

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة غرداية

كلية : العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الإجتماعية

شعبة : علم الاجتماع

القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية دراسة ميدانية بالسوق الأسبوعي للمواشي بمدينة الجلفة

مذكرة شهادة الماجستير في تخصص : علم الاجتماع التربوي الديني

إشراف الأستاذ الدكتور:

عبد العزيز محمد خوجة

إعداد الطالب :

بشير ضيفي

لجنة المناقشة

رئيسا

الأستاذ الدكتور: بوكميش لعلی

مشرفا و مقررا

الأستاذ الدكتور: عبد العزيز محمد خوجة

عضوا مناقشا

الدكتور: دلاسي محمد

عضوا مناقشا

الدكتور: بكاي الميلود

السنة الجامعية : 2013/2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى أغلى ما في الوجود وسبب سعادتي وافتخاري أمي "بن خيرة رقية"
وأبي "الحاج العامري" ، اللذين كانا سببا لكل نجاح حققته و كان هدفي

من ورائه رضاهما عني أظل الله في عمرهما

إلى زوجتي الغالية وأبنائي الأعماء ماجدة ، مريم، عمار وعيسى

إلى كل إخوتي و أخواتي

إلى كل أفراد العائلة كل باسمه دون أن أنسى أحدا

إلى كل من أحبني أو أحبته من القلب

إلى جزائرننا الحبيبة و جنوبها الكبير

إلى كل من يحب الجزائر أو ينبض قلبه بجزئها

شكر وعرفان

يقول تعالى: ﴿وَإِذ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي

لَشَدِيدٌ ﴿ سورة إبراهيم آية 7

الحمد والشكر لله الذي وفقنا إلى إنجاز هذا العمل و نعن بصحة و عافية

من لم يشكر الناس لم يشكر الله

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور

عبد العزيز محمد خواجة لتأطيره لنا في العام النظري

وقبوله الإشراف على هذه المذكرة وحرصه الدائم على

التدقيق في العمل و توجيهاته و نصائحه القيمة

والشكر موصول كذلك إلى كل الأساتذة : د.رميثة أحمد ، د.محمد

الشايبة الساسي ، د.بوكميش على ، أ.د.معراج الصواري

د.عبد الحاكم سليمان

وإلى الأساتذة الذين سيقبلون مناقشة هذه المذكرة

كما لا أنسى أن أشكر أ.د.سريير ميلود مدير المكتبة المركزية

لجامعة سعد دحلب بالبلدية

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ولو بنصيحة

إلى كل هؤلاء أقول جزاكم الله خيرا .

الفهارس

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

شكر و عرفان

فهرس الجداول

مقدمة.....أ.ب

الباب الأول : الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول : البناء المنهجي للدراسة

- 1- أسباب اختيار الموضوع 16
- 2- أهداف الدراسة..... 16
- 3- الإشكالية 17
- 4- فرضيات الدراسة..... 19
- 5- تحديد المفاهيم..... 19
- 6- صعوبات الدراسة 20
- 7- الدراسات السابقة..... 21

الفصل الثاني : الدلالة السوسولوجية للقيم

تمهيد .

- المبحث الأول : ماهية القيم 32
- 1- تعريف القيم..... 32
- 2- طبيعة القيم و مكوناتها 34
- 3- طبيعة القيم 34
- 4- خصائص القيم..... 36
- 5- تصنيف القيم و وظائفها 37
- 6- تصنيف القيم 37
- 7- وظائف القيم 39
- 8- علاقة القيم ببعض المفاهيم 40

- المبحث الثاني :القيم لدى علماء الاجتماع 43
- 1-العوامل المؤثرة في القيم 43
- 2-القيم الاجتماعية..... 45
- 3-القيم عند كارل ماركس..... 46
- 4-القيم عند دوركايم..... 47
- 5-القيم عند ماكس فيبر..... 48
- 6-القيم عند بارسونز..... 48
- المبحث الثالث : القيم التربوية الدينية..... 49
- 1-القيم التربوية 49
- 2-القيم الدينية 50
- 3-القيم الإسلامية 52
- 4-توافق الأديان في بعض القيم 54
- 5-الحكم القيمي وعلاقته بالقيم 58
- خلاصة الفصل 59

الفصل الثالث : الأسواق و التعاملات التجارية

تمهيد

- المبحث الأول :الأسواق..... 61
- 1-ماهية السوق 61
- 1-1تعريف السوق..... 61
- 1-2عناصر السوق وخصائصه..... 63
- 1-2-1عناصر السوق 63
- 2-2-1خصائص السوق 63
- 3-1عوامل نشأة الأسواق 64
- 2-تطور الأسواق..... 65
- 2-1السوق قبل الإسلام..... 65
- 2-2السوق في الإسلام 66
- 3-2الأسواق المعاصرة..... 67

70.....	3-تصنيف الأسواق
70.....	3-1 التصنيف الأول
71.....	3-2 التصنيف الثاني
72.....	3-3 الأسواق الشعبية
72.....	4-تنظيم السوق
73.....	المبحث الثاني:التعاملات التجارية
73.....	1-العلاقات الاجتماعية
73.....	1-1العلاقات غير التبادلية
73.....	1-2علاقات الاتجاه الواحد
73.....	1-3العلاقات شبه التبادلية
73.....	1-4العلاقات المتوازية
74.....	1-5العلاقات المتبادلة غير المتناسقة
74.....	1-6العلاقات المتبادلة
74.....	2-العلاقات الاقتصادية
75.....	3-التعاملات التجارية
75.....	3-1تعريف التجارة
76.....	3-2 أشكال التعاملات التجارية
79.....	المبحث الثالث:القيم الإسلامية في التعاملات التجارية.
79.....	1-قيمة الصدق
81.....	2-قيمة التسامح
82.....	3-قيمة الأمانة
83.....	خلاصة الفصل

الباب الثاني : الدراسة الميدانية

الفصل الرابع : محددات الدراسة الميدانية وأدواتها

تمهيد .

86.....	المبحث الأول : التعريف بمنطقة الجلفة
86.....	1-الجانب الجغرافي

86.....	1-1-التسمية
86.....	1-2-الموقع والتأسيس
87.....	1-3-المناخ
87.....	2-الجانب الاجتماعي
87.....	1-2-السكان
88.....	2-2-عروش أولاد نائل
88.....	3-الجانب الثقافي
88.....	1-3-الزوايا وشيوخها بمنطقة الجلفة
89.....	2-3-القيم الثقافية لدى النوائل
90.....	المبحث الثاني : أدوات جمع البيانات ، مجالات الدراسة وخصائص العينة
90.....	1-أدوات جمع البيانات
90.....	2-المنهج المستخدم في الدراسة
91.....	3-مجالات الدراسة
91.....	1-3-المجال الزمني
91.....	2-3-المجال المكاني
92.....	3-3-المجال البشري
92.....	4-طريقة اختيار العينة وخصائصها
92.....	1-4-طريقة اختيار العينة
93.....	2-4-خصائص العينة
97.....	خلاصة الفصل

الفصل الخامس : التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للماشية (تحليل الفرضية الأولى)

تمهيد

99.....	1-قيمة العفو
103.....	2-قيمة الليونة في البيع
109.....	3-قيمة القناعة
113.....	4-قيمة التعاون

نتائج الفرضية الأولى.....119.....

**الفصل السادس : الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في
الأسواق الشعبية للماشية (تحليل الفرضية الثانية)**

تمهيد

1-قيمة الوضوح في التعامل.....122.....

2-قيمة الثقة (تصديق المتعامل الآخر)126.....

3-قيمة الوفاء بالعهود.....134.....

نتائج الفرضية الثانية.....138.....

النتائج العامة للدراسة.....141.....

الخاتمة.....144.....

قائمة المراجع.....146.....

الملاحق

ملخص الدراسة

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	93
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى	94
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	94
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة ممارسة التجارة	95
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع الماشية التي يفضلونها لممارسة نشاطهم التجاري	96
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من إرجاع ماشية تم بيعها	99
07	يبين ارتباط إرجاع الماشية باقتراض المال لممارسة التجارة	100
08	يبين ارتباط إرجاع الماشية بممارسة التجارة بشكل دائم	101
09	يبين ارتباط التعامل مع تاجر لم يداينهم بأجل تسديد الدين	102
10	يبين موقف المبحوثين عند اكتشاف عيوب في الماشية التي اشتروها	103
11	يبين توزيع أفراد العينة حول الموقف من البيع بالتقسيط	104
12	يبين توزيع أفراد العينة حول وقت لجوئهم للتعامل بالدين	104
13	يبين توزيع أفراد العينة حسب ممارسة التجارة بشكل دائم	105
14	يبين ارتباط التعامل بالدين بممارسة التجارة بشكل دائم	106
15	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من تمديد أجل الدين	107
16	يبين ارتباط تمديد أجل الدين بالبيع بالتقسيط	107
17	يبين توزيع أفراد العينة حسب وقت إحضارهم للماشية إلى السوق	108
18	يبين ارتباط وقت البيع بالموسم الذي تكثر فيه المبيعات	109
19	يبين ارتباط وقت البيع بالموسم الذي تكثر فيه الأرباح	111
20	يبين ارتباط تحديد هامش الربح بالموسم الذي تكثر فيه الأرباح	112
21	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على القروض لممارسة التجارة	113
22	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من عقد شراكات لممارسة التجارة	114
23	يبين توزيع أفراد العينة حسب تعاملهم بالدين	114
24	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من التعامل مع تاجر خسر معهم	115
25	يبين ارتباط ممارسة التجارة بشكل دائم بالتعامل بالدين	116
26	يبين ارتباط التعامل مع خسارة المتعامل الآخر باقتراض المال لممارسة التجارة	117
27	يبين ارتباط التعامل مع خسارة المتعامل الآخر بممارسة التجارة بشكل دائم	118

122	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من التعامل مع تاجر وجد نقصا في النقود بعد أن طلبوا منه أن يحسبها لحظة تسلمها ولم يحسبها	28
123	يبين ارتباط ذكر عيوب الماشية باقتراض المال لممارسة التجارة	29
124	يبين توزيع أفراد العينة حول موقفهم من ذكر السعر المنخفض	30
124	يبين رأي المبحوثين حول وضعهم سعرا لمنطلق بيعهم إذا لم يتلقوا أي سعر	31
125	يبين ارتباط وضع سعر كمنطلق للبيع بممارسة التجارة بشكل دائم	32
126	يبين ارتباط اكتشاف عيوب في الماشية بممارسة التجارة بشكل دائم	33
127	يبين ارتباط إعجاب تاجر بسلعة وارتفاع سعرها بعقد شراكات مع تاجر آخرين	34
128	يبين توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي تكثر فيه المبيعات	35
128	يبين توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي يحققون فيه أرباحا أكثر	36
129	يبين ارتباط موقف التاجر من اكتشاف سعر البيع المنخفض بموسم كثرة المبيعات	37
130	يبين ارتباط موقف التاجر من اكتشاف سعر الشراء المرتفع بموسم تحقيق الأرباح	38
131	يبين توزيع أفراد العينة حول موقفهم من البيع بالرهن	39
132	يبين ارتباط موقف التاجر من وضع سعر كمنطلق للبيع بأجل تسديد الدين	40
133	يبين ارتباط موقف التاجر من وضع سعر كمنطلق للبيع بموسم تحقيق أرباح أكثر	41
134	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من بلوغ أجل الدين	42
135	يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بالتعامل مع تاجر أعاد الماشية	43
136	يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بالبيع بالدين	44
137	يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بوقت إحضار الماشية للسوق	45

مقدمة

مقدمة:

نسعى من وراء هذا البحث إلى القيام بدراسة سوسيولوجية حول موضوع القيم الذي يبقى من أهم المواضيع التي تتقاطع عندها مختلف الفلسفات الاجتماعية ومختلف التخصصات العلمية ، فالقيم وعبر العصور لها أهمية كبيرة باعتبارها أحد المحددات الأساسية والقوالب النظرية التي يحكم بها المجتمع والأفراد على حد سواء على مختلف سلوكياتهم أو تمثلاتهم .

فإنسان من خلال تفاعله مع مختلف مكونات البناء الاجتماعي من نظم و قوانين تنتج لديه رموزا ايجابية و أخرى سلبية تحدد استعداداته و اتجاهاته بالقبول أو الرفض لكل ما يدخل في دائرة اهتماماته ، ولعل أهم هذه التفاعلات التي تحدث بين الفاعلين الاجتماعيين في مجال التعاملات المادية التي تعتبر المحك الحقيقي لاختبار القيم و المعايير و التمثلات التي يختارها الفاعل من جملة اختيارات متاحة لديه ، وكشف القيم التي يفضلها دون سواها و مبرراته لذلك الاختيار ، فدراستنا هذه في الأسواق الشعبية للماشية نسعى من خلالها إلى إبراز هذه القيم و خاصة منها التربوية الدينية التي تحدد سلوك الفاعلين في مختلف المواقف والأدوار التي تصادفهم في تعاملاتهم وهي موسومة بـ "القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للمواشي".

ولكي نحدث قطيعة و تحقق بحثنا ميدانيا وضعنا مخططا لدراستنا يتكون من بايين وستة فصول كانت على النحو التالي :

الباب الأول : الإطار النظري للدراسة ويشتمل على ثلاثة فصول حيث تضمن الفصل الأول البناء المنهجي للدراسة ، والفصل الثاني بعنوان الدلالة السوسيولوجية للقيم وقسمناه إلى ثلاث مباحث ، الأول ماهية القيم والثاني القيم لدى علماء الاجتماع والثالث القيم التربوية الدينية، أما الفصل الثالث فقد خصصناه للأسواق الشعبية والتعاملات التجارية ، وتضمن ثلاث مباحث ، الأول تناولنا فيه الأسواق والثاني التعاملات التجارية والثالث القيم الإسلامية في التعاملات التجارية . أما الباب الثاني للدراسة فخصصناه للدراسة الميدانية واشتمل على الفصول الثلاثة الأخيرة للدراسة . الفصل الرابع تطرقنا فيه لمحددات الدراسة الميدانية وأدواتها وندرج تحته مبحثين ، الأول التعريف بمنطقة الجلفة والثاني خصائص العينة وأدوات جمع البيانات وأساليب تفرغ البيانات ، والفصل الخامس تطرقنا



فيه إلى تحليل بيانات الفرضية الأولى للدراسة التي تناولت قيمة التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية لنختمه بنتائج الفرضية الأولى ، أما الفصل السادس والأخير من الدراسة فخصصناه للفرضية الثانية والتي تناولنا فيها قيمة الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق وينتهي بنتائج الفرضية الثانية .
لنختم دراستنا بالنتائج العامة والخاتمة وقائمة المراجع وملاحق الدراسة.



الباب الأول الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول

البناء المنهجي للدراسة

1- أسباب اختيار الموضوع

2- أهداف الدراسة

3- الإشكالية

4- فرضيات الدراسة

5- تحديد المفاهيم

6- صعوبات الدراسة

7- الدراسات السابقة

1- أسباب اختيار الموضوع :

إن القيام بأي بحث أو عمل في المجال الاجتماعي يكون مرتبطاً بخلفية أو فكرة تكون بمثابة الموجه للباحث في اختيار هذا الموضوع دون ذلك ، واختيارنا لهذا الموضوع يرجع إلى الأسباب التالية :

1-1 الأسباب الذاتية :

- اشتغالي في النشاط التجاري وخاصة في تجارة المواشي لمدة تفوق العشر سنوات وملاحظتي لمختلف التعاملات والتبادلات التجارية التي تدور في هذه الأسواق وبمبالغ كبيرة جدا دون اللجوء إلى كتابة الدين ، ودون تدخل أي جهاز حكومي ينظم هذه المبادلات ، والتعامل وفق أحكام وأعراف وقوانين متداولة بين التجار معروفة بـ "قانون السوق" ، تعتبر المرجعية في كل الأحوال : سوء تفاهم ، خصومات أو نزاعات تشريع ، كل هذا أثار فضولي لدراسة هذا الموضوع وتبسيط الضوء عليه .

- نوعية التخصص التربوي الديني ، بالإضافة إلى أهمية القيم في مختلف تفاعلاتنا الاجتماعية و باعتبارها كذلك محددات من محددات التعاملات والتبادلات في كل الميادين وخاصة منها الاقتصادية .

2-1 الأسباب الموضوعية :

- قلة الدراسات السوسولوجية حول الأسواق الشعبية خاصة سوق المواشي .
- الوقوف بالدراسة و التحليل على المرجعية التي تحدد نوع القيم التي توجه و تعدل السلوك الذي يجب أن يكون عليه.

- الوصول إلى حقائق ونتائج علمية دقيقة وإحداث قطيعة مع الأحكام المسبقة الشائعة حول التعاملات التجارية التي تحدث بين الفاعلين الاجتماعيين في أسواق الماشية.

2- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الوصول لعدة أهداف منها :

- نقصد من وراء هذه الدراسة فهم وتفسير العلاقة التي تربط المتغيرين " القيم التربوية الدينية " من جهة و " التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية " من جهة أخرى .
- توفير دراسة علمية أكاديمية حول هذا الموضوع .

- فتح المجال وحقل الدراسة لمثل هذه المواضيع وتبسيط الضوء عليها من جوانب متعددة .

- تحديد نوع القيم التربوية الدينية السائدة في التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية .
- دور القيم التربوية الدينية وتأثيرها في التعاملات التجارية في الأسواق

3-الإشكالية :

منذ أن وجد الإنسان على ظهر البسيطة وهو في تفاعل دائم مع كل ما يحيط به، فالإنسان الأول لم يتحقق له من إشباع لحاجاته إلا القليل ، لكن صراعه الدائم مع الطبيعة وتميزه بالعقل عما سواه جعله دائم التفكير في بلوغ أعلى درجات إشباع هذه الحاجات ، وهي حاجة تحقيق الذات . كما رافق هذا التطور تطوير أساليب التفكير من خلال رسم معالم فلسفة المجتمع الذي ينتمي إليه الفرد ، ولعل العامل المشترك بين كل الفلسفات الاجتماعية هو تحقيق الخير والتغلب على الشر ، والعمل من أجل الحفاظ على البناء الاجتماعي وتغليب المصلحة المشتركة العامة على المصالح الفردية الخاصة ، وهذا ما تضمنته فلسفة أفلاطون لما يسمى بالقيم ، وكان مبلغه الاسمي لتأملاته هو الخير.¹ وبما أن الحياة لم تكن بهذا الشكل من التعقيد فقد بدأت تتطور إلى علاقات اجتماعية مبنية على أسس وأركان تعتمد على الموقف الاجتماعي ، الذي تحدده العلاقات الاجتماعية التبادلية والتفاعل والإدراك الاجتماعيين² ، فأصبح بالتالي للقيم دورا جوهريا وأساسيا في توجيه السلوك على مستوى الفرد والجماعة نحو الأفضل³ ، باعتبارها تمثل ما يجب أن يكون بدل ما هو كائن .

والمجتمع الجزائري "المسلم" كغيره من المجتمعات لديه عقيدة منظمة لسلوك الإنسان وتربية تسعى إلى تنشئة الإنسان "الصالح والمتكامل" وإكسابه القيم التي يرتضيها الدين والمجتمع الذي يعيش فيه ، ويتطبع بما هو سائد فيه من خلال مؤسساته ومختلف مكونات المجتمع من وسائل إعلام واتصال ونظم اقتصادية ، تربوية ، دينية ، تشريعيةالخ.

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، فلسفة القيم التربوية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2009 ، ص 75

² - عبد العزيز خوجة ، أنماط العلاقات الاجتماعية في النص القرآني دراسة سوسولوجية لعمليات الاتصال في

القصة القرآنية ، الإصدار الأول ، صفحات للدراسات والنشر ، سوريا ، 2007 ، ص47

³ - عبد العزيز خوجة ، علم الاجتماع المعاصر من الجذور إلى الحرب العالمية الثانية، دار نزهة الألباب، غرداية،

الجزائر ، 2007 ، ص159

ولعل الأسواق الشعبية من أهم المراكز التي تدار فيها الشؤون الاقتصادية ومختلف التعاملات التجارية بين أفراد المجتمع كما تتجلى فيها الكثير من القيم التربوية والدينية التي تحدد السلوك الصادر عن مرتادي هذه الأسواق ، كم أن السوق يبرز لنا مدى التوافق والتكيف مع المعايير والقيم التي اكتسبها الفرد من خلال تفاعله عبر الأدوار الوظيفية مع أشخاص آخرين فتثير لديه رموزا صورية أو إدراكية تثير جميع الخبرات أو التجارب التي يعرفها المتفاعل عن الآخرين لتتكون لديه صورة ذهنية تلعب دور المحدد للسلوك الأنسب تجاههم ، فإذا كان الرمز ايجابيا فان التفاعل سيكون ايجابيا بالضرورة والعكس صحيح¹ ، والملاحظ انه بالرغم من الانتشار الكبير للمراكز التجارية العصرية إلا أن الأسواق الشعبية لا تزال صامدة ، وتلقى رواجاً وإقبالاً كبيرين من مختلف الطبقات الاجتماعية ، فلا يمكن أن نجد مدينة أو قرية دون أن نجد فيها سوقاً شعبياً .

يعد السوق الأسبوعي للمواشي بمدينة الجلفة أحد أكبر هاته الأسواق نظراً للثروة الحيوانية التي تتوفر عليها الولاية (أكثر من 2.8 مليون رأس غنم) * ، ولعل الحركة التي تشهدها المدينة يوم الاثنين (يوم السوق) لخير دليل على ذلك، كما أن اغلب التعاملات التجارية التي تحدث بالسوق لا تخضع لضوابط قانونية أو إدارية معينة بل لمجموعة من القيم التي تعتبر نظاماً ودستوراً لهذا السوق . ولتسليط الضوء على هذا الموضوع سنحاول الإجابة على السؤال الإشكالي التالي:

إلى أي مدى ترتبط التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية بوجود قيم ذات دلالة تربوية دينية ؟ .
وأسئلة فرعية :

- إلى أي مدى ترتبط التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للماشية بالتسامح بين الفاعلين الاجتماعيين ؟ .

- ما مدى ارتباط التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية بقيمة الصدق لدى الفاعلين الاجتماعيين ؟ .

¹ - إحسان محمد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2005 ، ص 87.

* مديرية المصالح الفلاحية لولاية الجلفة، حسب تعداد حملة التلقيح لموسم 2011/2012

4- الفرضيات :**4-1 الفرضية العامة :**

استمرارية التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية مرتبطة بقيم تربوية دينية .

4-2 الفرضيتان الجزئيتان :

- كلما زادت قيمة التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم .

- كلما زادت قيمة الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم .

5-تحديد المفاهيم :**5-1التعريف الإجرائي للقيم :**

القيم هي مجموعة من التصورات والمعتقدات التي من خلالها تصدر أحكامنا على ما تعنيه لنا الأشياء التي نخضعها لهذا الحكم ، وهي دائما ما تأخذ المعنى الايجابي سواء كانت تربوية أو دينية.

5-2 مفهوم المعاملات:

معاملات هي جمع لكلمة معاملة من مفاعلة، عاملت فلان أعامله معاملة، وعامله معاملة أي سامه بعمل بمعنى قابله بعمل، قابله بتصرف مثل تصرف .

-المعاملة هي كافة الأعمال التي يقوم بها الإنسان و تنشأ عنها علاقات بين الناس ومن بين هذه المعاملات المالية التي تعتبر جزءا من مختلف المعاملات اليومية للإنسان التي يقوم بها.

-أما في الشرع فالمعاملات هي: "الأحكام الشرعية المنظمة لتعامل الناس في الأموال".¹

5-2-1التعريف الإجرائي للمعاملات : التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية هي كل عملية بيع، شراء، تبادل، قرض أو دين تحدث بين الفاعلين في هذا السوق.

¹ أسيد صلاح عودة سمحان، عقد الصلح في المعاملات المالية (في الفقه الإسلامي) ، أطروحة ماجستير في الفقه والتشريع (دراسة غير منشورة)، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007، ص 41.

3-5 التعريف الإجرائي للسوق : السوق هو مكان مخصص من طرف البلدية في أوقات معينة بغرض ممارسة مختلف التعاملات التجارية ، مقابل دفع مبلغ معين يعرف بالمكس يدفع لمالك حقوق السوق وهو " المكاس " . وسوق المواشي هو أحد الأسواق الشعبية الذي تمارس فيه التجارة بمختلف أنواعها إلا أن الحيز الأكبر مخصص لتجارة المواشي، ويقام في نفس المكان مرة واحدة كال أسبوع .

4-5 أسواق الماشية : تعرف بأنها أماكن خاصة لتلاقي الباعة والزبائن لتبادل مواشي حية، والأشكال الأولى لسوق المواشي هي تلك الأماكن الخاصة لتلاقي الناس لبيع و شراء المواد الأساسية للحياة اليومية.¹

5-5 التعريف الإجرائي للتسامح : هو قيمة داخلية توجه سلوك الفاعل الاجتماعي في سوق المواشي إلى الميل للصفح و العفو دون إرغام خارجي.

5-6 التعريف الإجرائي للصدق : هو قيمة داخلية توجه سلوك الفاعل الاجتماعي في سوق المواشي إلى قول الحق والوضوح في كل تعاملاته مع كل الفاعلين ومعاملتهم بمثل ما يحب لنفسه.

5-7 مفهوم الفاعل الاجتماعي : إن ثنائية الفعل و البنية و مفهوم الممارسة تعبير عن علاقة جدلية بين الفاعل والبناء و اعتراف بالفاعل كشكل وجودي مستقل. فالفاعل الاجتماعي مرتبط بالحرية والقيود فالفاعل القوي هو الذي يستطيع أن يختار بين بدائل متنوعة ذات امتياز، مقابل الفاعل الضعيف الذي يمكن أن يختار بين بدائل محددة وليست ذات امتياز.²

5-7-1 التعريف الإجرائي للفاعل الاجتماعي : الفاعل الاجتماعي هو كل متعامل يمارس نشاط التجارة متمثلاً جملة من القيم، له الحرية في اختيار الأنسب منها حسب الموقف وحسب البدائل المتاحة له.

¹ - MLC SL (Meat and Livestock Commercial Services Limited) **Livestock Markets in the 21st Century**. A Review of Livestock in England – The Challengers And Opportunities. December 2010 . p 04

² - محمد عبد الكريم الحوراني ، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، الطبعة الأولى، مجدلاوي للنشر و التوزيع ،

الأردن، 2008، ص 271.

6- صعوبات الدراسة :

لا توجد دراسة علمية إلا وتواجهها صعوبات ، وهذا راجع بالدرجة الأولى لخصوصيات الموضوع ، وبما أن الدراسات الاجتماعية من أصعب هذه الدراسات من حيث التطبيق أو من حيث قراءة وتحليل النتائج ، فالباحث في العلوم الاجتماعية تواجهه صعوبات وعوائق .

وفي بحثنا هذا تلقينا البعض منها والتي نجملها فيما يلي :

- صعوبة الضبط الدقيق لموضوع القيم ، وهذا راجع لاعتقاد الباحثين والدارسين صعوبة قياس القيم وتحديد أبعادها وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى ومصادرها .
- قلة الدراسات السوسولوجية ، لأن أغلب الدراسات حول القيم مرتبطة بعلم النفس أو الفلسفة .

- كذلك قلة الدراسات التي توصلنا إليها وشحها حول الأسواق الشعبية والاهتمام أكثر بالأسواق المعاصرة كأسواق المال وأسواق النفط وأسواق البورصة .

- تلقينا كذلك صعوبات أثناء إجراء المقابلات ، فالكثير ممن وعدونا بإجراء مقابلات تراجعوا عن ذلك لاعتقادهم انه متعلق بمصالح الضرائب أو أنه عملية جرد لعدد رؤوس الماشية .

7-الدراسات السابقة :

بما أن دراستنا تتضمن شقين من الدراسة، الشق الأول يتمحور حول القيم التربوية الدينية، والشق الثاني يتمحور حول التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية، وبما أن الدراسات السابقة تنقسم إلى دراسات مطابقة والتي تنطرق إلى المتغيرين معا، ودراسات مشابهة تتناول أحد المتغيرين، وبالنظر إلى قلة الدراسات المطابقة فإننا ركزنا على الدراسات المشابهة والتي تناولت المتغير المستقل بدرجة أكبر .

1-1 الدراسات العربية :

1-1-1 الدراسة الأولى : للدكتورة نورهان منير حسن فهمي بعنوان : " القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية"¹ ، وكان التساؤل الرئيسي للإشكالية : هل يدعم

1- نورهان منير حسن، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1999.

برنامج التدخل المهني للخدمة الاجتماعية القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين ؟ وأسئلة فرعية:

- هل يؤثر التدخل المهني في دعم قيمة العبادات لدى الطلبة الجامعيين ؟
- هل يؤثر التدخل المهني في دعم قيمة الإيمان لدى الطلبة الجامعيين ؟
- هل يؤثر التدخل المهني في دعم قيمة الثقافة الدينية لدى الطلبة الجامعيين ؟
- هل يؤثر التدخل المهني في دعم قيمة إدراك أهمية الدين في الحياة لدى الطلبة الجامعيين ؟

هل يؤثر التدخل المهني في دعم قيمة التعاون لدى الطلبة الجامعيين ؟
أما الفرضية العامة للدارسة فكانت على الشكل التالي : توجد علاقة إيجابية بين برنامج التدخل المهني للخدمة الاجتماعية ودعم القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين. والفروض الفرعية فقد كانت خمس و هي :

- توجد علاقة إيجابية بين التدخل المهني للخدمة الاجتماعية و دعم قيمة العبادات ، قيمة الإيمان ، قيمة الثقافة ، قيمة إدراك أهمية الدين في الحياة ، قيمة التعاون لدى الطلبة الجامعيين . أجريت الدراسة سنة 1999 على عينة مكونة من أربعين طالبا من كلية التربية بجامعة الزقازيق و اعتمدت كأداة في الدراسة على مقياس القيم الدينية والملاحظة ، والتقارير الدورية لجمع البيانات . كما أن الباحثة اعتمدت على أحد أشكال المنهج التجريبي باستخدام جماعتين إحداهما ضابطة و الأخرى تجريبية .
- توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها :

- الطلاب الجامعيين في حاجة ماسة للعديد من البرامج و الأنشطة التي تعمل على دعم قيمهم الدينية .
- يتوفر لدى الطلاب الجامعيين الاستعداد العقلي و النفسي للتزود بالمعارف و العلوم الدينية .
- تستطيع الخدمة الاجتماعية أن تلعب دورا هاما ومؤثرا في دعم القيم الدينية لدى الطلاب الجامعيين من خلال طرقها وأساليبها المهنية المختلفة.
- تعتبر الثقافة الدينية وشغل وقت الفراغ بطريقة إيجابية من العوامل التي تحول دون تطرف الطلاب الجامعيين أو تشددهم أو مغالاتهم في الدين .

- إن الفراغ الفكري الذي يعيشه الشباب بصفة عامة والشباب الجامعي بصفة خاصة يؤدي بهم للوقوع فريسة للأفكار المتطرفة .
 - إن الحياة الجامعية تدعم من قيمة التكافل الاجتماعي والتعاون بين الطلاب .
 - إن الشباب الجامعي في حاجة للانضمام لجماعات دينية منظمة ، والتفقه في أمور دينه بطريقة سليمة .
 - للجامعات دور قيادي في التطوير القيمي للشباب الجامعي من خلال أجهزة رعاية الشباب .
 - إن التغيرات القيمية يمكن عمليا أن تتم بطريقة علمية حسب تخطيط معين .
- نقـد :** ما يؤخذ على هذه الدراسة كثرة النتائج (19 نتيجة توصلت إليها الدراسة) وتعميمها لتشمل جوانب أخرى لم تتطرق لها الباحثة في فروضها مثل : التطرف، التشدد، المغالاة في الدين . كما نلاحظ العدد القليل لعينة البحث (40 طالبا) من كلية، حيث يعتبر حجم العينة غير تمثيلي لمجتمع البحث .
- تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في اعتبار أن للقيم أهمية بالغة في ارتباطها بالنظم الاجتماعية المختلفة التي تشكل البناء الاجتماعي للمجتمع ومحورا هاما وجوهريا في توجيه و ضبط سلوك الأفراد و التخطيط لتنمية المجتمع .
- 7-1-2 الدراسة الثانية:** للدكتور محمود السيد أبو النيل بعنوان: "القيم والإنتاج"¹ وقد كان السؤال الإشكالي لهذه الدراسة على النحو التالي : ما هي القيم - سواء كانت اقتصادية أو جمالية أو دينية أو نظرية أو اجتماعية - التي تسود لدى العمال المنتجين بشكل ملحوظ عنها لدى العمال غير المنتجين ؟ . كما أن الباحث انطلق من أربع فروض أساسية كانت محور دراسته وهي :
- هناك فرق له دلالة إحصائية بين العمال الصناعيين المنتجين والعمال الصناعيين غير المنتجين في القيم الجمالية والنظرية والدينية والاقتصادية والعلمية .
 - تختلف التشعبات العاملة لدى العمال المنتجين عن التشعبات العاملة لدى مجموعة العمال غير المنتجين .

¹ - محمود السيد أبو النيل ، القيم والإنتاج ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، لبنان ، 1986

- يختلف نمط التشعبات العاملية لدى كل مجموعة من العمال : منتجين أو غير منتجين عن نمط التشعبات العاملية لدى العينة ككل أي لدى المجموعتين.
- لا يوجد اختلاف ملحوظ في ترتيب الأهمية النسبية للمحكات الخاصة بالكفاية الانتاجية بين المشرفين والفنيين في كل شركة من الشركات التي أجري فيها البحث مما يشير إلى اتفاق منظورهم في اختيار عينات البحث مما يعطي الثقة في أن أسس الاختيار كانت واحدة. أجريت الدراسة بجمهورية مصر العربية على عدد من عمال الشركات الصناعية سنة 1977، بعينة قصديه مكونة من 120 مبحوثا موزعين بالتساوي على 6 شركات . وقد استخدم الباحث استمارة الكفاية الانتاجية ومقياس القيم لألبورت وفرنون ولندزي . توصلت هذه الدراسة إلى أن القيم الدافعة للعمل تختلف من شركة لأخرى ومن مجموعة لأخرى سواء كانت منتجة أو غير منتجة . فالقيم الدينية هي الدافعة للعمل لدى العمال المنتجين، أما العمال غير المنتجين فالقيمة الدافعة لديهم هي القيمة الجمالية ، ويرجع هذا الاختلاف بين العمال لاختلاف المهن التي يزاولونها وهذا ما أكدته دراسة سنترز Centers حسب الباحث .

نقـد : إن اعتماد الباحث في اختيار عينة من أفضل 10 عمال وأردأ (من الرداءة) 10 عمال من بين عمال كل قسم يعتبر عددا قليلا من المجتمع الكلي . تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل وهو القيم ، كما أنها من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن القيم الدينية هي الدافع للعمل لدى العمال المنتجين، وهذا ما انطلقنا منه في دراستنا كفرضية عامة للدراسة باعتبار أن استمرارية التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية مرتبط بقيم تربوية دينية ، بالإضافة إلى تقاطعها مع دراستنا في تحديد مفهوم القيم .

2-7 الدراسات الجزئية :

1-2-7 الدراسة الأولى : للطالب داود بلقاسم تحت عنوان ، "النسق القيمي للعامل ودوره في التنظيم الصناعي"¹ ، وكانت إشكالية الدراسة تدور حول السؤال التالي : ما

¹ داود بلقاسم ، النسق القيمي للعامل ودوره في التنظيم الصناعي ، (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع) دراسة غير

منشورة، جامعة باتنة ، 2008/2007

- هو دور النسق القيمي للعامل في التنظيم الصناعي ؟ وفرضية عامة : هل للنسق القيمي للعامل دورا هاما في التنظيم الصناعي ؟ وأربع فروض فرعية :
- توجد قيمة للعمل في ذهنية وتصرفات العامل في المصنع .
 - هناك مكانة لقيمة العمل بالمصنع من خلال نسق القيم الخاص بالعامل .
 - تأثير نسق قيم العامل على درجة الانضباط في المصنع .
 - هناك علاقة بين مستوى إنجاز العامل في المصنع ونسقه القيمي .
- واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسته ، أما أدوات جمع البيانات فقد استخدم كل من الملاحظة ، المقابلة ، والاستمارة وكانت عينة بحثه عشوائية بسيطة مكونة من 67 مبحوثا بنسبة 20 % من مجموع 336 عاملا .
- توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- تتجسد قيمة العمل ، باعتباره موردا ومشعبا لمعطى مادي في غالب الأحيان .
 - سيادة القيم وليدة المعطى أو الظرف الأسري والمكاني أو المجتمعي على نظيرتها التنظيمية .
 - صدارة القيم الخاصة بالنمط الصناعي ودورها البارز الأثر في الالتزام الزمني والمكاني لعينة البحث .
 - اعتبار العمل الذي تقوم به عينة البحث ذو قيمة ذات بعد شخصي بعيد عن أي تناول مؤسسي أو اجتماعي ، رغم غياب أي حافز تشجيعي نوعي .
- نقـد :** العينة التي تم اعتمادها في البحث ليست عشوائية بسيطة بل عينة طبقية لأنه اختار عشوائيا من كل طبقة .
- تتوافق هذه الدراسة مع دراستنا في كونها انطلقت من الفرض القائل أن النسق القيمي هو المؤثر على مستوى الإنتاج ، بمعنى أن النسق القيمي هو المحدد لتمثلات العامل واتجاهاته للتقاني في أداء واجبه تجاه المؤسسة التي يعمل بها مما ينعكس إيجابا على زيادة الإنتاج .

7-2-2 الدراسة الثانية : للطالبة سامية حمريش بعنوان " القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري"¹ وكانت الدراسة تدور حول إشكالية رئيسية بتساولين هما : أولاً إلى أي مدى يتقيد اختيار الزوجين لبعضهما بالقيم الدينية ؟ ثانياً كيف تمارس الأسرة الجزائرية القيم الدينية ؟ وهل تنعكس هذه الممارسات على تماسكها واستقرارها ؟ وقد اعتمدت الطالبة في دراستها على منهج المسح الاجتماعي بالعينة ، وكأداة لجمع البيانات فقد اعتمدت على صحيفة الاستبيان لجمع البيانات من العينة العشوائية المقدر ب 100 أسرة من مدينة باتنة المقدر عدد الأسر بها ب 52982 أسرة ، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- أن معظم أفراد العينة يمارسون الفرائض الدينية مما يعني حضور القيمة الإيمانية في جانبها العاطفي .
- هناك أشكال كثيرة من التناقض بين القول والفعل وبين المظهر والجوهر، فالقيمة الإيمانية موجودة كمبدأ وشعائر دينية ، إلا أنها كسلوك وفاعلية في الواقع تكاد تكون مفقودة ، وهو ما يشكل أزمة ثقافية خطيرة .

نقد : الملاحظ في هذه الدراسة عدم انطلاق الطالبة من فروض تكون كإجابات أولية لدراستها ، بالإضافة للعدد القليل لأفراد العينة ، خاصة إذا علمنا أن عدد الأسر في مدينة باتنة يقارب 53 ألف أسرة ، فهذه العينة غير تمثيلية لهذا المجتمع الكبير جداً بالنظر لاعتماد تقنية الاستمارة التي لا تكلف وقتاً طويلاً مقارنة بتقنيات أخرى.

استفدنا من هذه الدراسة كونها توصلت إلى أن القيم موجودة لدى الناس كمبدأ وشعائر دينية ومفقودة كممارسة وسلوك في الواقع وهذا ما نسعى لإثباته أو نفيه في دراستنا في الأسواق الشعبية بين الفاعلين الاجتماعيين ، وهو ما يمثل تساؤلنا الإشكالي الرئيس .

7-2-3 الدراسة الثالثة :

للطالب بن منصور اليمين بعنوان " دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية"² دراسة ميدانية حول المزايين المقيمين بمدينة باتنة بجامعة الحاج لخضر ، دراسة مكملة

¹ سامية حمريش ، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري ، (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع) دراسة غير منشورة، جامعة باتنة ، 2010/2009

² بن منصور اليمين ، دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية ، (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع) دراسة غير منشورة، جامعة باتنة ، 2010 /2009

لنيل شهادة الماجستير تخصص ديني للسنة الجامعية 2009/2010 . وكانت إشكالية الدراسة حول دور نسق القيم الإسلامية في بلوغ أهداف التنمية الاجتماعية الحقيقية والمتمثلة أساسا في توفير التعليم والعمل والتربية الروحية و تيسير الحياة الاجتماعية للمجتمع المسلم وكانت فرضية الدراسة الرئيسية أن القيم الدينية تؤدي إلى تحقيق تنمية اجتماعية ، أما عينة الدراسة فكانت عينية عرضية شملت 50 فردا من مجتمع البحث المقدر 500 ميزابي مقيم بمدينة باتنة . واعتمد الطالب على منهج المسح بالعينة وعلى الاستمارة لجمع البيانات .

- النتائج كانت مفصلة حسب مؤشرات المتغير الأول المتمثل في القيم الدينية الإسلامية :
- قيمة البر : إن حب الخير للناس قولا وعملا ، و إيثار الصلاح من أسباب الألفة بينهم ، وتظهر هذه القيمة في المجتمع الميزابي بمختلف أعمال الخير التي يفعلونها .
 - قيمة العفة : أثر هذه القيمة الإسلامية في الحياة الاجتماعية سواء على الفرد أو المجتمع تؤدي إلى تماسك المجتمع ، عفة اللسان ، عفة المال ، عفة البصر ، عفة الفرج كلها سلوكيات اجتماعية موجودة في المجتمع الميزابي وتدفعهم جميعا إلى تحقيق غاية هي حياة صالحة لهم جميعا .
 - قيمة الأخوة : وتتجسد في التآلف والتجمع على تعاليم الدين وتحقيق مقاصد الأخوة والألفة في المجتمع .
 - قيمة صلة الرحم : وتتجسد في الإحسان إلى الأقربين و العطف عليهم والرفق بهم والرعاية لأحوالهم و أدناها ترك المجاهرة بالكلام ولو بالسلام وهي قيمة متجسدة في المجتمع الميزابي .
- بالإضافة إلى القيم الأخرى مثل قيمة الإيثار ، وقيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ، وقيمة حفظ الدين وقيمة حفظ النفس ، حفظ العقل ، حفظ النسل ، وحفظ المال و هي كلها تحقق مقاصد الشريعة . و توصل الطالب كنتيجة نهائية إلى أن القيم الدينية الإسلامية تؤدي إلى تحقيق التنمية الاجتماعية .

نقد : الملاحظ أن نسبة 10 % من مجتمع البحث قليلة وخاصة باستعمال تقنية الاستمارة ، بالإضافة إلى أنه انطلق من فرض رئيس دون فروض فرعية ، إلا أن هذه الفرضية تحققت حيث توصلت الدراسة إلى أن القيم الدينية تحقق التنمية

الاجتماعية . هذه الدراسة تتوافق مع دراستنا في كون القيم الدينية هي المحدد الأساس والمعيار الذي نحكم به على السلوك السليم أو القويم داخل المجتمع "المسلم" .

7-2-4 الدراسة الرابعة: للطلاب إبراهيم فخار بعنوان "التعليم الجامعي والقيم السوسيودينية للفتاة الميزابية"¹، دراسة أجريت بجامعة غرداية، على الفتيات الميزابيات، وقد كانت إشكالية الدراسة مصاغة وفق التساؤلات التالية :

-إذا كانت التربية والتعليم يحفظان هوية المجتمع ويحميان قيمه، فلم نسجل هذا "التحفظ الاجتماعي" من التحاق الفتاة الميزابية بالجامعة؟ وهل فعلا يؤثر التعليم الجامعي في القيم السوسيودينية للفتاة الميزابية؟ وكيف هي طبيعة هذا التأثير؟

-هل اندماج الفتاة الميزابية في الوسط الجامعي، يوجه قيمها نحو الحداثة، ويجعل تمسكها بالقيم السوسيودينية التقليدية يقل؟

-هل توافق أهداف الفتاة الميزابية من دراستها الجامعية، مع الصورة التقليدية النموذجية للمرأة في المجتمع الميزابية ، يجعل تمسكها بالقيم السوسيودينية التقليدية يزيد؟ وقد اعتمد الطالب في دراسته على فرضيتين ، الأولى :كلما زاد اندماج الفتاة الميزابية في الوسط الجامعي، قلّ تمسكها بالقيم السوسيودينية التقليدية للمجتمع الميزابي ، والثانية كلما كانت أهداف الفتاة الميزابية الجامعية تتوافق مع الصورة التقليدية النموذجية للمرأة في المجتمع الميزابية زاد تمسكها بالقيم السوسيودينية التقليدية لمجتمعها. أما عينة الدراسة فكانت مكونة من 76 طالبة جامعية ميزابية وهو العدد الإجمالي لهن في جامعة غرداية لموسم 2010/2009 ، وبالتالي استخدم أسلوب المسح الاجتماعي ، متبعا المنهج الكمي في دراسته.وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

- تباين تمسك الفتاة الميزابية الجامعية بالقيم السوسيودينية التقليدية لمجتمعها حسب طبيعة القيمة نفسها، وحسب علاقة هذه القيمة بسلوكاتها وأفعالها الاجتماعية؛ فإذا كان هذا التمسك مرتفعا مع قيم الاحترام والهوية، والجدية والصرامة ، التي تبدو واضحة في سلوكها ومواقفها، فإنه متوسط مع قيم: القرآن حفظا وتلاوة، والطهارة، والطاعة والانقياد؛ بينما هو

¹ - إبراهيم فخار بعنوان "التعليم الجامعي والقيم السوسيودينية للفتاة الميزابية" (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع التربوي الديني) دراسة غير منشورة،المركز الجامعي بغرداية ، 2012/2011

منخفض مع قيمة السمات واللباس، ولعلّ هذا التباين في التمسك بقيم مجتمعتها التقليدية يعود إلى طبيعة تنشئتها الاجتماعية، ومستوى عقلانيّتها، ودرجة تأثرها بالوسط الجامعيّ وقيمه الحديثية.

- تجد الفتاة الميزابية الجامعية صعوبة في الاندماج في الوسط الجامعيّ، فاندماجها فيه محدود ومنخفض .

- اختلفت أهداف الفتاة الميزابية من دراستها الجامعية وتباينت، فقد توافقت في بعض المؤشرات مع الصورة النموذجية التقليدية للمرأة في مزاب، في حين اتخذت موقفاً وسطاً في مؤشرات أخرى، بينما اختلفت معها في معظم الحالات.

نقده : الملاحظ أن الطالب اعتمد على ثلاث أدوات لجمع البيانات ، المقابلة ، الملاحظة من دون مشاركة والإستمارة ، وهذا يحسب له ، لكن كونه طالب بنفس الجامعة كان الأفضل له القيام بالملاحظة بالمشاركة وخاصة أنه ينتمي لنفس المذهب مع عين الدراسة، مما كان سيسهل عليه القيام بالعمل وتفادي الصعوبات الجمة التي تلقاها في دراسته .

7-2-5 الدراسة الخامسة : للطالبة سبتي مريم بعنوان : "محو الأمية وتغير القيم الدينية للمرأة"¹ وقد كانت إشكالية الدراسة على الشكل التالي: كيف تساهم محو الأمية في تغير القيم الدينية للمرأة ؟ وأسئلة فرعية:

- هل يؤثر البرنامج الديني لمحو الأمية في تغير القيم العقائدية للمرأة أكثر من قيم المعاملات ؟

- هل سن المرأة يؤثر في تغير قيمها الدينية التعبدية ؟

- هل طريقة تدريس المعلمات في محو الأمية لها دور في تغير القيم الأخلاقية للمرأة ؟ واعتمدت الطالبة على ثلاث فروض ، الأولى : يؤثر البرنامج الديني لمحو الأمية في تغير القيم العقائدية للمرأة أكثر من قيم المعاملات ، الثانية : كلما كان سن المرأة أصغر كلما كان التأثير في تغير قيمها الدينية التعبدية ، والثالثة : إن طريقة تدريس المعلمات في محو الأمية لها دور في تغير القيم الأخلاقية للمرأة . أما عينة الدراسة فكانت مكونة من

¹ سبتي مريم ، محو الأمية وتغير القيم الدينية للمرأة ، (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع التربوي الديني) دراسة

غير منشورة، المركز الجامعي بغرداية ، 2010/2011

183 مبحوثة، واعتمدت الطالبة على المنهج الكمي واستخدمت تحليل المضمون والمقابلات كأدوات لجمع البيانات . وخلصت الدراسة إلى:

- يؤثر البرنامج الديني لمحو الأمية في تغير القيم العقائدية للنساء أكثر من تغير قيم المعاملات ، ذلك لأنهن كن يعين عقيدتهن بطريقة خاطئة وسلبية ، وبالتالي تم من خلاله إعادة صياغة تلك القيم بطرق صحيحة ومفهومة .
- قد يكون لعامل صغر السن دور في تغير القيم الدينية التعبدية للمرأة ، لكن ليس بالضرورة لأن الإرادة والرغبة القوية لدى النساء كذلك تلعب دورا في تغير القيم الدينية التعبدية حتى بعد كبر سنهن .
- إن طريقة تدريس المعلمات في محو الأمية لها دور في تغير القيم الأخلاقية للمرأة ويظهر هذا من خلال الجهود التي تبذلها كل من المعلمات والمرشدات في تبسيط وتسهيل تلك الطرق وبالتالي تساعد على تغيير وتصحيح وتنمية ما كان لديهن من قيم دينية أخلاقية .

نقد : الملاحظ من خلال نتائج البحث أن الفرضية الثانية من الدراسة لم تتحقق والمتعلقة بتأثير عامل السن لدى المتعلمات في مراكز محو الأمية في تغير قيمهن الدينية التعبدية ، إلا أن الطالبة ردت ذلك إلى عامل آخر وهو الإرادة والرغبة القوية لدى النساء، وهذا حكم مسبق يتطلب دراسة.

الفصل الثاني الدلالة السوسولوجية للقيم

تمهيد .

المبحث الأول : ماهية القيم .

المبحث الثاني : القيم لدى علماء الاجتماع .

المبحث الثالث : القيم التربوية الدينية .

خلاصة الفصل

تمهيد :

القضية القيمية قضية كبرى تواجه في اغلب المجالات ، وتناقش على كل المستويات ولعل اكبر تحد يواجه المجتمعات هو مدى قدرتها على تربية الأجيال ليكونوا أفراداً صالحين في ذواتهم وأفكارهم ومشاعرهم ، سعداء وأصحاء في أجسادهم ونفوسهم ، وحمايتهم من الانحراف والجريمة والمخدرات والاضمحلال وفقدان الهوية . وما يلاحظ في هذا العصر هو سيادة القيم المادية والفردية على أنماط الحياة والتفكير، والابتعاد عن المعايير والسلوك الأخلاقي "القوميم" وإهمال معايير "الحق والفضيلة والإحسان" . وفي فصلنا هذا سنحاول أن ننقل الضوء على مفهوم القيم وتصنيفاتها وعلاقتها ببعض المفاهيم الأخرى باعتبارها محددات للسلوك القويم أو المنحرف وأهم التيارات التي تناولت هذا الموضوع وتأثيره وتأثره بمختلف المؤسسات والفاعلين الاجتماعيين .

المبحث الأول: ماهية القيم**1-تعريف القيم:****1-1 لغة:**

القيم: مصدر بمعنى الاستقامة، و القيم مصدر كالصغر و الكبير، و يقال رمح قوم و قوم قوم أي مستقيم. والقيم : أي المستقيم الذي لا زيغ فيه و لا ميل عن الحق¹.

1-2 اصطلاحاً :

من الصعب تحديد المعنى الاصطلاحي للقيم ، فكلمة قيمة تتداول بكثرة في المجال التربوي والثقافي وغيرها من المجالات و يشير جون ديوي John Dewey في هذا الصدد إلى التنوع والاختلاف الذي صاحبها بين الاعتقاد بأن ما يسمى قيماً ليس في الواقع سوى إشارات انفعالية ومجرد تعبيرات صوتية ، وبين الاعتقاد في الجهة الأخرى بأنها المعايير العقلية التي تركز عليها الفنون والعلوم والأخلاق².

إن ما يذهب إليه مفكر أو فيلسوف أو تربوي من توجه معين نحو القيم إنما يصدر في الحقيقة عن ثقافته و معتقداته وتصوراتها التي يحملها ، وبالنظر لتعدد الموارد الثقافية وتنوعها ، كانت دلالات القيم وخصائصها ومفاهيمها متنوعة ومتعددة كذلك .

1 - ابن منظور ، لسان العرب ، الجزء 12 . دار صادر ، بيروت ، 1997 ، ص 503

2 - ماجد زكي الجراد ، تعليم القيم و تعلمها ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 ، ص 20.

ومن التعاريف التي أعطيت للقيم ما يلي :

- القيمة تعكس الأهمية التي نعزوها لتصرفاتنا ، للأشياء ، للناس أو الأحداث في لحظة معينة ، وهي ليست في الشيء أو التصرف في ذاته وإنما تصور الإنسان في لحظة معينة.¹

- القيمة حسب "جون ديوي" John Dewey تأخذ معنيين مختلفين ، من جهة القيمة تعني تصور لتقدير الشيء لذاته (لجوهره) وهو بذلك تجربة كاملة وواقية ، وفعل التقييم في هذه التجربة هو تلمين الشيء. ومن جهة أخرى القيمة عملية ذهنية أو عقلية بحتة ، أي عملية مقارنة أو حكم بين شيئين وهو بذلك نتيجة تجربة غير كاملة (نتيجة عملية مقارنة)، تستخدم للحكم بها (أدواتية) .

- ويرى "ميلتون روكيتش" Milton Rokitch " أن القيمة هي معتقد يحظى بالدوام ويعبر عنه تفضيل شخصي أو اجتماعي لغاية من غايات الوجود بدلا من نمط سلوكي أو غاية أخرى مختلفة².

- يعرفها تالكوت بارسونز " T. Parsons " : بأنها "عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معيارا ، أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف"³. ويعرفها كذلك على أنها "المعايير التي نحكم بها على كون الشيء مرغوبا فيه أو غير مرغوب فيه".

- يرى إميل دوركايم "Durkheim": أن القيم تعتبر من وسائل الضبط الاجتماعي الخارجة عن ذوات الأفراد وعن تجسدهم الفردية .

- و ترى كلاكهون "klakhon" أنها "مفهوم ظاهر أو كامن يخص الفرد أو المجتمع بما هو مرغوب فيه ، حيث يؤثر على اختيار الأفعال أو الغايات أو الوسائل"⁴.

¹ -C. Terrier. Attitudes , Croyances et Valeurs qui devrais-je être?.<http://www.c Terrier.com8/11/2011.11:30>

² عبد الغني عماد ، سوسولوجيا الثقافة : المفاهيم والإشكاليات ... من الحداثة إلى العولمة ، الطبعة 2 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2008 ، ص 142 .

³ -ماجد الزيود ، الشباب والقيم في عالم متغير ، دار الشروق ، الأردن ، 2006 ، ص 22

⁴ -المرجع نفسه ، ص 21-22.

- و يعرفها شوارت "Shwart" : بأنها " عبارة عن مفاهيم ، أو تصورات للمرغوب تتعلق بضرب من ضروب السلوك ، أو غاية من الغايات ، و تسمو أو تغلوا على المواقف النوعية، و يمكن ترتيبها حسب أهميتها النسبية " ¹ .

- يعرف هالستد "Halsted" القيم بأنها " المبادئ والمعتقدات الأساسية ، والمثل والمقاييس أو أنماط الحياة التي تعمل مرشدا عاما للسلوك أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقويم المعتقدات والأفعال ، والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالسمو الخلقى والذاتي للأشخاص" ² .

- يعرف حلیم بركات القيم بأنها "المعتقدات حول الأمور والغايات وأشكال السلوك المفضلة لدى الناس، توجيه مشاعرهم ، وتفكيرهم ، ومواقفهم و تصرفاتهم واختيارهم، وتنظيم علاقاتهم بالواقع والمؤسسات والآخرين وأنفسهم والمكان والزمان ، وتوسوغ مواقفهم وتحدد هويتهم ومعنى وجودهم أي تتصل بنوعية السلوك المفضل بمعنى الوجود وغاياته" ³ .

- و يرى السمالوطي : أن القيم مجموعة الأفكار المشتركة وجدانيا ، تدور حول ما هو مرغوب فيه و التي يرتبط فيها أعضاء الجماعة وجدانيا بحكم تمثيلهم إياها بفعل التنشئة الاجتماعية ، و التي تسمهم في تنظيم السلوك" ⁴ .

2- طبيعة القيم و مكوناتها :

2-1 طبيعة القيم :

ازداد الاهتمام بدراسة القيم عند الفلاسفة المحدثين بحيث نشأ ما يسمى بعلم القيم "Axiology" المشتق من الكلمة اليونانية "Axios" والتي تعني بالانجليزية "Worth" ولدى العرب بمعنى القدرة والاستحقاق الذي يبحث في طبيعة القيم ويعرف عادة بـ (نظرية القيم). وقد كان الاهتمام الأول بالقيم من المواضيع الأساسية للاقتصاد ولو أنها لم تعرف علميا إلا في القرن 19 ، ويعد نيتشه أول من دعا إلى إعادة تصنيفها وبهذا يعتبر

¹ - المرجع نفسه ص 22 .

² - ماجد زكي الجلال ، مرجع سابق ، ص 23 .

³ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 22 .

⁴ - المرجع نفسه ص 23 .

المؤسس الأول لفلسفة القيم في العصر الحديث¹. وكان من بين أبرز ما كشفت عنه نظرية القيم الحديثة هو التمييز بين القيم الذاتية التي تنشأ من النفس ، فهي داخلية و تعبر عن علاقة الشخص بأحد الأمور أو الأشياء في بيئته وعن رغبته الشخصية فيها ، والقيم الموضوعية والأمور والأشياء حتى تكون قيمتها كامنة فيها . ولعل أول من نبه إلى ذلك الفيلسوف الألماني كانط "Kant" وتبعه لوتسه "Lhotse" وريتس "Riton" حيث توصلوا إلى نتيجة أن القيمة الموضوعية تعني أموراً وأشياء ليست مجرد ما يرغب فيه الأشخاص فحسب ، بل ما تكون جديرة بالإعجاب و التقدير وبأن تكون مرغوبة لذاتها.²

2-2 مكونات القيم :تتكون القيم من ثلاث مكونات رئيسية :

2-2-1 المكون المعرفي : ويتمثل في جملة المعلومات والمعارف النظرية وبواسطته يتم تعلم القيم ، وهو متصل بالقيم المراد تعلمها والأهمية التي تكتسبها ودلالاتها ومعانيها وفي هذا الجانب تعرف البدائل الممكنة في عواقب كل بديل ، ويقوم بالاختيار الحر بين هذه البدائل.³

2-2-2 المكون الوجداني : ويشتمل على الانفعالات و المشاعر و الأحاسيس الكامنة داخل الفرد ، وبواسطتها يختار الفرد قيمة معينة ، وهو متصل بتقدير القيمة والاعتزاز بها .⁴ والشعور بالسعادة لاختيارها و إعلان التمسك بها على الملأ.⁵

2-2-3 المكون السلوكي : ومعيار هذا المكون الممارسة والعمل والعقل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو تتسابق مع القيمة والمنقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما ساحت الفرصة لذلك ، وتعد الممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم و تتكون من خطوتين متتاليتين وهي ترجمة القيمة إلى ممارسة أو بناء نمط قيمي.⁶

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، فلسفة القيم التربوية ، ط1 ، دار الشروق ، الأردن ، 2009 ، ص 79 .

² - المرجع نفسه ، ص 81 .

³ - نور هان منير حسن فهمي ، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 1999 ، ص 93

⁴ - نور هان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ، ص 93 .

⁵ - عبد الكريم علي اليماني مرجع سابق ، ص 83 .

⁶ - المرجع نفسه ، ص 84 .

3- خصائص القيم :

- تمتاز القيم بخصائص عديدة يمكن إيجازها في ما يلي :
- أنها إنسانية ، بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم ، وهذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر وغيرهم .
 - أنها غير مرتبطة بزمن معين ، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل وهي بهذا المعنى تتعد عن معنى الرغبات ، أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط .
 - أنها تمتلك صفة الضدية ، فلكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا ايجابيا وقطبا سلبيا والقطب الايجابي هو الذي يشكل القيمة لوحده ، في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن يسمى ضد القيمة وعكسها .
 - المعيارية : بمعنى أن القيمة تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام ، يقاس ويقوم ويفسر ويعمل من خلالها السلوك الإنساني .
 - أنها نسبية ، أي أنها ليست مطلقة ، بل تمتاز بالثبات النسبي وتختلف من مجتمع لآخر تبعا لعوامل المكان و الزمان و الثقافة و الجغرافيا و الايدولوجيا¹.
 - كثرة القيم ووحدتها : يرجع تعدد القيم وكثرتها وتنوعها إلى كثرة الحاجات الإنسانية ، بمعنى أن وجود القيم بكافة أنواعها ، إنما هو استجابة لحاجات الطبيعة الإنسانية وميولها الاقتصادي و العاطفي و الاجتماعي .
 - كما أن للقيم خصائص أخرى مثل :
 - أن القيم تدخل في الأنساق الكبرى للفعل الإنساني وهي الشخصية والمجتمع والثقافة.
 - كما أنها عبارة عن تعميمات من خلالها تتصل الأفعال المختلفة ، ومن خلالها يمكن فهم فعل معين ، ولها درجة من العمومية لا يمكن أن تعبر عن تجربة مفردة أو موقف مفرد ، كما أنها كذلك دائما موضوعات مرغوبة .
 - وبالرغم من تنوعها وكثرتها فإن هناك انسجاما بينها واتحادا لا ينفصل ، لأن القيم تندمج وسط منظومة متكاملة تسمى بنسق القيم ويحدد بنجستون أهم خصائص القيم في

¹ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 24 .

أنها رابطة تربط بين البناء الاجتماعي والشخصية ، على اعتبار أن البناء الاجتماعي ينفذ بتأثيره إلى سلوك الآخرين من خلال ما يتحدد على أنه قيم للجماعة تفرض الامتثال¹.

4- تصنيف القيم ووظائفها :

4-1 تصنيف القيم : إن تصنيف القيم داخل السلم القيمي يتباين من بناء إلى بناء و من زمان إلى زمان آخر، لأن القيم تعكس الواقع الاجتماعي السائد و خصوصيته . و من أبرز التصنيفات التي تناولت القيم هي

4-1-1-1 بعد المحتوى : يعتبر هذا التصنيف الأميز بين التصنيف ، وقد قدمه سبرينجر ، إذ يحتوي على ست أنماط من القيم وهي :

4-1-1-1-1 القيم النظرية : ويقصد بها اهتمام الفرد في اكتشاف الحقيقة ويسعى في سبيل ذلك إلى تنمية اتجاهات معرفية صرفة نحو العالم المحيط به لموازنة الأشياء وفق أهميتها للقوانين التي تحكم الموجودات².

4-1-1-1-2 القيم الاقتصادية : ويقصد بها اهتمام الفرد بما هو نافع ماديا و يكن العلم وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع واستثمار الأموال وهي تظهر لدى رجال الأعمال و المال .

4-1-1-1-3 القيم الجمالية : ويقصد بها اهتمام الفرد بكل ما هو جميل من حيث الشكل والتناسق والتوافق لأنه ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي³.

4-1-1-1-4 القيم الاجتماعية: وتعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس والتضحية من أجلهم أي هي التي تجعله أكثر اجتماعيا⁴. وهذا ما تجسده العملية التربوية التي تهدف إلى تحويل الإنسان من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي ، قادر على القيام بدوره على أكمل وجه والعمل من أجل الحفاظ على البناء الاجتماعي .

¹ - نورهان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ، ص 101-102 .

² - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ، ص 94 .

³ - المرجع نفسه ، ص 95 .

⁴ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 25 .

4-1-1-1-5 القيم السياسية: ويقصد بها اهتمام الفرد للحصول على القوة لهذا فهو يهدف إلى السيطرة و التحكم بالأشياء و الأشخاص و يتصف أيضا بقدرته على توجيه غيره و التحكم في مصائرهم لأنهم يهتمون أساسا بالقوة ويعبرون عن أنفسهم بالرغبة في السيطرة مهما كانت مهنتهم¹ .

4-1-1-1-6 القيم الدينية : وتتضمن الاهتمام بالمعتقدات و القضايا الروحية والدينية والغيبية والبحث عن الحقائق والوجود وأسرار الكون .

4-1-1-2 بعد المقاصد من القيمة : تنقسم القيم باعتبار مقصدها إلى قسمين :

4-1-1-2-1 قيم و سائلية : وهي القيم التي تعد وسيلة لغايات أبعد ، فهي ليست مقصودة لذاتها بل لتحقيق غاية عليا أبعد منها² .

4-1-1-2-2 قيم غائية :

وهي القيم التي تكون غاية في حد ذاتها ويصعد التميز بين القيم الوسائلية والغائية وذلك نظرا لتداخلها وامتزاجها بعضا ببعض وتبعا للظرف والزمان الذي ينظر إليها فيه ، فمثلا تحصيل العلم في الجامعة يمكن أن يكون وسيلة لتحقيق العمل والسعادة في الحياة ولكنه في الوقت نفسه غاية يسعى الطالب لتحقيقها في المرحلة الجامعية³ .

4-1-1-3- بعد الشدة : وينقسم إلى ثلاث قيم :

4-1-1-3-1 القيم الإلزامية : وتشمل هذه القيم الفرائض والنواهي ، وبهذا فهي تضم قيما ذات قدسية يلتزم بها أفراد ثقافة معينة وعلى المجتمع تنفيذها بقوة وحزم ، سواء عن طريق العرف وقوة الرأي العام أو عن طريق القانون .

4-1-1-3-2 القيم التفضيلية :

وتشمل القيم التي يشجع المجتمع أفرادها على التمسك بها لكنه لا يلزمهم مراعاتها إلزاما يتطلب العقاب الصارم الحاسم لمن يخالفها ، منها النجاح في الحياة العملية أو الترقية في ميدان العمل .

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ، ص 95 .

² - ماجد زكي الجلال ، مرجع سابق ، ص 48-49 .

³ - المرجع نفسه، ص 49 .

4-1-1-3-3 القيم المثالية أو الطوبائية : وهي قيم يجد الناس استحالة تحقيقها بصورة كاملة على الرغم من أنها كثيرا ما تؤثر تأثيرا بالغ القوة في توجيه سلوك الأفراد مثل القيم التي تدعو إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

4-1-1-4 بعد العمومية : وتصنف إلى صنفين :

4-1-1-4-1 القيم العامة : وهي قيم يصح انتشارها في المجتمع كله ويتوقف انتشارها في المجتمع على مد التجانس فيه ، ومن أمثلة هذه القيم الاعتقاد في أهمية الدين والزواج وغيرها.¹

4-1-1-4-2 القيم الخاصة : وهي القيم المتعلقة بمواقف ومناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محدودة أو جماعة خاصة .

4-1-1-5 بعد الوضوح : ويقسم هذا البعد بدوره إلى قسمين :

4-1-1-5-1 القيم الظاهرة : وهي القيم التي يصرح بها الناس ويعبرون عنها بالكلام والسلوك معا .

4-1-1-5-2 القيم الباطنة : وهي القيم التي تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الاختيارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد.²

4-1-1-6 بعد الدوام أو الديمومة :

هناك قيما عابرة سرعان ما تزول ومرتبطة بزوال الظرف الذي حصلت فيه مثل الموضات والنزوات، وهذا النوع من القيم يقبل عليه خاصة المراهقون ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية ، والقيم الدائمة هي التي تدوم زمنا طويلا ، وتمتد جذورها في أعماق التاريخ ، ويعتقد أنها ترتبط بالقيم الروحية.³

4-2 وظائف القيم :

تقوم القيم بأداء عدة وظائف يمكن اختصار بعضها فيما يلي :

- تعمل على توجيه السلوك على مستوى الفرد والجماعة ، فهي الموجه له في كل تصرفاته وأقواله نحو الأفضل مما ينعكس أثرها الايجابي على شخصية الإنسان ومن

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ، ص 97 .

² - المرجع نفسه ، ص 97 .

³ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 26 .

- ثم على أفراد المجتمع كله من خلال تفاعله وتعامله معهم.¹
- تعمل على الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح الأهداف الجمعية وتحدد المسؤولية .
 - تعمل على تنظيم المجتمع و ضبطه و استمراره ، و تحافظ على البناء الاجتماعي .
 - تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع و ثقافته ، فلكل مجتمع هويته الثقافية المتميز بها، التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.²
 - المساعدة على التكيف من الأوضاع المستجدة للفرد .
 - تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات ، وذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة ، وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه.³
 - تساعد الناس على تحقيق قدرتهم الذاتية على الاختيار والابتكار والتجديد وهي ضرورية للمجتمع لتنمية وتطوير أنظمتها الاجتماعية والتربوية.⁴
 - كما أنها تلعب وظيفة المعرفة أو تحقيق الذات حيث يعرف "كاتز" هذه الوظيفة بأنها تعني البحث عن معنى ، والحاجة إلى الفهم والاتجاه لعمل أفضل ، كذلك تعمل القيم على تحويل الأحداث التاريخية والتوقعات المستقبلية ومنها المعلومات المتعلقة بالاشباع والاحباطات والمنفعة والأخلاق إلى قيم حاضرة تصلح للمقارنة المباشرة ، والمقارنة المباشرة هي الخلفية الأساسية للسلوكيات العقلانية.⁵

5- علاقة القيم ببعض المفاهيم :

5-1 القيم و المعايير :

التراث السائد في علم الاجتماع حول القيم والمعايير كان يميل إلى ربط المصطلحين ببعضهما ، فقد استخدمنا للدلالة على التصورات الثقافية المشتركة حول ما هو مرغوب . ولكن بعض العلماء حاولوا التفرقة بين المفهومين وخاصة "سملر" في كتابه (السلوك

1 - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ، ص 84 .

2 - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 26 .

3 - المرجع نفسه ، ص 27 .

4 - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ، ص 85 .

5 - نورهان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ، ص 107 .

الجمعي) حيث يرى أن القيم هي تصورات عما هو مرغوب فيه على مستوى أكثر عمومية ، في حين أن المعايير هي تصورات حول نفس الشيء ، لكن على مستوى الخصوصية .

ويمكن تحديد الفارق بين القيم والمعايير فيما يلي :

- المعايير تشير إلى نمط سلوكي فقط ، بينما القيم تشير إلى نمط سلوكي مفضل .
- المعيار الخارجي بالنسبة للفرد والقيم شخصية داخلية .
- المعايير تحدد القواعد والالتزامات الاجتماعية بينما القيم تحدد التفضيلات الاجتماعية .
- المعايير هي قواعد خصوصية للسلوك بينما القيم مستويات عمومية للتفضيل.¹

2-5 القيم والاتجاهات :

يعرف الاتجاه على أنه ميل بالموافقة أو الرفض إزاء موضوع ما أو موضوعات معينة، حيث يمكن التعرف على اتجاه الفرد إزاء هذا الموضوع من خلال سلوكه قولاً أو فعلاً، وهناك اتجاهين ، الأول يساوي فيه العلماء بين القيم والاتجاهات ، فالقيم اتجاهات مشتركة من حيث أنها أنساق لقواعد معيارية حيث يشير فرايز "Fraize" إلى أن القيم ما هي إلا مجموعة اتجاهات ، أما الاتجاه الثاني فيميز بين الاتجاهات و القيم ، حيث يرى سارجنت "Sargent" أن هناك تميزاً بينهما ، فالاتجاه حسب ما هو إلا موقف تجاه واحد من القيم ، وعلى هذا فالقيم ما هي إلا أمور تتجه نحوها اتجاهات الفرد المتعددة.²

كما أن القيم عند روكشير "Rokshir" هي الاتجاهات في صورتها العامة و الاتجاهات هي قيم تتعلق بموضوعات محددة وخاصة ، كما أن القيم حالات خاصة للاتجاهات الإنسانية.³

3-5 القيم والحاجات :

اعتقد الكثير أن القيم و الحاجات شيء واحد ، وقد أشار ماسلو "Maslow" أن مفهوم القيمة مكافئ ومرادف لمفهوم الحاجة ، كما أن فرنش "French" و كاهن "kahn" ذهبا إلى أن هناك تطابقاً بين القيم والحاجات ، كما أن خصائص كل من القيمة والحاجة

1 - المرجع نفسه ، ص 96 .

2 - إيمان العربي النقيب ، القيم التربوية في مسرح الطفل ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2002 ، ص 15-16.

3 - نورهان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ، ص 98 .

مماثلة¹. وفي التفرقة بين القيم و الحاجات ، فالقيم تتضمن المحتوى المعرفي في حين أن الحاجات لا تتضمن هذا الجانب (المحتوى المعرفي)². كما تصور البعض أن للقيمة أساسا بيولوجيا يقوم على الحاجات الأساسية للفرد إذ لا يمكن أن توجد قيمة لدى الفرد إلا إذا كانت لديه حاجة معينة يسعى إلى تحقيقها أو إشباعها، فالحاجات الأساسية هي التي تحدد للفرد اختياراته ومن ثم فهي " قيم بيولوجية أولية " تتحول فيما بعد ، ومع نمو الفرد إلى " قيم اجتماعية " ³.

4-5 القيم و الدافع : يعرف الدافع بأنه حالة شعورية تدفع الكائن الحي نحو هدف معين وهو أحد المحددات الأساسية للسلوك ، و على هذا يمكن المقارنة بين القيمة و الدافع باعتبار نوع الهدف في كل منهما ، حيث أن الهدف في القيمة من النوع المطلق و يتسم بالوجوب فيقول الفرد في التغيير عن قيمة الصدق مثلا " يجب علي أن أقول الصدق " ، أما عندما يعبر عن الدافع للصدق " فيقول أريد أن أقول الصدق " ، وبالتالي فهناك فرق بين من يرى الصدق واجبا مطلقا عليه الالتزام به و بين من يبحث عن دافع للصدق ⁴ . وتختلف القيم عن الدوافع في أن القيم ليست مجرد ضغوط لتوجيه السلوك ، ولكنها بالإضافة إلى ذلك تشمل على التصور القائم خلف هذا السلوك بإعطائه المعنى والتبرير الملائم⁵. ويفرق بين القيمة و الدافع كذلك على أساس أن القيمة تسبق الدافع ، فهي الأساس التي تشكل في إطارها الدوافع ، فالدافع يتولد عن قيمة معينة تمثل نظاما لتوجيه السلوك وإعطائه معنى وتبريرا معينا ، وفي حالة عدم وجود القيمة لا يوجد الدافع⁶.

5-5 القيم و المعتقد :

ذهب بعض الباحثين إلى اعتبار القيم مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الأفراد والمجتمع ويحكمون من خلالها على الأشياء بالقبح أو الحسن حيث يرون أنها :

1 - المرجع نفسه ، ص 96 .

2 - فؤاد حيدر ، علم النفس الاجتماعي ، دراسات نظرية و تطبيقية ، ط1 ، دار الفكر العربي ، لبنان ، 1994 ، ص 97 .

3 - ماجد زكي الجراد ، مرجع سابق ، ص 24 .

4 - المرجع نفسه ، ص 96 .

5 - فؤاد حيدر ، مرجع سابق ، ص 94-97 .

6 - ماجد زكي الجراد ، مرجع سابق ، ص 25 .

- مجموعة من المعتقدات يعتنقها أفراد المجتمع تتعلق بما هو حسن أو قبيح ، أو ما هو مرغوب فيه أو مرغوب عنه .
- المعتقدات و الاتجاهات و المشاعر التي يفتخر بها الفرد و يعلن عنها ، و التي اختيرت بتفكر من بين عدة بدائل و التي تطبق بصورة مكررة .
- و في مجال التفرقة بين المعتقد و القيم يفرق بين الباحثين بينهما من حيث :
 - القيم تشير إلى الحسن مقابل السيء أما المعتقدات فتشير إلى الحقيقة مقابل الزيف .
 - المعارف في القيم تتميز عن باقي المعارف الأخرى بالخاصية التقويمية ، حيث يختار الفرد في ضوء تقويمه ما هو أفضل أو غير مفضل بالنسبة له ، فهي ليست مرادفة للمعتقدات و إنما تدور حول المعتقدات التي ينتابها الفرد.¹

المبحث الثاني القيم لدى علماء الاجتماع :

1- العوامل المؤثرة في القيم :

في ظل التغيرات التي يشهدها العالم عرفت المجتمعات التقليدية والنامية تراجعاً في منظومة القيم ، فظهرت قيماً جديدة وتراجعت أخرى بفعل الاختراق الثقافي خاصة في ظل العولمة بآلياتها المعاصرة الذي يعمل على تهديد منظومة القيم الأصلية ، ويشكل نوعاً من الازدواجية الثقافية التي تجتمع فيها تناقضات الأصالة والمعاصرة مما يؤدي إلى تهميش أو تغيير ملامح الثقافة الوطنية.²

يؤكد زاهر ضياء الدين أنه نتيجة للثورة العلمية حدث تذبذب وعدم استقرار في القيم الموروثة و المكتسبة وعجز الشباب عن تطبيق ما قد يؤمنون به من قيم وكل هذا بسبب التغيير الاجتماعي الذي دفع بالكثير من الأفراد خاصة الشباب منهم للتمرد والثورة على قيم المجتمع ، وذلك لأن القيم ليست واحدة في جميع المجتمعات وإنما تختلف باختلاف الجماعات الإنسانية وذلك راجع لعدة عوامل منها:³

¹ - المرجع نفسه ، ص 30-31 .

² - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 81 .

³ - لطيفة طبال ، التنشئة الاجتماعية و إشكالية القيم في الأسرة الجزائرية (أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع والديمغرافيا) ، دراسة غير منشورة ، جامعة البليدة ، الجزائر ، 2009 ، ص 213 .

1-1 العامل الاجتماعي :

- إن التغيرات العالمية التي يعيشها العالم المعاصر عكست نفسها بصورة أو بأخرى على هذه المجتمعات مما أحدث نوعاً من التغيير والخلخلة في هذه المجتمعات ، مما أدى إلى :
- تراجع دور الأسرة في التنشئة لصالح الإعلام و التقنيات الحديثة .
 - أصبح الصغار هم المرجعية للكبار فيما يتعلق بالتعامل مع التقنيات الحديثة كالحاسوب، الإنترنت ...
 - سيطرة الفردية و الروح الأنانية على سلوك الأفراد .
 - دخول المرأة إلى مجالات جديدة في العمل والحياة العامة ، حرمت منها سابقاً .
 - تحول النظرة للمرأة و قيمها في المجتمع ، حيث يظهرها الإعلام كسلعة وموضوع للإثارة و الجنس.¹
 - إقبال الشباب المتزايد على المواقع و المحطات التي تبث الجنس ، مما أدى إلى أزمة أخلاقية و صراعات قيمية لديهم .
 - اضطرابات المعتقدات الدينية و ترجع الوازع الديني ، حيث أصبح الدين لديهم مجرد مجموعة من الطقوس و العبادات المظهرية لا علاقة لها بالسلوك اليومي .
 - الاغتراب عن المجتمع المحلي و قضاياها ، و الأحداث الجارية فيه .

1-2 العامل الثقافي الفكري :

- و يتسم تأثير هذا العامل بالانتقال الحر للأفكار و المعلومات عن طريق مساهمة المحطات الفضائية في تشكيل وعي الجماهير ، مما أسهم في انفتاح الثقافات العالمية المختلفة وتأثر بعضها ببعض الآخر ، و شيوع مفاهيم الحوار لمناقشة القضايا العالمية المشتركة و التي أصبحت أرضية لبروز قيم إنسانية عالمية مشتركة تتخطى الخصوصيات ، و بالتالي ستبرز بوضوح مسألة الهوية والمواطنة العالمية ، والتي ستحل تدريجياً (وربما على المدى البعيد) محل الولاءات والإنشاءات الوطنية ، وكل هذا سيؤدي إلى الآثار التالية :
- تزايد مظاهر الإحساس بالدونية الثقافية و الحضارية العربية لدى الشباب .
 - تراجع الإنتاج الثقافي و الفني المحلي .
 - محاولة تسويق و فرض الثقافة العربية .

¹ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص 85-86 .

- محاولة سلعة المعرفة من خلال تعميم ونشر مفهوم الاقتصاد المعرفي حيث تتحول المعرفة إلى سلعة إستراتيجية و مصدر جديد للربح ، وفرض قوانين الحركة الملكية.¹

1-3 العامل الاقتصادي :

للتغيرات الاقتصادية الكبرى التي شهدتها المجتمعات الإنسانية أثر كبير على تغيير كثير من القيم الاجتماعية ، فالثورة الصناعية كان لها أثر كبير في النقلة الكبيرة في النسق القيمي للمجتمعات الأوروبية ، وحسب كارل ماركس فان العوامل الاقتصادية هي العوامل الحاسمة في التغيير وقد وضع نظرية في تطور المجتمعات حيث يرى إن طريقة الإنتاج في الحياة المادية هي التي تحدد الصفة العامة لأسلوب الحياة من النواحي الاجتماعية والسياسية.²

ومن الآثار الناجمة عن التغيرات العالمية في المجال الاقتصادي و انعكاساتها على القيم ما يلي :

- محاولة بث قيم العمل و الإبداع و الإنتاج من خلال الإعلام ، كالمسابقات والرهان الرياضي من أجل ربح سلع و سيارات و أدوات منزلية .
- اكتساب روح الاتكالية من خلال تزايد الشركات التي تقدم الخدمات للمنازل .
- تزايد مظاهر النزعة الاستهلاكية خاصة عند الشباب من خلال تسويق منتجات تمتاز بالسرعة و السهولة و البساطة خاصة السلع الرخيصة .
- انتشار المحلات التجارية الكبرى التي يمتلكها أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة على حساب المحلات التجارية البسيطة و التي يمتلكها أصحاب الدفع المحدود.³

2- القيم الاجتماعية :

يرفض بعض الفلاسفة مثالية القيم ويعتبرونها لم تكن موجودة أصلا ، وإنما وجدت نتيجة لاجتماع الأفراد مع بعضهم وتكوينهم لمجتمعات أفرزت هذه القيم من خلال تجارب هذه المجتمعات استطاعت أن تميز بين "الغث" و"الثمين" بين "الخير" و"الشر" بين ما هو "ملائم" و"غير ملائم" ، فصاغت الخير في قالب من القيم واعتبرت هذه القيم هي التي

¹ - المرجع نفسه ، ص 30-31 .

² - لطيفة طبال ، مرجع سابق ، ص 229 .

³ - المرجع نفسه ، ص 230 .

توجه سلوك الأفراد داخل مجتمعهم ، وفي ضوء ذلك فما يصلح كقيمة في مجتمع ما يمكن أن يكون في مجتمع آخر قيمة سلبية ومرفوضة .

فالقيمة تعتبر قيمة إذ اعتبرها الفرد مركزا لاهتمامه ويشعر بقيمتها ، فالأشياء في ذاتها ليست خيرة كما أنها ليست شريرة ولكن اهتمام الإنسان بها هو الذي يرفع قيمتها أو يخفضها ، وهي كذلك (القيم) من نسيج الخبرة الإنسانية وهي جزء لا يتجزأ من كيانها ، فالسرقة في نظر المجتمعات الحديثة تعتبر من الجرائم التي تخضع لمحاكمة القانون والمجتمع على سواء ، لكنها في المجتمعات البدائية تعتبر من القيم التي يعتز بها أفراد هذه المجتمعات.¹ وفي هذا الصدد قد تختلف المسميات من مجتمع إلى آخر ومن زمن إلى زمن ، ففي القديم كان الغزو والسلب والسطو على القبائل من معايير الرجولة ، وفي عصرنا الحالي يختلف الأمر كثيرا، وهذا ما يفسر اختلاف القيم .

3- القيم عند كارل ماركس Karl Marx:

لقد اعتقد كارل ماركس أن التغيرات في إنتاج التكنولوجيا مع تغيراتها الملازمة في مجال العلاقات الطبقية ، تحدد التغيرات في العناصر الأخرى من المجتمع ، ويؤكد ماركس أن التغيير الاجتماعي يبدأ بصراع جماعات المصلحة بالرغم من أن قوة الصفوة الحالية تقاوم التغيير بمفهومه القيمي ، والناس يقبلون بدء التغيير عندما يصبحون واعين بأن مصالحهم الخاصة قد استغلت من بناء النظام الاجتماعي نفسه ، و يذهب ماركس إلى أن كل القيم النظامية ما هي إلا قيم الطبقة الحاكمة ، ولقد عبر ماركس وانجلز عن ذلك بقولهما : « الأخلاق ، القيم ، الميتافيزيقا ، وكل العناصر الأخرى للإيديولوجية والأشكال المطابقة لها من الوعي ، لم تعد بعد تحفظ صورة الاستقلال ، فليس لها تاريخ أو تطور ، ولكن الناس يتغير إنتاجهم المادي ، وهذا التغيير المادي تعبير عن وجودهم الحقيقي وتفكيرهم ونتاج فكرهم »² وقد لاحظ ماركس وانجلز في البيان الشيوعي أن تاريخ الأفكار لن يثبت أكثر من أن الإنتاج الفكري يتغير بقدر ما يتغير الإنتاج القومي ، فأفكار العصر ما هي إلا أفكار الطبقة الحاكمة. ويذهب كارل ماركس إلى أن العمل هو المقياس

¹ - عبد الله الرشيدان ، علم اجتماع التربية ، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، الأردن ، 2004 ، ص 153-154.

² - محمد أحمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 135 - 136 .

المشترك بين الأشياء ، أي أن العمل المجسم في الأشياء هو مقياسها فالعمل « هو قوام أو مادة القيمة ، وكل السلع من حيث هي قيم ليست إلا عملا إنسانيا متجمدا أو متجسدا»¹

4-القيم عند دوركايم Durkheim :

يرى دوركايم " Durkheim " أن بعض المفكرين ذهبوا إلى أن للإنسان ملكة خاصة يتجاوز عملها مجال التجربة ، هذه الملكة في وسعها أن تتصور أمرا آخر غير ما هو كائن أي من شأنها إدراك " المثل العليا " ، وبناء عل ذلك فان قيم الأشياء يتعلق تقديرها بالمثل العليا المدركة فيقال على هذا النحو أن للأشياء قيمة حيث تعبر عن مظهر من مظاهر المثل العليا ، وكذلك تعلق قيمتها أو تتخفف وفقا للمثال الذي تعبر عنه من جهة ، والمثل الأعلى نفسه ، وهذا التغير أمر ينجم أصلا عن طبيعة الأشياء نفسها و هو يلزم طبيعة الجماعات الإنسانية.²

الإسناد إلى القيم أمر ثابت عند علماء الاجتماع الكلاسيكيين ولاسيما دوركايم وفبير ويمكن حتى اعتباره أحد التدابير الأكثر ابتكارا لفكرهم ، فالتميز في نظر دوركايم الذي يقيمه بين التضامن الآلي و التضامن العضوي يرد إلى تصورين لما يعتبر شرعيا في هذين النمطين من المجتمعات الشديدة التناقض ، من جهة امتصاص الفرد في الوحدة الجماعية ، ومن جهة أخرى اعتبار المجتمع بصفته محصلة الجهود الفردية المنسقة والمراقبة ، وتتأمن الوحدة الاجتماعية بالنسبة لدوركايم بواسطة القيم المترسخة في الأفراد وفي النهاية موزعة بينهم ومتمثلة من قبلهم ، هذه القيم الموصوفة غالبا بأنها أخيرة و"نهائية" تقدم باعتبارها مرتبطة بالتجربة الدينية.³

قام دوركايم بعقد علاقات بين معدلات الانتحار في أنساق اجتماعية متنوعة و بين طبيعة القيم ، والاعتقادات الرئيسية المشتركة للجميع وقد وجد أنه حينما تتحطم وتضعف روابط المجتمع أو "قيمه" يكون هناك حيز بسيط للإحساس الداخلي بالمسؤولية تجاه الآخرين ، وفي هذه الحالة تكون التزامات المشتركة قليلة ، ولهذا فإن الانتحار يكون من

¹ - أحمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة لبنان ، لبنان ، 1977 ، ص 439 .

² - محمد أحمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 27 .

³ - ريمون بودون ، بور يكو ، تر: سليم حداد ، المعجم النقدي لعلم الاجتماع ، الطبعة الأولى ، الجامعية للدراسات ، لبنان ، 1986 ، ص 450-451 .

المتوقع حدوثه، هذا الظرف الخاص بفقدان القواعد التي تؤكد الالتزام بسمية دوركايم بفقدان المعايير أو الأنومي.¹

يقول دوركايم : " القيمة تعني بشكل أساسي بعض الخصائص المكونة للشيء والحكم بالقيمة يعبر عن الطريقة التي تتفاعل بها هاته الخصائص المكونة مع الشيء الذي يحكم. إذا كانت هذه العملية مقبولة أو مقنعة فإن القيمة ايجابية ، وبالعكس تكون سلبية ".²

5- القيم عند ماكس فيبر Max Weber :

إن أعمال فيبر تقف مناقضة بشكل واضح لنظرية ماركس عن التغيير الاجتماعي ولذا فإن فيبر رفض القول بان القيم و الأفكار و الدين ما هي إلا ببساطة انعكاسات لوضع الطبقة الحاكمة ، أو أن المصالح الطبقيّة لا يمكن أن تفهم بيّدا عن مفهوم الطبقة للدين والايديولوجيا ونسقتها القيمي على العكس من ذلك يرى فيبر أن القيم خاصة القيم الدينية تمارس نوعا من التأثير المستقل على مجرى التغيير الاجتماعي و الثقافي وبالرغم من نقد فيبر لمحاولة ماركس إنقاصه لعوامل الغلبة إلى عامل واحد وهو المادية الاقتصادية لا يعني أن فيبر يؤكد قيمة جانب واحد وهم القيمة ، ففيبر "Weber" على وعي تام بأثر الأنساق والطبقيّة على الدين والقيم ، وقد خلص إلى أن كل دين ما هو إلا تعبير عن الطبقة أو المراتب الرئيسية مثل طبقة رجال الدين في وطبقة العلماء المثقفين في الهندوسية والنسك المستجدون في البوذية و المحاربون في الإسلام وهذه المراتب الرئيسية -حسب فيبر - قد تطبع وتحدد السمات المميزة للقيم الدينية خاصة الأخلاق الاقتصادية التي تميز الأخلاق الخاصة بدين عن الأديان الأخرى³ .

6 - القيم عند بارسونز "T.Parsons" :

يعتمد النظام الاجتماعي عند بارسونز على الوجود بشكل عام وتعتبر مشاركة القيم من قبل الأفراد حالة مشروعة و عامل يعمل على ترابهم و من خلالها يتم اختيار الفعل النهائي، وتتحقق الصلة بين النسق الاجتماعي ونسق الشخصية من خلال تبني القيم

¹ - محمد أحمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 75 .

² - jugements de valeur et jugements de réalité .http://clqssiques.vqac.ca/Durkheim Emile.18/01/2012.17 :27

³ - محمد أحمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 136 - 137 .

وتحذيرها في الذات الفردية بواسطة عملية التنشئة الاجتماعية¹. هذه الأخيرة التي تهدف إلى أن يتشرب الفرد المعايير و التوجيه القيمي السائد في النسق كي لا يحدث فيه أي خلل من نوع معين ، فعندما يتشرب كل فرد هذه المعايير والتوجيهات القيمية فإن النسق الاجتماعي يضحى أسلوباً أمثل لعمل الأنساق الفرعية².

كما أن اهتمام علم الاجتماع حسب بارسونز يجب أن يكون الفعل الاجتماعي الذي ينطوي إطاره المرجعي على ثلاث عناصر أساسية : فاعل ، موقف ، توجيه الفاعل إزاء الموقف ، و أن محور النظرية هو توجيه الفاعل الذي ينقسم بدوره إلى قسمين : توجيهات دافعة (إدراكية ، انفعالية ، تقويمية) ، وتوجيهات قيمية وهي التي تشير إلى مراعاة بعض المعايير أو المستويات الاجتماعية³.

لقد طور بارسونز فكرة "وحدة الفعل الصغرى إلى مفهوم النسق الاجتماعي" ، حيث يرى أن "النسق يرتكز على معايير و قيم تشكل مع الفاعلين الآخرين جزءاً من بيئة الفاعلين ، ويفترض أن هدف كل فاعل هو الحصول على أقصى درجة من الإشباع وإذا ما دخل الفاعل في تفاعل مع الآخرين وحصل في ذلك التفاعل على الإشباع فذلك مدعاة لتكرار التفاعل ، وسيصل الأمر بالفاعلين بعد حين إلى أن يتوقعوا استجابات معينة من بعضهم البعض ، و بذلك ستتشكل بينهم قواعد و معايير اجتماعية مع قيم متفق عليها ، وتكون هذه القيم ضماناً لاستمرار تلك الاستجابات"⁴.

المبحث الثالث : القيم التربوية الدينية :

1-القيم التربوية :

ينبثق ارتباط القيم بالتربية من خلال أهمية القيم في صياغة الأهداف التربوية المبنية على فلسفة التربية و التي تنبثق أصلاً عن فلسفة المجتمع و لتضمن القيم في الجوانب المختلفة للتربية لابد من اتخاذ إستراتيجية تركز على منظومة قيمية تصل إلى الناشئة عبر قنوات مبرمجة من خلال العملية التربوية ، وقد اعتبر بعض فلاسفة التربية القيم

1 - معن خليل العمر ، معجم علم الاجتماع المعاصر ، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، الأردن ، 2006 ، ص 423.

2 - أحمد زائد ، علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية ، نهضة مصر للطباعة ، مصر ، 1998 ، ص 117 .

3 - صلاح محمد الفوال ، معالم الفكر السوسولوجي المعاصر ، دار الكتاب الحديث ، لبنان ، د س ، ص 163 .

4 - ايان كريب ، تر : محمد حسين غلوم ، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابر ماس ، عالم المعرفة ،

الكويت، 1999 ، ص 71 .

مصدرا أساسيا لأهداف التربية ، فالقيم هي التي تملي على أفراد المجتمع اختياراتهم السلوكية وأن لكل مجتمع قيمه الخاصة ، وللمؤسسات التربوية التعليمية دور في بناء القيم و ترجمتها إلى دلالات سلوكية لاعتبارات مختلفة تتعلق بطبيعة هذه القيم و تغلغلها في البناء الاجتماعي و الجماعة من أهمها :

- أن التربية في ذاتها عملية قيمية ، وأن بناء القيم ليس مسؤولية المؤسسة لوحدها .
 - أن بناء القيم يتطلب الثنائيات في هذا البناء من عالم المثل و عالم الواقع وبين الأناية والغيرية ، للحد من اغتراب الإنسان عن إطاره الثقافي ¹.
 - كما تعرف بأنها " معايير اجتماعية ذات صبغة انفعالية قوية وعامة تتصل من قريب بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة ويمتصها الفرد من بيئته الخارجية، ويقوم منها موازين يبرر منها أفعاله ويتخذها هاديا ومرشدا " ².
 - وتعرف كذلك بأنها " مفهوم يدل على مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية ، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجيهات لحياته يراها جديّة لتوظيف إمكانياته ، وتتجسد خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة " ³.
- 2- القيم الدينية :**

الدين من وجهة نظر علماء الاجتماع والانثربولوجيا ظاهرة اجتماعية لازمت الإنسانية منذ القديم و لا يوجد مجتمع إلا وقام على أساس ديني ، فالدين في أي مجتمع يعتبر أساس العلاقات الاجتماعية و الأخلاقية ، والتدين هو التعبير المناسب عن الدين حيث يوضح محتوى السلوك الديني بمفهومه الواسع ، فالتدين هو قبول معتقدات الدين بحيث تكون هذه المعتقدات بمثابة الإطار المرجعي الذي ينظم معرفة الفرد وسلوكه مما يعني تقبل الفرد قيم و أخلاقيات الدين ، واشتراكه في الممارسة العبادية وتحقيقه للواجبات التي يفرضها الدين عليه و القيم التي تحدثها ⁴.

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ص 114- 145 .

² - عبد الودود مكرم ، الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1996 ، ص 232.

³ - علي خليل أبو العينين ، القيم الإسلامية والتربية ، مكتبة إبراهيم الحلبي ، المدينة المنورة ، 1988 ، ص 34.

⁴ - نور هان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ص 140-141 .

و هي مرتبطة بالمعتقدات و التعاليم الدينية و ما يهتم به الفرد و ما يميل إليه من معرفة إلى ما وراء العالم الظاهري ، فهو يتطلع إلى معرفة أصل الإنسان ومصيره ويعتقد أن هناك قوى تسيطر على العالم الذي يعيش فيه و يرغب في أن يصل بنفسه إلى هذه القوى، هذه القيم مرتبطة بالجوانب الروحية في حياة الإنسان.¹

هناك اتصال قوي بين الدين والقيم ، فالدين له تأثير في نسق القيمة سواء على مستوى إدراك القيمة أو الفعل الناتج ، هذا التأثير فعال و قوي لدرجة أنه يبرر الرأي القائل بأن الدين هو مصدر القيم ، وقد عبر عن هذا الرأي كل من دافيس "Dvis" و صور "Sort" بقولهما : " لعل سبب ضرورة الدين واضحا في حقيقة أن المجتمع الإنساني تتحقق وحدته أساسا من خلال اقتناء أعضائه لبعض القيم المطلقة و الغايات العامة"².

ويمكن التمييز بين نوعين من القيم في الفكر الديني :

1-2 القيم العلوية المطلقة : وهي التي تتسم بالخلود و الثبات و تأخذ طابع الإلزام ، حيث لا مجال فيها لاختيار الإنسان أو إجهاده بشأنها و هي التي تتعلق بأصول الدين وهي التي كشفها الله لعباده في الأديان السماوية من عبادات و عقائد.

2-2 القيم النسبية : و هي ما اصطلح عليه الناس لنتناسب مع تصريف أحوالهم وشؤون دنياهم ، وهذه محل اختيار الإنسان و اجتهاده ، حيث يطرح الوقف القيمي أكثر من بديل للاختيار، ومن هنا يصبح اختيار البديل المناسب متروكا للفرد نفسه³.

كما أن القيم يمكن أن تأخذ المعنى الايجابي و يطلق عليها قيم التخلي وتتجلي في هجر ما نهى الله عنه من شرور وموبقات كشرب الخمر والكذب والسرقه ، والمعنى السلبي وهي القيم التي كلف الفرد بالتخلي بها ، واخذ نفسه بمقتضياتها مثل الصدق والرحمة والكرم والتعاون ... الخ .

من أهم خصائص القيم النسبية ما يلي :

¹ - عبد الحميد محمد الهاشمي ، المرشد في علم النفس الاجتماعي، دار الشورى، السعودية، 1984، ص 142.

² - محمد احمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 131 .

³ - نور هان منير حسن فهمي ، مرجع سابق ص 141-142.

- مناسبتها وتلائمها مع خصائص الطبيعة الفطرية في الإنسان، الفردية و الاجتماعية و من ثم فهي تتصف بالإنسانية و الاجتماعية و الواقعية و ليست قيما مجردة بعيدة عن الواقع و الممارسة .

- صياغتها الإلهية قد جاءت لتساير التجدد المستمر في الحياة الإنسانية و الاجتماعية فهي تساير الطبيعة البشرية في كل أطوار نموها خلال خبراتها المتجددة .

- ارتباطها بالسلوك البشري في كل مظاهره و أبعاده حينما يترجم إلى أنشطة و أفعال في داخل النظم الاجتماعية المكونة للمجتمع البشري .

- شمولها و احتوائها على مواقف الحياة كلها ¹ .

3- القيم الإسلامية : إن الفلسفات و المدارس الوضعية تجعل للقيم مصادر متنوعة متمثلة في الأحكام الفعلية و الأنماط الاجتماعية التي تقوم على ما تعارف عليه أفراد المجتمع من أحكام قيمة ولكنها تخطأ عندما تعمل على تهميش دور الدين و تعاليمه في تكوين القيم و تحديدها ، في حين يتخذ المنهج الإسلامي طريقا مغايرا ، إذ يقر المصادر السابقة ولكنه في الوقت ذاته يتوصل مرجعية عليا تحكم القيم هي مرجعية الشرع .

مصطلح القيم الإسلامية مصطلح تربوي حديث لم يرد استخدامه في التراث التربوي الإسلامي ولم يسجل في قاموس المصطلحات التربوية العربية و الإسلامية فمفهوم القيم الإسلامية يتحدد بصورة مباشرة بفهمنا لمفهوم القيم الذي لا يتغير إذا أضيفت له كلمة الإسلامية ولكنه يتحدد برؤية الإسلام و تصوراته المعرفية و الوجدانية و السلوكية و بمصادر اشتقاقها ، و بمنهجه في غرس القيم و اكتسابها ، بطبيعة المعايير التي يقرها لإصدار الأحكام على الأشياء من حيث قبولها أو ردها ² .

ولذا فالمنظومة القيمة التي أرست دعائهما العقيدة الإسلامية مرتبطة ارتباطا قويا بالإيمان بالله و عليه فان التربية التي يدعو إليها الإسلام هي تربية خلقية تسعى إلى بناء الإنسان بناء خلقيا سليما و تجعله يعود إلى ذات نفسه و إلى القيم الخلقية التي يلتزم بها في جميع أنماط سلوكه فقيم المجتمع الإسلامي تنبثق من مصدرين أساسيين هما : كتاب الله و سنة نبيه، وأهم ما يميزها ربط العقيدة بالعمل و القول بالفعل و النظرية بالتطبيق و لا قيمة

¹ - المرجع نفسه ، ص 142 .

² - ماجد زكي الجراد ، مرجع سابق ، ص 54 .

لإيمان لا يتبعه عمل صالح يبرهن على صحته¹. فنظرة الإسلام للقيم تربط بين التصور العقدي و بين السلوك القيمي ، فالعقيدة والسلوك مرتبطان ببعضهما ارتباطا وثيقا وتقرر أن السلوك الإنساني لا ينبعث من فراغ بل يقوم على قاعدة ثابتة من المعتقدات المعرفية والوجدانية التي تشكل الدافع الأقوى لما يصدر عن الإنسان من أنماط السلوك ممثلة في الأقوال والأفعال².

يمكن تصنيف القيم إلى قيم وضعية مصدرها عقل البشر وهي تقوم على مزاج صانعيها وتعتمد النفع أساسا للالتزام بها ، وقيم إسلامية ثانية لان مصدرها رباني ، وهي ذات طبيعة خاصة ، ليست مرهونة بأذواق الناس وعاداتهم الفردية ، فهي محددة بشرع الله ، فالحس ما حسنه الشرع والقبيح ما قبحه الشرع وإن خفي حسنه وقبحه على الناس يقول تعالى في كتابه : ﴿ كُنِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴾³.

فالقيم الإسلامية تصنف بدورها إلى :

3-1 قيم مادية : وهي القيم التي تتعلق بسد حاجات الإنسان و إشباع غرائزه و إدارة شؤون الحياة في الأسرة و المجتمع وهي مطلوبة من السلم بالقدر اللازم له في الحياة ، قال تعالى (هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ)⁴

3-2 قيم إنسانية : وهي معيار مرتبط بالإنسان بغض النظر عن لونه وجنسه ووطنه ودينه ، فحتى أهل الكتاب في الدولة الإسلامية يتمتعون بالرعاية و الخدمة ضمن حقوق وواجبات حددتها لهم الشريعة الإسلامية .

3-3 قيم روحية : وهي القيم التي ترتبط بالعبادات التي طلبها الإسلام من الفرد لتنظيم صلته مع ربه مثل الصلاة و الصيام و الحج و الجهاد وهي تقوي الصلة بين المسلم وخالقه.

¹ - عبد الكريم علي اليماني ، مرجع سابق ص 204 - 205 .

² - ماجد زكي الجلال ، مرجع سابق ، ص 57

³ - سورة البقرة الآية 216

⁴ - سورة الملك الآية 15

3-4 قيم أخلاقية : وهي القيم التي تتعلق بأخلاق المسلم وطباعه وصفاته وقد حدد الإسلام الصفات التي تحقق القيم الأخلاقية في حياة الإنسان وهي تنقسم إلى :¹

- قيم و صفات محمودة دعا إليها كالحلم والجود والصبر و الرحمة و التواضع
- صفات مذمومة نهى عليها الإسلام لأنها تحقق القيم الإسلامية ومنعها مثل الغش الخداع، الكذب ، الجبن ، الغرور.

درس علماء المسلمين ثلاث جوانب من القيمة هي الميتافيزيقي والسوسيو- أخلاقي والفعل، وفي معالجتهم الميتافيزيقي للقيمة لم يناقشوا نسق ما ينبغي أن يكون ولكنهم قدموا نسقا « إلهيا - قيميا - إنسانيا » وأعتبر المفكرون المسلمون « أن الله المطلق » هو قيمة الإنسان العليا وأساس كل أنساق القيمة الأخرى، ولهذا فإن الأساس الميتافيزيقي المطلق لكل القيم يمكن مناقشته على أنه صفات الله فتلك الصفات هي القيم المثالية لإنسان والتوحيد هو القاعدة القيمة للمكانة المتسامية لنسق القيمة الإسلامية، ونتيجة لذلك فإن القيم الخاصة بالعالم الاجتماعي أو المادي لا يمكن اعتبارها غايات في حد ذاتها ولكنها وسائل لتحقيق القيم في ذاتها أو صفات الله.²

4- توافق الأديان في بعض القيم :

تقوم الرسائل السماوية جميعا على الإشارة إلى مجموعة من القيم الدينية التي ترشد القيم الاجتماعية المستخلصة من التفاعل الاجتماعي وتكملها وتستهدف تحقيق نوع من التوازن بينها ، وتتفق جميع الأديان بصرف النظر عن كونها منزلة أو غير منزلة أو صادرة عن وحي أو غير وحي، مؤلهة أو وثنية على استنادها إلى موقف معين من القيم ولعلها هي نفسها موقف قيمي صريح، لأن عقائدها لا تعني بتفسير الكون وتعتمد نظرة الأديان الكونية على تعيين مراتب الأشياء والأفعال، ومنازلها.³

ومن بين القيم التي تتوافق فيها الأديان القيم الإيمانية (الروحية) وقيمة العمل وقيمة العلم والحكمة.

¹ - علي سعدي شومان ، القيم التربوية التي تضمنها السؤال في القرآن الكريم ، (رسالة ماجستير تخصص التربية في الإسلام) ، دراسة غير منشورة ، جامعة اليرموك ، الأردن ، 1993 ص 17 - 18 .

² - محمد أحمد محمد بيومي ، مرجع سابق ، ص 61.

³ - نورهان منير حسن فهمي، مرجع سابق، ص 144-145.

4-1-1- العمل :

إن النصوص التي تنظمها الشرائع الدينية بخصوص العمل تمثل ضوابط ومحددات للنشاط الحياتي تجعل من صفحة الحياة امتثالا للمعايير الروحية التي تشتملها الأديان¹.
ومن بين النصوص الواردة في شرائع الأديان والتي تكلمت عن العمل :

4-1-1-1- الكتاب المقدس (العهد القديم):

- " بالأعمال يتبرر الإنسان لا بالإيمان وحده "
- " قدر العمل عظيم لأنه يشرف العاملين "
- " المتأخر في عمله هو أخو السارق "
- " ليس للإنسان خير من أن يأكل ويشرب ويرى نفسه في تعبته "
- " دامت المجاعة سبع سنين ولكنها لم تأت صاحب صنعة "

4-1-2- العهد الجديد :

- " اسألوا تعطوا، اطلبوا تجدوا، دقوا الباب يفتح لكم، فمن يسأل ينل ومن يطلب يجد ومن يدق الباب يفتح له ."
- " العامل يستحق أجرته ."
- " فليحاسب كل واحد نفسه على عمله، فيكون افتخاره بما عمله هو لا بما عمله غيره لأن على كل واحد أن يحمل حملة ."
- " وما يزرعه الإنسان فإياه يحصده"².

4-1-3- القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف :

- « وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ³ ».
- (أعطوا الأجير أجره قبل أن يجف عرقه)⁴.
- إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه⁵.

¹ - مهدي حسين التميمي، موسوعة مقارنة الأديان السماوية ، دار أسامة الأردن 2005، ص 07.

² - المرجع نفسه ، ص 112 - 113

³ - سورة التوبة ، الآية 105

⁴ - رواه ابن ماجه، وصححه الألباني

⁵ - أخرجه أبو يعلى في مسنده (349/7) و الطبراني في الأوسط (275/1)

- « فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْرَ آصِلِحَةٍ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَا كُفْرَانَ لِسَعِيهِ وَإِنَّا لَهُ كَاتِبُونَ »¹

4-1-4- العقائد الهندوسية :

- "من يرى الراحة في العمل والعمل في الراحة فهو السديد رؤيا لأنه أمتاك الحقيقة.

- ورعك يصوغ أعمالك".

- "إذا عرفت عملك وواجبك وأهمتهما فذلك هو الإثم".

- "من تحرر من الغضب وأدى واجبه ورعى الفضيلة وتجرد من الشهوات فهو من

البراهمة"².

4-1-5- البوذية :

- العمل الصحيح أن لا يختار عملا رديئا.

- فليحاول الناس التغلب على الشرور بالعمل الفاضل³

نستخلص من النصوص السالفة الذكر أن كل الأديان تحت على العمل وتقده

وترفع من شأن العامل وتحط من قيمة العاطل عن العمل ، وتبرز المكانة الاجتماعية

التي توليها المجتمعات بمختلف مناهلها ومعتقداتها وأفكارها للعامل ودوره الفعال في

الحفاظ على البناء الاجتماعي.

4-2- قيم العلم والمعرفة :

وفي هذا المجال تزدهي الشرائع السماوية وغير السماوية بعدد من القيم والمفاهيم التي

تعبر فيها عن الخواص المعرفية والحكيمة لأديان ومنها :

4-2-1- القرآن الكريم والحديث الشريف :

- « وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا »⁴

- « وَلَمَّا بَلَغَ أَشُدَّهُ ءَاتَيْنَاهُ حُكْمًا وَعِلْمًا »⁵

- « وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا »¹

1 - سورة الأنبياء ، الآية 94

2 - مهدي حسن التميمي ، مرجع سابق ، ص 112

3 - المرجع نفسه ص 112.

4 - سورة طه، آية 114.

5 - سورة يوسف، آية 22.

- (من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله طريقه إلى الجنة)²

4-2-2- الكتاب المقدس (العهد القديم) :

- "الحكمة المخبأة والكنز المكنوز ماذا ينفع بهما".

- "حكمة الإنسان المتعلم تأتي من فرصة الراحة".

- "لا تلميذ أعظم من معلمه ولا خادم أعظم من سيده".

4-2-3- العهد الجديد :

- "الحكمة تبررها الأعمال".

- "ما أعمق غنى الله وحكمة وعلمه وما أصعب إدراك أحكامه وفهم طريقه"³.

- "أما أنت فتكلم بما يوافق التعليم الصحيح".

- "ومن كان منكم حكيمًا عليما، فليبرهن عن حكمته ووداعته بحسن أدبه".

4-2-4- العقائد الهندوسية :

- "نار المعرفة تلتهم الخبائث"

- "أسوء الوصمات وسمة أسمها الجهل"

- "التفكر طريق الخلود"

- "تضليل الجهلاء يسير"

- "إدراك ماهية الخير والشر هو المعرفة الحقيقية"⁴.

إن العلم والمعرفة مبتغى وغاية كل الأديان من خلال حرصها وحثها على بلوغ الحكمة والتخلص من الجهل ، لأنها السبيل الوحيد لبلوغ الخير ورضا الله والتخلص من الشر والأنانية والعمل للصالح العام ، ولا تتحقق العدالة الاجتماعية إلا بهما.

4-3- القيم الإيمانية الروحية :

إن الأديان السماوية الثلاث اليهودية و المسيحية والإسلام قد أقرت أن ما يحتاج إليه المجتمع السليم هو الإيمان بأن الكون خاضع لحكم أخلاقي مسيطر على شؤونه "الإيمان

¹ - سورة الإسراء، آية 85.

² - رواه مسلم ، وأصحاب السنن عن أبي هريرة

³ - مهدي حسن التميمي ، مرجع سابق ، ص 113-114

⁴ - المرجع نفسه ص 113 - 114

بأن عقلا حيا يعجز الناس عن إدراك كنهه يسير المسرحية الكونية إلى غاية عادلة نبيلة وأن الأديان السماوية قد أعانت على تكوين عقلية الإنسان في العصور الوسطى مجتمعة كلها على أن هذه العقلية الكونية هي الله عز وجل". وقد عرف القرآن الدين وحده تحديدا لا يجد المسيحي ولا اليهودي صحيح العقيدة بدا من قبوله.¹ حيث يقول تعالى: (لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قَبْلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّنَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا^ط وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ^ط أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا^ط وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ^ط).2

وتفسير هذا أن الله لم يخلق كل الموجودات اعتباطا وإنما لغاية وهدف يتمثل في الإيمان بوجود الله والاعتقاد بوحدانيته والتسليم بقدرته والامتثال لأوامره والانتهاج عند نواحيه ، وهذا هو المحدد الرئيس للمجتمع المتزن روحيا والسليم بنائيا .

5-الحكم القيمي و علاقته بالقيم :

فالأول معياري و لا ينبغي أن يدخل في التحليل العلمي والثاني يرتبط بالمنهجية ، فمن جهة هو يأخذ القيم السالفة بعين الاعتبار ، حيث يقع السلوك و من جهة أخرى موضع المؤرخ ذاته بالنسبة إلى قيم الزمن الذي يعيش فيه ، فعلماء الاجتماع الفعليون (أنصار الفعل الاجتماعي) يعارضون الاعتراف بهذه القيم كمصدر مستوحى منه الفعل الاجتماعي، وأنها سابقة له ، فبالعكس إن ابتكار هذه القيم والتحكم فيها من قبل الفاعلين الاجتماعيين هو موضوع علم الاجتماع (الطبقات ، العمل ، الثقافات ، المعايير).³

¹ - المرجع نفسه ، ص 102

² - سورة البقرة، الآية 177.

³ - Madeleine Grawitz , *Lexique des sciences sociales* , 8^e edition , dalloz , France ,2004 , p 413 .

خلاصة الفصل :

رغم تعدد الفلسفات والتصورات إلا أن موقفها من أهمية القيم وضرورتها ودورها في بناء الإنسان وتكوين المجتمعات الإنسانية على اختلاف مشاربها وعقائدها وثقافتها ، فالسلوك الإنساني ينبع من القيم التي تنشأ عن المعتقدات والفكر ، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراتها عنها هو الطريق يحدد منظومته القيمية، ومن ثم تصدر أنماط السلوك وفق هذه المنظومة . ولكي نكسبه السلوكيات الحسنة ونبعده عن السلوكيات السيئة فإنه ينبغي أن تعزز لديه القيم الإنسانية الفاعلة والصحيحة المبنية عن قناعة والإرادة والقدرة .

الفصل الثالث الأسواق والتعاملات التجارية

تمهيد

المبحث الأول: الأسواق

المبحث الثاني: التعاملات التجارية

المبحث الثالث: القيم الإسلامية في التعاملات التجارية

خلاصة الفصل

تمهيد :

إن التعاملات التجارية في الأسواق لم توجد بهذا التعقيد ، فقد كانت في البداية علاقات اجتماعية تبادلية بغرض سد الحاجة والتخلص من الجوع ، لكن مع مرور الزمن تطورت هذه العلاقات إلى أن أصبحت معقدة لدرجة انه أصبح من الصعب التحكم فيها أو حتى توجيهها بالشكل الإنساني (الصحيح) الذي أنشئت من اجله ، فأصبح المعيار المادي هو الغالب والفائدة هي الأساس الأول في أي تعامل ، إلا أن الدين الإسلامي باعتباره دين الإنسانية جمعاء ، اهتم بتنظيم هذه الممارسات وفق المعايير التي تكفل الفائدة للجميع وتحقق التكامل بين مختلف المتعاملين في إطار العدل والمساواة ، من خلال التشريعات الموجودة في النصوص القرآنية وفي الأحاديث النبوية ، من خلال ايلاء الأسواق الأهمية اللازمة بتحديد التعاملات النافعة والمباحة من التعاملات الضارة والمرفوضة لم فيها من ضرر للجميع .

المبحث الأول : الأسواق

1- ماهية السوق :

1-1 تعريف السوق :

1-1-1 لغة : السوق موضع البياعات، والجمع أسواق . تسوق القوم إذا باعوا واشتروا . سميت بها لأن التجارة تجلب إليها و تساق المبيعات نحوها . سوق الحرب و القتال : حومته¹ .

تقابل كلمة سوق بالعربية كلمة Marché الفرنسية التي تعود إلى الكلمة اليونانية Mercatus أي Commerce و Marché المشتقة من كلمة Murcari التي تعني القيام بالتبادلات التجارية ، مرتبطة أيضا بكلمة Merx و Mercis اللتان تعنيان البضائع والتي بدورها في صلة وطيدة مع Mercure اله التجارة لدى الرومان . تشير هذه الكلمة حسب ما ورد في القاموس الفرنسي لاروس " الساحة العامة سواء في الهواء الطلق أو المغطاة ، والتي تباع و تشتري فيها السلع أو المنتوجات " أما القاموس روبرت فيوسع مفهوم و دلالة الكلمة و يربطها بكل علاقة اقتصادية تقام على " جملة من أشكال عمليات العرض والطلب التي تخص نوع معين من الممتلكات ، الخدمات ، الأموال ، الخشب ،

¹ - ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد العاشر ، دار صادر ، بيروت ، لبنان ، 1997 ، ص 167 .

المعلومات ، التأمينات ، العمل " . ترادف أيضا هذه الكلمة كل اتفاقية تعني التمويل بالسلع ، الخدمات ، القيم كما تعني أيضا العقد ، الصفقة ، الاتفاق ...¹ .

1-1-2 اصطلاحا :

-السوق في أبسط معانيه تلاقي البائعين والمشتريين حول عمليات البيع والشراء يكون فيها الثمن هو العنصر الأساسي الذي يحكم الموقف .

-وفي علم الاقتصاد فإن للسوق معنى آخر ، يحث يقصد به مجموعة من المشتريين والبائعين الذين يرغبون في شراء و بيع سلعة ما .²

- يمكن التعبير عن السوق بذلك المجال حيث تتفاعل ظروف العرض و الطلب للسلع والخدمات مؤدية إلى التبادل .³

-يرى فريدمان "Fridman" روجي أن السوق بدأ على شكل معروضات موسمية حتى القرن الثالث عشر أين ظهر التخصص و الزيادة في الإنتاج ، فأصبحت هذه المعارض منظمة ذات هياكل (منشآت) دائمة تشغل مجال أو حيز جغرافي معروفين ، كما أن نوعية الممتلكات القابلة للتبادل محددة أيضا.⁴

-السوق ميدان تتفاعل فيه القوى الاقتصادية وفق قوانين العرض و الطلب .

-السوق هو المكان والزمان لتفاعل قوى العرض والطلب (المشتريين والبائعين) وموضوعات العرض و الطلب (السلع و الخدمات) بالإضافة إلى الأسعار و تبادل القيم وخلق المنافع وفق قوانين اقتصادية.

-السوق هو المكان الذي تعمل في القوى المحددة للأسعار و التي يتم فيها تبادل السلع سواء في البضاعة الحاضرة أو في العقود .

-ويرى البعض أن السوق هو ذلك الجهاز الذي يجمع الموارد الهامة في المجتمع ثم يوزعها بين الاستخدامات المختلفة والتي تتنافس عليها قوى مختلفة للحصول عليها .

¹ - آيت مولود ناصر ، السوق الأسبوعي التقليدي في منطقة القبائل ، مجلة مركز البصيرة للبحوث و الاستشارات والخدمات التعليمية ، العدد الأول ، الجزائر 2009 ، ص 41-42 .

² - عبد الحليم كراجة ، عبد الناصر العبادي ، مبادئ الاقتصاد الجزئي، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الأردن ، 1999 . ص 27 .

³ - محمد فرحي ، التحليل الاقتصادي الجزئي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، د س ، ص 330 .

⁴ - آيت مولود ناصر ، مرجع سابق ، ص 43 .

1-2-2 عناصر السوق و خصائصه :

1-2-1-1 عناصر السوق :

يتألف السوق من عناصر و هي :

- الأفراد واحتياجاتهم وقدراتهم الشرائية المستمرة .
- السلع والخدمات المختلفة وأنواعها وأسعارها وكمياتها ومصادرها .
- سلوك شرائي (مستهلك ، مشتري ، صناعي) .
- منافع و إيرادات .
- قوانين العرض والطلب ، والتشريعات الحكومية والتقاليد التجارية .
- المنظمون والمشفرون والوسطاء والسماصرة والعارضون¹ .

1-2-2-2 خصائص السوق :

يجب أن تتصف السوق بما يلي :

- السوق منظم فنيا وقانونيا ، ويعمل بقوانين العرض والطلب والقوانين التي تنظم عمليات البيع و الشراء وما يرافقها من أعمال ووساطة مستمرة ومراقبة وتنظيم ...
- عرض السلع والخدمات من قبل المنتج أو المسوق لتقابل طلب المستهلك الحالي والمحتمل.
- وجود جماعات من الناس تمثل أطراف السوق (بائع مشتري ، وسيط ، منظم) مصالحهم مختلفة و متضاربة .
- وجود نمط ثابت من العلاقات الدائمة نسبيا بين أطراف السوق تقوم على القوانين والأعراف والعادات التجارية والاقتصادية السائدة في المجتمع .
- تقديم السلع والخدمات التي يتطلبها المستهلك بالكميات والجودة المطلوبة وفي الوقت والمكان المناسبين وفق شروط تنافسية .
- تحقيق المنفعة للمشتري و البائع من ناحية السعر المقابل للسلع و الخدمات و العدالة في تحمل الأعباء و تحقيق الفوائد و توفير وظائف للأفراد و مصدر لخزينة الدولة .
- تجميع وتنظيم المعلومات اللازمة عن السوق لكل أطراف قوى السوق بما يجعل قرارات الشراء والبيع صحيحة ودقيقة وهو مؤشر حقيقي لقياس النشاط الاقتصادي .

¹ - كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك مدخل الإعلان، الطبعة الأولى، دار الحامد، الأردن، 2006، ص 40-41.

يجب أن يتميز الوسطاء المنظمون والعاملون في السوق بالمرونة الكافية من أجل تطوير إمكانات التجارب والتأقلم مع التغيير المحتمل في حاجات المستهلكين ومتطلبات المسوقين، حيث أن كثيرا من السلع قد تتغير صفاتها بعد مرور فترة زمنية محددة ، وكذلك تتغير أساليب العرض والطلب¹ .

1-3 عوامل نشأة الأسواق :

من الملامح الرئيسية للمدن أنها ذات طابع تجاري ، بل إن بعض الباحثين يعزو نشأة المدن أصلا إلى أنها مراكز للتبادل التجاري . كانت تنشأ المدن عند ملتقى طرق التجارة وتمثل الأسواق مراكز النشاط التجاري بصورة ومراحله المختلفة التي انعكست انعكاسا مباشرا على نمطية الأسواق وأنواعها². إن العامل الأكبر في نشأة الأسواق الموسمية عند العرب هو طرق المواصلات التجارية . يقول الهمداني : " لولا أن الله أعطى كل إقليم أشياء منعها عن غيره لبطلت التجارات ، وذهبت الصناعات ، ولما اغترب أحد ولا سافر وحل ، ولتركوا التهادي ، وذهب البيع والشراء ، والأخذ والعطاء ... إلا أن الله أعطى كل صقع في أوقات معينة نوعا من الخيرات منعه عن الآخرين ، ليرحل هذا إلى بلد ذلك و يستمتع قوم بأمته قوم آخرين ، وهكذا ينتظم التدبير، وتنشأ التجارة " . هذه الأخيرة ساعدت على قيام الأسواق لأنه كان بالجزيرة العربية طريقان رئيسيان للتجارة الأول شرقي يمتد من عمان إلى العراق حيث يتجه عبره غربا منتقلا إلى البادية و ينتهي به المطاف في أسواق الشام ، ومن خصائصه أن بضائع اليمن والهند وفارس تنقل برا بواسطة ويمر من خلاله التجار على كل من أسواق اليمن والعراق وتدمر وسورية . أما الطريق الثاني فهو غربي وأهم من الطريق الأول يمتد من اليمن إلى بلاد الشام مجتازا بلاد اليمن والحجاز ويقوم التجار عبر هذا الطريق بنقل بضائع الشام إلى اليمن، ومن العوامل الأخرى موقع بلاد العرب ، فالمعروف أن الجزيرة العربية كما يذكر الدكتور شكري فيصل في كتابه " المجتمعات الإسلامية " تقع من العالم القديم موقع القلب³.

1 - المرجع نفسه ، ص 42 .

2- محمد عبد الستار عثمان ، المدينة الإسلامية ، عالم المعرفة الكويت ، 1998 ، ص 227 .

3 - عرفان محمد حمور ، أسواق العرب ، دار الشورى ، لبنان ، 1979 ، ص 15-18 .

أما فيما يخص الشمال الإفريقي فيمكن استنتاج وجود أسواق أسبوعية وأخرى موسمية في شكل معارض كبرى رغم قلة الوثائق التي تلقي الضوء على التجارة الداخلية في المدن وخاصة الأرياف النوميديية ولعل تلك التجارة الداخلية هي التي لعبت دورا هاما في ازدهار العاصمة سرتا ذاتها لأنها ملتقى سلع الشمال بسلع الجنوب ، ولعل الأسواق التي تحمل أسماء الأيام التي تقام فيها في أيامنا هذه هي امتداد لذلك النظام القديم ، ويكون الكثير من تلك الأسواق قد تحول إلى قرى . أما الأسواق الموسمية أو السنوية فخير مثال عليها هو سوق الخريف ب"تكوت" ، (باتنة) الذي ظل يقام إلى عهد قريب و أغلب المدن "النوميديية" كانت أماكن تقام فيها أسواق مثل "ماكو" ، "ماداس" بالقرب من أم البواقي ¹.

2-تطور السوق :

2- 1 السوق قبل الإسلام :

السوق منذ القدم عصب الحياة لدى المجتمعات ولازمة من لوازم حياتهم الاجتماعية ، وقد كان للعرب في جاهليتهم أسواق مشهورة يتبايعون فيها ويعرضون فيها منتجاتهم ومحاصيلهم.

وكانت أغلب الأسواق قبل الإسلام موسمية - تقام في أيام معينة - تقام في ملتقى الطرق التجارية ، ويأتي إليها الناس من أماكن مختلفة بحضرها سائر قبائل العرب ممن قرب منهم وبعد ، وهذه الأسواق منها ما كان يقتصر على ما يجاور من قرى ، وما ينزل بساحته من القبائل كسوق "هجر" ، ومنها ما كان عاما تفد إليه الناس من أطراف الجزيرة كلها كسوق عكاظ ، ومنها ما كان خاصة بالبلد أو بالمدينة ، ومن أشهر هذه الأسواق : سوق دومة الجندل ، سوق هجر (البحرين) ، سوق المشقر (البحرين) ، سوق ذي المجاز (بالقرب من عرفة) ، سوق مجنة ، (بالقرب من مكة) ، سوق عكاظ (بنجد) .

و قد تم تقسيم أسواق العرب في الجاهلية إلى ثلاثة أقسام :

-قسم منها الصبغة العربية ضعيفة فيه ، لأنه يخضع للنفوذ الأجنبي و هو محكوم بنظم خاصة ، مثل سوق هجر بالبحرين .

¹ - عقون محمد العربي ، الاقتصاد و المجتمع في الشمال الإفريقي القديم ، سلسلة الكتب الأساسية في العلوم

الإنسانية والاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008 ، ص 50 .

-قسم آخر من صنع العرب أنشأوه بحكم الحاجة إليه ، وفي هذه السوق تتمثل عادات العرب في البيع والشراء والدين والزواج مثل سوق "عكاظ" .

-قسم ثالث ليس له صبغة معينة ، يقع على البحر مثل أسواق "الجنبدل" و"المشقر" وسوق "المجنة" و"ذي المجاز"¹ .

2-2 السوق في الإسلام :

إن إنشاء الأسواق في المدن الإسلامية كان من محاور النهضة بعمرانها فهو من متطلبات الجماعة الإسلامية ، وهو أحد الركائز الاقتصادية لأن المدن تتفاضل بالأسواق وكثرة الأرزاق ، ونفاق الأسواق من تفاضل عمرانها في الكثرة والقلة ، ومن ثم فإن الازدهار الاقتصادي ينعكس على ازدهار الأسواق و عمارتها .

وبالرجوع إلى تاريخ الأسواق نجد لها اهتماما في عهد الرسول صلى الله عليه و سلم ، حيث قام باختيار و تحديد موقع السوق بالمدينة المنورة ، الذي يعرف اليوم ب"المناخة" وقال صلى الله عليه وسلم : " هذا سوقكم لا تتخرجوا ولا يضرب عليه الخراج " . وكان نظام الأسواق آنذاك على سنة المساجد ، فمن سبق إلى موضع فهو له حتى يفرغ منه ، وقد أكد على ذلك الخليفة عمر رضي الله عنه عندما قال : " الأسواق على سنة المساجد ، من سبق إلى مقعده فهو له حتى يقوم آلي بيته أو يفرغ من بيعه " .²

كما ظهرت الأسواق المسقوفة أو القيصرية أول ما ظهرت في المدن العربية الإسلامية في المدينة المنورة ، إذ روي أن معاوية بن أبي سفيان قام بتشيد مبنيين في منطقة السوق، ثم ظهرت بعد ذلك في الفسطاط ، حيث روي بأن والي عبد الملك بن مروان في مصر قام ببناء عدة قيصريات و كانت الأسواق تنشأ إما دفعة واحدة من قبل الدولة كما هو الحال بالنسبة لبناء أسواق الكوفة و بغداد ، أو أنها كانت تبنى تدريجيا من قبل الأفراد كما حدث في سوق المدينة المنورة .³

وقد عني الإسلام بالسوق عناية ظاهرة ففي أول قدوم الرسول صلى الله عليه و سلم إلى المدينة كان في أهلها من اشترى استوفى بكيل راجح ومن باع بخس المكيال والميزان

¹ - إبراهيم عماري ، مرجع سابق ، ص 19-23 .

² - محمد عبد الستار عثمان ، مرجع سابق ، ص 228 .

³ - وزارة الشؤون البلدية و القروية ، دليل تخطيط الأسواق الشعبية ، مكتبة الملك فهد ،السعودية ،2006، ص 5-6.

فكانوا بذلك من أخبث الناس كيلا فأنزل الله تعالى: (وَيَلِّمُ الْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ)¹. وقد عاب القرآن الكريم على العرب عندما كانوا يعتقدون أن المشي في الأسواق يتنافى مع الهيبة والجلال ، وينبغي أن يكون النبي بعيدا عن هذه الأماكن فقال الله تعالى عن لسانهم: (وَقَالُوا مَا لِهَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ فَيَكُوبَ مَعَهُ نَذِيرًا)². فرد الله عليهم بقوله: (وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ³ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ⁴ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا)³.

كما اهتم الإسلام بوضع الضوابط والأسس وإرساء القواعد والأحكام والإكثار من التوجيهات والنصائح التي تأخذ بيد هذا النشاط البالغ الأهمية إلى الطريق المستقيم الذي تتحقق فيه مصلحة الأفراد والجماعات على حد سوى، حيث يقوم السوق في الإسلام على أساس المنافسة الحرة المضبوطة بالتشريع الإسلامي.⁴

2-3 الأسواق المعاصرة:

إن الأسواق الحالية التي تسود في عالمنا المعاصر ليست هي نفسها الأسواق التي كانت في الماضي من حيث شكلها وأنواعها ، وما يحدث فيها من عمليات اقتصادية واجتماعية وليست هي من حيث ملامحها، وبالتالي فقد تغيرت شكلا ومضمونا ، وما صاحب ذلك من تغير في وظائفها وأشكالها ، والنتائج المترتبة عليها بالنسبة لأفراد وجماعات المجتمع.

2-3-1 وظائف الأسواق المعاصرة :

فيما يخص وظائف الأسواق هناك وجهتي نظر:

2-3-1-1 المقاربة الاقتصادية :

وتجمل وظائف الأسواق في خمس وظائف :

¹ - سورة المطففين ، الآيات : 1-2-3

² - سورة الفرقان الآية : 7

³ - سورة الفرقان الآية : 20

⁴ . 20 : 18 10-02-2012 11/65.asp 10-02-2012 - www.elazhar.com/conf-au/

- تحديد قيم السلع أو المنتجات والخدمات من خلال بعض المؤشرات منها الأسعار والجودة والماركة السلعية وغيرها .

- تلعب الأسواق دور المنظم للإنتاج ، عن طريق حساب التكاليف .

- توزيع السلع والخدمات ، وكذلك الخدمات في مختلف أشكالها تبعاً لتتنوع أشكال الأسواق من أماكن تواجدتها إلى غيرها من أماكن تكون غير متوفرة أو نادرة فيها ويحتاج إليها كل من أعضاء جماعات المجتمع.

- تقوم الأسواق بتحديد الأنصبة ، حيث يعتبر تحديد الأنصبة هو أساس التسعير .

- تتكفل الأسواق وخاصة منها المالية بإدارة الأموال والثروات الحالية والمستقبلية .

2-1-3-2 المقاربة الاجتماعية والثقافية :

هذه النظرة تذهب إلى أن وظائف الأسواق لم تقتصر على عرض أو بيع السلع والخدمات فقط ، بل تشمل على غيرها من الأنشطة المرتبطة بالترفيه. ففي القديم كان للعرب أسواقهم السنوية في الجاهلية والإسلام ، وكان من أشهرها سوق " عكاظ " ، حيث كان يلتقي فيه العرب مرة كل عام ، ليتابعون ويستمعون إلى الإنتاج الثقافي لشعرائهم في المجال الأدبي ، كما كانت الأسواق المقامة في المدن الأوروبية لا تقتصر هي الأخرى على البيع والشراء أيضا ، بل كان يؤمها المشعوذون وقارئو الطالع وغيرهم . وهكذا أصبح يحتل نشاط التسلية والترفيه اليوم مكانة ربما تكون أكثر أهمية وأعظم شانا من عمليات البيع والشراء¹.

2-3-2 أشكال الأسواق المعاصرة :

بسبب قصور أدوات تحليل الأسواق ، وبالرغم من استقلال بعضها عن البعض فقد صنفنا إلى فئتين : تحتوي الفئة الأولى على أسواق السلع والخدمات الاستهلاكية ، وتضم الثانية أسواق عناصر الإنتاج المختلفة ، وإذا كانت التحليلات الاقتصادية انتهت إلى تصنيفها في نوعين ، فإن الواقع الاجتماعي يؤكد على تنوع الأسواق :

2-3-2-1 الأسواق المحلية :

في ضوء المعيار أو البعد الجغرافي يمكن تصنيف الأسواق إلى نوعين هما : الأسواق المحلية أو التقليدية التي تقام في إطار المجتمع الواحد بصفة منتظمة أسبوعيا أو شهريا

¹ - السيد محمد الرامخ، علم الاجتماع الاقتصادي، الطبعة الأولى ، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص 227.

وسنويا ، في مقابل النوع الآخر من الأسواق القومية التي تتعدى الحدود الجغرافية للمنطقة كالقريية أو المدينة بل الدولة .

ففي القديم كان يتحدد السوق ضمن إطار إقليمي أو جغرافي وذلك على مستوى مختلف المناطق داخل الدولة الواحدة ، كان يقال سوق قرية ما أو منطقة كذا ، والذي يتحدد له يوم معين خلال أيام الأسبوع وعادة ما يشار إليه بالسوق المحلي أو الداخلي ، وفي المقابل هناك ما يعرف بالسوق الخارجي أو على المستوى القومي الأكبر ، وبالتالي نجد التسميات الأخرى للأسواق مثل السوق الأوروبية المشتركة ، السوق الإفريقية المشتركة ، وغيرها من الأسواق .

2-3-2 أسواق الفقراء وأسواق الأغنياء :

يمكن النظر إلى الأسواق في ضوء دخل جماعات وطبقات المجتمع ومستوى معيشتهم ونمط حياتهم ، فأسواق الفقراء هي أسواق للباعة المتجولين والموجودين على الأرصفة ، وفي مجملها تعتبر منافسا قويا لأسواق الأغنياء ، حيث يوجد في كل دول العالم بعض الأسواق التي تتعامل مع الأشياء المستعملة .

أما أسواق الأغنياء فتعبر عنها المحلات الشهيرة ذات السمعة العالية ، وتنتشر في الأماكن والمناطق الراقية ، والتي تعرض فيها السلع والمنتجات الجديدة والماركات العالمية المعروفة ذات الجودة العالية .

2-3-3 الأسواق الرأسمالية والاشتراكية وأسواق العالم الثالث :

ويعتمد هذا التصنيف للأسواق على طبيعة وخصائص النظام الاقتصادي السائد على المستوى العالمي¹ .

وبالرغم من وجهة هذا التصنيف وشموليته إلا انه من ناحية يعتبر بمثابة تصنيف إيديولوجي ، ومن ناحية أخرى هو تصنيف يغلب عليه الطابع الجغرافي . كما أن انتهاء الحرب الباردة وتفكك الاتحاد السوفيتي اثر على اقتصاديات التخطيط المركزي ، والتي انعكست على شكل الأسواق التي كانت سائدة من قبل .

¹ - المرجع نفسه ، ص234

2-3-2 أسواق الاقتصاد الرسمي وأسواق الاقتصاد الخفي :

2-3-2-1 أسواق الاقتصاد الرسمي :

وهي التي تعبر عن كل أنواع ونماذج الأسواق التي تنظم التعاملات فيها القوانين واللوائح المعمول بها رسمياً ، ومن ثم يعترف بها جميع أعضاء وطبقات المجتمع .

2-3-2-2 أسواق الاقتصاد الخفي :

تحدد أسواق الاقتصاد الخفي من مكونين أساسيين ، يعبر المكون الأول لها عن الدخل (جمع دخل) المترتبة على بعض الأنشطة الاقتصادية المحظورة ، كما يعبر الثاني عن الدخل المترتبة على الأنشطة المشروعة وغير المعلن عنها .

يرجع ظهور هذه الأسواق إلى أوقات الحروب وظروف التوتر الدولي ، وكذلك ما يحدث من انخفاض في الكميات المعروضة نتيجة لتقييد الاستيراد ، أو نتيجة لحدوث كوارث طبيعية . وقد يكون سبب ظهورها مرتبطاً بمسألة الفساد السياسي أو الإداري وممارسة بعض المؤسسات أو الشركات للاحتكار الجماعي أو الفردي .

وهكذا ففي ضوء معيار نوع وخصائص السلع والمنتجات أو الخدمات المتداولة ، يمكن تصنيف الأسواق المعاصرة إلى :

- أسواق المال .

- أسواق العمل .

- أسواق السلع والمنتجات الاستهلاكية .

- أسواق الخدمات¹ .

3-تصنيف الأسواق : هناك تصنيفين للأسواق :

3-1التصنيف الأول : حسب توقيت الأسواق ، و ينقسم بدوره إلى قسمين :

3-1-1 الأسواق الموسمية :

وهي الأسواق التي تقام في مواسم محددة ، قد تكون المواسم أيام محددة في الأسبوع أو شهرية ، أو قد تكون سنوية وهذه الأخيرة هي أقدم الأنواع ، وقد كانت هذه الأسواق عند العرب في القديم أكثر من مجرد تعاملات بيع وشراء ، بل كانت تقام فيها الفعاليات الثقافية إلى الجانب الاقتصادي كسوق عكاظ وسوق المربد بالبصرة .

¹ - السيد محمد الرامخ ، مرجع سابق ، ص 235-237

3-1-2 الأسواق الثابتة :

وهي الأسواق التي تقام يوميا ، و هي ثابتة في مكان واحد و في كل المواسم ، وكانت هذه الأسواق تقام كالموسمية ، أي بدون دكاكين أو محلات ، حيث كان التجار يأتون بما يحتاجون إليه لعرض بضائعهم و ينصبونها في مواقعها ، و كانت السوق عبارة عن أرض مفتوحة تمتلئ كل صباح بالتجار ثم تزال الهياكل المؤقتة كل مساء حين انفضاض السوق.¹

3-2 التصنيف الثاني : و هذا التصنيف يعتمد لدى الاقتصاديين حيث يقسم هذا التصنيف الأسواق إلى أربع أنواع :

3-2-1 سوق المنافسة الكاملة : من خصائصه :

- توفر عدد كبير من المنتجين و المشترين .
- السلعة المنتجة لدى الجميع متجانسة .
- حرية الدخول إلى السوق و الخروج منه .
- المعرفة التامة بظروف العرض من قبل الجميع .

3-2-2 سوق الاحتكار : من خصائصه :

- وجود بائع أو منتج واحد في السوق .
- عدم وجود بدائل للسلع التي ينتجها المحتكر .²
- وجود عوائق تمنع دخول شركات للسوق و المحتكر له أن يتحكم في الكمية المعروضة أو الثمن ، و لكن لا يمكنه التحكم في الاثنين معا .

3-2-3 سوق المنافسة الاحتكارية : و هي تجمع بين المنافسة و الاحتكار ، فتأخذ من

صفات سوق المنافسة و تأخذ من صفات سوق الاحتكار . من خصائصها :

- وجود عدد كبير من المؤسسات الصغيرة .
- السلع المنتجة متشابهة و ليست متجانسة تماما .
- سهولة الدخول و الخروج من السوق و إليه .

¹ - <http://ar.wikipedia.org> 10-02-2012 18:50 .

² - عبد الحليم كراجة ، مرجع سابق ، ص 28 .

3-2-4 سوق منافسة القلة : من خصائصه .

- وجود عدد قليل من المنتجين .
- السلع المنتجة قد تكون متجانسة و قد تكون متميزة .
- وجود عوائق كبيرة لدخول السوق ¹.

3-3 الأسواق الشعبية :

عبارة عن مكان يتم فيه بيع و شراء السلع الشعبية ، و التي تتيح للمواطنين و المقيمين الحصول على احتياجاتهم بأسعار بسيطة ، و قد يكون السوق متخصصا في سلعة ما تميزه عن باقي الأسواق ، و يقام السوق الشعبي في يوم معين من الأسبوع (موسمي) أو على مدار الأسبوع (دائم) ، و يأخذ السوق صورة مساحة كبيرة سواء كانت مكشوفة أو مسقوفة.²

3-4 أسواق الماشية : تعرف بأنها أماكن خاصة لتلاقي الباعة و الزبائن لتبادل مواشي حية، و الأشكال الأولى لسوق المواشي هي تلك الأماكن الخاصة لتلاقي الناس لبيع و شراء المواد الأساسية للحياة اليومية.

4- تنظيم السوق :

تعرف عملية تنظيم السوق بأنها كافة الإجراءات التي بواسطتها يتم تقسيم السوق الكلية لسلعة أو خدمة ما إلى أجزاء أو أسواق فرعية من المستهلكين المتشابهين نسبيا في حاجاتهم و قدراتهم ، و اختيار جزءا أو سوقا فرعية أو أكثر كأسواق مستهدفة يراد الوصول إليها بواسطة مزيج تسويقي محدد . مما يحقق فوائد عديدة منها :

- إتاحة الفرصة للمنتج أو للمسوق لتجنب المنافسة المباشرة مع غيره من المنافسين الرئيسيين في سوق السلعة أو الخدمة .
- تحقيق أقصى إشباع ممكن للمستهلكين في الأسواق المستهدفة .
- تزويد المنظمة بإطار عام لما يجب أن يكون عليه نظام التوزيع الخاص بالسلعة .
- الكشف عن الحاجات و الرغبات غير المشبعة لدى بعض المستهلكين .
- تركيز و تخطيط الجهد الترويجي و الإعلان و الرقابة عليه ³.

¹ - المرجع نفسه، ص 29 .

² - وزارة الشؤون البلدية و القروية ، مرجع سابق ، ص 6 .

³ - كاسر نصر المنصور ، مرجع سابق ، ص 45-47 .

المبحث الأول :التعاملات التجارية :

قبل أن نتطرق للتعاملات التجارية لابد لنا من فهم العلاقات الاجتماعية ، باعتبار أن الإنسان ككائن اجتماعي و أن المجتمعات الإنسانية لم تولد بهذا التعقيد و التركيب ، من حيث بنائها و أنساقها الاجتماعية ، بل هي وليدة مسار تاريخي طويل . فالمجتمع البشري كانت بداية تفاعلات أفرادها قائمة على علاقات تبادلية محدودة ، و لكن بعد التطور و اتساع النشاط الإنساني الذي حقق ما يسمى بفائض القيمة الذي تولدت عنه علاقات اقتصادية ، هاته الأخيرة اندرجت ضمنها العلاقات التجارية .

1-العلاقات الاجتماعية :

يتحدد مفهوم العلاقات الاجتماعية بالارتكاز على أسس الموقف الاجتماعي من خلال عناصره الثلاث ، العلاقات الاجتماعية التبادلية ، التفاعل الاجتماعي ، والإدراك الاجتماعي.¹ فالعلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي مرتبطان اشد الارتباط ، فالعلاقة هي الصلة ، والتفاعل هو تغير يحدث عليها بالتأثير أو بالتأثر " فكل إثارة تتحول إلى استجابة و كل استجابة تتحول إلى إثارة و هكذا على نحو متناوب يتكون التفاعل"² و للعلاقات الاجتماعية مستويات عدة من أهمها :

1-1العلاقات غير التبادلية : وتكون بوجود طرفين دون حدوث تفاعل بينهما .

1-2علاقات الاتجاه الواحد : وتحدث هذه العلاقة بوجود طرفين ، عن طريق تأثير الأول في الثاني والعكس غير صحيح ، وهذا ما نجده في السلوكات التي لا تحتاج إلى اتصال مباشر .

1-3 العلاقات شبه التبادلية : هذا النوع من العلاقات يحدث بين طرفين على علاقة محددة مسبقا بينهما ، وبالتالي لا تحمل هذه العلاقة أي تفاعل لأنها شكلية فقط .

1-4العلاقات المتوازية : هذا النوع من العلاقات يحدث عند وجود فاعلين في موقف واحد، فيحاول الأول التأثير في الثاني والثاني نفس الشيء لكن بدون أن ينجح أي منهما ، وهذه هي صفة التوازي أي عدم التلاقي في أي نقطة .

¹ - عبد العزيز محمد خواجة ، مرجع سابق ص 47 .

² - المرجع نفسه ، ص 48-49.

1-5 العلاقات المتبادلة غير المتناسقة: يحدث هذا النوع من العلاقات بوجود فردين وتكون استجابات الأول معتمدة على سلوك الثاني ، دون اعتماد سلوكيات الثاني على استجابات الأول ، فهذه " العلاقات غير متناسقة و تصبح أحيانا (شبه متبادلة) إذا كانت أحيانا غير محددة أو بتأثير جانب في الآخر كالمقابلات الجاهزة " .

1-6 العلاقات المتبادلة : وهي أكمل صور التفاعل الاجتماعي لضرورة وجود الطرفين معا لحدوث التفاعل بينهما وتأثير احدهما في الآخر.¹

2- العلاقات الاقتصادية :

إذا كانت العلاقات الاجتماعية عبارة عن أنواع محددة من التفاعلات الدائمة والمتبادلة بين الناس ، و هي ناشئة عن نوع معلوم من النشاط المستمر . وهناك أنواع مختلفة من العلاقات الاجتماعية ، مثال ذلك العلاقة بين الحكام و المحكومين التي تنجم عن ممارسة السلطة السياسية ، أو العلاقة بين المعلم و الطالب و هي ناتجة عن عملية التعليم . وتختلف العلاقات الاجتماعية التي تنشأ في العملية الاقتصادية عن جميع العلاقات الاجتماعية الأخرى في أنها تكون مرتبطة بالأشياء المادية التي تشبع الحاجات البشرية - تكون مرتبطة بوسائل الإنتاج أو السلع² الاستهلاكية - و تسمى العلاقات الاجتماعية التي تقوم على هذا المنوال بالعلاقات الاقتصادية . وبتعبير انجلز : " هذه العلاقات ... دائمة الارتباط بالأشياء " وهنا تكون الأشياء ، الأشياء المادية حلقة اجتماعية رابطة بين الناس . وتكون هذه العلاقات بين الناس والشئ هي همزة الوصل للعلاقات بين الناس جزءا من العلاقات الاقتصادية ، وتظهر هذه العلاقة بين الناس والشئ في العملية الاقتصادية باعتبارها الرباط بين العمل المبذول و كمية المنتوجات الناشئة أي إنتاجية العمل ، وتظهر في عملية التوزيع بوصفها الرباط بين الحاجات البشرية و المنتوجات المتنوعة ، أي المنفعة أو القيمة الاستعمالية . وهناك نوعان من العلاقات الاقتصادية ينشأ النوع الأول في عملية الإنتاج و يسمى بعلاقات الإنتاج ، وينشأ النوع الثاني في عملية التوزيع و يسمى بعلاقات التوزيع ، وعندما يأخذ التوزيع

¹ - المرجع نفسه ، ص 53 .

² - أوسكار لانكه، تر : محمد سلمان حسن، الاقتصاد السياسي، الطبعة الثالثة، دار الطليعة، لبنان، 1978، ص 51 .

شكلا تبادليا في مرحلة معينة من التطور التاريخي تسمى علاقات التوزيع بعلاقات التبادل.¹

3- التعاملات التجارية :

3-1-تعريف التجارة :

3-1-1 لغة : تجر : تَجَرَّ ، يَتَجَرُّ ، تَجَرًّا . و تِجَارَةٌ : بَاعَ و شَرَى و الجمع تِجَارٌ

و يقال ناقة تاجرة و أخرى كاسدة إذا كانت تنفق إذا عرضت على البيع لنجابتها².

- التجارة بالفرنسية "commerce" ، هي التبادل الطوعي للبضائع أو الخدمات أو كليهما معا .

3-1-2 اصطلاحا :

تعني التجارة في مفهومها الاقتصادي عملية الوساطة والتوسط بين المنتج والمستهلك ، ما ينتج لنا نوعين من الأعمال خارج نطاق التجارة ، الأول ما يقوم به المنتج ، والثاني ما يقوم به المستهلك من أفعال تقتصر على شراء السلعة بهدف استهلاكها والانتفاع بها ، ومن هنا نجد تلاقيا بين المفهوم اللغوي للتجارة والمفهوم الاقتصادي لها ، والذي بدوره يتمثل في النشاط والأعمال المتصلة بتداول السلع.³

- ويعرفها ابن خلدون في كتابه المقدمة بقوله : " اعلم أن التجارة محاولة الكسب بتممية المال بشراء السلع بالرخص و بيعها بالغلاء أيا ما كانت السلعة من دقيق أو زرع أو حيوان أو قماش . وذلك القدر النامي يسمى ربحا ، فالمحاول لذلك الربح إما يختزن السلعة ويتحين بها حوالة الأسواق من الرخص إلى الغلاء فيعظم ربحه وإما بأن ينقله إلى بلد آخر تنفق فيه تلك السلعة أكثر من بلده الذي اشتراها فيه فيعظم ربحه . ولذلك قال بعض الشيوخ من التجار لطلب الكشف عن حقيقة التجارة : أنا أعلمها لك في كلمتين : اشتراء الرخيص وبيع الغالي "⁴.

1 - المرجع نفسه ، ص 52 .

2 - ابن منظور ، مرجع سابق ، ص 312 .

3 - <http://ar.wikipedia.org.20/12/2011.14:00> .

4 - عبد الرحمن بن محمد بن خلدون ، مقدمة ابن خلدون ، دار الكتاب العربي ، لبنان ، 2006 ، ص 366 .

3-2 أشكال التعاملات التجارية :

3-2-1 البيع :

3-2-1-1 لغة : معناه أخذ الشيء و إعطاؤه ، مأخوذ من الباع أي اليد .

3-2-1-2 اصطلاحا : هو مبادلة مال بمال تمليكا و تملكا حالا أو أجلا بعين أو منفعة أو غيرها .

- سنده في القرآن : قول الله تعالى : (الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ)¹.

- سنده في الحديث: قوله الرسول (أطيب الكسب عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور)².

3-2-1-3 شروط البيع :

- التراضي بين العاقدین (البائع والمشتري) ، فلا يصح الإكراه .
- أن يكون المتصرف مكلف وجائز التصرف .
- أن يكون البائع مالكا للمبيع أو وكيلا فيه ، فلا يبيع ما لا يملك .
- معرفة الثمن و المثمن و مقداره برؤية أو صفة فلا يصح بيع المجهول.
- أن يكون منجزا غير معلق بشرط مستقبلي .

3-2-1-3 أركان عقد البيع : العاقدان : وهما طرفا العملية (البائع والمشتري)، المعقود

عليه : وهو الثمن والمثمن، صيغة العقد : وهي كل قول أو فعل يدل على إرادة البيع والشراء. ولها صيغتان، الأولى قولية وتسمى الإيجاب والقبول . والثانية صيغة فعلية وتسمى المعاطاة³ ، وهي إعطاء كل من العاقدین لصاحبه ما يقع التبادل عليه دون إيجاب ولا قبول ، أو بإيجاب دون قبول ، أو عكسه ويصح بها البيع في القليل والكثير متى كان هذا معتادا⁴ .

¹ - سورة البقرة ، الآية 275

² - رواه احمد بن حنبل

³ - http://www.sougaldoha.com 20-12-2011 . 13 :50

⁴ - إبراهيم عماري ، نظام السوق في الفقه الإسلامي و أثر الرقابة الشرعية و القانونية في تنظيمه (أطروحة ماجستير في العلوم الإسلامية) دراسة غير منشورة ، جامعة الجزائر ، الجزائر ، 2004 ، ص 64 .

3-2-2-2 القرض :

القرض: هو مقدار من المال يعطيه المقرض للمقترض ليرده إليه عند قدرته عليه ، وهو في أصل اللغة: القطع.

وسمي بالقرض؛ لأن المقرض يقطعه قطعة من ماله . وهو مرادف لكلمة السلف لان كليهما استعارة لمال عند العسر وإرجاعه عند اليسر.

3-2-2-1 أنواع القروض: القرض في الإسلام ينقسم إلى قسمين: قرض حسن، وربوي فالقرض الحسن هو ما يعطيه المقرض من المال إرفاقاً بالمقترض ليرد إليه مثله دون اشتراط زيادة، ويطلق هذا اللفظ كما جاء في القرآن على المال الذي ينفق على المحتاجين طلباً لثواب الآخرة.

والقرض الربوي: هو القرض الذي يشترط فيه المقرض شيئاً زيادة على ما أقرض¹.

3-2-2-2 الربا :

3-2-2-1 لغة :

هو الزيادة مطلقاً ، تقول : ربا المال أي زاد ونما ، وتقول : أربا الرجل ماله ، إذا زاده ونمّاه بالربا، قال تعالى : (وَتَرَى الْأَرْضَ هَامِدَةً فإِذَا أَنْزَلْنَا عَلَيْهَا الْمَاءَ اهْتَزَّتْ وَرَبَتْ وَأُنْبِتَتْ مِنْ كُلِّ زَوْجٍ بَهِيجٍ)²، أي علت وارتفعت ، وذلك معنى الزيادة فإن العلو والارتفاع زيادة على الأرض.

وقال تعالى : (وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِي نَقَضَتْ غَزْلَهَا مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ أَنْكَنَّا تَتَّخِذُونَ أَيْمَانَكُمْ دَخْلًا بَيْنَكُمْ أَنْ تَكُونَ أُمَّةٌ هِيَ أَرْبَى مِنْ أُمَّةٍ إِنَّمَا يَبْلُوكُمْ اللَّهُ بِهِ³ وَلِيُبَيِّنَ لَكُمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ مَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ)³، أي أكثر عدداً .

3-2-2-3 اصطلاحاً :

الربا في الشرع هو فضل خال عن عوض شرط لأحد العاقدين " زيادة أحد البدلين المتجانسين من غير أن يقابل هذه الزيادة عوض " .

¹ - <http://www.alimam.ws/ref/615/27/03/2012.18M11>

² - سورة الحج الآية : 5

³ - سورة النحل الآية : 92

3-2-3 موقف الشرائع والديانات من الربا :

لم ينفرد الإسلام بهذا الموقف الواضح من الربا ، بل إن الشرائع والديانات كلها قد أجمعت على تحريم الربا ، ففي الديانة اليهودية ورد هذا النص في العهد القديم وهو خاص بالربا " إذا أقرضت مالاً لأحد أبناء شعبي فلا تقف منه موقف الدائن ، ولا تطلب منه ربحاً لمالك " ¹.

إن تحريم الربا ليس لأجل التحريم ، وإنما لما يترتب على التعامل به من المضار المختلفة ، وقد اتفقت جميع الكنائس النصرانية على تحريم الربا، واشتد لوثر في هذا التحريم حتى وضع رسالة عن التجارة والربا . ولم تكن الديانات هي وحدها التي أجمعت على تحريم الربا بل المفكرين من غير المسلمين قد أيدوا الديانات في نظرتها إلى الربا وضرره ، فالفلاسفة اليونان استنكروا الإقراض بالربا ، وتصبح هناك فجوة بين الأغنياء والفقراء.

وقد حرمت الكنيسة دفع الفائدة ، وتكاد تكون هذه النظرة عامة طوال ألف عام تقريباً . وظل هذا التحريم سائداً في القرون الوسطى حتى جاءت الثورة الفرنسية واحتضنت المذهب المعارض للتحريم وهذه النظرة كانت للشريعة الإسلامية وأنه محرم في جميع مصادر الشريعة الإسلامية ، أولها القرآن الكريم والسنة النبوية التي هي مفسرة للقرآن ، ولعن الله ورسوله المتعامل بالربا وهدد وتوعد المتعاملين به بالخسران في . وقد أجمع المسلمون كغيرهم على تحريم الربا بأنواعه قليلة وكثيرة إلا لضرورة وهذه الضرورة لكل إنسان حسب شعوره بالمسؤولية أمام خالقه .

وأن للربا آثاره السياسية بتسلط الأغنياء على الفقراء ، ولذلك تأتي القاعدة : إن الانتظار هي صنعة المرابي وهي كفيلة بإفساد النظام الاقتصادي كله ، وأما اجتماعياً فإنه لا يختلف اثنان أن المجتمع الذي يتعامل بالربا يفشى بينهم الأثرة والأنانية فلا يساعد بعضهم إلا أن يرجو من هذه المساعدة فائدة ، ويكون المجتمع فريقان ، غني وفقير فالغني يغتم هذا للاستثمار والتمول و، هو على حساب الفقير، فيكون المجتمع غير متعاون ومتفكك، ويكون بالتالي التحارب والتشابك ، ولا بد أن يكون هناك تأثير هذا التعامل على الناحية

¹ - <http://www.dmuae.com/31/03/2012.13:15>

الاقتصادية ، فيكون بالزيادة التي يأخذها المرابي فائدة على أمواله ، وهذا ما يسمى بمهنة المرابي، وهي آفة عامة لم يسلم منها ومن شرها أي قطر من الأقطار العربية والعالمية.¹

المبحث الثالث: القيم الإسلامية في التعاملات التجارية :

في الوقت الذي يرى فيه الشيوعيون أن الدين أفيون الشعوب ، و يرى فيه الرأسماليون الماديون أنه لا علاقة بين النشاط الاقتصادي والدين ، لأن وظيفة الدين حسبهم هي إشباع الجانب الروحي في الكنائس والأديرة ، وأن ما لقيصر لقيصر وما لله لله ، فإن الإسلام يرى أن النشاط الاقتصادي ينبع من الإيمان كطاقة محركة للمسلم إلى كل عمل صالح ، لأن الإسلام ينظر إلى الإنسان على أنه كل متكامل لا يصح إشباع جانب منه على حساب جانب آخر².

و قد بين الرسول صلى الله عليه و سلم أهمية التجارة في قوله : (تسعة أعشار الرزق في التجارة و العشر في المواشي)³.

و ضرورة تداولها بأخلاق يضيفي عليها التراض و تحقيق الفائدة لكل الأطراف⁴. قال الله تعالى : (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا⁵.

ومن هذه الأخلاق نذكر ما يلي :

1-قيمة الصدق :

مفهوم الصدق : هو مطابقة القول للفعل وهو أشرف الفضائل التي يمكن أن يتحلى بها الإنسان، لخصائصه الجليلة وآثاره الهامة في حياة الفرد والمجتمع ، فهو معيار الاستقامة والصلاح، وسبب النجاح والنجاة، لذلك مجدته الشريعة الإسلامية، قرآنا وسنة⁶.

1 - <http://www.dmuae.com/31/03/2012.13:15>

2 - أحمد يوسف ، القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي ، دار الثقافة ، مصر ، 1990 ، ص 80 .

3 - رواه سعد بن منصور .

4 - عز الدين الخطيب التميمي، العمل في الإسلام : مفاهيمه، قيمه، أحكامه، شركة الشهاب، الجزائر، 1987، ص55.

5 - الفرقان الآية 20 .

6-<http://www.alifta.net/Fatawa/> .10:00- 2013/01/22 .

قال تعالى: ﴿ وَالَّذِي جَاءَ بِالصَّدَقِ وَصَدَّقَ بِهِ - أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴾ هُم مَّا يَشَاءُونَ عِنْدَ رَبِّهِمْ ذَٰلِكَ جَزَاءُ الْمُحْسِنِينَ 1 .

وقال تعالى: ﴿ يَتَأَيُّبُ الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ 2 .

وهو الإخبار عن الشيء بما هو عليه ، وفي مجال التعامل يكون الصدق بالإخبار عن الأوصاف الواقعية الحقيقية لموضوع العقد (كأن يكون الصدق في ثمن شراء المبيع ، وتكلفة نقله ...) 3 . قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : (التاجر الصدوق الأمين مع النبيين و الصديقين والشهداء يوم القيامة) 4 . و قال أمير المؤمنين : " إلزموا الصدق فإنه منه منجاة " . فالصدق مآثر كثيرة مثل : شيوع التفاهم و التآزر بين المجتمع فإذا صدق المتبايعون في مبيعاتهم ، ارتاحوا جميعا من عناء المماكسة وضياع الوقت في نشدان الواقع وتحري الصدق 5 . وقد حذر الرسول صلى الله عليه و سلم من الكذب و الغش مما لهما من آثار سلبية على العلاقات التجارية و التعاملات فقال : (يا معشر التجار إن التجار يبعثون يوم القيامة فجارا إلا من اتقى وبر وصدق) 6 . و كان صلى الله عليه وسلم يحذر من الحلف كوسيلة في المعاملات التجارية لترويج السلع وبيع البضائع في مثل قوله : (الحلف منفعة للسلعة لمحقة للبركة) 7 . و للصدق أقسام :

- الصدق في الأقوال : وهو الإخبار عن الشيء على حقيقته من غير تزوير و تمويه .
- الصدق في الأفعال : وهو مطابقة القول كالبر بالقسم ، و الوفاء بالعهد و الوعد .
- الصدق في العزم : وهو التصميم على أفعال الخير ، فإن أنجزها كان صادق العزم وإلا كان كاذبا .
- الصدق في النية : و هو تطهيرها من شوائب الرياء و الإخلاص إلى الله تعالى وحده 8 .

1 -سورة الزمر الآية 33 -34

2- سورة التوبة الآية 119

3- أحمد يوسف ، مرجع سابق ، ص 102 .

4- رواه الترمذي

5 - عز الدين الخطيب التميمي ، مرجع سابق ، ص 56 .

6- حديث رقم : 6405 في ضعيف الجامع

7- حديث صحيح أخرجه البخاري ومسلم وأبو داود والنسائي وأحمد من حديث أبي هريرة

8 - http://forum.brg8.com 7/3/2012 14:00

2- قيمة التسامح :

التسامح هو التساهل و السماح ، و هو ضد التزمت و التشدد ، و يكون مع النفس كما يكون مع الآخرين . فالدين الإسلامي يحث على لين الجانب و السهولة في التعامل مع الآخرين ، و هو ما يطلق عليه السماح و التسامح .¹

و قد دعا النبي بالرحمة للتاجر السهل في بيعه و شرائه و أخذه و عطائه حيث قال : (رحم الله رجلا سمحا إذا باع و إذا اشترى و إذا اقتضى)².

و السماح في البيع أن يتخلق البائع بعدة خصال ، و لعل أولها أن يوفي الكيل بالميزان ، ما دام تقاضى الثمن على وزن أو كيل معلوم ، و من خصال السماح كذلك ألا يحتكر التاجر سلعته فيتحكم في سعرها و يزيد في ثمنها كما يريد ، مستغلا في ذلك حاجة الناس إلى الشراء . و كذلك أن يكون البائع صادقا في عرضه سلعته ، فلا يظهر منها الجانب الطيب و يخفي المعيب .³ فذلك من الغش الذي نهى عنه الرسول صلى الله عليه وسلم بقوله : (من غشنا فليس منا) .

يحدد سقراط معنى التسامح "بأنه يجب على كل فرد أن يمارس حرّيته كما يعتقد بدون تدخل من الآخر ، وأن لا يمارس الآخر أي إرغام على الفرد فارضا عليه معتقد أو فكرة بقوة" .⁴

هو بذل ما يجب تفضلاً و يطلق التسامح على معاني قريبة منه :

- العفو لقوله تعالى ﴿ خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ ﴾⁵.

-الصفح لقوله تعالى ﴿ فَأَصْفَحْ عَنْهُمْ وَقُلْ سَلَمٌ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ ﴾⁶.

-المغفرة لقوله تعالى ﴿ وَالَّذِينَ تَجْتَنِبُونَ كَبِيرَ الْإِثْمِ وَالْفَوَاحِشَ وَإِذَا مَا غَضِبُوا هُمْ يَغْفِرُونَ ﴾⁷.

¹ - محمد علي الهمشري وآخرون، مفاهيم و قيم إسلامية، الطبعة الأولى، دار أركان، السعودية، 1997، ص 50 .

² - رواه البخاري

³ - محمد كامل حته ، القيم الدينية و المجتمع ، دار المعارف ، مصر ، د س ، ص 165 .

⁴ - عبد القادر بوعرفة وآخرون، التسامح الفعل والمعنى، الطبعة الأولى، دار القدس العربي، الجزائر، 2010، ص 41

⁵ - سورة الأعراف ، آية 199 .

⁶ - سورة الزخرف ، آية 89 .

⁷ - سورة الشورى ، آية 37 .

3- قيمة الأمانة :

يذكر بن فارس أن مادة (الأمانة) لها أصلان متقاربان : أولها الأمانة التي هي ضد الخيانة و معناها سكون القلب ، و ثانيها التصديق ، و المعنيان متدانيان ، و أصل الأمن طمأنينة النفس و زوال الخوف .

1-الأمانة بالمعنى الأخلاقي شعور بالتبعية واحتكام إلى الضمير اليقظ النهوض والرعاية لكل ما في عهدة الإنسان من شيء حسي أو معنوي.¹

2-والأمانة هي كذلك أداء الحقوق و المحافظة عليها ، فالمسلم يعطي كل ذي حق حقه فيؤدي حق الله في العبادة ، ويحفظ جوارحه عن الحرام ، ويرد الودائع .

وقد أمرنا الله تعالى بأداء الأمانة ، فقال : (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا)².

وجعل الرسول صلى الله عليه وسلم الأمانة دليلاً على إيمان المرء وحسن خلقه فقال : (لا إيمان لمن لا أمانة له ، ولا دين لمن لا عهد له)³.

و للأمانة أنواع منها :

- الأمانة في العبادة : و هي الالتزام بالتكاليف و تأدية فروض الدين كما ينبغي كما أمر بها الله تعالى .

- الأمانة في حفظ الجوارح : بحيث يجب على المسلم الحفاظ عليها و لا يستعملها فيما يغضب الله .

- الأمانة في العمل : و هي تأدية المرء لما عليه من واجبات على أكل وجه .

- الأمانة في التعامل : و هي حفظ الودائع و أدائها لأصحابها عندما يطلبونها كما هي .

¹ - <http://www.kasnazn.com> 7/3/2012 17:24

² - سورة النساء الآية : 58

³ - رواه أحمد

خلاصة الفصل : من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل خلصنا إلى أن الأسواق نشأت مع بدايات التفاعلات الاجتماعية بين أفراد المجتمع وان نشأتها الأولى كانت بغرض التبادل، وكان لها الأهمية البالغة حيث أن اغلب المدن نشأت على مقربة من مجاري المياه أو بالقرب من الطرق المؤدية إلى الأسواق وكان الاهتمام بالغ الأهمية بها في مختلف الشرائع والديانات ، من خلال التشريعات والتعاليم المنظمة لمختلف التعاملات التي تحدث بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق ، وبالرغم من تطور الأسواق وتعقدتها إلا أنها لازالت خاضعة لمبادئ التعاملات الإسلامية التي تدعو إلى تحريم التعاملات الربوية والسماحة في البيع والصدق والأمانة

الباب الثاني الدراسة الميدانية

الفصل الرابع محددات الدراسة الميدانية وأدواتها

تمهيد

المبحث الأول : التعريف بمنطقة الجلفة

المبحث الثاني: أدوات جمع البيانات، مجالات الدراسة

وخصائص العينة

خلاصة الفصل

المبحث الأول : التعريف بمنطقة الجلفة

1- الجانب الجغرافي :

1-1 التسمية :

اختلف الرواة في سبب تسمية هذه المنطقة بـ " الجلفة " و الراجح أنه قبل إنشاء المدينة كان سكان المناطق المجاورة ينظمون سوقا أسبوعية يقصدها الناس من كل الجهات ، وترعى مواشهم في هذه المنطقة المسقية بفيضانات الأودية ، حيث التربة الخصبة ، وبعد جفافها تشكل قشرة (جلوف) * و منها جاءت التسمية .

1-2 الموقع و التأسيس :

تقع الجلفة في سفح الأطلس الصحراوي و بمفترق الطرق من الشمال إلى الجنوب، ومن الشرق إلى الغرب، تتمركز الجلفة بين أحضان السهوب الوسطى عند التحام الصحراء بالهضاب العليا و تبعد بحوالي 300 كلم عن الجزائر العاصمة، ومع ذلك يعد جزؤها الجنوبي صحراويا . لذا تشكل همزة وصل بين شمال الجزائر وجنوبها تحد ولاية الجلفة المدية شمالا، و المسيلة شرقا، وتيارت غربا، ولها حدود جنوبية شرقية مع بسكرة والوادي و ورقلة، ومع الأغواط و غرداية في الجنوب الغربي، تقع على ارتفاع 1153 م عن سطح البحر . تتربع على مساحة قدرها 32256.35 كلم² .

وتمثل 1.36 % من المساحة الإجمالية للجزائر، هذه المساحة وهذا الموقع أعطى المنطقة تنوعا طبيعيا، إذ نجد مثلا أنواعا تضاريسية متعددة على امتداد مساحتها الشاسعة . وتغطي الأشجار 1500 هكتار من مساحتها (الصنوبر البحري، العرعار...)، بالإضافة إلى أنواع نباتية استبسية، مثل الحلفاء و الشيخ، والإكليل...، وهي مورد رئيسي للنباتات السهبية، كما أتاحت الطبيعة الصحراوية جنوب المنطقة وجود الواحات والحمادات.¹

تأسست الجلفة كولاية سنة 1974 اثر التقسيم الإداري لتصبح الولاية رقم 17 من ضمن 31 ولاية ، و تتكون الولاية من 12 دائرة و 36 بلدية .²

* جلوف باللهجة المحلية جمع جلفة وتعني القشرة

¹ - <http://goldschool.ibda3.org/t42-topic/27/03/2012.19:01>

² - أحمد سبع ، محمد بلقاسم الشايب ، الجلفة تاريخ و معاصرة ، دار أسامة ، الجزائر ، 2006 ، ص 13 .

1-1 المناخ :

مناخ منطقة الجلفة غير مستقر في عمومها، فهو مزيج بين مناخ البحر الأبيض المتوسط والمناخ الصحراوي . إذ يتميز بقساوة الطقس في الشتاء وكثرة موجات الصقيع المنتظمة، وبقلة الأمطار وعدم انتظامها وامتداد مدة الجفاف وقصر مدة التساقط.

2- الجانب الاجتماعي لمنطقة الجلفة :

1-2 السكان :

بلغ عدد سكان ولاية الجلفة حوالي 797706 نسمة حسب الإحصاء الوطني لسنة 1998¹. و بلغ عدد سكانها 940367 نسمة (في 31/12/2005م) بكثافة سكانية 27.8 نسمة/كلم². و في إحصاء 2008 ارتفع العدد إلى 1 204 134 نسمة و ب 2695000 نسمة (توقعات 2010) نسمة، واحتلت بذلك المرتبة الرابعة وطنيا سنة 2008 من حيث عدد السكان في الجزائر².

2-1-1 سيدي نائل : هو محمد بن عبد الله الخرشفي بن محمد بن أحمد بن المسعود بن عيسى بن عبد الله بن عبد الكريم بن عمر بن محمد بن علي عبد السلام بن سيدي مشيش بن أبي بكر ابن علي بن محمد حرمة بن بو عيسى بن سليمان سلام بن مزوار* بن حيدره بن محمد بن أحمد بن عبد الله بن محمد بن إدريس الأصغر بن إدريس الأكبر بن عبد الله الكامل بن الحسن المثنى بن الحسن السبط بن علي ابن أبي طالب ، و ابن فاطمة الزهراء بنت رسول الله صلى الله عليه و سلم³.

- " نائل " لقب له وهذا من الألقاب المادحة لأنه منقول من اسم الفاعل ينال فهو نائل⁴. ولد سيدي نائل على الأرجح سنة 1504 ميلادي بمنطقة فجيج بالمغرب الأقصى ، و كان من أشهر تلامذة الشيخ العابس أحمد بن يوسف الملياني الذي أمره بالذهاب إلى الجنوب حيث جبال (اللدمي) و بلد النعام و الغزال ، فاستقر بنواحي عين الريش⁵.

1 - أحمد سبع ،محمد بقاسم الشايب ، مرجع سابق ، ص 14 .

2- <http://ar.wikipedia.org/wiki/27/03/2012.19:15>

* ورد في بعض الكتب اسم مروان بدل مزوار .

3 -الميلود الأمين قويسم بن الهدار، موسوعة التحقيق المتكامل، الجزء الثالث، دار أسامة، الجزائر، 2006، ص117.

4 - عامر محفوظي ، تحفة السائل بباقة من تاريخ سيدي نائل ، دار أسامة ، الجزائر ، 2006 ، ص 8 .

5 - أحمد سبع ، محمد بقاسم الشايب ، مرجع سابق ، ص 95 .

2-2- عروش أولاد نائل :

عروش أولاد نائل مكونة من 24 عرشا حسب التنظيم الإداري الفرنسي و كل عرش يتوزع إلى قبائل كثيرة و إلى عائلات أكثر ، و هذه العروش ليست متمركزة بمنطقة معينة بل منتشرة عبر الوطن لكن أغلبهم في جهة الصحراء و التل ، و من العروش المنتمية لسيدي نائل : (كلمة أولاد تتكرر قبل كل عرش) ، مرتبة أبجديا : - أحمد بن يحي - أخناثة - أم لخوة - أم هاني - أمحمد لمبارك - الرقاد بوعبد الله - حركات - خالد - رابح - رحمة - زيان - ساسي - سليمان - سي أحمد - سي أمحمد - طعبة - عامر - عيفة - فرج - لعور - لغويني بن محمد - لغويني بن سالم - يحيى بن سالم¹ .

و القبائل الأربع الكبرى هي : أولاد نائل و تضم عدة بطون و حواش ، و يعدون أكبر القبائل على مستوى المغرب العربي ، و ينتهي نسبهم إلى السيد علي كرم الله وجهه . ثم قبيلة السحاري و أغلبهم يستوطن منطقة زنزاش (حد السحاري) و ما جاورها ، و قد ذكر ابن خلدون أنهم فرع من فروع بني النضر الهلالية ، ثم قبيلة أولاد رحمان و يتمركز سكانها شمال الجلفة تحديدا في عين وسارة و ضواحيها و ينتمون إلى قبيلة عربية أصيلة تدعى قبيلة رياح الهلالية ، و قد اتخذوا الخيمة السوداء شعارا لهم تمييزا عن أولاد نائل الذين يتخذون الخيمة الحمراء شعارهم ، و رابع القبائل قبيلة العبايز و عمومهم يقطن مدينة الشارف غرب الجلفة و حسب أهم الروايات ينتهي نسبهم إلى السيد علي كرم الله وجهه² .

3- الجانب الثقافي :

3-1 الزوايا و شيوخها بمنطقة الجلفة :

تأسست معظم الزوايا في العهد العثماني وبداية الاستعمار ولم يقتصر نشاطها على التربية والتعليم والتحصين الثقافي والحفاظ على اللغة العربية والتقاليد الإسلامية و الهوية الحضارية وإنما تجاوز ذلك للقيام بأنشطة اجتماعية وسياسية لاسيما في عهود الاستعمار ،

¹ - لمبارك بلحاج ، صور و خصائل من مجتمع أولاد نائل ، مديرية الثقافة ، الجلفة ، 2007 ، 17 .

² - علي عدلاوي ، الأمثال الشعبية ضوابط و أصول منطقة الجلفة نموذجا ، الأوراسية للطباعة و النشر ، الجزائر ،

2010 ، ص 15-16 .

ويمكن اعتبار سنة 1830 بداية التاريخ الجهادي للزوايا، و لم يعتمد شيوخ الزوايا على الدولة لتأسس أو لتمول لهم زوايا يواصلون منها رسائلهم التعليمية .
أهم الزوايا و مشائخها :

- زاوية سي علي بن دنيدينة - الجلفة-
- زاوية الشيخ بن عرار - حاسي بحبح-
- الزاوية الطاهرية - مسعد-
- زاوية الشيخ عبد الرحمن النعاس - دار الشيوخ-
- زاوية الشيخ سي عطية - الجلالية بعين معبد -
- زاوية سي لخضر - المقسم بحاسي بحبح -
- زاوية سيدي عبد القادر بن مصطفى طاهري - الإدريسية -
- زاوية الشيخ عبد الرحمن ابن الطاهر طاهري - مسعد -
- زاوية أغلال - بويرة الأحداب -
- الزاوية الشاذلية للشيخ المختار بن أحمد - الشارف -
- زاوية الشيخ بولرباح بن محفوظ - الدويس -
- زاوية الشيخ بن محمد بن عطية - زعفران -
- زاوية الشيخ السلامي - عين وسارة -
- زاوية الشيخ محمد بن مرزوق - بنهار -
- زاوية الشيخ سي علي شايب الذراع - الزعفران -¹

3-2 القيم الثقافية لدى النوائل :

في منطقة أولاد نائل الأب هو الرئيس و هو من يتحمل جميع المسؤوليات المهنية الأسرية و الاجتماعية ، حتى وإن كبر في السن وأدى ابنه الأعمال فيبقى الأب هو المقدس المحترم والمطاع ، أما وظيفة الأم الرئيسية فهي الأمومة .
بالنسبة للبنات المراهقة عادة ما تبقى في البيت مع أمها تساعد في النسيج والمطبخ والاهتمام بالأطفال ، و بصورة عامة تقوم بكل الأعمال الأنثوية ، والفتاة تزوج في سن مبكرة جدا (13 سنة) ، فتصبح على استعداد لدور جديد في أسرته الجديدة تحت

1 - أحمد سبع ، محمد بلقاسم الشايب ، مرجع سابق ، ص 103-112 .

وصاية أم زوجها ، واختيار الزوجة يكون من تدبير الأهل و يحدده الآباء دون أخذ رأي الزوج(ة) المستقبلي في عين الاعتبار ، وعادة ما يفضلون زواج الأقارب ، والزواج من امرأة ثانية يكون لعدة أسباب إما لعقم المرأة أو لأن العمل في الخيمة يحتاج لأكثر من جهد امرأة عجوز .

وتعدد الزوجات في الأسرة النائية هو أمر تقبله النساء ، ذلك أنهن لا يرين الزوجة الثانية بمنظر المنافسة بل كمصدر للمساعدة ، و تقاليد البدو عادة ما تشجع على كثرة عدد الأولاد . أما بالنسبة للعلاقة بين الأب وابنه تبقى دائما تحضى بالاحترام ، فالابن المتروج أخيرا يبقى في بيت الوالدين يعتني بهما و يهتم بكل شيء¹.

المبحث الثاني : أدوات جمع البيانات ، مجالات الدراسة وخصائص العينة

1-أدوات جمع البيانات :

اعتمدنا في بحثنا هذا على المقابلة كوسيلة لجمع المعطيات والبيانات من مصادرها " فالمقابلة في الدراسات الميدانية تعتبر الوسيلة الأساسية في الوصول إلى الحقائق التي لا يمكن للباحث معرفتها من دون النزول إلى واقع المبحوث والاطلاع على ظروفه² .

وبما أن للمقابلة عدة أنواع فان اختيارنا كان المقابلة المقننة ، وهي عبارة عن دليل يشتمل على قائمة أو مجموعة من الأسئلة المحددة والمرتبة ترتيبا منهجيا معيناً ، يتضمن عدة مواضيع فرعية ومقصودة ، تتعلق بموضوع البحث ، يقوم الباحث بالتعرض لها من خلال عملية المقابلة ، بمعنى توجه هذه الأسئلة إلى المبحوثين بهدف الحصول على المعلومات والبيانات المنتظرة من البحث " ³ . وبعد جمع البيانات قمنا بتفريغها وتبويبها باستخدام البرنامج الإحصائي spss17.0 (Statical package for Social Science).

2-المنهج المستخدم في الدراسة :

ما من دراسة تخلو من منهج يتبعه الباحث للوصول إلى الحقيقة بطريقة علمية .

¹ - François de VILLARET , siècle de steppe jalons pour l'histoire de Djelfa 3^{eme} partie : Récits Populaires ,centre de documentation saharienne , Ghardaïa , Algérie , 1995 . p105-120

² - عبد الغني عماد ، منهجية البحث في علم الاجتماع : الإشكاليات ، التقنيات ، المقاربات ، الطبعة الأولى ، دار الطليعة ، لبنان ، 2007 ، ص 72

³ - الهاشمي مقراني وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 1999 ، ص 192 .

يعرف المنهج بأنه "الطريق الموصل إلى الكشف عن حقيقة الشيء في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد التي ترشد سير العقل و توجه عملياته لكي يصل إلى نتيجة"¹ وفي دراستنا هذه اعتمدنا على المنهج الكمي لتلاؤمه مع دراستنا والذي يعرف بأنه "مجموعة من الإجراءات التي تهدف لقياس الظواهر" ، سواء كانت قياسات رتبية أو عددية² ، باستعمال أدوات تحليل رياضية وإحصائية من أجل وصف ، شرح ، أو التنبؤ بالظواهر من خلال تحليل مفاهيم عملائية إلى مؤشرات قابلة للقياس.³

3-مجالات الدراسة :

3-1المجال الزماني: بعد انعقاد المجلس العلمي للمركز الجامعي غرداية يوم 06-07-2011 و الذي تم فيه الموافقة على تسجيل المواضيع ، قمنا بزيارات إلى عدة مكاتب جامعية مثل جامعة سعد دحلب بالبلدية ،جامعة الجزائر 2 ،جامعة أوبكر بلقايد بتلمسان ، جامعة عمار تليجي بالأغواط ، المكتبة الوطنية الثانية (الحامة) ، قصد جمع المعلومات النظرية ذات الصلة بالموضوع بغرض إثراء الدراسة بالمصادر و المراجع. بعد ذلك قمنا بإجراء مقابلات استكشافية مع بعض التجار لأخذ فكرة عن عينة البحث التي سيتم إجراء المقابلات النهائية معهم وكان قوام العينة التجريبية 10 مبحوثين ، و قمنا بتعديل الاستمارة و تبسيط أسئلتها وحذف بعض الأسئلة لتبقى الاستمارة النهائية بـ33 سؤالاً. و في الفترة الممتدة من أواخر سبتمبر إلى منتصف نوفمبر قمنا بإجراء المقابلات مع عينة بحثنا المكونة من 96 مبحوثاً.

3-2 المجال المكاني:

تزرخ ولاية الجلفة بالعديد من أسواق الماشية الأسبوعية الدائمة عبر كامل تراب الولاية ، فيوم السبت يقام السوق بمدينة دار الشيوخ شمال شرق الولاية التي تبعد 48 كلم عن عاصمة الولاية ، ويوم الأحد بعين الرومية جنوب مدينة الجلفة على بعد 30 كلم على الطريق الوطني رقم واحد ، أما يوم الاثنين فيقام بمدينة الجلفة عاصمة الولاية ، يوم

¹ - رشيد زرواتي ، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار الهدى للطباعة و النشر ، الجزائر، 2007، ص 43.

² - مورييس أنجرس، تر : بوزيد صحراوي وآخرون ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، الطبعة الثانية ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2010 ، ص100.

³ - <http://membres.fr.Wikipédia.org>. 8/11/2012_11:00 .

الثلاثاء بمدينة البيرين شمال شرق الجلفة التي تبعد عنها حوالي 135 كلم ، أما يوم الأربعاء فالسوق يقام بمدينة مسعد جنوب شرق عاصمة الولاية التي تبعد عنها بـ 78 كلم، وأخيرا يوم الخميس يقام السوق بمدينة حاسي بحبح شمال عاصمة الولاية بـ 50 كلم.

أجريت هذه الدراسة في سوق الماشية لمدينة الجلفة وهو أحد أكبر أسواق الماشية على المستوى الوطني. يقع سوق الجلفة للماشية بعاصمة الولاية في حي بن سعيد بالمرج الجنوبي الغربي للمدينة باتجاه دائرة الشارف، يبعد عن وسط المدينة حوالي 3 كلم. يقام هذا السوق أسبوعيا يوم الاثنين، تجلب إليه مختلف أنواع المواشي من مختلف مناطق الوطن إلا أن الماشية الأكثر تداولاً هي الأغنام، كما تمارس فيه أنشطة تجارية أخرى كبيع الخضر والفواكه واللحوم والألبسة بمختلف أنواعها (تقليدية " قشائية و برنوس" وعصرية). يدفع تجار المواشي مبالغ مالية مقابل استغلال الأماكن في السوق (المكس) تحدد قيمته البلدية بعد مزايده لشراء حقوق السوق بداية كل سنة، هذه المبالغ في العام 2012 و بداية هذه السنة كانت على النحو التالي: 60 دج حقوق السوق عن كل رأس غنم أو ماعز ، 300 دج حق عن كل رأس بقر أو إبل و 300 دج عن كل مكان يستغل كمقهى تقليدي داخل خيمة تقام في السوق وتسمى (قيطون).

3-3 المجال البشري :

يتكون مجتمع بحثنا من الفاعلين الاجتماعيين الذين يمتنون تجارة المواشي بمختلف أنواعها ، ونظرا لصعوبة التحديد الدقيق لعددهم لعدم تمييزهم من المتسوقين و الفضوليين و مساعدتي التجار (أجراء) و ممارسي تجارات أخرى غير تجارة المواشي إلا أن عددهم يتراوح بالتقريب بين 200 إلى 400 تاجرا دائمي الحضور إلى السوق وهذا حسب الموسم و حسب سعر الماشية.

4- طريقة اختيار العينة وخصائصها:

4-1 طريقة اختيار العينة :

بما أن العينة لا تدرس جميع وحدات مجتمع البحث ، بل تدرس جزءا صغيرا منه ، وبما أن مجتمع بحثنا كبير نوعا ما (تجار المواشي بالسوق الأسبوعي لمدينة الجلفة) ، فإننا اعتمدنا على أسلوب العينة لتمثيل هذا المجتمع.

وكانت عينتنا عينة عمدية أو قصديه وهي " اختيار كفي من قبل الباحث للمسحوبين (المستجيبين) استنادا إلى أهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي أو القرعة"¹ . والغرض من الاعتماد على هذه العينة هو اختيار التجار دائمي الحضور إلى السوق الشعبي للمواشي بمدينة الجلفة . وبما أن مجتمع بحثنا يتراوح بين 200 و 400 تاجرا فقد أخذنا متوسط العدد وهو 300 تاجر لناخذ منه ثلث العدد والذي يقدر ب 100 تاجر لإجراء المقابلات معهم، ونظرا لضيق الوقت وتردد بعض المبحوثين وإعتذارهم في آخر لحظة عن إجراء المقابلات فقد اكتفينا بعينة من 96 تاجرا .

4-2- خصائص العينة :

4-2-1 السن :

جدول رقم 01 : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن .

النسبة %	التكرار	السن
34,4	33	أقل من 35
29,2	28	50-36
36,5	35	أكثر من 50
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يبين توزيع العينة حسب السن نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر من 50 سنة هي الأكبر بنسبة 36.5 % ، وتليها الفئة العمرية أقل من 35 سنة بنسبة 34.4 % ، بينما الفئة العمرية 36-50 سنة فكانت نسبتها تقدر بـ 29.2 % . يتضح لنا من خلال هذه النتائج أن غالبية الفاعلين الاجتماعيين في سوق المواشي هم من الفئة العمرية التي تقل عن 50 سنة و هذا ما يفسر الإقبال المتزايد على تجارة المواشي باعتبارها مهنة بديلة في ظل غياب فرص العمل في مجالات أخرى .

¹ - معن خليل عمر ، مناهج البحث في علم الاجتماع ، الطبعة الثانية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004 ، ص 208 .

4-2-2 المستوى التعليمي :

جدول رقم 02 : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى
63,5	61	دون تعلم
2,1	2	تعليم قرآني
10,4	10	ابتدائي
10,4	10	متوسط
2,1	2	ثانوي
11,5	11	جامعي
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يبين توزيع العينة حسب المستوى نلاحظ أن الفئة الأكبر من عينتنا من الأميين بنسبة 63.5 % ، وتليها فئة الجامعيين بنسبة 11.5 % ، وتأتي فئة الذين تلقوا تعليماً ابتدائياً و متوسطاً بنسبة متساوية تقدر بـ 10.4 % ، بينما كانت نسبة الذين تلقوا تعليم قرآني و ثانوي 2.1 % من عينة الدراسة.

ما يفسر نسبة الأمية في أوساط الفاعلين الاجتماعيين في سوق المواشي تفضيل هذه الفئة امتهان تجارة المواشي منذ الصغر وإهمالهم الجانب التعليمي وكذا الظروف التي نشئوا فيها باعتبار الاهتمام بالمواشي يتطلب جهد كل أفراد العائلة مما ينعكس بالسلب على الأبناء .

4-2-3 مكان الإقامة :

جدول رقم 03 : يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة .

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
52,1	50	الريف
22,9	22	المدينة
25,0	24	رحل
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة نلاحظ أن الفئة الأكبر من عينتنا يقيمون في الريف بنسبة 52.1 % ، وتليها فئة الرحل بنسبة 25% وتأتي فئة الذين يقيمون بالمدينة بنسبة تقدر بـ 22.9 %.

نتائج هذا الجدول تدعم نتائج الجدول السابق حيث وجدنا أن أكبر فئة من الفاعلين هم أميون بحكم إقامتهم في الريف بعيدا عن المدارس كما أن فئة أخرى تعتمد على الحل والترحال أين تتوفر أعلافا لماشيتهم من كلاً وشرب ، وصعوبة ممارسة هذا النشاط في الأوساط الحضرية .

4-2-4 مدة ممارسة التجارة :

جدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة ممارسة التجارة .

النسبة %	التكرار	مدة الممارسة بالسنوات
30,2	29	اقل من 10
16,7	16	20-10
53,1	51	20 فما فوق
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة ممارستهم لنشاط تجارة المواشي نلاحظ أن نسبة 53.1 % من أفراد العينة يزاولون ممارسة تجارة المواشي لمدة تفوق 20 سنة ، ونسبة 30.2 % يمارسون هذا النشاط لأقل من 10 سنوات، أما النسبة المتبقية 16.7 % فتمثل الفئة التي مارست نشاط التجارة لمدة بين 10 و 20 سنة .

نتائج هذا الجدول تدل على أن ممارسة نشاط تجارة المواشي قديم و هذا ما يفسر طبيعة النشاط التجاري الغالب لدى سكان هذه المنطقة حتى أن بعض المبحوثين أثبتوا أن مدة ممارستهم تفوق الـ 50 سنة ، بل أن البعض منهم مارس هذا النشاط في عهد الاستعمار. كما أن هذه المهنة أصبحت تستقطب الكثير من التجار في العشرية الأخيرة و هذا ما يفسر بالتحسن الملحوظ في الأوضاع الأمنية مؤخرا ، لأن غالبية سكان الأرياف القريبة من المدن نزحوا إليها (المدن) في العشرية "السوداء" حتى بداية الأفينيات أين عاد الكثير منهم إلى منازلهم في الأرياف ليزاولوا من جديد نشاطهم التجاري المتعلق بالمواشي .

4-2-5 نوع الماشية :

جدول رقم 05 : يبين توزيع أفراد العينة حسب نوع الماشية التي يفضلونها لممارسة نشاطهم التجاري .

النسبة %	التكرار	نوع الماشية
79,1	76	أغنام
6,3	6	أبقار
6,3	6	إبل
8,3	8	جميع الأنواع
100	96	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوعية المواشي التي يعتمدونها في نشاطهم التجاري نلاحظ أن نسبة 72.1 % يمارسون تجارة الأغنام أما النسبة 8.3 % فليس لديهم تخصص في تجارتهم ويمارسون النشاط التجاري في كل أنواع المواشي . كما نلاحظ أن نسبة 6.3 % وبالتساوي يمارسون تجارة الأبقار والإبل .

نتائج هذا الجدول تبين الإقبال الكبير على تجارة الأغنام نظرا لسهولة العناية بها مقارنة بالأنواع الأخرى للماشية إضافة إلى خصوصية المنطقة التي تعاني من القحط الدائم لتساقط الأمطار ، كذلك الاعتقاد الكبير بأن المواشي مبارك فيها الرسول صلى الله عليه وسلم ، بالإضافة إلى اعتمادهم في غالب الأحيان على الترحال إلى المناطق التي تتوفر على الكلاً و صعوبة الوصول إليها خاصة إذا علمنا أن التنقل إليها يكون سيرا على الأقدام والأغنام هي الأنسب لترحالهم بهذا الشكل .

خلاصة الفصل :

يستقطب سوق المواشي لمدينة الجلفة مختلف الفئات الاجتماعية الذين يمارسون تجارة المواشي بمختلف أنواعها ، والإقبال على هذه التجارة متزايد وبشكل دائم .

نلاحظ أن أفراد عينتنا تفوق أعمارهم 50 سنة بنسبة 36.5% مقابل 29.2% محصورين بين 36-50 سنة (الجدول 01) ، كما أن النسبة الأكبر والمقدرة بـ 63.5% من أفراد العينة لم يتلقوا أي تعليم (الجدول 02)، بالإضافة إلى 52% من أفراد عينتنا يقطنون بالريف باعتباره الأنسب لممارسة تجارتهم (الجدول 03)، و 53.1% من أفراد العينة يمارسون تجارة المواشي لمدة تفوق 20 سنة وهذا ما يعكس الطابع الغالب على النشاط التجاري المحلي (الجدول 04)، كما نلاحظ أيضا أن نسبة 79.1% من التجار يمارسون تجارة الأغنام وهذا لسهولة الاعتناء بها والفائدة التي يجنونها من وراء ذلك (الجدول 05).

الفصل الخامس التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية

تمهيد

1- قيمة العفو

2- قيمة الليونة في البيع

3- قيمة القناعة

4- قيمة التعاون

نتائج الفرضية الأولى

تمهيد :

يعتبر سوق المواشي من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تحدث فيها التفاعلات بين الفاعلين الاجتماعيين ، ومجالا هاما من مجالات دراسة القيم التي تؤخذ بعين الاعتبار أثناء التفاعلات التي تحدث أثناء التعاملات التجارية ، ومن بين هذه القيم الدينية التربوية ، التي تعتبر المحدد الأساس لإصدار الاحكام بالسلب أو الإيجاب على مختلف السلوكات .

في هذا الفصل سنقوم بتحليل نتائج الفرضية الأولى "كلما زادت قيمة التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم"، واعتمدنا هذه الفرضية في دراستنا للتحقق من أن التسامح هو المتغير المتحكم في استمرارية التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية أم لا.

1-قيمة العفو :

العفو سلوك إنساني بالدرجة الأولى قبل أن يكون بعد من أبعاد التسامح الذي تدعوا إليه مختلف الديانات ، وخاصة الإسلامية منها فمن خلاله تتحدد تمثلات المتعاملين في الأسواق الشعبية للقيم الدينية التي تدعوا إلى تغليب الخير على الشر والمصالح العامة على الخاصة

جدول رقم 06 : يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من إرجاع ماشية تم بيعها.

النسبة %	التكرار	الموقف
24,0	23	يرجع
74,0	71	لا يرجع
2,0	2	آخر
100	96	المجموع

من خلال هذا الجدول و الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من إرجاع سلعة تم بيعها سابقا نلاحظ أن نسبة 74 % بتكرار 71 تاجر لا يقبلون إرجاع ماشية تم بيعها، ونسبة 24 % بتكرار 23 يقبلون إرجاع الماشية ونسبة 2 % بتكرار مبحثين كانت مواقفهم غير ذلك .

نتائج هذا الجدول تبين أن ما يقارب 3/4 التجار لا يقبلون إرجاع الماشية التي باعوها في وقت سابق ومرد ذلك أن الشاري فوت عليهم فرصة البيع في ذلك السوق بالإضافة إلى أن البيع أستوفى كل الشروط ولا حجة لإرجاع الماشية وأن المشتري عندما ينخفض السعر يرغب في إرجاع الماشية ويتساءلون «هل يعيد الماشية إذا كان السعر مرتفعاً؟!»، بالإضافة إلى أن الكثير منهم يعتمد على عملية الشراء والبيع في نفس السوق الماشية فهو لا يقبل إرجاعها لأنه ليس المالك الأصلي لها . إلا أن البعض من التجار يقبل إرجاع الماشية و أغلب هؤلاء هم المالكون الأصليون للماشية .

جدول رقم 07 : يبين ارتباط إرجاع الماشية باقتراض المال لممارسة التجارة

المجموع		أخرى		لا		نعم		هل تقبل إرجاع الماشية التي بعته؟
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	هل تقترض مالا لممارسة التجارة
68,8	66	2,1	2	44,8	43	21,9	21	نعم
27,1	26	0	0	25	24	2,1	2	لا
4,2	4	0	0	4,2	4	0	0	أخرى
100	96	2.1	2	74	71	24,0	23	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 74% من المبحوثين لا يقبلون إرجاع الماشية التي باعوها ، تليها فئة الذين يقبلون إرجاعها بنسبة 23 % من المبحوثين ، وهذا راجع لأن أغلب التجار يشترون الماشية ويبيعونها في نفس اليوم وبالتالي إرجاعها يعود بالضرر على عدة أطراف ، كذلك لكي لا يتخذ إرجاعها حجة ، أما الفئة التي تقبل إرجاع الماشية المباعة، فهذا راجع لعدم تفريطهم في مواشيمهم لأن أغلب حالات إرجاعها راجع للانخفاض الكبير في أسعارها ، وبالتالي يفضل أصحابها إرجاعها وتحمل الخسارة بدل توريث التاجر في هذه المعاملة خاصة إذا كان البيع بالدين .

أما عن اقتراض المال لممارسة التجارة فنلاحظ أن 68.8 % يقترضون مالا لممارسة تجارة المواشي مقابل 27.1 % ممن لا يقترضون ، وهذا راجع لطبيعة تجارة المواشي

التي تحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة لممارستها ، أما الفئة الأخرى التي لا تعتمد على الاقتراض في ممارسة التجارة ، فذلك راجع لتفضيلهم العمل بفردهم وتوفير الأموال لديهم. أما فيما يخص ارتباط المتغيرين ببعضهما البعض فنلاحظ أن 44.8 % من المبحوثين الذين لا يقبلون إرجاع الماشية هم من الفئة التي تقترض مالا لممارسة التجارة ، مقابل 21.9 % ممن يقبلون إرجاع الماشية ويقترضون مالا لممارسة تجارتهم ، وهذا يدل على أن سبب عدم إرجاع الماشية مرتبط باقتراض المال ، فالتاجر لا يقبل إرجاع الماشية لأنه مرتبط بمواعيد تسديد الديون التي اقتترضها .

جدول رقم 08 : يبين ارتباط إرجاع الماشية بممارسة التجارة بشكل دائم

المجموع		لا		نعم		هل تبيع مرة أخرى لتاجر بعته ماشية ثم أعادها لك ؟ هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
71,9	69	57,3	55	14,6	14	نعم
26	25	17,7	17	8,3	8	لا
2,1	2	0	0	2,1	2	أخرى
100	96	75	72	25	24	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 71.9% من المبحوثين يمارسون التجارة بشكل دائم مقابل 26 % لا يمارسون التجارة بشكل دائم ، وتفسير هذا بالنسبة للفئة الأولى اعتمادهم بشكل كلي على تجارة المواشي وأنهم لا يمارسون نشاطا آخر ، أما الفئة الثانية فأغلبهم يمارس نشاطا آخر غير تجارة المواشي ، وتجارة المواشي يمارسونها عند ارتفاع الأسعار وفي المواسم التي يكثر عليها الطلب . أما فيما يخص التعامل مع تاجر أعاد لهم الماشية ، فنلاحظ أن نسبة 75 % لا يبيعون مرة أخرى لتاجر أعاد لهم ماشيتهم ، فالأغلبية لا تتسامح مع الأخطاء التي قد ترتكب فيما بينهم ، وهذا رادع لعدم تكرار هذا التعامل وتفشيهِ في السوق ، فيصبح مبررا للتهرب من تحمل المسؤولية ، ونسبة 25 % يقبلون التعامل مع تاجر أعاد لهم ماشيتهم ، وهذا كثيرا ما يحدث مع التجار الجدد الذين لا

يمتلكون الخبرة الكافية وأصحاب رؤوس الأموال الصغيرة فيتعهد التجار أصحاب رؤوس الكبيرة التعامل معهم لتشجيعهم لمواصلة تجارتهم ، مقابل نصحهم بعدم تكرار هذا السلوك، لأنه يفسد سمعة التاجر في السوق .

وعند ربط المتغيرين ببعضهما البعض نلاحظ أن 57.3% ممن يمارسون التجارة بشكل دائم لا يتعاملون مرة أخرى مع تاجر أعاد لهم ماشيتهم ، مقابل 14.6% ممن يقبلون إرجاع الماشية التي باعوها ، وهذا يدل على ارتباط ديمومة ممارسة التجارة بموقف التجار من التعامل مع التجار الذين يرجعون الماشية التي اشتروها ، وبالتالي فإن الأغلبية تفضل تفادي التعامل مع هذه الفئة لأن سلوكهم هذا ينم عن عدم تحمل المسؤولية في التعامل ، فممارسة التجارة بشكل دائم تكسب التاجر خبرة تتيح له الاختيار من جملة اختيارات متاحة لديه في التعامل في السوق ، فيختار الأنسب له وهو المقاطعة لأن التعامل بالشكل المذكور ترك لديه رمزا سلبيا من طرف المتعامل الآخر وبالتالي يحدث التنافر بينهما

جدول رقم 09 : يبين ارتباط التعامل مع تاجر لم يداينه بأجل تسديد الدين وعدم توفر النقود .

المجموع		لا		نعم		هل تتعامل مع شخص لم يداينك ؟ إذا بلغ اجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال ؟
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
50	48	22,9	22	27,1	26	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	8,3	8	36,5	35	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	0	0	5,2	5	أخرى
100	96	31,3	30	68,8	66	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 68.8% من المبحوثين يتعاملون مع تاجر لم يداينهم في التعامل معهم ، مقابل 31.3% من المبحوثين لا يتعاملون مع من لم يداينهم، وتفسير هذا أن الفئة الأولى لا تأخذ بالاعتبار المعاملة بالمثل في هذه الحالات لأن أغلب التعاملات مرتبطة بالتعامل بالدين وأغلب المتعاملين مرتبطين بأجل لتسديد ديونهم، والفئة الثانية تفضل عدم التعامل معهم ومعاملتهم بالمثل. أما عن موقف التجار عند

بلوغ أجل تسديد الديون وعدم توفر المال لذلك ، فنلاحظ أن نسبة 50 % يطلبون تمديد أجل الدين لعدم توفر المال لديهم وصعوبة الحصول على قرض ، ونسبة 44.8 % يلجؤون إلى السلفة لتسديد ديونهم ، لتوفر مصدر يقترضون منه المبلغ اللازم لذلك. وعند قراءة ارتباط المتغيرين مع بعض فنلاحظ أن نسبة 36.5 % من التجار الذين يستلفون نقودا لتسديد ديونهم من الفئة التي تتعامل مع تجار لم يداينوهم ، وهذا دليل على السماح في التعامل وهي من الصفات التي أوصى بها الرسول صلى الله عليه وسلم ، مقابل 22.9 % ممن لا يتعاملون مع تجار لم يداينوهم يطلبون تمديد أجل الدين . من خلال هذه النتائج نلاحظ أن الالتزام بتسديد الدين ينعكس بالإيجاب على موقف المتعاملين الذين لا يتعاملون بالمثل .

2- قيمة الليونة في البيع :

الليونة في البيع من المحددات الأساسية للوقوف على مدى سلوك التجار وفق قيم السماح في البيع ، وتسهيل مختلف التعاملات التجارية لتشجيع زيادة التفاعل بينهم واستمراريته وعدم تضيق الخناق على بعضهم البعض مما ينعكس بالسلب على تجارتهم، ويحد من العلاقات التبادلية بينهم لتتخصص في جانبها المادي فقط ، الذي يزول بزوال التعامل المادي .

جدول رقم 10 : يبين موقف المبحوث عندما يكتشف عيوباً في الماشية التي اشتراها .

النسبة %	التكرار	الجواب
91,7	88	يرجعها
7,3	7	لا يرجعها
1,0	1	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين موقف المبحوث عندما يكتشف عيوباً في الماشية التي اشتراها نلاحظ أن نسبة 91.7 % من المبحوثين يرجعون الماشية ونسبة 7.3 % من المبحوثين لا يرجعونها ونسبة 1% من المبحوثين كانت إجابتهم غير ذلك .

يتضح من خلال هذه النتائج أن الأغلبية من التجار يرجعون الماشية عند اكتشاف عيوبها باعتبار ذلك نوع من الغش و التحايل وهذا التصرف مقبول و تكفله له قوانين

وأعراف السوق المتداولة حتى أن الخسائر التي تتجم عن هذا الغش يتحملها البائع . إلا أن هذا السلوك نادر الحدوث في السوق لعلم كل الفاعلين بما يترتب عنه من عواقب ، وإن حدث فإنه يحدث من الغرباء عن السوق . أما الذين لا يعيدون الماشية بعد اكتشاف عيوبها فلأنهم لا يعرفون أصحابها أو تقاديا للخصومات .

جدول رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حول البيع بالتقسيط

النسبة %	التكرار	الإجابة
21,9	21	نعم
78,1	75	لا
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من عقد الشراكات مع تجار آخرين نلاحظ أن نسبة 78.1 % مبحوثا أجابوا بلا و 21.9 % مبحوثا أجابوا بنعم.

نتائج هذا الجدول توضح لنا أن الأغلبية لا تتعامل بالتقسيط والسبب في ذلك أن الأسعار مرتفعة وأنهم إذا تعاملوا بهذا الأسلوب فإن نقودهم ستنتفرك بين الزبائن ، وتجارة المواشي تحتاج إلى رأس مال كبير ومتوفر دائما لديهم كما أن هذا الأسلوب من التعامل يأخذ وقتا طويلا من الزبائن ، والسوق دائم الارتفاع فالسعر اليوم ليس نفسه بعد ثلاثة أشهر أو أربعة . أما التجار الذين يتعاملون بالتقسيط فهم من أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة بالإضافة إلى تعاملهم مع فئة محدودة من المستهلكين كأصحاب الوظائف الدائمة ومن معارفهم بشرط أن يكونوا محل ثقة وصدق ، كما أن الأسعار في هذه التعاملات تكون مرتفعة جدا .

جدول رقم 12 : يبين توزيع أفراد العينة حسب وقت لجوئهم للتعامل بالدين.

النسبة %	التكرار	الموقف
46,9	45	بعد أن تجرب المتعامل الآخر
46,9	45	أن يضمن فيه شخص يعرفه
6,3	6	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب وقت لجوئهم للتعامل بالدين نلاحظ أن نسبة 46.9 % من المبحوثين يتعاملون بالدين بعد تجريب المتعامل الآخر وهي نفس النسبة والتي تمثل الفئة التي تتعامل بالدين مع أشخاص بعد أن يتلقوا ضمانات من تجار يعرفونهم ، أما نسبة 6.3 % فكانت إجابتهم غير ذلك وان موقفهم يتحدد حسب الحالة التي تصادفهم .

نتائج هذا الجدول تبين لنا العلاقات السائدة في أوساط تجار المواشي فنلاحظ أن الأغلبية الساحقة من التجار ما يفوق 93 % لا يتعاملون بالدين إلا بعد التجريب أو أن يتلقوا ضمانات من وسطاء ، وبعد التفاعل والتبادل مع التجار الآخرين الذي يترك انطبعا حسنا ورمزا إيجابيا في نفسية البائع وبالتالي يبدأ التعامل معه بالدين دون حضور أي وسيط بينهما ، وهذا دلالة على الثقة التي تنشأ بعد التجريب والتعامل بين التجار .

جدول رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة إن كانوا يمارسون التجارة بشكل دائم

النسبة %	التكرار	الإجابة
71,1	69	ممارسة دائمة
26,0	25	ممارسة موسمية
2,1	2	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوام ممارستهم للتجار نلاحظ أن نسبة 71.9 % أجابوا بأنهم يمارسون التجارة بشكل دائم و 26 % لا يمارسون التجارة بشكل دائم .

نتائج هذا الجدول تبين أن الأغلبية من التجار يمارسون التجارة بشكل دائم باعتبارها الدخل الوحيد لديهم حتى أنها أصبحت لديهم مثل العمل اليومي فكثيرا ما نجدهم ينتقلون بين مختلف الأسواق التي تقام بشكل يومي في المدن و الولايات المجاورة كما نلاحظ أن تجار من ولايات أخرى دائمي الحضور في سوق الجلفة و أغلبهم من الشرق الجزائري خاصة سطيف و تبسة بالنسبة للمدن البعيدة ، أما الفئة الأخرى التي لا تمارس التجارة بشكل دائم فهذا أصبح مألوفا و حتى أنه يرقى إلى أن يكون ظاهرة اجتماعية فهم تجار المواسم الذين يكثرون خاصة في عيد الضحى فكثيرا ما نجد منهم المقاولين و أصحاب

رؤوس الأموال من قطاعات أخرى مما ينعكس بالسلب على المستهلك للارتفاع الكبير للأسعار التي لا تقل عن 45000 دينار جزائري لكبش العيد في سوق الجلفة للموسم الفائت و هذا ما يعتبره الكثير من المستهلكين نوعا من الاحتكار .

جدول رقم 14 : يبين ارتباط التعامل بالدين بممارسة التجارة بشكل دائم

المجموع		أخرى		أن يضمن فيه شخص تعرفه		بعد أن تجرب المتعامل الآخر		متى تتعامل بالدين ؟
%	نعم	%	نعم	%	نعم	%	نعم	هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
71,9	69	4,2	4	36,5	35	31,3	30	نعم
26	25	2,1	2	10,4	10	13,5	13	لا
2,1	2	0	0	0	0	2,1	2	أخرى
100	96	6,3	6	46,9	45	46,9	45	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 46.9 % من التجار يتعاملون بالدين بعد تجريب المتعامل الآخر ، وهي نفس النسبة لدى الفئة الذين يتعاملون بالدين بأن يضمن في المتعامل الآخر شخصا يعرفونه ، وهذا ما يفسر ارتباط التعامل بالدين بالضمانة الكافية لتسديد الدين سواء كانت التجربة أو شخص محل ثقة ومرد ذلك عدم المغامرة بالمال من المرة الأولى ، ونسبة 6.3 % فموقفهم يتحدد حسب الحالة وحسب مدة الدين والشخص الدائن . أما عن ممارسة التجارة بشكل دائم فنلاحظ أن 71.9 % من التجار يمارسونها بشكل دائم وهذا دليل على عدم ممارستهم لنشاط آخر ، و 26 % من التجار يمارسونها بشكل غير دائم ، وهذه الفئة تمارس التجارة في المواسم فقط . عند ربط المتغيرين مع بعض نلاحظ أن نسبة 36.5 % ممن يمارسون التجارة بشكل دائم لا يتعاملون بالدين إلا بعد أن يضمن في الدائن شخصا يعرفونه يكون محل ثقة لدى الطرفين ، ونسبة 31.3 % ممن يمارسون التجارة بشكل دائم يتعاملون بالدين بعد تجريب المتعامل الآخر ، وهذا ما طرحه بارسونز "T.Parsons" في تفسيره في تشكيل نسق القيم "... وسيصل الأمر بالفاعلين بعد حين إلى أن يتوقعوا استجابات معينة من بعضهم البعض ، وبذلك ستتشكل

بينهم قواعد ومعايير اجتماعية مع قيم متفق عليها ، وتكون هذه القيم ضمانا لاستمرار تلك الاستجابات"¹.

جدول رقم 15 : يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من تمديد أجل الدين .

النسبة %	التكرار	الموقف
89,6	86	امدد
10,4	10	لا امدد
100	96	المجموع

يبين الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حول موقفهم من تحديد أجل الدين نلاحظ أن نسبة 98.6 % يمددون آجال تسديد الدين ، ونسبة 10.4 % لا يمددون آجال تسديد الدين .

هذه النتائج توضح لنا مدى تساهل التجار مع بعضهم البعض فأغلبية المبحوثين لمسنا لديهم هذه الليونة ويرجعون ذلك لعدم تضيق الخناق أو الضغط على التاجر ومنحه فرصة لترتيب أموره كي لا نستعجله في البيع وبالتالي لا يحقق أرباحا مما يعود بالضرر على الجميع وهذا ما يفسر قيم الرحمة والعفو وهي قيم دينية تأخذ بعين الاعتبار سلوك الفاعلين في أسواق الماشية ، أما البقية و التي لا تمدد أجل الدين فمرد ذلك لارتباطهم بمواعيد قطعها على أنفسهم من خلال الوعود التي تلقوها هم من التجار الآخرين ، حتى أن الغالبية من هؤلاء يتذمرون من طلب تمديد أجل الدين خاصة إذا ارتفع السعر بعد مدة من بيع ماشيتهم فإنهم حتما سيتلقون خسارة لأن أموالهم لا توفر لهم نفس عدد ماشيتهم التي باعوها .

جدول رقم 16 : يبين ارتباط تمديد أجل الدين بالبيع بالتقسيط

المجموع		لا أمدد		أمدد		هل تمدد اجل الدين إلى من دايته ؟
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
21,9	21	4,2	4	17,7	17	هل تبيع بالتقسيط ؟
78,1	75	6,3	6	71,9	69	نعم
100	96	10,4	10	89,6	86	لا
						المجموع

¹ - إيان كريب ، تر : محمد حسين غلوم ، مرجع سابق ، ص 71 .

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 89.6 % من التجار يمددون أجل الدين للمتعاملين معهم ، وهذا علما منهم لصعوبة توفر المال الكافي في الوقت المحدد وخاصة في ظل ارتفاع الأسعار وتطلب التجارة لرأس مال كبير ، ونسبة 10.4 % لا يمددون الأجل لارتباطهم هم بآجال لتسديد الدين ، وبالتالي فالتأجيل يعود بالضرر عليهم جراء مخالفتهم للموعد المحدد لذلك . أما عن البيع بالتقسيط فنلاحظ أن نسبة 78.1 % لا يتعاملون بهذا النوع من البيوع ، وهذا راجع للتبدل الدائم للأسعار وحاجتهم لتوفر المال لاستمرارية تجارتهم، ونسبة 21.9 % يتعاملون بالتقسيط ، وهذا يحدث في أغلب الأحيان مع الأقارب أو الجيران ، وهو في نظرهم مساعدة لذوي الدخل المحدود للقيام بواجباتهم من ولاءم أو أضاحي العيد .

نتائج ارتباط المتغيرين ببعض تبين أن 71.9 % من التجار الذين يمددون أجل الدين لا يتعاملون بالتقسيط ، فهم يفضلون تمديد أجل الدين وتلقي المال دفعة واحدة بدل البيع بالتقسيط الذي يضر بتجارتهم عند تلقي المال على دفعات متقطعة مما يضعف رؤوس أموالهم وبالتالي يحد من فرص تواجدهم الدائم في الأسواق . ونسبة 6.3 % من التجار الذين لا يمددون أجل الدين لا يبيعون بالتقسيط ، وهذا راجع لضعف رؤوس أموالهم وولوجهم عالم تجارة المواشي حديثا ، فارتباط تمديد أجل الدين بالبيع بالتقسيط ينعكس بالسلب على التعاملات التجارية فلا يترك فرص لذوي الدخل الضعيف باقتناء المواشي لمختلف مناسباتهم.

جدول رقم 17 : يبين توزيع أفراد العينة حسب وقت إحضارهم للماشية إلى السوق .

النسبة %	التكرار	الفترة
17,7	17	تتحين فرصة ندرتها
43,8	42	عندما يكون السعر مرتفعا
38,5	37	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب وقت إحضارهم لماشيتهم للسوق نلاحظ أن نسبة 34.8 % يحضرون الماشية للسوق عند ارتفاع السعر ، ونسبة 38.5 % كانت إجاباتهم حسب الموقف الذي يصادفهم، أما نسبة 17.7 % تاجرا فكانوا يتحنون فرصة ندرة المواشي في السوق .

نتائج هذا الجدول تبين طبيعة التجارة في حد ذاتها التي تخضع لقانون العرض والطلب فعند ما يرتفع الطلب بالضرورة تكون الأسعار مرتفعة وبالتالي تكون الفرص مواتية لتحقيق الأرباح ، فنجد الغالبية من التجار تعمل على شراء الماشية بسعر أقل لبيعها بسعر أكبر وهذا هو تعريف ابن خلدون للتجارة ، أما الفئة الأخرى التي كانت إجابتها غير ذلك فذلك لغياب إستراتيجية معينة في أوقات البيع ، بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل ارتباطهم بمواعيد لتسديد الديون أو أن مدة حصولهم على هذه الماشية طالت وبالتالي لا فائدة من تأخير بيعها.

3-قيمة القناعة :

القناعة من أهم القيم الدينية التي دعا الإسلام ، فهي تساعد على تفشي روح التسامح وحب الخير للآخرين ، تظهر مؤشراتنا في التعاملات التجارية عن طريق الاكتفاء بالقليل من الفائدة وعدم انتهاز الفرص لتحقيق فوائد كبيرة عن طريق الاحتكار وحبب السلعة عن السوق وعرضها عند الندرة في المواسم التي يضطر فيها المستهلك لاقتنائها مثل شهر رمضان أو عيد الأضحى .

جدول رقم 18 : يبين ارتباط وقت البيع بالموسم الذي تكثر فيه المبيعات

المجموع		أخرى		عندما يكون السعر مرتفعا		تتحين فرصة ندرتها		متى تحضر ماشيتك إلى السوق ؟
%	بدرج	%	بدرج	%	بدرج	%	بدرج	ما هو الموسم الذي تكثر فيه المبيعات؟
38,5	37	16,7	16	14,6	14	7,3	7	عيد الأضحى
4,2	4	0	0	4,2	4	0	0	رمضان
4,2	4	0	0	2,1	2	2,1	2	الربيع
51	49	21,9	21	20,8	20	8,3	8	كل المواسم
2,1	2	0	0	2,1	2	0	0	حسب السوق
100	96	38,5	37	43,8	42	17,7	17	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 43.8 % يحضرون ماشيتهم إلى السوق عندما يكون السعر مرتفعا ، وهذا من أجل تحقيق الربح وهو أصل التجارة يقول ابن خلدون : "...اعلم أن التجارة محاولة الكسب بتنمية المال بشراء السلع بالرخص وبيعها بالغلاء أيا ما كانت السلعة من دقيق أو زرع أو حيوان أو قماش".¹ ونسبة 38.8 % كانت إجاباتهم أن إحضار الماشية مرتبط بعوامل أخرى مثل "عملية تسمين المواشي" ، و 17.7 % فيتحنون فرصة ندرتها من الأسواق ، وهذه الفئة تمارس الاحتكار لتحقيق الربح . أما عن الموسم الذي تكثر فيه المبيعات فنلاحظ أن 51 % من التجار أجابوا كل المواسم وهذا ما يبين الطابع السائد في تجارة المواشي وممارسة التجار لعملية التسمين التي تفرض عليهم تحديد وقت البيع لأن الاستمرار في هذه العملية مع الارتفاع الكبير لمواد التسمين سينعكس بالسلب على التجار ، و 38.5 % من التجار فيرون أن عيد الأضحى هو الموسم الذي تكثر فيه المبيعات ، وهؤلاء أغلبهم من التجار الموسميين ، وبنسبة متساوية تقرب 4.2 % من التجار فكانت إجاباتهم أن الموسم هو رمضان وفصل الربيع ، وهذا راجع للارتفاع الكبير للأسعار في هذه الفترة وبالتالي تنقص عملية البيع . وعند ربط نتائج المتغيرين مع بعض نلاحظ أن 21.9 % ممن يتحكم فيهم وقت تسمين ماشيتهم لإحضارها إلى السوق يرون أنه لا يوجد موسم محدد تكثر فيه المبيعات ، وهذا دليل على أن التجار ليست لديهم إستراتيجية محددة يتبعونها في عملياتهم التجارية خاصة عملية البيع منها ، و 14.6 % من التجار الذين يحضرون ماشيتهم إلى السوق فيعتقدون أن عيد الأضحى أكثر المواسم تباع فيه المواشي، وبالتالي فهم يتحنون هذا الموسم لبيع أكبر عدد من المواشي، فهم بذلك يمارسون عملية احتكار المواشي فتعكس بالسلب على أسعارها.

¹ - عبد الرحمن بن محمد بن خلدون ، مقدمة ابن خلدون ، دار الكتاب العربي ، لبنان ، 2006 ، ص 366 .

جدول رقم 19 : يبين ارتباط وقت البيع بالموسم الذي تكثر فيه الأرباح

المجموع		أخرى		عندما يكون السعر مرتفعا		تتحين فرصة ندرته		متى تحضر ماشيتك إلى السوق ؟ ما هو الموسم الذي تحقق فيه أرباحا أكثر ؟
%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
71,9	69	29,2	28	27,1	26	15,6	15	عيد الأضحى
4,2	4	0	0	4,2	4	0	0	رمضان
5,2	5	3,1	3	2,1	2	0	0	الربيع
16,7	16	6,3	6	8,3	8	2,1	2	كل المواسم
2,1	2	0	0	2,1	2	0	0	حسب السوق
100	96	38,5	37	43,8	42	17,7	17	المجموع

فيما يخص وقت إحضار الماشية إلى السوق فقد تطرقنا له بالتفصيل في الجدول السابق، أما عن الموسم الذي يحقق فيه التجار أرباحا كبيرة فنلاحظ أن 71.9 % من التجار يعتقدون أن عيد الأضحى هو أهم موسم لتحقيق الربح ، وهذا راجع للاختلاف الحاصل بين سعر الأضحية وسعر الكيلوغرام من اللحم ، فسعر الأضحية في السوق يفوق ضعف سعر اللحم عند الجزائريين ، بالإضافة إلى التنافس على شراء الأضحية مهما كان سعرها ودخول وسطاء بين التجار والمستهلكين لتحقيق الربح ، ونسبة 16.7 % من المبحوثين فتعتقد أن موسم تحيق الربح على مدار السنة ، وإنما باقتناء المواشي الأفضل وبأسعار تنافسية . إن ربط المتغيرين ببعضهما البعض يبين لنا أن 29.2 % من التجار الذين يرجعون وقت إحضار الماشية إلى السوق غير مرتبط بالندرة أو ارتفاع السعر، يرون أن عيد الأضحى هو أهم موسم لتحقيق الربح نظرا للارتفاع الفاحش للأسعار، و27.1 % من التجار الذين يحضرون ماشيتهم إلى السوق عند ارتفاع السعر فيعتقدون هم كذلك أن عيد الأضحى هو الموسم الأنسب لتحقيق ربح أكبر ، و كذلك 15.6 % من التجار الذين يتحنون فرصة ندرة المواشي في السوق لديهم نفس نظرة الفئتين السابقين، وهذا ما يدل على الإرتباط الوثيق بين وقت إحضار الماشية إلى السوق وموسم تحقيق الربح الأكثر، وهذه مواصفات سوق الاحتكار في تصنيف الاقتصاديين للأسواق والذي

من خصائصه (وجود بائع أو منتج واحد في السوق وهم "التجار" .عدم وجود بدائل للسلع التي ينتجها المحتكر وهي "المواشي")¹.

جدول رقم 20 : يبين ارتباط تحديد هامش للربح بالموسم الذي تكثر فيه الأرباح

المجموع		أخرى		لا		نعم		هل هناك هامش ربح معين في تعاملاتك؟
%	نعم	%	نعم	%	نعم	%	نعم	ما هو الموسم الذي تحقق فيه أرباحا أكثر؟
71,9	69	4,2	4	63,5	61	4,2	4	عيد الأضحى
4,2	4	0	0	4,2	4	0	0	رمضان
5,2	5	0	0	5,2	5	0	0	الربيع
16,7	16	0	0	14,6	14	2,1	2	كل المواسم
2,1	2	0	0	2,1	2	0	0	حسب السوق
100	96	4.2	4	89,6	86	6,3	6	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 89.6% من التجار لا يحددون هامشا للربح في تعاملاتهم وهذا ما يدل على عدم إتباع إستراتيجية معينة في البيع والقناعة بما كتبه الله بينما 6.3% من التجار فيحددون هامشا للربح لأن فرصة تحقيق الربح لا تتاح دائما فمن الضروري تحديد هذا الهامش وأن الخسارة إن حدثت فستكون كبيرة ، بينما 4.2% من التجار فكان رأيهم غير ذلك وأن تحقيق الربح تحدده عوامل أخرى مثل العرض والطلب. أما عن الموسم الذي تتحقق فيه أرباحا كثيرة فإن التجار بنسبة 71.6% يعتقدون أنه عيد الأضحى للارتفاع الجنوني للأسعار فيه ، و 16.7% يعتقدون أن كل المواسم مواتية لتحقيق الربح نظرا لرواج تجارة المواشي والفوائد التي تدرها. وعند الربط بين المتغيرين نلاحظ أن 63.5% ممن لا يحددون هامشا للربح في تعاملاتهم التجارية هم الذين يحققون أرباحا أكثر في عيد الأضحى مقابل 4.2% من التجار الذين يحددون هامشا للربح في تعاملاتهم هم الذين يحققون أرباحا في عيد الأضحى ، ونسبة 14.6% من الذين لا يحددون هامشا لربحهم يحققون أرباحا في تعاملاتهم التجارية في كل المواسم ، هذه النتائج

¹ - عبد الحليم كراجة ، مرجع سابق ، ص 28 .

تظهر الارتباط الوثيق بين عدم تحديد هامش الربح والموسم الذي تتحقق فيه هذه الأرباح، فتحقيق الأرباح في عيد الأضحى يعود إلى الإقبال الكبير للمستهلكين وقلة عدد المواشي في الأسواق .

4-قيمة التعاون :

التعاون من الأبعاد الدالة على قيمة التسامح ، فهو محدد أساسي من محدداته ، تتجلى صورته في مؤشرات تدل عليه ، مثل عقد شراكات في التعاملات التجارية ، وتسهيل عمليات البيع وتأجيل آجال تسديد الديون ، ومنح قروض للمبتدئين بغرض مواصلة النشاط التجاري ، كما يعتبر من أهم مقومات المجتمع المتضامن .

جدول رقم 21 : يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على القروض في ممارسة

تجارة المواشي

النسبة %	التكرار	الإجابة
68,8	66	نعم
27,1	26	لا
4,1	4	عقد شراكات
100	96	المجموع

يبين الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من الاعتماد على القروض لممارسة تجارة المواشي نلاحظ أن نسبة 68.8 % أجابوا بنعم و نسبة 27.1 % أجابوا بلا ، أما نسبة 4.1 % فكانت إجابتهم بعقد شراكات .

توضح هذه النتائج أن الأغلبية تقترض المال لممارسة تجارة المواشي وذلك نظرا للارتفاع الفاحش لأسعار المواشي والأعلاف فكثيرا ما نجد أن الاقتراض يكون لشراء الأعلاف التي تفوق أسعارها في السوق السوداء 2500 دج لمادة الشعير 5300 دج لمادة التسمين ، بالإضافة إلى استقطاب سوق المواشي لتجار جدد لا يتوفر لديهم رأس المال فيلجئون إلى الاقتراض لممارسة هذا النشاط كما أن البعض يلجأ إلى الاقتراض لتوسيع رأس المال ليحقق أرباحا أكثر . أما الذين أجابوا بلا لأن بعض التجار يفضلون العمل بأموالهم الخاصة ويعملون وفق ما لديهم بالإضافة إلى أنهم لا يجدون مالا يعوضون به الخسارة إن حدثت .

جدول رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من عقد الشراكات

النسبة %	التكرار	الإجابة
66,7	64	نعم
33,3	32	لا
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من عقد الشراكات مع تجار آخرين نلاحظ أن نسبة 66.7% أجابوا بنعم و 26% أجابوا بلا. يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن الأغلبية من التجار يفضلون عقد شراكات مع تجار آخرين لم تدره من فوائد و توسيعاً لرأس المال ، بالإضافة إلى عوامل أخرى تخضع لها الشراكة في تجارة المواشي من خلال القانون المتعارف عليه في أوساط التجار والمتمثل في: إذا كانت التجارة بين شريكين احدهما يوفر رأس المال والثاني عليه عملية البيع والشراء ، أي التكفل التام دون أن يكون لديه رأس مال ، فإن الفائدة تكون مناصفة بينهما ، لكن في حالة الخسارة فهناك اتجاهان الأول إذا أراد صاحب المال المواصله فالشريك ملزم بالعمل حتى يستعيد رأس ماله ، أما إذا أراد التوقف فعليه تحمل الخسارة لوحده دون الشريك ، و هذا ما يشجع التجار الذين ليس لديهم رأس مال على ممارسة التجارة بعقد شراكات مع أصحاب رؤوس الأموال . أما الفئة التي لا تعقد شراكات فهم من أصحاب رؤوس الأموال الضخمة الذين يفضلون العمل بمفردهم لأن الشراكة تقيدهم بالإضافة إلى عدم تقنهم بالآخرين .

جدول رقم 23 : يبين توزيع أفراد العينة حسب تعاملهم بالدين

النسبة %	التكرار	البيع بالدين
87,5	84	نعم
12,5	12	لا
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعاملهم بالدين نلاحظ أن نسبة 87.5% يتعاملون ، و 12.5% لا يتعاملون بالدين.

هذه النتائج تبين مدى تعامل تجار المواشي بالدين وهو السمة الغالبة في تعاملاتهم مع بعضهم البعض ومرد هذا إلى كثرة المبيعات والتبادلات التجارية مما يصعب على التاجر توفير المبلغ اللازم لتجارته وخاصة إذا علمنا أن أغلب التجار يبيعون كل أسبوع ودائمي التواجد في الأسواق ، حتى وإن كان يمتلك المال الكافي لتسوقه فهي مبالغ ضخمة ومن الصعب عليه حملها بشكل دائم معه . كما أن أغلبية التجار يفضلون صرف كل أموالهم في الماشية بدل تركها نقودا عينية لأن السوق دائم التقلب وأسعاره سريعة التبدل .

جدول رقم 24 : يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من تاجر خسر في تعامله معهم.

النسبة %	التكرار	الموقف
4,2	4	تعوضه المبلغ الذي خسره
29,2	28	تقتسم معه الخسارة
60,4	58	تقول له هذه هي التجارة يوم ربح ويوم خسارة
6,3	6	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي مثل توزيع أفراد العينة حسب موقف التاجر من تاجر خسر في تعامله معه نلاحظ نسبة 60.4 % كانت إجاباتهم هذه هي التجارة ، أما نسبة 29.2 % من التجار فإنهم يقتسمون معه الخسارة ونسبة 4.2 % يعوضون التاجر المبلغ كاملا.

هذه النتائج تبين أن أغلبية التجار لا يعوضون التاجر الخاسر ولا يساعدهونه لأن أغلب المبحوثين عندما سألناهم عن سبب ذلك ، يرجعونه لكونهم اشتروا الماشية وباعوها بقليل من الفائدة ، وبالتالي لا يستطيعون تعويض التاجر الخسارة لأنها تنعكس عليه هو الآخر بالسلب كما أن البعض يرفض التعويض لأنه لو تعامل التاجر بهذه الطريقة فإن الأغلبية سيدعون الخسارة طلبا للتعويض ، والبعض الآخر يقول لك هل التاجر إذا ابتاع مني سلعة وكنت أنا خاسرا وحقق أرباحا هل يقسمها معي ؟ أما الفئة الأخرى التي تقسم الخسارة مع التاجر فهي فئة أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة وخاصة إذا كان التاجر الخاسر يشهد له بالصدق أو من المبتدئين وذلك تشجيعا منهم له وإعانتته لرفع الغبن عنه، والفئة التي تعوض المبلغ كليا أغلبهم من المربين الذين يمارسون التجارة بشكل موسمي وتكون ماشيتهم من مكتسباتهم الدائمة وتكون الخسائر مبالغ صغيرة .

جدول رقم 25 : يبين ارتباط ممارسة التجارة بشكل دائم بالتعامل بالدين.

المجموع		أخرى		أن يضمن فيه شخص تعرفه		بعد أن تجرب المتعامل الآخر		متى تتعامل بالدين ؟	هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
71,9	69	4,2	4	36,5	35	31,3	30	نعم	
26	25	2,1	2	10,4	10	13,5	13	لا	
2,1	2	0	0	0	0	2,1	2	أخرى	
100	96	6,3	6	46,9	45	46,9	45	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الاتجاه العام للنتائج يتجه نحو الفئة التي تتعامل بالدين مع المتعامل الآخر بعد أن يضمن فيه شخص موثوق فيه بنسبة 36.5% ممن يمارسون التجارة بشكل دائم ، مقابل 31.3% ممن يمارسون التجارة بشكل دائم يتعاملون بالدين بعد تجريب المتعامل الآخر ، و تقابلها نسبة 13.5% من الذين لا يمارسون التجارة بشكل دائم يتعاملون بالدين بعد تجريب الطرف الآخر.

تبين نتائج هذا الجدول ارتباط ممارسة التجارة بشكل دائم والتعامل بالدين و بالتالي كلما زاد التعامل و التفاعل بين الفاعلين في الأسواق الشعبية للماشية نتجت رموزا إيجابية بينهم تساعد على تنمية قيمة الصدق و الثقة بينهم.

جدول رقم 26 : يبين ارتباط التعامل مع خسارة المتعامل الآخر باقتراض المال لممارسة التجارة

المجموع	أخرى		تقول له هذه هي التجارة يوم ربح ويوم خسارة		تقتسم معه الخسارة		تعوضه المبلغ الذي خسره		إذا خسر التاجر الذي بعته ماشيتك		
	%	نعم	%	نعم	%	نعم	%	نعم			
									هل تقترض مالا لممارسة التجارة؟		
	68,8	66	6,3	6	41,7	40	16,7	16	4,2	4	نعم
	27,1	26	0	0	18,8	18	8,3	8	0	0	لا
	4,2	4	0	0	0	0	4,2	4	0	0	أخرى
	100	96	6.3	6	60,4	58	29,2	28	4,2	4	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 60.4% من التجار لا يفتسمون الخسارة مع تاجر تعامل معهم ويبررون ذلك بأن التجارة يوم ربح ويوم خسارة ، مقابل 29.2% من التجار يفتسمون الخسارة مع المتعامل الآخر مساعدة منهم له وتشجيعه على الاستمرار في العمل ، بينما 4.2% من التجار فيعوضون التاجر الخاسر المبلغ الذي خسره . أما فيما يخص اقتراض المال لممارسة التجارة نجد نسبة 68.8% من التجار يعتمدون على القروض ، و 27.01% لا يعتمدون على اقتراض المال لممارسة التجارة ، و 4.2% فيعتمدون على عقد شراكات لممارسة التجارة . أما فيما يخص بموقف التجار من خسارة التاجر الذي تعامل معه فان نسبة 60.4% لا يعوضون و لا يفتسمون معه الخسارة ، و 29.2% منهم يفتسمون معه الخسارة ، و 4.2% من التجار فيعوضون التاجر المبلغ الذي خسره . أما نتائج ربط المتغيرين مع بعض فنلاحظ أن 41.7% من التجار اللذين يفترضون مالا لممارسة تجارتهم لا يعوضون المبلغ الذي خسره التاجر عند تعامله معهم ومرد ذلك أن تعويض الخسارة سينعكس بالسلب على رأس مالهم ، و 16.7% من التجار الذين يفتسمون الخسارة مع التجار فهم من اللذين يفترضون مالا لممارسة تجارتهم، وهذا ما يفسر ارتباط تعويض الخسارة باقتراض المال للتجارة .

جدول رقم 27 : يبين ارتباط التعامل مع خسارة المتعامل الآخر بممارسة التجارة بشكل

دائم

المجموع		أخرى		تقول له هذه هي التجارة يوم ربح ويوم خسارة .		تقتسم معه الخسارة		تعوضه المبلغ الذي خسره		إذا خسر التاجر الذي بعته ماشيتك
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
71,9	69	2,1	2	42,7	41	22,9	22	4,2	4	نعم
26	25	2,1	2	17,7	17	6,3	6	0	0	لا
2,1	2	2,1	2	0	0	0	0	0	0	أخرى
100	96	6,3	6	60,4	58	29,2	28	4.2	4	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 71.9 % من التجار يمارسون التجارة بشكل دائم وهذا راجع إلى أنها نشاطهم الوحيد و 26 % لا يمارسونها بشكل دائم وهي نشاط ثانوي بالنسبة لهم ، بينما 2.1 % منهم فهم يمارسونها في مواسم محدد فقط . أما عن موقف التجار من تعويض التاجر الذي خسر في التعامل معهم فنلاحظ ان 60.4 % لا يعوضون الخسارة ، و 29.2 % يقتسمون معه الخسارة و 4.2 % من التجار يعوضونه المبلغ كاملا . نتائج ارتباط المتغيرين مع بعض تبين أن 42.7 % من التجار اللذين لا يعوضون التاجر إذا خسر في التعامل معهم هم من اللذين يمارسون التجارة بشكل دائم ، و 22.9 % من اللذين يمارسون التجارة بشكل دائم يقتسمون الخسارة مع التاجر ، مقابل 4.2 % يعوضون المبلغ كاملا للتاجر الخاسر ، ارتباط تعويض الخسارة بممارسة التجارة بشكل دائم مع يكسب التاجر قيما مادية مقابل تخليه عن قيم دينية و يصبح المعايير لديه معيار اقتصادي بحت، فتجعل اهتمام الفرد بما هو نافع و مادي فقط " قيم اقتصادية " .

نتائج الفرضية الأولى : من خلال تحليل نتائج الفرضية الأولى، والتي درسنا فيها أبعاد ومؤشرات التسامح توصلنا إلى ما يلي :

1-العفو :

- أغلبية التجار لا يرجعون الماشية التي باعوها بنسبة 74 % ، مقابل 24 % ممن يرجعونها (الجدول 06).
- 50% من التجار يتعاملون مع تجار لم يداينوهم عند التعامل معهم مهما كانت الظروف (الجدول 09).

2-اليونة في البيع :

- أغلبية التجار يعيدون الماشية إذا اكتشفوا بها عيوباً ، مقابل القليل ممن لا يعيدونها (الجدول 10).
- توصلنا إلى أن أغلب التجار لا يتعاملون عن طريق البيع بالتقسيط (الجدول 11).
- توصلنا إلى أن أكثر من 93.8% من التجار لا يتعاملون بالدين إلا بعد تجريب المتعامل الآخر أو أن يضمن فيه شخصاً يعرفونه ومحل ثقة لديهم (الجدول 12)، سواء ارتبط ذلك بممارستهم للتجارة بشكل دائم أو لم يرتبط به (الجدول 13).
- أغلب التجار يمددون أجل الدين حتى وإن ارتبط ذلك بالبيع بالتقسيط (الجدول 15).
- أكثر من 50% من التجار يحضرون ماشيتهم إلى السوق عند ندرتها أو عند ارتفاع أسعارها (الجدول 16).

3-القناعة :

- لاحظنا أن إحضار الماشية للسوق مرتبط بعدة عوامل، مثل موسم تحقيق مبيعات في كل المواسم ، وفي عيد الأضحى (الجدول 18)، معتقدين أنه أنسب موسم لتحقيق أرباح أكثر.
- 89.6% لا يحددون هامشاً للربح مقابل 6.3% ممن يحددون هذا الهامش في تعاملاتهم (الجدول 19).

4-التعاون :

- أغلب التجار يعتمدون على القروض في تعاملاتهم التجارية في الأسواق الشعبية، والبعض لا يعتمدون عليها (الجدول 21).

- بعض التجار يقبلون فكرة عقد شراكات مع تجار آخرين ، والبعض لا يحبذون هذه الفكرة (الجدول 22).
- توصلنا إلى أن 87.5% من التجار يتعاملون بالدين ، مقابل 12.5% لا يتعاملون به (الجدول 23).
- نسبة كبيرة من لا يعوضون التجار في حال تلقيهم خسارة أثناء التعامل معهم ، وفئة قليلة ممن يقتسمون الخسارة مع التجار الخاسرين ، وأقلية ممن يعوضونهم الخسارة كاملة (الجدول 24).

الفصل السادس الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية

تمهيد

- 1- قيمة الوضوح في التعامل
 - 2- قيمة الثقة (تصديق المتعامل الآخر)
 - 3- قيمة الوفاء بالعهود
- نتائج الفرضية الثانية

تمهيد :

تعتبر القيم الدينية التربوية المحدد الأساس لإصدار الأحكام بالسلب أو الإيجاب على مختلف السلوكيات التي تصدر عن المتفاعلين الاجتماعيين في مختلف تبادلاتهم وتعاملاتهم التجارية في الأسواق الشعبية .

في هذا الفصل سنقوم بتحليل نتائج الفرضية الثانية من الدراسة " كلما زادت قيمة الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم " ، واعتمدنا هذه الفرضية في دراستنا للتحقق من أن الصدق قيمة دينية تتحكم في استمرارية التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية أم لا.

1-الوضوح في التعامل :

التعامل بشكل علني دون غش أو كذب أو تدليس أو ربا من مقاصد الشريعة الإسلامية في مختلف التعاملات التجارية ، وهو بعد من أبعاد الصدق ، تدل عليه مؤشرات يسلكها التاجر في تعاملاته مع الآخرين من بيع وشراء ، تبادل أو قرض أو عقد شراكات .

جدول رقم 28 : يبين توزيع أفراد العينة حول موقفهم من التعامل مع تاجر وجد نقصا

في النقود بعد أن طلبوا منه أن يحسبها في لحظتها ولم يحسبها.

النسبة %	التكرار	الموقف
14,6	14	يعطيه الناقص
83,3	80	لا يعطيه الناقص
2,1	2	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حول موقفهم من التعامل مع شخص وجد الناقص في النقود بعد أن طلب منه أن يعدها في لحظتها نلاحظ أن نسبة 83.3 % كانت إجاباتهم لا ، ونسبة 14.6 % فكانت إجاباتهم نعم ، أما نسبة 2.1 % فكانت إجاباتهم غير ذلك .

تفسير هذه النتائج أن الأغلبية لا تعطي الناقص في النقود لأنهم وضعوا شرطا مسبقا وهو أن يحسبها في تلك اللحظة ، و إذا رفض و قبلها فعليه تقبل ذلك لأن أغلب التجار لا يصدق آخر ويكذب نفسه وكثيرا ما تحدث مناوشات وسوء تفاهم بهذا السبب بحجة أن

التاجر لا يستطيع حساب مبلغ كبير في السوق وبالتالي من حقه أن يطالب بالنقص إن وجد، أما الفئة التي تعطي الناقص فلاحظنا أن أغلبهم يلتمس عذرا للتاجر و يقبل بخسارة النقود بدل خسارة "الرجال" .

جدول رقم 29 : يبين ارتباط ذكر عيوب الماشية باقتراض المال لممارسة التجارة

المجموع		لا اذكرها		اذكرها		عند عرضك لسلعتك في السوق هل تذكر عيوبها ؟ هل تقترض مالا لممارسة التجارة ؟
%	ن	%	ن	%	ن	
68,8	66	2,1	2	66,7	64	نعم
27,1	26	0	0	27,1	26	لا
4,2	4	0	0	4,2	4	أخرى
100	96	2.1	2	97,9	94	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 97.9 % من التجار يذكرون عيوب ماشيتهم عند عرضها في السوق تحريا منهم عدم الغش والتدليس في البيع ، و 2.1 % لا يذكرون عيوب ماشيتهم عند عرضها في السوق بحجة أنهم يبيعون والمشتري عليه كشف العيوب بنفسه. أما عن اقتراض المال لممارسة التجارة فنلاحظ أن 68.8 % من التجار أجابوا بنعم ، و 27.1 % أجابوا بلا . نتائج ارتباط المتغيرين ببعضهما تبين أن 66.7% من الذين يذكرون عيوب الماشية عند عرضها وهذا يدل على أن ارتباط الصدق في التعامل باقتراض المال لممارسة التجارة وبالتالي العمل على كسب الحلال وديمومة التواجد في السوق ، وذلك بالحفاظ على المال الذي اقترضه بسلوك وممارسة التجارة وفق القيم الدينية الإسلامية ، مقابل 27.1 % لا يقترضون مالا لممارسة تجارتهم لكنهم يذكرون عيوب ماشيتهم عند عرضها في السوق .

جدول رقم 30 : يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من ذكر السعر المنخفض .

النسبة %	التكرار	الجواب
75,0	72	اذكره
25,0	24	لا اذكره
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والمتمثل في توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من ذكر السعر المنخفض للماشية نلاحظ أن نسبة 75 % من المبحوثين أجابوا بنعم أما 25 % من المبحوثين أجابوا بلا .

يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن الغالبية من التجار يرددون (لا يخفونه) السعر مهما كان منخفضاً لأنه لا ضير في ذكره وأن عدم ذكره وإن كان منخفضاً حرام ، ويحدث ارتباكاً لدى المشتري ، فلا يُقبلُ على المواشي التي لم يتلق أصحابها أسعاراً في بداية التداولات ، ويفضل التريث حتى يتلقى أصحابها سعراً ، الملاحظ هنا أن هذا التصرف يحمل شقين من جهة شق ديني وهو الحرام و شق نفعي وهو عدم التفريط في التجار وذكر السعر مهما كان . أما الفئة التي لا يذكر أصحابها السعر المنخفض لأنه يبخس سعر الماشية، وهذا ما يفسر تغلب الحاجات المادية المتمثلة في البيع وعدم بخس السلعة على القيم الدينية المتمثلة في الصدق و الوضوح في التعاملات .

جدول رقم 31 : يبين رأي المبحوثين حول وضعهم سعراً ينطلقون منه عندما لا يتلقون أي سعر .

النسبة %	التكرار	الجواب
2,1	2	نعم
97,9	94	لا
100	96	المجموع

من خلال و الذي بين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم عندما لا يتلقون أي سعر نلاحظ أن نسبة 97.9 % يرفضون وضع سعر ينطلقون منه في بيعهم ونسبة 2.1 % من المبحوثين يضعون سعراً من خيالهم .

يتضح من خلال هذا الجدول أن أغلبية التجار لا يفكرون أصلاً في وضع سعر ينطلقون منه في بيعهم عند عرضهم لماشيتهم في السوق وهذا ما يعكس خلفيتهم الدينية التي

يعتقدون من خلالها أن هذا التصرف ربوي ومحرم -لأن السعر لم يعط لهم فهو كذب- في ديننا ، ويفضلون إرجاع ماشيتهم بدل التعامل بهذه الطريقة ، والكل يؤمن بأن البيع بالمكتوب وما عليهم إلا الصبر ، أما البقية الذين يحددون سعرا ينطلقون منه فإنهم يعتقدون أنه حلال بشرط أن يكون السعر منخفضا جدا ، وأن الماشية التي لم يتلق أصحابها سعرا ينفر التجار منها و هذا ما سبق ذكره بالتفصيل في الجدول السابق .

جدول رقم 32 : يبين ارتباط وضع سعر كمنطلق للبيع بممارسة التجارة بشكل دائم

المجموع		لا		نعم		إذا لم تتلق أي سعر هل تضع سعرا لتتلق منه في بيعك ؟ هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
%	الرقم	%	الرقم	%	الرقم	
71,9	69	71,9	69	0	0	نعم
26	25	24	23	2.1	2	لا
2,1	2	2,1	2	0	0	أخرى
100	96	97,9	94	2.1	2	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 71.9 % من التجار يمارسون التجارة بشكل دائم مقابل 26 % لا يمارسونها بشكل دائم و 2.1 % يمارسونها في بعض الأحيان . أما عن توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من عدم تلقيهم أي سعر فإننا نلاحظ 97.9 % من التجار لا يضعون سعرا من خيالهم كمنطلق لتعاملاتهم وهذا لإدراكهم بأن ذلك حرام وربما وهو ممحق للبركة ، و 2.1% من التجار فيضعون سعرا كمنطلق لتعاملاتهم شريطة أن يكون هذا السعر منخفضا ، وهذا راجع لاعتقادهم أن عدم تلقي أي سعر ييخس السلعة . ونتائج ربط المتغيرين نلاحظ أن 71.9% من التجار الذين يمارسون التجارة بشكل دائم لا يضعون سعرا لمنطلق تعاملاتهم وهذا نتيجة اكتسابهم للقيم الدينية التي يحافظون بها على سمعتهم في السوق وضرورة تحري الكسب الحلال لأن المال الحلال "يرق" ولا ينقطع أما الكسب الحرام فيذهب هباء ولا ينجح صاحبه مهما طال الزمن أو قصر، أما 2.1 % ممن يضعون سعرا لمنطلق تعاملاتهم فهم من الفئة التي لا تمارس التجارة بشكل دائم وهذا راجع لقلّة فقهم في التعامل بما يجب من بيع وشراء ومختلف التعاملات التجارية الأخرى .

2- تصديق الآخر (الثقة) :

الثقة بين المتعاملين دلالة على شيوع الصدق بينهم ، وغياب هذه القيمة يدخل الجميع في دائرة من الشك والتكذيب ، فالتصديق هو بعد من أبعاد الصدق فالمؤمن يصدق ويصدق، والتصديق شرط أساسي لتواصل واستمرارية العمليات التجاري في الأسواق الشعبية، نظرا لغياب تشريعات أو قوانين تنظم الأسواق الشعبية للماشية

جدول رقم 33 : يبين ارتباط اكتشاف عيوب في الماشية بممارسة التجارة بشكل دائم

المجموع		أخرى		لا ترجعها		ترجعها		إذا اشترت ماشية واكتشفت أن بها بعض العيوب هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟
%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	
71,9	69	1	1	7,3	7	63,5	61	نعم
26	25	0	0	0	0	26	25	لا
2,1	2	0	0	0	0	2,1	2	أخرى
100	96	1	1	7,3	7	91,7	88	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 91.7 % من التجار يرجعون الماشية بعد اكتشاف عيوبها ، وهذا لعدم تقبلهم الغش والكذب في التعامل ، و7.3% من التجار لا يرجعونها لعدم معرفة أصحابها ، أما 1 % من التجار فقد كانت غير ذلك وان موقفهم يتحدد أثناء التعرض لهذا الموقف. أما عن ممارسة التجارة بشكل دائم فنلاحظ أن 71.9% يمارسون التجارة بشكل دائم، و26 % فلا يمارسونها بشكل دائم . وعند ربط المتغيرين ببعض نلاحظ أن 63.5% من التجار الذين يمارسون التجارة بشكل دائم يرجعون الماشية بعد اكتشاف عيوبها، وهذا محاربة منهم لعملية الغش والكذب والتصدي لهذه السلوكيات بغرض عدم تكرارها مرة أخرى، و26% ممن لا يمارسون التجارة بشكل دائم يرجعونها كذلك وهذا يدل على أن إرجاع الماشية بعد اكتشاف عيوبها مرتبط بديمومة ممارسة التجارة و7.3% لا يرجعونها من الفئة التي تمارس التجارة بشكل دائم تقاديا منهم للخصومات أو عدم معرفة المتعامل الآخر، تحري الصدق مصداقا لقول الرسول صلى الله عليه وسلم : (التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء يوم القيامة)¹ .

¹ رواه الترمذي .

جدول رقم 34 : يبين ارتباط موقف التاجر من إعجابه بسلعة وارتفاع سعرها بعقد شراكات مع تجار آخرين .

المجموع		أخرى		تشتريها بنفس السعر		تعطيه سعرا أقل		إذا وجدت سلعة في السوق وأعجبتك لكن سعرها مرتفع جدا ماذا تفعل؟ هل تعقد شراكات مع تجار آخرين ؟
%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
66,7	64	22,9	22	18,8	18	25	24	نعم
33,3	32	6,3	6	14,6	14	12,5	12	لا
100	96	29,2	28	33,3	32	37,5	36	أخرى

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 37.5% من التجار يعطون سعرا أقل عند إعجابهم بماشية وسعرها مرتفع، و33.3% من التجار يشترونها بنفس السعر و29.2% من التجار فكانت إجاباتهم حسب الموقف، تفسير هذه النتائج راجع لدخول طفيليين للسوق مما انعكس بالسلب على أسعار المواشي والتأثير على عمليات البيع والشراء، فكثيرا ما نجد تجارا يتخلون عن الأسعار التي تعطي لهم والانطلاق من أسعار جديدة في آخر السوق، أما عن عقد شراكات مع تجار آخرين فنلاحظ أن 66.7% من التجار أجابوا بنعم و33.3% لا يعقدون شراكات، وهذا راجع لتوسيع دائرة التجارة وتضخيم رأس المال بالنسبة للفئة الأولى، وتفضيل العمل بمفرهم لما له من إيجابيات ، كالحرية والتستر عن مختلف تعاملاتهم ورؤوس أموالهم بالنسبة للفئة الثانية . ونتائج ارتباط المتغيرين تبين لنا أن 25% من التجار الذين يعقدون تجارة مع آخرين هم من الفئة التي تعطي سعرا أقل للماشية التي تعجبهم وسعرها مرتفع، وهذا من جهة لتوسيع هامش الربح لديهم وضرورة تخلي البائع عن السعر المبالغ فيه واعتباره قيمة من قيم السماح في البيع لقول الرسول صلى الله عليه وسلم: (رحم الله رجلا سمحا إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى)¹ .

¹ - رواه البخاري .

جدول رقم 35: يبين توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي تكثر فيه المبيعات .

النسبة %	التكرار	الموسم
51,0	49	عيد الأضحى
38,5	37	رمضان
4,2	4	الربيع
4,2	4	كل المواسم
2,1	2	حسب السوق
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي تكثر فيه المبيعات نلاحظ أن نسبة 51 % كانت إجاباتهم عيد الأضحى و 38.5 % كانت إجاباتهم شهر رمضان ، ونسبة متساوية 4.2 % كانت إجاباتهم كل المواسم و فصل الربيع ، بينما جاءت نسبة 2.1 % حسب السوق .

نتائج هذا الجدول تبين تركيز التجار لممارسة نشاطهم التجاري في سوق المواشي على المواسم الدينية وخاصة عيد الأضحى ورمضان حيث نلاحظ أنما يقارب 90 % منهم يركزون عليهما، وهذا ما يفسر الارتفاع الكبير للأسعار وانهاز الفرصة لتحقيق أرباح طائلة دون مراعاة القدرة الشرائية للمستهلك أو الرفق به مما يتنافى مع القناعة بالقليل .

جدول رقم 36: يبين توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي يحققون فيه أرباحا كبيرة

النسبة %	التكرار	الموسم
71,9	69	عيد الأضحى
16,7	16	رمضان
5,2	5	الربيع
4,2	4	كل المواسم
2,1	2	حسب السوق
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي يحققون فيه أرباحا كبيرة نلاحظ أن نسبة 71,9 % كانت إجاباتهم عيد الأضحى و 16,7 % كانت إجاباتهم شهر رمضان ، ونسبة 5.2 % كانت إجاباتهم فصل الربيع ، بينما جاءت نسبة 4,2 % كل المواسم ونسبة 2,1 % حسب السوق .

نتائج هذا الجدول تبين أن المواسم الدينية وخاصة شهر رمضان وعيد الأضحى هي الفرصة الوحيدة للتجار لتحقيق أرباح لا يمكنهم تحقيقها في غيرها من المواسم ، وهذا ما يفسر الإقبال الكبير على ممارسة هذا النوع من التجارة من فئات اجتماعية أخرى لا تمت بصلة لتجارة المواشي ، واحتكارها لدى أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة والتسبب في رفع أسعارها نظرا لاضطرار المستهلك لشرائها مهما كان الثمن خلال هذين الموسمين .

جدول رقم 37 : يبين ارتباط موقف التاجر من اكتشاف سعر البيع المنخفض وموسم كثرة المبيعات

المجموع		أخرى		تطلب زيادة السعر		تراجع عن البيع		إذا بيعت ماشية واكتشفت أن سعرها منخفض جدا. ماذا تفعل ؟ ما هو الموسم الذي تكثر فيه المبيعات ؟
%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
38,5	37	30,2	29	8,3	8	0	0	عيد الأضحى
4,2	4	0	0	0	0	4,2	4	رمضان
4,2	4	0	0	2,1	2	2,1	2	الربيع
51	49	46,9	45	2,1	2	2,1	2	كل المواسم
2,1	2	0	0	0	0	2,1	2	حسب السوق
100	96	77,1	74	12,5	12	10,4	10	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 77.1% من الذين يبيعون مواشيمهم ويكتشفون أن سعرها منخفض كانت إجابتهم حسب الموقف، لأن مثل هذه المواقف نادرا ما تحدث لدراية الجميع بالسوق لدوام حضورهم إليه، ونسبة 12.5% يطلبون زيادة السعر في حال اكتشافهم أنهم باعوا المواشي بسعر منخفض، وهذا راجع لتسرعهم في البيع أو بخس المشتري للسلعة وادعائه أن هذا هو سعرها الحقيقي ، وخاصة إذا استعمل اليمين (الحلف)، فإن حجة البائع تكون أقرب إلى الواقع وطلب زيادة السعر يعتبر مشروعا في هذه الحالة ، ونسبة 10.4 % من التجار يتراجعون عن البيع أصلا دون مبالاة منهم بأحكام الشرع أو أعراف السوق وخاصة إذا كان البيع بالخسارة ، وهذا ما نهى عنه الإسلام من إفساد للتعاملات ونشر للقيم المذمومة التي لا تمت بصلة للإسلام. أما عن الموسم الذي تكثر فيه المبيعات فنلاحظ أن 51 % فيرون أن ذلك ممكن في كل المواسم ،

و38.5% يرون أن الموسم الذي تكثر فيه المبيعات هو عيد الأضحى ، وبنسبة متساوية ب 4.2% فيرون أن الموسم الأكثر مبيعا للمواشي هو رمضان وفصل الربيع. ونتائج ربط المتغيرين ببعض تبين أن 46.9% من التجار الذين يتصرفون حسب الموقف الذي يعترضهم عند اكتشاف السعر المنخفض أثناء عملية البيع فيعتقدون أن الموسم الذي تكثر فيه المبيعات غير محدد وأن تجارة المواشي أصبحت تجارة رائجة ، تستقطب كل الفئات العمرية في المجتمع وهذا ما لاحظناه في خصائص عينتنا وتوزيعهم حسب متغير السن ، و8.3% من التجار الذين يعتقدون أن الموسم الأكثر مبيعا للمواشي هو عيد الأضحى يطلبون زيادة السعر عند اكتشاف السعر المنخفض ، لأنها فرصتهم الوحيدة لتحقيق الربح، ولا تتكرر إلا مرة واحدة في السنة ، وبالتالي يستغلونها أحسن استغلال ، فهذه النتائج تبين بوضوح مدى ارتباط القيم الدينية المتمثلة في الرفق والسماحة في البيع بالقيم المادية المتمثلة في تحقيق أكبر قدر من الربح .

جدول رقم 38 : يبين ارتباط موقف التاجر من اكتشاف سعر الشراء المرتفع وموسم

تحقيق الأرباح

المجموع		أخرى		تطلب تخفيض السعر		تتخلى عنها		إذا اشترت ماشية واكتشفت أن سعرها مرتفع جدا. ماذا تفعل؟ ما هو الموسم الذي تحقق فيه أرباحا أكثر؟
%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
71,9	69	24	23	25	24	22,9	22	عيد الأضحى
4,2	4	2,1	2	2,1	2	0	0	رمضان
5,2	5	3,1	3	0	0	2,1	2	الربيع
16,7	16	6,3	6	10,4	10	0	0	كل المواسم
2,1	2	0	0	0	0	2,1	2	حسب السوق
100	96	35,4	34	37,5	36	27,1	26	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 37.5% من التجار يطلبون تخفيض سعر الماشية التي يرغبون في اقتنائها لكن سعرها مرتفع ، ويرجعون ذلك لعدم معرفة التاجر الذي أعطى هذا المبلغ بالسعر الحقيقي للماشية ، أو أنه تعمد رفع السعر لأنه لا يرغب في اقتنائها وليفسد على الآخرين السوق ، و35.4% كانت إجابتهم حسب الموقف الذي يصادفهم ، وحسب البائع إن كان محل ثقة أم لا ، و27.1% من التجار فكان رأيهم

التخلي عن الماشية إذا اكتشفوا أن سعرها مرتفع ، وحتهم في ذلك أن التاجر يشتري ليربح وليس ليخسر ، وكثيرا ما يحدث جراء ذلك نزاع أو خصام يستدعي تدخل عقلاء السوق وكبار التجار لحله ، وعن توزيع أفراد العينة حسب الموسم الذي يحققون فيه أرباحا أكثر فنلاحظ أن 71.9% من التجار يحققون أكثر الأرباح في عيد الأضحى ، لعدم توازن الأسعار وقلة العرض وكثرة الطلب لأن ذبح الأضحية يستدعي الإقتراض أو الشراء بالتقسيط أو حتى الرهن ، مقابل الحصول على أضحية العيد، مما ينعكس بالإيجاب على التجار وبالسلب على المستهلك ، ونسبة 16.7% من التجار فيرون أن كل المواسم مناسبة لتحقيق الأرباح . ونتائج ارتباط المتغيرين مع بعضهما البعض تبين لنا أن نسبة 25% من التجار الذي يحققون أرباحا في عيد الأضحى يطلبون تخفيض السعر عند اقتنائهم ماشية سعرها مرتفع وهذا طلبا لتحقيق الفائدة باعتبار أن عيد الأضحى الفرصة الوحيدة لذلك ، و6.3% من التجار الذين يحققون أرباحا في كل المواسم من الفئة التي تتصرف حسب الموقف عند اكتشاف السعر المرتفع عند اقتناء الماشية ، وهذا ما يدل على ارتباط الموقف من السعر المرتفع بموسم تحقيق الأرباح أكثر، فطلب تخفيض السعر يزداد بفرص تحقيق ربح أكثر

جدول رقم 39: يبين توزيع أفراد العينة حول موقفهم من البيع بالرهن

النسبة %	التكرار	الإجابة
0	0	نعم
100	96	لا
0	0	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من التعامل بالرهن مع تجار آخرين نلاحظ أن نسبة 100 % أجابوا بلا . المتأمل لهذا الجدول يتساءل عن سبب إدراج هذا الجدول في مثل هذه الحالة وخاصة إذا لاحظنا أن النسبة 100 % نفس الرأي . كنا نسعى من خلال طرح هذا السؤال ملاحظة توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من التعامل بالرهن وكنا نتوقع إجابات مختلفة إلا أننا تفاجأنا بإجابة واحدة لدى كل المبحوثين . وعند سؤالنا عن سبب ذلك هو جهل كل التجار بالتعامل بالرهن واعتباره حرام مما اضطرنا لإدراج هذا الجدول في الدراسة

لتوضيح الرأي ، مما يفسر غياب ثقافة فقه البيع والشراء لدى التجار وتقصير مؤسسة المسجد في تنوير الرأي العام بهكذا تعاملات مع وجود نص صريح في القرآن الكريم ﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فَلَیُؤَدِّ الَّذِي أُوْتِمِنَ أَمَنَتَهُ وَلَیَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ ءَاثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ ﴾ [سورة البقرة ، الآية : 283] .

جدول رقم 40 : يبين ارتباط موقف التاجر من وضع سعر كمنطلق للبيع بأجل تسديد الدين وعدم توفر المال

المجموع		لا		نعم		إذا لم تتلق أي سعر هل تضع سعرا لتتعلق منه في بيعك ؟ إذا بلغ أجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال ؟
%	التردد	%	التردد	%	التردد	
50	48	50	48	0	0	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	42,7	41	2,1	2	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	5,2	5	0	0	أخرى
100	96	97,9	94	2,1	2	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 97.9 % من عينة دراستنا لا يضعون سعرا من خيالهم كمنطلق لعملياتهم التجارية ، وهذا تحريا منهم للحلال وعدم الكذب في التعامل ، و2.1 % يحددون سعرا لمنطلق عمليات بيعهم لماشيتهم ، وهذا راجع لعدم ثقنتهم وجهلهم للمعاملات المحرمة ، وفيما يخص بلوغ أجل تسديد الدين وعدم توفر المال لذلك فإن 50% من التجار يطلبون تمديد الأجل ، و44.8% يستلفون نقودا لتسديده . أما عن ربط المتغيرين فإن النتائج تبين أن 50% من التجار الذين لا يحددون سعرا كمنطلق لبيعهم هم من الفئة التي تطلب تمديد أجل الدين ، وهذا دليل على التزامهم بالقيم الدينية التي تحرم الكذب والغش في البيع ، فمن جهة هم بحاجة للمال لتسديد الدين ولم يتلق أي سعر عند عرضه ماشيته للبيع ، فيفضلون إرجاعها بدل بيعها بطرق غير مشروعة ، و42.7% من نفس الفئة تستلف نقودا لتسديد الدين وترك البيوع الفاسدة بهذا الشكل ، وهذا دليل على ارتباط أجل الدين بعدم تلقي أي سعر ، فمهما كان الظرف فإن التعامل لا يتبدل.

جدول رقم 41 : يبين ارتباط موقف التاجر من وضع سعر كمنطلق للبيع بموسم تحقيق الأرباح

لمجموع		لا		نعم		إذا لم تتلق أي سعر ، هل تضع سعرا لتنتقل منه في بيعك؟ ما هو الموسم الذي تحقق فيه أرباحا أكثر ؟
%	نعم	%	نعم	%	نعم	
71,9	69	69,8	67	2,1	2	عيد الأضحى
4,2	4	4,2	4	0	0	رمضان
5,2	5	5,2	5	0	0	الربيع
16,7	16	16,7	16	0	0	كل المواسم
2,1	2	2,1	2	0	0	حسب السوق
100	96	97,9	94	2.1	2	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل ارتباط موقف التاجر من عدم تلقي أي سعر والموسم الذي يحققون فيه أرباحا أكثر نلاحظ أن 69.8% من التجار الذين لا يلجؤون إلى وضع سعر من خيالهم هم من الفئة التي تعتقد أن أهم موسم لتحقيق الأرباح هو عيد الأضحى ، وهذا ما يدل على تمثيلهم للقيم الدينية التي تمنع التعامل بالكذب والغش فبالرغم من اقتناعهم أن الفرصة الوحيدة لتحقيق الأرباح هي عيد الأضحى وهي مناسبة تصادفهم مرة واحدة كل سنة وعدم تلقيهم أي سعر فهم لا يفكرون في سلوك يخرج عن الإطار المشروع ، فالحلال بين والحرام بين وبينهما متشابهات ، و 16.7% من نفس الفئة يعتقدون أن الفرصة المتاحة لهم في فصل الربيع فقط ، وهذا دليل آخر على تغليب القيم الدينية من صدق ووضوح في التعامل بدل الغش والربا .

3- الوفاء بالعهد : الوفاء بالعهد هو الالتزام بالارتباطات في موعدها المحدد، دون تأخير أو تأجيل ،ورد الأمانة إلى أهلها كما أوتمن عليها ،وهو من القيم التي حث عليها الدين الإسلامي ، وتظهر مؤشرات في الأسواق الشعبية من خلال السعي إلى توفير المال اللازم لتسديد الدين إذا بلغ أجله أو طلب تأجيله دون فرض شروط أو واقع معين على المتعاملين دون رضاهم، فهو بعد من أبعاد الصدق .

جدول رقم 42 : يبين توزيع أفراد العينة حسب موقفهم من بلوغ أجل الدين

النسبة %	التكرار	الموقف
50	48	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	أخرى
100	96	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 50% من التجار يطلبون تأجيل موعد سداد الدين لعدم توفر المال لديهم ، و 44.8% من التجار يستلفون نقودا لسداد ديونهم. هذه النتائج تبين أنه وبالرغم من عدم توفر المال فإن التجار يطلبون تأجيل موعد الدين حفاظا منهم على الصورة الطيبة التي رسمها عنهم المتعامل الآخر ، لأنه في بعض الأحيان لا نجد مثل هذا التعامل ، فبعض التجار لا يلجؤون إلى التاجر ويطلبون منه تأجيل موعد السداد ، وإنما يفرضون عليه أمرا واقعا بعدم توفر المال لذلك دون علمه أو حتى مشورته ، أما البقية يلجؤون إلى الاقتراض لسداد ديونهم التزاما منهم بالموعد ، لأن التجار يقطعون عهودا ومواعيد على أنفسهم ، نتيجة تلك الوعود ، وأي تأخر أو خروج عن الوعد يعود بالضرر على سمعة التاجر ويدخل الشك في تعاملاتهم ، خاصة إذا تكرر هذا التصرف مرات عدة.

جدول رقم 43 : يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بالتعامل مع تاجر أعاد الماشية

المجموع		لا		نعم		هل تباع مرة أخرى لتاجر بعته ماشية ثم أعادها لك؟ إذا بلغ أجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال؟
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
50	48	39,6	38	10,4	10	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	32,3	31	12,5	12	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	3,1	3	2,1	2	أخرى
100	96	75	72	25	24	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 75% من التجار لا يقبلون التعامل مرة أخرى مع تاجر أعاد لهم ماشيتهم لارتباطهم بمواعيد وخوفا منهم من تكرار التاجر لتصرفه السابق ، مقابل 25% من التجار يتعاملون معهم لوفرة المال لديهم وعدم تخوفهم مكن تكرار الموقف السابق ، وعن بلوغ أجل الدين نلاحظ أن 50% من التجار يطلبون تمديد أجل الدين عندما لا يتوفر لديهم المال لسداده، وهذا راجع لعدم وجود مصدر يقترضون منه مالا لذلك وأغلب هذه الفئة من التجار الذين يقترضون مالا لممارسة التجارة أو ممن عقدوا شراكات مع آخرين ، مقابل 44.8% ممن يقترضون مالا لسداد ديونهم ، لعدم قبول المتعامل الآخر تمديد أجل الدين.

أما عن نتائج ارتباط المتغيرين ببعضهما البعض يتبين لنا أن 39.6% من التجار الذين لا يتعاملون مع تاجر أعادوا لهم ماشيتهم هم من الفئة التي تطلب تأجيل موعد سداد الدين، مقابل 10.4% من التجار الذين يتعاملون مع تاجر أعاد لهم ماشيتهم من الفئة التي تطلب كذلك تأجيل سداد الدين ، و 32.3% من التجار الذين لا يتعاملون مع التجار الذين أعادوا الماشية يقترضون مالا لسداد ديونهم ، مقابل 12.5% ممن يتعاملون معهم ، هذه النتائج تبين ارتباط الموقف من تسديد الدين بالتعامل مع تاجر أعادوا الماشية لأصحابها، فالموقف هنا يبين مدى التزام التجار بالمواعيد التي قطعوها على أنفسهم من طلب التأجيل إلى اقتراض المال لتسديد الدين.

جدول رقم 44 : يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بالبيع بالدين

المجموع		لا		نعم		هل تبيع بالدين ؟
%	نعم	%	نعم	%	نعم	إذا بلغ أجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال ؟
50	48	8,3	8	41,7	40	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	4,2	4	40,6	39	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	0	0	5,2	5	أخرى
100	96	12,5	12	87,5	84	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 87.5% من التجار يتعاملون بالدين وهذا دليل على أن عامل الصدق بين التجار متوفر، مقابل 12.5% ممن لا يتعاملون بالدين وهذا راجع لارتباط هذه الفئة بمواعيد تسديد الدين ، لذلك يرفضون التعامل به ، وعن موقف التجار من بلوغ أجل الدين وعدم توفر المال لذلك نلاحظ أن 50% منهم يطلبون تمديد أجل التسديد ، و44.8% يقترضون مالا لسداد الدين.

أما عن ارتباط المتغيرين ببعضهما البعض نلاحظ أن 41.7% من التجار الذين يتعاملون بالدين هم من الفئة التي تطلب تأجيل موعد سداد الدين ، وهذا راجع لتعاملهم بالدين ، وبالتالي يؤجل الموعد حسب وقت تلقيه المال ، مقابل 40.6% من الذين يتعاملون بالدين يقترضون مالا لسداد ديونهم ، وهذا راجع لعدم تأجيل صاحب المال أجل التسديد أو عدم تعامله معهم من قبل ، وبالتالي يلجأ إلى الاقتراض.

جدول رقم 45 : يبين ارتباط أجل تسديد الدين وعدم توفر المال بوقت إحضار الماشية للسوق

المجموع		أخرى		عندما يكون السعر مرتفعا		تتحين فرصة ندرتها		متى تحضر ماشيتك إلى السوق ؟
%	التردد	%	التردد	%	التردد	%	التردد	إذا بلغ أجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال ؟
50	48	20,8	20	25	24	4,2	4	تطلب من الدائن تمديد الأجل
44,8	43	15,6	15	18,8	18	10,4	10	تستلف نقودا لتسديد الدين
5,2	5	2,1	2	0	0	3,1	3	أخرى
100	96	38,5	37	43,8	42	17,7	17	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 43.8% من التجار يحضرون ماشيتهم إلى السوق عندما يكون السعر مرتفعا ، وهذا أمر طبيعي باعتبار الأصل في التجارة تحقيق الفائدة ، شرط أن لا يمارس الاحتكار ، و38.5% منهم التجار ليس لديهم وقت محدد لإحضار ماشيتهم إلى السوق ، وهم من الفئة التي تمارس عملية التسمين التي تتحكم في وقت إحضار الماشية إلى السوق، و17.7% من التجار يتحنون فرصة ندرتها ، وهم من التجار الذين يمارسون عملية الاحتكار.

أما عن ارتباط المتغيرين فيتبين لنا أن 25% من التجار الذين يحضرون ماشيتهم عند ارتفاع سعرها، و20.8% ممن يحضرونها وقت تسمينها ، كلاهما من الفئة التي تطلب تأجيل موعد الدين ، وهذا راجع لقلّة السيولة داخل السوق لارتفاع أسعار الماشية مما يتطلب رأسمال كبير ، فمن جهة التاجر يغتتم فرصة ارتفاع السعر لتحقيق الربح وسداد الدين ، ومن جهة يضطر للبيع بالدين لعدم توفر المال لدى المتعامل الآخر، فموعد سداد الدين مرتبط بوقت إحضار الماشية إلى السوق.

نتائج الفرضية الثانية : من خلال تحليل نتائج الفرضية الثانية، والتي درسنا فيها أبعاد ومؤشرات الصدق توصلنا إلى ما يلي :

1-الوضوح في التعامل :

- توصلنا إلى أن 83.3% من التجار لا يعطون الناقص في النقود في حال طلبوا من التاجر عده في تلك اللحظة، مقابل 14.6% ممن يعوضون النقص (الجدول 28).
- بينت النتائج أن 68.8% من التجار يذكرون عيوب ماشيتهم عند عرضها في السوق، مهما ارتبط ذلك بمتغيرات أخرى كافتراض المال لممارسة التجارة (الجدول 29).
- أكثر من 75% من التجار يرددون السعر الذي يتلقونه في بداية تداولاتهم مهما كان منخفضا (الجدول 30).
- توصلنا إلى أن أكثر من 97% من التجار لا يضعون سعرا من خيالهم كمنطلق لعمليات بيعهم إذا لم يتلقوا أي سعر (الجدول 31)، ومهما ارتبط ذلك بمتغيرات أخرى كممارسة التجارة بشكل دائم بنسبة 71.9% (الجدول 32).

2-تصديق الآخر (الثقة) :

- بينت النتائج أن أكثر من 72% من التجار لا يستغنون عن الماشية التي اشتروها مهما كان السعر مرتفعا ، ومهما ارتبط ذلك بعوامل أخرى مثل موسم تحقيق أكثر أرباح، أو بلوغ أجل تسديد الدين وعدم توفر المال لذلك(الجدول 40) ، أو فرصة تحقيق الأرباح (الجدول 41).
- توصلنا إلى أن 71.9% من التجار يعتقدون أن فرصة تحقيق الأرباح هي عيد الأضحى (الجدول 39).

3-الوفاء بالعهود :

- توصلنا من خلال تحليل النتائج إلى أن أغلب التجار يطلبون تمديد أجل الدين أو يقترضون مالا لتسديده (الجدول 42).
- أكثر من 75% من التجار لا يتعاملون مع تجار أعادوا لهم ماشيتهم عند بلوغ أجل تسديد الدين التزاما منهم لمواعيدهم مع تجار آخرين (الجدول 43).
- فئة كبيرة من التجار يتعاملون بالدين حتى وإن بلغ أجل تسديد الدين وهذا راجع لقلّة السيولة اللازمة في أسواق الماشية ، نظرا لارتفاع أسعارها الكبير(الجدول 44).

- أكثر من 94% من التجار يطلبون تأجيل أجل تسديد الدين أو يقترضون مالا لسداده، وهذا راجع للحفاظ على سمعتهم في السوق ، فلا يفرض واقعا معيناً على المتعامل الآخر دون علمه (الجدول 45).

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة للدراسة

من خلال دراستنا هذه الموسومة ب "القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للماشية " ، توصلنا إلى :

1-الجانب النظري :

- موضوع القيم موضوع قديم اهتمت به مختلف المجتمعات على اختلاف فلسفاتها ودياناتها.
- تعتبر القيم المحدد الأساس لأي سلوك وفق أو خارج المعايير التي يرتضيها المجتمع ، كم أنها تمثلها من أفراد المجتمع تدعم بناءه وتقوي ركائزه .
- القيم التربوية الدينية قيم نتجت عن المؤسسات التربوية والدينية ، تعمل على تحويل الإنسان من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي ، قادر على أخذ مكانه في البناء الاجتماعي ، والقيام بدوره على أكمل وجه، متمثلاً لقيمه ومعاييره بمختلف أنواعها.
- الأسواق من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تحدث بها أغلب التفاعلات ، التي تنشأ عنها علاقات اجتماعية واقتصادية ، كما تعتبر أهم حقل من حقول اختبار القيم والمعايير ، لأنها تمثل الجانب المادي الذي يعتبر المحرك الأساس لكل تطور أو نمو.
- الأسواق الشعبية للماشية ظهرت مع ظهور الإنسان على وجه البسيطة ، وكان لها الفضل الأكبر لنشوء المدن إلى جانب المجاري المائية ، وقد بقيت صامدة في عصرنا هذا في وجه الأسواق الحديثة لم توفره من متنفس للسواد الأعظم من الناس إذ تعتبر ملاذا حرا وفضاء لممارسة التجارة والتبادل الاقتصادي ، ولعل أكبر عامل حافظ على هذه المؤسسة ، وخاصة إذا علمنا أن أغلب مرتاديها من الأميين ، هو القيم الإسلامية التي تنظم التعامل في هذا الوسط في ظل غياب الرقابة والنظم والقوانين .

2-الجانب الميداني : بعد النزول إلى الميدان ودراسة ارتباط المتغيرين ببعضهما

البعض "القيم التربوية الدينية" كمتغير مستقل و"التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للمواشي" كمتغير تابع ، وجمع البيانات وعرضها وقراءتها وتحليلها ، توصلنا إلى أن :

- قيمة التسامح غائبة في مختلف التعاملات بين الفاعلين الاجتماعيين، وهذا ما أظهرته نتائج وبيانات قيمة العفو والليونة في البيع والقناعة، وهذا ناتج عن اضطرار التجار للتعامل بهذا السلوك، لكي لا يستغل الدخلاء على السوق ليونة وطيبة المتعاملين لإشاعة التحايل والكذب والغش في التعاملات، إلا أن هذا لا ينفى وجود فئة لا تلتزم بالقيم الدينية، فتغلب المصالح المادية الخاصة على المصالح العامة بالإضافة، إلا أننا لمسنا جانبا كبيرا من التعاون في أسواق الماشية وهذا ما يتجسد في البيع بالدين، وعقد شراكات، واقتراض الأموال لممارسة التجارة. وبالتالي فإن الفرضية الأولى لدراستنا والقائلة بأن التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية له دور في زيادة التعاملات التجارية بينهم لم تتحقق.

- زيادة التعاملات التجارية مرتبطة بقيمة الصدق بين التجار إذ يتحرون الكسب الحلال في كل تعاملاتهم مما ينعكس بالإيجاب في صدق أقوالهم وأفعالهم ووضوح مختلف تعاملاتهم التجارية وتصديقهم للأطراف الأخرى في التعامل إلى وفائهم بالعهود والالتزامات التي قطعوها على أنفسهم وتمثلهم للقيم الدينية، والحفاظ على نظام السوق بالشكل الذي أبقاه إلى هذا الوقت، ومحاربة كل ما يمكن أن يفسد هذا النظام. وبالتالي فإن الفرضية الثانية من دراستنا والقائلة بأن قيمة الصدق تعمل على زيادة التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبي للماشية، قد تحققت.

الختامة

الخاتمة

في ختام دراستنا هذه يمكننا القول أن الأسواق الشعبية وبالرغم من غياب أي تشريعات أو قوانين تنظم التعاملات التجارية داخلها ، إلا أنها مازالت صامدة ومحافظة على تواجدتها وتبقى الملاذ للعديد من الشرائح الاجتماعية لما توفره من إشباع لحاجاتهم، وممارسة مختلف التعاملات التجارية بانسجام وتفاهم كبيرين ، ومرد ذلك تمثل مختلف الفاعلين الاجتماعيين لبعض القيم التربوية الدينية التي تحدد سلوكياتهم وتوجهها نحو ما يجب أن تكون عليه تفاعلاتهم في مختلف المواقف ، إلا أن وجود بدائل الاختيار لدى المتفاعلين يدعم بعض القيم ويهمل البعض الآخر ، لاضطراب المعتقدات وتراجع الوازع الديني لدى بعض التجار ، حيث أصبح الدين لديهم مجرد مجموعة من الطقوس والعبادات المظهرية التي لا علاقة لها بالسلوك اليومي ، وارتباط قيمهم الدينية أو التربوية بحاجات يسعون لإشباعها بأي طريقة كانت ، مما ينعكس بالسلب على مفهومهم لها (القيم) ، فيتحدد السلوك وفق الحاجة بدل تحديده وفق القيمة.

وأخيرا يمكننا القول أن موضوع القيم كان وما زال وسيبقى من المواضيع التي رافقت الإنسان منذ القديم إلى وقتنا هذا وستظل ترافقه ويسعى دائما الإنسان إلى إخضاعها إلى الدراسة والتحليل بالرغم من تعقيدها و تداخلها مع مواضيع أقرب إليها مثل المعتقدات، الحاجات ، الاتجاهات والدوافع . وما دراستنا هذه إلا رؤية من الزاوية السوسيولوجية في ميدان يعتبر قديما قدم القيم وهو السوق الذي لمسنا قلة التراث العلمي حوله مما يفتح المجال لتسليط الضوء عليه بالدراسة والتحليل .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

- القرآن الكريم برواية حفص .
- الأحاديث النبوية الشريفة .

I. القواميس والمعاجم والموسوعات:

- 1- ابن منظور ، لسان العرب ، الجزء 12 . دار صادر ، بيروت .، 1997 .
- 2-ابن منظور ، لسان العرب ، المجلد العاشر ، دار صادر ، بيروت ، لبنان ، 1997 .
- 3- ابن منظور، لسان العرب المحيط، الطبعة الأولى، دار لسان العرب، بيروت، د س .
- 4-أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان ، لبنان، 1977.
- 5-الميلود الأمين قويسم بن الهدار ، موسوعة التحقيق المتكامل ، الجزء الثالث ، دار أسامة ، الجزائر ، 2006 .
- 6-مهدي حسين التميمي، موسوعة مقارنة الأديان السماوية ، دار أسامة الأردن 2005.
- 7-معن خليل العمر ، معجم علم الاجتماع المعاصر ، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، الأردن ، 2006 .
- 8- ريمون بودون ، بوريكو ، تر: سليم حداد ، المعجم النقدي لعلم الاجتماع ، الطبعة الأولى ، الجامعية للدراسات ، لبنان ، 1986 .

II. الكتب :

- 9- أحمد زائد ، علم الاجتماع النظريات الكلاسيكية و النقدية ، نهضة مصر للطباعة ، مصر ، 1998.
- 10- أحمد سبع ، محمد بلقاسم الشايب ، الجلفة تاريخ و معاصرة ، دار أسامة ، الجزائر، 2006 .
- 11-إيان كريب ، تر : محمد حسين غلوم ، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس ، عالم المعرفة ، الكويت ، 1999.
- 12-السيد محمد الرامخ ، علم الاجتماع الاقتصادي ، الطبعة الأولى ، دار المعرفة الجامعية، مصر ، 2008 .
- 13-أحمد يوسف ، القيم الإسلامية في السلوك الاقتصادي ، دار الثقافة ، مصر، 1990.

- 14- أوسكار لانكه ، تر : محمد سلمان حسن ، الاقتصاد السياسي ، الطبعة الثالثة ، دار الطليعة ، لبنان ، 1978 .
- 15- إيمان العربي النقيب ، القيم التربوية في مسرح الطفل ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، 2002 .
- 16- صلاح محمد الفوال ، معالم الفكر السوسيولوجي المعاصر ، دار الكتاب الحديث ، لبنان ، د س .
- 17- عامر محفوظي، تحفة السائل بباقية من تاريخ سيدي نايل، دار أسامة، الجزائر، 2006 .
- 18- عبد الحليم كراجة ، عبد الناصر العبادي ، مبادئ الاقتصاد الجزئي ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 1999 .
- 19- عبد الحميد محمد الهاشمي ، المرشد في علم النفس الاجتماعي، دار الشورى، السعودية، 1984.
- 20- عبد القادر بوعرفة وآخرون ، التسامح الفعل والمعنى ، الطبعة الأولى ، دار القدس العربي ، الجزائر ، 2010 .
- 21- عبد الرحمن بن محمد بن خلدون ، مقدمة ابن خلدون ، دار الكتاب العربي ، لبنان، 2006 ، ص 366 .
- 22- عبد العزيز خواجه ، علم الاجتماع المعاصر من الجذور إلى الحرب العالمية الثانية، دار نزهة الألباب ، غرداية ، الجزائر ، 2007 .
- 23- عبد العزيز خواجه ، أنماط العلاقات الاجتماعية في النص القرآني دراسة سوسيولوجية لعمليات الاتصال في القصة القرآنية ، الإصدار الأول ، صفحات للدراسات والنشر، سوريا ، 2007 .
- 24- عبد الغني عماد ، سوسيولوجيا الثقافة : المفاهيم والإشكاليات ...من الحداثة إلى العولمة ، الطبعة 2 ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 2008 .
- 25- عبد الكريم علي اليماني ، فلسفة القيم التربوية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2009 .

- 26- عبد الودود مكرم ، الأصول التربوية لبناء الشخصية المسلمة ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1996 .
- 27- عبد الله الرشدان ، علم اجتماع التربية ، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، الأردن ، 2004 .
- 28- عبد الكريم علي اليماني ، فلسفة القيم التربوية ، ط1 ، دار الشروق ، الأردن ، 2009 .
- 29- علي خليل أبو العينين ، القيم الإسلامية والتربية ، مكتبة إبراهيم الحلبي ، المدينة المنورة ، 1988 .
- 30- علي عدلاوي ، الأمثال الشعبية ضوابط و أصول منطقة الجلفة نموذجا ، الأوراسية للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2010 .
- 31- عرفان محمد حمور ، أسواق العرب ، دار الشورى ، لبنان ، 1979 .
- 32- عز الدين الخطيب التميمي ، العمل في الإسلام : مفاهيمه - قيمه - أحكامه ، شركة الشهاب ، الجزائر ، 1987 .
- 33- عقون محمد العربي ، الاقتصاد و المجتمع في الشمال الإفريقي القديم ، سلسلة الكتب الأساسية في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .
- 34- فؤاد حيدر ، علم النفس الاجتماعي ، دراسات نظرية و تطبيقية ، ط1 ، دار الفكر العربي ، لبنان ، 1994 .
- 35- كاسر نصر المنصور ، سلوك المستهلك مدخل الإعلان ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، الأردن ، 2006 .
- 36- لمبارك بلحاج ، صور و خصائل من مجتمع أولاد نائل ، مديرية الثقافة ، الجلفة ، 2007 .
- 37- ماجد الزيود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، دار الشروق،الأردن ، 2006 .
- 38- ماجد زكي الجلاذ ، تعليم القيم و تعلمها ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 .

39-محمد أحمد محمد بيومي : علم الاجتماع الديني ومشكلات العالم الإسلامي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.

40-محمد فرحي ، التحليل الاقتصادي الجزئي ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، د.س.

41-محمد عبد الستار عثمان ، المدينة الإسلامية ، عالم المعرفة الكويت ، 1998 .

42- محمد عبد الكريم الحوراني ، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، الطبعة الأولى، مجدلاوي للنشر و التوزيع ، الأردن، 2008

43-محمد علي الهمشري و آخرون ، مفاهيم و قيم إسلامية ، الطبعة الأولى ، دار أراكان، السعودية ، 1997 .

44- محمد كامل حته ، القيم الدينية و المجتمع ، دار المعارف ، مصر ، د.س .

45-نور هان منير حسن فهمي ، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر ، 1999 .

III. كتب المنهجية :

46-الهاشمي مقراني وآخرون ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية ، منشورات جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 1999 .

47-رشيد زرواتي ، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، دار الهدى للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2007.

48-عبد الغني عماد ، منهجية البحث في علم الاجتماع : الإشكاليات ، التقنيات ، المقاربات ، الطبعة الأولى ، دار الطليعة ، لبنان ، 2007 .

49-سعيد سبعون ، حفصة جرادي ، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات و الرسائل الجامعية في علم الاجتماع ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2012 .

50-معن خليل عمر ، مناهج البحث في علم الاجتماع ، الطبعة الثانية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004 .

51-موريس أنجرس ، تر : بوزيد صحراوي وآخرون ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ، الطبعة الثانية ، دار القصة للنشر ، الجزائر ، 2010.

الرسائل والأطروحات :

52- إبراهيم عماري ، نظام السوق في الفقه الإسلامي و أثر الرقابة الشرعية والقانونية في تنظيمه (أطروحة ماجستير في العلوم الإسلامية) دراسة غير منشورة ، جامعة الجزائر، الجزائر ، 2004 .

53- أسيد صلاح عودة سمحان، عقد الصلح في المعاملات المالية في الفقه الإسلامي ، (أطروحة ماجستير في الفقه و التشريع) دراسة غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007.

54- بن منصور اليمين ، دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية ،(أطروحة ماجستير في علم الاجتماع الديني) دراسة غير منشورة ،جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2010 .

55- داود بلقاسم ، النسق القيمي للعامل ودوره في التنظيم الصناعي ، (أطروحة ماجستير في علم الاجتماع الديني) دراسة غير منشورة، جامعة باتنة ،2008.

56- سامية حمريش ، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري ،(أطروحة ماجستير في علم الاجتماع الديني) دراسة غير منشورة ، جامعة باتنة ،2010 .

57- علي سعدي شومان ، القيم التربوية التي تضمنها السؤال في القرآن الكريم ، (رسالة ماجستير تخصص التربية في الإسلام) ، دراسة غير منشورة ، جامعة اليرموك، الأردن ، 1993 .

58- لطيفة طبال ، التنشئة الاجتماعية و إشكالية القيم في الأسرة الجزائرية (أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع و الديمغرافيا) ، دراسة غير منشورة ، جامعة البليدة، الجزائر، 2009 .

IV. المجلات :

59- آيت مولود ناصر ، السوق الأسبوعي التقليدي في منطقة القبائل ، مجلة مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد الأول ، الجزائر 2009 .

60- وزارة الشؤون البلدية و القروية ، دليل تخطيط الأسواق الشعبية ، مكتبة الملك فهد، السعودية، 2006 .

.V الكتب باللغات الأجنبية :

- 61- François de VILLARET , siècle de steppe jalons pour l’histoire de Djelfa 3eme partie : Récits Populaires ,centre de documentation saharienne , Ghardaïa , Algérie , 1995
- 62- Madeleine Grawitz , **Lexique des sciences sociales** , 8e édition , Dalloz , France ,2004
- 63-MLCSL(Meat and Livestock Commercial Services Limited). **Livestock Markets in the 21st Century**. A Review of Livestock in England – The Challengers And Opportunities. December 2010 .

.VI مواقع الإنترنت :

- 64- John Dewey .**democracy and Education 1916**.www.ilt.Columbia.edu.
- 65- Durkheim Emile .**jugements de valeur et jugements de réalité** .<http://clqssiques.vqac.ca/>.
- 66-c. Terrier. Attitudes , **croyances et valeurs qui devrais-je être?**.<http://www.c Terrier.com>
- 67-<http://ar.wikipedia.org>.
- 68-<http://pure.maktoobblog.com>
- 69-<http://www.alifta.net>
- 70-<http://www.sougaldoha.com>
- 71-<http://www.alimam.ws/ref/615>
- 72-<http://www.dmuae.com>
- 73-www.elazhar.com/conf-au/11/65.asp
- 74-<http://www.kasnazn.com>
- 75-<http://goldschool.ibda3.org/t42-topic>

الملاحق

الملحق رقم 01 : الإستمارة .

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة غرداية

كلية : العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الإجتماعية

شعبة : علم الاجتماع

الموضوع : القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية

- دراسة ميدانية بالسوق الأسبوعي للماشية بمدينة الجلفة -

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، نحن بصدد إعداد دراسة حول القيم التربوية الدينية وأثرها على التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للماشية . لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على أسئلتنا التي سنستخدمها في إطار البحث العلمي فقط ، وهذا يعتبر مساهمة منكم في انجاز هذا العمل.

إعداد الطالب :

- بشير ضيفي

البيانات الشخصية :

1- السن :

أقل من 35 سنة () 36-50 سنة ()
أكثر من 50 سنة ().

2- المستوى التعليمي :

-دون تعلم..... -تعليم قرآني.....- ابتدائي.....
متوسط.....- ثانوي.....- جامعي.....

3- مكان الإقامة :

.....

4- مدة ممارسة التجارة :

.....

5- نوع الماشية المركز عليها في التجارة.

.....

الأسئلة المتعلقة بالتسامح

6- هل تقبل إرجاع الماشية التي بعته؟

- نعم -لا -أخرى.....

7- هل تبيع مرة أخرى لتاجر بعته ماشية ثم أعادها لك؟

- نعم..... -لا -أخرى.....

8- هل تتعامل مع شخص لم يداينك؟

- نعم -لا

9- متى تتعامل بالدين؟

- بعد أن تجرب المتعامل الآخر - أن يضمن فيه شخص تعرفه
..... -أخرى.....
- 10-** هل تمدد اجل الدين إلى من دابنته ؟
- امدد - لا امدد - في حالة لا لماذا ؟
.....
- 11-** متى تحضر ماشيتك إلى السوق ؟
- تتحين فرصة ندرتها -عندما يكون السعر مرتفعا
- أخرى
.....
- 12-** هل هناك هامش ربح معين في تعاملاتك (تحديد الربح)؟
- نعم..... -لا - أخرى
.....
- 13-** إذا خسر التاجر الذي بعته ماشيتك .
- تعوضه المبلغ الذي خسره ؟ - تقتسم معه الخسارة ؟ -
تقول له هذه هي التجارة يوم ربح ويوم خسارة .
- أخرى
.....
- 14-** إذا أعطيت لتاجر نقودا وطلبت منه أن يحسبها فلم يحسبها في تلك اللحظة
، وبعد ذلك قال لك انه وجدها ناقصة . ماذا تفعل ؟
- تعطيه الناقص - لماذا ؟
- لا تعطيه الناقص - لماذا ؟
- أخرى
.....
- الأسئلة المتعلقة بالصدق :**
- 15-** عند عرضك لسلعتك في السوق هل تذكر عيوبها ؟
- اذكرها -لا اذكرها - أخرى
.....
- 16-** هل تذكر السعر الذي يعطى لك مهما كان منخفضا ؟
- نعم - لا - لماذا ؟
.....
- 17-** إذا لم تتلق أي سعر ، هل تضع سعرا لتتطلق منه في بيعك ؟

- نعم - لماذا؟ - لا - لماذا؟

18- هل تكتب الدين ؟

- نعم - لماذا ؟ - لا - لماذا؟

19- إذا اشتريت ماشية واكتشفت أن بها بعض العيوب .

- ترجعها - تبيعها دون ذكر عيوبها.....

- أخرى.....

20- إذا وجدت سلعة في السوق وأعجبتك لكن سعرها مرتفع جدا . ماذا تفعل ؟

- تعطيه سعرا اقل

- تشتريها بنفس السعر.....

- أخرى

21- إذا بعت ماشية واكتشفت أن سعرها منخفض جدا. ماذا تفعل ؟

- تتراجع عن البيع - تطلب زيادة السعر

- أخرى

22- إذا اشتريت ماشية واكتشفت أن سعرها مرتفع جدا. ماذا تفعل ؟

- تتخلى عنها..... - تطلب تخفيض السعر.....

- أخرى

الأسئلة المتعلقة بالتعاملات

23- هل تبيع بالدين ؟

- نعم - لا

24- هل تقترض مالا لممارسة التجارة ؟

- نعم - لا - أخرى

25- هل تمارس التجارة بشكل دائم ؟

- نعم - لا - أخرى

26- إذا بلغ اجل تسديد الدين ولم يتوفر لديك المال ؟

- تطلب من الدائن تمديد الأجل ؟

- تستلف نقودا لتسديد الدين؟.....
- أخرى
- 27- هل تعقد شراكات مع تجار آخرين؟**
- نعم.....- لماذا؟..... - لا- لماذا؟.....
- 28- هل تبيع بالتقسيط؟**
- نعم..... - لا
- 29- هل تتعامل بالرهن؟**
- نعم.....- لماذا؟..... - لا..... - لماذا؟.....
- 30- هل تتعامل بالتبادل؟**
- نعم..... - لا.....
- 31- ما هو الموسم الذي تكثر فيه المبيعات؟**
.....
- 32- ما هو الموسم الذي تحقق فيه أرباحا أكثر؟**
.....

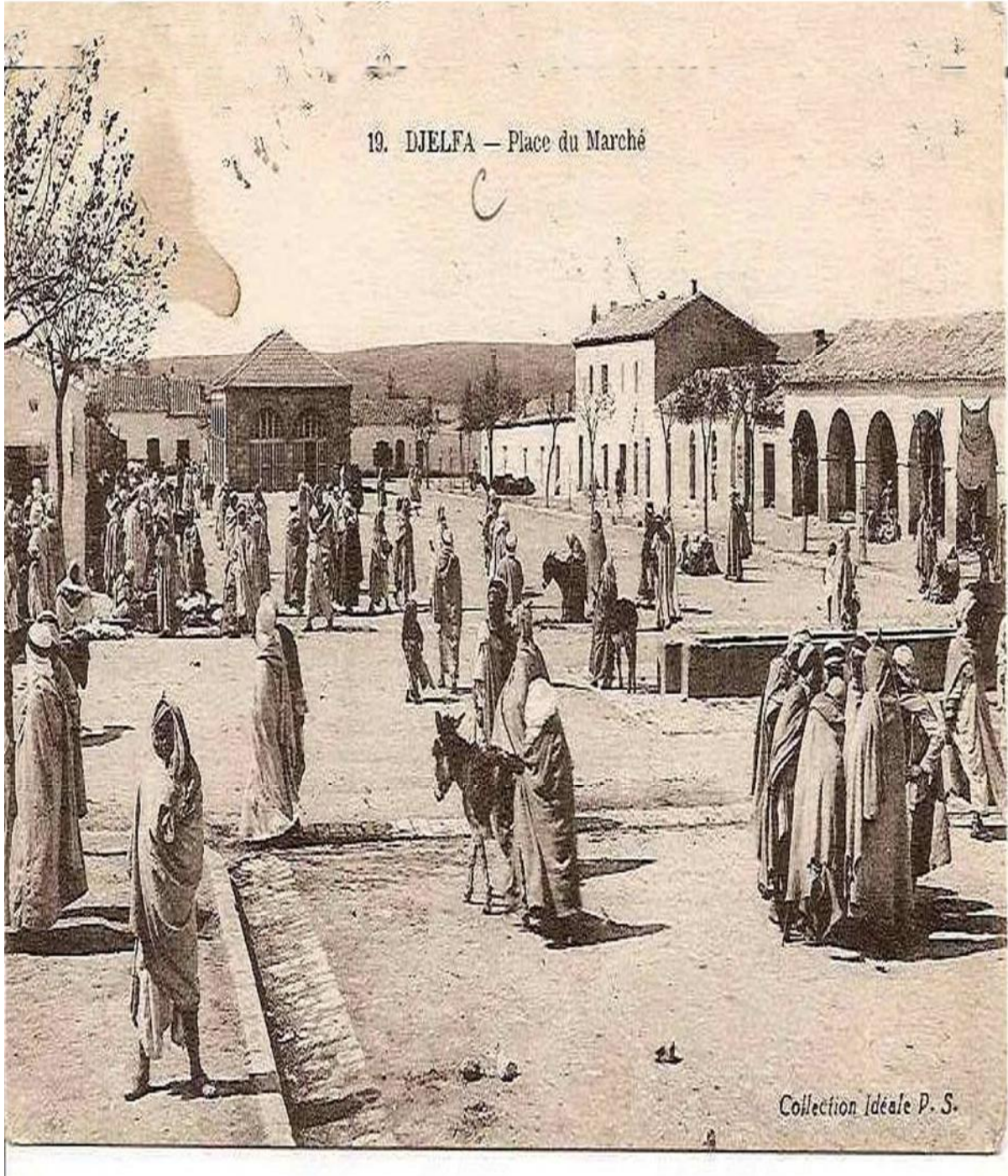
الملحق رقم 2 : صورة لسوق المواشي بمدينة الجلفة في ثلاثينيات القرن 20 م



الملحق رقم 3 : صورة لسوق المواشي بمدينة الجلفة في أربعينيات القرن 20 م



الملحق رقم 4 : صورة لسوق المواشي بمدينة الجلفة في خمسينيات القرن 20م



الملحق رقم 5 : صورة لسوق المواشي بمدينة الجلفة عبر القمر الصناعي سنة 2006 م



الملحق رقم 6 : صورة لسوق المواشي بمدينة الجلفة عبر القمر الصناعي سنة 2013 م



ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

مقدمة :

موضوع القيم يبقى من أهم المواضيع التي تتقاطع عندها مختلف الفلسفات الاجتماعية ومختلف التخصصات العلمية ، فالقيم وعبر العصور لها أهمية كبيرة باعتبارها أحد المحددات الأساسية والقوالب النظرية التي يحكم بها المجتمع والأفراد على حد سواء على مختلف سلوكياتهم أو تمثلاتهم .

فالإنسان من خلال تفاعله مع مختلف مكونات البناء الاجتماعي من نظم وقوانين تنتج لديه رموزا ايجابية وأخرى سلبية تحدد استعداداته واتجاهاته بالقبول أو الرفض لكل ما يدخل في دائرة اهتماماته ، ولعل أهم هذه التفاعلات التي تحدث بين الفاعلين الاجتماعيين في مجال التعاملات المادية التي تعتبر المحك الحقيقي لاختبار القيم و المعايير و التمثلات التي يختارها الفاعل من جملة اختيارات متاحة لديه ، وكشف القيم التي يفضلها دون سواها و مبرراته لذلك الاختيار ، فدراستنا هذه في الأسواق الشعبية للماشية نسعى من خلالها إلى إبراز هذه القيم و خاصة منها التربوية الدينية التي تحدد سلوك الفاعلين في مختلف المواقف والأدوار التي تصادفهم في تعاملاتهم وهي موسومة بـ "القيم التربوية الدينية والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للمواشي".

ولكي نحدث قطيعة ونحقق بحثنا ميدانيا وضعنا مخططا لدراستنا يتكون من بابين وخمس فصول كانت على النحو التالي :

الباب الأول الإطار النظري للدراسة وتضمن ثلاثة فصول،الأول الجانب النظري للدراسة، والثاني الدلالة السوسولوجية للقيم، والثالث الأسواق والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية، أما الباب الثاني فخصص للجانب الميداني للدراسة، واندرجت تحته الفصول الثلاثة الأخيرة للدراسة ، حيث تضمن الفصل الرابع محددات الدراسة الميدانية وأدواتها ،وتضمن الفصل الخامس تحليل الفرضية الأولى "التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في الأسواق الشعبية"، والفصل السادس خصصناه لتحليل الفرضية الثانية من الدراسة "الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين والتعاملات التجارية في

الأسواق الشعبية". لنختم دراستنا بالنتائج العامة وخاتمة وقائمة للمراجع والملاحق.

وعن اختيارنا لهذا الموضوع فهو راجع إلى الأسباب التالية :

1-أسباب اختيار الموضوع :

1-1الأسباب الذاتية :

- اشتغالي في النشاط التجاري وخاصة في تجارة المواشي لمدة تفوق العشر سنوات وملاحظتي لمختلف التعاملات والتبادلات التجارية التي تدور في هذه الأسواق وبمبالغ كبيرة جدا دون اللجوء إلى كتابة الدين ، ودون تدخل أي جهاز حكومي ينظم هذه المبادلات ، والتعامل وفق أحكام و أعراف وقوانين متداولة بين التجار معروفة بـ "قانون السوق" ، تعتبر المرجعية في كل الأحوال : سوء تفاهم ، خصومات أو نزاعات تشريع ، كل هذا أثار فضولي لدراسة هذا الموضوع وتسليط الضوء عليه .

- نوعية التخصص التربوي الديني ، بالإضافة إلى أهمية القيم في مختلف تفاعلاتنا الاجتماعية و باعتبارها كذلك محددًا من محددات التعاملات والتبادلات في كل الميادين وخاصة منها الاقتصادية .

1-2الأسباب الموضوعية :

-قلة الدراسات السوسولوجية حول الأسواق الشعبية خاصة سوق المواشي .
-الوقوف بالدراسة و التحليل على المرجعية التي تحدد نوع القيم التي توجه و تعدل السلوك الذي يجب أن يكون عليه.

- الوصول إلى حقائق ونتائج علمية دقيقة وإحداث قطيعة مع الأحكام المسبقة الشائعة حول التعاملات التجارية التي تحدث بين الفاعلين الاجتماعيين في أسواق الماشية.

2-أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الوصول لعدة أهداف منها :

- نقصد من وراء هذه الدراسة فهم وتفسير العلاقة التي تربط المتغيرين " القيم التربوية الدينية " من جهة و" التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية" من جهة أخرى .
- توفير دراسة علمية أكاديمية حول هذا الموضوع .

- فتح المجال وحقل الدراسة لمثل هذه المواضيع وتبسيط الضوء عليها من جوانب متعددة .

- تحديد نوع القيم التربوية الدينية السائدة في التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية .

- دور القيم التربوية الدينية وتأثيرها في التعاملات التجارية في الأسواق

3-الإشكالية : تمحورت إشكالية الدراسة حول السؤال الرئيسي التالي :

إلى أي مدى ترتبط التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية بوجود قيم ذات دلالة تربوية دينية ؟.

والذي تفرع إلى الأسئلة الفرعية التالية :

- إلى أي مدى ترتبط التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للماشية بقيمة التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين ؟.

- ما مدى ارتباط التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية بقيمة الصدق لدى الفاعلين الاجتماعيين ؟.

4-فرضيات الدراسة : الفرضية العامة للدراسة جاءت كإجابة على التساؤل الرئيس للإشكالية ، وكانت "استمرارية التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية مرتبطة بقيم تربوية دينية" .

وتفرعت الفرضية العامة إلى فرضيتين جزئيتين كانتا على النحو التالي :

- كلما زادت قيمة التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم .

- كلما زادت قيمة الصدق بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية زادت التعاملات التجارية بينهم .

5-مفاهيم الدراسة : تناولنا في دراستنا عدة مفاهيم ،وقد عرفناها إجرائيا بالشكل التالي :

5-1القيم : القيم هي مجموعة من التصورات والمعتقدات التي من خلالها تصدر أحكامنا على ما تعنيه لنا الأشياء التي نخضعها لهذا الحكم ، وهي دائما ما تأخذ المعنى الايجابي سواء كانت تربوية أو دينية.

5-2التعاملات :التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية هي كل عملية بيع، شراء، تبادل، قرض أو دين تحدث بين الفاعلين في هذا السوق.

3-5 سوق المواشي : السوق هو مكان مخصص من طرف البلدية في أوقات معينة بغرض ممارسة مختلف التعاملات التجارية ، مقابل دفع مبلغ معين يعرف بالمكس يدفع لمالك حقوق السوق وهو "المكاس" . وسوق المواشي هو أحد الأسواق الشعبية الذي تمارس فيه التجارة بمختلف أنواعها إلا أن الحيز الأكبر مخصص لتجارة المواشي، يقام في نفس المكان مرة واحدة كالأسبوع .

4-5 التسامح : هو قيمة داخلية توجه سلوك الفاعل الاجتماعي في سوق المواشي إلى الميل للصفح و العفو دون إرغام خارجي.

5-5 الصدق : هو قيمة داخلية توجه سلوك الفاعل الاجتماعي في سوق المواشي إلى قول الحق والوضوح في كل تعاملاته مع كل الفاعلين ومعاملتهم بمثل ما يحب لنفسه.

5-5 الفاعل الاجتماعي : الفاعل الاجتماعي هو كل متعامل يمارس نشاط التجارة متمثلاً جملة من القيم، له الحرية في اختيار الأنسب منها حسب الموقف وحسب البدائل المتاحة له.

6-منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات وعينة الدراسة :

فيما يخص المنهج المتبع في الدراسة ، فقد اعتمدنا منهج التحليل الكمي ، وكأداة لجمع البيانات ، فقد استخدمنا المقابلة مع المبحوثين الـ 96 من تجار المواشي الذين اخترناهم بطريقة عمدية قصد تحقيق أهداف بحثنا، والهدف من الاختيار العمدي أو القصدي ، تواجد أفراد العينة بشكل دائم في السوق.

7-نتائج الدراسة :

نتائج الدراسة التي توصلنا إليها، كانت على النحو التالي :

1-7الجانب النظري :

- موضوع القيم موضوع قديم اهتمت به مختلف المجتمعات على اختلاف فلسفاتها ودياناتها.
- تعتبر القيم المحدد الأساس لأي سلوك وفق أو خارج المعايير التي يرتضيها المجتمع ، كم أنها تمثلها من أفراد المجتمع تدعم بناءه وتقوي ركائزه .

- القيم التربوية الدينية قيم نتجت عن المؤسسات التربوية والدينية ، تعمل على تحويل الإنسان من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي ، قادر على أخذ مكانه في البناء الاجتماعي ، والقيام بدوره على أكمل وجه ، متمثلاً لقيمه ومعاييره بمختلف أنواعها .

- الأسواق من أهم المؤسسات الاجتماعية التي تحدث بها أغلب التفاعلات ، التي تنشأ عنها علاقات اجتماعية واقتصادية ، كما تعتبر أهم حقل من حقول اختبار القيم والمعايير ، لأنها تمثل الجانب المادي الذي يعتبر المحرك الأساس لكل تطور أو نمو .

- الأسواق ظهرت مع ظهور الإنسان على وجه البسيطة ، وكان لها الفضل الأكبر لنشوء المدن إلى جانب المجاري المائية ، والأسواق الشعبية واحدة من هذه الأسواق ، بقيت صامدة في عصرنا هذا في وجه الأسواق الحديثة لم توفره من متنفس للسواد الأعظم من الناس إذ تعتبر ملاذا حراً وفضاء لممارسة التجارة والتبادل الاقتصادي ، ولعل أكبر عامل حافظ على هذه المؤسسة ، وخاصة إذا علمنا أن أغلب مرتاديه من الأميين ، هو القيم الإسلامية التي تنظم التعامل في هذا الوسط في ظل غياب الرقابة والنظم والقوانين .

7-2 الجانب الميداني : بعد النزول إلى الميدان ودراسة ارتباط المتغيرين ببعضهما البعض "القيم التربوية الدينية" كمتغير مستقل و"التعاملات التجارية في الأسواق الشعبية للمواشي" كمتغير تابع ، وجمع البيانات وعرضها وقراءتها وتحليلها ، توصلنا إلى أن :

- قيمة التسامح غائبة في مختلف التعاملات بين الفاعلين الاجتماعيين ، وهذا ما أظهرته نتائج وبيانات قيمة العفو والليونة في البيع والقناعة ، وهذا ناتج عن اضطرار التجار للتعامل بهذا السلوك ، لكي لا يستغل الدخلاء على السوق ليونة وطيبة المتعاملين لإشاعة التحايل والكذب والغش في التعاملات ، إلا أن هذا لا ينفى وجود فئة لا تلتزم بالقيم الدينية ، فتغلب المصالح المادية الخاصة على المصالح العامة بالإضافة، إلا أننا لمسنا جانبا كبيرا من التعاون في أسواق الماشية وهذا ما يتجسد في البيع بالدين ، وعقد شراكات ، واقتراض الأموال لممارسة التجارة . وبالتالي فإن الفرضية الأولى لدراستنا والقائلة بأن التسامح بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية له دور في زيادة التعاملات التجارية بينهم لم تتحقق .

- زيادة التعاملات التجارية مرتبطة بقيمة الصدق بين التجار إذ يتحرون الكسب الحلال في كل تعاملاتهم مما ينعكس بالإيجاب في صدق أقوالهم وأفعالهم ووضوح مختلف تعاملاتهم التجارية وتمثلهم للقيم الدينية ، والحفاظ على نظام السوق بالشكل الذي أبقاه إلى هذا الوقت ، ومحاربة كل ما يمكن أن يفسد هذا النظام .

وبالتالي فإن الفرضية الثانية من دراستنا والقائلة بأن قيمة الصدق تعمل على زيادة التعاملات التجارية بين الفاعلين الاجتماعيين في الأسواق الشعبية للماشية، قد تحققت .

خاتمة :

إن موضوع القيم كان وما زال من المواضيع التي رافقت الإنسان منذ القديم إلى وقتنا هذا وستظل ترافقه ويسعى دائما الإنسان إلى إخضاعها إلى الدراسة والتحليل بالرغم من تعقيدها و تداخلها مع مواضيع أقرب إليها مثل المعتقدات، الحاجات ، الاتجاهات والدوافع. وما دراستنا هذه إلا رؤية من الزاوية السوسولوجية في ميدان يعتبر قديما قدم القيم وهو السوق الذي لمسنا قلة التراث العلمي حوله مما يفتح المجال لتسليط الضوء عليه بالدراسة والتحليل .