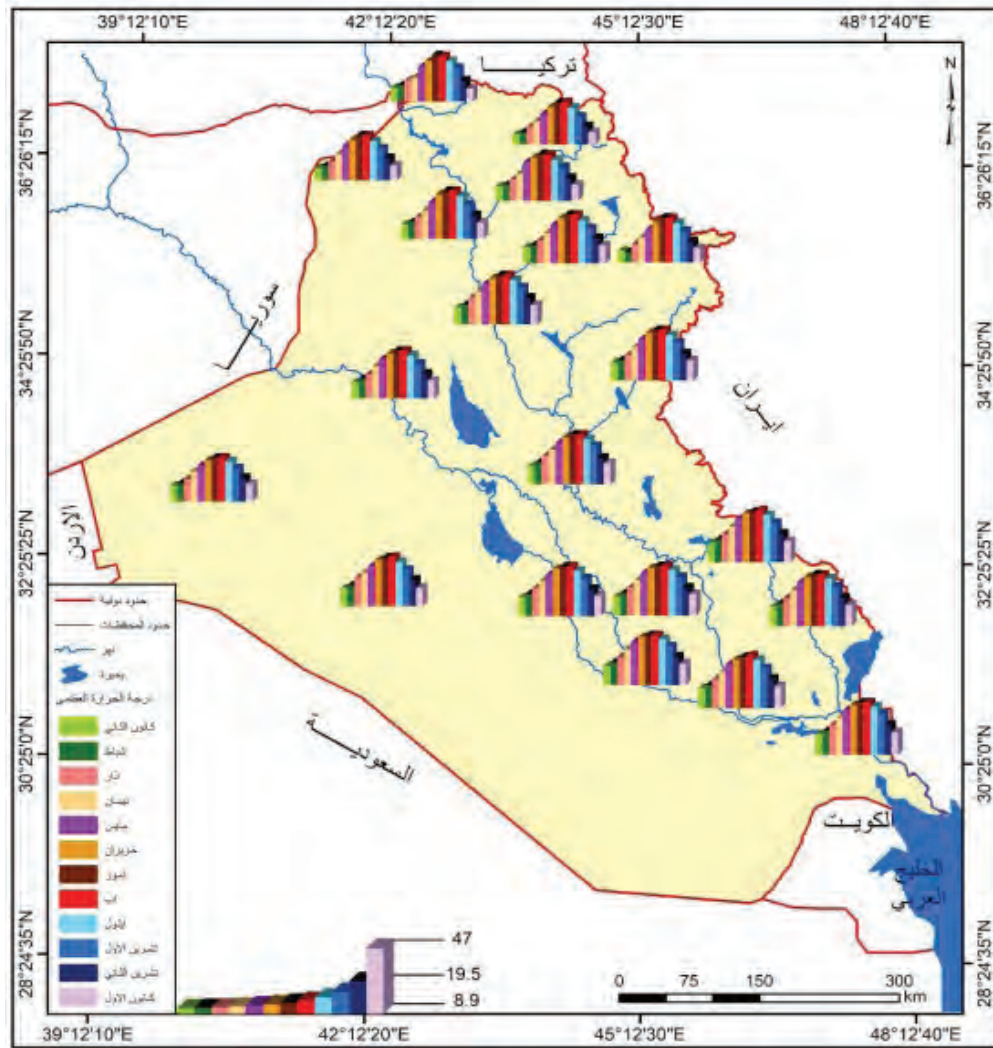
خارطة (8) التمثيل البياني لدرجات الحرارة في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (2) وبرنامج Arc Gis (10)

أما درجة الحرارة العظمى فتتمثلت بأطوال العمود 47 الذي مثل شهر آب في محطة الناصرية، بينما جاء ارتفاع العمود 5, 19 ليمثل شهر كانون الأول في محطة السماوة، في حين جاء ارتفاع العمود 9, 8 ليمثل شهر كانون الثاني في محطة صلاح الدين، ينظر خارطة (9)

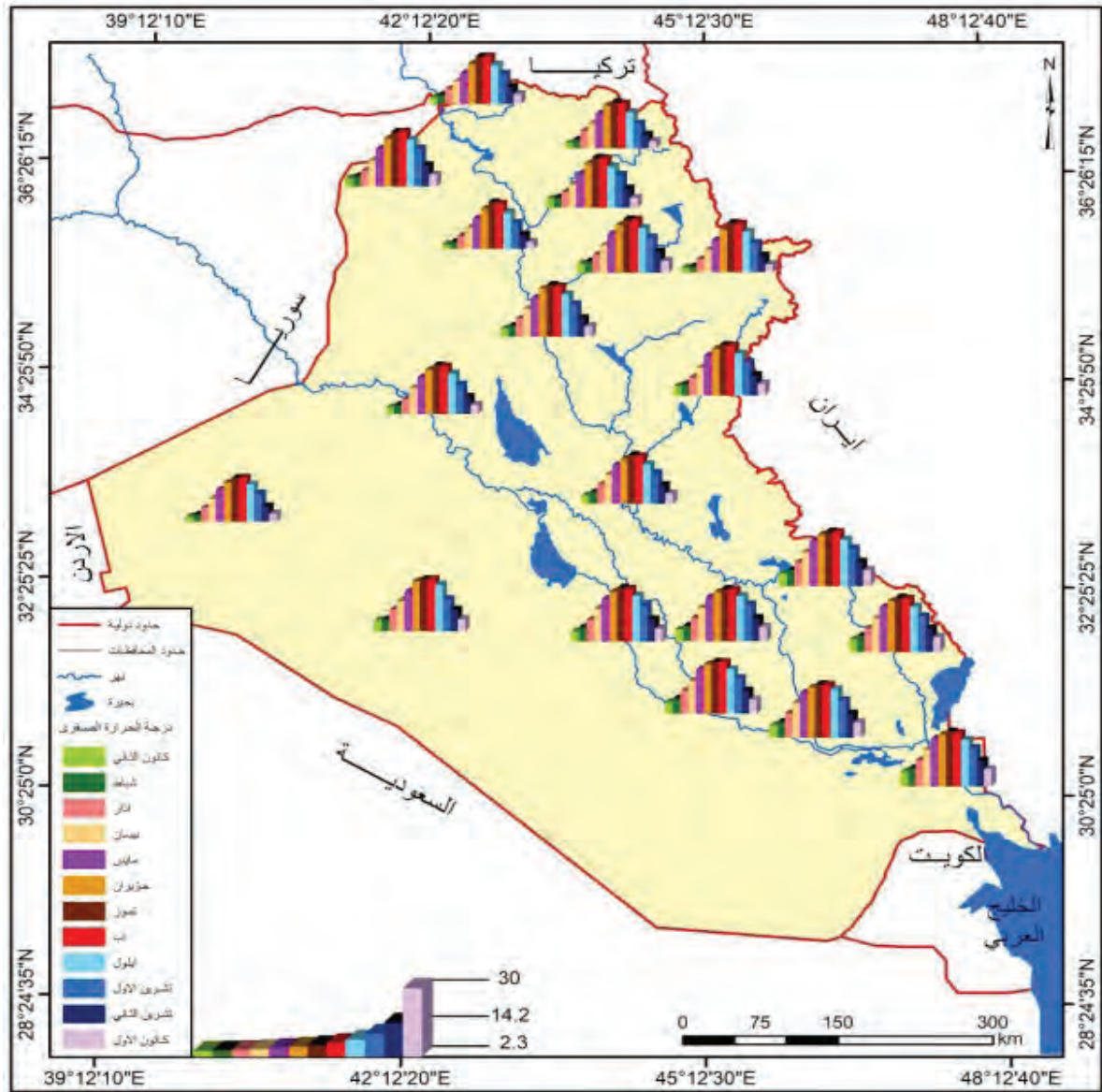
خارطة (9) التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة العظمى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (3) وبرنامج Arc Gis (10)

أما فيما يخص الأعمدة التي تمثل درجات الحرارة الصغرى فجاء طول العمود 30 ليمثل شهر تموز في محطة البصرة، والعمود 2, 14 في شهر نيسان ليمثل محطة سنجار فيما جاء طول العمود 3, 2 ليمثل شهر كانون الأول في محطة السليمانية، ينظر خارطة (10)

خارطة (10) التمثيل المساحي والنسبي لدرجات الحرارة الصغرى في محطات منطقة الدراسة للمدة (2010-2020)



المصدر: من عمل الباحثان اعتماداً على الجدول (4) وبرنامج (10) Arc Gis

الاستنتاجات:

1. إن الاعتماد على الأساليب التقليدية في تمثيل عناصر المناخ يجعل الخرائط تفقر إلى الكثير من المزايا من حيث الدقة والإخراج الخرائطي.
2. للمصمم دور وأثر كبير في آلية التمثيل، لعدم وجود الحزم اللونية المتفق عليها دولياً وصعوبة تحديد الفئات لكل متغير.
3. تعد طريقة خطوط التساوي من أكثر الطرق شيوعاً واستخداماً لتمثيل درجات الحرارة.
4. تعد طريقة التدرج المساحي واللوني بين خطوط التساوي إحدى الطرق المستخدمة في تمثيل معدلات درجات الحرارة وهي طريقة ممتازة للإدراك البصري وهي الأفضل في إعطاء صورة واضحة لدرجات الحرارة من خلال استخدام الألوان التي تغني عن القراءة والفهم للحرارة.
5. طريقة الأشكال البيانية من الطرق المهمة في تمثيل درجات الحرارة وتعد من الطرق الأنسب في إجراء المقارنات بين درجات الحرارة خاصة خلال أشهر السنة.
6. أظهر البحث وجود تباين مكاني واضح في توزيع درجات الحرارة بين أرجاء منطقة الدراسة لأسباب منها تباين زاوية سقوط الإشعاع الشمسي وعامل الارتفاع.

المصادر:

- سماح صباح علوان، التمثيل الخرائطي لاستعمالات الارض الزراعية في قضاء المحمودية، رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة بغداد، كلية التربية للبنات، 2004، ص40.
- علي حسن موسى، علم المناخ التحليلي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019، ص96.
- صالح عاتي الموسوي وحوراء راضي الزريق، التمثيل الخرائطي لعنصر درجة الحرارة في إقليم الفرات الاوسط. مجلة البحوث الجغرافية، العدد 22، 2020، ص82.
- احمد جاسم محمد الحسان، التغيرات المناخية في العراق ممثلة بخطوط التساوي، اطروحة دكتوراه (غير منشورة) جامعة البصرة، كلية الاداب، 2011، ص15.
- صلاح خلف رشيد الساعدي، التمثيل خرائطي لعناصر المناخ في محافظات البصرة وذي قار وميسان باستخدام نظم المعلومات الجغرافية رسالة ماجستير (غير منشورة) جامعة القادسية، كلية الآداب، 2014، ص48.
- محمد سطحية، خرائط التوزيعات الجغرافية (دراسة في طرق التمثيل الكارتوجرافي)، دار النهضة العربية، بيروت، ص14.
- حمد نجم الدين فليحة وجميل نجيب عبد الله، علم الخرائط والدراسة الميدانية، مطبعة العاني، بغداد، 1985، ص196.
- نجيب عبد الرحمن الزبيدي، سعد ثامر الحمداني، الخرائط الموضوعية الكمية مشكلات وحلول، دار دار الابداع للطباعة والنشر، 2020، ص177.
- ميادة شاكر امين السلطان، التمثيل الخرائطي لزحزة الاقاليم الحرارية العظمى في العراق للمدة (1981-2018)، رسالة دبلوم عالي (غير منشورة)، جامعة الموصل، كلية التربية للعلوم الانسانية، 2020، ص53.
- وزارة النقل والمواصلات، الهيئة العامة للأمناء الجوية والرصد الزلزالي العراقية، قسم المناخ، بيانات غير منشورة.

- 
- Obaid Hanan. Aymen Hussein, Abdalaziz, Mohamed.(2022). The internal threats to national security, BOHOUTH MAGAZINE, (ISSUE:45), (vol:17), Pp:53-73.
 - Thematic Cartography and Visualization -Terry A. Robert B.& McMaster, Kessler, Hugh H. Howard,2014,P37.
 - E. Raisz.principle of cartography, mc Grow-Hill, Inc., New York, 1962.P.200.
 - Menno Jan Kraak & Ferjan Cartography: Visualization of Spatial Data Ormeling, 2019,P.67.

أثر استخدام الوسائط التفاعلية على استدامة عملية الترويج السياحي لإمارة عجمان بالتطبيق على حملة ترويجية «لبيت الشاعر راشد الخضر بعجمان»

“The Impact of Using Interactive Media on the Sustainability of the Touristic Promotion Process in the Emirate of Ajman, Applied to the Promotional Campaign for 'Poet Rashid Al Khadhar's House in Ajman.'
Obstacles Facing Palestinian Drama and the Requirements for its Development from the Point of View of its Workers



د. سمير بني ياسين

أستاذ مساعد كلية الإعلام
جامعة المدينة عجمان



د. سمر عبد الحليم

أستاذ مساعد في كلية الإعلام
جامعة المدينة عجمان



الباحث ناجي محمد ناجي



الباحث محمد معين الحوسني



الباحث حمد سلطان المطروشي

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مميزات الوسائط المتعددة في استدامة عملية الترويج للقطاع السياحي بإمارة عجمان، بالتركيز على دور هذه الأخيرة في الترويج السياحي والنهوض بالنشاط السياحي والمساهمة في جذب السياح من خلال التطرق الى أهم العمليات التي تقوم بها، والميزات التي توفرها. تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تدرس دور تطبيقات الوسائط المتعددة في استدامة الترويج السياحي، وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، لدراسة عينة قصدية تطبيقية قوامها 50 مفردة من اداريين ومتخصصين وطلاب جامعة المدينة عجمان للتطبيق على حملة ترويجية لإعادة ترميم بيت الشاعر راشد الخضر بعجمان بوصفه أحد أهم المعالم السياحية والتراثية في الإمارة. وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها أن الوسائط المتعددة لها دور جد فعال في استدامة عملية الترويج السياحي في إمارة عجمان - ارتفعت نسبة الرغبة في زيارة موقع دائرة التنمية السياحية بعجمان بعد إضافة افتراض إدخال أدوات وتقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي والميتافيرس على بعض الخدمات السياحية، وساهمت الوسائط المتعددة في زيادة الرضى عن الخدمات السياحية المقدمة، وساهمت الوسائط المتعددة في إيجاد تجربة سياحية فريدة ومستدامة. الكلمات المفتاحية: الوسائط المتعددة التفاعلية، الاستدامة السياحية، التسويق والترويج السياحي، الإعلام الجديد (الإعلام التفاعلي).

Abstract:

The aim of this study is to showcase the benefits of multimedia in promoting sustainable tourism in the Emirate of Ajman. Specifically, the study examines the role of multimedia in promoting tourism, attracting visitors, and contributing to a unique and satisfying tourist experience. Using a descriptive approach, the study focuses on an applied purposive sample of a promotional campaign that highlights the restoration of the house of the poet Rashid Al-Khadar in Ajman - one of the emirate's most significant tourist and heritage attractions.

The study found that multimedia applications have a highly effective role in promoting sustainable tourism in the Emirate of Ajman. The introduction of augmented reality, virtual reality, and metaverse technologies on some tourism services resulted in a significant increase in the desire to visit the Department of Tourism Development's website. Additionally, multimedia applications were found to enhance visitors' satisfaction with the tourism services provided, and to create a unique and sustainable tourism experience.

Overall, this study underscores the importance of multimedia in the promotion of sustainable tourism in the Emirate of Ajman, and highlights the need for continued investment in these technologies to enhance the visitor experience and ensure the long-term viability of the tourism sector.

Interactive multimedia, Sustainable Tourism, Tourism marketing and promoting, New media (interactive media).

1. المقدمة

من عناصر ترويجية وعروض سياحية وخدمات مميزة، وما تستطيع تحقيقه من تجزئة السوق السياحية تبعاً لرغبات السواح وما يحتاجون لتجربته، فالاستراتيجية السياحية القوية هي تلك التي تتمكن من الاستجابة إلى مختلف الشرائح من الجمهور سواء كان داخلياً أم خارجياً، وتقديم أفضل تجربة سياحية وفق آليات متطورة وحديثة تواكب العصر.

وبالنظر إلى التطور الهائل والمتسارع في الوسائط الرقمية والتفاعلية الحديثة، والمنحى الذي تتجه إليه معظم الحملات الترويجية والتسويقية الحديثة في استخدام التقنيات والبرمجيات المتطورة في الخدمات المقدمة للجمهور، وإمكانية أن تساعد مثل هذه التطبيقات في استدامة كافة القطاعات سواء أكانت صناعية أم تجارية أم سياحية أم خدمية. لذا رأينا ضرورة الاهتمام بدراسة أثر التكنولوجيا الرقمية التفاعلية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، وما الدور الذي يمكن أن تلعبه في تطوير القطاع السياحي ودورها في التواصل مع الجمهور لتحقيق الاستدامة في القطاع السياحي وإدارة السياحة والآثار من خلال وسائلها المتعددة، إلى جانب كيفية قياس أثر هذه الوسائط التفاعلية على مستقبل استدامة قطاع السياحة وذلك من خلال نموذج تطبيقي يوضح كيفية استخدام الوسائط المتعددة في تصميم حملة ترويجية مستدامة لبيت الشاعر راشد الخضر في عجمان بوصفه واحداً من أهم المعالم السياحية والتاريخية في الإمارة، ومصدراً لجذب السياح والزوار، وهل للوسائط المتعددة أثر حقيقي في تحقيق استدامة هذا المعلم السياحي الهام؟.

يبرز الدور الهام والكبير الذي تلعبه صناعة السياحة في تحريك ودعم الاقتصادات الوطنية، وباعتبارها مصدراً هاماً من مصادر الدخل الوطني والقومي للدول وما تساهم به من توفير موارد هامة بالعملات الصعبة وتوفير فرص العمل وتحسين وترقية البنية التحتية والاقتصادية، وقد بات الاهتمام بها على رأس أولويات السياسات الاقتصادية للدول، فلم يعد يكفي أن تمتلك الدولة مقومات سياحية تميزها فقط، بل بات لزاماً عليها إيجاد ووضع استراتيجيات وخطط للتسويق السياحي، وذلك للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف، وتعريفهم بمميزات الدولة والفرص السياحية الفريدة التي تتمتع بها، والعمل على جذب السياح وكسب ثقتهم وتلبية وإشباع رغباتهم في الحصول على تجارب سياحية ناجحة، وهو ما يتطلب الكثير من الجهد والتخطيط لتحقيق ذلك.

إنّ العمل على التعريف بإمكانيات الدولة السياحية وجذب السياح يتطلب وضع خطط وسياسات ترويجية وتسويقية سياحية للوصول إلى الأسواق المستهدفة داخلياً وخارجياً، وذلك يشمل كافة العناصر المساهمة في صناعة قطاع السياحة، من الهيئات الحكومية المعنية ووكالات السياحة والسفر، وشركات النقل (كشركات الطيران والنقل البري والبحري) ومؤسسات البنى التحتية والمؤسسات الخدمية والمنشآت السياحية والفندقية وشركات الضيافة وشركات إدارة وتطوير الوجهات السياحية، وتنظيم وإدارة الفعاليات والأحداث الخاصة والعامة، فبناء استراتيجية اتصالية تسويقية فعالة يعتبر من أهم المحفزات التي تدفع السياح للسفر واختيار هذه الوجهة من تلك، وما تقدمه هذه السياسات والخطط والاستراتيجيات الترويجية والتسويقية

1.1 مشكلة الدراسة :

1. ما مدى ما ساهمت به الوسائط المتعددة في استدامة عملية الترويج للقطاع السياحي بإمارة عجمان؟
2. ما الوظائف والأدوار التي تمارسها لتعزيز الصورة الذهنية وإقناع الجمهور حول قطاع صناعة السياحة في إمارة عجمان؟
3. ماهي المعوقات التي تواجهها هذه الأدوات والتطبيقات في دائرة التنمية السياحية بعجمان؟
4. هل أدخلت الوسائط التفاعلية مفاهيم وفرص جديدة ساهمت في تعزيز استدامة التجربة السياحية في إمارة عجمان؟
5. هل يوجد تكامل بين الأدوات التقليدية التي تستخدمها الحملات الترويجية السياحية وبين الإعلام الحديث التفاعلي ضمن التجربة الإعلامية السياحية؟

1.3 أهمية الدراسة :

باعتبار أن للوسائط المتعددة الدور الكبير في عملية الاتصال والتواصل والإقناع وإدخال السعادة النفسية والحسية للجمهور المختلف، وما نلمسه من قدرات كبيرة تقدمها الوسائط المتعددة في طرح مستويات جديدة من الخدمات وإمكانية الاستعانة بها خاصة في بناء تجارب سياحية متكاملة وتقديم خدمات سياحية مستدامة ومتطورة، وما لها من دور كبير في إقناع الجمهور وجذبه وتسهيل تعريفه على المنشآت والخدمات السياحية، وما قد تساهم به من توفير عناصر الاستدامة والتخفيف من الآثار السلبية المترتبة على السياحة المباشرة، وخلق فرص وأفكار جديدة تساهم في تعزيز النشاط السياحي.

كما أن لإضافة عناصر الوسائط المتعددة التفاعلية في الترويج السياحية أثراً في خلق تجربة فريدة ومتميزة للسائح، حيث أنها تساهم في إضافة أفكار جديدة، وإمكانية الوصول من أي

تعتبر الوسائط المتعددة التفاعلية أدوات ووسائل اتصالية بالغة الأهمية في كافة المؤسسات والهيئات التي تسعى إلى النجاح وكسب ثقة الجمهور المختلف وضمان ولاء عملائها، نظراً للتفاعل الذي توجده بين الجمهور والمؤسسة، إلى جانب الدور الكبير الذي تلعبه في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة من خلال تعريف الجمهور الداخلي والخارجي على مجهوداتها وأنشطتها والتفاعل معهم وفهم احتياجاتهم وتوجهاتهم ونقل الرأي العام في البيئة المحلية والخارجية للإدارة بهدف العمل على تحسين الرسالة الاتصالية وتحسين المنتجات والخدمات وصياغة أهداف تتلاءم ومصلحة المنظمة ومصالح الجمهور المختلف، وبالنظر إلى التحولات الكبيرة التي يشهدها العالم في تطور العملية الاتصالية ودخول تقنيات الإعلام الحديث الثورية على عمل العلاقات العامة والتسويق والترويج والأدوات الحديثة المستخدمة في هذه المجالات في خضم التطورات والتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية الهائلة وظهور قطاعات اقتصادية ضخمة كمصادر إيراد للدخل القومي مثل قطاع السياحة وما يشكله من مورد استراتيجي هام للغاية للكثير من الدول وعالم الأعمال الضخم الذي خلقه. وتمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على

وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الجوهرى وهو كالتالي: ما هو أثر استخدام الوسائط التفاعلية على استدامة عملية الترويج السياحي لإمارة عجمان.

1.2 تساؤلات الدراسة :

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تساعدنا على فهم ودراسة هذه الإشكالية بشكل أعمق ومنها:

مكان في العالم ومعاينة المواقع السياحية المراد استهدافها، كما أنها توفر العديد من الخدمات التقنية والتكنولوجية في أساليب العرض والترويج والحجوزات والباقات السياحية، فالتنافس السياحي بين الدول والمجتمعات اليوم في أوجه، وبات قطاع السياحة والضيافة من أكثر القطاعات تنافسية وتميزاً، ولم يعد يكفي أن تكون الدول تمتلك مقومات سياحية عادية فقط، بل على الدول العمل على تطوير هذا القطاع ودمجه بالقطاعات العالمية المتطورة بما يضمن له التميز والفرادة.

حيث تستعرض الدراسة نموذجاً متطوراً حقق الكثير من النجاح على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وهو نموذج الاستدامة في الترويج السياحي في إمارة عجمان، وكيف نجحت الإمارة باستخدام الوسائط التفاعلية في مؤسساتها السياحية (بيت الشاعر راشد الخضر مثلاً) حيث توضح أهداف الدائرة الاستراتيجية الرئيسية مدى الاهتمام الكبير باستقطاب السياح والزوار وتحقيق تجربة سياحية متميزة فعالة وناجحة تبرز مكانة وصورة الإمارة على الخارطة السياحية العالمية.

من جهة أخرى تكتسب الدراسة أهمية من خلال دراستها للأدوار الجديدة التي طورتها الوسائط التفاعلية باستخدامها لأدوات وبرمجيات حديثة، وتسخيرها في الحملات الترويجية وتطبيقها في استدامة عملية التسويق والترويج السياحي.

1.4 أهداف الدراسة :

إنّ من مقتضيات المنهج العلمي أن يقوم الباحث بتحديد أهداف معينة يسعى نحو تحقيقها من خلال بحثه، وقد حدّد الباحثون هنا أهدافهم بالسعي للتعرف على أثر الوسائط المتعددة التفاعلية على استدامة الترويج السياحي، والأدوار

الرئيسية لها في مجال خدمات الترويج السياحي وتطبيقاتها واستخداماتها في نطاق الاستدامة السياحية، وتحديد الطرق الأفضل للربط ما بين أدوات الوسائط المتعددة التفاعلية وبين عناصر ومقومات السياحة بشكل عام سواء كانت أثرية أم تاريخية أم ترفيهية أو أي نوع آخر من أنواع السياحة المتخصصة، بهدف تحقيق تسويق سياحي ناجح وفعال، والتعرف على تجربة إمارة عجمان في استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية من خلال دائرة التنمية السياحية فيها وبالتطبيق على حملة ترويجية لمشروع إعادة ترميم بيت الشاعر راشد الخضر بعجمان، وما لذي حققته في هذا السبيل، وأيضاً الاستفادة من هذه التجربة الميدانية من أجل اقتراحها ومحاولة تطبيقها على دول تمتلك موارد سياحية مميزة ولكنها غير مستغلة بسبب ضعف التسويق السياحي وعدم إدراك أهمية دور العلاقات العامة في تطوير وتنفيذ التسويق والترويج السياحي فيها.

1.5 مصطلحات الدراسة :

1.1.5 الوسائط المتعددة التفاعلية :

تعرف على أنها مزيج من جميع أنواع الوسائط المتعددة من نص مكتوب أو مسموع ومن الصور والرسومات المتحركة والفيديوهات وغيرها من الوسائط الأخرى، وسميت بالوسائط المتعددة التفاعلية لأنها تسمح للمستخدم بالتفاعل معها من خلال السماح له بالتحكم في اختيار الصور التي يريد رؤيتها وتحديد طريقة عرض هذه الصور والفيديوهات.

تعرف الوسائط المتعددة على أنها مزيج من جميع أنواع الوسائط المتعددة من نص مكتوب أو مسموع ومن الصور والرسومات المتحركة والفيديوهات وغيرها من الوسائط الأخرى، وسميت بالوسائط المتعددة التفاعلية لأنها تسمح

«مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقيماً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية» ويتفق الباحث مع هذا التعريف الأشمل والأدق للسياحة حيث يعدّ من التعريفات الحديثة للسياحة ويحدد طبيعة ونوع العلاقات والخدمات التي يحصل عليها السائح في مقابل ما يسدده من أجور مادية، إضافة إلى علاقات إنسانية تتأتى عن التفاعل المباشر ما بين السائح مع شعوب الدول التي يقوم بزيارتها والاطلاع على ثقافتها وسلوكها وطبيعة المجتمع والعادات والتقاليد والمنتج الحضاري لها (فقير والسر، 2013).

في دراسته حول الاعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، أشار خالد بن عبد الرحمن آل دغيم (2015) إلى أن الاستدامة السياحية تلعب دوراً حاسماً في تعزيز السياحة الوطنية. أظهرت نتائج الدراسة أن تعزيز الوعي بمفهوم الاستدامة في السياحة يمكن أن يسهم في تحقيق تنمية مستدامة ومفيدة للمجتمعات المحلية والبيئة.

3.1.5 التسويق والترويج السياحي:

هو ترويج الأفراد والمنظمات للأنشطة التي يقوم بها السائحون في وجهاتهم؛ من الحدائق الوطنية، والمتاحف، والفنادق، والمسارح، وغير ذلك من خلال الإعلانات ووسائل التسويق الأخرى (جمال، 2016). وهو عبارة عن: حلقة الاتصال لتوجيه وتنمية علاقات المهتمين والمتنفعين والمتنفعين بالسياحة في بلد ما أو بين بلدين أو أكثر، وتغذية كل طرف للآخر بالمعلومات السياحية الصحيحة بأصلح الطرق مع العمل على تنمية وتحسين واستمرار هذه العلاقات مما ينتج عنه زيادة في عدد السواح.

للمستخدم بالتفاعل معها من خلال السماح له بالتحكم في اختيار الصور التي يريد رؤيتها وتحديد طريقة عرض هذه الصور والفيديوهات (بسيوني عبد الحميد، 2005) وفي دراسته حول التسويق السياحي، أشار جمال (2016) إلى أن الاستخدام الفعال للوسائط المتعددة التفاعلية يمكن أن يسهم بشكل كبير في تعزيز تجربة السياح وجذبهم إلى وجهات سياحية محددة. وأظهرت نتائج الدراسة أن التفاعل مع الوسائط المتعددة يمكن أن يزيد من مشاركة السياح وفهمهم للمعلومات بشكل أفضل، مما يؤدي في النهاية إلى تعزيز فرص الترويج وزيادة الإقبال على الخدمات السياحية.

2.1.5 الاستدامة السياحية :

أيضاً لا يوجد تعريف موحد للسياحة لكن أغلب التعريفات لها اتفقت على التركيز على الجانب المكاني للسياحة فيشير مفهوم السياحة بحسب منظمة العمل الدولية «إلى النشاط الذي يقوم به الأشخاص المسافرون أو المتواجدون في أماكن خارج بيئتهم الأصلية لمدة لا تزيد عن عام واحد على التوالي، وذلك من أجل قضاء أوقات الفراغ، أو للتسوق، أو للقيام ببعض الأعمال التجارية، أو للقيام بأمور شخصية أخرى، ويحتوي قطاع السياحة على الفنادق، والمنتجعات، والمعسكرات السياحية، والمطاعم، والمقاهي، والمكتبات، والمرشدين السياحيين، ومكاتب المعلومات، والإرشاد السياحي، وغيرها من الأمور بحسب طبيعة كل دولة، ويعرف السائح المحلي بأنه الشخص المقيم في دولته، ويقوم بزيارة الأماكن الموجودة فيها، ويعرف السائح الدولي بأنه الشخص الذي يقيم في غير دولته لمدة لا تقل عن ليلة واحدة (فقير والسر، 2013). وقد عرفها صلاح الدين عبد الوهاب بأنها

4.1.5 الإعلام الجديد (التفاعلي) :

هو مصطلح حديث ولا يوجد تعريف ثابت موحد له بين منظري العلوم الإنسانية بسبب التداخل في الآراء والاتجاهات حول مفهومه، والذي هو الإعلام المعتبر بديلاً عن الإعلام التقليدي والذي يشمل أساساً التفاعل المباشر مع الجمهور بدلاً عن الأسلوب القديم السابق القائم على الاتصال بالجمهور بدون تفاعل، فهو الإعلام الذي يعمل على توظيف التقانات الحديثة (التقنيات الرقمية والتكنولوجيا) لإنتاج محتوى إعلامي يتم تحميله على وسائط إعلامية جديدة تسمح للمتلقين بالتفاعل مع هذا المحتوى بدلاً من يكون متلقياً فقط، مما يحقق للعملية الإعلامية اتصالاً فعالاً ذو اتجاهين بحيث يصبح المتلقي شريكاً في العملية الاتصالية ويتمكن من إبداء رأيه وتسجيل انطباعاته واتجاهاته أو إبداء آرائه التطويرية من خلال ما توفره هذه الوسائل الإعلامية من منصات تفاعلية، ومن أفضل التعاريف له تعريف ليستر «هو مجموعة من تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. (البكري، 2006).

2. الإطار النظري للدراسة :

1.2 الوسائط المتعددة التفاعلية ودورها في

استدامة عملية الترويج السياحي

استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية في عمليات الترويج والتسويق السياحي في المؤسسات السياحية.

يبدو من خلال المتابعة المباشرة لما يتم ترويجه على مختلف أنواع المنصات الإعلامية والإعلانية في الآونة الحالية بروز دور كبير للوسائط التفاعلية التي باتت تغزو شبكة الإنترنت

وتكاد المواقع الالكترونية لا تخلو منها، فإذا ما أخذنا بنظرة تحليلية دقيقة نجد أن أغلب المؤسسات والشركات على وجه عام تستخدم الوسائط التفاعلية في عملياتها الترويجية، كما تستخدم هذه الوسائط لاستقطاب وجذب المزيد من العملاء والجمهور وربطهم بالمؤسسة التجارية، وإدخالهم في قواعد البيانات الخاصة بها، ما يسهل عليها القيام بالتفاعل المباشر معهم، سواء لأجل تقديم الخدمات أو الاستجابة لطلباتهم

واحتياجاتهم، أم لدراسة المتغيرات الواقعة في السوق والتي باتت سريعة التقلب والتغيير، أم لأجل الحصول على ردود أفعال الجمهور المختلف على ما تقدمه هذه المؤسسات من خدمات.

ولأهمية القطاع السياحي وما يشكله من رافد أساسي للاقتصاد الوطني، ونظراً لأن القطاع السياحي يعتمد بشكل كبير على الترويج العابر للحدود، حيث تحتاج الدول والمنظمات والمؤسسات العاملة في قطاع السياحة والضيافة إلى الوصول إلى مختلف الجماهير المتواجدة في أماكن جغرافية متنوعة ومتباعدة وتختلف في ثقافتها وعاداتها ولغاتها، كان لا بد من اعتماد أساليب حديثة ومتطورة تتيح لهذه الشركات العاملة في قطاع السياحة من التفاعل المباشر مع أنماط مختلفة من الجماهير، وذلك بهدف توعيتها حول الإمكانيات السياحية والمعالم السياحية والخدمات السياحية التي تمتلكها هذه الدولة أو تلك، وإلى الخدمات السياحية المتنوعة التي تقدمها هذه الشركات والتي تسعى بالنهاية من خلال ذلك إلى الترويج عن شعارها واسمها التجاري وجذب العملاء والحصول على عملاء جدد بهدف تمكين سمعتها ومكانتها وتحقيق الأرباح المالية من وراء ذلك.

وقد بدأت الشركات باستخدام أساليب متنوعة ومختلفة من الوسائل الإعلانية والإعلامية للوصول إلى جمهورها، وأخذت بالبحث عن وسائل تتمتع بالجاذبية لتنافس الشركات الأخرى، فبرزت استخدامات الفضاء الإلكتروني على نطاق واسع وأخذت التطبيقات الإلكترونية تعزو بشكل غير مسبوق كافة القطاعات التجارية بما تملكه من إمكانيات هائلة تساعد المؤسسات على عرض المعلومات بشكل جذاب والتفاعل مع الجماهير والعملاء بسهولة ويسر.

2.2 الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة

في عملية الترويج والتسويق السياحي

إن قطاع السياحة يقوم بشكل رئيسي على الترويج والتسويق العابر للحدود والثقافات، كما أنه بحاجة لتطبيقات وأساليب تسمح بعرض الكثير من المعلومات والصور والأشكال والكتابات بشكل جذاب وشيق وسهل الاستخدام، من هنا فإن عملية الترويج السياحي تعتمد بالدرجة الأولى على استخدامات التطبيقات التي تسمح بالتفاعل مع الجماهير والعملاء، فإذا ما أخذنا مثالا عن شركات الطيران نجدها تستخدم المواقع الإلكترونية لتقديم خدمات حجز البطاقات والرحلات السياحية، وتتضمن هذه المواقع استخدامات كثيرة للفيديوهات والمقاطع الترويجية سواء كانت من خلال الفيديو أو الصوت، كما أنها تتضمن المقاطع المتحركة كأسلوب شيق وجذاب لعرض المعلومات والتفاعل مع الجمهور المختلف، وتستخدم هذه الشركات أيضا صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة نظراً لانتشارها الكبير والسريع وقدراتها الهائلة على نشر المعلومات والتفاعل المباشر مع الجمهور، وتبرز وسائل إتصالية من صفحات التواصل الاجتماعي كثيرة منها الفيس بوك، الإنستغرام، التويتر، السناپ شات، التيك توك، اليوتيوب،

وغيرها الكثير، وكافة هذه المواقع باتت تستخدم وسائل متطورة لاحتواء الوسائط التفاعلية، فهي تسمح بعرض الصور والفيديوهات والنصوص وكتابة الردود وإرسال الرسائل الإلكترونية والنشر الإلكتروني والتعليقات وإبداء الرأي والتقييم المباشر للمنشآت والخدمات السياحية، إلى جانب ذلك تبرز المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت والتي تسمح بعرض كميات هائلة من المعلومات الشيقة والمفيدة التي يبحث عنها الجمهور بطريقة مرتبة وبتصنيفات واضحة وسهلة الاستخدام، تسمح للمستخدمين من التفاعل مع هذه الوسائل والحصول على الخدمات وتقييمها وإبداء الملاحظات أيضا، وتوسعت استخدامات الوسائط التفاعلية أكثر فأكثر فباتت الكثير من الشركات السياحية وشركات الخدمات السياحية مثل شركات الطيران والمواصلات والفنادق والمنشآت السياحية والمتاحف والأماكن الترفيهية تستخدم هذه الوسائط لتقديم للجمهور المختلف صوراً واضحة بل جولات تعريفية افتراضية تمكن المستخدم من تكوين صورة دقيقة وواضحة عما يمكن ان يحصل عليه في حال طلبه لهذه الخدمات، وبات المستخدم يتمكن من الدخول إلى الكثير من المعالم السياحية عن بعد والتعرف عليها والقيام بجولات متكاملة والتفاعل المباشر مع الآخرين من خلال هذه التطبيقات، ومثال ذلك متحف المستقبل في دبي، ومتحف اللوفر في فرنسا، وغيرهما، وهي معالم سياحية باتت تمنح المستخدمين فرصة القيام بالجولات السياحية المباشرة مقابل دفع الرسوم المترتبة، وهذا شكل سوقاً إضافية للشركات السياحية وفتح لها بابا عريضا للترويج السياحي وتقديم الخدمات السياحية، كما مكن الدول والمؤسسات من تعريف الجمهور المتخلف على إمكانياتها السياحية بشكل مشوق وجذاب، وتطور استخدام هذه الوسائط لتصل إلى قيام بعض الشركات السياحية بخلق

بيئات تفاعلية افتراضية متكاملة مثل عرض معالم سياحية بتقنيات الهولوجرام والميتافيرس، وسمحت هذه التقنيات بقدرات هائلة على عرض المعلومات، مثل المقتنيات الأثرية والوثائق والصور والأشكال والنصوص التي يمكن كتابتها بلغات متعددة ومتنوعة ومن خلال ضغطات بسيطة على أزرار تفاعلية، مثل هذه الأمور التي كان من الصعب الحصول عليها وتحقيقها باستخدام الوسائل التقليدية مثل الإعلانات المطبوعة، والتي تسمح بعرض محدود للخدمات ولا يمكن إعادة استخدامها لأكثر من مرة، كما أن تسارع التطور التقني في زمننا الحالي جعلها وسائل متخلفة وقديمة.

3.2 أثر الوسائل الاتصالية التفاعلية المستخدمة على استدامة عملية الترويج والتسويق السياحي بعجمان

إضافة إلى الجوانب السابقة، فإن استخدام الوسائل الترويجية التقليدية له دور كبير في التسبب بأثر سلبي على البيئة، سواء من خلال الإضرار المباشر بالمعالم السياحية والمنشآت السياحية، أو بما يترتب على هذه الاستخدامات السلبية على البيئة بشكل عام، فكم من معلم سياحي تأثرت مقتنياته سلباً بسبب التصوير الفوتوغرافي المباشر؟ وكم من معلم سياحي نجد عليه أثار التخريب والتشويه بسبب السياحة المباشرة إضافة إلى ما تشكله عناصر الترويج التقليدي من أثر سلبي على البيئة باستخدام الأوراق واللوحات والأحبار والطباعة وغيرها، على خلاف الوسائط التفاعلية التي ساهمت بالفعل بتغيير النهج التقليدي والتخلص من الكثير من الوسائل التقليدية الضارة، فالوسائط التفاعلية مكّنت المؤسسات من عرض معلوماتها بشكل ذكي وسهل وسريع وآمن عبر فضاء واسع وكسب المزيد من العملاء والجمهور باستخدام تقنيات

متطورة بعيداً عن الإضرار بالبيئة، فالإعلان اليوم ينتشر عبر فضاء هائل دون طباعة أو مستلزمات طباعية، وكمثيالاتها من المدن السياحية العالمية التي تمتلك إمكانات سياحية هائلة وجذابة تجعلها في مصاف الدول والمدن العالمية في مجال السياحة والضيافة، قامت إمارة عجمان ممثلة بدائرة التنمية السياحية والثقافية والتراثية باستخدام هذه الوسائط التفاعلية بشكل مباشر وعلى نطاق واسع، مما ساهم في حماية معالمها السياحية من الممارسات السلبية والضارة التي قد تتأتى من خلال الترويج التقليدي، فتحوّلت أغلب المعالم السياحية فيها إلى معالم ذكية، ومثال ذلك متحف عجمان التاريخي الذي قدم تجربة فريدة في دمج الوسائط التفاعلية مع التجربة السياحية التراثية، ونجد داخل المتحف العديد من الأقسام التي تحكي تاريخ الإمارة وتراثها وتعرض لمقتنيات نادر باستخدام التسجيلات الصوتية والفيديوهات وشاشات اللمس والبرامج التفاعلية التي تسمح للسائح باستخدام التقنية لفهم وتجربة تاريخ الإمارة، كما استخدمت دائرة التنمية السياحية والثقافية والتراثية في الإمارة الوسائط التفاعلية من خلال إنشاء موقع الكتروني وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات إلكترونية مباشرة الاستخدام، وعرضت من خلال للمنشآت والخدمات والمعالم السياحية في الإمارة، وساهم ذلك في رفع الإشغال الفندقية واحتلال الإمارة لمراكز متقدمة في مؤشر التنافسية السياحية في الدولة.

ونلاحظ من خلال متابعة عمليات الترويج السياحية استخدام الشركات والمؤسسات السياحية للوسائط التفاعلية بكثرة وانتشار، فالفنادق المقامة في الإمارة إلى جانب المنشآت السياحية والأماكن الترفيهية جميعها تمتلك وسائل تقنية متطورة تستخدم الأسلوب التفاعلي في الوصول إلى الجمهور والترويج عن الخدمات السياحية.

1.3 الدراسات السابقة :

استخدمت دراسة (فاعلية الوسائط المتعددة في برامج التلفزيون، دراسة تطبيقية على التصميم الإيضاحي بتلفزيون السودان (ميثاء هاني، 2020)، المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمت الملاحظة والمقابلة والاستبانة كأدوات لجمع المعلومات والبيانات، وهدفت للتعرف على فاعلية الوسائط المتعددة في إنتاج برامج التلفزيون في السودان بالتطبيق على قسم الجرافيك في تلفزيون السودان، وذلك لارتباطها بالمعلومة والتكنولوجيا التي تزيد من فاعلية أدائها وتعميق مفهومها كروية بصرية لهوية القناة وجاءت أهم نتائج الدراسة كالتالي: أن فاعلية الفكرة والسيناريو هي جوهر التصميم شكلاً ومضموناً وتنفيذاً، وأن آليات التصميم المتمثلة في جودة الصوت والصورة فنياً وتقنياً تعكس ثقافة وحضارة الأمة، وعدم وجود تخطيط إستراتيجي للجرافيك يؤثر سلباً على إنتاج البرامج، وأن مواكبة الإصدارات الحديثة لبرامج التصميم تؤثر على نوع ووحدة التصميم.

وبيّنت دراسة (فاعلية الصوت والصورة في المنتج التلفزيوني دراسة تحليلية علي عينة من البرامج السودانية 2018-2019م) منهج تحليل المضمون ليتمكن الباحث من دراسة المواد الإعلامية المعروضة وما تتضمنها من آراء وأفكار واتجاهات وقيم ومدى التركيز في بعضها والأشكال والقوالب التي تقدم بها هذه المواد، وهدفت إلى الوقوف على تطورات المدخلات والمخرجات لصناعة الصوت والصورة في الفنون السمعي بصرية والوقوف على فاعلية المسموع والمرئي علي المستوي الجمالي والدلالي في المنتج التلفزيوني وكشف الاتجاهات والمعايير الإخراجية والإنتاجية علي مستوى صناع الرسالة التلفزيونية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تطور

في الجانب النظري والتطبيقي لمستويات صناعة الصوت والصورة في الفنون السمعية والبصرية، وأن استخدام المؤثرات الصوتية والأداء الصوتي والتعليق يقود لتحقيق الأهداف الكلية للمنتج المعني. وأنها لتحقيق الأهداف الوظيفية يجب إيصال الرسالة عبر عنصري الصوت والصورة معاً للمنتج التلفزيوني فيما تتضمنها من مختلف الدلالات الفنية التي تدرج خلف الرموز المسموعة والمرئية. كما أن صياغة النص للمنتج التلفزيوني من حيث عرض المعلومة والحبكة القصصية لا بد أن يتناسب ويتوافق نسبياً بين عنصري الصوت والصورة. وأنها في مرحلة إنتاج الصورة لا بد من الاهتمام ومراعاة لغة التصوير. وأن الدلالات والإشارات والرموز المستخدمة في عنصري الصوت والصورة للمنتج التلفزيوني تضمن فاعلية أكثر للمتلقى وتحقق الجذب في توصيل المعاني المطلوبة. كما توصلت الدراسة إلى أن الصورة والصوت ومعانيها تظل في ذهن المتلقي وتشغل تفكيره بعد انتهاء المشاهدة والتعرض لهما.

واعتمدت دراسة (الإعلان التلفزيوني في الأردن دراسة وصفية تحليلية لإعلانات التلفزيون الأردني للقناة الأولى القضاة، 2017) على استخدام المنهج المسحي حيث قام الباحث بتصميم إستبانة خاصة بدراسة دور الإعلان التلفزيوني في الأردن على المشاهدين واستبانة خاصة بالمعلنين. وهدفت إلى التعرف على واقع الإعلان التلفزيوني في الأردن، وتحليل مضمون مجموعة من الإعلانات التلفزيونية لمعرفة مدى توافقها مع الأهداف الرئيسية للإعلان ومعرفة أنواع السلع والخدمات المعلن عنها في هذه الوسيلة الهامة من وسائل الإعلان كما هدفت إلى معرفة الدور الذي تلعبه الإعلانات التلفزيونية علي الجمهور وتحديد هذا الدور ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن الكثير من

المشاهدين يرى بأن الإعلانات التلفزيونية لا تحقق أهدافها بسبب عدم مراعاتها في كثير من الأحيان لمشاعر المواطنين وعاداتهم وتقاليدهم ودينهم. وأن القنوات الفضائية العربية والأجنبية تنافس التلفزيون الأردني في بث الإعلانات من خلالها

بينما استخدمت دراسة (الإعلانات الإذاعية والتلفازية الأثر الاجتماعي والاقتصادي دراسة تحليلية بالتطبيق على الإذاعة السودانية وتلفزيون السودان). (إبراهيم، 2014) المنهج الوصفي الذي مكن الباحث من وصف المواقف وتقديرها كما استخدمت منهج المسحي الذي من شأنه دراسة الجمهور المستهلك والجمهور المعلن. حيث قام الباحث بتصميم صحيفة استبيان خاصة بجمهور المستهلكين، وهدفت إلى إيجاد دراسة حديثة تبرز الجوانب الخفية التي ينطوي عليها النشاط الإعلاني الإذاعي والتلفزيوني في السودان وتحديد مستوى أهمية الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية بالنسبة للجمهور وللمعلن وللوسيلة الإعلانية، وأيضاً تحديد إلى أي مدى تتجسّد هذه الإعلانات في تحقيق أهداف المعلن والتعرف إلى الآثار الاجتماعية للإعلانات الإذاعية والتلفزيونية في المجتمع السوداني، كما هدفت إلى تقويم نشاط الإعلان في الإذاعة والتلفزيون وإيجاد تفسير على استخدام العديد من المؤسسات التجارية في السودان إلى الإعلان الإذاعي والتلفزيوني الذي ينتج خارج السودان. وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة على الشكل التالي: أن غالبية جمهور المستهلكين يوافق على دور الإعلانات الإذاعية والتلفزيونية في السودان على زيادة الطلب على السلع والخدمات المعلن عنها، كما أن جمهور المستهلكين يفضل التلفزيون كوسيلة للإعلان عن السلع والخدمات.

وهدفت دراسة (الإعلان التلفزيوني دوره في التنمية الشاملة دراسة تطبيقية على

الإعلانات في تلفزيون السودان. (الفادني، 2014) إلى التعرف على الإعلان وأهدافه ووظائفه وخصائصه ووسائله وأهميته والتعرف على واقع الإعلان عموماً في السودان وعلى واقع الإعلان التلفزيوني في تلفزيون السودان والتطور شهده في السنوات الأخيرة والإشكاليات التي تواجه الإعلان التلفزيوني، ومعرفة حجم تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون والإعلان التلفزيوني والتعرف على مدى إحساس المشاهد السوداني بأهمية الإعلان التلفزيوني مصدراً للمعلومات عن السلع والخدمات المعلن عنها، وأيضاً التعرف على حجم الإعلان التلفزيوني وتحديد اتجاهات المشاهد نحو الإعلان التلفزيوني واستخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي حيث استعان الباحث بأسلوب تحليل المضمون حيث قام بتصميم استمارة استبيان شملت المشاهدين والمعلنين وأصحاب وكالات الإعلان. وبرزت النتائج التي توصلت إليها الدراسة كالتالي: ضعف الوكالات الإعلانية الموجودة واقتصار خدماتها الإعلانية على التصوير والتصميم والإنتاج وارتفاع تكلفة الإعلان التلفزيوني ورفض معظم المعلنين قبول تحمل هذه التكلفة العالية، كما توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون يلعب دوراً كبيراً بالنسبة للمعلنين حيث يري 95 % منهم أن الإعلان التلفزيوني يحقق لهم الفائدة المرجوة و70 % من المعلنين يروا أن الإعلان التلفزيوني يسهم في زيادة عدد عملائهم وزيادة الطلب على سلعهم ومنتجاتهم و75 % من المواطنين يرون أن الإعلان التلفزيوني يحقق لهم الفائدة

أما دراسة (الإعلانات التلفزيونية وأثرها في إقناع الجمهور دراسة تطبيقية على إعلانات الأطفال بالتلفزيون السوداني القومي - نور، 2012) فقد استخدمت منهج المسح وفي إطاره استخدمت المنهج الوصفي والمنهج الإحصائي

حيث استعانت في جمع البيانات والمعلومات بالملاحظة والمقابلة والاستبيان أو صحيفة الاستقصاء، واستهدفت هذه الدراسة معرفة دوافع شراء السلع وطلب الخدمات وتأثيره الإعلان على الأطفال في تغير سلوكهم الاستهلاكي فضلا عن تأثيره على لغتهم وثقافتهم وتشكيل أذواقهم وتحديد أولويات احتياجاتهم. وكان من أهم نتائجها: تزايد الاهتمام بالإعلانات التجارية نسبة للطفرة الاقتصادية في مجال التنمية وتشجيع الاستثمار وإقبال كثير من المنتجين والمعلنين على تسويق سلعهم وخدماتهم بواسطة الإعلانات التلفزيونية، كما أكدت الدراسة أن الإعلانات التلفزيونية تؤثر على ثقافة الطفل وتنمية معارفه وتوسيع مداركه.

وأوضحت دراسة (إنتاج الإعلان التلفزيوني دراسة تحليلية تقويمية لعينة من الإعلانات المعروضة في التلفزيون السوداني 2010، هنيدة). أهمية الوقوف على واقع الإعلان في التلفزيون السوداني والتعرف على مراحل إنتاج الإعلان التلفزيوني وكيفية الإنتاج ومن هم القائمون عليها وأيضاً التعرف على الأساليب والأشكال المتبعة في إنتاج الإعلان التلفزيوني في السودان والضوابط التي تحكم إنتاج الإعلان في التلفزيون السوداني، والوقوف على حجم المشكلات والعراقيل التي تواجه مسيرة الإعلان في التلفزيون السوداني. واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح وفي إطاره استخدمت أسلوب تحليل المضمون حيث قامت بتحليل مضمون الإعلانات التلفزيونية المعروضة من خلال التلفزيون في مجتمع الدراسة وقد توصلت الدراسة إلى: حققت نسبة إعلانات الخدمات أعلى نسبة مقارنة بنسبة إعلانات السلع حيث بلغت 98.76 % للخدمات و2.23 % للسلع، وأوضحت الدراسة أن نسبة استخدام اللغة العربية الميسرة في الإعلانات كانت تمثل

أعلى نسبة حيث حققت نسبة 3.51 % أوضحت الدراسة أنه يتم استخدام الاستمالات العقلية أكثر من الاستمالات العاطفية حيث ركزت على ذكر الحقائق المادية للسلع والخدمة المعلن عنها، كما أوضحت الدراسة أن عدد الإعلانات التي استخدمت قالب الشريحة الثابتة كقالب فني لا يتناسب مع إعلانات التلفزيون لفقدانها أهم ميزة من مميزات التلفزيون وهي الحركة.

فيما بينت دراسة (تكنولوجيا الصورة وتأثيرها في البرنامج التلفزيوني دراسة وصفية تحليلية علي البرامج التعليمية بالتلفزيون السوداني، 2010) أهمية تجويد وتطوير تكنولوجيا الصورة بالتلفزيون لمواكبة التحدي العالمي واستخدام الطرق العلمية في توظيف الصورة التلفزيونية والاستفادة من مزايا وخصائص الصورة التلفزيونية في التأثير على المشاهدين والإسهام في وضع مؤشرات منهج تدريب واستيعاب الكادر الفني بالتلفزيون وقد استخدمت هذه الدراسة منهجين: منهج تحليل المضمون ومنهج الدراسات الوصفية حيث يعد هذا البحث من البحث الوصفية. وتوصلت إلى: أن تكنولوجيا الصورة لم توظف بما يتناسب وخصائص التلفزيون كوسيلة اتصال فاعله في العصر، وأن الصورة لم توظف بالمستوي المطلوب نوعياً (الوسائل الإيضاحية) وفتياً (طرق التنفيذ واللقطات).

وبينت دراسة (الإعلان التجاري التلفزيوني وفاعليتها في زيادة الشراء بالتطبيق علي تلفزيون السودان إبراهيم، 2009) ضرورة التعرف علي واقع الإعلان التجاري التلفزيوني من حيث التعرف علي أنواع السلع المعلن عنها ومن ثم الخروج بنتائج حول فاعلية الإعلان التجاري التلفزيوني مستخدمة منهجين هما المنهج المسحي الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في مجال

الدراسات الإعلامية والمنهج التاريخي ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن مفهوم الإعلان التجاري غير واضح لدى الكثيرين ولا يبنني علي المفهوم العلمي للإعلان وإن معظم العاملين في مجال الإعلان التلفزيوني من غير المتخصصين وأنها اقتصررت أغلبية الإعلانات علي الجانب التقليدي كما يري أغلبية المبحوثين أن الإعلانات التجارية في التلفزيون متطورة.

وأوضحت دراسة (التطور التقني للاتصال ودوره في إنتاج الإعلان وتطوره. دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على التلفزيون القومي 2028، (علي)، أهمية فهم مدى الاستفادة من التقنيات الحديثة في إنتاج وإخراج وتصميم الإعلان التلفزيوني مستخدمة المنهج الوصفي ومنهج تحليل المضمون والمقابلة والملاحظة كأدوات بحثية علي عينة من الإعلانات. وقد توصلت الدراسة إلى مايلي: إنتاج الإعلان التلفزيوني لا يرقى لمستوى إنتاج إعلانات الفضائيات مقارنة بالصورة والصوت والألوان الجذابة. وأنه لا يتم التوظيف الأمثل للتقنيات الحديثة في إنتاج وتصميم وإخراج الإعلان التلفزيوني، واستخدام إعلان الجرافيكس ضعيف جداً وإن صناعة الإعلان مصابة برهاب التكنولوجيا.

التعليق على الدراسات السابقة:

بينت كافة الدراسات السابقة الدور الفعال الذي تلعبه الوسائط التفاعلية في إنتاج الإعلان بكافة وسائله سواء كان إعلاناً تلفزيونياً أو سمعياً أو بصرياً أو مطبوعاً، وأوضحت الدراسات السابقة أهمية الاستفادة من استخدام هذه التقنيات الحديثة في عمليات الإخراج الفني والتلفزيوني وما يمكنها أن تقدمه من خدمات جلية وتطوير واضح لصناعة الإعلان والترويج، كما بينت الدراسات السابقة للمزايا التي تتمتع بها

الوسائط التفاعلية في عرض المعلومات والتفاعل مع الجمهور والوصول لكافة شرائح المستخدمين وتقديم خدمات أكثر تأثيراً وأكثر فاعلية، وركزت الدراسات السابقة على استخدامات الوسائط التفاعلية في الإعلان التلفزيوني بوصفه أقوى وأكثر أساليب وأدوات ووسائل الإعلان قوة وتأثيراً، إلا أن الباحثين في هذه الدراسة يرون أن هناك تطوراً هائلاً قد حصل في العقد الأخير، ألا وهو زيادة الاعتماد على الوسائط التفاعلية والوسائل غير التلفزيونية، فلم يعد التلفزيون أهم هذه الوسائل الإعلان، بل إن هناك عناصر ووسائل باتت لها الغلبة والانتشار الأوسع مثل الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الالكترونية والمواقع الإلكترونية والبرامج الحديثة مثل الميكتافيرس والهلوغرام، كما ركز الباحثون في هذه الدراسة على أثر استخدام هذه الوسائط في مجال الترويج السياحي تحديداً، والإمكانيات الكبيرة التي تضيفها هذه الوسائط التفاعلية على عملية الترويج والمساهمة في تحقيق استدامة عملية الترويج السياحي والابتعاد عن الممارسات السلبية الناجمة عن الوسائط والوسائل التقليدية القديمة في الترويج السياحي وما قد تسبب به من إضرار على البيئة والمعاليم السياحية.

2.3 الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة في تصميم عملية الترويج السياحي بعجمان - دراسة عملية ميدانية

3.2.1 أثر الوسائط المتعددة التفاعلية في تصميم عملية الترويج والتسويق السياحي لبيت الشاعر راشد الخضر بعجمان

يبدو من خلال المتابعة المباشرة لما يتم ترويجه على مختلف أنواع المنصات الإعلامية والإعلانية في الآونة الحالية بروز دور كبير للوسائط التفاعلية التي باتت تغزو شبكة الإنترنت وتكاد المواقع الالكترونية لا تخلو منها، فإذا ما أخذنا بنظرة

تحليلية دقيقة نجد أن أغلب المؤسسات والشركات على وجه عام تستخدم الوسائط التفاعلية في عملياتها الترويجية، كما تستخدم هذه الوسائط لاستقطاب وجذب المزيد من العملاء والجمهور وربطهم بالمؤسسة التجارية، وإدخالهم في قواعد البيانات الخاصة بها، ما يسهل عليها القيام بالتفاعل المباشر معهم، سواء لأجل تقديم الخدمات أو الاستجابة لرغباتهم واحتياجاتهم، أم لدراسة المتغيرات الواقعة في السوق والتي باتت سريعة التقلب والتغير، أم لأجل الحصول على ردود أفعال الجمهور المختلف على ما تقدمه هذه المؤسسات من خدمات.

ولأهمية القطاع السياحي وما يشكله من رافد أساسي للاقتصاد الوطني، ونظراً لأن القطاع السياحي يعتمد بشكل كبير على الترويج العابر للحدود، حيث تحتاج الدول والمنظمات والمؤسسات العاملة في قطاع السياحة والضيافة إلى الوصول إلى مختلف الجماهير المتواجدة في أماكن جغرافية متنوعة ومتباعدة وتختلف في ثقافتها وعاداتها ولغاتها، كان لابد من اعتماد أساليب حديثة ومتطورة تتيح لهذه الشركات العاملة في قطاع السياحة من التفاعل المباشر مع أنماط مختلفة من الجماهير، وذلك بهدف توعيتها حول الإمكانيات السياحية والمعالم السياحية والخدمات السياحية التي تمتلكها هذه الدولة أو تلك، وإلى الخدمات السياحية المتنوعة التي تقدمها هذه الشركات والتي تسعى بالنهاية من خلال ذلك إلى الترويج عن شعارها واسمها التجاري وجذب العملاء والحصول على عملاء جدد بهدف تمكين سمعتها ومكانتها وتحقيق الأرباح المالية من وراء ذلك.

وقد بدأت الشركات باستخدام أساليب متنوعة ومختلفة من الوسائل الإعلانية والإعلامية للوصول إلى جمهورها، وأخذت بالبحث عن وسائل تتمتع بالجاذبية لتنافس الشركات الأخرى،

فبرزت استخدامات الفضاء الإلكتروني على نطاق واسع وأخذت التطبيقات الإلكترونية تعزو بشكل غير مسبوق كافة القطاعات التجارية بما تمتلكه من إمكانيات هائلة تساعد المؤسسات على عرض المعلومات بشكل جذاب والتفاعل مع الجماهير والعملاء بسهولة ويسر.

2.2.3 الوسائط المتعددة التفاعلية المستخدمة في عملية الترويج والتسويق السياحي

إن قطاع السياحة يقوم بشكل رئيسي على الترويج والتسويق العابر للحدود والثقافات، كما أنه بحاجة لتطبيقات وأساليب تسمح بعرض الكثير من المعلومات والصور والأشكال والكتابات بشكل جذاب وشيق وسهل الاستخدام، من هنا فإن عملية الترويج السياحي تعتمد بالدرجة الأولى على استخدامات التطبيقات التي تسمح بالتفاعل مع الجماهير والعملاء، فإذا ما أخذنا مثالا عن شركات الطيران نجدها تستخدم المواقع الإلكترونية لتقديم خدمات حجز البطاقات والرحلات السياحية، وتتضمن هذه المواقع استخدامات كثيرة للفيديوهات والمقاطع الترويجية سواء كانت من خلال الفيديو أو الصوت، كما أنها تتضمن المقاطع المتحركة كأسلوب شيق وجذاب لعرض المعلومات والتفاعل مع الجمهور المختلف، وتستخدم هذه الشركات أيضاً صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بكثافة نظراً لانتشارها الكبير والسريع وقدراتها الهائلة على نشر المعلومات والتفاعل المباشر مع الجمهور، وتبرز وسائل إتصالية من صفحات التواصل الاجتماعي كثيرة منها الفيس بوك، الإنستغرام، التويتر، السناپ شات، التيك توك، اليوتيوب، وغيرها الكثير، وكافة هذه المواقع باتت تستخدم وسائل متطورة لاحتواء الوسائط التفاعلية، فهي تسمح بعرض الصور والفيديوهات والنصوص وكتابة الردود وإرسال الرسائل الإلكترونية والنشر الإلكتروني والتعليقات

وإبداء الرأي والتقييم المباشر للمنشآت والخدمات السياحية، إلى جانب ذلك تبرز المواقع الالكترونية على شبكة الإنترنت والتي تسمح بعرض كميات هائلة من المعلومات الشيقة والمفيدة التي يبحث عنها الجمهور بطريقة مرتبة وبتصنيفات واضحة وسهلة الاستخدام، تسمح للمستخدمين من التفاعل مع هذه الوسائل والحصول على الخدمات وتقييمها وإبداء الملاحظات أيضا، وتوسعت استخدامات الوسائط التفاعلية أكثر فأكثر فباتت الكثير من الشركات السياحية وشركات الخدمات السياحية مثل شركات الطيران والمواصلات والفنادق والمنشآت السياحية والمتاحف والأماكن الترفيهية تستخدم هذه الوسائط لتقدم للجمهور المختلف صورا واضحة بل جولات تعريفية افتراضية تمكن المستخدم من تكوين صورة دقيقة وواضحة عما يمكن ان يحصل عليه في حال طلبه لهذه الخدمات، وبات المستخدم يتمكن من الدخول إلى الكثير من المعالم السياحية عن بعد والتعرف عليها والقيام بجولات متكاملة والتفاعل المباشر مع الآخرين من خلال هذه التطبيقات، ومثال ذلك متحف المستقبل في دبي، ومتحف اللوفر في فرنسا، وغيرهما، وهي معالم سياحية باتت تمنح المستخدمين فرصة القيام بالجولات السياحية المباشرة مقابل دفع الرسوم المترتبة، وهذا شكل سوقاً إضافية للشركات السياحية وفتح لها بابا عريضا للترويج السياحي وتقديم الخدمات السياحية، كما مكن الدول والمؤسسات من تعريف الجمهور المتخلف على إمكانياتها السياحية بشكل مشوق وجذاب، وتطور استخدام هذه الوسائط لتصل إلى قيام بعض الشركات السياحية بخلق بيئات تفاعلية افتراضية متكاملة مثل عرض معالم سياحية بتقنيات الهولوجرام والميتافيرس، وسمحت هذه التقنيات بقدرات هائلة على عرض المعلومات، مثل المقتنيات الأثرية والوثائق والصور والأشكال والنصوص التي يمكن كتابتها بلغات

متعددة ومتنوعة ومن خلال ضغطات بسيطة على أزرار تفاعلية، مثل هذه الأمور التي كان من الصعب الحصول عليها وتحقيقها باستخدام الوسائل التقليدية مثل الإعلانات المطبوعة، والتي تسمح بعرض محدود للخدمات ولا يمكن إعادة استخدامها لأكثر من مرة، كما أن تسارع التطور التقني في زمننا الحالي جعلها وسائل متخلفة وقديمة.

3.2.3 أثر الوسائط المتعددة التفاعلية على استدامة عملية الترويج والتسويق السياحي لبيت الشاعر راشد الخضر

إضافة إلى الجوانب السابقة، فإن استخدام الوسائل الترويجية التقليدية له دور كبير في التسبب بأثر سلبي على البيئة، سواء من خلال الإضرار المباشر بالمعالم السياحية والمنشآت السياحية، أو بما يترتب على هذه الاستخدامات السلبية على البيئة بشكل عام، فكم من معلم سياحي تأثرت مقتنياته سلبا بسبب التصوير الفوتوغرافي المباشر؟ وكم من معلم سياحي نجد عليه آثار التخريب والتشويه بسبب السياحة المباشرة إضافة غلى ما تشكله عناصر الترويج التقليدي من أثر سلبي على البيئة باستخدام الأوراق واللوحات والأحبار والطباعة وغيرها، على خلاف الوسائط التفاعلية التي ساهمت بالفعل بتغيير النهج التقليدي والتخلص من الكثير من الوسائل التقليدية الضارة، فالوسائط التفاعلية مكنت المؤسسات من عرض معلوماتها بشكل ذكي وسهل وسريع وآمن عبر فضاء واسع وكسب المزيد من العملاء والجمهور باستخدام تقنيات متطورة بعيداً عن الإضرار بالبيئة، فالإعلان اليوم ينتشر عبر فضاء هائل دون طباعة أو مستلزمات طباعية، وكمثيالاتها من المدن السياحية العالمية التي تمتلك إمكانيات سياحية هائلة وجذابة تجعلها في مصاف الدول والمدن العالمية في مجال

4 الإجراءات المنهجية :

1.4 منهج الدراسة :

إن منهج البحث هو الإطار الذي يسمح للباحث بترتيب منظم وعلمي للموضوع الذي يبحث فيه، وتتبين منهجية البحوث في أية دراسة علمية في ضوء المشكلة التي تناقشها وتبحث فيها، وعلى استخدام الباحثون:

المنهج الوصفي: حيث أن المنهج الوصفي هو المنهج الأكثر ملائمة للبحوث والدراسات الإعلامية، فهو المنهج الذي يقوم على تسجيل وتحليل وتفسير الظواهر كما هي في الوضع الراهن، وذلك بعد القيام بجمع البيانات الكافية والمناسبة، ويقوم بتصنيفها وتحديداتها وتحليلها، ويعمل على استنتاج النتائج التي يمكن البناء عليها مستقبلاً لرسم تصور حول وضع العلاقات العامة وأدائها وتأثيرها في القطاع السياحي، وقد قام الباحثون باستخدام المنهج البحثي إلى جانب المنهج الوصفي، على اعتبار أنه المنهج الذي يتناسب وقياس الرأي والاتجاهات، ويعتبر المنهج الوصفي وعاءً واسعاً يضم في جنباته العديد من المناهج والأساليب المساعدة كالدراسات الميدانية وعمليات المسح الاجتماعي.

1.4 مجتمع وعينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور إمارة عجمان، بوصفها الإمارة التي يقع فيها المعلم السياحي المدروس وتنطق منها الحملة الترويجية والإعلامية لهذا المعلم، ومن خلال إجراء عينتين عمديتين الأولى على مجموعة من الخبراء من اختصاصات العلاقات العامة والوسائط التفاعلية في مؤسسات متخصصة كدائرة التنمية السياحية في عجمان بصفتها المشرف والمدير للمعلم السياحي المدروس، وجامعة المدينة لتوفر كوادر تعليمية وإدارية وفنية خبيرة في مجال استخدام

السياحة والضيافة، قامت إمارة عجمان ممثلة بدائرة التنمية السياحية والثقافية والتراثية باستخدام هذه الوسائط التفاعلية بشكل مباشر وعلى نطاق واسع، مما ساهم في حماية معالمها السياحية من الممارسات السلبية والضارة التي قد تتأتى من خلال الترويج التقليدي، فتحوّلت أغلب المعالم السياحية فيها إلى معالم ذكية، ومثال ذلك متحف عجمان التاريخي الذي قدم تجربة فريدة في دمج الوسائط التفاعلية مع التجربة السياحية التراثية، ونجد داخل المتحف العديد من الأقسام التي تحكي تاريخ الإمارة وتراثها وتعرض لمقتنيات نادر باستخدام التسجيلات الصوتية والفيديوهات وشاشات اللمس والبرامج التفاعلية التي تسمح للسائح باستخدام التقنية لفهم وتجربة تاريخ الإمارة، كما استخدمت دائرة التنمية السياحية والثقافية والتراثية في الإمارة الوسائط التفاعلية من خلال إنشاء موقع الكتروني وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات إلكترونية مباشرة الاستخدام، وعرضت من خلال للمنشآت والخدمات والمعالم السياحية في الإمارة، وساهم ذلك في رفع الإشغال الفندقي واحتلال الإمارة لمراكز متقدمة في مؤشر التنافسية السياحية في الدولة.

ونلاحظ من خلال متابعة عمليات الترويج السياحية استخدام الشركات والمؤسسات السياحية للوسائط التفاعلية بكثرة وانتشار، فالفنادق المقامة في الإمارة إلى جانب المنشآت السياحية والأماكن الترفيهية جميعها تمتلك وسائل تقنية متطورة تستخدم الأسلوب التفاعلي في الوصول إلى الجمهور والترويج عن الخدمات السياحية.

العامة والإعلان- جامعة المدينة بعجمان، وقد تم اختيارهم نظراً لأن فئة الطلاب المختارة تعتبر شريحة متنوعة تمثل تركيبة مجتمع إمارة عجمان، ويمكن الوصول إليهم ورصد آرائهم وانطباعاتهم عن التجربة، وهم من الطلاب القادرين على التعامل مع واستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية، كما أنهم يمثلون شريحة من مستخدمي الخدمات السياحية بشكل عام، والأماكن التراثية والتاريخية بشكل خاص.

الحدود الزمانية: وقع اختيار الباحث لهذه الفترة الزمنية بين شهر يناير 2023 وشهر أبريل 2023 باعتبار هذه الفترة هي فترة موسم السياحة في الدولة، وفي مثل هذه الفترات من الأعوام السابقة شهدت الإمارة تطوراً كبيراً وتمكنت من تحقيق أرقام قياسية ملفتة للنظر في المجال السياحي على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وبالاستنادات للإحصائيات⁹ فقد حققت الإمارة أعلى نسبة إشغال فنادقي على مستوى الدولة في هذا التاريخ من العام الفائت 2021، كما تم افتتاح مشروع ترميم بيت الشاعر راشد الخضر في الحي التراثي بمحيط متحف عجمان التاريخي.

3.4 أدوات جمع البيانات:

إن اختيار أداة البحث يتوقف على نوع المعلومة أو البيانات والمنهج الذي تم استخدامه، وقد اعتمد الباحث في الحصول على المعلومات والبيانات الثانوية على المراجع والمصادر الثانوية مثل الكتب والمجلات التخصصية، والرسائل العلمية غير المنشورة، والتقارير على اختلاف أنواعها، والإحصائيات الميدانية التي صدرت عن هيئات معترف بها، أمّا بالنسبة للبيانات والمعلومات التي جمعت للمرة الأولى فقد استعان الباحث بعدد من الأدوات البحثية وذلك وفق إجراءات محددة، على الشكل التالي:

الوسائط التفاعلية، كما تم اختيار العينة الثانية من فئة طلاب جامعة المدينة كونهم ينتمون إلى فئات مجتمعية مختلفة تتنوع خصائصهم الديمغرافية والنفسية ومستوياتهم العلمية والاجتماعية لكنهم من الفئات التي على احتكاك مباشر بالوسائط التفاعلية والتطبيقات الالكترونية ومهتمون في السياحة والمعالم السياحية، لذلك تم اختيار العينة العمدية للجمهور العام من طلاب جامعة المدينة بعجمان - كلية الإعلام كنموذج عن فئة المستخدمين للخدمات السياحية ولكونهم يمتلكون مهارات التعامل مع الوسائط التفاعلية ويمثلون شريحة متنوعة من مجتمع إمارة عجمان تم اختيار عينة البحث من موظفي دائرة التنمية السياحية والثقافة والفنون بعجمان المتخصصين في مجال العلاقات العامة وإدارة المعالم السياحية واستخدام الوسائط التفاعلية، وإداريين وطلاب جامعة المدينة بعجمان - كلية الإعلام، والأقسام التابعة لها بطريقة متعمدة (قصدية) وهي إحدى العينات غير الاحتمالية التي يختارها الباحث للحصول على آراء أو معلومات معينة لا يتم الحصول عليها إلا من تلك الفئة المقصودة، فقد تم توزيع استمارة البحث والاستقصاء بعدد 50 مبحوثاً توزعت على فئتين، فئة الخبراء بواقع 20 مبحوثاً وفئة الجمهور العام من الطلاب بواقع 30 مبحوثاً وتم استلام 50 نسخة استمارة منها.

2.4 حدود الدراسة:

الحدود المكانية: للعينة الأولى: دائرة التنمية السياحية بعجمان - إدارة العلاقات العامة، وإدارة المعالم السياحية، ومكتب الثقافة والفنون نظراً إلى جانب الأساندة والإداريين في جامعة عجمان المتخصصين في مجال الوسائط التفاعلية والعلاقات العامة، نظراً لأنهم يشكلون الفئة الخبيرة في هذا المجال، أما للعينة الثانية فكانت طلاب كلية الإعلام - قسم العلاقات

التفاعلية والتطبيقات الالكترونية ومهتمون في السياحة والمعالم السياحية، لذلك تم اختيار العينة العمدية للجمهور العام من طلاب جامعة المدينة بعجمان - كلية الإعلام كنموذج عن فئة المستخدمين للخدمات السياحية ولكونهم يمتلكون مهارات التعامل مع الوسائط التفاعلية ويمثلون شريحة متنوعة من مجتمع إمارة عجمان

4.4 اختبار الصدق والثبات:

1.4.4 اختبار الصدق: وقد تم قياس صدق الاستمارة المعدة من قبل الباحثين من خلال الأساليب التالية:

2.4.4 تقويم أدوات القياس: حيث تم أخذ الاعتبار أثناء بناء الاستمارة للتالي:

- صياغة واضحة وكلمات مقروءة.
- سهولة وسليمة اللغة.
- تسلسل منطقي للأسئلة.
- عدم ازدواج الأهداف في العبارة الواحدة.
- تحتوي على عدد من المحاور.

تحكيم الاستمارة: قام الباحث بعرض الاستمارة بصورتها الأولية على دكتور المساق لتحكيمها.

3.4.4 صدق المحتوى: حيث قام الباحثون بمراجعة أسئلة الاستمارة بشكل دقيق وتفصيلي للتثبت من تضمينها للاستجابة التي هدفت إلى تحقيقها، وصياغتها على نحو مفهوم للمبحوثين ومن خلال عرض الاستمارة على عدد من المحكمين من أساتذة الجامعة مثل الدكتورة سمر عبد الحليم، والدكتور محمود كليم.

4.4.4 صدق البناء: حيث قام الباحثون بمراعاة الترتيب المنطقي لوضع الأسئلة مما يوفر الوقت ويلبي متطلبات استيفاء البيانات.

- الاستبانة استبانة الخبراء: وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تمت كتابتها وكل محور يحتوي على عدد من الأسئلة التي تغطي جوانب البحث بالشكل الذي يحقق أهداف البحث واستخدم الباحث مقياس (ليكرت) الخماسي لاختيار الإجابات المناسبة وهي (أوافق بشدة، أوافق محايد، لا أوافق، لا أوافق مطلقاً)

حيث يقوم من يستجيب لها بالإجابة على هذه الأسئلة، وتكون على نوعين: أ- مقيدة، ب- حرة، وتعتبر هذه الأداة من أكثر أدوات البحوث انتشاراً واستخداماً وخاصة في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية (قنديلجي، 2008، ص 45)، وخاصة الدراسات المسحية واستطلاعات الرأي، وقد قام الباحث بتصميم وعمل استبانة خبراء كما صمم نسخة الكترونية منها إلى جانب النسخة الورقية وذلك لأهمية تغطية جانب الإعلام التفاعلي والحرص على الوصول إلى جميع أفراد العينة والسماح بمشاركتهم انطلاقاً من أهمية الجانب التكنولوجي ونظراً لاختصاره الوقت والجهد والتكلفة. واحتوت على مجموعة من المحاور،

- استبانة جمهور طلاب جامعة المدينة عجمان: وهي العينة الثانية وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تمت كتابتها وكل محور يحتوي على عدد من الأسئلة التي تغطي جوانب البحث بالشكل الذي يحقق أهداف البحث واستخدم الباحث مقياس (ليكرت) الخماسي لاختيار الإجابات المناسبة وهي (أوافق بشدة، أوافق محايد، لا أوافق، لا أوافق مطلقاً).

حيث يقوم من يستجيب لها بالإجابة على هذه الأسئلة، كونهم ينتمون إلى فئات مجتمعية مختلفة تتنوع خصائصهم الديمغرافية والنفسية ومستوياتهم العلمية والاجتماعية لكنهم من الفئات التي على احتكاك مباشر بالوسائط

5.4.4 الصدق الظاهري للمحتوى: حيث قام الباحثون بعرض الاستمارة المرفقة على عدد من المتخصصين في مجالات الإعلام والوسائط التفاعلية والترويج السياحي والمعالم السياحية والاستدامة، ومن خلال عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من جامعة المدينة عجمان.

- اختبار الثبات: يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، وقد تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10 % من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم إعادة تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5 % من المبحوثين بعد أسبوعين من الاختبار الأول قام الباحثون بتصميم استمارة الخبراء وتوزيعها على عينة البحث واحتوت على مجموعة من المحاور، وكل محور يحتوي على عدد من الأسئلة التي تغطي جوانب البحث بالشكل الذي يحقق أهداف البحث. استخدم الباحث مقياس (ليكرت) الخماسي لاختيار الإجابات المناسبة وهي (أوافق بشدة، أوافق محايد، لا أوافق، لا أوافق مطلقاً).

- الأسلوب الإحصائي المبسط المستخدم في الدراسة: قام الباحث بترميز أسئلة الاستبانة ومن ثم تغريغ البيانات التي تم جمعها ومن ثم تحليلها وفقاً لعدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ونوع متغيرات الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفروض.

5: نتائج الدراسة الميدانية :

1.5 نتائج استبيان الجمهور المستهدف

أجمعت العينة المبحوثة على أن الوسائط التفاعلية قدم لهم أدوات سمحت لهم بخوض التجربة السياحية بعيداً عن أية ظروف قد تعيق ذلك، ما يعزز فكرة أن الوسائط التفاعلية قادرة

على خلق تجربة سياحية فريدة ومميزة وفتح آفاق جديدة وبالتالي لعب دور هام في زيادة الدخل الوطني السياحي. اتفق أفراد العينة أن الوسائط التفاعلية أضافت عناصر جديدة على الإعلان السياحي، وبالتالي يتضح التأييد العالي لقدرة هذه الوسائط على خلق الفارق وجذب الجمهور والتأثير به وتقديم ما يحتاجه وما يبحث عنه من معلومات وخدمات وبيانات. كما اتفق أفراد العينة أن الوسائط التفاعلية أضافت عناصر جديدة على الإعلان السياحي، وبالتالي يتضح التأييد العالي لقدرة هذه الوسائط على خلق الفارق وجذب الجمهور والتأثير به وتقديم ما يحتاجه وما يبحث عنه من معلومات وخدمات وبيانات. التأييد المطلق لسهولة استخدام الوسائط التفاعلية ضمن الحملة الترويجية يؤكد على إمكانيات هذه الوسائط العالية وقدرتها على التفاعل وتقديم الخدمات لكافة الشرائح وبالتالي أهمية الاعتماد عليها في ذلك.

وأظهرت النتائج ان جميع أفراد العينة وجدت أن الوصول للمعلومات أفضل وأسهل وأوضح باستخدام الوسائط التفاعلية، ما يؤكد أن له قدرات غير محدودة في خدمة رغبات الجمهور وإيصال المعلومات وبالتالي فعالية عالية في الحملات الترويجية السياحية.

نتائج استبيان الخبراء

100% من الخبراء المبحوثين يرون بأن الوسائط التفاعلية كفيلة في الإغناء عن الوسائل التقليدية التي قد تسبب أضراراً للمقتنيات والمعالم السياحية.

كما أن 100% من المبحوثين الخبراء يؤيدون أن للوسائط التفاعلية قدرات عالية تسمح بابتكار أساليب جديدة في الترويج السياحي والتجربة السياحية بذاتها، وأنها كفيلة بإيجاد وسائل وطرق جديدة تزيد من فرص السياحة وتعزل الممارسات السلبية للترويج التقليدي.

100% يرون بأن الوسائط التفاعلية بما تبتكره من طرق وأساليب جديدة في الترويج السياحي قادرة على زيادة الحركة السياحية والطلب السياحي على المعالم السياحية وبالتالي زيادة الدخل الوطني السياحي المتأتي من ذلك. 100% من الخبراء يرون أن الطريقة التي تم عرض الوسائط التفاعلية فيها ضمن الحملة تناسبت مع فكرتها، وهذا يثبت قدرة الوسائط التفاعلية عن التعبير بشكل ناهج عن المضمون وإيصال الفكرة والمعلومة بالشكل الأمثل. 100% من الخبراء يرون أن الطريقة التي تم عرض الوسائط التفاعلية فيها ضمن الحملة تناسبت مع فكرتها، وهذا يثبت قدرة الوسائط التفاعلية عن التعبير بشكل ناهج عن المضمون وإيصال الفكرة والمعلومة بالشكل الأمثل

6. الخاتمة ومناقشة النتائج؛

وبعد تحليل آراء الباحثين وملاحظات الباحثين، وتبيان المعلومات التي تم التعرف والتوصل إليها من خلال الزيارات الفعلية للمتحف والمقابلات التي قام الباحثون بإجرائها ونتائج الاستبيان الذي أجراه الباحثون على عينة البحث والجوانب المختلفة للبحث، فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أثبتت وبيّنت الدراسة أن استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية تلعب دوراً رئيساً في مجال تطوير قطاع السياحة والضيافة، وخاصة السياحة التاريخية.
- أثبتت الدراسة أن أثر الوسائط المتعددة التفاعلية كبير على استدامة عملية الترويج والتسويق السياحي.
- بيّنت الدراسة بأن الوسائط المتعددة التفاعلية قادرة على استبدال العمليات والخدمات السياحية القديمة والتقليدية والتي لها تأثيرات سلبية على البيئة والمجتمع.
- خلصت الدراسة إلى أن استخدام الوسائط

- المتعددة التفاعلية في عملية التسويق والترويج السياحي تساهم بشكل مباشر في خلق تجربة سياحية فريدة ومتميزة ومستدامة لإمارة عجمان.
- أوضحت الدراسة أن أغلب المعالم السياحية في عجمان لا تمتلك وسائل ترويجية مستقلة مدعومة بالوسائط المتعددة التفاعلية.
- أثبتت الدراسة بأن إضافة ميزات الوسائط المتعددة التفاعلية على موقع دائرة التنمية السياحية بعجمان له الأثر الكبير في زيادة أعداد الزوار والراغبين باكتشاف بيت الشاعر راشد الخضر.
- أثبتت الدراسة أن الوظائف الإعلامية التي توفرها الوسائط المتعددة التفاعلية ذات أبعاد هامة للغاية على زيادة الطلب السياحي في الإمارة.
- بيّنت الدراسة أن إضافة خدمات الوسائط المتعددة التفاعلية على بيت الشاعر راشد الخضر بصفته أحد معالم إمارة عجمان التاريخية سمح بتطوير التجربة السياحية المرتبطة وزيادة رغبة الزوار بزيارة المكان والتعرف عليه.
- أثبتت الدراسة أن كمية ونوعية المعلومات التي تم عرضها باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية في مشروع ترميم بيت الشاعر راشد الخضر ساهمت بتصميم حملة ترويجية وتسويقية متكاملة.
- أوضحت الدراسة بأن الحملة الترويجية والتسويقية لبيت الشاعر راشد الخضر حققت مشاركات وزيارات أكبر نتيجة لاستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية كالأواقع الافتراضي والميتافيرس وشاشات اللمس التفاعلية والتطبيق الإلكتروني والموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي.
- بيّنت الدراسة أن قدرة الوسائط المتعددة

التفاعلية في الوصول إلى الجمهور المستهدف أعلى من الوسائط التقليدية العادية.

- بينت الدراسة أن الحملات الترويجية والتسويقية السياحية المدعومة بخدمات الوسائط المتعددة التفاعلية ذات أثر نفسي أكبر على الجمهور المستهدف.

- وضحت الدراسة بأن موقع دائرة التنمية السياحية بعجمان جاهز للتعامل مع خدمات الوسائط المتعددة التفاعلية.

- أثبتت الدراسة بأن وسائل التواصل والإعلام التفاعلي الجديد احتلت المركز الأول في استبيان الراي وهذا يدل على مدى اهتمام الإدارة والدائرة باستخدام هذه الوسائط الحديثة في التفاعل مع مختلف أنواع الجمهور.

- يساهم استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية في عملية الترويج والتسويق السياحي في تحقيق السمعة الطيبة والإيجابية لدائرة التنمية السياحية بعجمان ولإمارة عجمان كوجهة سياحية متميزة.

- بينت الدراسة رغبة المفحوصين بزيادة إدراج وتوظيف الوسائط المتعددة التفاعلية في الخدمات السياحية والترويجية للمعالم السياحية في الإمارة لما لها من قدرات كبيرة في تسهيل الخدمات السياحية للجمهور.

7- توصيات الدراسة :

بناءً على الآراء التي تم جمعها من المبحوثين وملاحظات الباحث، والمعلومات التي تم الاطلاع عليها من خلال الزيارات الميدانية والمقابلات التي أجراها والجوانب المختلفة للبحث، وبناء على الدراسات التي قام بها الباحث والكتب التي اطلع عليها كمراجع، وأيضاً الواقع لاستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية في عمليات الترويج والتسويق السياحي بإمارة عجمان:

يوصي الباحث بما يلي:

- يوصي البحث المديرين في إدارة العلاقات العامة والتطوير والتسويق السياحي بعجمان إلى ضرورة تنشيط دور الوسائط المتعددة التفاعلية كوسيلة من أهم الوسائل التواصلية الحديثة والتي تقوم بتحسين جهود الترويج والتسويق السياحي بالإمارة.

- يوصي الباحث بالاهتمام بتجربة مشروع ترميم بيت الشاعر راشد الخضر كمعلم سياحي يمتلك خدمات الوسائط التفاعلية الجاذبة للجمهور وتعميمها على المعالم السياحية الأخرى بالإمارة.

- أهمية تطوير تجربة مشروع ترميم بيت الشاعر راشد الخضر وإدراج وسائط متعددة تفاعلية إضافية مثل الهلوغرام ونظارات الواقع الافتراضي وغيرها من الوسائط والوسائل.

- أهمية التركيز على البحوث المتعلقة بالإعلام التفاعلي الجديد ليتم الاستفادة من توظيفها كوسيلة اتصالية شديدة الفعالية لدى الدائرة ومواكبة المتطلبات المتجددة للجمهور المختلف

- يوصي البحث بضرورة اعتماد ميزانيات مالية أعلى لدعم توظيف الوسائط المتعددة التفاعلية في عملية التسويق والترويج السياحي، لما لها من انعكاسات إيجابية على زيادة عدد الزوار والسياح وزيادة الدخل المتأتي من ذلك، وتقديم تجربة سياحية متفردة ومتميزة.

ومن خلال واقع الاستفادة من الدراسة الميدانية والزيارات المباشرة بتجريبه مشروع بيت الشاعر راشد الخضر بدائرة التنمية السياحية بعجمان ومعايشة الباحثين لواقعها ونتائج استبانة الخبراء فإن الباحثين يوصون بالاستفادة من التجربة فيما يلي:

المصادر والمراجع

أولاً- المراجع:

الكتب:

1. أحمد جلال جمال. (2016). التسويق السياحي والترويج للخدمات السياحية. دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع.
2. بسيوني عبد الحميد. (2005). استخدام وتأليف الوسائط المتعددة. دار الكتب العلمية.
3. خالد بن عبد الرحمن آل دغيم. (2015). الاعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية. دار أسامة للنشر والتوزيع.
4. سامح عبد المطلب عامر وآخرون. (2012). التسويق الالكتروني. دار الفكر.
5. ايناس رأفت مأمون شومان. (2011). استراتيجيات التسويق وفن الإعلان. دار الكتاب الجامعي.
6. عماد الدين تاج السرفقير عمر. (2013). إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة. دار البداية ناشرون وموزعون.
7. منال شوقي عبد المعطي. (2011). مقدمة في الاعلام السياحي. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
8. ثامر البكري. (2006). الاتصالات التسويقية والترويج. دار الحامد للنشر والتوزيع.

المعاجم والقواميس:

- معجم المعاني.
- قاموس المعجم الوسيط.
- معجم مصطلحات العلاقات العامة.

الرسائل الجامعية:

1. أحمد، محمد فضل الله. (رسالة ماجستير غير منشورة). ادارة العلاقات العامة في مؤسسات القطاع العام، جامعة ام درمان.
2. القضاة، محمد امين. (رسالة ماجستير). العلاقات العامة في الجامعات بالتطبيق على الجامعات الأردنية، جامعة ام درمان الاسلامية.
3. الزاكي، شاهيناز. (رسالة ماجستير غير منشورة). دور العلاقات العامة في القطاع العام، جامعة ام درمان الاسلامية.
4. بوكريطة، نوال. (رسالة ماجستير غير منشورة). أثر الاتصال في رفع الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية، جامعة الجزائر.

التقارير والدوريات:

- دائرة التنمية السياحية بعجمان. (2021). التقرير الإحصائي السنوي.
- دائرة التسويق السياحي والتجاري بدبي. (2017). المجلة الفصلية «دبي»، عدد مارس مايو.
- دائرة التسويق السياحي والتجاري بدبي. (2017). المجلة الفصلية «دبي»، عدد ديسمبر.

- ضرورة توظيف دور وسائل التواصل الاجتماعي وشبكات الإعلام الجديد وتطبيقات الإعلام التفاعلي لما برز لها من أهمية كبيرة في العملية التسويقية والترويجية.

- من الضرورة بمكان تطوير المنظومة الإعلامية للمؤسسات العاملة في القطاع السياحي بشكل عام والاهتمام بتخصص العلاقات العامة والإعلام السياحي وتعزيز دور البحث العلمي وإجراء الدراسات الميدانية وذلك بهدف الاستفادة من الأدوار الحديثة للعلاقات العامة السياحية والتسويق السياحي، وعدم التوقف عند المهام التقليدية لتحسين الصورة الذهنية أو استخدامات الوسائل التواصلية التقليدية فقط.

- تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلامية والتسويقية السياحية على الشبكات التفاعلية وتطبيقات الإعلام التفاعلي الجديد عن المعالم والمواقع السياحية، وتوظيف الوسائط المتعددة التفاعلية بشكل فعال أكثر للتسويق لهذه المواقع بهدف مساهمتها في تطوير المنظومة السياحية والاقتصادية.

- ضرورة إخضاع موظفي إدارة العلاقات العامة والتطوير والتسويق السياحي إلى التدريب المستمر والمتجدد على وسائل النشر والإعلان وتطبيقات وسائل الإعلام التفاعلي الجديد.

- أهمية زيادة الاعتمادات المالية المخصصة لأنشطة التسويق والترويج السياحي المدعومة باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية في الدائرة لما له من عائد استثماري كبير يصب في مصلحة تطوير صناعة السياحة وقطاع السياحة بشكل عام في الإمارة والدولة ويعود بالنفع ويساهم في إنعاش الدخل القومي للإمارة.