

الإبداع التسويقي في صناعة السياحة

(دراسة ميدانية لعينة من شركات السفر والسياحة العراقية)

Marketing creativity in the tourism industry (A field study of a sample of Iraqi travel and tourism companies)

م.م. احمد مكي محمود⁽¹⁾

Asst. Lect. Ahmed Makki Mahmoud

الملخص

الإبداع التسويقي من العوامل المهمة للنجاح نظراً لما له من أهمية في القدرة على التجديد وتقديم المنتجات المبتكرة، لذا تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما هو مفهوم الإبداع التسويقي والابتكار في شركات السفر والسياحة العراقية؟

٢. هل حققت الشركات نجاحاً ملموساً في مجال الابتكار والإبداع التسويقي؟

وتتجلى أهمية الدراسة الحالية بيان واقعية الإبداع التسويقي في شركات السفر والسياحة العراقية وتم توزيع

الاستمارة على عينة عشوائية من الشركات العراقية للسفر والسياحة، بعدد ١٠٠ استبانة.

الكلمات المفتاحية: الإبداع التسويقي، صناعة السياحة، شركات السفر والسياحة العراقية.

Abstract

Marketing creativity is an important factor for success due to its importance in the ability to innovate and provide innovative products, so the study seeks to answer the following questions :

١ - جامعة كربلاء - كلية الطب. Makiahmed850@gmail.com.

1. What is the concept of marketing creativity and innovation in Iraqi travel and tourism companies ?
2. Have the companies achieved tangible success in the field of innovation and marketing creativity?

The importance of the current study is to show the reality of marketing creativity in Iraqi travel and tourism companies, and the questionnaire was distributed to a random sample of Iraqi travel and tourism companies, with a number of 100 questionnaires .

Keywords: Marketing Innovation, Tourism Industry, Iraqi Travel and Tourism Companies.

المقدمة

تعد صناعة السياحة من الصناعات الهامة للاقتصاد العراقي، إن الابتكار والابداع الانتاجي والتسويقي والاداري هي عناصر مهمة لضمان استمرار نمو وتطور هذه الصناعة نظراً لما يقدمه الابتكار والابداع من القدرة على تطوير منتجات جديدة وأساليب تسويقية مبتكرة تتلاءم مع طبيعة المنتج الدوائي وطبيعة الأسواق الموجهة إليها هذه المنتجات .

منهجية الدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

حدة المنافسة في ازدياد بين جميع الشركات بسبب العديد من العوامل منها ما هو تقليدي بسيط عن طبيعة العمل في القطاع الخاص في ضوء اقتصاديات السوق ومنها ما هو معقد بسبب العولمة والتقدم الهائل في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مما جعل الكثيرون ينظرون الى الأسواق العالمية على أنها سوق واحدة، ولما كانت شركات السفر والسياحة العراقية من بين أكثر الشركات تأثراً بهذه المتغيرات فقد كانت الحاجة لأن تعمل هذه الشركات على تمييز نفسها في السوق وبما يضمن لها البقاء والنمو، ونظراً لكون الإبداع والابتكار من العوامل المهمة للنجاح نظراً لما له من أهمية في القدرة على التجديد وتقديم المنتجات المبتكرة , لذا تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

١. ما هو مفهوم الابداع التسويقي والابتكار في شركات السفر والسياحة العراقية؟
٢. هل حققت الشركات نجاحا ملموسا في مجال الابتكار والابداع التسويقي؟

ثانياً: اهداف الدراسة

تهدف الدراسة الى ما يلي:

١. التعرف على مدى إدراك مديري الشركات ل:
 - أهمية الابتكار والإبداع التسويقي.
 - البعد التسويقي للابتكار والابداع.

- دور الابتكار والابداع في تعزيز العلاقات بين الشركات.

٢. مدى أثر الابداع والابتكار التسويقي على أساليب البحث والتطوير في شركات السفر.

ثالثاً: فرضيات الدراسة

اعتمدت الدراسة على فرضية أساسية عدمية مفادها الآتي: -

١. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التفكير الابداعي وأساليب البحث والتطوير لدى شركات السفر والسياحة في العراق.

٢. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التفكير الابداعي وطرق التمويل والمخاطرة لدى شركات السفر والسياحة في العراق.

٣. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التفكير الابداعي ومدى توفر قاعدة بيانات تسويقية لدى شركات السفر والسياحة في العراق.

٤. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التفكير الابداعي وطبيعة العمل الاداري لدى شركات السفر والسياحة في العراق.

رابعاً: عينة الدراسة:

تم توزيع الاستمارة على عينة عشوائية من الشركات العراقية للسفر والسياحة، وطلب تعبئة هذه الاستبانة من قبل المدراء المعنيين بتسويق الرحلات السياحية في كل شركة واستعيدت بالكامل حيث بلغ عدد الاستمارات الجاهزة للتحليل الاحصائي ١٠٠ استبانة.

الجانب النظري

الابداع التسويقي:

مفهوم الابتكار creation فانه غالباً ما يختلط مع مفاهيم اخرى مثل الاختراع Invention، الابداع Creativity ، التحسين Improving والتطوير Development (نجم، ٢٠١٢ : ١٣٧)، وهنا لابد من توضيح هذه المفاهيم وفق ما جاء به (قنديل ، ٢٠١٤ : ١٢٤) وهي كما يأتي:

- الاختراع: هو التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا.
- التحسين : هو ادخال تعديلات او تغييرات صغيرة او كبيرة على العمليات او المنتجات الحالية بما يجعلها اكثر كفاية وملائمة في الاستخدام المستقبلي.
- التطوير : هو التغيير المخطط Planned Change بهدف الانتقال من وضع إلى وضع افضل.

يتطلب الإبداع التسويقي أن تقوم الشركات وباستمرار في عمليات البحث عن تطوير المنتجات بما له فوائد كبيرة لدى المستهلكين ويعمل على انجاز أقصى إشباع ممكن لحاجاتهم ورغباتهم. بالإضافة إلى هذا فإن الإبداع التسويقي يتطلب القيام بعمليات تسويقية جديدة وحديثة وبعيدة عن التقليد (Cronbach, 1984: 76).

إن نجاح الإدارة في تبني وتنفيذ استراتيجية الإبداع والتطوير للمنتجات الجديدة يعتمد مع مقدرتها في الملائمة إضافة إلى توفير الموارد البشرية والمادية والمالية والقانونية لإجراء عملية التطوير (Sekaran, 1984: 227).

ولتحقيق مناخ إبداعي لشركات السياحة العراقية يجب عليها إشراك كافة الفئات العمرية من العاملين فيها من خلال تشكيل لجان مؤقتة أو دائمة للبحث عن الأفكار الإبداعية إضافة إلى ذلك أن تتبنى شركات السفر إقامة برامج تدريبية للفئات الشابة من العاملين فيها والذين سيتكون لديهم فيما بعد أو تتوفر لديهم الحافزية والحماس في التفكير الحر والإبداعي والذي سيعمل على خلق الأفكار الإبداعية لديهم وتزويدهم بالدعم المادي والمعنوي، وتوفير المناخ الإداري الذي يهدف إلى مساعدة المبدعين في الميادين التي يرغبون فيها.

ويرى (Fillis & Rentschler, 2010: 25) أن عملية التمييز بين الإبداع والابتكار تكمن بان الإبداع هو إنتاج افكار جديدة ومفيدة في اي اختصاص او مجال , بينما الابتكار فهو يعد التنفيذ الناجح لهذه الافكار , كما يؤكد (نجم , ٢٠١٢ : ١٣٨) ان الإبداع يتمثل في التوصل إلى حلول لمشكلة ما أو إلى افكار جديدة غير مطروحة سابقاً , في حين أن الابتكار هو التطبيق الخلاق او الملائم لهذه الافكار؛ ولهذا فإن الإبداع هو الجزء المرتبط بالأفكار الجديدة , في حين ان الابتكار هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ او التحويل من الفكرة إلى المنتج (سلعة-خدمة)

مبشرات الابتكار والإبداع التسويقي لشركات السفر والسياحة (محمد , ٢٠٠٠ : ١٢-١٤)

- ١- تطوير كفاءة الشركات من خلال تطوير الموارد بما يوفر كل ما هو جديد وممكن.
- ٢- الاستغلال الأمثل للفرص التسويقية ومحاولة دراستها وفهمها للوصول إلى المقدرة على تطبيقها.
- ٣- الاستخدام الأمثل للأموال وحسب المتغيرات البيئية.
- ٤- متابعة التطورات والتغيرات العالمية في مجال تسويق الرحلات السياحية والنقل.

المقومات الأساسية لإنجاح عملية إدارة المنتجات الجديدة (محمد , ٢٠٠٠ : ٢٨-٣٠)

- ١- القدرة على توليد الأفكار الجديدة وباستمرار
- ٢- امتلاك الشركة القدرات الفنية والتسويقية

٣- الآليات والكفاءات المناسبة لتصميم مزيج تسويقي للمنتج المراد تطويره.

أن الإبداع هو كل عمل يتفنت عن طريقة جديدة ويتكشف عن رؤية شيء ما أو علاقة معينة وجعل الطريقة والشيء ذات معانٍ متلاحمة مع الفكر والروح والقلب، أي أن المقدرة على الإبداع تأتي من خلال إدراك العلاقات بين الأشياء والأفكار والأحداث والربط بينهما وإنشاء علاقات منطقية جديدة بين الملاحظات المختلفة وعليه فإن الإبداع هو الرغبة العارمة في استخدام ما يدرك العقل في تطبيقات عملية تحقق نتائج جديدة ومتميزة (ماضي ، ١٩٩١ : ١٩٧) .

أما ما يتعلق بالابتكار فالمقصود به هو أي فكرة حديثة أو ممارسة مبتكرة أو تعبير جديد بالنسبة للفرد الذي يتبناها. وبالتالي فإن التركيز ليس على درجة اختلاف الفكرة عن الأفكار المستقرة ولكن التركيز على تبنيها (الصيرفي ، ٢٠٠٣ : ١٢) .

أن الإبداع هو تبني فكرة جديدة موجودة وبالتالي ضمن الممكن وجود شخص مبتكر دون صنع فكرة جديدة (هوارى : ١٩٩٢ : ٢٢٢) .

سعت العديد من المنظمات السياحية إلى استخدام طرائق تسويقية حققت من خلالها نجاحاً باهراً ، فبدلاً من التركيز على انفاق الاموال واجراء بحوث تسويقية بكلف باهظة، خصصت تلك المنظمات مبالغ نقدية للترويج واستهداف الاسواق والعمل على أكثر من بديل لإشباع حاجات وتحقيق رغبات السائح ، ومن ثم التوجه إلى عمليات بيع خدماتها فضلاً عن تطبيق التسويق الابتكاري في تلك المنظمات السياحية لتعزز من نموها والوصول بها إلى المنظمات الكبيرة والريادية (Kotler etal , 2005 : 13-14)

عناصر الإبداع التسويقي (عبد الغني ، ١٩٩٥ : ٦٨-٧٠)

ينطوي مفهوم الإبداع على عدد من العناصر والذي تكمن أهميتها في كونها ضرورة من ضروريات التميز في الحياة اليومية والمستقبلية، وليس فقط ولادة أفكار ذات قيم عالية وعليه يتشكل الإبداع التسويقي من العناصر التالية :

١- الطلاقة FLUENCY حجم النشاطات التسويقية في غضون فترة زمنية محدودة.

٢- المرونة FLEXIBILITY الانتقال بين موقف تسويقي واخر والتعامل مع جميع المواقف.

٣- الأصالة ORIGINALITY مقدرة الفرد على طرح أفكار تسويقية جديدة لم يسبقه إليها أحد من قبل.

٤- القدرة على تحسس المشكلات التسويقية وإدراك طبيعتها (Recognize a problem)

٥- الميل إلى إبراز التفاصيل (ELABORATION) أي المعالجة الدقيقة والشاملة التي توضح أبعاد المسائل التسويقية.

تنمية القدرات الإبداعية الفردية (القريوتي : ١٩٨٩ : ١٩٥)

يتم تنمية القدرات والمهارات الإبداعية للأفراد من خلال زيادة القدرة على التحليل والوعي بمختلف الأبعاد لمعالجة الموضوع، إضافة إلى زيادة الاهتمام بالآخرين وحاجاتهم والتركيز على التخطيط الاستراتيجي المتعلق بالأهداف العامة وليس الأمور الإجرائية وزيادة المقدرة على التركيز وحصر الوقت في الأمور التي يمكن عمل أشياء مميزة فيها والتحلي بمهارات الصبر والتي تتمثل في القدرة على إعادة تقييم الذات وزيادة المقدرة على التكيف مع التغيير من خلال اعتباره شيئاً حتمياً.

عوائق التفكير الابداعي (اتكسنون , ١٩٩٦ : ١٠٤)

إن القناعة بالحل الواحد والتقييم المقترح للأفكار والخوف من التغيير والاستخفاف بالأفكار الجديدة وعدم الرغبة في الخروج عن المألوف والاعتقاد بضرورة أن يكون الحل دائماً داخل إطار محدد هي جميعها تشكل عوائق كبيرة للتفكير الإبداعي ولذلك على المنظمات دراسة كافة العوائق بشكل كبير ومحاولة تجنبها حتى لا تقف حجر عثرة في طريقها للتفكير الإبداعي.

مراحل الإبداع (المغربي , ١٩٩٣ : ٢٠٦)

لا يعتبر الإبداع أو الابتكار شيئاً عفويًا بل هو نتيجة لمجموعة مراحل أساسية تبدأ بالتعرف على حيثيات المشكلة REPRESENT THE PROBLEM بشكل مفصل من جميع أبعادها ومراعاة الظروف المحيطة بها والأسباب التي أدت إلى ظهورها وكافة الجوانب المرتبطة بها إضافة إلى ضرورة التفريق بين المشكلة الحقيقية والأعراض الناتجة عنها.

والمرحلة الثانية تكمن في التفكير المتعمق والمركز على المشكلة وتحليلها من جميع جوانبها ثم تأتي المرحلة الثالثة والتي تتحدث عن التأمل في المشكلة والغوص في باطنها لاختتمارها في عقل المبدع ثم يلي ذلك المرحلة الرابعة والمتعلقة بالتحقق وتوضيح الفكرة الناتجة عن الإلهام والتفحص وملاءمتها لحيثيات المشكلة وتكييفها بصورة معينة لتلائم الخصائص وعرضها بشكلها النهائي على المختصين والخبراء.

الجانب الميداني

اولا : نتائج التحليل الوصفي لمستوى اجابات العينة

١- البحث والتطوير

جدول رقم (١) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات على أسئلة البحث والتطوير

التسلسل	البحث والتطوير	الوسط	المعياري	الانحراف
١	تعمل الشركة على تقديم منتجات جديدة	٤,٦٩	٠,٤٦	
٢	تعمل الشركة على تطوير منتجاتها الحالية	٤,٢٢	٠,٩٣	
٣	تسعى الشركة لدخول أسواق جديدة	٤,٥٨	٠,٦٢	
٤	تركز الشركة على التطوير الجوهري للمنتجات	٣,٦٣	١	
٥	تواكب الشركة التطورات العلمية في مجالها	٤,٢٣	٠,٨٥	
٦	تسعى الشركة للبحث عن الأفكار الجديدة	٤,٠٥	٠,٩٠	
٧	لا تستبعد الشركة الأفكار الغربية	٢,٧	١,١٣	
١٥	يوجد لدى الشركة جهاز متخصص للبحث والتطوير	٣,٨	١,٢٤	
١٦	تتابع الشركة مدى نجاح المنتجات الجديدة	٤,٧	٠,٥٣	
١٧	تبحث الشركة عن أسباب فشل المنتجات الجديدة	٤,٣	٠,٨٦	
٣٣	تتقبل الشركة مقترحات عملائها الإبداعية وتعمل على تنفيذها	٣,٦٤	٠,٩٩	
٣٧	تتعاون الشركة مع مؤسسات البحث العلمي والجامعات لتطوير أفكار جديدة	٣,٢٣	٠,٩٤	
٣٨	تسعى الشركة للتعامل مع الشركات العراقية الأخرى في الأسواق السياحية	٣,٦	١,٠١	
٣٩	تستخدم الشركة أساليب تسويقية متطورة للتعامل مع الأسواق الخارجية	٣,٨	٠,٩٢	
٤١	تستفيد الشركة من الاحداث العالمية لجذب السياح أكثر	٣,٩٧	٠,٩٨	

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول اعلاه أن تقديم المنتجات الجديده والدخول الى الأسواق الجديدة وتطوير المنتجات الحالية هي أهم العناصر التي تراها الشركات العراقية للسفر والسياحة ضرورية لتطوير المنتجات بينما الأفكار الغربية والتعامل مع الشركات الأخرى ومؤسسات البحث العلمي والجامعات واستخدام الأساليب التسويقية المتطورة هي الأقل أهمية حسب رأي هذه الشركات.

٢- التمويل والمخاطرة

جدول رقم (٢): الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات على أسئلة التمويل والمخاطرة

التسلسل	التمويل والمخاطرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
٨	لدى الشركة استعداد لتحمل المخاطرة في مجال التطوير	٣,١	١
١٢	تخصص الشركة موازنات مالية لإجراء الأبحاث العلمية	٣,١٥	١,١
٢٠	يوجد في الشركة فريق مغامر يبحث عن كل ما هو جديد لخدمة الشركة	٣,١٦	١,٣٨
٤٣	تمول الشركة بعض مشاريع البحوث العلمية ذات الصلة بالصناعة السياحية	٣,١	١,٤

المصدر: اعداد الباحث

يتبين من الجدول أن شركات السياحة العراقية تميل الى المحايدة أو الموافقة الضعيفة نحو المخاطرة من مجلس الادارة التطوير والتمويل وهذا المؤشر واضح على عدم الميل نحو تحمل المخاطر الناتجة عن ذلك.

٣- توفير قاعدة بيانات تسويقية

جدول رقم (٣): الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات على أسئلة قواعد البيانات التسويقية

التسلسل	توفير قاعدة بيانات تسويقية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
٩	تتابع الشركة تطورات الشركات المحلية المنافسة	٤,٤	٠,٨٢
١٠	تتابع الشركة تطورات الشركات العالمية المنافسة	٣,٧١	١,٢٢
١١	يتوفر لدى الشركة جهاز استخبارات تسويقي	٣,٢٧	١,٤
١٨	تنوع الشركة في أساليبها التسويقية	٣,٧٥	٠,٩١
١٩	تلجأ الشركة إلى استخدام شبكة الإنترنت في عملها التسويقي	٣,٣٨	١,١٤
٣٤	يوجد لدى الشركة نظام معلومات متكامل المقترحات والأفكار	٣,٥	١,١
٣٥	تأخذ الشركة بمقترحات مورديها لتطوير عملها	٣,٧٨	٠,٨
٣٦	تتفاعل الشركة مع الأجهزة الرسمية للاستفادة من الأفكار الجديدة	٣,٦٨	٠,٣
٤٤	تتابع الشركة آراء ومقترحات السياح حول الخدمات المقدمة	٤,٢٧	٠,٨٩
٤٥	تتابع الشركة آراء ومقترحات الشركات الاخرى حول المنتجات والخدمات	٤,٤	٠,٧٣
٤٦	تخصص الشركة صندوقاً للاقتراحات وتقوم بمراجعته بعناية	٣,٢	١,٣٨

المصدر : اعداد الباحث

يتضح من هذا الجدول أن الشركات العراقية تتابع الشركات المحلية لمنافسة وآراء ومقترحات السياح بشكل واضح بينما لأنهم كثيرة التطور لنظام المعلومات أو يخصص صندوق الاقتراحات.

٤- عناصر العمل الإداري

جدول رقم (٤) : الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات على أسئلة طبيعة العمل الإداري

التسلسل	طبيعة العمل الإداري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
٢٢	توفر الشركة لدى العاملين فيها جوا إداريا مريحا للوصول إلى التفكير الإبداعي	٣,٩	١,٠٢
٢٣	تعقد الشركة دورات تدريبية لدى العاملين فيها لتعريفهم بأهمية التفكير الإبداعي	٣,٦	٠,٩٦
٢٤	تسعى الشركة إلى إيجاد حلقات ودوائر للقيادات الإبداعية والابتكارية داخلها	٣,٥	٠,٨٦
٢٥	تقدم الشركة حوافز مادية ومعنوية لأصحاب الأفكار الإبداعية	٣,٣٩	٠,٩٨
٢٦	تعتبر الشركة الإبداع والابتكار عاملان مهمان في تقييم أداء العاملين لديها	٣,٩	١,٠
٢٩	يساعد الهيكل التنظيمي للمنظمة على الإبداع والابتكار	٣,٥٢	٠,٩
٣٠	توفر الشركة نوعا من اللامركزية الذي يساعد على طرح الأفكار الجديدة	٣,٦	٠,٩١
٣١	أن طبيعة العلاقات بين المستويات الإدارية المختلفة مصممة لمساعدة العاملين على الإبداع والابتكار	٣,٥٧	٠,٨٧
٣٢	تشجع الشركة المستويات الإدارية الدنيا على تقديم ومناقشة الأفكار الجديدة	٣,٨	٠,٩٣

المصدر : اعداد الباحث

سيوضح من هذا الجدول أن شركات السياحة العراقية تعطي اهتماماً متوسطاً ومتقارباً لجميع العناصر المتعلقة بالعمل والجو الإداري المساعد على الابتكار والتطوير اذا كان متوسط الاجابات يتراوح بين ٣,٥ في حده الأدنى و٣,٩ في حده الأعلى وهذا مؤشر على ما تعطيه الشركات العراقية من أهمية للعناصر الادارية في تنمية الابتكار والابداع في هذه الشركات.

٥- التفكير الإبداعي

جدول رقم (٥) : الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات على أسئلة التفكير الإبداعي

التسلسل	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١٣	تلجأ الشركة إلى استخدام أساليب مبتكرة في التفكير	٣,٦٦	٠,٨٧
١٤	تعيد الشركة دراسة الأفكار بشكل متكرر	٣,٦	٠,٨٦
21	يوجد لدى الشركة لجان دائمة تتبنى التفكير الإبداعي	٢,٨	١,٢٧
٢٧	تتبنى الشركة الأفكار الإبداعية ودعمها	٣,٥	٠,٩٥
٢٨	يتوفر لدى الشركة سلة كبيرة من الأفكار الإبداعية	٣,١٥	٠,٨٧
٤٠	تستفيد الشركة مما يطرح في وسائل الإعلام من أفكار إبداعية	٣,٢	١,٠
٤٢	تستفيد الشركة من المشاركة وحضور المؤتمرات والندوات المتعلقة بالصناعة السياحية	٤,٣٨	٠,٨١
٤٧	تعقد الشركة اجتماعات دورية للآراء الحرة	٣,١٤	١,٣٨

المصدر : اعداد الباحث

يشير الجدول اعلاه الى اجماع شركات السفر والسياحة على الاستفادة من المشاركة بالمؤتمرات والندوات المتعلقة بالصناعة السياحية بينما كان هناك ضعف واضح في مجال تشكيل اللجان الدائمة الأفكار الابداعية ضعيف بما يطرح في وسائل الاعلام من أدناه ابداعيه وكذلك ضعف واضح في تطوير سلة للأفكار والابداعية.

ثانيا : اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة بين التفكير الإبداعي وأساليب البحث والتطوير لدى شركات السفر والسياحة في العراق .

الجدول رقم (٦) : تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة

بين التفكير الابداعي وعناصر الابداع والابتكار لدى شركات السفر والسياحة في العراق

المتغير	قيمة (f) المحسوبة	قيمة (f) الجدولية	مستوى الدلالة
البحث والتطوير	١٢,٩٤٥	١,٨٣	٠,٠٠
التمويل والمخاطرة	١٦,٤٩٧	١,٨٣	٠,٠٠
قاعدة البيانات التسويقية	٢٢,٩٠٦	١,٨٣	٠,٠٠
العمل الاداري	١٣,٩٣٥	١,٨٣	٠,٠٠

يبين الجدول رقم (٦) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة للبحث والتطوير (١٢,٩٤٥) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية (١,٨٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجات حرية (١٣ و ٨٦)، مما يوجب رفض الفرضية العدمية القائلة بعدم وجود علاقة بين التفكير الإبداعي وأساليب البحث والتطوير لدى الشركات . ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (٠,٠٠)، حيث أنه أقل من (٠,٠٥) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة بين التفكير الابداعي وطرق التمويل والمخاطرة لدى شركات السفر والسياحة في العراق

يبين الجدول رقم (٦) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة للتمويل والمخاطرة بلغت (١٦,٤٩٧) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية (١,٨٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجات حرية (١٣ و ٨٦)، مما يوجب رفض الفرضية العدمية القائلة بعدم وجود علاقة بين التفكير الإبداعي والتمويل والمخاطرة لدى الشركات . ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (٠,٠٠)، حيث أنه أقل من (٠,٠٥) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة بين التفكير الإبداعي ومدى توفر قاعدة بيانات تسويقية لدى شركات السفر والسياحة في العراق .

يبين الجدول رقم (٦) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة لتوفير قاعدة بيانات تسويقية بلغت (٢٢,٩٠٦) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية (١,٨٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجات حرية (١٣ و ٨٦)، مما يوجب رفض الفرضية العدمية القائلة بعدم وجود علاقة بين التفكير الإبداعي ومدى توفر قاعدة بيانات تسويقية لدى الشركات . ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (٠,٠٠)، حيث أنه أقل من (٠,٠٥) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة بين التفكير الإبداعي وطبيعة العمل الإداري لدى شركات السفر والسياحة في العراق .

يبين الجدول رقم (٦) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة لطبيعة العمل الإداري بلغت (١٣,٩٣٥) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية (١,٨٣) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجات حرية (١٣ و ٨٦)، مما يوجب رفض الفرضية العدمية القائلة بعدم وجود علاقة بين التفكير الإبداعي وطبيعة العمل الإداري لدى الشركات . ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (٠,٠٠)، حيث أنه أقل من (٠,٠٥) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

النتائج

من التحليل السابق يتضح ما يلي:

١. تولى شركات السفر والسياحة العراقية أهمية المناسبة للبحث والتطوير وخاصة فيما له علاقة بتقديم المنتجات المبتكرة وتطوير المنتجات الحالية ولكنها تعطي اهتماماً قليلاً للاستفادة من الأفكار التي قد تبدو غريبة للوهلة الأولى وكذلك للتعاون مع الشركات الأخرى ومؤسسات البحث العلمي والجامعات في هذا المجال ولعل الأمر المستغرب هنا أن هذه الشركات لا تعطي الاهتمام المطلوب لاستخدام الأساليب التسويقية الحديثة المنظورة وهذا مؤشر على عدم وصول الوعي التسويقي لدى شركات السفر للمستوى الذي وصل إليه اهتمامها بالأمور الإنتاجية .
٢. تشير نتائج الدراسة إلى عزوف للشركات العراقية لتحمل المخاطرة العالية والوصول الى الأنشطة البحثية التي يمكن أن تساعد على الإبداع والابتكار وهذا مؤشر إلى ميل هذه الشركات نحو الأفكار المضمونة التقليدية والمنتج قليل المخاطرة ولاشك أن هذه التوجهات يمكن أن تكون أمام تطوير المنتجات التي تحمل درجة من المخاطرة وبالتالي تقليل هامش الإبداع والابتكار.

٣. تبين نتائج التحليل أن الشركات العراقية وإن كانت تسعى لمتابعة تطورات الشركات المحلية المنافسة وبدرجة أقل من شركات السفر العالمية المنافسة إلا أن اهتمامها أقل بشكل واضح بأي نظام متكامل للمقترحات والأفكار أو تخصيص صندوق للاقتراحات وهذا مؤشر آخر على أن هذه الشركات تسعى للاستفادة من الأفكار والتجارب الناجحة ولكنها تريد أن تنأى بنفسها عن المبادرة بتبني الأفكار الجديدة أو البحث عنها بطريقة منتظمة عن طريق إيجاد جهاز استخبارات تسويقي خاص بها.
٤. إن اهتمام الشركات العراقية باقتراحات السياح واضح من خلال هذه الدراسة وهذا شيء جيد كونهما الأقرب للمستهلك والأكثر قدرة على تحديد رغباته واحتياجاته ولكن استخدام شركات السفر لشبكة الإنترنت وتفاعلها مع الأجهزة الرسمية للاستفادة من الأفكار الجديدة قد كان أقل أهمية حسب إجابات هذه الشركات وهذا مؤشر جديد على أن شركات السفر العراقية لا تستفيد من كافة المصادر المتاحة لها للإبداع والابتكار بالمستوى المطلوب كون شبكة الإنترنت والأجهزة الرسمية هي مصادر أساسية ومهمة في عمليات الإبداع والابتكار بهدف الوصول إلى تطوير منتجات جديدة.
٥. لم يصل اهتمام شركات السفر العراقية بعناصر العمل الإداري إلى المستوى المطلوب إذ كانت بمتوسط إجاباتها على هذه العناصر أقل من (٤ درجات) على مقياس مؤلف من ٥ درجات ولا يخفى أن إيجاد العناصر الإدارية المساعدة على خلق روح الإبداع والابتكار هو شرط أساسي للوصول إلى أفكار إبداعية جديدة يمكن أن تستفيد منه المنظمة في تطوير منتجاتها الجديدة فالمركزية الشديدة والهيكل التنظيمي الحالي والعلامات المتنافرة بين مستويات الإداري هي عناصر تؤدي إلى الإبداع والابتكار.
٦. تشير نتائج الدراسة إلى استفادة قليلة مما يطرح في وسائل الإعلام من أفكار إبداعية وإلى ضعف واضح في إيجاد الأفكار الإبداعية وقلة وجود الفرق الدائمة لتبني الأفكار الإبداعية وعدم اهتمام الشركات بأي لقاءات دورية مستمرة للعاملين لديها مع الجمهور والجهات المختصة بالشأن السياحي للتداول حول الآراء الحرة المتعلقة بالشركة إلى عدم جدية التوجه نحو التفكير الإبداعي والاستفادة من الأفكار الإبداعية التي يمكن الحصول عليها باستخدام هذه الوسائل .
٧. لقد أكدت النتائج وجود علاقة قوية بين التفكير الإبداعي من جهة وكل من أساليب البحث والتطوير وطرق التمويل والمخاطرة وتوفير قاعدة بيانات تسويقية والعمل الإداري وهذا له دليل على أهمية العناصر للحصول على الأفكار الإبداعية وقد أثرتنا في استنتاجاتنا السابقة عدم الاهتمام الكافي من شركات السفر بهذه العناصر المرتبطة والمؤثر على التفكير الإبداعي إذ إن

وجودها والاهتمام بها هو متطلب أساسي للوصول إلى الأفكار الجديدة والمؤثرة بعناصر البحث والتطوير والمخاطرة وقاعدة المعلومات والعمل الإداري.

التوصيات

بناءً على التوصيات والاستنتاجات السابقة فإننا نوصي بما يلي:

١. أن توجد شركات السفر العراقية فريقاً متخصصاً ويتميز بروح المغامرة للبحث عن الأفكار الجديدة والتي قد تبدو مستغربة عند طرحها للمرة الأولى لمتابعة هذه الأفكار والتي يمكن أن ينتج عنها منتجات مبتكرة يكون لهذه الشركات قصب السبق في طرحها بالسوق حيث يمكن تسجيلها كبراءة اختراع للشركة التي تتبناها.
٢. أن تتعاون شركات السياحة والسفر فيما بينها بشكل مناسب لتوزيع تكاليف البحث والتطوير فيما بينها وبما يخفف من العبء المترتب على الشركة الواحدة وأن تستفيد مما تقدمه الدوائر الرسمية والمعاهد العلمية من بحوث ودراسات في هذا الشأن.
٣. أن تعمل شركات السياحة والسفر العراقية على تطوير أسلوب عملها الإداري والتقليل من المركزية الشديدة والهيكل التنظيمية الجامدة وأن توجد جواً إدارياً يساعد كافة العاملين لديها مهما كان مستواهم الوظيفي على التفكير بمنظور إبداعي وتقديم أفكار إبداعية تكون أساساً في نحو وتطور هؤلاء العاملين.
٤. أن تتبنى الشركات العراقية فكرة إيجاد استخبارات تسويقية مهمتها متابعة الأفكار الجديدة في كافة المجالات الإنتاجية والإدارية والتسويقية بهدف الاستفادة من هذه الأفكار الإبداعية في تقديم المنتجات الجديدة في تطوير المنتجات الحالية ولذا بالنسبة للأسواق الحالية والجديدة.
٥. أن تعمل الشركات العراقية على تطوير نظام معلومات متكامل يتخصص بالبحث عن الأفكار الإبداعية ومتابعتها وتطويرها للاستفادة منها في مجال عملها ومن يكون لديها سلة أفكار كبيرة تتضمن كل ما يصل إليها من آراء أو مقترحات أو أفكار بهدف تجربتها والاستفادة منها في مجالات عملها.
٦. أن تزيد شركات العراقية من اهتمامها بموضوع الدورات والحلقات العلمية وجلسات الحوار الحرة والتي يمكن من خلالها الوصول إلى أفكار إبداعية تؤدي إلى تطوير أسلوب عمل هذه الشركات وخاصة ما يتعلق منها اقتراحات العاملين لديها وموزعيها ومورديها والذي يمكن أن يكون لهم وجهة نظر مختلفة عن وجهة نظر الشركة نتيجة اتصافهم بالمستهلكين وبالمنافسين وبالسوق بشكل عام.

المصادر

1. Cronbach, L. J. (1984),(Essentials of psychological testing, NY, Harper & Row
2. Uma Sekaran, (1984), Research Methods for Managers: A Skill- Building Approach, Wiley & Sons. .
3. Fillis , I.& Rentschler , R., (2010), The Role of Creativity in Entrepreneurshing , Journal of Entreprising Culture , Vol. 18, No.1.
4. Kotler , Philip, Armstrong , Gary ; Wong , Veronica Principles of Marketing, 4 Edition Pearson Education limited , Newyork 2005.
٥. محمد عبيدات (٢٠٠٠)- تطوير المنتجات الجديدة دار وائل للنشر .
٦. علي ماضي، النفس البشرية دار النهضة العربية ١٩٩١ .
٧. محمد الصيرفي، الإدارة الرائدة، دار صفا للنشر والتوزيع عمان ٢٠٠٣ .
٨. سيد هوارى، التنظيم والهياكل والسلوكيات والنظم، مكتبة عين شمس ١٩٩٢ .
٩. محمد عبد الغني حسن، مهارات التفكير الابتكاري ، مركز تطوير الأداء والتنمية ١٩٩٥ .
١٠. محمد قاسم القريوتي، السلوك التنظيمي دراسة للسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات الإدارية، ب ن، عمان ١٩٨٩ .
١١. قنديل , علاء محمد سيد, القيادة الادارية وادارة الابتكار , دار الفكر ناشرون وموزعون ,عمان , الاردن , ٢٠١٤ .
١٢. فيليب اتكسنون، إدارة الجودة الشاملة، مركز الخبرات المهنية للإدارة القاهرة ١٩٩٦ .
١٣. كامل المغربي، السلوك التنظيمي مفاهيم واسس سلوك الفرد والجماعة في التنظيم، دار الفكر عمان ، ١٩٩٣ .
١٤. نجم عبود نجم , القيادة وادارة الابتكار , دار صفا للنشر والتوزيع , عمان , الاردن, ٢٠١٢ ..

صناعة العطور واهميتها في مصر الفاطمية

The perfume industry and its importance in Fatimid Egypt

أ. م. د فاتن كامل شاهين^(١)

Asst. Prof. Faten Kamel Shaheen (PhD)

الملخص

يجد المتبع لقضايا الحضارة والرقي عند الشعوب، ان الاهتمام بالمظهر الانيق في الملابس يتبعه الاهتمام بالزهور والورود والمجوهرات والعطور، ويجد ان صناعة العطور تتطور بخط متواز مع صناعة الثياب والمجوهرات، حيث ان كل واحد من هذه الأمور الثلاثة مؤثر مهم من مؤشرات الحضارة المتقدمة، ودليل ناصع على المستوى العالي من الحس والذوق والرفاهية التي وصل إليه المهتمون بها.

وصلت صناعة العطور في مصر الفاطمية الى مستوى لم تصل إليه مصانع العطور في فرنسا واوروبا وامريكا، ونحن قد تجاوزنا عتبة الالفية الثانية للميلاد. فلم نسمع حتى اليوم ان شخصاً ما في العالم، والعالم اصبح اليوم، بفضل التطور الهائل في مجال الاتصالات والبث الفضائي، قرية كونية صغيرة، فلم نسمع ان شخصاً اقدم على تصنيع تمثال من العنبر على مقاس جسمه لتعليق البدلة المقرر لبسها عليه، كما عمل الوزير الأفضل بن بدر الجمالي.

الكلمات المفتاحية: العطور، المجوهرات، مصر الفاطمية، الحضارة المتقدمة، الوزير الأفضل الجمالي.

١- وزارة التربية/ المديرية العامة للتربية في محافظة كربلاء المقدسة

Abstract

The follower of the issues of civilization and sophistication of peoples, finds that the interest in the elegant appearance in clothing followed by interest in flowers, roses, jewelry and perfumes, and finds that the perfume industry is developing in parallel with the manufacture of clothes and jewelry, as each of these three things is an important indicator of advanced civilization, and a bright evidence of the high level of sense, taste and luxury reached by those interested in it.

The perfume industry in Fatimid Egypt has reached a level not reached by perfume factories in France, Europe and America, and we have exceeded the threshold of the second millennium AD. We have not heard until today that someone in the world, and the world today, thanks to the tremendous development in the field of communications and satellite broadcasting, has become a small cosmic village, we have not heard that someone made a statue of amber on the size of his body to hang the suit to be worn on it, as the best minister bin Badr Al-Jamali worked.

Keywords: : perfumes, jewelry, Fatimid Egypt, advanced civilization, the best aesthetic minis

المقدمة

ترخر ارض مصر بالكثير من الثروات التي ما زالت بحاجة الى جهد كبير لاستثمارها في انعاش اقتصاد الدولة، واحد اهم تلك الثروات هي صناعة العطور التي تشكل قيمة اقتصادية كبيرة، حيث ظلت مصر عبر العصور ارض العطور والطيوب، فأشتهرت منذ القدم بصناعة العطور، وامتلك أبنائها في العصر الفاطمي كيفية التعامل مع النباتات العطرية التي تنمو في معظم أراضيها فأستخرجوا منها الزيوت والدهانات، وصنعوا منها اجود أنواع العطور.

وصناعة العطور تعد من الصناعات غير التقليدية المهمة عبر العصور، كما تعد في الوقت نفسه احد اهم دعائم المجتمعات المحلية.

من هنا جاء اختيارنا لدراسة " صناعة العطور واهميتها في مصر الفاطمية". لتسليط الضوء على كيفية صناعة العطور، وكيف لها دور في المجتمع الفاطمي، واهمية النباتات العطرية في صناعتها. اقتضت حاجة البحث الى تقسيمه على أربع نقاط تسبقها مقدمة، وتتلوه خلاصة تضمنت النتائج التي توصلت اليها الباحثة وقائمة بأهم المصادر والمراجع.

تضمنت النقطة الأولى : التعريف بانواع العطور، اما الثانية : ميزانية قصر الخلافة من خزانة التوابل، والثالثة : الوزير الأفضل يعلق ثيابه على تمثال من العنبر، في حين ركزت في النقطة الرابعة على أهمية المزين.

أولاً: تعريف بأنواع العطورات

كانت صناعة العطور تتداخل مع صناعة التوابل لان بعض التوابل كانت تستعمل تارة في تطيب الأطعمة وطوراً في إشاعة الرائحة الطيبة كالبخور. لذلك كانت المؤسسة التي تهتم بخزن التوابل هي نفسها تهتم بخزن العطور على أنواعها، كما بعضها يدخل في تصنيع الشرابات والأدوية. (٢)

- **الدارصيني** : وهو احد أنواع القرفة له طعم ورائحة ذكية، ومنه ما يستعمل في صناعة الادوية وبعضه يستعمل في تطيب الطعام. (٣)

- **اللاذ** : وهو نوع من الدبق المأخوذ من الشجر. (٤)

- **المسك** : يحفظ في قوارير ونوافج (٥). والصنف الجيد منه، يعرف من رائحته القوية الجاذبة واللون الأشقر والطعم المر. (٦)

- **العنبر** : اجوده ما يجلب من عمان، وخير اوصافه الخفة والبياض والدهنية، ومنه ما يميل لونه الى الخضرة والصفرة. (٧)

- **الكافور** : اجوده ما حلا طعمه وعذب ريحه. (٨)

- **عود الند** : وهو حين يحرق يصدر عنه بخور برائحة الرياحين والورود. واذا عبق بالثياب يطول وقته لكي يختفي عبقه. (٩)

٢ - الشيمي، محمد عبد الحميد، العطور ومعامل العطور في مصر القديمة، ترجمة: ماهر جريحاني، (د: م، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥ م)، صص ١٩-٢٠.

٣ - الحميري، عيسى بن عبد الله بن محمد، لباب النقول في طهارة العطور المزوجة بالكحول، ط١ (دبي: دار القلم، ١٩٩٨ م)، ص ٨٢.

٤ - حجازي، احمد توفيق، موسوعة العطور، ط١ (عمان: دار أسامة، ٢٠٠٠ م)، ص ٢٢.

٥ - وعاء المسك. الزبيدي، محمد بن محمد بن عبد الرزاق، تاج العروس من جواهر القاموس، حققه، مجموعة من المحققين، (د: مط، دار الهداية، د. ت)، ج ٦، ص ٢٤٦.

٦ - البراوي، راشد، حالة مصر الاقتصادية في عهد الفاطميين، ط١ (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٤٨ م)، ص ١٤٤.

٧ - الشيمي، المصدر السابق، ص ٢٠.

٨ - البراوي، المصدر السابق، ص ٢٦.

٩ - ابي الفضل الدمشقي، ابي الفضل جعفر بن علي (ت ٦٦ هـ)، الإشارة الى محاسن التجارة وغشوش المدلسين فيها، تعليق، محمود الارناؤوط، ط١ (بيروت: دار صادر، ١٩٩٩ م)، ص ٣٢.

- **القرنفل** : وهو عبارة عن اكباش القرنفل، تعرض للشمس فتبيس وتندق وتغربل من العفونة والنداوة. (١٠)
- **الصندل** : وهو نوع من قشر الخشب الذي يؤخذ من شجر الصندل الشبيه بشجر الحور. (١١)
- **الزعفران** : وكل ما كان الزعفران جديد التصنيع يستخرج من عشبة الزعفران وافضله الأصفر الخالي من البياض. (١٢)
- كذلك اشتهرت مصر بالزيوت العطرية - الدهان التي تستخرج من الازهار لصناعة الروائح (١٣)، وخاصة من الورد واللينوفر والبنفسج والياسمين الذي كان يتخذ منه دهن الزنبق بدمياط (١٤) خاصة وتفضله النساء. (١٥)
- ومن أنواع الأشجار والنباتات العطرية نذكر شجرة البلسان او دهن البلسان الذي قال عنه ابن زولاق (١٦) : " **دهن البلسان لا ينبت الا بمصر** "
- وهذه الشجرة لا تزرع الا بعين شمس في مساحة صغيرة وكان يطبخ الدهن في الخفاء ويرفع الى خزانة القصر وكان يحصل من دهنه نحو من ٢٠ رطلا سنويا. (١٧)

- ١٠ - المسيري، حسام احمد، تصوير العطور في مصر في العصر البلطمي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، مجلد الحادي والعشرون، العدد (١)، (٢٠٢٠م)، ص ٤٠٧.
- ١١ - الشيمي، المصدر السابق، ص ١٩.
- ١٢ - المصدر السابق، ص ٢٠.
- ١٣ - الساعدي، تامر لفته حسن، الصناعات في مصر الفاطمية (٣٥٨-٥٦٧هـ/٩٦٩-١١٧١م)، مجلة كلية التربية، المجلد ٢، العدد ١٢، القاهرة، ١٩٩٤م، ص ٧٢٠.
- ١٤ - دمياط : تقع على ساحل بحر الروم يحدها النيل شطانية الفرما مرور بشرق الدلتا. الشيال، جمال الدين، تاريخ دمياط، ط١ (القاهرة : مكتبة الثقافة الدينية، ٢٠٠٠م)، ص ٨.
- ١٥ - محمد، امل زين العابدين، الكفاءة الاقتصادية لانتاج محصول الياسمين في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول، ٢٠١٣م، ص ٣٠٢.
- ١٦ - الحسن بن إبراهيم بن الحسين بن علي (ت ٣٨٧هـ/٩٩٧م)، فضائل مصر المحروسة واخبارها وخواصها، تحقيق : علي محمد عمر، (القاهرة : مكتبة الخانجي، ١٩٩٩م)، ص ٩٩.
- ١٧ - البغدادي، موفق الدين عبد اللطيف بن يوسف (ت ٦٢٩هـ / ١٢٣١م)، الإفادة والاعتبار في الأمور المشاهدة والحوادث المعاينة بأرض مصر، اشراف، سلامة موسى، (القاهرة : مطبعة المجلد الجديد، د. ت)، صص ٩-١٦.

ولأهمية دهن البلسان في علاج بعض الامراض (كالقرحة) كان عادة ما يمنح كهدية لضيوف الدولة وهو الامر الذي كان سبباً في احتكار الدولة لصناعته طوال العصر الفاطمي.^(١٨)

ومما يدل على اهتمام الفاطميين باقتناء الطيب والعطور ان خصصوا له خزانة في القصر عرفت " بخزانة الطيب "^(١٩)

ثانياً: ميزانية قصر الخلافة من خزنة التوابل

كانت ميزانية قصر الخلافة، أيام الوزير الأفضل بن بدر الجمالي^(٢٠)، من العطور والطيب والبخور كالآتي :^(٢١)

- ١ . ثلاثون مثقالا عود ند.
- ٢ . مائة وخمسون درهما كافور.
- ٣ . خمسة عشر درهما عنبر خام.
- ٤ . عشرة مثاقيل زعفران.
- ٥ . ثلاثون رطلا بخور.
- ٦ . خمسون درهما زعفران.
- ٧ . خمسة عشر مثقالا مسك.

ولا شك ان رواج الترف وانتشار الثراء بين الناس قد شجع على اقتناء مقادير كبيرة من العطور، فقد ذكر ان بمجالس شراب الأفضل كان بها ثمانية تماثيل لجواري كان منها أربعة بيض من الكافور وأربعة سود من العنبر.^(٢٢)

١٨ - عبد الرحمن، عاصم محمد رزق، مراكز الصناعات في مصر الإسلامية، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩م)، ص ٨٧.

١٩ - حسن، زكي محمد، كنوز الفاطميين، ط١ (القاهرة : المؤسسة المصرية للطبع والنشر، ٢٠١٦م)، ص ٥٠.

٢٠ - أبو القاسم شاهنشاه الملقب بالملك الأفضل أقام في خلافة الأمر بعد وفاة الخليفة المستعلي فدبر دولته وحجر عليه. الذهبي، شمس الدين محمد بن أحمد بن عثمان، (ت ٧٤٨هـ / ١٣٤٧م)، تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، (بيروت : دار الكتب العلمية، ١٩٧١م)، ج ١١، ص ٥٤.

٢١ - عبد العليم، مصطفى كمال، تجارة الجزيرة العربية في مصر في المواد العطرية في العصرين اليوناني والروماني، اشراف: عبد الرحمن الانصاري، ط١، الكتاب الثاني، الجزيرة العربية، مطابع جامعة الملك سعود، ص ٢٠٧.

٢٢ - البراوي، في الاقتصاد الإسلامي، الحرية، العدد ١٣، القاهرة، أغسطس ١٩٨٦م، ص ٢٦.

كما ذكر ابن الطوير^(٢٣) " انه عند وفاة الأفضل امر الخليفة الأمر^(٢٤) اخذ تركته ومما وجد بها العنبر والعود والمسك وما اذهل الناس " ويذكر المقرئ^(٢٥) حصة " الاخوة والاخوات، والسيدة الملكة، والسيدات، والأمير ابي علي واخوته، والموالي، والمستخدمات، ومن استجد من الأفضليات ألفان وتسعمائة وثلاثة وأربعون دينارا".

ويعلمنا أيضا ان المعز بن المنصور بن بلكين بن زيري بن مناد^(٢٦)، الوالي على المغرب، كانت بعض هديته ثلاثة الاف زعفران أي ما يصل وزنه الى ٣٠٠٠ X رطلان = ٦٠٠٠ رطل ÷ ٢,٥٠٠ = ١٥٠٠ طن زعفران.^(٢٧)

وقد وجد في خزائن الوزير ابي القاسم علي بن احمد الجرجرائي^(٢٨) بعد وفاته سنة (٤٣٦هـ / ١٠٤٤م) "مائة ألف مثقال من العنبر"^(٢٩) أي ما يقارب من الطن ونصف من العنبر ولو لم يكن العنبر

- ٢٣ - أبو محمد المرتضى عبد السلام بن الحسن (ت ٦١٧هـ / ١٢٢٠م)، نزهة المقلتين في اخبار الدولتين، تحقيق وتعليق: ابن غواد السيد، ط (بيروت: دار صادر، ١٩٩٢م)، ص ٨٠.
- ٢٤ - الأمر باحكام الله: سابع خلفاء مصر من بني عبيد، اسمه المنصور وكنيته أبو علي ولقبه الأمر باحكام الله بن المستعلي بالله ابي القاسم احمد بن المستنصر بالله ابي تميم معد بن الظاهر بالله علي بن الظاهر بالله، ولد سنة (٤٩٠هـ / ١٠٩٦م) واستخلف وله خمس سنوات، امتدت أيامه ٢٩ سنة وتسعة اشهر، توفي سنة (٥٢٤هـ / ١١٢٩م). ابن الجوزي، شمس الدين يوسف بن قز (ت ٦٥٤هـ / ١٢٥٦م) مرآة الزمان في تواريخ الاعيان، تحقيق: إبراهيم الزنق، ط (دمشق: الرسالة العلمية، ٢٠١٣م)، ج ٢٠، صص ٢٣٠-٢٣١.
- ٢٥ - احمد بن علي (ت ٨٤٥هـ / ١٤٤١م)، المواعظ والاعتبار بذكر الخطط والاثار المعروف بالخطط المقرئية، ط (بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤١٨هـ)، ج ٢، ص ٣١١.
- ٢٦ - المعز بن باديس بن منصور بن بلكين بن زيري ابن مناد الحميري، الصنهاجي، المغربي، شرف الدولة ابن أمير المغرب. صاحب افريقية وما والاها من بلاد المغرب، نَقَدَ إِلَيْهِ الْحَاكِمُ مِنْ مِصْرَ التَّقْلِيدَ وَالْخَلْعَ فِي سَنَةِ سَبْعٍ وَأَرْبَعِ مِائَةٍ، وَعَلَا شَأْنَهُ، وَكَانَ مَلِكًا مَهِيْبًا سَرِيًّا شَجَاعًا عَالِي الْمِئَةِ مُجِبًّا لِلْعِلْمِ كَثِيرَ الْبَدَلِ مَدْحَتَهُ الشُّعْرَاءُ. ابن خلكان، أبو العباس شمس الدين أحمد بن علي (ت ٦٨١هـ / ١٢٨٢م)، وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تحقيق: محمد عبد الرحمن المرعشلي، ط (بيروت: دار أحياء التراث العربي، ١٩٩٧م)، ج ٥، ص ٢٣٣.
- ٢٧ - المقرئ، المصدر السابق، ج ٢، صص ٣١١-٣١٢.
- ٢٨ - ابي القاسم علي بن احمد الجرجرائي: الوزير الاجل الأوحده صفي امير المؤمنين وخالصة، عراقي الأصل حضر الى مصر مع أخيه ابي عبد الله محمد، والتحق بوظائف الدولة، وخدم بالريف والصعيد وتولى ديوان الانشاء للحاكم. توفي سنة (٤٣٦هـ / ١٠٤٤م). لقب بالجرجرائي نسبة الى قرية جرجرايا بسواد العراق. المناوي، محمد حمدي، الوزارة والوزراء في العصر الفاطمي، (مصر: دار المعارف، ١١١٩)، صص ٢٥٣-٢٥٤.
- ٢٩ - الشيمي، المصدر السابق، ص ٥١٩.

من أساسيات الحياة الاجتماعية الراغبة والمرفهة في الدولة المصرية، لما كان الجرجرائي قد خزن هذا القدر من العنبر. (٣٠)

ويخبرنا المقرئزي (٣١) كيف قام الخليفة الظاهر لاعزاز دين الله (٤١١-٤٢٧هـ / ١٠٢٠-١٠٣٥م)، في الجمعة الثانية للصلاة في جامع الازهر فسبقه المبخرون "والعنبر يبخر بين يديه في المباخر الذهب والفضة والجوهر "

وقد راجت صناعة العطور في العصر الفاطمي لدرجة ان الحكومة فرضت ضرائب في الأماكن التي يصنع فيها ماء الورد وقد ذكر انه "بخزائن الشراب " يصرف برسم ماء الورد ستة الاف وخمسمائة دينار. (٣٣)

وعندما رد الخليفة المستنصر بالله (٣٤) على هدية ملك الروم بهدية مماثلة لها في القدر والقيمة، نعلم ان هذه الهدية هي من "المسك والعود والطرز، عمل تيس (٣٥) ودمياط، ما هو أكثر قيمة مما بعته" (٣٦)

يبين النص ان صناعة العطور والطيب والبخور ما كان يجلب الى مصر مواداً أولية ثم يصنع في مصانع تيس ودمياط.

٣٠ - ابن عبد الظاهر، محي الدين أبو الفضل عبد الله بن عبد الظاهر (ت ٦٩٢هـ / ١٢٩٢م)، الروضة البهية الزاهرة في خطط المعزية القاهرة، تحقيق وتعليق: ابن فؤاد السيد، ط ١ (القاهرة: مكتبة دار العربية للكتاب، ١٩٩٦م)، ص ٩٩.

٣١ - اعطاء الحنفا باخبار الائمة الفاطميين الخلفاء، حققه: محمد حلمي محمد احمد، ط ١ (د:م، لجنة احياء التراث الإسلامي، د. ت)، ج ٢، ص ١٥٩..

٣٢ - الظاهر لإعزاز دين الله: ابو الحسن علي بن الحاكم بأمر الله بن العزيز بالله بن المعز لدين الله الفاطمي، ولد سنة (٣٩٥هـ/١٠٠٤م)، وتسلم مهام الحكم في العاصمة بعد وفاة أبيه الحاكم بأمر الله، توفي سنة (٤٢٧هـ/١٠٣٦م). ابن خلكان، المصدر السابق ج ٢، ص ١٩٤.

٣٣ - ابن عبد الظاهر، المصدر السابق، ص ٤٤.

٣٤ - المستنصر بالله: أبو تميم معد بن الظاهر لاعزاز دين الله علي بن الحاكم بن علي منصور بن العزيز بن المعز العبيدي المصري، تولى الخلافة بعد ابيه الظاهر سنة (٤٢٧هـ / ١٠٣٥م) وفي عهده وقعت الشدة العظمى التي دامت ٧ سنوات (٤٥٧-٤٦٤هـ / ١٠٦٤م-١٠٧١م) توفي سنة (٤٨٧هـ / ١٠٩٤م). الذهبي، سير اعلام النبلاء، تحقيق: إبراهيم الزبيق، ط ١١ (بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٦م)، ج ١٦، ص ١٨٦.

٣٥ - تيس: جزيرة في مصر ما بين الفرما ودمياط سميت بهذا الاسم نسبة الى الملكة كلوكة العجوز صاحبة مصر. وهي اول من بنى تيس فسميت باسمها. رمضان، هوايد عبد العظيم، المجتمع في مصر الإسلامية من الفتح العربي الى العصر الفاطمي، تقديم: عبد العظيم رمضان (القاهرة: د. مط، ١٩٩٤م)، ج ١، ص ١٦٧.

٣٦ - المقرئزي، المصدر السابق، ج ٢، ص ١٩٤.

وكان الفاطميون يرشون عمود المقياس بالعطور متى استوفى النيل زيادته ثم (يخلقون) وجوه الصبيان أيضاً بالعطور وكذلك السفن الصغيرة المعدة لهذا الاحتفال^(٣٧) (العشاريات) (٣٨)
وعندما مات المؤمن بن البطائحي سنة (٥٢٢هـ / ١١٢٣م)^(٣٩) وجد في خزانته مائة برنية مملوءة كافوراً ومائة صندوق مملوءة بأعواد ند البخور.^(٤٠)
ويقول المقرئزي^(٤١) ان من موجودات قصر المستنصر مئآت الازيار (الخوابي) الكبار المملوءة كافوراً وعدة كثيرة من جماجم العنبر ومن مسك التبت ومن تماثيل العنبر اثنان وعشرون ألف تماثل كل تماثل وزنه ١٢ مناً (٥×١٢ كلغ = ٦٠ كلغ) أي وجد في قصره $60 \times 22000 = 1320,000$ الف وثلاثمائة وعشرون طناً من العنبر / باعتبار المن رطلين.
واخرج منه أيضاً ٨٠٠ بطيخة كافور وبطيخة كافور في شبك ذهب مرصعة بالجواهر تسع سبعين مناً.

ومن خلال ما تقدم نستنتج انه من غير المعقول ان لا تكون العطور وصناعتها امراً مهماً في الحياة الصناعية والتجارية والاجتماعية اليومية داخل نسيج المجتمع المصري الفاطمي. فضخامة هذه الأرقام، تدل على ضخامة الاهتمام بالعطور ومشتقاتها.

ثالثاً: الوزير الأفضل يعلق ثيابه على تماثل من العنبر.

ذكر المقرئزي^(٤٢) عن المشجب او التمثال الذي كان الأفضل يعلق الثوب المقرر لبسه في اليوم التالي، " ولعبة من عنبر على قدر جسده يرسم ما يعمل عليها من ثيابه لتكتسب الرائحة ومن الطيب والآلات ما لا يحصى عدده ". كما يشير الى الكثير من أنواع البخور والطيب والمسك والكافور المخزن في براني الذهب والفضة والصيني.^(٤٣)

رابعاً: أهمية المزين

- ٣٧ - الشيمي، المصدر السابق، ص ١٨٤.
٣٨ - العشاريات : هي مراكب حربية تسير في النيل يجر بعشرين مجدافاً، تستخدم في نقل المقاتلة والعتاد. المقرئزي، المصدر السابق، ج ٢، ص ٤٢٣.
٣٩ - حيدر بن فاتك بن مختار، المؤمن البطائحي، أخي الوزير المأمون البطائحي، تدرج في المناصب ولاة الخليفة الأمر بأحكام الله في سنة (٥١٧هـ / ١١٢٣م) الإسكندرية، قتل سنة (٥٢٢هـ / ١١٢٦م). المقرئزي، المقفى الكبير، تحقيق : محمد يعلاوي، ط ١) بيروت : دار الغرب الإسلامي (١٩٩١)، ج ٣، ص ٧١٥.
٤٠ - عبد العليم، المصدر السابق، ص ٢٠٨.
٤١ - المصدر السابق، ج ٢، ص ٣٠١.
٤٢ - المصدر السابق، ج ٣، ص ٧٠.
٤٣ - الشيمي، المصدر نفسه، ص ٢٠.

وكان للمزين أو الحلاق في مصر الفاطمية أهمية وتخصص وشهرة، فقد روى لنا المقرئزي (٤٤) أنه في ليلة التاسع من شهر صفر لسنة (٣٩٥هـ / ١٠٠٤م) " ولد للحاكم ولد، فجلس في صبيحتها للهنا... وكان سابع المولود، فأخرج على يد خادم إلى قائد القواد، فتسلمه حتى أعد المزين شعره... وودفع إلى المزين مائتا دينار وفرس "

فإذا كانت قصة شعر الطفل بمائتي دينار، فهذا دليل على أهمية تصفيف الشعر في مصر الفاطمية.

الخاتمة

- تعد صناعة العطور من الصناعات غير التقليدية المهمة عبر العصور، كما تعد في الوقت نفسه احد اهم دعائم المجتمعات المحلية.
- تعتمد مصر في العصر الفاطمي على مثل هذه الصناعات لتحسين أوضاعها الاقتصادية، كما تمتاز بتنوع الفئات العمرية والنوعية للايدي العاملة.
- ان رواج الترف وانتشار الثراء بين الناس في العصر الفاطمي قد شجع على اقتناء مقادير كبيرة من العطور.
- تعد صناعة العطور من الثروات التي ما زالت بحاجة الى جهد كبير لاستثمارها في انعاش اقتصاد الدولة، والتي تشكل فيه قيمة اقتصادية كبيرة. حيث ظلت مصر عبر العصور ارض العطور والطيوب.
- امتلك أبناء العصر الفاطمي معرفة في كيفية التعامل مع النباتات العطرية التي تنمو في معظم أراضيها، فأستخرجوا منها الزيوت والدهانات، وهذا دليل على المستوى العالي من الحس والذوق والرفاهية التي وصل إليه المهتمون بها.

المصادر والمراجع

أولاً : المصادر العربية

١. أبو الفضل الدمشقي، جعفر بن علي (ت ٦٤هـ).
- الإشارة إلى محاسن التجارة وغشوش المدلسين فيها، تعليق محمود الأرنؤوط، ط ١، بيروت: دار صادر، ١٩٩٩م.
٢. ابن الجوزي، شمس الدين يوسف بن فزّر (ت ٦٥٤هـ / ١٢٥٦م).
- مرآة الزمان في تواريخ الأعيان، تحقيق إبراهيم الزنبق، ط ١، دمشق: الرسالة العالمية، ٢٠١٣م.
٣. ابن الطوير، أبو محمد المرتضى عبد السلام بن الحسن (ت ٦١٧هـ / ١٢٢٠م).
- نزهة المقلتين في أخبار الدولتين، تحقيق وتعليق أيمن فؤاد السيد، ط ١، بيروت: دار صادر، ١٩٩٢م.
٤. ابن خلكان، أبو العباس شمس الدين أحمد بن علي (ت ٦٨١هـ / ١٢٨٢م).
- وفيات الأعيان وأنباء أبناء الزمان، تحقيق محمد عبد الرحمن المرعشلي، ط ١، بيروت: دار إحياء التراث العربي، ١٩٩٧م.
٥. ابن زولاق، الحسن بن إبراهيم بن الحسين بن علي (ت ٣٨٧هـ / ٩٩٧م).
- فضائل مصر المحروسة وأخبارها وخواصها، تحقيق علي محمد عمر، القاهرة: مكتبة الخانجي، ١٩٩٩م.
٦. ابن عبد الظاهر، محيي الدين أبو الفضل عبد الله بن عبد الظاهر (ت ٦٩٢هـ / ١٢٩٢م).
- الروضة البهية الزاهرة في خطط المعزية القاهرة، تحقيق وتعليق أيمن فؤاد السيد، ط ١، القاهرة: مكتبة دار العربية للكتاب، ١٩٩٦م.
٧. البغدادي، موفق الدين عبد اللطيف بن يوسف (ت ٦٢٩هـ / ١٢٣١م).
- الإفادة والاعتبار في الأمور المشاهدة والحوادث المعاينة بأرض مصر، إشراف سلامة موسى، القاهرة: مطبعة المجلد الجديد، د.ت.
٨. الذهبي، شمس الدين محمد بن أحمد بن عثمان (ت ٧٤٨هـ / ١٣٤٧م).
- أ. تاريخ الإسلام ووفيات المشاهير والأعلام، تحقيق مصطفى عبد القادر عطا، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٧١م.
- ب. سير أعلام النبلاء، تحقيق إبراهيم الزبيق، ط ١١، بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٦م.
٩. المقرئ، أحمد بن علي (ت ٨٤٥هـ / ١٤٤١م).
- أ. اتعاظ الحنفا بأخبار الأئمة الفاطميين الخلفاء، تحقيق محمد حلمي محمد أحمد، د.م: لجنة إحياء التراث الإسلامي، د.ت.

ب. المواعظ والاعتبار بذكر الخطط والآثار (الخطط المقرزية)، ط ١، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٤١٨هـ.

ج. المفقى الكبير، تحقيق محمد اليعلاوي، ط ١، بيروت: دار الغرب الإسلامي، ١٩٩١م. ثانياً :

المراجع العربية

١. البراوي، راشد
- حالة مصر الاقتصادية في عهد الفاطميين، ط ١ (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، ١٩٤٨م)
٢. حجازي، احمد توفيق
- موسوعة العطور، ط ١ (عمان: دار أسامة، ٢٠٠٠م)
٣. حسن، زكي محمد
- كنوز الفاطميين، ط ١ (القاهرة: المؤسسة المصرية للطبع والنشر، ٢٠١٦م)
٤. الحميري، عيسى بن عبد الله بن محمد
- لباب النقول في طهارة العطور الممزوجة بالكحول، ط ١ (دبي: دار القلم، ١٩٩٨م)
٥. رمضان، هوايد عبد العظيم
- المجتمع في مصر الإسلامية من الفتح العربي الى العصر الفاطمي، تقديم: عبد العظيم رمضان (القاهرة: د. مط، ١٩٩٤م)
٦. الزبيدي، محمد بن محمد بن عبد الرزاق
- تاج العروس من جواهر القاموس، حققه، مجموعة من المحققين، (د: مط، دار الهداية، د. ت)
٧. الشيال، جمال الدين
- تاريخ دمياط، ط ١ (القاهرة: مكتبة الثقافة الدينية، ٢٠٠٠م)
٨. الشيمي، محمد عبد الحميد
- العطور ومعامل العطور في مصر القديمة، ترجمة: ماهر جريحاني، (د: م، المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٥م)
٩. عبد الرحمن، عاصم محمد رزق
- مراكز الصناعات في مصر الإسلامية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٩م)
١٠. عبد العليم، مصطفى كمال
- تجارة الجزيرة العربية في مصر في المواد العطرية في العصرين اليوناني والروماني، اشرف: عبد الرحمن الانصاري، ط ١، الكتاب الثاني، الجزيرة العربية، مطابع جامعة الملك سعود.

١١. المناوي، محمد حمدي

الوزارة والوزراء في العصر الفاطمي، (مصر: دار المعارف، ١١١٩)

ثالثا : المجالات والدوريات

١. البراوي، راشد

في الاقتصاد الإسلامي، الحرية، العدد ١٣، القاهرة، أغسطس ١٩٨٦م

٢. الساعدي، تامر لفته حسن

الصناعات في مصر الفاطمية (٣٥٨-٥٦٧هـ/٩٦٩-١١٧١م)، مجلة كلية التربية، المجلد ٢،

العدد ١٢، القاهرة، ١٩٩٤م)

٣. محمد، امل زين العابدين

الكفاءة الاقتصادية لانتاج محصول الياسمين في مصر، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد الثالث

والعشرون، العدد الأول، ٢٠١٣م

٤. المسيري، حسام احمد

تصوير العطور في مصر في العصر البلطمي، مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، مجلد الحادي

والعشرون، العدد (١)، ٢٠٢٠م

السياسة الاعلامية ودورها في إدارة الأزمات الأمنية في الشرق الأوسط

Media Policy and Its Role in Managing Security Crises in the Middle East

م. بلسم عبد الحسين لعبي (١)

Lect. Balsam Abdul-Hussein Laibi

الملخص

يتناول هذا البحث الدور المحوري للسياسة الاعلامية في إدارة ومعالجة الأزمات الأمنية في منطقة الشرق الأوسط، مبيناً كيف أصبح الإعلام شريكاً أساسياً في إدارة الأزمات لا مجرد ناقلاً للأخبار. إضافة إلى تسليط الضوء على التحولات التكنولوجية، العولمة، تآكل السيادة المعلوماتية، التي أثرت على طبيعة الإعلام وأدواته. كما يستعرض البحث أهمية الإعلام في تشكيل الرأي العام، نقل الحقائق، الوقاية من الأزمات، والرقابة على الأداء الحكومي وكذلك يتطرق الى الأساليب المستخدمة خلال الأزمه كالتضليل الإعلامي والدعاية بمختلف أنواعها، إضافة إلى استراتيجيات التعامل مع الأزمات وإدارتها. ويخلص إلى أن السياسة الاعلامية حين تُمارس بمهنية وتوازن يمكن أن تكون قوة فاعلة في الحد من الأزمات الأمنية واحتوائها.

الكلمات المفتاحية: السياسة الإعلامية، الأزمات الأمنية، إدارة الأزمات، الرأي العام.

Abstract

This research addresses the pivotal role of media policy in managing and addressing security crises in Middle East , demonstrating how media policy has become a key partner in crisis management rather than a mere transmitter of news. It sheds light on the technological transformations within globalization and the erosion of information sovereignty that have impacted

the nature of the media and its tools. It also reviews the role of the media in shaping public opinion, conveying facts, preventing crises, and monitoring government performance. The research also discusses methods used, such as media deception and propaganda of various kinds, in addition to strategies for dealing with and managing crises. It concludes that a media strategy, when practiced professionally and balanced, can be an effective force in mitigating and containing security crises.

Keywords: Media Policy, Security Crises, Crisis Management, Public Opinion. Middle East

المقدمة

تشكل الازمات مراحل انتقالية في حياة الشعوب والحكومات خاصة منطقة الشرق الأوسط، فقد برز دور وسائل الاعلام في ادارة الازمات عبر المساهمة الفاعلة في نقل الاحداث والاختبار وتكوين الرأي العام، الا انها تظل سيفاً ذو حدين فالمجتمعات عبارة عن ميول ورغبات انفعالية، وجنابات اقتصادية واخرى دينية تجتمع وتعطي صورة مجتمع معين في مكان معين، لذا يتعين ان يراعى أموراً منها الفرد، النشأة، الثقافة، العادات والتقاليد، الدين، العلم، المستوى المعيشي، النظام السياسي. فالاعلام ليس مجرد ناقل للأخبار بل شريك في إدارة الأزمات ولا بد ان يعتمد على التوازن بين الحرية والمسؤولية مع الحفاظ على المصلحة العامة.

وقد أصبح على عاتق السياسة الإعلامية مسؤولية كبرى في مواجهة الازمات الأمنية لما تحمله من رسائل اطمئنان واستقرار للمجتمعات.

ويعد الإعلام اداة حاسمة في إدارة الأزمات الأمنية وأن التحديات المعاصرة مثل الإرهاب والصراعات العرقية والقومية والحروب الدينية والخلافات السياسييه في منطقة الشرق الأوسط جعل على عاتق الإعلام مسؤولية مباشرة في مواجهة هذه التحديات.

فكان لزاماً أن نفرق بين الإعلام الأكاديمي المهني والإعلام الاجير ذو مصالح خاصة ومنافع ودوافع سياسية سواء كانت محلية - كالأحزاب المعارضة أو سياسات خارجية.

وقد شهد العالم عدداً، من المتغيرات التي فرضت ذاتها على هيكل العلاقات الدولية وتفاعلاتها وانعكست بشكل واضح على معظم مجالات الحياة، فما طرأ من تطورات تكنولوجية حديثة على وسائل الاعلام، جعل السياسة الإعلامية تتماشى مع المعطيات الحديثه وهناك ثلاثة متغيرات مركزية في هذا الشأن لا بد من الإشارة إليها وبشكل موجز وهي:

١- متغيرات الثورة التكنولوجية: فقد أسهمت تلك الطفرة العلمية على المستويات السمعية والبصرية

والمعلوماتية أسهاماً ملحوظاً، يشار إليه بالبنان (اختزالي اختصاري زمكاني).

٢- التحولات الأساسية على مستوى العالم في العقود الثلاث وما نتج عنها من تصاعد ظاهرة التدويل والعملة، مما حدى بالانتقال من مفهوم الدولة المغلقة إلى الدولة المفتوحة، إذ لم تعد مرجعية الدولة مطلقة على أمنها المعرفي ومصادره لا سيما في الدول النامية.

٣- تأكل مفهوم المعلوماتية الوطنية، نتيجة التداخل المعرفية الدولي والعالمي على جميع الأصعدة المعرفية^(٢)

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الحاجة لإبراز مفهوم السياسة الإعلامية، وأساليبها المتبعة في الأزمات الأمنية على الواقع السياسي والأمني في منطقة الشرق الأوسط.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق نتائج إيجابية ومرضية من خلال الأساليب والممارسات المتبعة للسياسة الإعلامية خلال الأزمات الأمنية في منطقة الشرق الأوسط ووفق المعطيات والممارسات التكنولوجية الحديثة

إشكالية البحث:

يتبادر سؤال في الذهن هل هناك إستراتيجية إعلامية متبعة في إدارة ومواجهة الأزمات؟ هنا تكمن المشكلة في حاجتنا الماسة للأطلاع ولمعرفة النظم والأساليب المتبعة في السياسة الإعلامية في الشرق الأوسط من منظور إستراتيجي في مواجهة الأزمات الأمنية الشرق أوسطية.

فرضية البحث:

- تساهم الاستراتيجية الإعلامية في توعية المجتمع وخدمته من اجل سلامته في ظل الازمة.
- مدى العلاقة ما بين دور الاعلام وإمكانية تجنب حدوث الازمة.
- كلما ازداد دور الاعلام في نشر الوعي الأمني كلما قل احتمالية وقوع الخسائر.
- يكمن نجاح الاعلام الأمني او فشله في كيفية ادارة الازمة والتعامل معها.

منهجية البحث:

استخدم الباحث في إعداد هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يتماشى مع هذا الموضوع. **هيكلية البحث:** تتضمن هيكلية البحث على ثلاثة مباحث وعدد من المطالب، تناول المبحث الأول المفاهيم والمصطلحات، وتكلم المبحث الثاني عن السياسة الإعلامية وأساليبها في ظل الأزمات، أما

٢ - هويدا مصطفى، دور الإعلام في الأزمات الدولية، القاهرة: مركز المحروسة، ٢٠٠٢.

المبحث الثالث فقد تناول إستراتيجية التعامل مع أزمات الشرق أوسطية ومعالجتها في ظل الظروف والأحداث، اما الخاتمة فقد تضمنت بعض الأستنتاجات والتوصيات من وجهة نظر الباحث.

المبحث الأول: المفاهيم والمصطلحات

١- الاعلام

٢- السياسة الإعلامية

٣- الأزمة والأزمة الأمنية

٤- الأزمة الدولية

١- الاعلام:

هو مصطلح يطلق على اي وسيلة او تقنية او مؤسسة تجارية ربحية، عامة او خاصة، رسمية او غير رسمية مهمتها نشر الاخبار ونقل المعلومات ويعد الاعلام اهم منبر ومصدر في بناء الأفكار والمعارف والحصول على المعلومات والتعبير عن الآراء، وهو سلاح اجتماعي سياسي من أخطر الأسلحة التي تستخدم في مجال الحرب النفسية وصراع إرادات القوى في العصر الحديث وقد زاد من خطورته التطور التقني الهائل في وسائل الاتصالات والدور الذي يلعبه الخبر، والتعليق والصورة في خلق القناعات والأفكار في تشكيل وصياغة الرأي العام، حيث امتد تأثير وسائل الإعلام، ليطال مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية للبلدان.

اما الاعلام الجديد فهو ((مختلف الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تسمح بتشكيل وإنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه أيضا بشتى الطرق والرسائل والاشكال عن طريق استخدام الوسائل والأجهزة الالكترونية والوسائط المتصلة وغير المتصلة بالشبكة العنكبوتية (الانترنت) في عملية تفاعلية بين مرسل ومستقبل او بين مرسل ومرسل اليه)) كما أن الاعلام الجديد والتكنولوجيا الحديثة وسيلة لنشر العلم وتعميم المعرفة وتثبيت القيم والسلوكيات والعادات والممارسات من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة من اجل تحقيق التواصل الثقافي والحضاري والاجتماعي والإنساني بين الافراد والمجموعات والشعوب^(٣)

٢- السياسة الإعلامية:

((هي مجموعة من الاتجاهات التي تنطلق من أهداف مُعينة وتسير على وفق خطة معينة ووقت تستدعيه الخطة لغرض تحقيق هدف معين))
فهي وسائل اتصال تملكها او تحكمها او تديرها او تؤثر فيها كيانات او جماعات او لوبيات سياسية بهدف الترويج لآراء هذه الكيانات ولكل كيان فلسفته وأدواته في الوصول الى الغايات^٤.

٣ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، القاهرة: دار الشروق للنشر، ٢٠٠٨

٤ - مصدر تم ذكره سابقاً.

٣- الأزمة والأزمة الأمنية

تُعرف الأزمة بـ ((انها موقف مفاجئ أو تطوّر غير متوقع يهدد المصالح العامة أو الخاصة، ويستدعي تدخلاً عاجلاً لإدارتها وتخفيف آثارها)) قد تكون الأزمة طبيعية كالكوارث، أو بشرية مثل النزاعات أو الحوادث.

أما الأزمة الأمنية ((فهي حالة اضطراب مفاجئ تتسم بخطر كبير وتتطلب استجابة فورية لأحتوائها ومنع تفاقمها)) وقد تكون ناتجة عن صراعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. كما تتطلب إدارة الأزمة فهماً دقيقاً لمسبباتها وتوقع نتائجها المحتملة. والإعلام يلعب دوراً مهماً في هذه المرحلة من خلال تقديم المعلومات الدقيقة والتوجيه الصحيح للجمهور. فالتعامل الإعلامي المهني قد يسهم في احتواء الأزمة بدلاً من تأجيجها^(٥).

٤- الأزمة الدولية:

الأزمة الدولية ((هي حالة من التوتر أو النزاع بين دولتين أو أكثر، وقد تتطور لتصل إلى حد المواجهات العسكرية أو الاقتصادية أو السياسية)). تنشأ الأزمات الدولية عادة نتيجة تضارب المصالح، أو انتهاكات للقوانين الدولية، أو تدخلات خارجية. وتتسم هذه الأزمات بتأثيراتها الواسعة على الأمن والسلم العالميين ويلعب الإعلام الدولي دوراً حساساً في شكل هذه الحالات، إما التهئية أو التصعيد تبعاً لطبيعة التغطية الإعلامية، كما تؤثر التغطية الإعلامية في تشكيل الرأي العام العالمي وصناعة القرار السياسي. ولذلك، فإن حسن إدارة الإعلام في هذه الظروف يعد من العوامل الحاسمة في إدارة الأزمة بفاعلية^(٦).

المطلب الأول :

وظيفة الإعلام في ظل الأزمات الأمنية

للأعلام عدة وظائف في ظل الأزمات الأمنية منها:

١. تشكيل الرأي العام والتعبئة

الرأي العام: ((هو تكوين فكرة أو حكم على موضوع أو شخص ما أو مجموعة من الظواهر والأحداث القابلة للنقاش ربما تكون صحيحة أو خاطئة. فهو ذلك التعبير العلني والصريح الذي يعكس وجهة نظر أغلبية الجمهور تجاه قضية معينة في وقت معين))

٥ - هلال، إدارة الأزمات: مفاهيم عامة ونماذج تطبيقية، القاهرة: مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢.

٦ - محمد عبد العاطي صالح، "الإعلام الدولي وصناعة الأزمات"، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.

وللرأي العام عدة أنواع منها:

- الرأي العام العفوي
- الرأي العام التحصيلي
- الرأي العام الخامل
- الرأي العام الفعال
- الرأي العام الظاهري
- الرأي العام المؤقت
- الرأي العام الكلي
- الرأي العام الباطني

وان أكثر التحديات التي تواجه الاعلام الامني في ظل الازمة هو (السبق الصحفي) والادلاء بالمعلومات في الوقت المناسب اي السرعة في كشف الحدث للرأي العام من خلال وسائل الاعلام المتوفرة في ارض الحدث^(٧)، وعلى العاملين في تحرير الرسائل الاعلامية ان يكونوا مدربين على صياغة هذه الرسائل وبثها عبر وسائل الاتصال المختلفة ومن خلال وظائفها المختلفة.^(٨):

٢. الوظيفة الإخبارية

هي عملية أخبار عن الشيء ويكون الأخبار أما شفاهية عن طريق اللسان أو عن طريق الكتابة كالمقالات في الصحف والمنشورات والكتيبات والبوسترات أو عن طريق الصورة، والصورة نوعان:

١- جامدة-فوتوغراف

٢- متحركة-تلفاز، وكذلك الصوتية/ راديوية

٣. الاستراتيجية الوقائية

يعدّ التخطيط لمرحلة ما قبل الأزمة الامنية عملية وقائية لتجنب الأزمات، ومما لا شك فيه ان عدم التخطيط العلمي الاتصالي لمنع الأزمة ينعكس سلباً على ردود أفعال الجماهير ولرأي العام، وهناك حالات وقائية تكشف عن ضعف وغياب حل الأزمات والاتصال مما يؤدي إلى زيادة حالة الاضطراب والخسائر المادية والبشرية بين أطراف الصلة في الأزمة لذا يجب وضع استراتيجية وقائية لتجنب الازمة^(٩).
وهنالك عدة سمات للسياسة الإعلامية الأمنية عليها إتباعها في أثناء التغطية في مواجهة الأزمات الأمنية وهي:

٧ - نادر أبو شيخة، إدارة الأزمات، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ١٩٩٨

٨ - أديب خضور، إشكالية العلاقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية العربية، دمشق: المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٠.

٩ - أمين هويدي، الصراع الأمني العربي الإسرائيلي بين الرادع التقليدي والرادع النووي، ط٢، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٧.

١- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة القانونية من مصادر موثوقة من أجل تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.

٢- الدقة في المعلومات وعرض الحقائق وتقديمها للرأي العام بصدق ودون تحريف، ويجب ان يرافق ذلك السرعة في نشر المعلومات والتدقيق في المعلومة دون تسرع.

٣- القدرة على التعامل بعقلانية واتزان وعدم الانفعال والانسياق وراء الرأي العام ويجب أن تتحلى وسائل الإعلام بالاتزان وعدم الانحياز وقت الأزمات الامنية وتبتعد عن إثارة الرأي العام^(١٠).

٤. الرقابة على الإداء الحكومي

ربما يسأل سائل ماهي العلاقة ما بين الرقابة على الأداء الحكومي وألزامة الامنية؟ وهو سؤال مشروع، من حيث الشكل لا المضمون، فالعلاقة تأخذ مأخذاً مخالفاً من حيث الالية المتبعة، والوقوف على اخطاء الحكومة والمؤسسات التابعة لها ومحاسبتها في حال قصرت في ايجاد الحلول الناجعة للأزمات الأمنية والإشارة على نقاط الخلل وأماكن الضعف لأن هذا التوجه سوف يساهم في تلافي تلك العيوب والأخطاء، بل زد على ذلك التقويم والتصحيح لأداء تلك الحكومة في المواقف المفاجئة والطارئة المصحوبة بفضوى فهي تعطي انطباعاً حول تدابير الحكومة ان كانت في خانة الإيجاب أو السلب.

المبحث الثاني: السياسة الإعلامية واساليبها في ظل الازمات

يعد مفهوم السياسة الإعلامية مفهوماً حديثاً نسبياً، فهو من المفاهيم التي يدور حولها الجدل والنقاش، ويتعلق هذا بطبيعة المفهوم وترابطة ببعض القضايا الدولية. ويشير مفهوم السياسة الإعلامية الى التوجيه المقصود لوسائل الإعلام.

والسياسة الإعلامية مصطلح متنوع ومتعدد المجالات، فهو يربط بين الإعلام والاتصال، إذ يرتبط مفهوم السياسة الإعلامية بالنظام السياسي من حيث المضمون والشكل ومن ثم يرتبط بالدولة وبالناطق الجغرافي الذي ترتبط فيه الدولة وكذلك يرتبط بالتطور الاجتماعي والاقتصادي للشعوب، إذ تعتمد السياسة الإعلامية مبدأ احترام السياسة التحريرية لوسائل الإعلام وأيضا نشر الخبر الصادر عن المؤسسة بما ينسجم مع ما هو متعارف عليه، مع الاخذ بصغائر الأمور والحفاظ على الخبر وعدم اضافة أي خبر دون التأكد من دقته^(١١).

المطلب الأول :

١٠ - مصدر تم ذكره سابقاً.

١١ - حازم محمد الحمداني، الدعاية السياسية بين الماضي والحاضر، ط١، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢

النظم والأساليب الإعلامية المتبعة

لابد هنا من الإشارة إلى الأساليب الإعلامية المتبعة خلال الأزمة وهي:

١- التضليل الإعلامي

التضليل الإعلامي هو أقوى أسلحة الحرب الإعلامية^(١٢)

ويعتمد خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية.

لذا يعتبر التضليل أحد وسائل الدعاية والحرب النفسية ضمن الحرب الإعلامية الأمنية ولا تقاس تسميتها بالحرب بمقاييس الحرب العسكرية لأنها أحياناً تحقق مكاسب أكبر من حرب المدافع، أي الشروع باستخدام أدوات الصراع الأمني قبل الشروع بالصراع السياسي وأحياناً تكسب الحرب قبل بدئها (شحيط ٢٠٠٥)، وتمتاز بنشر وبث المعلومات والأفكار المغلوطة عن عمد وعن سابق تصور وتعميم واقع مزيف ومغلوط توجه إليه الرأي العام لكسب تأييده وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما هو يفكر بشكل صحيح فهو شكل من أشكال العدوان ونشاط تخريبي سيكولوجي، وحرب الكلام والأفكار والمفاهيم وسلاح العصر السري.

وهناك عدة وسائل للتضليل الإعلامي منها عن طريق الصحف و النشرات والرسوم واللافتات..... الخ إضافة الى وسائل الإعلام المتاحة العلنية والسرية ووسائل الاتصال للتأثير، وإيصال الخبر والمواد الإعلامية الامنية المضللة إلى المتلقي، وتستخدم هذه الأساليب كالتالي^(١٣):

١. الكذب والخداع.
٢. الإشاعة والتشويش.
٣. إخفاء الحقائق والمعلومات.
٤. اختلاق وقائع ممسرحة.
٥. إغراق وسائل الإعلام بأكثر الأخبار تناقضاً.

المطلب الثاني :

الدعاية:

بما أن الاعلام والدعاية مجريان يؤثران على الأزمات الامنية، لذا جاءت دراسة الدعاية موازية لمفهوم الإعلام فقد أصبح شعب كل دولة معرضاً، سواء شاء أم أبى، لتلقي الصور والأخبار، والمعلومات يومياً

١٢ - لطفي حيدوري، التضليل الإعلامي: الصحافة بين الاحتراف والافتراق، تونس: مركز الدراسات الاستراتيجية والدبلوماسية،

٢٠١٧

١٣ - محسن أحمد الحضيري، إدارة الأزمات: منهم اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد العالمي والوحدة

الاقتصادية، القاهرة: مكتبة مدبولي، ٢٠٠٣

من أجهزة الإعلام، المحلية والأجنبية، مما زاد في حجم تأثير الرأي العام الدولي على الرأي العام الداخلي، وبما أن لكل دولة سياسة خارجية معينة تحرص على تحقيقها، وأن إمكانية تحقيق هذه السياسة تتعلق كثيراً بإمكانية اقناع الدول الأخرى وشعوبها بعدالة هذه السياسة الإعلامية لذا تقوم الدعاية الإعلامية بدور كبير في هذا المجال ووفق المعطيات المحلية والدولية.

تعد الدعاية اهم وسيلة إعلامية لها عدة أوجه ومنها: دعاية بيضاء، صريحة، رمادية، سوداء، وحسب ما مخطط للحملات النفسية خلال المراحل للصراع الأمني، وعادة ما يركز على استخدام الدعاية الرمادية والسوداء لتأثيرها، ولما تمتاز به من إمكانيات، وتأثير خطير في حال التخطيط والاستخدام الجيد لها فهي تحقق الآتي:

- ١- نشرها ووصولها إلى اعماق ومساحات كبيرة من مسرح المجتمع.
- ٢- تلقى قبولاً وسرعة انتشار والتأثير بين أفراد وجماعات المجتمع.
- ٣- استخدام موضوعات وأساليب، يصعب استخدامها في الدعاية البيضاء.

مثل:

- أ. إخفاء المصدر والاتجاه، تزييف وثائق، تخريب
- ب. صعوبة وضعف تأثير إجراءات المقاومة والدعاية المضادة عليها نظراً لسريتها.
- ج. قدرة عالية على تحطيم الذات.

المبحث الثالث: استراتيجية التعامل مع الازمة

يمكن ان تولد الازمة الدولية حالة من التوتر تصيب العلاقات الطبيعية بين الدول بشكل يهدد المصالح والقيم، حيث تظهر بشكل مفاجئ بما يجعل وقت التعامل معها او الرد عليها محدوداً وضيقاً يتخلله اللجوء الى استخدام القوة العسكرية و تستخدم بشكل عام للإشارة الى الحالة المتسمة بالخطر والترقب والقلق ويمكن تعريفها أي (الازمة) بأنها تهديد خطير مفاجئ او متوقع وتحويل في مجريات الأمور لشيء ما يقود الى أوضاع استثنائية غير مستقرة تؤثر سلبا في الأطراف المعنية لما ينتج عنها من توتر شديد وحالة من الاضطرابات قد تتسع لتطال جوانب الحياة كافة.

وتبرز الازمة عندما تخرج المشكلات عن نطاق السيطرة ضمن فترة زمنية قصيرة تستدعي مواجهتها والتحكم بآثارها ونتائجها وتختلف مستويات الازمات باختلاف شدة الظروف المحيطة بها والإطار المكاني والزمني لوقوعها، وعليه فان الازمة يمكن ان تحدث في اية جهة من الجهات وفي أي مكان او زمان ويمكن

بشكل من الاشكال منع وقوع بعض الازمات في حين ان البعض الآخر لا يمكن معالجتها او السيطرة المطلقة عليها وبالتالي لا يمكن احتواءها او منعها من الظهور الى نزاع مسلح^(١٤) ويعرف (والتر ريموند) الازمة الدولية بأنها حدوث خلل كبير في العلاقات الدولية ذات السيادة وذلك لعجزها عن حل نزاع قائم بينهما. اما (كينيث بولدنج) يرى انها نقطة تحول في العلاقات الدولية مما تؤثر سلبا او ايجاباً على طبيعة العلاقات القائمة بين الدول. اما كورال بل (Coral Bill) فتعرف الازمة في كتابها "دراسة إدارة الازمات الدبلوماسية اتفاقيات الازمة" بأنها ارتفاع الصراعات الى مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات الدولية بين الدول.

المطلب الأول :

العلاقة ما بين طبيعة النظام الدولي والازمات في الشرق الأوسط

يؤثر طبيعة النظام الدولي على الازمات التي تنشأ في احضانه وربما تؤثر على احتمالية استمراره فكلما زادت قدرة النظام على اداء وظائفه وعلى مواجهة الازمات التي قد تفتك به، استمر هيكل النظام كما هو وكلما ضعفت قدرة النظام في اداء تلك الوظائف زادت من فرص انهياره، وهذا ما حصل في الصراع الاوربي الذي انتهى بنشوب الحرب العالمية الثانية عام ١٩٤٥ والذي كان نتائجه انهيار النظام العالمي المتعدد القطبية وقيام النظام العالمي ثنائي القطبية والذي رافقه عدة ازمات نتيجة الفوضى المؤقتة التي حدثت بسبب التحول وكان هما ازمة الصواريخ الكورية عام ١٩٦٢ وان كانت الازمة واحدة لكن اثرها على دول متعددة وتختلف من دولة الى اخرى وتبقى الدولة الضعيفة كدول الشرق الأوسط هي اكثر المتأثرين بالازمات^(١٥) ومن كافة النواحي الاقتصادية والأمنية والسياسية على حد سواء.

لذا نجد على القائمين بالشأن الدولي ان يتحملوا مسؤولياتهم في مواجهة ما سيفرزه العالم من مفاجآت متوقعة وغير متوقعة، وهذا ما شاهدناه في حرب غزة الاخيرة اذ شكلت الحرب الاسرائيلية الهمجية على غزة مرحلة انتقالية في مفهوم الصراع، حيث حاولت اسرائيل اباداة القضية الفلسطينية من خلال الة القتل التي فتكت بجميع مقومات الحياة في غزة، الا ان الاعلام ووسائل التواصل نقلت الحقيقة كما هي من خلال البث المباشر لعمليات القصف والقتل والتجويع؛ مما اسفر عن عدة مظاهرات في معظم انحاء العالم واعتصامات شعبية ومطالبات بوقف الجرائم ومعاقبة اسرائيل على ما تقوم به.

ازدادت الازمات في عصرنا الى حد ان أصبح القول بأن عالم الازمات أصبح جزءاً منها وقد زاد الوضع تعقيداً نتيجة إصرار العديد من القوى الفاعلة دولياً وإقليمياً على تحقيق أهدافها من خلال اثاره او افتعال الازمات Management-Bu crisis الذي يعني ان أحد الأطراف يريد تحقيق أهدافه من خلال الازمة.

١٤ - مالك محسن العيسوي، الحروب بالوكالة: إدارة الأزمة الاستراتيجية الأمريكية، بغداد: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤
١٥ - مصدر تم ذكره سابقاً.

وتصبح الازمة بهذا المعنى: فعلاً يهدف الى توقف او انقطاع نشاط من الأنشطة او زعزعة استقرار وضع من الأوضاع ولكن إذا ما فشل هذا الطرف في تحقيق ما يريدته يجد مدبر الازمة نفسه قد أصبح في مأزق حقيقي.

المطلب الثاني :

إدارة الازمات Crisis Management

تعد إدارة الازمة علماً وفناً في آن واحد، فهي علم بمعنى انها منهج له اصوله وقواعده، وهي فن بمعنى إن ممارستها أصبحت تعتمد على مجموعة من المهارات والقدرات فضلاً عن الابتكار والابداع^(١٦).

فالأزمات ليست وليدة ذاتها، انما وليدة مجموعة من الأسباب والبواعث، وبالتالي الازمة هي وليدة مجتمعها، وبهذا المفهوم تؤثر الازمة في المجتمع كما تتأثر به، فهناك ثمة علاقة تفاعل ما بين الازمة والمجتمع فالأزمة هي ظاهرة ككل ظاهرة لها أسبابها وعناصرها وجوانبها المتعددة، وبالتالي يتعذر فهم الازمة وتتعدر ادارتها دون معرفة أسبابها وتحديد عناصرها والتعرف على جوانبها المختلفة لغرض التعامل معها ويحدد الباحثون بعض الخطوات للتعامل مع الازمة منها:

١ - **تقدير الموقف:** يتم في هذه المرحلة تقديم أجوبة عن الأسئلة التالية: ما هي القوى الصانعة للأزمة؟ وما هي عناصر القوة التي تركز إليها هذه القوى، وما هي القوى المساعدة والمؤيدة؟ ولماذا وكيف صنعت الازمة؟

٢ - **تحليل الموقف:** تتم هنا عملية تحديد علاقات الارتباط وأسباب التوتر ومواطن القوة وطبيعة الخطر الذي تشكله الازمة.

٣ - **التخطيط العملي للتدخل في الازمة:** في هذه المرحلة يتم رسم السيناريوهات ووضع الخطط والبرامج وحشد القوى لمواجهة الازمة والتصدي لها.

٤ - **التدخل لمعالجة الازمة:** تبرز هنا مهمة تحديد المهام وسبل تحقيقها^(١٧)، وهذا يجد ذاته ومن خلال ما تقدم هو ما تقوم به السياسة الإعلامية من دور في ادارتها للأزمة وكيفية التعامل معها.

١٦ - مصطفى علوي، القطب المنفرد: الولايات المتحدة الأمريكية والتغيير في هيكل النظام العالمي، القاهرة: المركز العربي للبحوث والدراسات، ٢٠١٥.

١٧ - سامي الصيادي، إدارة الأزمات، عمان: معهد الإدارة العامة، ١٩٩٧.

وهناك مجموعة وصايا للتدخل في إدارة ومعالجة الازمات من وجهة نظر بعض الباحثين

منها :

- ١- تحديد الهدف.
- ٢- الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة.
- ٣- المباغنة.
- ٤- التعاون.
- ٥- الاقتصاد في استخدام القوة.

ومن خلال ما تقدم من خطوات التعامل مع الإزمة في رأي الباحثين والمفكرين هو بحد ذاته ما تقوم به السياسه الأعلاميه من دور في معالجتها للأزمات وكيفية التعامل معها.

الخاتمة:

أولاً/ الاستنتاجات

١. تُعدّ الأزمة نقطة تحوّل حاسمة قد تُربك النظام السياسي القائم، ولا يقتصر تأثيرها على الأطراف المباشرة فحسب، بل يمتد ليشمل أنظمة ودولاً أخرى.
٢. حقق الإعلام الأمني الدولي نتائج إيجابية من خلال جهود تراكمية وتجارب متعددة، أسهمت في تطوير أساليبه وفعاليته أثناء الأزمات.
٣. يُعد الإعلام الأمني دعامة أساسية في بناء السياسة الإعلامية الدولية، حيث يساهم في تشكيل الرأي العام وتوجيهه من خلال وضع الأجندات واستخدام آليات التأثير المختلفة.
٤. يمكن للإعلام أن يكون أداة قوية في صناعة الأزمات السياسية وتهدتها، كما يؤثر في مواقف الأفراد واتخاذ القرارات المصيرية.
٥. السياسة الإعلامية تُعدّ من العوامل المؤثرة في استقرار النظام السياسي، وترتبط بشكل مباشر بالتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للدول.

ثانياً: التوصيات أو المقترحات

١. ضرورة تعزيز دور الإعلام الأمني في دعم استقرار الأنظمة السياسية من خلال تقديم محتوى مهني وموضوعي يساهم في تهدئة الأزمات بدلاً من تأجيجها.
٢. العمل على تطوير سياسات إعلامية وطنية ودولية تضمن الاستخدام المسؤول للإعلام أثناء الأزمات، وتُشجّع على تبني ممارسات مهنية تساهم في الحفاظ على الأمن والاستقرار.

٣. تكثيف برامج التدريب والتأهيل الإعلامي للعاملين في المؤسسات الإعلامية الأمنية، بما يضمن القدرة على التعامل مع الأزمات بكفاءة وفعالية.

٤. تشجيع التعاون بين وسائل الإعلام والأجهزة الأمنية لتوحيد الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات، وتفادي نشر المعلومات المضللة التي قد تؤدي إلى زعزعة الأمن السياسي والاجتماعي.

دور الثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل دراسة تحليلية لأراء عينة من
العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة

The Role of Organizational Culture in Improving the
Work Environment An Analytical Study of the Opinions
of a Sample of Employees at the Directorate of Karbala
Governorate Municipality

م.د. وسام حصن جواد^(١)

Lect. Wisam Hesn Jawad (PhD)

الملخص

تلعب الثقافة التنظيمية دوراً أساسياً في تشكيل بيئة العمل داخل المنظمات، إذ تمثل منظومة متكاملة من القيم والمعتقدات والتوجهات والسلوكيات المشتركة التي تنمو وتتطور مع الزمن، وتؤثر مباشرة على سلوك العاملين وتفاعلهم مع الإدارة. يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر الثقافة التنظيمية بأبعادها: المشاركة، الاتساق، التكيف، المهمة في تحسين بيئة العمل المتمثلة بأبعادها: البعد المادي، النفسي، الاجتماعي، الإداري، التكنولوجي، الثقافي، والبيئي الخارجي، وذلك في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة. أعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي بما يلائم خلال توزيع (٢٥١) استمارة على عينة من العاملين، وتم استرجاع (٢١٨) استمارة صالحة للتحليل باستخدام برنامج (SPSS.v.24) وأظهرت النتائج وجود

١- جامعة كربلاء- مركز الدراسات الاستراتيجية iq.uokerbala.edu.h@wisam

علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل، مما يدل على أن تعزيز الثقافة التنظيمية يفسر نسبة كبيرة من التغيرات الحاصلة في تحسين بيئة العمل وتعزز الأداء والرضا الوظيفي. كما تشير النتائج إلى أن الثقافة التنظيمية تمثل عنصراً محورياً في بناء بيئة عمل صحية ومتطورة تنمو مع الزمن داخل المنظمة، وأوصى البحث بتشجيع العاملين على مشاركة العاملين في اتخاذ القرار والتعبير عن آرائهم، مما يساهم بشكل مباشر في تحسين جميع أبعاد بيئة العمل، ويضمن استدامة التطوير والتحسين داخل المنظمة.

الكلمات المفتاحية: الثقافة التنظيمية، بيئة العمل، العاملون، كربلاء المقدسة.

Abstract

Organizational culture plays a fundamental role in shaping the work environment within organizations, as it represents an integrated system of shared values, beliefs, orientations, and behaviors that evolve over time and directly influence employees' behavior and their interaction with management. This study aims to examine the impact of organizational culture represented by its dimensions: involvement, consistency, adaptability, and mission on improving the work environment, measured through its physical, psychological, social, administrative, technological, cultural, and external environmental dimensions, within the Directorate of Karbala Municipality.

The study employed the descriptive-analytical approach and distributed (251) questionnaires to a sample of employees, of which (218) valid responses were retrieved and analyzed using SPSS v.24. The findings revealed a statistically significant correlation and effect between organizational culture and the improvement of the work environment. This indicates that strengthening organizational culture explains a substantial proportion of the changes occurring in work environment enhancement, in addition to contributing to improved performance and higher job satisfaction.

Furthermore, the results confirm that organizational culture constitutes a key element in building a healthy and evolving work environment that develops over time within the organization. The study recommends encouraging employees to take part in decision-making and express their opinions, as such participation directly contributes to improvements across all dimensions of the work environment and ensures the continuity of development and enhancement within the organization.

Keywords: Organizational culture, work environment, employees, Karbala Municipality.

المقدمة

أصبح من الواضح في السنوات الأخيرة، أن نجاح المنظمات لا يعتمد فقط على الهياكل الإدارية أو التطور التكنولوجي أو الخطط الاستراتيجية، بل يتطلب أيضاً وجود عامل آخر لا يقل أهمية وهو الثقافة

التنظيمية. إذ تمثل هذه الثقافة الإطار العام الذي يتحرك ضمنه جميع الأفراد داخل المنظمة، وتؤثر على طريقة تفكيرهم وتصرفاتهم ومستوى تفاعلهم مع بيئة العمل المحيطة بهم، وعند تأمل المنظمات التي تتميز بالنجاح والاستقرار، نجد في الغالب ثقافة تنظيمية قوية وواضحة تقف خلف ذلك النجاح؛ ثقافة تدعم العمل الجماعي، وتشجع على التواصل، وتعزز الإبداع والالتزام. وعلى العكس من ذلك، قد تعاني بعض المنظمات من التوتر والغموض في الأدوار وضعف الانتماء، وكل ذلك يعود غالباً إلى غياب ثقافة تنظيمية صحية أو سيادة ثقافة سلبية وغير محفزة.

انطلاقاً من ذلك، جاء هذا البحث لتسليط الضوء على العلاقة بين الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل بوصفها أحد الجوانب الحيوية في الإدارة المعاصرة، إذ نسعى من خلاله إلى توضيح كيف يمكن للقيم التنظيمية، وأنماط التواصل، وأساليب القيادة، أن تسهم في تحسين بيئة العمل وجعلها أكثر دعماً للعاملين، وأكثر تحفيزاً للإبداع والالتزام. لذ قسم البحث على ثلاثة مباحث، تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث، أما المبحث الثاني فقد تناول الإطار النظري، فيما تناول المبحث الثالث الجانب العملي للبحث، وصولاً إلى تقديم مجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تساعد المنظمات على تطوير وتحسين بيئة عمل مريحة وآمنة وفعّالة، ولا سيما في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة التي تمثل مجتمع البحث وعينته.

المبحث الأول: الأطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث:

تسعى المنظمات الحديثة إلى توفير بيئة عمل داعمة ومحفزة تضمن رفع مستوى الأداء الوظيفي والرضا لدى العاملين، إلا أن بعض المنظمات لا تزال تعاني من تحديات واضحة في تحقيق هذا الهدف نتيجة ضعف الثقافة التنظيمية أو غياب ممارساتها الفعّالة. وفي ضوء ما تشهده مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة من توسع في المهام وتزايد في متطلبات تقديم الخدمات للمواطنين، يبرز التساؤل حول مدى قدرة الثقافة التنظيمية السائدة على دعم وتحسين بيئة العمل بأبعادها المتنوعة المادية والنفسية والاجتماعية والإدارية والتكنولوجية والثقافية والبيئية الخارجية. وعليه تتمثل مشكلة البحث في وجود حاجة ملحة للكشف عن طبيعة العلاقة بين الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل داخل المديرية، وتحديد ما إذا كانت الثقافة التنظيمية بأبعادها (المشاركة، الاتساق، التكيف، المهمة) تسهم بشكل فعّال في خلق بيئة عمل صحية ومتطورة تدعم العاملين وتحقق مستوى أفضل من الأداء والرضا الوظيفي.

وانطلاقاً من مشكلة البحث، يمكن صياغة أسئلة البحث على النحو الآتي:

١. ما مستوى الثقافة التنظيمية بأبعادها (المشاركة، الاتساق، التكيف، المهمة) في مديرية بلدية

محافظة كربلاء المقدسة؟

٢. ما مستوى بيئة العمل بأبعادها (المادي، النفسي، الاجتماعي، الإداري، التكنولوجي، الثقافي، البيئي الخارجي) لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة؟
٣. هل توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية بأبعادها وتحسين بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة؟
٤. ما طبيعة تأثير الثقافة التنظيمية على تحسين أبعاد بيئة العمل المختلفة في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة؟

ثانياً: أهمية البحث:

تُستمد أهمية هذا البحث من الجوانب الآتية:

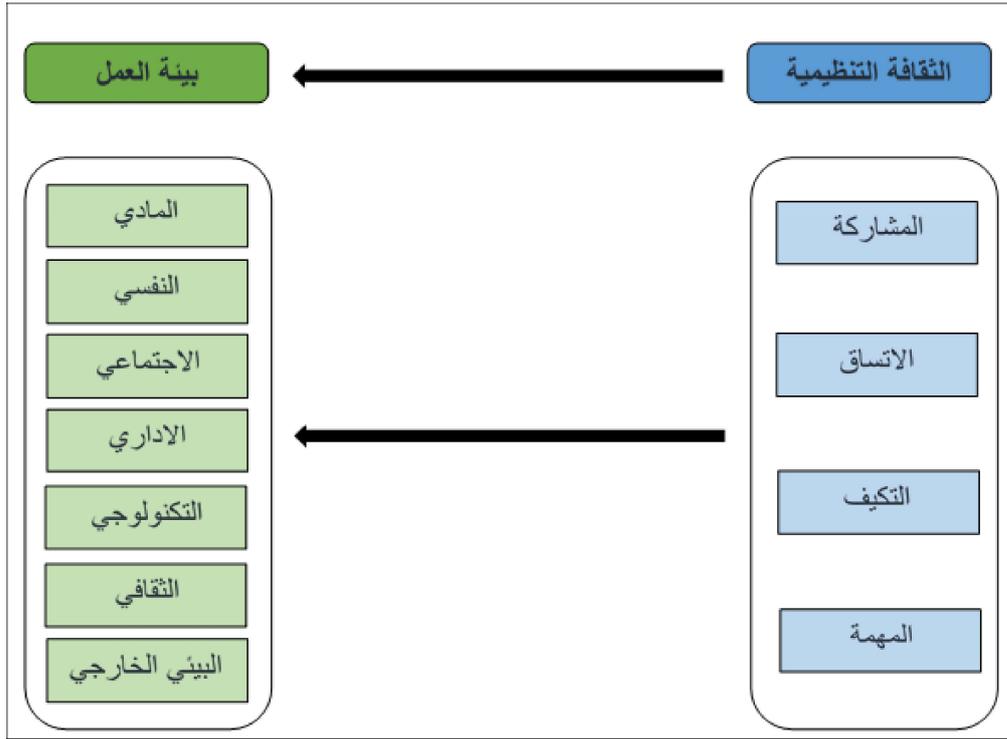
١. أهمية عملية: يساعد في توفير بيانات واقعية حول مستوى الثقافة التنظيمية وبيئة العمل داخل مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة، بما يساهم في تحسين الأداء وتطوير أساليب الإدارة.
٢. أهمية نظرية: يعزز الإثراء العلمي للدراسات المتعلقة بالثقافة التنظيمية وبيئة العمل داخل المنظمات الحكومية العراقية، ويقدم إطاراً بحثياً يمكن الاستفادة منه في دراسات مستقبلية.
٣. يسלט الضوء على أهمية تبني قيم تنظيمية داعمة وممارسات إدارية متطورة تساعد على خلق بيئة عمل صحية، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا والتحفيز لدى العاملين.
٤. يدعم صُناع القرار في وضع استراتيجيات فعّالة لتعزيز الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل بما يتناسب مع أهداف التنمية المؤسسية.

ثالثاً: أهداف البحث:

١. التعرف على مستوى الثقافة التنظيمية بأبعادها لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة.
٢. قياس مستوى بيئة العمل بأبعادها لدى العاملين في المديرية.
٣. تحليل العلاقة بين الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل.
٤. بيان دور الثقافة التنظيمية في تعزيز الأداء والرضا الوظيفي من خلال تحسين بيئة العمل.
٥. تقديم توصيات تساهم في تطوير ثقافة تنظيمية إيجابية تواكب متطلبات العمل وتدعم التنمية المستدامة داخل المديرية.

رابعاً: مخطط البحث الفرضي:

في ضوء الدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة وتحديد مشكلة البحث الحالية، أمكن للباحث تحديد متغيرات البحث والتي يوضحها في النموذج التالي:



المصدر: أعداد الباحث

خامساً: فرضيات البحث:

للانطلاق في التحقق من أسئلة البحث، تم وضع الفرضيات الآتية:

١. الفرضية الرئيسية الأولى: هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية وتحسين

بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة. ومن هذه الفرضية تتفرع

الفرضيات الفرعية التالية:

- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد المشاركة وتحسين بيئة العمل.
- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد الاتساق وتحسين بيئة العمل.
- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد التكيف وتحسين بيئة العمل.
- هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد المهمة وتحسين بيئة العمل.

٢. الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للثقافة التنظيمية في تحسين

بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة. ومن هذه الفرضية تتفرع

الفرضيات الفرعية التالية:

- هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل.
- هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل.
- هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى التكيف في تحسين بيئة العمل.

• هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى المهمة في تحسين بيئة العمل.

سادساً: منهج البحث:

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي؛ استناداً على المصادر الأولية من المراجع والأدبيات ذات العلاقة، فكونه الأنسب لدراسة الظواهر الإدارية داخل المنظمات من خلال جمع البيانات وتحليلها إحصائياً للوصول إلى تفسيرات دقيقة للعلاقات بين المتغيرات، إذ تم تمثيل الثقافة التنظيمية كمتغير مستقل بأبعادها (المشاركة، الاتساق، التكيف، المهمة)، وبيئة العمل كمتغير تابع بأبعادها (المادي، النفسي، الاجتماعي، الإداري، التكنولوجي، الثقافي، البيئي الخارجي)، وكذلك المصادر الثانوية عن طريق استمارة الاستبانة طورها الباحث لجمع المعلومات، حيث وزعت الاستبانة على مجتمع عينة البحث للأجابة عن أسئلة البحث والتحقق من الفرضيات.

سابعاً: الحدود المكانية والزمانية للبحث:

- الحدود المكانية للبحث: مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة.
- الحدود الزمانية للبحث: امتدت فترة البحث من بداية جمع المصادر والأدبيات وعمل استمارة الاستبانة الى نهاية البحث من ٢٠٢٥/٣/٤ الى ٢٠٢٥/٩/٦.

ثامناً: الدراسات السابقة:

١. الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل (الثقافة التنظيمية):

ت	عنوان الدراسة	النوع	السنة- المؤلف	مشكلة الدراسة	أهمية الدراسة	أهم النتائج
١	الثقافة التنظيمية وأثرها في بناء إمكانيات الاستعداد لإدارة الأزمة - دراسة استطلاعية في المركز الوطني للتطوير الإداري وتقنية المعلومات	مجلة الدراسات المحاسبية والإدارية- جامعة بغداد، العراق	٢٠٢٤- عباس محمد حسين، مجيد حميد طاهر	الحاجة لمعرفة دور الثقافة التنظيمية في تجهيز المنظمات للتعامل مع الأزمات	تسد فجوة عملية حول كيفية استفادة المراكز الإدارية من عناصر الثقافة لبناء الجاهزية.	الثقافة التنظيمية تساهم فعلياً في بناء قدرات الاستعداد للأزمة عبر تعزيز الثقة والرؤية المشتركة وممارسات الإدارة.
٢	أثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الثقافة التنظيمية - عينة من شركات الاتصالات في محافظة كربلاء المقدسة.	كلية الإدارة والاقتصاد، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، العراق	٢٠١٥- خمائل كامل محمد الطائي	تساؤل حول تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات في تغيير مكونات الثقافة التنظيمية داخل شركات الاتصالات المحلية.	ترابط بين بُعدين عمليين (تكنولوجيا وممارسة ثقافية) وتقدّم توصيات تطبيقية للتدريب وبناء المهارات.	وجود علاقة ارتباط إيجابية ومعنوية بين تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ومستويات الثقافة التنظيمية في الشركات المدروسة.

الثقافة التنظيمية أثرت إيجابياً في سلوك العاملين بالسياحة، وبيّنت الحاجة لتعزيز القيم المشتركة والتدريب.	تفيد صنع القرار في مؤسسات السياحة والتراث حول تدريب الموظفين وبناء سياسات داخلية.	ضعف معرفة أثر الممارسات الثقافية على سلوك وكفاءة العاملين في منشآت سياحية محلية.	٢٠٢٤- إيهاب فواز مجبل؛ علاء كرّم مطلق-	مجلة الإدارة والاقتصاد- الجامعة المستنصرية، العراق	الثقافة التنظيمية وتأثيرها في سلوك العاملين في القطاع السياحي (دراسة استطلاعية في المتحف العراقي)	٣
وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين الثقافة التنظيمية ومتطلبات التمكين؛ والتوصية بزيادة تفويض الصلاحيات وبناء ثقافة ثقة.	توضح كيف يمكن للثقافة التنظيمية دعم مبادرات التمكين وتحسين مشاركة العاملين في القرار.	ضعف التمكين الإداري والجهود المتباعدة لتفويض الصلاحيات في المؤسسات المحلية.	٢٠٢٣- عصام محمد رضا شاكر	المجلات الأكاديمية العراقية-مجلة كلية الأسراء، العراق	الثقافة التنظيمية ودورها في تعزيز متطلبات التمكين الإداري - دراسة استطلاعية في مديرية زراعة محافظة كربلاء المقدسة	٤
أثبتت الدراسة أن الثقافة التنظيمية (قيم وثقة وممارسات) تؤثر إيجاباً على فاعلية استجابة المؤسسة للأزمات.	تُقدم دروساً قابلة للتعميم إلى مؤسسات خدماتية وقطاعية في العالم العربي.	ضعف فعالية الإدارة أثناء الأزمات في مؤسسات حيوية وتأثير الثقافة على ذلك.	٢٠١٨- محمد سليمان	المجلة العلمية للدراستات التجارية والبيئية-جامعة قناة السويس، مصر	الثقافة التنظيمية وتأثيرها على فعالية إدارة الأزمات (دراسة ميدانية على المؤسسة الوطنية الليبية للنفط)	٥

٢. الدراسات المتعلقة بالمتغير التابع (بيئة العمل):

ت	عنوان الدراسة	النوع	السنة	مشكلة الدراسة	أهمية الدراسة	أهم النتائج
١	أثر بيئة العمل الداخلية على أداء العاملين (دراسة ميدانية - محافظات يمنية)	مجلة جامعة السعيد للعلوم الإنسانية جامعة تعز، اليمن	٢٠٢٣- جلال كليب، عبد الرحمن محمد أحمد	تدني أداء العاملين وضرورة معرفة أي أبعاد البيئة الداخلية (أنظمة، تدريب، علاقات) الأكثر تأثيراً.	تساعد مديري المنشآت على تحديد أولويات تحسين بيئة العمل لرفع الأداء.	البُعد النفسي والإداري كانا الأكثر تأثيراً في رفع الأداء مقارنة بالبعد المادي؛ والتوصية بالتركيز على التدريب والدعم الإداري.
٢	تأثير بيئة العمل في الاستغراق الوظيفي (دراسة استطلاعية في شركة توزيع المنتجات النفطية- هيئة توزيع بغداد)	مجلة الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء، العراق	٢٠٢١-ندى إبراهيم نجم العبيدي	ضعف المستوى التحفيزي والإدماج الوظيفي لدى بعض العاملين في شركات التوزيع.	توضح أثر بيئة العمل على تفاعل الموظفين والتزامهم بالمهام.	بيئة العمل (ظروف العمل، العلاقات، الدعم الإداري) أثرت إيجابياً في الاستغراق الوظيفي؛ التوصية بتحسين ظروف العمل وتعزيز العلاقات.

٣	البيئة الاجتماعية للعمل واغتراب الموظف - دراسة ميدانية مقارنة	مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، مصر	٢٠٢٤-محمد حمزة أمين عبد الله	وجود حالات اغتراب وظيفي مرتبطة بضعف البيئة الاجتماعية داخل مؤسسات عدة.	تسلط الضوء على دور العلاقات والزمالة والقيادة في الحد من الانعزال المهني.	تحسين التفاعل الاجتماعي والقيادة المرنة يقللان الاغتراب ويعززان دافعية العمل.
٤	أثر جودة الحياة الوظيفية في تعزيز الرضا الوظيفي لدى العاملين	مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، الجزائر	٢٠٢٣-امال عطية ومحمد العيفة	انخفاض الرضا الوظيفي في مؤسسات محددة وغياب سياسات تحسين جودة حياة العمل.	تقدم دلالات عملية حول أي عناصر (أمان وظيفي، بيئة مادية، توازن حياة-عمل) يجب تحسينها.	جودة الحياة المرتفعة ترفع مستويات الرضا الوظيفي وتقلل معدلات الدوران والغياب.

تاسعاً: أوجه الشبه والاختلاف مع الدراسات السابقة:

● أوجه الشبه في الدراسات السابقة والبحث الحالي:

١. اتفاق الدراسات على أهمية الثقافة التنظيمية: تشترك معظم الدراسات في تأكيد أن الثقافة التنظيمية عنصر مؤثر في أداء العاملين، الاستعداد للأزمات، التمكين الإداري، والسلوك الوظيفي، وهو ما ينسجم مع البحث الحالي، الذي ينظر إليها كعامل رئيسي في تحسين بيئة العمل.
٢. وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي: أغلب الدراسات السابقة أثبتت وجود علاقة إيجابية بين الثقافة التنظيمية ونتائج تنظيمية مهمة، وهذا يتوافق مع نتائج البحث الحالي، التي أثبتت أن تعزيز الثقافة التنظيمية يساهم في تحسين أبعاد بيئة العمل.
٣. الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي: معظم البحوث استخدمت الاستبانة وأساليب التحليل الإحصائي (مثل SPSS)، وهو نفس المنهج والأسلوب المستخدم في البحث الحالي.
٤. التعامل مع بيئة العمل كمتغير مؤثر في الأداء والرضا: الدراسات المتعلقة ببيئة العمل ركزت على دورها في تعزيز الرضا والأداء، وهذا يتفق مع رؤية البحث الحالي، بأن بيئة العمل إحدى الركائز الأساسية لرفع كفاءة العاملين.

• أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة والبحث الحالي:

١. دمج المتغيرين في إطار واحد: تختلف أغلب الدراسات في أنها تناولت الثقافة التنظيمية أو بيئة العمل كل على حدة، بينما يتميز هذا البحث أنه يربط بينهما بعلاقة سببية مباشرة بهدف قياس أثر الثقافة التنظيمية على جميع أبعاد بيئة العمل.
٢. شمولية أبعاد بيئة العمل في هذا البحث: غالبية الدراسات السابقة تناولت بعداً أو بعدين من بيئة العمل (مثل البعد الاجتماعي أو النفسي)، بينما اعتمد هذا البحث نموذجاً واسعاً يشمل سبعة أبعاد متكاملة: المادي، النفسي، الاجتماعي، الإداري، التكنولوجي، الثقافي، والبيئي الخارجي.
٣. السياق التطبيقي الجديد (مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة): تتميز بيئة البلديات بطبيعة خدمية ومجتمعية تختلف عن الشركات والوزارات والجامعات التي تناولتها الدراسات السابقة، مما يمنح البحث خصوصية تطبيقية ومجالاً بحثياً جديداً.
٤. اعتماد نموذج دنيسون لقياس الثقافة التنظيمية: كثير من الدراسات تناولت الثقافة بشكل عام دون الاعتماد على نموذج محدد، بينما البحث الحالي اعتمد نموذج Denison، وهو من أقوى النماذج العالمية لقياس الثقافة ب أبعاد واضحة ومنهجية (المشاركة، الاتساق، التكيف، المهمة).
٥. دمج البعد التكنولوجي والثقافي والبيئي الخارجي لبيئة العمل: هذه الأبعاد نادراً ما تكون جزءاً من نماذج بيئة العمل في البحوث التطبيقية، مما يمنح البحث الحالي عمقاً تشخيصياً لا يتوفر في العديد من الدراسات السابقة.

المبحث الثاني: الأطار النظري للبحث

أولاً: الثقافة التنظيمية:

١- مفهوم الثقافة التنظيمية:

الثقافة التنظيمية هي "نمط من الافتراضات الأساسية المشتركة التي طورها أفراد المنظمة عند محاولتهم التكيف مع تحديات الاندماج الداخلي والتكيف مع البيئة الخارجية، وقد أثبتت جدواها، وأصبحت تُعَلَّم للأعضاء الجدد كطريقة صحيحة للتفكير والشعور تجاه تلك التحديات" (Schein, 1985, p25). كذلك هي "تُعد شبكة ضمنية من المعاني التي تكمن خلف سلوك العاملين اليومي، وتشمل الطقوس والرموز والقيم والأساطير التي تظهر من خلال تفاعل الأفراد" (Hatch, M. J. 1993, P657).

فهي مجموعة من الافتراضات، والمعرفة، والمبادئ التوجيهية، والقيم، والرموز الذهنية، أو التفسيرات التي تُحدد أداء المنظمة يومياً. (Christensen, K., & Levinson, D., 2001, P247).

فالثقافة التنظيمية تمثل عدسة يفسر من خلالها العاملون البيئة، وهي مجموعة منظمة من الافتراضات الأساسية التي تعلمتها المجموعة لحل مشاكل التكيف الداخلي والخارجي، وأثبتت نجاحها لتُعلم للمنظمين الجدد (Jex, S. M., & Britt, T. W., 2014, p18). وتمثل "مجموع القيم والطقوس التي تساهم في دمج أعضاء المؤسسة وتشكيل تماسك بينهم" (Perrin, 2020)، حيث وصفها (Adler, 2020) بأنها الحضارة داخل مكان العمل، كدليل على عمق الجذور الثقافية والقيم والثوابت التي تتكون منها الثقافة التنظيمية داخل المنظمات.

ومما تقدم يرى الباحث أن مفهوم الثقافة التنظيمية واسع يتداخل فيه ما هو سلوكي وقيمي ورمزي ووظيفي، كما أنها تمثل الإطار غير الملموس الذي يوجّه سلوك الأفراد داخل المنظمات، فهي برهجة جماعية للعقل تميّز أعضاء مجموعة بشرية - كأنها مؤسسة - عن غيرهم، فهي ليست فقط قواعد غير مكتوبة أو عادات متكررة، بل منظومة متكاملة من القيم والمعتقدات والتوجهات والسلوكيات المشتركة التي تنمو مع الزمن داخل المنظمة، وتؤثر في طريقة تفكير العاملين، وأسلوب تواصلهم، ومدى تعاونهم، وشعورهم بالانتماء، وهي بذلك تشكّل الجو العام غير الرسمي الذي تتحرك فيه المنظمة، سواء بشكل ظاهر في الشعارات والطقوس أو بشكل ضمني في القرارات اليومية وسلوك الأفراد.

٢- خصائص الثقافة التنظيمية:

يمكن ايجاز خصائص الثقافة التنظيمية بما يلي:

- (١) الثقافة نظام مركب: تتكوّن الثقافة التنظيمية من مجموعة عناصر مترابطة، تشمل الجوانب الفكرية والمعنوية مثل القيم والمعتقدات، إلى جانب السلوكيات والعادات اليومية، وحتى الأمور المادية الملموسة مثل المباني والمعدات، هذه العناصر كلها تتفاعل مع بعضها لتشكّل الثقافة العامة في المنظمة (الفتاح، المغربي، ٢٠١٦، ص ٢٦١)
- (٢) الثقافة نظام متكامل: تهدف الثقافة إلى تحقيق التوازن بين مكوناتها المختلفة، لذلك عندما يحدث تغيير في أحد الجوانب داخل المنظمة، فإنه يؤثر تلقائياً على باقي المكونات ويعيد ترتيبها لتبقى متناسقة ومتناغمة (أبو بكر، ٢٠٠٦، ص ٧٩)، ويؤكد هذا المفهوم (جيمس باركر) الذي يرى أن الثقافة التنظيمية تعمل كنظام متكامل، حيث تتفاعل عناصرها المختلفة باستمرار للحفاظ على هوية المنظمة واستقرارها (Parker, 2000, p. 45).

- (٣) الثقافة نظام تراكمي متصل ومستمر: الثقافة التنظيمية لا تُخلق من فراغ، بل تتراكم عبر الزمن، حيث ينقلها الجيل السابق إلى الجيل التالي من خلال التعلم والملاحظة والتجربة، مما يجعلها مستمرة وغير منقطعة (الزهران، ٢٠١٩، ص ٣٦).
- (٤) الثقافة التنظيمية نظام مرن: تمتاز بالقدرة على التكيف مع التغيرات، سواء داخل المنظمة (مثل تغييرات إدارية) أو خارجها (مثل تغييرات السوق) هذا التكيف يساعد المنظمة على مواصلة تحقيق أهدافها بكفاءة.
- (٥) درجة المبادرة الفردية: تشير إلى مدى الحرية التي يتمتع بها العاملون في اتخاذ قرارات بأنفسهم، وتحملهم المسؤولية عن أعمالهم دون الحاجة للرجوع المستمر إلى الإدارة (صيدون، الأفرع، ٢٠٢٥، ص ١٢٦٦).
- (٦) الإبداع والمخاطرة: تعكس مدى دعم الإدارة للعاملين في تجربة أفكار جديدة والابتكار، حتى وإن كانت بعض هذه الأفكار تنطوي على نسبة من المخاطرة.
- (٧) الانتباه للتفاصيل: يقصد به مدى اهتمام العاملين بتنفيذ الأعمال بدقة وحرصهم على ملاحظة أدق التفاصيل، مما يعكس جودة الأداء والانضباط داخل المنظمة (السكران، ٢٠٠٩، ص ٣٧٢).

٣- عناصر الثقافة التنظيمية:

- تُعد الثقافة التنظيمية منظومة متكاملة من القيم والمعايير والممارسات التي يتبناها العاملون داخل المنظمة، والتي تؤثر بشكل مباشر في سلوكهم وقراراتهم اليومية، وتتكوّن من عدة عناصر أساسية، من أبرزها:
- (١) القيم: تمثل القيم والمبادئ الأساسية التي توجه تفكير وسلوك العاملين داخل المنظمة، وهي تحدد ما يُعد سلوكاً مقبولاً أو مرفوضاً. ومن الأمثلة الشائعة: النزاهة، العمل الجماعي، الاحترام، والالتزام بالجودة (Schein, 2010, p, 25).
- (٢) المعتقدات: تشير إلى القناعات المشتركة التي يؤمن بها العاملون حول كيفية سير العمل، وطبيعة العلاقات المهنية، ومفاهيم النجاح والفشل، هذه المعتقدات تتكون بمرور الوقت وتنعكس على طريقة تعامل الموظفين مع التحديات (Alvesson, 2013, p, 47).
- (٣) الرموز والشعارات: تشمل كل ما يُعبّر عن هوية المنظمة بشكل بصري أو لغوي، مثل الشعار الرسمي، اللباس الموحد، أو حتى الألوان المستخدمة في بيئة العمل، وتعمل هذه الرموز على ترسيخ شعور الانتماء لدى العاملين (Hatch & Cunliffe, 2013, p, 61).

٤) الطقوس والممارسات التنظيمية: وهي العادات التي تتكرر داخل المنظمة، مثل احتفالات التكريم، الاجتماعات الدورية، أو أسلوب استقبال العاملين الجدد، تعزز هذه الطقوس الإحساس بالاستقرار وتسهل الاندماج في بيئة العمل (Deal & Kennedy, 2000, p, 54).

٥) اللغة التنظيمية: تمثل الطريقة التي يتواصل بها العاملون داخل المنظمة، سواء كانت لغة رسمية أو غير رسمية وتشمل المصطلحات الخاصة المستخدمة، ونبرة الخطاب، وأساليب التعبير، وتعد مؤشراً قوياً على مدى التماسك الثقافي (Schein, 2010, p, 33).

٦) القصص والروايات: تتداول داخل المنظمات مجموعة من القصص أو الحكايات التي تعكس مواقف حقيقية حدثت في الماضي، وغالباً ما تتضمن دروساً أو رسائل أخلاقية أو سلوكية تعزز من القيم التنظيمية (Martin, 2002).

٤ - أبعاد الثقافة التنظيمية:

بناءً على الأدبيات السابقة كان أنسب نموذج لهذا البحث لبيان أبعاد الثقافة التنظيمية هو نموذج دينيسون (Denison, 1990) تم اختيار نموذج دينيسون للثقافة التنظيمية ليكون الإطار المعتمد في هذا البحث لعدة أسباب علمية ومنهجية تجعله الأكثر ملاءمة لطبيعة موضوع الدراسة. إذ يُعد نموذج دينيسون واحداً من أكثر النماذج استخداماً وموثوقية في تحليل الثقافة التنظيمية، لما يقدمه من رؤية شاملة تربط بين الثقافة وبين فعالية المنظمة وجودة بيئة العمل، ويتميز هذا النموذج بأنه لا يكتفي بوصف الثقافة، بل يركز على كيفية انعكاسها على الأداء العام للمنظمة، يعتمد النموذج على أربعة أبعاد أساسية هي: المشاركة، الاتساق، التكيف، والمهمة، وهي أبعاد تتناسب بشكل كبير مع بيئة المنظمات الخدمية مثل مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة، التي تحتاج إلى ثقافة داعمة للمشاركة واتخاذ القرار، وإجراءات متسقة وواضحة، وقدرة على التكيف مع متطلبات المجتمع، ورؤية واضحة توجه جهود العاملين.

كما أن نموذج دينيسون يُعد من النماذج التي تربط بشكل مباشر بين الثقافة التنظيمية والمخرجات التنظيمية مثل جودة بيئة العمل، الرضا الوظيفي، الأداء، والاستقرار التنظيمي، وهو ما يتوافق تماماً مع أهداف هذا البحث الذي يسعى إلى بيان أثر الثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل، إضافة إلى ذلك، فقد أثبت النموذج صلاحيته في العديد من الدراسات العالمية الحديثة، مما يجعله أساساً علمياً متيناً لدراسة أبعاد الثقافة وتفسير نتائجها بشكل دقيق وعملي. وفي ما يلي الأبعاد الأساسية للثقافة التنظيمية:

■ **المشاركة (Involvement):** تعني مدى اندماج العاملين في بيئة العمل، وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم والمشاركة في اتخاذ القرارات، مما يزيد من إحساسهم بالمسؤولية والانتماء، أن بيئة العمل التشاركية ترفع من مستوى الرضا الوظيفي وتدعم الأداء الجماعي (Denison,

15), p. 1990، وتشير دراسات حديثة إلى أن المشاركة تعد من العوامل الأساسية لتعزيز الإبداع والالتزام في المنظمات الحكومية والخدمية (Alghamdi, 2018, p. 64)، (Chang & Lin, 2021, p. 233).

■ **الاتساق (Consistency)** : هو وجود قيم وقواعد واضحة توجه سلوك العاملين وتخلق حالة من التناغم الداخلي، فبيئة العمل التي تتسم بالاتساق تقل فيها الصراعات وتزداد العدالة التنظيمية، مما ينعكس إيجاباً على جودة العمل (Denison, 1990, p. 22) أن الاتساق يعزز الثقة التنظيمية ويجعل العاملين أكثر التزاماً بالمعايير والسلوكيات المتفق عليه وبشكل أكبر في تحمل المسؤوليات المناطة وعلى قدر عالي من الحرص (Martinez-Costa et al.,) (Lee & Kim, 2020, p. 48). 2019, p. 115

■ **التكيف (Adaptability)** : التكيف يعبر عن قدرة المنظمة على المرونة ومواكبة التغيرات الخارجية، سواء كانت مرتبطة بمتطلبات العملاء أو التغيرات في بيئة العمل، فالمنظمات التي تتبنى ثقافة التكيف قادرة على تطوير حلول مبتكرة وتحسين أدائها باستمرار (Denison, 1990, p. 28) أن التكيف التنظيمي أصبح ضرورة في ظل الثورة التكنولوجية والتحول الاقتصادي (Torres & Augusto, 2022, p. 422) (Zafar et al., 2017, p. 19).

■ **المهمة (Mission)** : تعني وجود رؤية ورسالة واضحة تحدد أهداف المنظمة واتجاهاتها المستقبلية، بحيث يعرف العاملون كيف يساهم عملهم في تحقيق هذه الأهداف (Denison, 1990, p. 35) ووضوح المهمة يساعد على توحيد الجهود ويمنح الموظف دافعاً للعمل بإحساس أكبر بالمعنى والجدوى أن وضوح المهمة يرتبط مباشرة بزيادة الالتزام الوظيفي وتحسين بيئة العمل، مما ينعكس إيجاباً على المنظمة بشكل عام (Krause, 2017, p. 301)؛ (Al-Haddad & Kotnour, 2020, p. 10).

● **ثانياً: بيئة العمل:**

١- مفهوم بيئة العمل:

هناك عدة مفاهيم لبيئة العمل في الأدبيات الإدارية، نذكر منها ما يأتي: عرفها (الخطيب، ٢٠٢١، ص ٤٥) بأنها: البيئة التي تشمل جميع الظروف التي يعمل فيها الموظف داخل المنظمة، سواء كانت مادية كالمكاتب، أو نفسية كالأمان الوظيفي، أو اجتماعية كالعلاقات بين الزملاء". كذلك هي "مزيج من العوامل التنظيمية والاجتماعية والمادية التي تؤثر على كيفية أداء الموظف لعمله وسلوكه داخل المنظمة (Robbins & Judge .2023, p. 107). بينما عبد الغني

يضيف أن بيئة العمل هي الإطار العام الذي يمارس فيه الموظف مهامه، وهي تؤثر على مدى راحته النفسية وسلوكه الوظيفي، وتحدد قدرته على الإبداع أو الإحباط" (عبد الغني، ٢٠٢٠، ص ٦٥). كما تم وصفها بالمنظومة التي تضم جميع الظروف الداخلية التي تحيط بالموظف وتؤثر على أدائه وإنتاجيته وصحته النفسية (Schermerhorn et al. 2021. P.89). ويرى الباحث بأنها المكان والظروف التي يعمل فيها الموظف داخل المنظمة، فهي عبارة عن خليط من العوامل التنظيمية والاجتماعية والمادية تؤثر بشكل كبير على أداء الموظف سواء الأداء الوظيفي أو الأداء السلوكي.

٢- خصائص بيئة العمل:

حسب الأدبيات السابقة يمكن أن نلخص أهم خصائص بيئة العمل الفاعلة:

- ١) المرونة: البيئة الفعالة تتكيف مع التغيرات التقنية والاقتصادية (عبد الغني، ٢٠٢٠، ص ٧٣).
- ٢) التكامل: تجمع بين العناصر النفسية والمادية والتنظيمية (الخطيب، ٢٠٢١، ص ٤٧).
- ٣) التأثير المتبادل: تؤثر بيئة العمل على العاملين وتتأثر بتصرفاتهم.
- ٤) العدالة: تمنح فرصاً متساوية للموظفين وتمنع التمييز (Robbins & Judge, 2023, p. 112).
- ٥) الديناميكية: تتطور بتغير احتياجات الموظفين والمنظمة (Schermerhorn et al., 2021, p. 91).

٣- عناصر بيئة العمل:

- ١) العنصر المادي: يشمل الأثاث، الإضاءة، التهوية، الأمن (عبد الله، ٢٠٢٢، ص ٢٨).
- ٢) العنصر النفسي: مثل الأمان الوظيفي، التقدير، الدعم النفسي (الخطيب، ٢٠٢١، ص ٥٠).
- ٣) العنصر الاجتماعي: يتضمن العلاقات بين الموظفين، والعمل الجماعي (Robbins & Judge, 2023, p. 118).
- ٤) العنصر الإداري: نمط القيادة، السياسات الداخلية، التقييم (Schermerhorn et al., 2021, p. 94).
- ٥) العنصر التكنولوجي: توفر التقنيات والأنظمة الذكية في بيئة العمل (Griffin & Moorhead, 2022, p. 133).

٤- أهمية بيئة العمل:

تبرز أهمية بيئة العمل من خلال النقاط التالية:

- (١) رفع إنتاجية العاملين: تؤدي البيئة الإيجابية إلى أداء أفضل (عبد الله، ٢٠٢٢، ص ٣٤).
 - (٢) خفض معدل الدوران الوظيفي: الموظفون يميلون للبقاء في مكان يشعرون فيه بالراحة (الخطيب، ٢٠٢١، ص ٥٣).
 - (٣) دعم الإبداع: توفر بيئة العمل مساحة للتعبير عن الأفكار والاقتراحات (Robbins & Judge, 2023, p. 125).
 - (٤) تعزيز الصحة النفسية: تحدّ من التوتر وتحفّز الشعور بالرضا (Schermerhorn et al., 2021, p. 99).
 - (٥) تحقيق الانتماء: البيئة الجيدة تخلق شعوراً قوياً بالولاء والاندماج في المنظمة (Griffin & Moorhead, 2022, p. 140).
 - (٦) من أهم الأسباب لتلوث بيئة العمل الخارجية هي تلوث بيئة العمل الداخلية.
- ٥- أبعاد بيئة العمل:**
- اعتمد هذا البحث أبعاد بيئة العمل المتمثلة في: المادي، النفسي، الاجتماعي، الإداري، التكنولوجي، الثقافي، والبيئي الخارجي، استناداً إلى نماذج حديثة في أدبيات السلوك التنظيمي (Robbins & Schermerhorn et al., 2021؛ Judge, 2023؛ Griffin & Moorhead, 2022). وتم اختيار هذه الأبعاد لأنها تقدم تصوراً شاملاً لبيئة العمل، وهو ما يتناسب مع طبيعة مديرية بلدية كربلاء المقدسة التي تتطلب تقييماً متعدد الجوانب لظروف العمل. ويميز هذا النموذج أنه يجمع بين الأبعاد الداخلية المؤثرة مباشرة على العاملين، والأبعاد الخارجية ذات الصلة بالثقافة والبيئة المحيطة، مما يجعله مناسباً لبحث يهدف إلى تحليل تأثير الثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل. كما تُعد هذه الأبعاد من أكثر النماذج استخداماً لارتباطها بالرضا الوظيفي والأداء والدافعية.
- وبذلك، فقد جاء اختيار هذا النموذج لأنه يوفر تحليلاً شاملاً يساعد في تقديم تشخيص دقيق وموضوعي لبيئة العمل في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة، ويدعم تحقيق هدف البحث في قياس أثر الثقافة التنظيمية على تحسين بيئة العمل، وهذه الأبعاد هي:
- البعد المادي: يشمل المرافق، الإضاءة، التهوية، وسائل الراحة (عبد الغني، ٢٠٢٠، ص ٨٢).
 - البعد النفسي: كالشعور بالأمان والثقة والتقدير (عبد الله، ٢٠٢٢، ص ٤١).
 - البعد الاجتماعي: مدى تفاعل الموظفين وتعاونهم (الخطيب، ٢٠٢١، ص ٦٠).
 - البعد الإداري: طبيعة القيادة والإدارة والقرارات (Robbins & Judge, 2023, p. 130).

- البعد التكنولوجي: الأنظمة المستخدمة لتسهيل المهام (Schermerhorn et al., 2021, p. 101).
- البعد الثقافي: القيم والمعتقدات السائدة داخل المنظمة (Griffin & Moorhead, 2022, p. 136).
- البعد البيئي الخارجي: مثل القوانين والضغوط المجتمعية المحيطة بالمنظمة.

ثالثاً: العلاقة بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل:

تُعدّ أبعاد الثقافة التنظيمية من المرتكزات الأساسية التي تساهم في تحسين بيئة العمل داخل المنظمات الخدمية، إذ إن المشاركة (Involvement) تمثل إشراك الموظفين في القرارات اليومية وتقدير آرائهم ومساهماتهم فكلما شعر الموظف بأن صوته مسموع وأنه جزء من عملية اتخاذ القرار، تولّد لديه إحساس بالانتماء والمسؤولية تجاه عمله، مما يعزز التعاون والثقة ويقلل من المشكلات الإدارية، وتُسهم المشاركة في رفع رضا الموظفين وتحفيزهم على تقديم خدمات أفضل للمجتمع. (Alghamdi, 2018, p. 65)؛ (Denison, 1990, p. 15)؛ (Chang & Lin, 2021, p. 233).

أما الاتساق (Consistency) ، فيعني وجود قيم واضحة ونظام عمل موحد يلتزم به الجميع، الأمر الذي يعزز من تماسك العمل الداخلي ويحد من التضارب في القرارات ويزيد من العدالة والشفافية. إن وضوح الأدوار والمسؤوليات يقلل من الغموض والضغط النفسي ويعزز الشعور بالأمان الوظيفي، أي اعتماد إجراءات ثابتة ومنسقة يعزز ثقة الموظفين بالإدارة ويوفر بيئة عمل مستقرة ومنضبطة (Denison, 1990, p. 22)؛ (Martinez-Costa et al., 2019, p. 115) ؛ (Lee & Kim, 2020, p. 48).

أما التكيف (Adaptability) فهو يعكس قدرة المنظمة على الاستجابة للتغيرات السريعة في البيئة المحيطة، ويُترجم ذلك في بيئة العمل بمرونة الموظفين واستعدادهم لابتكار حلول جديدة للمشكلات بدلاً من التمسك بالروتين. إن الثقافة التنظيمية المرنة تجعل الموظفين أكثر تقبلاً للتغيير وأكثر استعداداً لمواجهة التحديات، حيث يشكل التكيف عنصراً مهماً للتعامل مع متطلبات العمل وضغوط المجتمع، حيث يساهم في دعم المبادرات الإبداعية وتحسين بيئة العمل (Denison, 1990, p. 28) . ؛

(Zafar et al., 2017, p. 422)؛ (Torres & Augusto, 2022, p. 19).

وأخيراً، فإن المهمة (Mission) تمثل وجود رسالة ورؤية واضحة تحدد مسار المنظمة وأهدافها الاستراتيجية، فعندما يدرك الموظفون أن أعمالهم اليومية مرتبطة بهدف أوسع وأكثر قيمة، يزداد لديهم الدافع للعمل وتعلو معنوياتهم. إن وضوح الرسالة يقلل من الالتباس ويوجه الجهود نحو الأهداف

المشتركة، ويسهم وضوح المهمة في تعزيز شعور الموظفين بأهمية ما يقدمونه للمجتمع (Denison, 1990, p. 35)، مما يرفع مستوى رضاهم الوظيفي ويقوي ولاءهم. (Krause, 2017, p. 301)؛ (Al-Haddad & Kotnour, 2020, p. 10) وما تقدم يري الباحث أنه يمكن أن نبني ثقافة تنظيمية داعمة لبيئة العمل من خلال عدة نقاط أساسية:

- ✓ تحديد قيم واضحة ومشاركة بين الإدارة والموظفين.
- ✓ مشاركة الموظفين في القرارات المهمة التي تخص العمل.
- ✓ تحقيق العدالة في توزيع الأدوار والمكافآت.
- ✓ تشجيع التواصل والتغذية الراجعة البناءة.
- ✓ تقدير الجهود وتحفيز الأداء الجيد.

المبحث الثالث: الأطار العملي للبحث

• أولاً: منهجية البحث:

١. مجتمع البحث وعينته:

• استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يتناسب مع مجتمع عينة البحث وأهداف البحث من خلال كشف ووصف العلاقات الارتباطية بين متغيرات البحث، باستخدام البرنامج الإحصائي Spss.24 واستمارة الاستبانة التي تم توزيعها بشكل عشوائي على مجتمع عينة البحث. ويمكن اعتبار أن مجتمع عينة البحث مكون من (٥٠٠) عاملاً وفي مستويات وظيفية مختلفة وقد تم تحديد حجم العينة باستخدام قانون حساب حجم العينة (قانون كوجران):

$$n_0 = \frac{z^2 * p * q}{e^2} \text{ قانون حساب حجم العينة قانون كوجران}$$

$$n = n_0 / (1 + (n_0 - 1) / N) \text{ تعديل حجم العينة للمجتمع المحدود}$$

- تطبيق القانون على مجتمع الدراسة البالغ (500) عامل: اعتماد مستوى ثقة = 95% (Z = 1.96)، ونسبة تباين p = 0.5، وهامش خطأ: e = 0.05

$$n_0 = (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / 0.05^2 = 384 \text{ حساب حجم العينة المبدئي}$$

$$n = 384 / (1 + (383 / 500)) = 217 \text{ تعديل حجم العينة للمجتمع المحدود}$$

الحجم النهائي للعينة: 217 = عاملاً.

• حيث قام الباحث بتوزيع استمارات الاستبانة بنسبة أكثر من عينة البحث على عدد من العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة فقد تم توزيع (٢٥١) استمارة استبانة على العاملين تم

اختيارهم بشكل عشوائي وضمن مستويات وظيفية مختلفة، وتم استرجاع (٢١٨) استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، تكونت من مجموع من الذكور والأنثى وفي أعمار متفاوتة وضمن مستويات وظيفية مختلفة متباينة في مدة خدمتها.

جدول (١): توزيع عينة الدراسة والاستمارات الموزعة والمستردة

فئة البحث	مجتمع الدراسة	مجتمع البحث	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المستردة	الاستمارات الغير صالحة للتحليل	الاستمارات الصالحة للتحليل	النسبة
العاملين	٥٠٠	٢١٨	٢٥١	٢٣٣	١٥	٢١٨	٨٦%

فكانت البيانات الديمغرافية لمجتمع عينة البحث في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة وكما يلي:

جدول (٢): النوع الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الفئة
٥٥	١٢٠	الذكور
٤٥	٩٨	الاناث

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

في جدول (٢) تكونت عينة البحث من الذكور (١٢٠) وبنسبة ٥٥%، أما الأنثى فكانت (٩٨) بنسبة ٤٥% من مجتمع عينة البحث. مما يفسر أن عدد الذكور أكثر من عدد الأنثى في مجتمع عينة البحث.

جدول (٣): العمر

النسبة %	التكرار	الفئة
١٨,٣	٤٠	أقل من ٣٠ سنة
٤١,٣	٩٠	٣٠-٣٩
٢٧,٥	٦٠	٤٠-٤٩
12.9	28	٥٠ وأكبر

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

فيما كانت فئات عينة البحث تتراوح أعمارهم أقل من ٣٠ سنة بـ 40 عامل بنسبة ١٨,٣% من مجموع عينة البحث. ومن ٣٩-٣٠ سنة كان عدد العاملين ٩٠ عامل من مجموع عينة البحث وبنسبة ٤١,٣%، أما عدد العاملين الذين تبلغ أعمارهم ٤٠-٤٩ سنة كانت ٦٠ عامل بنسبة ٢٧,٥% من مجموع عينة البحث، وعدد العاملين الذين تبلغ أعمارهم من ٥٠- وأكثر ٢٨ عامل وبنسبة ١٢,٩% من مجموع عينة البحث. مما يفسر أن متوسط الأعمار العاملين الذين تبلغ أعمارهم ٣٩-٣٠ هم النسبة الأعلى من مجموع عينة البحث.

جدول (٤): المستوى التعليمي

الفئة	التكرار	النسبة %
اعدادية	٣٠	١٣,٨
دبلوم	٥٠	٢٢,٩
بكالوريوس	٩٠	٤١,٣
دراسات عليا	٤٨	٢٢

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تكون مجتمع عينة البحث من مستويات دراسية مختلفة حيث بلغ عدد العاملين في مستوى شهادة الإعدادية ٣٠ عامل بنسبة ١٣,٨% من مجموع عينة البحث، اما العاملين الحاصلين على شهادة الدبلوم بلغ عددهم ٥٠ عامل بنسبة ٢٢,٩% من مجموع عينة البحث، والعاملين الحاصلين على شهادة البكالوريوس بلغ عددهم ٩٠ عامل وبنسبة ٤١,٣ من مجموع عينة البحث، أما الشهادات العليا فقد بلغ عددهم ٤٨ بنسبة ٢٢% من مجموع عينة البحث تضمنت شهادات الماجستير والدكتوراه. مما يفسر أن الحاصلين على شهادة البكالوريوس هم النسبة الأكثر من مجموع عينة البحث.

جدول (٥): سنوات الخدمة

الفئة	التكرار	النسبة %
أقل من ٥ سنوات	٣٦	١٦,٥
٥-٩ سنوات	٧٠	٣٢,١
١٠-١٤ سنة	٦٢	٢٨,٤
أكثر من ١٥ سنة	٥٠	٢٢,٩

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

وكانت سنوات الخدمة لعاملين مجتمع عينة البحث أقل من ٥ سنوات بواقع ٣٩ عامل وبنسبة ١٦,٥% من مجموع عينة البحث، ومن ٥-٩ سنوات كان عدد العاملين ٧٠ عامل وبنسبة ٣٢,١% من مجموع عينة البحث، أما من كانت لديهم خدمة من ١٠-١٤ سنة كان عددهم ٦٢ عامل وبنسبة ٢٨,٤% من مجموع عينة البحث، وبواقع ٥٠ عامل وبنسبة ٢٢,٩% من مجموع عينة البحث مما تزيد خدمتهم أكثر من ١٥ سنة، مما يفسر أن أعلى نسبة لمجتمع عينة البحث بلغت ٣٢,١% لمن كانت خدمتهم من ٥-٩ سنوات.

٢. مقياس الصدق والثبات (الفاكرو نباخ):

يُعد فحص ثبات المقياس خطوة أساسية للتأكد من دقة وموثوقية أدوات البحث، حيث يساعد في قياس درجة الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة، وتوجد عدة أساليب للتحقق من الثبات، من أبرزها أسلوب التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ. وقد اعتمد هذا البحث على معامل ألفا كرونباخ لكونه الأكثر شيوعاً في الدراسات الاجتماعية والسلوكية، إذ تتراوح قيمته بين (٠ - ١) وتشير القيم المنخفضة

إلى ضعف الاتساق الداخلي، بينما تعكس القيم المرتفعة مستوى عالياً من الثبات ويتم تطبيق معامل ألفا كرو نباخ على فقرات محاور البحث دون إدخال الأسئلة الديموغرافية ضمن التحليل، لأنها لا ترتبط بشكل مباشر بالمتغيرات الأساسية، وقد أظهرت النتائج أن معامل الثبات الكلي لمتغير الثقافة التنظيمية (0.80) وهي قيمة عالية جداً تؤكد قوة الاتساق الداخلي لمقياس البحث، وملتغير بيئة العمل (0,78) وهي قيمة عالية مما يؤكد على ثبات وصدق الأداة ويبين الجدول التالي قيم ألفا كرو نباخ لكل محور من محاور البحث:

جدول (٦): قيم معامل ألفا كرو نباخ (نتائج تحليل الثبات وصدق المحك لمتغيرات البحث)

تفسير الثبات	Cronbach 's Alpha (الثبات)	البعد الفرعي	Cronbach 's Alpha (الثبات)	متغيرات البحث
عالي	0.82	المشاركة	0,80	الثقافة التنظيمية
جيد	0,79	الاتساق		
عالي	0,81	التكيف		
مقبول	0,77	المهمة		
جيد	0,75	المادي	0,78	بيئة العمل
عالي	0,81	النفسي		
جيد	0,79	الاجتماعي		
عالي	0,83	الاداري		
جيد	0,77	التكنولوجي		
جيد	0,76	الثقافي		
مقبول	0,72	البيئي الخارجي		

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

٣. الوصف الاحصائي لأبعاد الثقافة التنظيمية:

وقد تضمن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير المستقل الثقافة التنظيمية.

جدول (٧): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد الثقافة

التنظيمية:

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
الثاني	0,82	3,97	المشاركة
الأول	0,79	3,98	الاتساق
الرابع	0,81	3,95	التكيف
الثالث	0,77	3,96	المهمة

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

يبين الجدول (٧) نتائج التحليل الإحصائي لأبعاد الثقافة التنظيمية أن جميع الأبعاد جاءت بمستويات مرتفعة، الأمر الذي يعكس إدراكاً إيجابياً لدى العاملين تجاه ثقافة المنظمة، فقد بلغ المتوسط الحسابي لُبعد المشاركة (3.97)، وهو ما يشير إلى شعور مرتفع لدى الموظفين بإمكانية المساهمة في الآراء والقرارات المتعلقة بالعمل، كما بلغ الانحراف المعياري (٠,٨٢)، موضحاً وجود تباين بسيط وطبيعي بين الأفراد في مدى إحساسهم بالمشاركة، لكنه لا يقلل من اتفاق غالبية العاملين على توفر هذا الجانب، أما من حيث الأهمية النسبية فقد جاء هذا البعد في المركز الثاني، وهو ما يعني أن الموظفين ينظرون إلى المشاركة بوصفها عنصراً مهماً جداً في دعم ثقافة المنظمة، لكن أهميته تبقى أقل تأثيراً نسبياً من بُعد الاتساق الذي احتل المرتبة الأولى.

أما بُعد الاتساق فقد سجل أعلى متوسط حسابي بين الأبعاد بقيمة (٣,٩٨)، مما يدل على وجود مستوى كبير من الانسجام الداخلي في السياسات والإجراءات وطريقة العمل داخل المنظمة، وجاء الانحراف المعياري له (٠,٧٩) ليعكس تقارباً واضحاً في آراء الموظفين حول اتساق الممارسات التنظيمية، بما يشير إلى إدراك شبه مشترك تجاه هذا البعد، واحتل هذا البعد المركز الأول من حيث الأهمية النسبية، وهو ما يعني أنه يمثل أكثر عناصر الثقافة التنظيمية تأثيراً من وجهة نظر العاملين، ويُنظر إليه بوصفه الركيزة الأقوى في تعزيز بيئة تنظيمية مستقرة ومتجانسة.

وفيما يتعلق ببُعد التكيف، فقد جاء رابعاً من حيث الأهمية النسبية وبلغ متوسطه الحسابي (٣,٩٥)، وهو ما يعبر عن قدرة جيدة للمنظمة على الاستجابة للتغيرات وتبني أساليب مرنة في إنجاز العمل، أما الانحراف المعياري (٠,٨١) فيظهر وجود اختلافات خفيفة بين الموظفين في تقييم درجة التكيف، لكنها لا تؤثر في الاتجاه العام الذي يشير إلى توفره بدرجة واضحة، وبالنسبة إلى الأهمية النسبية فقد جاء هذا البعد في المرتبة الأخيرة (الرابعة)، ما يدل على أنه رغم توفره بمستوى جيد، إلا أن العاملين لا يعدونه الأكثر تأثيراً مقارنة ببقية الأبعاد، ويحتاج إلى مزيد من التعزيز لرفع وزنه النسبي داخل الثقافة التنظيمية.

أما بُعد المهمة فقد احتل المركز الثالث من حيث الأهمية النسبية وحقق متوسطاً حسابياً مقداره (٣,٩٣)، ما يدل على فهم جيد لدى العاملين لأهداف المنظمة ورسالتها وتوجهاتها العامة، كما أن الانحراف المعياري البالغ (٠,٧٧) يعكس تقارباً كبيراً في إجابات المشاركين، مما يشير إلى أن أغلبهم يشتركون في تصور متشابه حول وضوح المهمة داخل المنظمة، أما الأهمية النسبية لهذا البعد فجاءت في المرتبة الثالثة، وهو ما يعني أنه يمثل جانباً مهماً من الثقافة التنظيمية، لكن تأثيره يأتي بعد الاتساق والمشاركة، مما يعكس تركيز العاملين على وضوح التوجه الاستراتيجي بدرجة جيدة ولكن ليست الأعلى بين الأبعاد.

وبشكل عام، تُظهر هذه النتائج أن العاملين يدركون ثقافة تنظيمية يسودها الانسجام والمشاركة والمرونة ووضوح التوجه، مع تشتت منخفض نسبياً في آرائهم، ما يعزز موثوقية المتوسطات ويؤكد قوة الثقافة التنظيمية في المنظمة.

٤. الوصف الإحصائي لأبعاد تحسين بيئة العمل:

وقد تضمن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية للمتغير التابع بيئة العمل:

جدول (٨): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد بيئة العمل

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
السادس	٠,٧٥	٣,٩٢	المادي
الثاني	٠,٨١	٤,٠٥	النفسي
الثالث	٠,٧٩	٣,٩٩	الاجتماعي
الاول	٠,٨٣	٤,١٠	الاداري
السابع	٠,٧٧	٣,٩٠	التكنولوجي
الخامس	٠,٨٠	٣,٩٥	الثقافي
الرابع	٠,٧٢	٣,٩٨	البيئي الخارجي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير نتائج الجدول (٨) إلى أن أبعاد بيئة العمل جاءت بتقييمات مرتفعة نسبياً، وهو ما يعكس نظرة إيجابية من العاملين تجاه البيئة التي يعملون فيها. فقد جاء بُعد البيئة المادية بمتوسط حسابي (٣,٩٢) وانحراف معياري (٠,٧٥)، ما يشير إلى رضا جيد عن التجهيزات والبنية المادية المتوفرة، مع اختلاف محدود بين الموظفين في تقييم هذا البعد، ورغم إيجابية المتوسط، إلا أن هذا البعد احتل المرتبة السادسة في الأهمية النسبية، مما يشير إلى أن العاملين لا يعدونه من أكثر العوامل تأثيراً مقارنة بغيره.

أما بُعد البيئة النفسية فقد سجل متوسطاً مرتفعاً بلغ (٤,٠٥) وانحرافاً معيارياً (٠,٨١)، وهو ما يعكس شعوراً عاماً بالأمان والدعم النفسي داخل بيئة العمل، مع وجود تباين بسيط في آراء العاملين حول مستوى هذا الدعم، وقد جاء هذا البعد في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية، مما يؤكد مكانته المركزية في تعزيز جودة بيئة العمل.

وبلغ متوسط البيئة الاجتماعية (3.99) بانحراف معياري (٠,٧٩)، وهو ما يدل على علاقات إيجابية وتعاون بين العاملين، مع وجود اختلافات طفيفة في تقييم هذا الجانب، لكنه احتل المرتبة الثالثة في الأهمية النسبية، مما يظهر أهميته كعامل مؤثر في جودة التجربة اليومية للموظفين.

وجاء بُعد البيئة الإدارية في صدارة الأبعاد بمتوسط (٤,١٠) وانحراف (٠,٨٣)، وهو ما يعكس رضا كبيراً عن أساليب الإدارة ووضوح الإجراءات والتنظيم الإداري، ورغم وجود تباين نسبي بين العاملين في تقييم هذا البعد - وهو أمر متوقع نظراً لاختلاف التجارب الفردية - إلا أن احتلاله المرتبة الأولى يؤكد أهميته المحورية في تشكيل بيئة العمل.

أما بُعد البيئة التكنولوجية فقد سجل متوسطاً (٣,٩٠) وانحرافاً معيارياً (٠,٧٧)، وهو ما يشير إلى توفر مقبول للأدوات التقنية، مع تباين بسيط بين الموظفين في تقييم جودة التقنيات، وقد جاء هذا البعد في المرتبة السابعة، مما قد يشير إلى أن العاملين يرونه أقل تأثيراً أو أن هناك حاجة لتعزيز الجانب التقني داخل المنظمة.

وسجل بُعد البيئة الثقافية متوسطاً مقداره (٣,٩٥) بانحراف (٠,٨٠)، ما يعكس إدراكاً إيجابياً للتقييم والممارسات الثقافية في المنظمة، مع تشتت بسيط في الآراء. وقد جاء هذا البعد في المرتبة الخامسة، مما يشير إلى أنه حاضر بشكل جيد لكنه لا يُعد الأعلى أهمية من وجهة نظر العاملين.

أما البيئة الخارجية فقد سجلت متوسطاً (٣,٩٨) بانحراف منخفض نسبياً (٠,٧٢)، وهو ما يدل على اتفاق كبير بين العاملين حول تأثير العوامل الخارجية - مثل السياسات الحكومية والظروف الاقتصادية - على العمل، وقد احتل هذا البعد المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية، مما يعكس إدراك العاملين لأثر البيئة المحيطة بالمنظمة على أدائها الداخلي.

ثانياً: فرضيات البحث:

من أجل إثبات صحة علاقة الارتباط والتأثير بين الثقافة التنظيمية وتحسين بيئة العمل، هناك فرضية رئيسية واحدة وأربع فرضيات فرعية وكما يلي:

١. الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية وتحسين

بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة. ومن هذه الفرضية تتفرع

الفرضيات الفرعية:

- (١) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد المشاركة وتحسين بيئة العمل.
- (٢) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد الاتساق وتحسين بيئة العمل.
- (٣) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد التكيف وتحسين بيئة العمل.
- (٤) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بُعد المهمة وتحسين بيئة العمل.

٢. الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للثقافة التنظيمية في تحسين

بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة. ومن هذه الفرضية تتفرع

الفرضيات الفرعية التالية:

(١) هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل.

(٢) هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل.

(٣) هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى التكيف في تحسين بيئة العمل.

(٤) هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمستوى المهمة في تحسين بيئة العمل.

ومن أجل إثبات صحة الفرضية الرئيسية الأولى أو نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل.

جدول (٩): علاقة الارتباط بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل

العلاقة	معامل الارتباط (r)	n	sig
الثقافة التنظيمية - بيئة العمل	٠,٧٢	218	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير نتائج الجدول (٩) أن قيمة معامل الارتباط ($r=0.72$) عند مستوى الدلالة (0.000) التي

تؤكد دلالة هذا الارتباط إحصائياً وتعكس وجود انسجام واضح بين إدراك العاملين لثقافة المنظمة وشعورهم

بجودة بيئة العمل، وهو ارتباط يُعدّ قوياً نسبياً في الدراسات السلوكية، ويؤكد كلما ارتفعت مستويات الثقافة

التنظيمية تحسنت بيئة العمل في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة بصورة ملحوظة، مما يؤكد صحة

الفرضية البديلة H_1 ، ومن الفرضية الرئيسية تتفرع الفرضيات الفرعية الآتية لأبعاد الثقافة التنظيمية:

(١) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بُعد المشاركة وبيئة العمل.

من أجل إثبات أو نفي هذه الفرضية سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة ارتباط بين بُعد المشاركة وبيئة العمل.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين بُعد المشاركة وبيئة العمل.

جدول (١٠): معامل الارتباط بين بُعد المشاركة وبيئة العمل

العلاقة	معامل الارتباط (r)	n	sig
بعد المشاركة-بيئة العمل	0.66	218	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير نتائج الجدول (١٠) وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية نسبياً فقد بلغ معامل الارتباط ($r=0.66$)

ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠٠)، تشير إلى أن مشاركة العاملين تؤثر بشكل واضح في تحسين

البيئة المادية، النفسية والاجتماعية في مجتمع عينة البحث، مما يؤكد صحة الفرضية البديلة H_1 .

٢) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بُعد الاتساق وبيئة العمل.

من أجل إثبات أو نفي هذه الفرضية سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة ارتباط بين بُعد الاتساق وبيئة العمل.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ارتباط بين بُعد الاتساق وبيئة العمل.

جدول (١١): معامل الارتباط بين بُعد الاتساق وبيئة العمل

العلاقة	معامل الارتباط (r)	n	sig
بُعد الاتساق-بيئة العمل	٧٠	٢١٨	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير نتائج الجدول (١١) وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية نسبياً فقد بلغ معامل الارتباط ($r=0.70$) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، تدل على أن الانسجام الداخلي والسياسات الواضحة يعد العامل الأكثر تأثيراً في تحسين بيئة العمل في مجتمع عينة البحث، مما يؤكد صحة الفرضية البديلة H_1 .

٣) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بُعد التكيف وبيئة العمل.

من أجل إثبات أو نفي هذه الفرضية سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة بين مستوى التكيف وبيئة العمل.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة بين مستوى التكيف وبيئة العمل.

جدول (١٢): معامل الارتباط بين بُعد التكيف وبيئة العمل

العلاقة	معامل الارتباط (r)	n	sig
بُعد التكيف-بيئة العمل	٦٥	218	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير نتائج الجدول (١٢) معامل الارتباط ($r=0.65$) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) علاقة إيجابية متوسطة، تفسر قدرة المنظمة على التكيف مع التغييرات التي تساهم في تحسين البيئة، لكنها أقل تأثيراً مقارنة بالمشاركة والاتساق في مجتمع عينة البحث، مما يدل صحة الفرضية البديلة H_1 .

٤) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين بُعد المهمة وبيئة العمل.

من أجل إثبات أو نفي هذه الفرضية الفرعية سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة بين بُعد المهمة وبيئة العمل.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة بين بُعد المهمة وبيئة العمل.

جدول (١٣): معامل الارتباط بين بُعد المهمة وبيئة العمل

العلاقة	معامل الارتباط (r)	n	sig
بُعد المهمة- بيئة العمل	٦٣	٢١٨	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

نلاحظ من نتائج الجدول (١٣) وجود علاقة إيجابية متوسطة الى قوية فقد بلغ معامل الارتباط $(r=0.63)$

عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) تعكس أهمية وضوح الرسالة والأهداف التنظيمية في تعزيز بيئة العمل لمجتمع عينة البحث، مما يدل صحة الفرضية البديلة H1.

أما الفرضية الرئيسية الثانية: هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية للثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل لدى العاملين في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة.

من أجل إثبات صحة الفرضية الرئيسية الثانية من نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H0: لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل.
- الفرضية البديلة H1: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل.

جدول (١٤): نتائج الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد الثقافة التنظيمية في تحسين بيئة العمل

β	R^2	F tabular	F calculate	الثقافة التنظيمية
0.721	٠,٥٢٠	3.89	234.00	بيئة العمل

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

يشير الجدول (١٤) أظهرت نتائج الانحدار البسيط دلالة إحصائية عالية للعلاقة بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل الذي يبين قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.520$) أي أن الثقافة التنظيمية تُفسّر 52% من التغيرات الحاصلة في بيئة العمل، وهي نسبة تفسير قوية في الدراسات الإدارية والسلوكية.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار المعياري ($\beta = 0.721$) وبلغت قيمة F المحسوبة ($F = 234.00$)، وهي أكبر بكثير من قيمة F الجدولية عند مستوى ٠,٠٥ والبالغة (٣,٨٩)، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية للنموذج. ($p < 0.001$) مما يدل على صحة الفرضية البديلة H1.

ومن الفرضية الرئيسية الثانية تتفرع الفرضيات الفرعية الآتية لأبعاد الثقافة التنظيمية:

(١) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل.

ولغرض إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى من نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل.

جدول (١٥): نتائج تحليل الانحدار لمستوى المشاركة في تحسين بيئة العمل ($N = 218$)

المشاركة	β	t	Sig مستوى المعنوية
بيئة العمل	0.622	11.68	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

أظهرت النتائج في الجدول (١٥) أنّ بعد المشاركة يمتلك تأثيراً قوياً ودالاً معنوياً في تحسين بيئة العمل، فكل زيادة مقدارها وحدة واحدة في المشاركة تؤدي إلى تحسن بيئة العمل بمقدار (٠,٦٢٢) وحدة تقريباً، وتعد هذه النتيجة دلالة على أهمية إشراك العاملين وتمكينهم من اتخاذ القرار واعتبار آرائهم جزءاً من النظام الإداري. وبذلك تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة H_1 .

(٢) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل.

ولغرض إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى من نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل.

جدول (١٦): نتائج تحليل الانحدار لمستوى الاتساق في تحسين بيئة العمل ($N = 218$)

الاتساق	β	t	Sig مستوى المعنوية
بيئة العمل	0.657	12.24	٠,٠٠٠

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تُظهر نتائج جدول (١٦) الى تحقيق مستوى الاتساق تأثيراً قوياً ودلالة إحصائية واضحة، كل زيادة في الاتساق التنظيمي تنعكس تأثيراً موجباً على بيئة العمل، فكل زيادة مقدارها وحدة واحدة في الاتساق تؤدي إلى تحسن بيئة العمل بمقدار (٠,٦٥٧) وحدة تقريباً مما يؤكد أهمية وضوح الأنظمة وتماسك الإجراءات داخل المنظمة. وبالتالي تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة H_1 .

(٣) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى التكيف في تحسين بيئة العمل.

ولغرض إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى من نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الأتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى التكيف في بيئة العمل.
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى التكيف في بيئة العمل.
- جدول (17): نتائج تحليل الانحدار لمستوى التكيف في تحسين بيئة العمل ($N = 218$)

التكيف	β	t	Sig مستوى المعنوية
بيئة العمل	0.639	11,90	0,000

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

بين جدول (17) أن مستوى التكيف يحقق تأثيراً دالاً معنوياً على بيئة العمل، مما يعني أن قدرة المنظمة على الاستجابة للتغيرات وتحسين أساليب العمل يسهم تأثيراً مباشراً في تعزيز بيئة العمل. فكل زيادة مقدارها وحدة واحدة في التكيف تؤدي إلى تحسن بيئة العمل بمقدار (0,639) وحدة تقريباً فإن الفرضية الصفرية تُرفض وتُقبل الفرضية البديلة H_1 .

(4) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المهمة في تحسين بيئة العمل.

ولغرض إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى من نفيها سيتم اختبار الفرضيتين الآتيتين:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المهمة في بيئة العمل.
 - الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى المهمة في بيئة العمل.
- جدول (18): نتائج تحليل الانحدار لمستوى المهمة على تحسين بيئة العمل ($N = 218$)

المهمة	β	t	Sig مستوى المعنوية
بيئة العمل	0,587	11,31	0,000

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.24

تشير النتائج جدول (18) إلى أن وضوح المهمة يؤثر بشكل إيجابي في تحسين بيئة العمل، وهو تأثير متوسط القوة، كما يدل على دلالة إحصائية عالية، يحقق تأثيراً دالاً معنوياً في تحسين بيئة العمل. فكلما كانت أهداف المنظمة واضحة ومفهومة، انعكس ذلك تحسناً على مستوى التنظيم والأداء وسهولة العمل لدى العاملون. وعلى هذا الأساس تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومن أعلاه يتضح: جميع الأبعاد الأربعة للثقافة التنظيمية (المشاركة، الاتساق، التكيف، وضوح المهمة) أظهرت تأثيراً إيجابياً ودالاً إحصائياً على بيئة العمل. أقوى الأبعاد تأثيراً كان:

- بُعد الاتساق ($\beta = 0.657$).
- يليه بُعد التكيف ($\beta = 0.639$).
- ثم بُعد المشاركة ($\beta = 0.622$).
- أخير بُعد المهمة ($\beta = 0,587$).

هذه النتائج تؤكد أن الاستثمار في تعزيز هذه الأبعاد داخل المنظمة يؤدي إلى تحسين ملموس في بيئة العمل، سواءً على المستوى النفسي أو المادي أو الإداري.

● الاستنتاجات والتوصيات

● أولاً: الاستنتاجات:

١. الثقافة التنظيمية هي منظومة متكاملة من القيم والمعتقدات والتوجهات والسلوكيات المشتركة التي تنمو مع الزمن داخل المنظمة.

٢. بيئة العمل هي المكان والظروف التي يعمل فيها الموظف داخل المنظمة فهي عبارة عن خليط من العوامل التنظيمية والاجتماعية والمادية تؤثر بشكل كبير على أداء الموظف سواء الأداء الوظيفي أو الأداء السلوكي.

٣. حل مشكلة البحث من خلال الإجابة عن السؤال الأصلي هل تلعب الثقافة التنظيمية الموجودة حالياً داخل مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة دوراً فعالاً في تحسين بيئة العمل أم أن هناك فجوة تحتاج إلى معالجة؟ حيث بين البحث أن الثقافة التنظيمية تؤثر إيجابياً على بيئة العمل فقد أظهرت النتائج أن الثقافة التنظيمية كمتغير مستقل لها تأثير واضح وذو دلالة معنوية على تحسين بيئة العمل، حيث أظهرت التحليلات الإحصائية أن معامل الارتباط الكلي ($r = 0.80$)، وتشير هذه القيمة إلى علاقة ارتباط طردية قوية أي توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الثقافة التنظيمية وبيئة العمل ويفسر مدى أدراك عينة البحث بالثقافة التنظيمية وارتباطها ببيئة العمل في مديرية بلدية محافظة كربلاء أي أن زيادة الاهتمام بالثقافة التنظيمية تعزز من تحسين بيئة العمل.

٤. جميع الأبعاد الأربعة للثقافة التنظيمية أظهرت ارتباطاً إيجابياً قوياً وتأثيراً معنوياً على بيئة العمل حيث أظهرت نتائج الانحدار أن ($R^2 = 0.520$) أي أن الثقافة التنظيمية تفسر حوالي ٥٢% من التغيرات في بيئة العمل، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى خارج نموذج البحث.

٥. من خلال أبعاد الثقافة التنظيمية يمكن خلق بيئة عمل صحية تساهم في تعزيز إنتاجية العمل والأداء الوظيفي.

● ثانياً: التوصيات:

١. تعزيز ثقافة المشاركة بين العاملين: تشجيع العاملون على المساهمة في اتخاذ القرار والتعبير عن آرائهم ضمن نطاق عملهم، لما لذلك من أثر كبير في تحسين بيئة العمل في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة ورفع مستوى الإنتاجية.

٢. تعزيز الاتساق الداخلي: التركيز على توحيد السياسات والإجراءات الإدارية وتوضيح القيم والثوابت التنظيمية، لضمان توافق الأفراد مع أهداف المنظمة وتحقيق بيئة عمل مستقرة.
٣. تطوير قدرة المنظمة على التكيف: تشجيع المرونة في التعامل مع التغيرات وتقديم برامج تدريبية لتعزيز مهارات التكيف، بما يساعد العاملين على مواجهة التحديات وتحسين الأداء.
٤. وضوح المهام والمسؤوليات: العمل على توضيح دور كل موظف ومهامه الأساسية، لتقليل الارتباك وتعزيز الفعالية في العمل الجماعي والفردى، في مديرية بلدية محافظة كربلاء المقدسة.
٥. المراقبة المستمرة والتحسين الدوري: إنشاء آليات دورية لتقييم الثقافة التنظيمية وبيئة العمل، بما يساعد على تحديد نقاط القوة والضعف والعمل على تطويرها بشكل مستمر.
٦. تشجيع بيئة عمل داعمة للابتكار والإبداع: خلق ثقافة تنظيمية تحفز العاملين على الابتكار والتجريب مع تقبل الأخطاء كفرصة للتعلم، مما يؤدي إلى بيئة عمل أكثر ديناميكية وإنتاجية.

قائمة المصادر والمراجع

• أولاً: المصادر العربية:

١. الخالدي، سيف، (٢٠٢٠)، إدارة الموارد البشرية وأثرها في تعزيز بيئة العمل، عمان، دار المناهج.
٢. الخطيب، خالد، (2021)، إدارة الموارد البشرية، عمان، دار اليازوري.
٣. بلال خلف السكارنه، (٢٠٠٩)، التطوير التنظيمي والإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط ١.
٤. جهيد صيدون، يوسف الأفرع، (٢٠٢٥)، أثر الثقافة التنظيمية على الأداء الوظيفي في الإدارات العمومية، مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٩، ٠٩، ال عدد ١٠.
٥. عبد الغني، محمد، (2020)، السلوك التنظيمي، معاصر، عمان، دار المسيرة.
٦. عبد الله، سليم. (2022). إدارة بيئة العمل وتحسين الأداء. الرياض: جامعة الملك سعود للنشر.
٧. محمد الفاتح، محمود بشير المغربي، (٢٠١٦)، السلوك التنظيمي، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، ط 1.
٨. مصطفى محمود أبو بكر، (٢٠٠٦)، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
٩. مهديد فاطمة الزهراء، (2019)، الثقافة التنظيمية وعملية صنع القرار بمنظمات الأعمال، زمزم ناشرون، عمان، ط 1.

• ثانياً: المصادر الأجنبية:

1. Adler, N. J. (2020). Global Business Culture. IMD.
2. Alghamdi, F. (2018). The impact of organizational culture on employee engagement. International Journal of Business and Social Science, 9(6), 61–69.
3. Al-Haddad, S., & Kotnour, T. (2020). Integrating the organizational change literature: a model for successful change. Journal of Organizational Change Management, 33(2), 1–15.
4. Alvesson, M. (2012). Understanding Organizational Culture (2nd ed.). SAGE Publications.
5. Bernardin, H. J. (2013). Human Resource Management: An Experiential Approach (6th ed.). McGraw-Hill Education.

6. Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* (3rd ed.). Jossey-Bass.
7. Chang, C. M., & Lin, T. C. (2021). The effect of organizational culture on knowledge sharing and innovation. *Journal of Business Research*, 130, 229–239.
8. Christensen, K., & Levinson, D. (2001). Organizational Culture. In *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*.
9. Denison, D. R. (1990). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. John Wiley & Sons.
10. Goleman, D. (2006). *Social Intelligence: The New Science of Human Relationships*. Bantam Books.
11. Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2022). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations* (13th ed.). Cengage Learning.
12. Hatch, M. J. (1993). The Dynamics of Organizational Culture. *Management Review*, 18(4).
13. Jex, S. M., & Britt, T. W. (2014). *Organizational Psychology: A Scientist–Practitioner Approach*. Wiley.
14. Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (2011). *Corporate Culture and Performance*. Free Press.
15. Krause, D. (2017). Vision and mission in organizations: Impact on employee commitment. *Management Research Review*, 40(3), 298–310.
16. Lee, J., & Kim, S. (2020). Organizational culture and employee performance: The mediating role of trust. *European Journal of Management Studies*, 25(1), 45–62.
17. Martinez-Costa, M., Jiménez-Jiménez, D., & Rabe, H. (2019). The effect of organizational culture on performance in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 110–129.
18. Parker, J. J. (2000). *Organizational Culture: Integrative Perspectives*. Sage Publications.
19. Perrin, B. (2020). *IMD World Competitiveness Yearbook*.

20. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational Behavior* (18th ed.). Pearson.
21. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson Education.
22. Schein, E. H. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass.
23. Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
24. Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., & Osborn, R. N. (2021). *Organizational Behavior*. Wiley.
25. Sundstrom, E., Town, J. P., Rice, R. W., Osborn, D. P., & Brill, M. (1994). Office noise, satisfaction, and performance. *Environment and Behavior*, 26(2), 195–222.
26. Torres, A., & Augusto, M. (2022). Organizational adaptability and innovation: Evidence from dynamic environments. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, 1–23.
27. Zafar, A., Butt, A., & Afzal, A. (2017). Organizational adaptability and change: A study of public sector organizations. *Public Organization Review*, 17(3), 417–432.

اللغة الشعرية في القصائد السبع العلويات لابن ابي الحديد ت (٦٥٦هـ)
The poetic language in the seven Alawite poems of Ibn
Abi al-Hadid (d. 656 AH)

م.د. بشار لطيف جواد^(١)

Lect. Bashar Latif Jawad (PhD)

الملخص

تُشكل اللغة الشعرية البيئة الفاعلة والركيزة الاساس في إنشاء أي نص أدبي ومن دونها لا يُمكن أن تكون هناك وسيلة ناقلة للمُنجز الإبداعي، فهي الصورة الواضحة للتجربة الشعرية وما يأتي به الشعراء من نتاجات وبيان ما في النفوس من نزعات وخلجات، من ذلك تم اختيار اللغة الشعرية لتكون العنوان العام في دراسة القصائد السبع العلويات لابن أبي الحديد لشدة ما يُلمس من التوافق في لغة تلك القصائد وبين ما يمكن رصده من دراسة منهج اللغة الشعرية واليات العمل فيها.

لقد مثل شعر أهل البيت: وجهاً من وجوه التعبير عن المضامين الروحية والعقدية فناً وتجربة، إذ حفل الأدب العربي وبخاصة أدب العصر العباسي الثاني بكثير من النصوص الشعرية الخالدة ولشدة تعلقنا بهذا التراث أخترت القصائد السبع العلويات بوصفها أشهر تراث الأدب العربي القديم ليكون محطاً للدراسة وبيان لغتها الشعرية محاولةً في الوصول إلى جوهر تلك اللغة والكشف عن دلالاتها وأبعادها الجمالية، فاللغة الشعرية هي معيار التفاضل والتمايز بين الشعراء فضلاً عما لها من الأهمية في رسم الصورة الدقيقة للتجربة الشعرية وما لها من أبعاد وخصوصيات.

١ - جامعة كربلاء/ كلية التربية للعلوم الانسانية

الكلمات المفتاحية: اللغة الشعرية، ابن أبي الحديد، السبع العلويات

Abstract

The poetry of the Ahl al-Bayt (peace be upon them) represents a form of expression for spiritual and doctrinal themes 'both artistically and practically. Arabic literature 'particularly that of the second Abbasid era 'is replete with many timeless poetic texts. Due to my deep attachment to this heritage 'I have chosen the Seven Alawite Odes 'considered among the most famous works of classical Arabic literature 'as the focus of this study. My aim is to analyze their poetic language 'striving to reach its essence and uncover its aesthetic dimensions and nuances. Poetic language is the criterion for distinguishing and differentiating poets 'in addition to its crucial role in accurately portraying the poetic experience and its various dimensions and characteristics

As for the methodology of the study 'the research adhered to the aesthetic approach based on analyzing texts and demonstrating the impact of styles 'and artistic structures

Keywords: Poetic language, Ibn Abi al-Hadid, The Seven Alawiyyat.

المقدمة

إن الادب وبخاصة الشعر هو من أهم الفنون التي تُفهم من خلاله قدرة الاديب الابداعية، وطبيعي أن يكون الاحتكام في مثل هكذا حال إلى لغة النص، فالنص هو المجال الحقيقي الذي تنعكس من خلاله الملامح اللغوية والاسلوبية للشاعر، من ذلك صار الاهتمام وبنوع من التركيز في دراسة اللغة الشعرية في قصائد ابن أبي الحديد لما لها من الأهمية سواء من الناحية الدينية أم من الناحية الثقافية والتراثية فضلاً عما للغة الشعرية من أهمية في رصد وتتبع مواطن القوة والضعف في ما يرد فيها من تحليل للنصوص وبيان ما فيها من صور وملامح.

أما عن منهج الدراسة فقد ألتزم البحث المنهج التحليلي الفني القائم على تحليل النصوص وبيان أثر الأساليب والصور والتراكيب الفنية في ما جاء به ابن أبي الحديد من عرض لأحداث وسرد لوقائع، ولأجل أن يكون البحث أكثر تخصصاً وإلماماً بمادته جاء البحث بمبحثين يسبقهما تعريفاً بالشاعر ويتلوها خاتمة، أختص المبحث الأول بدراسة الألفاظ بما فيها من الجزالة والايحاء والترادف فضلاً عن إيراد المعجم اللفظي وما ورد من الفاظٍ للحرب والدين والحب وغيرها، بينما اختص المبحث الثاني بدراسة البناء التركيبي من جمل اسمية وفعلية وبيان الأساليب من استفهام ونداء وشرط وقسم فضلاً عن المقومات البنائية من تقديم وتأخير وفصل ووصل والتفات، أما في الخاتمة فقد عرضنا فيها أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

التعريف بالشاعر

هو عز الدين أبو حامد عبد الحميد بن هبة الله بن محمد بن حسين بن أبي الحديد المدائني، ولد بالمدائن في العراق في اليوم الأول من ذي الحجة سنة (٥٨٦هـ) وكان شاعراً وكاتباً في ديوان الحاكم العباسي الأخير المستعصم بالله وقبله المستنصر بالله وهو من جهاذة العلماء وممن نُجِمَ أسمهم في العصر العباسي الثاني الذي هو من أزهى عصور الاسلامية إنتاجاً وتأليفاً وأحفلها بالكتاب والشعراء والمؤلفين، كان ابن أبي الحديد أصولياً فقيهاً ومُتكلماً جديلاً وأديباً ناقداً ثاقب النظر معتزلاً خبيراً بما حَسُنَ من الكلام وكان وراء ذلك كله شاعراً عذب المورد^(٢)، توفي في بغداد سنة (٦٥٦هـ) وله عدة مؤلفات.. ولكونه معتزلي العقيدة وشيعي الهوى ومحباً لأهل بيت رسول الله ﷺ كتب أشهر المصنفات وهو (شرح نهج البلاغة) في عدة مجلدات وقد احتوى هذا الشرح على ما لم يحتوي عليه كتاب من جنسه فضلاً عن تصنيفه الشهير لكتاب (الفلك الدائر على المثل السائر)، أما في الشعر فقد جاء بالقصائد المشهورة في حب الامام علي عليه السلام وهذا ما ستختص به الدراسة و ما سيرد في المبحثين:

المبحث الاول / الالفاظ

الالفاظ هي شريكٌ للمعنى وقد صار اهتمام العلماء بها بشكلٍ كبير وواضح، إذ ألفوا فيها المعاجم على وفق حروف الهجاء العربية وتحذوا ايضاً عن خصائص الألفاظ وشرائط استعمالها في النصوص الأدبية وتأثيرها في المعنى، وفي ذلك قال ابن طباطبا العلوي ت (٣٢٢هـ) في الالفاظ: " كالمعرض للجارية الحسنة التي تزداد حُسناً في بعض المعارض دون غيرها"^(٣) أما ابن رشيق القيرواني ت (٤٥٦) فوازن بين اللفظ والمعنى بقوله: " إن اللفظ جسم وروحه المعنى وارتباطه به كارتباط الروح بالجسم، يضعف بعضه بعضه، ويقوي بعضه بعضه فاذا سلم المعنى واختل بعض اللفظ كان نقصاً للشعر"^(٤) وقد أفاد المحدثون من آراء القدماء تلك من أجل إخراج نصوص أدبية مبدعة، وإن المتأمل لألفاظ ابن أبي الحديد المعتزلي في القصائد العلويات يجد عدة سمات إسلوبية إمتازت بها الفاظه هي:

١- الجزالة

إن السمة الغالبة على ألفاظ القصائد - موضع الدراسة - هي سمة الجزالة والقوة، فمن يقرأها يجدها ألفاظاً حماسية قوية لا تعرف اللين في الغالب حتى يمكننا وضعها ضمن القسم الذي أسماه ابن

٢ - ينظر: البداية والنهاية، ابن كثير: ٢٣٣/١٣.

٣ - عيار الشعر، ابن طباطبا العلوي: ٨.

٤ - العمدة في محاسن الشعر وآدابه ونقده، ابن رشيق القيرواني: ٣٧/١

الاثير بالجزل والذي يُستعمل في وصف الحروب^(٥) وهذا أمرٌ بديهي كون الموضوع الأساس الذي تتحدث عنه القصائد العلويات، وهو إبراز صفة الشجاعة والبسالة للإمام علي (عليه السلام) وإظهار مواقفه البطولية التي سجلها له التاريخ وهذا بدوره يتطلب الفاظاً قوية جزلة توحى لهذا المعنى وتلائمه، كما أنّها سمة منطقية لخطابه الادبي بحكم ما يتمتع به ابن ابي الحديد من امكانية أدبية، ولأنه أحد اقطاب مدرسة الاعتزال فقد تميزت لغته بسمة خطابية عالية، إذ تحدّث بها مع النخبة بعدة أساليب وحُجج ومنطق حتى صارت سمة غالبية على حياته ككل وليس في ادبه وحسب ومن ذلك قوله:^(٦)

يا قاتِلَ الأبطالِ مجدك للعدى من غرب مخدمك المهنداً أقتل
بذباب سيفك قرّ قارعُ طوده بعد التأوّد واستقام الأميل

إذ جاءت الالفاظ جزلة قوية أكسبت النص صورة حماسية ممّا جعلت واقع المعركة أقرب إلى ذهن المتلقي، كما ونلاحظ تكرار صيغة فاعل في لفظتي (قاتل، قارع) مُستثمراً دلالة هذه الصيغة في الإشارة إلى من قام بالفعل، ولعلها من أكثر الصيغ الاسمية قُرباً من دلالة الافعال وما ينتج عنها في النص من حركة وحيوية ونشاط، وليس ذلك وحسب وإنما نجد وفي موضع آخر يُغالي في جزالة ألفاظه وقوتها لتصل إلى درجة الغرابة كما في قوله:^(٧)

فافرغ الى مدح الوصي ففيه تطهير النجس
ربُّ السلاهب والقواضب والمقانب والخمس^(٨)
والبيض والبيض القواطع والغطارفة الحمس
والجامحات الشامسات وفوقها الصيد الشمس
من كل موار العنان مطهم صعّب سلسن^(٩)

فالمسحة البدوية تكاد تكون واضحة في النص بما ورد من ألفاظ (السلاهب، القواضب، المقانب، الغطارفة، الحمس، موار، مطهم) من ذلك صار المعجم اللغوي أمراً لازماً لتيسير الفهم، أما عن أسباب هذه المسحة وما ورد من الالفاظ والبدواة، أن البراعة الادبية والملكة اللغوية ومنافسة الشاعر

٥ - ينظر: المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، ابن الاثير: ١/٢٤٠

٦ - القصائد السبع العلويات، ابن ابي الحديد: ٥٥.

٧ - القصائد السبع العلويات، ابن ابي الحديد: ٢٧.

٨ - هو الطويل من الخيل، فرسٌ سلهب إذا عظم وطالينظر: لسان العرب، مادة سلهب: ٧/٢٤٧).

٩ - ألمطهم من الناس والخيل، الحسن التام كل شىء منه على حدته فهو بارع الجمال ينظر: لسان العرب مادة طهم: ٩/١٥٤.

لكبار الشعراء من جيل الاوائل والفحول من أهم ما تميز به فضلاً عن الميول الفطري والتأثر بالموروث الشعري والبيئة التي أحبها.

ومّا يُلاحظ على ألفاظ القصائد أنّها تنطوي على صفة التجانس بين اللفظ والمعنى فيكون اللفظ رفيقاً في موضع الرقة وهذا ما نجده في المطالع الغزلية لبعض هذه القصائد وبخاصة التي يصف بها الشاعر عشقه للامام علي عليه السلام وأهل بيته الاطهار وكما في قوله: (١٠)

يا من له في أرض قلبي منزلُ
أهواك حتى في حشاشة مُهجتي
نعم المراد الرّحّب والمستربّع
نار تشبُّ على هواك وتلدغُ
وتكادُ نفسي أن تذوب صباباً
خُلُقاً وطبعاً لا كمن يتطبّعُ

فالشاعر شأنه شأن شعراء العصر العباسي الثاني قد جرى الشعراء القدامى في افتتاح قصائدهم بالغزل أو المرأة ليكون ذلك مفتاحاً للحدث الشعري أو رمزاً للتعبير عمّا في نفسه من المشاعر والبوح بما (١١)، إذ احتوى النص على مجموعة من الألفاظ الغزلية الرقيقة مثل (قلبي، أهواك، حشاشة مهجتي، هواك، صباباً) حتى إن من يقرأ النص مقتطعاً يظن أن الشاعر يتغزل بمعشوقته لِمَا فيه من صدق الاحساس و العاطفة والشعور.

وقد يصف اللفظ بالقوة في مواضع العنف كتصوير الشاعر للامام علي (عليه السلام) وهو في داخل ساحات الوغى نحو قوله: (١٢)

وسـرت بأرض النهـروان
الـلون بـرق مـختلس
فغـدت سـنابكها علـى
يـزـمي بها بحرُ الوغى
فزعزعت ركني قدس
والصوت رعد مرتجس
هـام الخـوارج كـالقبس
أسدُ المـلاحـم والـوُطس (١٣)

ففي النص أورد الشاعر ألفاظاً حماسية أدخلت المتلقي في جو المعركة الدامي و قد خصّ أرض النهروان في ذلك، ولم يقل واقعة او حرب فيجعل للنص بُعداً تاريخياً وإنما أراد أن يُنزل المتلقي في أرض المعركة (واقع الحدث) فيستحضر هولها وصخبها، أما عن استعماله للفظ الوغى بنهايتها المقصورة فقد تطلّب منه إطالة في الصوت الشعري، فتتحقق الدلالة الصوتية عند النطق بها وبشكل ينسجم مع معنى

١٠ - القصائد السبع العلويات: ٤٤.

١١ - ينظر: الشعر والشعراء، ابن قتيبة: ٧٧/١.

١٢ - القصائد السبع العلويات: ٢٨.

١٣ - الضراب في الحرب، وقيل هي تنور من حديد، وبها شبه حر الحريينظر: لسان العرب. مادة وطس: ٢٣٧/١٥ -.

النص دليل على اهتمام الشاعر الكبير في التعبير عن المواقف وبكل حرفية فضلاً عما ورد من التناغم بين اللون والصوت، فللبريق لون مختلس وللرعد صوت مرتجس، وبهكذا يُمكن أن تقترب الصورة عما أورده بشر بن المعتمر (ت ٢١٠هـ) في صحفيته ونقلًا عن الجاحظ (ت ٢٥٥هـ) قوله: ^(١٤) "ينبغي للمتكلم أن يعرف... أقدار الحالات فيجعل لكل طبقة من ذلك كلاماً، ولكل حالة من ذلك مقاماً حتى يقسم أقدار الكلام على أقدار المعاني، ويقسم أقدار المعاني على أقدار المقامات، وأقدار المستمعين على أقدار تلك الحالات" من ذلك كان الشاعر موفقاً في إيراد الصور وبشكل مُتماثل مع واقع الحال وما يُريد الوصول إليه من المعاني.

٢- الإيحاء

إن من أهم ما تتميز به اللغة الشعرية اتصافها بالإيحاء بمعنى " قدرة الكلمة على أن تُثير جملة انفعالات الى جانب ما تؤديه من معنى" ^(١٥) وقد عمد الشاعر إلى بعض تلك الصيغ إيراداً للدلالات المكتنفة كما في قوله: ^(١٦)

عَلَامٌ أَسْرَارِ الْغَيْبِ وَمَنْ لَهُ خُلِقَ الزَّمَانُ وَدَارَاتِ الْأَفْلَاكِ
فَكَأَنَّكَ أَعْنَاقِ الْمُلُوكِ فَأَنْ يُرَدَّ أَسْرَاهَا لَمْ يَقْضَ مِنْهُ فِكَأَنَّكَ

كرر الشاعر صيغة (فعال) مرتين تعبيراً عن الكثرة والمبالغة بقوله (علام، فكاك) كنايةً عن علم الامام عَلِيٍّ بِالْغَيْبِ، مُعْضِداً إياها بالشجاعة والبسالة في الحروب بقوله (فكاك أعناق الملوك) لِمَا لَهَا مِنَ الْمَعْنَى وَالتُّبْعَدِ الدَّلَالِي الْمَكْتَنَفِ مُسْتَثْمِراً أَوَّلَ الْآبِيَاتِ بِالصِّيغَةِ الصَّرْفِيَّةِ وَمَا يَتَنَاسَبُ مَعَ فِكْرَةِ الْقَوْلِ، كَمَا وَاسْتَرْسَلَ فِي وَصْفِ مَنَاقِبِ الْأَمَامِ عَلِيِّ عَلِيٍّ مُسْتَعْمِلاً ذَاتَ الصِّيغَةِ بِقَوْلِهِ: ^(١٧)

الصَّافِحِ الْفَتَّاكِ وَالْمُتَطَوَّلِ مَنَّاعِ وَالْأَخْزَابِ وَالْمُتَرَكَ

فقد كرر الشاعر صيغة (فعال) أربع مرات بما ورد من الفاظ (فتاك، مناع، اخاذ، ثراك) راسماً منها الصور وبدلالات مختلفة فضلاً عن التناسب الصوتي نتيجة تكرار الصيغة والربط بين اجزاء البيت الواحد، وعمد الشاعر ايضاً الى استعمال ذات اللفظة جاعلاً إياها بمعانٍ مختلفة كما في قوله: ^(١٨)

وَمَبْدُ الْأَبْطَالِ حَيْثُ تَأَلَّبُوا وَمَفْرَقُ الْأَحْزَابِ حَيْثُ تَجَمَّعُوا

١٤ - البيان والتبيين، الجاحظ: ١/١٣٨-١٣٩.

١٥ - في النقد الأدبي الحديث، د. فائق مصطفى - د. عبد الرضا علي: ٢٠١.

١٦ - القصائد السبع العلويات: ٢٣.

١٧ - القصائد السبع العلويات: ٢٤.

١٨ - القصائد السبع العلويات: ٤٢.

بينما جاءت لفظة (حيث) في الشطر الاول دالةً على مكان الحدث وما جرى في واقع المعركة تحولت دلالة (حيث) في الشطر الثاني لترسّم ابعاداً مستقبلية، فالامام عليّ هو مفترق الاحزاب المعادية متى ما تجمعوا بينما جاءت لفظة (الاحزاب) للدلالة على معركة الاحزاب التاريخية^(١٩)، وقد نجد اثراً للتقريرية المباشرة في بعض النصوص الشعرية كما في قوله: (٢٠)

وكم فاجرٍ فَجَرَّتْ يَنْبوعِ قلبه وكم كافرٍ في التُّربِ أضحى مُكفِّرا
وكم من رُؤوسٍ في الرماح عقدتها هُنَاكَ لأجسامٍ مُحلَّلةِ العُرا
وأعجبَ إنساناً من القوم كثرةً فلم يُغنِ شَيْئاً ثمَّ هرول مُدبرا
.....
وليس بنكرٍ في حُنينٍ فراره ففي أحدٍ قد فرَّ خوفاً وخيبراً

في الأبيات جاءت الفاظ النص موحية مباشرة وقد عبرت بواقعية عن معانيها، إذ لم يحرص الشاعر على إيراد الصورة الشعرية الفنية بقدر ما كان يحرص على إيراد الاحداث وكما هي فأحاط بالموقف إحاطة كاملة جعلت تشكيل النص اشبه ما يكون إلى التشكيل السردى، ولعلّ هكذا سرد هو أقرب لأن يعبر عن الصورة التقريرية والموضوعية بشكلها الواضح مُبتعداً الشاعر فيها عن كل ما هو ذاتي أو شعوري^(٢١).

وله أيضاً في وصف أفعال من يحيط بقبر الامام عليّ من الملائكة: (٢٢)

عج بالغرّيِّ على ضريحٍ حوله نادٍ لأَملاكِ السماءِ ومخفلٍ

ففي النص أورد الشاعر الصورة الايحائية عبر اسلوب الخطاب المباشر القائم على الامر بقوله (عج) طالباً من تلك الشخصية المفترضة أنّ تطوف حول ضريح تحفُّ به ملائكة السماء، هذا وان وردت سمة التقريرية في بعض مواطن القصائد الا ان السمة الايحائية مثلت اتجاهها عاماً في ألفاظ نصوصها.

٣- الترادف

هو اطلاق عدة ألفاظ على مدلول واحد^(٢٣)، وقد وُجدت هذه الظاهرة بشكلٍ واضح وجلي في القصائد السبع العلويات وبخاصة في الفاظ (السيف- الخيول-الخمرة) لِمَا لها من الأهمية في رسم واقع

١٩ - ينظر: الكامل في التاريخ، ابن الاثير: ٦٦/٢

٢٠ - القصائد السبع العلويات: ١٧-١٨

٢١ - ينظر: البنية السردية في النص الشعري، محمد زيدان: ٢٠٠

٢٢ - القصائد السبع العلويات: ٥٤

٢٣ - ينظر: فقه اللغة العربية وخصائصها، د. أميل يعقوب: ١٧٣

حال تلك القصائد، فجُلَّ ما جاء بها هو سرد لإحداث وحروب قد خاضها الإمام علي (عليه السلام)، فالسيف جاء بعدة مسميات وهي (البيض، الحسام، البواتر، القواطع) مُستثمراً إياها الشاعر في تصوير بسالة الامام عَلَيْهِ السَّلَامُ ومَّا ورد في ذلك قوله: (٢٤)

والبيض والبيض القواطع والغطارف الحمة الحمس

فإيراد أسماء السيف في القصائد هو هدفٌ أراد به الشاعر محاكاة الشعر القديم فضلاً عما في ذلك من تنوع، وهذا ما استعمله في تسميات الخيل، إذ قال فيها (الجامحات، السابقات، اللاحقات، الشامسات، وجيه، لاحق) (٢٥) والسبب في ذلك يعود الى ما ذهب اليه في تسميات السيف، لكن الجدير بالملاحظة ان الشاعر وحينما وصف الخيل ذكر معها الفاظاً في وصف الطبيعة (٢٦)، وكأن الطبيعة الجميلة قد انحسرت مع الخيل فصارت قريناً لها وكما ورد في قوله: (٢٧)

جِيَادُ عَلِيهَا لِلْوَجِيهِ وَلا حِقْ
ففيها سَلُوْ لِلْمُحِبِّ وَشَاهِدُ
هي الرُّوضُ حُسْنًا غَيْرَ أَنْكَ إِنْ تَبِرْ
دَلَائِلُ صِدْقٍ وَاضِحَاتٌ لِمَنْ يَرِي
عَلَى حِكْمَةِ اللَّهِ الْمُدْبِرِ لِلرُّورِي
لَهَا مَخْبِرًا تَسْمِجُ لِعَيْنَيْكَ مِنْظَرًا

كما ونعت الخمرة بعدة مسميات مثل (الصهباء، الراح، المدام) ولربما كان في ذلك أكثر التزاماً في الموروث الثقافي وما جاء في الشعر العربي القديم ومثلما هو الحال بقوله: (٢٨)

ما انصف الصهباء من ضحكت اليه وقد عبس

ففي النص شخّص ابن أبي الحديد الخمر مُشَبَّهاً إياها بالانسان غير المنصف وهو نوعٌ من أنواع الاستعارة فضلاً عما ورد من تضاد بين (ضحك- عبس)، ممَّا يعكس لنا مدى تتبع الشاعر في إيراد الاضداد والتقابلات في القصائد (٢٩) ومستوى استثمار مثل هكذا ظواهر في إنشاء الصورة الشعرية والتأثير في متلقيها.

٢٤ - القصائد السبع العلويات: ٢٧

٢٥ - ينظر: ص: ٤ من البحث

٢٦ - ينظر: جماليات الظواهر الاسلوبية في القصائد السبع العلويات لأبن أبي الحديد، حكيمة أكبري: ٣٠٩، صورة الامام علي عليه

السلام - في شعر ابن ابي الحديد، م.ا. د. أركان رحيم جبر: ١٣٦

٢٧ - القصائد السبع العلويات: ١٦

٢٨ - م.ن: ٢٧

٢٩ - ينظر:فاعلية العلاقات الدلالية في انسجام القصائد السبع العلويات لابن أبي الحديد، رؤيا كمالي: ٣٦١

ب/ المعجم اللفظي

١- الفاظ الحرب

فالمتمل لالفاظ القصائد العلويات يجد كمّاً هائلاً من ألفاظ الحرب انتشرت في ثنايا النصوص مثل (السيوف، الرماح، الخيول، المشرفي، الردى، الدم، القواطع، عسكر، جيش) وغيرها حتى طُبعت لغتها بطابع حماسي حربي يُسمع منه جلجلة السلاح وحوافر الخيول، و كانت هذه المعاني واضحة في القصائد وكما جاء في قوله: (٣٠)

حتى اذا استعر الوغى متلظياً شرب الدماء بغلّة لا تقنع
متجلبباً ثوباً من الدم قانياً يعلوه من نقع الملاحم برقع

فبقوله (الوغى، الدماء. الدم، الدماء، الملاحم) هي الفاظ حرب تدور حول ملحمة بطولية قد بدأت، من ذلك جاءت (حتى) إشعاراً في ابتداء الغاية مُستثمرّاً الصورة الاستعارية بما ورد من قوله (متجلبباً ثوباً من الدم) من أجل إيراد الفكرة الأساس فدخل الشاعر غمار تلك الحرب آخذاً بتصوير ما حصل بها من اجواء لاهبة منتقياً الالفاظ والتعابير ذات الوقع الموسيقي الصاخب وبما ينسجم مع واقع الحرب " والعربي حينما يخوض حرباً يعد لها مستلزماتها ووسائلها التي اهمها الخيل والأسلحة" (٣١) من ذلك عمد الشاعر إلى ذكر الاسلحة في عدة مواضع منها قوله: (٣٢)

حلفت برّب القعضية والقنا المثقف والبيض الرقاق البواتر

إذ لم يكتف الشاعر في البيت السابق بذكر السيوف وحسب بل ذكر معها التعضبية وهي الأسنة ثم وصف السيوف معدلة وبواتر مُلتزماً طريقة القدامى في وصف معدات الحرب، وقد امتلأت تلك الصور بالفخر الذاتي حتى ليصبح الفارس وسلاحه شيئاً واحداً كمصدر من مصادر القوة مع تعدد دلالات السيف (٣٣) كما و نجده يصف الخيول بقوله: (٣٤)

جوادٌ علا ظهر الجواد وأخشب تزلزل منه في النزال الاخاشيب

استطاع الشاعر أن يرسم أبعاد شخصية رجل الحرب بكل حرفية مُستنداً في ذلك لما جاء به من الجناسات ومستوى التوافق في ما بينها فـ (جواد) الأولى بمعنى كريم والثانية بمعنى (فرس) ممّا يعكس

٣٠ - القصائد السبع العلويات: ٤٢

٣١ - شعر العقيدة في عصر صدر الاسلام حتى سنة ٣٢، أيهم عباس حمودي: ٧٦-٧٧

٣٢ - القصائد السبع العلويات: ٣٢

٣٣ - ينظر: المفصل في تاريخ العرب قبل الاسلام، د. جواد علي: ٦/٦

٣٤ - القصائد السبع العلويات: ٥

ذلك مستوى الأداء الابداعي عند الشاعر، وقد ينحى بألفاظ الحرب منحى سياسياً عندما ذكر اسماً كان له موقف في التاريخ الاسلامي و كما في قوله: (٣٥)

رَمِيَتْ ابا سَفِيانٍ مِنْهَا بِجَحْفَلٍ
اِذَا قَيْسَ عَدَاً بِالْثِرَى كَانَ اَكْثَرَا

فالاسم (ابا سفیان) مع الفاظ الحرب في البيت الشعري يحيلنا إلى واقعة تاريخية حدثت إبان فتح مكة حين اطلق رسول الله ﷺ سراح القوم بقوله المشهور: (٣٦) (اذهبوا فأنتم الطلقاء)، وفي بعض المواضع يورد اسم معركة حربية معروفة كقوله: (٣٧)

وَأَصَلَتْ فِيهَا مَرْحَبُ الْقَوْمِ مَقْضَباً
جَرَاً بِهِ حَبْلُ الْأَمَانِيِّ مَقْضُوبُ

فالأسم (مرحب) احوال المتلقي الى معركة واقعية ذات وجهة سياسية في العهد الاسلامي كمرجعية تاريخية لها أبعاد زمانية ومكانية (٣٨)، كما وهناك الفاظ سياسية قد نُعت بها الامام علي عليه السلام وقد اختصت به دون غيره كلفظة (امير المؤمنين، الوصي) أما الاخيرة فكانت اكثر تكراراً في اقواله لما لها من خصيصة ولعلها ارتبطت بواقعة غدیر خم المشهورة، بينما لفظة (امير المؤمنين) فقد نُعت بها كثير من حكام الامويين والعباسيين لذلك كان استعمالها قليلاً ومما ورد من النعوت بحق الامام علي عليه السلام قول الشاعر: (٣٩)

فِيكَ الْأَمَامُ الْمُرْتَضَى فِيكَ الْوَصِيُّ
الْمَجْتَبَى فِيكَ الْبَطِينُ الْأَنْزَعُ
الضَّارِبُ الْهَامَ الْمَقْتَنَعُ فِي الْوَعَى
بِالْخَوْفِ لِلْبَهْمِ الْكِمَاةُ يُقْنَعُ

إذ حرص الشاعر في النص الشعري في الكشف عن شخص ممدوحه الإمام علي عليه السلام مستنداً في ذلك إلى مجموع من صفاته وقد كان لها الشأن في إثراء المعنى فضلاً عما تحمله من ابعاد سياسية، من ذلك جاءت في النص بشكلها المتتالي (الامام، المرتضى، الوصي، المجتبي، البطين الانزع) دون ان يُذكر اسم الامام بصورة مباشرة، فالتلميح وعدم التصريح فضلاً عما ورد من التكرار والايحاء قد أخذ بالنص ليكون أكثر تشويقاً وإثارةً للسامع المتلقي.

٢- الفاظ الدين

٣٥ - م.ن: ١٦

٣٦ - ينظر: أخبار مكة وما جاء فيها من الآثار، محمد بن عبد الله الأزرقى: ١٢١/٢

٣٧ - القصائد السبع العلويات: ٦

٣٨ - ينظر: اليات السرد في الشعر العربي المعاصر، د. عبد الناصر هلال: ١٠٦ وما بعدها

٣٩ - القصائد السبع العلويات: ٤٢

أكد كثير من الفلاسفة والعلماء بأن النفس الإنسانية تحتاج الى التدين مثل ما يحتاج البدن الى الغذاء، فالدين اشبه ما يكون غذاءً نفسياً للإنسان، لذا لا يمكننا أن نجد شعباً غير متدين على وجه من الوجوه إلا ما ندر (٤٠)

ولما كانت القصائد العلويات تُصنّف ضمن الشعر الديني فقد غلب على ألفاظها مسحة دينية واضحة تباينت ما بين ألفاظ تخص الدين الاسلامي وألفاظ تخص عقيدة الشاعر وهذا ما سنفصل القول فيه.

و فيما يخص ألفاظ الدين فقد وجدنا الشاعر يستعمل ألفاظاً قرآنية كأسماء الأنبياء وبعض ما حصل لهم وأسماء الملائكة والحج والصوم والمعاد والحساب والشفاعة ويوم القيامة وغيرها، ومن ذلك قوله في محل وصفه للأرض، حين أمسى سكانها وهي خراب وكما جاء في قوله: (٤١)

فَعَادَرَهَا بَعْدَ الْأَنْبِيَاءِ وَلِلصَّادِي
بَأَرْجَائِهَا تَرْجِيْعُ لَحْنٍ وَتَطْرِيْبِ
يَنْوُحُ عَلَيْهَا نُوحُ هَارُونَ يُوشِعُ
ويذري عليها دمع يوسف يعقوب

إذ ذكر الشاعر اسماء مجموعة من الانبياء ممن عرفوا بكثرة بكائهم ليعطي صورة عميقة عن عظم البلاء وما اصاب تلك الديار من هول المعركة التي دارت، فالمزج بين تشبيهين (نوح هارون - دمع يوسف) قد أثرى واقع القصيدة وما أراد اليه من معاني.

ومما يُلحظ على ألفاظ الدين انها جاءت محتشدة وليست منفردة كما في قوله: (٤٢)

يا برق إن جئت الغريّ فقل له
أترآك تعلم من بأرضك مُودِعُ
فيك ابنُ عمران الكليم وبعدهُ
عيسى يُقفيه وأحمد يتبع
بل فيك جبريلٌ وميكالٌ واس
رافيل والملا المقدّس اجمع

ففي النص توجه الشاعر إلى خطاب البرق عبر ياء النداء ولم يكتف بذلك وإنما توجه إليه عبر أسلوب الأمر بقوله (فقل) طالباً منه النظر في حال الغري ومن فيه، إذ احتوى النص على مجموعة من اسماء الانبياء والملائكة وهي (ابن عمران، عيسى، احمد، جبريل، ميكال، اسرافيل، والملا المقدس) وكان كل من ذكر من الاسماء قد اودع في ذلك القبر الشريف مانحاً ممدوحه أبهى صور القدسية والارتقاء. وليس ذلك وحسب بل و عمد الى استعمال الكتب المقدسة لايصال الفكرة ذاتها في قوله: (٤٣)

٤٠ - ينظر: دراسة في طبيعة المجتمع العراقي، د.علي الوردي: ١٨٧

٤١ - القصائد السبع العلويات: ٤

٤٢ - القصائد السبع العلويات: ٤٢

٤٣ - م.ن: ٥٥

يا وارث التوراة والأنجيل والفرقان والحكم التي لا تعقل

ففي النص تكاد تكون جميع الالفاظ مقتبسة من القران الكريم إلا أنَّ الشاعر لم يقصد منها إظهار ثقافته الدينية، لان هذه الالفاظ معلومة ومدركة لدى جميع المسلمين ولربما اراد ان يستفيد منها في بلورة موافقه واثبات وجهة نظره في اثبات قدسية الامام علي عليه السلام وعصمته.

ولو انتقلنا الى الشق الثاني من الالفاظ الدينية والمتمثلة بالفاظ العقيدة وما آمن به الشاعر من مذهب لتبين لنا اسلوباً آخر وطريقة أخرى في طرحه لهذه الالفاظ، اذ نجده يستخدم الفاظاً حجاجية باسلوب منطقي ومن ذلك قوله: (٤٤)

وقل السلام عليك يا مولى الورى نصاً به نطق الكتاب المنزل

لفظة (مولى) هي إقتباس قرأني محوّر، وقد أحالتنا الى الآية الكريمة وقوله تعالى (٤٥): (إنما وليكم الله ورسوله والذين آمنوا الذين يقيمون الصلاة ويؤتون الزكاة وهم راكعون) فكان اسلوبه حجاجياً مدعوماً ببرهان يبين قصد إثبات المعنى وتأكيد الفكرة، ولعل التزام الثقافة القرانية قد أخذ به للتصريح عمّا يلتزمه من عقيدة وفكر نحو قوله: (٤٦)

ورأيتُ دين الاعتزال وإنني أهوى لأجلك كل من يتشيع ولقد علمت بأنه لأبد من مهديكم وليومه أتوقع

لفظة (الاعتزال، التشيع، مهديكم) الفاظ توحى بعقيدة الشاعر وما آمن به، وممّا يُلاحظ على أالفاظ العقيدة انما جاءت معبرة عن صدق العاطفة وإيمان الشاعر المطلق على عكس ما ورد من الفاظ الدين، فقد جاءت محتشدة باردة، اذ لم تُعبر عن حرارة المشاعر وصدق العاطفة بقدر ما جاءت لتعبر عن فكرة أخرى لدى الشاعر مُتخذاً منها الوسيلة للوصول الى غايته.

٣- الفاظ الحب

جاءت هذه الالفاظ في مقدمات بعض القصائد - موضع الدراسة - وهي مقدمات غزلية تعدُّ في باب المقدمات التقليدية والغزل التقليدي، اذ جعلها الشاعر مقدمة لخمس قصائدٍ منها قصد جذب انتباه المتلقي وللتخفيف من شدة انفعاله كونها قصائد تشتمل على مواقف متنوعة وحازمة فضلاً عمّا تدعوله من الإنفعال والاضطراب النفسي، وان من يقرأ هذه المقدمات يجد الشاعر رجلاً قد خُبر

٤٤ - م.ن: ٥٥

٤٥ - سورة المائدة: الآية ٥٥

٤٦ - القصائد السبع العلويات: ٤٤