المملكة العربية السعودية
وزارة التعليـــم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
عمـــادة البحـث العلمـــي

رؤيـــة VISION 2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلة علمية دوريّة محكّمة

العدد الثمـانـون
ربيع الآخر 1448هـ أكتوبر 2026م

دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاساتها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي
دراسة مسحية د. محمد مرضي الشمري

نموذج سببي مقترح للعلاقة بين هوس السّلْـفي وأنماط الشخصية وأثرهما في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
د. أحمد بن سعد بن ناصر الأحمد

المحددات الاجتماعية للاختيار الزواجي في الثقافة الجمعية القبلية السعودية
دراسة نوعية في الفروق الجندرية
د. ابتسام علي العمري

الأمطار والسيول وتأثيرهما في بعض محاور التنمية المستدامة في محافظات غرب منطقة عسير
د. مشاعل فهد مطلق العتيبي

A Mathematical Model for Enhancing Financial Planning through Behavioral Insights
Author: Eyas Gaffar A. Osman

عمادة البحث العلمي
Deanship of Academic Research

www.imamu.edu.sa
imsiujhss@imamu.edu.sa



بسم الله الرحمن الرحيم

مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية

المملكة العربية السعودية- الرياض

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- عمادة البحث العلمي

منصة المجلات العلمية https://journals.imamu.edu.sa

البريد الالكتروني imsiujhss@imamu.edu.sa

موقع الجامعة: www. imamu.edu.sa

هاتف المجلة:

00966112581118

رقم الإيداع (4888 / 1427 بتاريخ 7 / 9 / 1427هـ)

رقم المجلة المعياري الدولي (ردمد) 3116 . 1658

الآراء الواردة في البحوث المنشورة تعبر عن قناعة الباحث، ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة

المجلة حاصلة على معايير اعتماد معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (أرسيف ARCIF) في تقريرها السنوي العاشر لعام 2026م وصنفت ضمن الفئة (Q1).

المشرف العام:

الأستاذ الدكتور / أحمد بن سالم العامري

معالي رئيس الجامعة

نائب المشرف العام:

الدكتور / نايف بن محمد العتيبي

وكيل الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

رئيس التحرير:

أ. د. ظافر بن محمد القحطاني

أستاذ علم النفس

بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

مدير التحرير:

د. أسماء بنت منصور المشرف

أستاذ اللغة الإنجليزية المشارك

بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أعضاء هيئة التحرير

أ.د. زهير بن عبد الله الشهري

قسم التاريخ والحضارة بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. هيفاء بنت يوسف الكندري

قسم الخدمة الاجتماعية بجامعة الكويت

أ. د. علي عقله نجادات

كلية الإعلام بجامعة البترا

أ. د. سطم بن صالح الجوعاني

قسم المحاسبة بجامعة تكريت

أ.د. عبد الرحمن محمد الحسن أحمد

قسم الجغرافيا بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ. د. محمد لخضر قويدر روبي

قسم علم النفس بجامعة البحرين

د. جوزيف فرنسيس إنجمان

جامعة ولاية نيويورك في بوفالو

د. دانيال بيلي

جامعة كونكوك

د. أندريا راكوشين لي

جامعة ولاية أوستن بي

د. سعد بن سعيد ربحان

أمين تحرير المجلة

التعريف بالمجلة:

مجلة علمية فصلية محكمة متخصصة تصدر عن عمادة البحث العلمي بجامعة الإمام بن سعود الإسلامية. وتعنى بنشر البحوث والدراسات التي تتوافر فيها مقومات البحث العلمي من حيث أصالة الفكر وجدته، ووضوح المنهجية وسلامتها، ودقة التوثيق المتعلقة بمجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وعلم النفس، والإعلام، والعلوم الإدارية بفروعها المختلفة، وغيرها من التخصصات الأخرى.

الرؤيـــــــة:

مجلة علمية رائدة تُعنى بنشر النتاج العلمي للباحثين والدارسين في شتى مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية.

الرســـــــالة:

تسعى المجلة لتصبح مرجعاً علمياً للباحثين والدارسين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ونشر البحوث المحكمة ذات الأصالة والتميز والجدة وفق المعايير المهنية العالمية، وتحقيق التواصل العلمي لأعضاء هيئة التدريس والباحثين في هذه المجالات من أجل الرقي بالبيئة والمجتمع السعودي والعربي.

الأهـــــــداف:

1. المساهمة في تنمية العلوم الإنسانية والاجتماعية وتطبيقاتها، وإثراء المكتبة العربية من خلال نشر البحوث النظرية والتطبيقية في المجالات المختلفة.
2. السعي للحصول على بحوث ذات جودة عالية وأكثر ارتباطاً بالواقع العربي حاضراً ومستقبلاً.
3. إتاحة الفرصة للمفكرين وللباحثين بنشر نتاج أنشطتهم العلمية والبحثية وخاصة تلك التي تتصل بالبيئة العربية.
4. تبادل الإنتاج العلمي والمعرفي على المستوى الإقليمي والعالمي.
5. تشجيع البحوث التي تؤكد على التنوع، والانفتاح الفكري، والانضباط المنهجي، والاستفادة من كل معطيات الفكر العلمي السليم، حديثه وقديمه، عربيًا كان أم أجنبياً.
6. تسليط الضوء على الاتجاهات البحثية الجديدة في المجالات المختلفة.

قـــواعد النـــشر:

تنشر المجلة البحوث العلمية وفق قواعد النشر الآتية:

أولاً: الشروط العامة لتقديم البحث:

- أن يتسم بالأصالة والابتكار، والجِدّة العلمية والمنهجية.
- أن يكون دقيقاً في التوثيق والتخريج.
- أن يسلم من الأخطاء اللغوية والطباعية.
- ألّا يكون قد سبق نشره، أو قدِّم للنشر في أي جهة أخرى، وبأي لغة.
- الالتزام بالأمانة العلمية، والمناهج والأدوات والوسائل المعتبرة في مجاله.
- الالتزام بذكر الباحثين المشاركين-إن كان البحث مشتركًا- وبيان دور كل باحث منهم، وإثبات موافقتهم في نموذج النشر.
- الالتزام بعدم إيراد اسم الباحث أو الباحثين في متن البحث صراحةً، أو بأي إشارةٍ تكشف عن هويته أو هويتهم، وإنما تستخدم كلمة (الباحث) أو (الباحثين) بدلاً من الاسم.
- ألا يزيد البحث عن (50 صفحة) من نوع A4، بما فيها الملاحق والجداول والمراجع.
- يُعدُّ إرسال البحث للمجلة إقراراً بالالتزام بجميع قواعد النشر في المجلة.
- يُعدُّ إرسال البحث للمجلة إقراراً بامتلاكه حقوق الملكية الفكرية للبحث كاملاً.

ثانيًا: إجراءات التقديم:

- يتقدم الباحث بطلبه عبر الموقع الإلكتروني لمجلات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية https://journals.imamu.edu.sa
- الالتزام بتعبئة كل الحقول في أنموذج طلب النشر قبل رفع البحث في المنصة.
- https://journals.imamu.edu.sa/index.php/jshs/libraryFiles/downloadPublic/455
- إرفاق نسختين من البحث بدون بيانات الباحث إحداهما بصيغة (Word) والأخرى بصيغة (PDF).
- إرفاق صفحة مستقلة تتضمن (عنوان البحث، اسم الباحث، الدرجة العلمية، الجامعة التي يعمل بها، الكلية، القسم، البريد الإلكتروني، رقم الجوال).
- إرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية لا تزيد كلماته عن (250) كلمة مع كلمات مفتاحية (Key Words) تعبّر عن المجالات التي يتناولها البحث، ولا تزيد عن خمس كلمات.

ثالثًا: المادة العلمية:

- إلحاق جميع الصور والرسومات المتعلقة بالبحث، على أن تكون واضحة جلية.

  رومنة المصادر والمراجع العربية إلى الحروف الإنجليزية.
- مراعاة ترتيب عناصر البحث كما يلي: المقدمة، المشكلة وأسئلتها، الأهداف، الأهمية، الحدود، المصطلحات، الإطار النظري والدراسات السابقة، المنهجية والإجراءات، النتائج ومناقشتها، الخاتمة والتوصيات، قائمة المراجع.
- توثيق المراجع والاقتباسات وفقًا لأسلوب جمعية علم النفس الأمريكية (APA 7th edition) أو الحواشي السفلية.

- الإشارة إلى المراجع في المتن بذكر اسم المؤلف الأخير، ثم سنة النشر، ثم رقم الصفحة بين قوسين، وترتب المراجع في نهاية البحث ترتيباً هجائياً حسب اسم العائلة، ثم الاسم الأول للمؤلف، ثم سنة النشر، ثم العنوان، ثم مكان النشر، ثم دار النشر.
- ترجمة الملخص العربي إلي اللغة الإنجليزية ترجمة معتمدة وإرفاق شهادة بذلك قبل الحصول على الإفادة.
- سوف يتم تقييم الملخص العربي.
- سوف يتم تقييم ملخص اللغة الانجليزية.
- ينبغي أن يشمل البحث على مراجع حديثة من سكوبس.
- وضع مراجع سكوبس مرتين مرة في مراجع البحث ومرة في قائمه مراجع منفصلة بعنوان مراجع سكوبس حتى يسهل علي سعادة المحكم الوصول إليها.

رابعًا: سياسة التحكيم:

- تفحص هيئة التحرير البحث فحصاً أولياً وتقرر أهليته لاستكمال إجراءات تحكيمه أو رفضه، ويبلَّغ الباحث بالنتيجة المبدئية لقبول تحكيم البحث أو رفضه في مدة لا تزيد عن (10) أيام عمل من تاريخ تقديم الطلب.
- يخضع تحكيم البحث للسرية التامة بعدم الإفصاح عن أسماء الباحثين أو المحكمين .
- يتم تعيين اثنين من المحكمين -على الأقل- من ذوي الاختصاص في موضوع البحث.
- يلتزم المحكم بالاعتذار عن التحكيم في حال كون البحث ليس في مجال تخصصه الدقيق، أو ليس لديه الخبرة الكافية فيه.
- يلتزم المحكم بالرد بالموافقة أو الرفض لطلب التحكيم (في مدة لا تزيد عن خمسة أيام من تاريخ إرسال خطاب طلب التحكيم إليه).
- في حال اختلاف نتيجة التحكيم في إجازة البحث أو رفضه، يُرسل البحث لمحكِّم مرجِّح.
- تستغرق مدة تحكيم البحث من تاريخ ورود البحث حتى إرسال ملحوظات المحكمين إلى الباحث مدة لا تزيد عن (30) يوماً.
- يُشترط لاجتياز التحكيم ألا تقل درجة كل محكم عن 85 درجة.
- يلتزم الباحث بمراجعة الملحوظات الواردة من المحكمين، وتعديلها في مدة لا تتجاوز (20) يوماً من تاريخ إرسال الملحوظات إليه، وللمجلة الحق في صرف النظر عن البحث في حال الإخلال بذلك.
- يشعر الباحث في حال قبول البحث أو رفضه.
- يلتزم المحكم بأن تكون ملاحظاته حول البحث تفصيلية وفق نموذج التحكيم المعتمد، وألا يكتفي بالفحص والتحكيم الإجماليين وأن يتوجه بملحوظاته إلى البحث لا إلى شخص الباحث.
- في حالة إشارة المحكم إلى الاستلال أو الانتحال في المادة العلمية التي يقوم بتحكيمها، فإنه يلتزم بالإشارة إلى الفقرات التي وقع فيها الاستلال أو الانتحال مع إرفاق ما يثبت ذلك.
- تحتفظ هيئة التحرير بأسباب الرفض في حال تم رفض البحث.

خامسًا: نشر البحث:

- يتعهد الباحث خطيّاً بعدم نشر البحث في أوعية نشر أخرى دون إذن كتابيّ من المجلة.
- يلتزم الباحث بتنسيق البحث وفق قالب التجهيز الطباعي المعتمد في إخراج المجلة.
- يمنح الباحث خطاب إفادة بقبول البحث للنشر بعد استيفاء جميع قواعد النشر.
- البحوث المنشورة لا تمثل رأي الجامعة، بل تمثل رأي الباحث نفسه، ولا تتحمل الجامعة أي مسؤولية قانونية ترد على هذه البحوث.
- تؤول كل حقوق النشر للمجلة، ولا يجوز نشر البحث في أيّ منفذ نشر آخر ورقيّاً أو إلكترونيّاً دون إذن كتابي من هيئة التحرير.
- ينشر البحث إلكترونيّاً عبر منصة المجلات العلمية لجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

https://journals.imamu.edu.sa

سادسًا: سياسة النزاهة والأمانة العلمية:

- تلتزم المجلة باحترام حقوق الملكية الفكرية وبما يمنع الاعتداء على أفكار الآخرين بأي شكل من الأشكال.
- تمنع المجلة الاقتباس الذي هو نقل فقرات أو أسطر من مصنفات أخرى تعود إلى الشخص نفسه أو إلى غيره بنسبة تزيد عن 20% من مادة البحث.
- إذا تطلب البحث اقتباسات مطولة وبنسبة تزيد عن 20% فإن الباحث يبيّن سبب ذلك عند رفع البحث على المنصة.
- ألا تزيد الكلمات في الاقتباس الواحد عن 30 كلمة، وتوضع بين علامتي تنصيص، مع الإشارة إلى المصدر.
- تمنع المجلة الاستلال الذي هو إعداد مصنف أو جزء من مصنف جديد بالاعتماد على مصنف آخر للشخص نفسه بأي نسبة كانت من مادة البحث.
- ترفض المجلة التدليس الذي هو تقديم معلومات أو نتائج مضللة، أو إخفاء معلومات تؤثر في تقييم البحث.
- ترفض المجلة الانتحال الذي هو ادعاء الملكية لمصنف مملوك لغيره، أو نسبة النتائج إلى نفسه.
- تدعو هيئة تحرير مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من له الحق إلى إبلاغها بأي انتحال يقع في الأبحاث المنشورة.
- لهيئة تحرير المجلة الحق في سحب البحث إذا وجدت فيه دليلاً قاطعاً على الانتحال، أو ثبت فيه وجود بيانات غير موثوق بها، أو نشر مكرر، أو سلوك غير أخلاقي.
- للمجلة الحق في رفض النشر لأي مؤلّف ثبت إخلاله بمبادئ النزاهة والأمانة العلمية.

سابعا: الرسوم:

مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية لا تحمّل الباحث أي رسوم ويتم فحص ونشر الأبحاث مجانا.

ثامنا: للأصحاب السعادة الباحثين والمحكمين:

البحث عن المجلات المصنفة في قائمة سكوبس https://www.scopus.com/sources



المحتويـــــات

دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاساتها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي دراسة مسحية د. محمد مرضي الشمري	13
نموذج سببي مقترح للعلاقة بين هوس السِّلْفي وأنماط الشخصية وأثرهما في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي د. أحمد بن سعد بن ناصر الأحمد	81
المحددات الاجتماعية للاختيار الزواجي في الثقافة الجمعية القبلية السعودية دراسة نوعية في الفروق الجندرية د. ابتسام علي العمري	147
الأمطار والسيول وتأثيرهما في بعض محاور التنمية المستدامة في محافظات غرب منطقة عسير د. مشاعل فهد مطلق العتيبي	191
A Mathematical Model for Enhancing Financial Planning through Behavioral Insights Author: Eyas Gaffar A. Osman	265

دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاساتها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي

دراسة مسحية

إعداد:

د. محمد مرضي الشمري

أستاذ الإعلام والعلاقات العامة المشارك

أكاديمية سعد العبد الله للعلوم الأمنية، الكويت

The Role of Public Relations Campaigns at the Ministry of Interior in Raising Awareness About the Dangers of Drugs and Their Impact on Increasing Public Awareness Among Kuwaiti Citizens: A Survey Study

Prepared by:

Dr. Mohammed Murdhi Alshammari

Associate Professor of Media and Public Relations

Saad Al-abdullah Security Sciences Academy, Kuwait

تاريخ ورود البحث	تاريخ قبول البحث
١٤٤٦/٨/٤هـ – ٢٠٢٥/٢/٣م	١٤٤٧/٣/٢٢هـ – ٢٠٢٥/٩/١٤م


بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص البحث:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور حملات العلاقات العامة في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاساتها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي. وتتمثل **مشكلة الدراسة** في تصدي الباحث لدراسة حملات العلاقات العامة الحكومية بوزارة الداخلية وقدرتها على التوعية بأضرار المخدرات وانعكاس ذلك على وعي الجمهور بخطورتها. **و**تعتمد الدراسة على منهج المسح لأنه الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها، ويُوظَّف في هذه الدراسة من خلال المسح الميداني على عينة من الجمهور للتعرف على دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في تشكيل وعيهم تجاه خطورة المخدرات. **و**أجرى الباحث دراسته الميدانية على ٣٥٠ مبحوث يستخدمون مواقع التواصل الإلكتروني من خلال تصميم استمارة إلكترونية لسهولة تطبيقها وموضوعيتها في الحصول على النتائج من كافة شرائح المجتمع وفقا للعينة المتاحة. توصل الباحث إلى العديد من النتائج منها متابعة نسبة كبيرة من الجمهور حملات وزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات، وجاء التعرف على خطورة تعاطي المخدرات ومعرفة أنواعها في المرتبة الأولى، وحظيت مواقع التواصل الاجتماعي بالاهتمام الأول بوصفها أبرز الوسائل الإعلامية متابعةً، وأنَ لحملات العلاقات العامة تأثيرًا كبيرًا في تشكيل الوعي لدى الجمهور بتأثيرها المدمر. **وتوصي** الدراسة بوضع استراتيجية توعوية صحية تتضافر فيها جهود كل من وزارة الصحة والإعلام والتعليم العالي والعام مع وزارة الداخلية بوضع حملات تكاملية توعوية لتعريف المواطنين بأخطر الأمراض التي يمكن أن يتعرضوا لها نتيجة تعاطي المخدرات، كما توصي الدراسة بضرورة تكثيف الجهات الأمنية جهودها في محاربة تجار المخدرات عبر المنافذ البحرية والبرية والجوية باستخدام أحدث الأساليب العلمية في الكشف عن حيل مروجي المخدرات وإيقاع أقصى عقوبة.

المصطلحات الأساسية: حملات العلاقات العامة – وزارة الداخلية – التوعية – أضرار المخدرات.

Abstract:
This study examines the role of public relations campaigns conducted by the Kuwaiti Ministry of Interior in raising public awareness about the dangers of drug use. The research focuses on the design and effectiveness of governmental communication strategies aimed at educating the public and promoting preventive behaviors. A quantitative methodology was employed through surveys administered to a sample of 350 social media users, in order to assess the reach, influence, and reception of the Ministry's anti-drug campaigns. The findings reveal that a considerable proportion of the population actively follows and engages with the Ministry of Interior's awareness initiatives. Results indicate that the campaigns have enhanced the public's understanding of both the risks associated with drug use and the different types of drugs. Moreover, social media platforms emerged as the most widely utilized channel for disseminating messages, underscoring the importance of digital communication tools in contemporary public relations efforts. Overall, the campaigns were found to have a significant positive impact on shaping awareness and perceptions toward drug-related issues. The study concludes by recommending the development of an integrated national health awareness strategy that involves coordinated efforts across multiple ministries and government sectors. Such collaboration would help establish comprehensive and sustainable awareness campaigns. Additionally, the research highlights the necessity for security agencies to intensify their strategies in combating drug trafficking through the adoption of advanced techniques, combined with the enforcement of strict legal penalties against offenders. These measures, taken collectively, would contribute to reducing drug risks and strengthening social protection.

Key terms: Public relations campaigns – Ministry of Interior – Awareness – Drug harms.

مُقَدِّمَة

يعاني العالم اليوم كثيراً من المشكلات التي تعصف به، وتُعَد المخدراتُ من أكثرها، إذ إنّ تعاطيها والإدمان عليها من أخطر المشكلاتِ في العصرِ الحديث؛ فبعد أن كانتْ هذه المشكلةُ خاصةً بالمجتمعاتِ المتقدمةِ أصبحت مشكلةً عالميةً تعاني منها كثير من الدول بما فيها دولُ العالم الثالث، أو ما يُسمّى بالدولِ النامية؛ وبدأَتْ تنتشرُ في مختلفِ المجتمعاتِ وبشكلٍ لم يسبقْ له مثيل، وبشكلٍ سريعٍ، حتى أصبحت خطراً يهدد الصغير والكبير، وتعد منطقة الخليج العربي من المناطق المستهدفة لارتفاع مستوى الدخل.

وتُعدّ الحملاتُ الإعلامية التي تقوم بتنفيذها العلاقات العامةُ في وزارة الداخلية منظومةً متكاملةً من الفعاليات التي تستمرُ مدةً زمنية معينة، وتَسْتَخدِم مختلفَ أنواع الاتصال ونماذجه ومستوياته، بهدف نشرِ المعلومات والأفكارِ والمعارفِ المتعلقة بمشكلة معينة مثل مشكلةُ تعاطي المخدراتِ، باستخدام رسائل إعلاميةٍ متنوعة تُوجّه لجمهور عريض أو شريحةٍ اجتماعية محددةٍ ومعينة للتأثيرِ في معارفهم واتجاهاتهم ومواقفهم وقناعاتهم تجاه مشكلة الحملة وموضوعها، ودفعِهم لاتخاذِ سلوكٍ محددٍ في ضوء هذه القناعات.

ويتوقف نجاح هذه الحملات على الكيفية التي تحسن بها سلوك الأفراد وتجعلهم يتبنون سلوكاً إيجابياً من خلال الابتعاد عن تعاطي المخدرات والتوعية بخطورتها على الفرد والمجتمع، وتعتمد الحملات كذلك على العديد من وسائل الاتصال للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأفراد والتأثير فيهم بشكل إيجابي.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به حملات

العلاقات العامة الحكومية بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاسها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي، ودور هذه الحملات في إمداد الجمهور بالمعلومات الصحية بأضرار المخدرات، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور على هذه الحملات في التزود بالمعلومات الصحيحة، وكذلك التعرف على دوافع وأسباب تعرض الجمهور الكويتي لهذه الحملات ومدى إسهامها في تنمية الوعي الصحي لديهم، وقياس درجة رضاهم عن المعلومات الصحية المقدمة من خلال هذه الحملات.

ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل الدور الذي قامت به حملات العلاقات العامة التي أطلقتها وزارة الداخلية في تشكيل الوعي لدى الجمهور الكويتي تجاه خطر المخدرات، وكذلك التعرف على درجة اعتمادهم على هذه الحملات في تعريفهم بخطر المخدرات، وكيفية الوقاية منها، وطرق علاجها.

ثانياً: أهمية الدراسة:

١–أهمية الحملات الإعلامية عامة والحكومية منها بشكل خاص في مواجهة خطورة المخدرات في ظل تفشي الظاهرة في الآونة الأخيرة، خصوصًا في منطقة الخليج العربي.

٢–يعُد تعاطي المخدرات من أخطر التهديدات التي واجهت العالم في الفترة الأخيرة، حيث إنها أزمة عالمية أدت إلى خسائر فادحة على جميع المستويات الصحية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والخلقية، الأمر الذي يتطلب ضرورة تكثيف الجهود البحثية في التعرف على الدور الإعلامي في التصدي لها، والخروج منها بسلام.

٣–تقدم الدراسة نتائج علمية بناء على تقييم فاعلية الحملات التي أطلقت لمواجهة المخدرات، وهذه النتائج يمكن أن تفيد القائمين على تلك الحملات.

٤-تسهم هذه الدراسة في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وإثراء المكتبة العربية بدراسة حديثة عن الحملات الإعلامية التي تقوم بها العلاقات العامة بوزارة الداخلية بالكويت في توعية الجمهور بخطورة تعاطي المخدرات.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسٍ يتمثل في: التعرف على الدور الذي تقوم به حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في تشكيل وعي الجمهور الكويتي حول أضرار المخدرات، وطرق الوقاية منها.

وانطلاقاً من هذا الهدف الرئيس تأتي مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- التعرف على معدل متابعة الجمهور الكويتي لهذه الحملات.

- التعرف على معدل استفادة الجمهور من المعلومات المقدمة في هذه الحملات.

- معرفة مدي اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على هذه الحملات في الحصول على معلوماتهم حول أضرار المخدرات.

- معرفة آراء المبحوثين عينة الدراسة واتجاهاتهم نحو نجاح تلك الحملات وأوجه قصورها.

- معرفة تأثير هذه الحملات في رفع مستوى الوعي لدى الجمهور الكويتي بخطورة المخدرات.

- قياس تفاعل المبحوثين عينة الدراسة مع موضوعات هذه الحملات.

- التعرف على آراء الجمهور في كيفية تطوير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية لرفع وعي الجمهور بخطورة المخدرات.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

١- ما مدي حرص المبحوثين عينة الدراسة على متابعة حملات وزارة الداخلية الخاصة بالتوعية بأضرار المخدرات؟

٢- ما دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات؟

٣- ما أبرز الوسائل الإعلامية التي تستخدمها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية؟

٤- ما درجة تأثير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في وعي الجمهور تجاه خطورة تعاطى المخدرات؟

٥- ما درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لاتجاهات عينة الدراسة؟

٦- ما هي مقترحات الجمهور في تطوير أداء الحملات الإعلامية لوزارة الداخلية في مواجهة أضرار تعاطي المخدرات بالمجتمع الكويتي؟

خامساً: الدراسات السابقة:

قام الباحث بالاطلاع على الدراسات السابقة المتاحة المتعلقة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر خلال الفترة الزمنية من ٢٠١٥ إلى ٢٠٢٤م، وأمكن الاستعانة بـ ٢٣ دراسة عربية وأجنبية قسَمها الباحث محورين، المحور الأول تناول حملات العلاقات العامة والوعي لدى الجمهور، والمحور الثاني التوعية بأضرار المخدرات. وعُرضت الدراسات السابقة من الأحداث إلى الأقدم على النحو التالي:

المحور الأول: حملات العلاقات العامة والوعي لدى الجمهور:

- تهدف دراسة (راشد، ٢٠٢٣م) إلى التعرف على دور الحملات الاتصالية

للعلاقات العامة في مديرية الأمن العام في التوعية بخطر المخدرات، وتوصلت إلى أنَ الحملات الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردني لتوعية طلبة الجامعات بخطر المخدرات جاءت بدرجة متوسطة، وأن المحاضرات هي أهم الحملات الاتصالية الوجاهية، وصفحة مديرية الأمن العام على الفيس بوك من أهم الحملات الاتصالية الإلكترونية، وتبين أن البرنامج التلفزيوني هو أحد أهم أشكال الحملات الإعلامية التي تقوم بها العلاقات العامة[١].

- تسعى دراسة (حامد، ٢٠٢٢) إلى التعرف على دور حملات العلاقات العامة الإلكترونية في التوعية الصحية التي قامت بها وزارة الصحة العراقية أثناء ظهور فايروس كورونا الذي أصبح وباءً تعرض له العالم بشكل كامل عن طريق دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك الخاص بوزارة الصحة. وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج موضوعا حيويا ومهما يتمحور في حملات العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في تعزيز الوعي الصحي واتخاذ التدابير الوقائية الصحية للحد من انتشار الجائحة عبر صفحة وزارة الصحة على الفيس بوك، وقد توصل البحث إلى عدد من النتائج أبرزها: ظهرت قضية تعزيز التوعية والإرشاد من أهم مضامين حملات العلاقات العامة الإلكترونية في صفحة وزارة الصحة على الفيس بوك. وعُنيت وزارة الصحة بتوظيف الاستراتيجيات الاتصالية لترتيب أولوياتها نحو الحد من انتشار الجائحة (كوفيد ١٩)؛ إذْ شكلت استراتيجية الإعلام الدعامة الرئيسة التي اعتمدت عليها الوزارة في حملاتها الإلكترونية للعلاقات العامة [٢].

واستهدفت دراسة (صالح ،٢٠٢١) التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية المقدمة عبر حملات العلاقات العامة الإلكترونية في المستشفيات الأردنية للتوعية بمخاطر الإنفلونزا (H1N1) وفيروس كورونا (COVlD-١٩)، والتعرف على نوعية الحملات الإلكترونية الموجهة من قبل أجهزة العلاقات العامة في

المستشفيات الأردنية للتوعية بالمرضين، والوقوف على طبيعة الأنشطة الاتصالية الإلكترونية التي وُجّهت، والتعرف على أبرز الأدوات الإلكترونية التي وُظّفت في الحملات ونوعية الأنشطة وطبيعة مضامينها، وقد أبرزت النتائج أن العلاقات العامة في المستشفيات الأردنية (عينة الدراسة) قد نفذت عددا من حملات العلاقات العامة الإلكترونية لجماهيرها للتوعية بمخاطر المرضين، وكانت درجة التنفيذ عالية بنسبة مئوية بلغت (٩٤,٦٪)، وكانت الحملات الأكثر تكرارا هي الحملة (التعليمية والتثقيفية) بنسبة مئوية بلغت (٣٨,٤٪)، فيما تركزت مضامين الحملات على التوعية بمخاطر المرضين وأسبابهما وسبل الوقاية والعلاج[٣].

وتهدف دراسة (العمرود، ٢٠٢١) التي أجريت بالمملكة العربية السعودية إلى التعرف على الحملات الإعلامية التي تقدمها وزارة الداخلية في مجال مكافحة المخدرات، والتعرف على أهم المعلومات التوعوية التي يقدمها برنامج "نبراس" وإسهامه في الحد من انتشار المخدرات، فضلا عن معرفة أهم التأثيرات الناجمة عن اعتمادهم عليه. وتوصلت الدراسة إلى أنَّ أسباب متابعة المبحوثين للحملات الإعلامية تمثلت في المعلومات المقدمة بنسبة (١٦,٤٪)، والبحث عن فائدة المعلومة المتعلقة بمكافحة المخدرات بنسبة بلغت (١٢,٤٪) ، ومن ثم الإرشاد لطرق جديدة للوقاية من أصدقاء السوء بنسبة (١١,٦٪)، في حين جاءت الرسائل القصيرة عبر الهاتف في المرتبة الأولي من بين الأنشطة [٤].

وتهدف دراسة (روان باسم، ٢٠٢٠)[٥] إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها، واستخدمت الباحثة المنهج المسحي الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من مراجعي المستشفيات الحكومية والخاصة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن درجة اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية جاءت بنسب متوسطة بلغت (٥٨,٣٪)، كما بينت الدراسة أن أكثر الموضوعات والقضايا الصحية التي عُنيت

بها الحملات كانت (الحفاظ على النظافة الشخصية)، واحتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٢,٦٠). وأكدت الدراسة أن من أهم أسباب اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية كانت (الثقة في الجهة التي تقدم هذه المعلومات الصحية) بمتوسط بلغ (١,٤٠). وأظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية على درجة اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية تعزى لمتغير العمر.

وهدفت دراسة (Pillar:٢٠٢٠) [٦] إلى التعرف على العلاقات العامة والحملات حول السلامة وتعاطي المخدرات، وتقييم فعالية الحملات في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة في إسبانيا، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي والنوعي، من خلال الاعتماد على المقابلات شبه المنظمة، لجمع المعلومات من عينة بلغت (٣٧٥) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الحملات زادت من المعرفة والوعي والتعليم، من خلال الاستراتيجيات التي استُخدمت عبر وسائل الإعلام ولا سيما التلفزيون.

وفى دراسة للباحث (الشمري، ٢٠٢٠) حول أثر حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي: أزمة جائحة كورونا نموذجاً، طبقت الدراسة على ٤٠٠ مفردة من الشعب الكويتي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج؛ منها: حرص الجمهور الكويتي على متابعة حملات التوعية الصحية، وجاءت بنسبة ٩٥,٤٪، وتتمثل دوافع الاهتمام في المحافظة على الصحة وصحة أفراد الأسرة، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي كأفضل وسائل الاتصال متابعة، يليها التلفزيون، وأقر الجمهور بأن حملات التوعية الصحية تقدم معلومات وافية ومفيدة عن جائحة كورونا المستجد[٧].

وتهدف دراسة (حسين، ٢٠١٨) إلى التعرف على دور العلاقات العامة في

تحقيق أهداف الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية، باعتبار أن العلاقات العامة منوط بها القيام بهذه الحملات، نظراً لحاجة الجماهير لها بصورة مستمرة نتيجة للتغيرات المتلاحقة في كل مناحي الحياة وجوانبها المختلفة، وإبراز أهمية العلاقات العامة من خلال الوقوف على أنشطتها وبرامجها ومهامها ودورها الوظيفي المتكامل في عمليات التأثير في الجماهير الداخلية والخارجية، وتوصلت الدراسة إلى أن عدم الأخذ بأسلوب التخطيط العلمي النموذجي المدروس في إعداد الحملات الإعلامية التوعوية وتصميمها وتنفيذها، يجعلها تخرج بصورة غير علمية، وضعف الإمكانات المادية، وشح الميزانية المخصصة لإعداد الحملات الإعلامية وتصميمها وتنفيذها، كل ذلك جعلها لا تحقق كل الأهداف المرسومة، وقلة عدد العاملين في إعداد الحملات الإعلامية التوعوية وتنفيذها مقارنة بالعدد المطلوب للقيام بتنفيذ هذه المهمة[٨].

وتهدف دراسة (مازن عثمان، ٢٠١٨)[٩] إلى معرفة إسهام استراتيجيات حملات العلاقات العامة ودورها الاستراتيجي في التوعية الصحية للصحة الإنجابية، بتوعية المرأة لمحاربة العادات الضارة وزواج القاصرات بالمجتمع، حيث تعد واحدة من مسببات زيادة معدل وفيات الأمهات، وتوصلت الدراسة إلى أن تستخدم العلاقات العامة التخطيط الاستراتيجي لتصميم واختيار وسائل اتصالية مناسبة لتحقيق أهداف حملات التوعية الصحية بالبرنامج القومي للصحة الإنجابية، ولا يوجد توافق بين خطة العلاقات العامة الاتصالية لحملات التوعية الصحية والخطة الاستراتيجية للبرنامج القومي للصحة الإنجابية، وتستخدم العلاقات العامة في حملات التوعية الصحية أنشطة الاتصال المباشر وغير المباشر لزيادة نشر الوعي الصحي.

واستهدفت دراسة (أحمد، ٢٠١٦) الكشف عن استخدام المرشحين لحملات العلاقات العامة في إقناع الناخبين بمدينة الرياض، وتوصلت الدراسة إلى

أن غالبية المرشحين الذين يستخدمون حملات العلاقات العامة في حملاتهم الانتخابية يستخدمون عدة أنواع من الحملات في التواصل مع الناخبين؛ مثل: الحملات الإقناعية، والحملات الإعلامية، وحملات التوعية، وحملات التسويق الشخصي، وأن الغالبية من المرشحين يستخدمون العديد من الوسائل الاتصالية في الحملة، وتمثلت هذه الوسائل في: الاتصال الشخصي، وسائل الاتصال الجمعي، وسائل التواصل الاجتماعي، وأخيرا وسائل الاتصال الجماهيري، وأن الحملات تؤثر في الناخبين من وجهة نظر المرشحين، وجاء التأثير العاطفي من أهم التأثيرات الخاصة بتأثير الحملة الانتخابية في الناخبين، ثم المعرفة بالبرنامج الانتخابي للمرشحين[١٠].

وهدفت دراسة (بدر، ٢٠١٦)[١١] إلى تسليط الضوء على الحملات التي تقوم بها جمعية المبادرات النسائية ومدى إسهامها في رفع الوعي الصحي للمرأة، وإيجاد سلوكيات إيجابية في هذا الإطار، وفاعلية الحملات الإعلامية التي تقوم بها المنظمات والجمعيات التي تتناول قضايا المرأة الصحية، والتعرف على الإسهامات الطوعية للمرأة السودانية من خلال قيامها وتقديمها لبرامج التوعية الصحية. توصلت الدراسة للعديد من النتائج أهمها أن نسبة ٨٤٪ من المبحوثين يؤكدون على أن متابعتهم برامج التوعية الصحية في وسائل الإعلام أدت إلى توسيع مداركهم الصحية، أوضحت الدراسة أن نسبة ٩٠٪ يتابعون موضوعات التثقيف الصحي المتعلقة بالبرامج العلاجية والوقائية، و٣. ٩٠٪ من أفراد العينة يؤكدون حصولهم على المعلومات الصحية نتيجة متابعتهم لبرامج التوعية الصحية في وسائل الإعلام، كما يؤكد ٤. ٧٥٪ من أفراد العينة أن الحملة الإعلامية الخاصة بالاكتشاف المبكر لمرض سرطان الثدي أسهم في توعيتهم.

وتهدف دراسة (Shi، ٢٠١٦) إلى تقييم مواقع الشبكات الاجتماعية المستخدمة في حملات الاتصال الصحي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من

التوصيات للاسترشاد بها في تصميم الحملات الصحية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، وكان أهمها توجيه الاهتمام الكافي نحو الرسالة، فلم يقدم الباحثون الكثير من التفاصيل حول محتوى الرسائل الصحية المستخدمة في حملاتهم، كما لوحظ أن التحليل الخاص بتعليقات المستخدمين والرسائل المعدة من قبل مصممي الحملة أنفسهم غالبا ما يتم بشكل غير مرئي[١٢].

المحور الثاني: التوعية بأضرار المخدرات:

تهدف دراسة (أحمد، ٢٠٢٤) إلى تقصي الأسباب والدوافع والآثار لتعاطي المخدرات في المجتمع الفلسطيني، وصولاً إلى بناء برنامج إرشادي وقائي لخفض الرغبة في سلوك التعاطي، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تقديرات عينة الدراسة على كل من مقياس أسباب تعاطي المخدرات والدوافع والآثار جاء بتقدير متوسط، مع أولوية للأسباب الاجتماعية، والدوافع النفسية، والآثار الاقتصادية، وبناءً على النتائج الوصفية، أخذ بالأسباب والدوافع والآثار التي كان مستواها مرتفعاً في تخطيط البرنامج الإرشادي الوقائي المقترح، الذي استند في إطاره العام إلى البرامج الانتقائية، ويركز على عوامل الوقاية والخطر التي أفرزتها النتائج، باستخدام مجموعة من الاستراتيجيات، تمثلت في: المحاضرة، الحوار، المناقشة، النمذجة، لعب الأدوار، الحديث الذاتي، وقف الأفكار، تعديل الأفكار، ضبط السلوك، الاسترخاء، التخيل، العقد الإرشادي، والواجب المنزلي[١٣].

بينما تهدف دراسة (فيصل، ٢٠٢٣) إلى التعرف على دور الاتصال في التوعية بظاهرة تعاطي المخدرات والحد من اتشارها بين أفراد المجتمع من وجهة نظر متلقي العلاج بمركز معالجة الإدمان "فرانس فانون" بالبليدة بالجزائر، وتوصلت الدراسة إلى أن مركز معالجة الإدمان يقوم بعملية تطوير الأساليب في التوعية بظاهرة المخدرات، وأن إدارة مركز معالجة الإدمان نجحت في توظيف الاتصال في حملات التوعية للحد من انتشار الظاهرة، وأن أغلب المتعاطين من فئة الأطفال

والشباب، مما يدل على فشل المؤسسات التربوية والتعليمية في احتواء الظاهرة، وأن هناك قصورا في تعريف الناشئة بأضرار المخدرات بشكل مستمر في برامج الإعلام، وسهولة الحصول على المخدرات بطريقة التحايل من الصيدليات وبيعها في النوادي والمقاهي، وضعف الرقابة والرعاية الأسرية، وتفشي المشاكل العائلية، كل ذلك أدى بعدد كبير من المتعاطين إلى ولوج عالم المخدرات[١٤].

وحول تحليل مضمون حملات التوعية التي أنتجها صندوق مكافحة وعلاج الإدمان للتوعية بمخاطر المخدرات من يناير ٢٠١٧ إلى ديسمبر ٢٠٢٠م بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة، والتعرف على أهم القيم التي تقدمها الحملات لمكافحة المخدرات، فضلًا عن الصور السلبية التي تقدمها عن آثارها على الفرد والمجتمع، توصلت إلى حرص صندوق مكافحة وعلاج الإدمان والتعاطي على تقديم حملات التوعية بانتظام، وتعرض غالبية الحملات خلال شهر رمضان فقط، وهي فترة غير كافية للوصول للتأثير المطلوب سواء كان هدف الحملة وقائيا أو لتغير سلوكيات سلبية ودعم سلوكيات إيجابية، فمن غير المتوقع أن تصل الحملة لأكبر شريحة من الجمهور في هذه المدة القصيرة[١٥].

واستهدفت دراسة (إبراهيم، ٢٠٢٣) التعرف على تجارب الدول في مكافحة ظاهرة الإدمان والتصدي لها، وتحديد الآليات والمقترحات التي قد تسهم في الحد من ظاهرة تعاطي المخدرات، وتوصلت الدراسة إلى أن يكون العلاج إلزامياَ لمن يثبت إدمانه لأحد المواد المخدرة، وكما أشار المعهد الوطني لمكافحة المخدرات في أمريكا أن يكون العلاج طوعيًا ليكون فعالًا، وأن يُلحَق بالمؤسسة العلاجية مدة لا تقل عن ستة شهور، حيث أشار المعهد الوطني لمكافحة المخدرات في أمريكا إلى أن مدة بقاء المريض للعلاج في المجتمعات العلاجية يكون عادة لمدة 6 إلى 12 شهرا لتحقيق النتائج الفعالة في العلاج[١٦].

وحول العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤدي إلى تعاطي

المخدرات لدى النساء، بالإضافة إلى الآثار الاجتماعية المترتبة على تعاطي المخدرات لدى النساء المحكومات في قضايا التعاطي في السجون، توصلت دراسة علمية إلى العديد من النتائج أهمها: تعدد العوامل المؤدية إلى تعاطي النساء للمخدرات، منها: عوامل اجتماعية تمثلت في سهولة الحصول على المخدر، ضعف الوقاية والرقابة الأسرية، التفكك الأسري، وكذلك عوامل اقتصادية تمثلت في: الاحتياج المالي، عدم وجود دخل ثابت، البطالة، وعوامل نفسية تمثلت في: الحرمان من العاطفة، وانعدام الثقة في النفس، والإحباط. وتنوع الآثار الاجتماعية المترتبة على تعاطي النساء للمخدرات، والتي تمثلت في صعوبة التعايش مع الأسرة، وافتقاد الثقة في النفس وفي الآخرين، وكثرة المشاكل الأسرية[١٧].

واستهدفت دراسة (أحمد، ٢٠٢٠) التعرف على دور مناهج العلوم الشرعية بالمرحلة الثانوية في التوعية بأضرار المخدرات والمؤثرات العقلية، كما كشفت نتائج الدراسة أن المتطلب الخامس الذي ينص على: التعريف بأسباب تعاطي المخدرات والمؤثرات العقلية قد حظي بالمرتبة الأولى بأعلى نسبة تمثيل في الكتاب، حيث بلغت نسبته (٢٦,٤٪)، كما جاء المتطلب الرابع: التعريف بأنواع المخدرات والمؤثرات العقلية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (٢١,٧٪)، وجاء المتطلب الثالث: الأحكام الشرعية المترتبة على التعاطي والإدمان والترويج في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (١٧,٣٦٪)، كما أظهرت نتائج الدراسة غياب المتطلب الثامن: التعريف بأضرار المخدرات والمؤثرات العقلية الاقتصادية في المرتبة السابعة، وكذلك غياب المتطلب التاسع: جهود المملكة العربية السعودية في مكافحة المخدرات والمؤثرات العقلية في المرتبة التاسعة، والمتطلب العاشر: جهود المملكة العربية السعودية في معالجة المدمنين للمخدرات والمؤثرات العقلية في المرتبة الأخيرة [١٨].

واستهدفت دراسة (شايب،٢٠٢٠)[١٩] إبراز دور الإعلام التربوي ومدى أهميته في صناعة التغيير المنشود لمكافحة ظاهرة المخدرات في المؤسسات التربوية؛

نظرا للأهمية القصوى للتوعية الإعلامية التي تسهم بدورها في تشكيل الذات أو إعادة تشكيلها كونها تعمل على تقويم السلوك الإنساني، وذلك بتغيير المعارف والقيم عن طريق المناقشة والإقناع، وتوصلت إلى ضرورة تكثيف العمل الجماعي في البرامج الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من خلال عرض الأضرار، ثم تقديم البديل الأمثل أو السلوك السليم الذي يحل محل الانحراف، خصوصا أن مثل هذه البرامج الخاصة بالتوعية الإعلامية والإعلام التربوي بصفة عامة أصبحت جزءا مهما ومؤثرا في إضافة معلومات جديدة تدخل في ثقافة الفرد، نظرا لأن مسؤولية مكافحة المخدرات مسؤولية اجتماعية أخلاقية بالدرجة الأولى، لذا لا بد من تقديم برامج إعلامية واعية متطورة قابلة للتحديث تتميز بالصدق والموضوعية، وقادرة على الإقناع والتأثير في الطرف الآخر وفق خطة استراتيجية إعلامية محكمة.

وتهدف دراسة (علي، ٢٠٢٠) إلى تنميةِ الوعي بمفهوم العلاقات العامة في المجتمع السوداني، وإبراز دورها في مكافحةِ الجرائمِ في هذه الإدارة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعةٍ من النتائج، أهمها: وجودُ مستوى مرتفع في فاعليةِ العلاقات العامة في التوعية بِمخاطر المخدرات، وأَن الندواتِ والمحاضرات من أهم وسائلِ الإعلام التَوعوي تأثيراً في مكافحة المخدرات، وَذلك لأنها أكثر الوسائل المستخدمة في إدارة المخدرات[٢٠].

وحول أنشطة العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات للتصدي لها توصلتْ دراسة علمية أجريت في مدينة نابلس إلى مَجموعة من النتائج، أَهمها: وجود خلل في التخطيط لحملات العلاقات العامة للتوعية بمخاطر المخدرات، كما تغْفل العلاقات العامة عن عملية التقييم لنشاطها في مكافحة المخدرات، كما بَينت أن العلاقات العامة تسهم في التنسيق بين وزارة الصحة ووزارة الزراعة والشرطة الفلسطينية لمواجهة المخدرات، وتشارك العلاقات العامة في عمليات

الضبط والتفتيش للمخدرات، وتُركز العلاقات العامة على نشاطها في مجال مكافحة المخدرات على المحاضرات التوعوية في المدارس والجامعات والمراكز الشبابية[٢١].

وحول التعرف على دور الجامعات السعودية في توعية المجتمع بأضرار المخدرات وطرق الوقاية منها، تكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء هيئة التدريس فيها، في التخصصات العلمية والإنسانية كافة، وذلك للعام الدراسي (٢٠١٣/٢٠١٤)، توصلت دراسة (بن عيد، ٢٠١٧) إلى أن دور الجامعات السعودية في التصدي لمشكلة المخدرات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها كان (متوسطاً)، حيث جاء دور الجامعات السعودية في التصدي لمشكلة المخدرات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فيها وفقاً للترتيب الآتي: الدور التوعوي للجامعات في التصدي لمشكلة المخدرات جاء في المرتبة الأولى، ضمن دور (مرتفع)، الدور الوقائي للجامعات في التصدي لمشكلة المخدرات في المرتبة الثانية، ضمن دور (متوسط)، الدور التربوي للجامعات في التصدي لمشكلة المخدرات في المرتبة الثالثة، ضمن دور (متوسط) [٢٢].

وتهدف دراسة (عبد المطلب، ٢٠١٥) إلى التعرف على تصورات طلبة الجامعات الأردنية الحكومية نحو ظاهرة تعاطي المخدرات في الأردن، وكذلك معرفة تصورات الطلبة نحو مصادر المعرفة الثقافية المتوافرة عن موضوع المخدرات، ومدى أضرار ظاهرة المخدرات، ومصادر وعي الطلبة وإدراكهم للوقاية منها، وتوصلت الدراسة إلى أن (٥٥,١٣٪) من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن لديهم معرفة كافية عن موضوع المخدرات ومصادرها، وأن (٤٤,٨٧٪) منهم يعتقدون العكس. وحول مدى إقدام الطلبة على تناول الكحول والعقاقير المخدرة جاء في المرتبة الأولى بنسبة (٢٢,٥٪)، وحول أن أسباب التعاطي يعود إلى مخالطة رفاق السوء جاء بنسبة (٤٧,١٪)، وأن تصورات أفراد عينة الدراسة نحو المخدرات والإدمان

عليها جاءت بدرجة (متوسطة)، وبلغ الوسط الحسابي العام (٣,٠١٪)، وأن تصورات أفراد العينة جاءت بدرجة (مرتفعة) نحو أضرار المخدرات[٢٣].

التعليق على الدراسات السابقة:

١-اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وذلك بهدف وصف الظاهرة موضوع الدراسة، والعوامل المؤثرة فيها.

٢-تنوعت الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات المعروضة سلفاً، ما بين توظيف الاستبانة، والاعتماد على المقابلة، وتحليل المضمون، وذلك تبعًا لأهداف كل دراسة وطبيعتها وتساؤلاتها.

٣-اعتمدت معظم الدراسات العربية التي تناولت تعاطي المخدرات والآثار السلبية لها على الفرد والمجتمع، وكذلك كيفية التصدي لها ومواجهتها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- بلورة مشكلة الدراسة وتحديدها وزيادة الاستبصار بها.

- المساعدة في صياغة بعض التساؤلات الخاصة بالدراسة بأسلوب علمي صحيح يساعد على تحقيق أهداف الدراسة.

- التعرف على أهم النتائج التي توصلت إليها مختلف الدراسات والاستفادة منها، ومحاولة التوصل إلى نتائج جديدة لم تتطرق إليها هذه الدراسات.

- الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية في مجال الحملات الإعلامية وجهود الدول المختلفة في مكافحة ظاهرة انتشار المخدرات.

- تضيف هذه الدراسة الحديثة بعدا جديد في معرفة دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاساتها على زيادة الوعي لدى الجمهور الكويتي، حيث إن منطقة الخليج عامة ودولة الكويت خصوصا مستهدفة بشكل كبير بإغراق المجتمع بالمخدرات بأنواعها كافة مما يهدد المجتمع

بالانهيار الخلقي.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الدراسة: الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد من أهم النظريات التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام، حيث يوجد لكل فرد أهداف، ويتطلب تحقيقه لتلك الأهداف الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام[٢٤]، وبذلك يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام بوصفها مصدرا مهما من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة[٢٥].

وترجع أسباب اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في حاجتهم إلى الحصول على المعلومات، وفهم ما يدور في البيئة المحيطة بهم، مما يؤدي إلى إيجاد حاجة من التوجيه لديهم في كيفية التعامل مع المواقف الطارئة [٢٦]، وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على أمرين:

أ– درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع، إذ تفترض النظرية زيادة الاعتماد في حالات الصراع والأزمات والأحداث الطارئة عندما لا تتوافر للأفراد وسائل ومصادر مباشرة أو شخصية في الحصول على المعلومات في هذه الحالات.

ب– حجم المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام وأهميتها، فضلا عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في المجتمع[٢٧] .

الفروض الرئيسة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما أدت الوسيلة دورا

مهما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية، وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام[٢٨]. وتفترض النظرية كذلك أنه كلما كان الفرد تابعا في إشباع حاجاته المعرفية إلى استخدام وسائل الإعلام، زادت أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به هذه الوسائل في حياة الشخص، ومن ثم يزداد اعتماده عليها، وتأثره بما تقدمه. كما أنه كلما زادت مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة الاستقرار داخل المجتمع، زاد تأثير وسائل الإعلام في معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم، حيث تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات في المجالات المختلفة، وتؤثر طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور في اختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام[٢٩].

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

أولاً: الآثار المعرفية Cognitive Effects:

تشمل الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات والقيم.

ثانياً: الآثار الوجدانية Affective Effects:

تشمل الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاغتراب.

ثالثاً: الآثار السلوكية Behavioral Effects:

تنحصر في سلوكين أساسيين، هما التنشيط، والخمول[٣٠] .

آليات توظيف نظرية الاعتماد والاستفادة منها في الدراسة الحالية:

١- استفاد الباحث من هذه النظرية في اختبار مدى اعتماد المبحوثين عينة

الدراسة على حملات العلاقات العامة التي أطلقتها وزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات، وكيفية الوقاية منها، وكذلك تحديد دوافع اعتمادهم على هذه الحملات.

٢- كما استفاد الباحث من هذه النظرية في تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي نتجت عن اعتماد أفراد العينة من المبحوثين على حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في تشكيل وعيهم إزاء خطورة المخدرات.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه التحديد في الزمان والمكان؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابه، أو التحكم فيه[٣١].

والظاهرة المراد دراستها هنا هي وصف وتحليل دور الحملات الإعلامية الحكومية في تشكيل الوعي لدى الجمهور الكويتي وتقييم الجمهور لهذه الحملات، ومدى استفادتهم منها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح؛ لأنه الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها، ويُوظَّف في هذه الدراسة من خلال المسح الميداني على عينة من الجمهور الكويتي للتعرف على دور الحملات الإعلامية الحكومية التي أطلقت في تشكيل وعيهم تجاه المخدرات، ثم تحليل البيانات وتفسيرها في إطار النتائج.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في الجمهور الكويتي ككل بجميع طوائفه وخصائصه المختلفة.

عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة المتاحة وبلغ عددها المتاح (٣٥٠) مفردة، وتعد حجما مناسبا لدراسة الجماهير غير المتجانسة في خصائصها الديموغرافية، وصُممت الاستمارة وتطبيقها على جوجل درايف ليعطي الفرصة لتمثيل جميع محافظات الكويت بطريقة منزهة عن التحيز، ومتغيرات ديموغرافية مختلفة، وطُبقت إلكترونيا، فاشتملت عينة الدراسة على تخصصات مهنية مختلفة، ومستويات تعليمية، وفئات عمرية مختلفة؛ فجاءت ملائمة للمجتمع الكويتي بشكل عام، وطُبقت الاستمارة خلال الفترة من ٢٠٢٤/٢/١ وحتى ٣٠/ ٣/ ٢٠٢٤.

أداة جمع البيانات:

اعتُمد في جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة الحالية على أداة الاستبانة، وقام الباحث بتصميم استمارة استبيان انطلاقا من الإطار النظري للدراسة، وبناء على تساؤلاتها والمتغيرات التي ينبغي قياسها، وفُعّلت الاستمارة على Google Drive لسهولة التواصل مع العينة وتحقيق الموضوعية وعدم التحيز في عملية الاختيار.

حدود (مجال) البحث:

أ- الحدود المكانية:

ويقصد به تحديد المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث أو الدراسة، واختير المجتمع الكويتي بشكل عام من خلال المترددين على المواقع الاجتماعية مجالًا مكانيًا للبحث.

ب- الحدود البشرية:

ونعني به عينة البحث، وتتمثل في كل المترددين على المواقع الاجتماعية بشرائحهم المختلفة.

ج–الحدود الزمانية:

ويقصد بها المدة التي قضاها الباحث في جمع البيانات من عينة البحث بعد إتمام عملية بناء أداة البحث وتفعيل الاستبانة عبرGoogle Drive خلال الفترة من ٢٠٢٤/٢/١ وحتى ٣٠/ ٣/ ٢٠٢٤.

إجراءات الصدق والثبات:

يعد صدق الاستمارة العنصر الأهم لتحقيق وقياس ما صُممت من أجله، وتحديد مدى صحة النتائج، وقد راعى الباحث أن تُمثل الأسئلة الآراء والاتجاهات كافة، وتُعطي المبحوثين الحق في اختيار ما يتفق مع آرائهم، ومدى قدرة المقياس على تحقيق ما وضع لأجله، واعتمد الباحث على أسلوب الصدق الظاهري، حيث قام بعرضها على مجموعة من المحكمين(١) لإبداء الرأي والمشورة العلمية، والتأكد من صدقها في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وقام الباحث بإجراء التعديلات المطلوبة، بناء على آرائهم وتصوراتهم؛ حتى أصبحت الاستبانة صالحة

(١) تم عرض الاستبانة على السادة المحكمين وهم حسب الترتيب الأبجدي والدرجة العلمية:

أ. د. رزق سعد عبد المعطى أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام بجامعة مصر الدولية.

أ. د. سامي عبد الرؤوف طايع أستاذ العلاقات العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

أ. د. عبد الله محمد الرفاعي أستاذ وعميد كلية الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض.

أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض.

أ. د. محمد محفوظ الزهري أستاذ العلاقات العامة والإعلان ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث سابقاً، جامعة جنوب الوادي.

للقياس والتطبيق في صورتها النهائية. كما قام الباحث بالتأكد من ثبات استمارة الاستبيان من خلال عرضها على نسبة ١٠٪ من حجم العينة بواقع ٣٥ مفردة، وقورنت بالإجابات النهائية للاستبيان فتبين مدى الثبات الكبير بين الإجابات القبلية والبعدية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة استُخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف باسم spss وذلك لإجراء المعاملات والاختبارات الإحصائية اللازمة:

-التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

-اختبار كا٢(Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Normal).

نتائج الدراسة الميدانية:

خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) يبين خصائص عينة الدراسة

النسبة العينة	ك		%
النوع	ذكر	٣١٧	٩٠,٦
	أنثى	٣٣	٩,٤
المرحلة العمرية	أقل من ١٨	٥	١,٤
	من ١٨ إلى أقل من ٢٥ سنة	٢٣٠	٦٥,٧
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٠	٢٣	٦,٦
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠	٣٠	٨,٦
	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠	٣٩	١١,١
	من ٥٠ إلى أقل من ٦٠ عاما	٢٣	٦,٦
المستوى التعليمي	طالب	٩٣	٢٦,٦
	مؤهل متوسط	٩	٢,٦
	مؤهل جامعي	١٩٣	٥٥,١
	دراسات عليا	٥٥	١٥,٧
الحالة الاجتماعية	أعزب	٢٥١	٧١,٧
	متزوج	٩١	٢٦
	مطلق	٦	١,٧
	أرمل	٢	٠,٦

تظهر بيانات الجدول السابق خصائص عينة الدراسة وسماتها، حيث جمعت العينة بين الذكور بنسبة ٩٠,٦٪، والإناث بنسبة ٩,٤٪ الذين تجاوبوا مع الاستبيان الإلكتروني وفقا للعينة المتاحة.

وفيما يتعلق **بالمرحلة العمرية** جاءت النسبة الأكبر (من سن ١٨ إلى أقل من ٢٥ سنة) في المرتبة الأولي بنسبة ٦٥,٧٪، وجاء في المرتبة الثانية المرحلة العمرية (من ٤٠ إلى أقل من ٥٠) بنسبة ١١,١٪، وجاء في المرتبة الثالثة (من ٣٠ إلى أقل من ٤٠) بنسبة ٨,٦٪، وجاء في المرتبة الرابعة (من ٢٥ إلى أقل من ٣٠) و (من ٢٥ إلى أقل من ٣٠) بنسبة ٦,٦٪، وجاء في المرتبة الأخيرة (أقل من ١٨) بنسبة ١,٤٪ مع أنهم الفئة الأهم.

وفيما يتعلق **بالمستوي التعليمي** جاءت النسبة الأكبر من العينة (مؤهل جامعي) بنسبة ٥٥,١٪، ويفسر الباحث ارتفاع هذه النسبة في العينة المتاحة إلى ارتفاع نسبة التعليم الجامعي مع بداية القرن الحالي لتوسع الدولة في التعليم الجامعي وافتتاح العديد من الكليات ودخول القطاع الخاص في هذا المجال بإنشاء العديد من المؤسسات التعليمية، وجاء في المرتبة الثانية (طالب) بنسبة ٢٢,٦٪، وجاء في المرتبة الثالثة (دراسات عليا) بنسبة ١٥,٧٪، وجاء في المرتبة الأخيرة (مؤهل متوسط) بنسبة ٢,٦٪.

وفيما يتعلق با**لحالة الاجتماعية** جاءت النسبة الأكبر من العينة (أعزب) بنسبة ٧١,٧٪، بينما جاء في المرتبة الثانية (متزوج) بنسبة ٢٦٪، وجاء في المرتبة الثالثة (مطلق) بنسبة ١,٧٪، وجاء في المرتبة الأخيرة (أرمل) بنسبة ٠,٦٪

ولعل ظهور النسبة الأعلى في العينة ممثلة في (الذكور) نتيجة لأنهم الأكثر عرضة لتعاطي المخدرات والتأثيرات عليهم سواء من الأصدقاء أو مروجي المخدرات، ولذلك اهتم أفراد الذكور بمعرفة دور حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات وانعكاسه على زيادة الوعى، وكذلك تصدر

المرحلة العمرية (من ١٨ إلى أقل من ٢٥ سنة) المراحل العمرية للعينة حيث إن هذه المرحلة تربط ما بين المراهقة والشباب ومن خلالها يتعرض الشخص للعديد من التغيرات السلوكية والنفسية ويتعرض للكثير من الضغوط التي من المحتمل أن تؤدي به لطريق الإدمان نتيجة مغريات الحياة الحديثة، وهي مرحلة عمرية ممثلة في الالتحاق بالتعليم الجامعي، وهذه المرحلة التعليمية تضم العديد من الثقافات والأشخاص والمعارف الجديدة من داخل دولة الكويت أو من خارجها من خلال الاتصال الإلكتروني الذى أصبح متاحا لدى الجميع والتي من الممكن أن تؤثر في سلوكياتهم.

١– متابعة الجمهور للحملات الإعلامية التي تقوم بها العلاقات العامة:

جدول (٢) يبين مدى متابعة الجمهور للحملات الإعلامية

المتابعة / النسبة	العدد	النسبة
غالباً	١٢٢	٣٤,٩
أحياناً	١٨٤	٥٢,٦
نادراً	٤٤	١٢,٥
الإجمالي	**٣٥٠**	**١٠٠**

تشير بيانات الجدول السابق إلى معدل متابعة الحملات الإعلامية، وأشارت نسبة ٥٢,٦٪ من عينة الدراسة إلى أنهم يتابعون حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بأضرار المخدرات بصورة غير دائمة (أحيانا)، بينما أشارت نسبة ٣٤٪ من عينة الدراسة إلى أنهم يتابعونها (غالبا) وأشارت نسبة ١٢,٥٪ من عينة الدراسة إلى أنهم نادرًا ما يتابعونها.

ويرجع الباحث تصدر "أحياناً" مقدمة متابعة الجمهور لحملات الإعلامية للتوعية بخطر المخدرات، وأغلب أفراد العينة ممثلة في المرحلة العمرية "من ١٨:

لأقل من ٢٥ سنة" وفي هذه المرحلة من الصعب أن يهتم الشباب بمتابعة الحملات باختلاف أنواعها وخاصة أوقات الدراسة؛ ولذلك نجد أن الدور الأهم يقع على عاتق القائمين بالحملات للظهور في أغلب الأوقات ونشر الحملات على وسائل الإعلام كافة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- درجة الاعتماد على الحملات الإعلامية للعلاقات العامة في وزارة الداخلية:

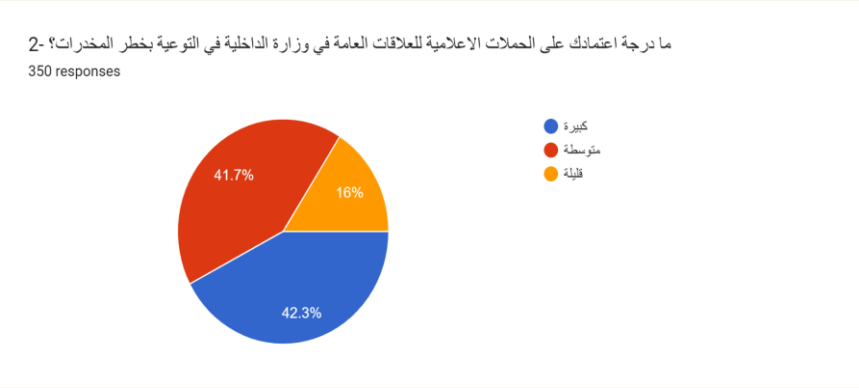
جدول (٣) يبين مدى اعتماد الجمهور على الحملات الإعلامية

الاعتماد / النسبة	العدد	النسبة
كبيرة	١٤٨	٤٢,٣
متوسطة	١٤٦	٤١,٧
قليلة	٥٦	١٦
الإجمالي	**٣٥٠**	**١٠٠**

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة اعتماد الجمهور على الحملات الإعلامية للعلاقات العامة في وزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات فجاءت في المرتبة الأولى فئة (بدرجة كبيرة) بنسبة ٤٢,٣٪، وجاء في المرتبة التالية بدرجة (متوسطة) بنسبة ٤١,٣٪، وجاءت فئة (قليلة) في المرتبة الأخير بنسبة ١٦٪.

ويرجع الباحث منطقية هذه النتيجة إلى تعدد الحملات التي تتبناها العلاقات العامة على كافة الأصعدة، وكذلك لتعدد الوسائل التي توظفها للوصول إلى الجمهور سواء اتصالات مباشرة أو وسائل إعلامية، أو وسائل التواصل الاجتماعي التي لها شعبية كبيرة بين الجمهور، واختلفت هذه النتيجة مع دراسة فرحان راشد (٢٠٢٣)[٣٢] التي توصلت إلى أن الحملات الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها العلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردني لتوعية طلبة الجامعات

بخطر المخدرات جاءت بدرجة متوسطة ويرجع ذلك الى اختلاف النطاق الجغرافي. ويمكن تلخيص بيانات الجدول السابق من خلال الشكل الدائري، واختلاف الألوان دلالة على اختلاف النسب.



شكل (١)

٣– مصدر انتباه الجمهور عند متابعة حملات العلاقات العامة في وزارة الداخلية:

جدول (٤) يوضح ما يلفت انتباه الجمهور عند متابعة حملات العلاقات العامة

الانتباه النسبة	العدد	النسبة
موضوع الحملة	٨٧	٢٤,٩
النصائح والإرشادات	١٢٩	٣٦,٩
الاستعانة بالشخصيات المؤثرة داخل المجتمع	٦١	١٧,٤
المؤثرات المرئية	٥٢	١٤,٩
لا شيء	٢١	٦
الإجمالي	**٣٥٠**	**١٠٠**

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلفت انتباه الجمهور عند متابعة حملات العلاقات العامة في وزارة الداخلية بخطر المخدرات، فجاءت في الصدارة (النصائح والإرشادات) بنسبة بلغت ٣٦,٩٪، وجاء في المرتبة الثانية (موضوع الحملة) بنسبة ٢,٩٪، بينما حلت في المرتبة الثالثة (الاستعانة بالشخصيات المؤثرة داخل المجتمع) بنسبة ١٧,٤٪، وفي المرتبة الرابعة حلت (المؤثرات المرئية) بنسبة ١٤,٩٪، وجاء (لا شيء) في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦٪.

ويرجع ذلك إلى أن الحملات الناجحة التي تلفت انتباه الجمهور تعتمد على تقديم النصائح والإرشادات بطريقة جذابة وجديدة تعمل على إيصال المعلومة للجمهور بطريقة سلسة وفي الوقت نفسه أن تكون منطقية؛ ولذلك يفضل أحيانا الاعتماد على الأرقام والإحصاءات في الحملات لزيادة التأثير ولفت انتباه الجمهور، كل ذلك يجب أن يكون متفقًا مع موضوع الحملة والهدف العام منها.

٤– دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات:

جدول (٥) يوضح دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة

دور الحملات الإعلامية النسبة	العدد	النسبة
التعرّف على خطورة المخدرات وأنواعها وأشكالها	٢٢٢	٦٣,٤
التعرّف بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة المختلفة لنشر معلومات إرشادية تحذر من خطورة المخدرات وضرورة تجنبها	٩٠	٢٥,٧
توضح كيفية تجنب المخدرات وآثارها السلبية من خلال المنشورات والكتيبات	١٠٦	٣٠
تعقد الندوات والمحاضرات التي تعزز الروابط الأسرية وتحذر من التفكك الأسري	٦٤	١٨,٣
تنسق مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج المضبوطين والمتعاطين والمدمنين	٦٨	١٩,٤
توضح عقوبة تهريب وترويج المخدرات وتعاطيها	٨٤	٢٤
التوعية بإجراء دراسات وبحوث حول طرق التهريب وجهود الوزارة في مكافحتها	٣٨	١٠,٩
تعرّف بأساليب المهربين وطرق تهريبهم وترويجهم للمخدرات	٥٧	١٦,٣
تعرض وجهات نظر رجال الدين حول تحريم تناول أي مخدر يؤثر على الصحة	٥٣	١٥,١

ن = ٣٥٠

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

–تصدر "التعرّف على خطورة المخدرات وأنواعها وأشكالها" دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات وذلك من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٦٣,٤٪.

واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة Nigel G.Fielding (2023) [٣٣] التي تؤكد على أهمية الحملات الإعلامية المركزة لأجهزة الشرطة في مكافحة الجرائم كافة بهدف بناء العلاقات البناءة بين الشرطة والجمهور، بينما جاءت " توضح كيفية تجنب المخدرات وآثارها السلبية من خلال المنشورات والكتيبات والملصقات الإرشادية " في المرتبة الثانية بنسبة ٣٠٪، وجاءت فئة " التعرّف بوسائل الإعلام التقليدية والحديثة المختلفة لنشر معلومات إرشادية تحذر من خطورة المخدرات وضرورة تجنبها " في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٥,٧٪، وجاء في المرتبة الرابعة " توضح عقوبة تهريب وترويج المخدرات وتعاطيها " بنسبة ٢٤٪، وجاء في المرتبة الخامسة " تنسق مع مراكز علاج الإدمان لتسهيل علاج المضبوطين والمتعاطين والمدمنين " بنسبة ١٩,٤٪، بينما جاء في المرتبة السادسة " تعقد الندوات والمحاضرات التي تعزز الروابط الأسرية وتحذر من التفكك الأسري " بنسبة ١٨,٣٪، وجاء في المرتبة السابعة " تعرّف بأساليب المهربين وطرق تهريبهم وترويجهم للمخدرات " بنسبة ١٦,٣٪، وجاءت " تعرض وجهات نظر رجال الدين حول تحريم تناول أي مخدر يؤثر على الصحة ويغيب العقل " في المرتبة الثامنة بنسبة ١٥,١٪، وجاء في المرتبة الأخيرة " التوعية بإجراء دراسات وبحوث حول طرق التهريب وجهود الوزارة في مكافحتها " بنسبة ١٠,٩٪.

ولعل هذه النتيجة تشير بوضوح إلى أن دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة لتوعية الجمهور بخطر المخدرات يكمن في التعرّف على خطورة المخدرات وأنوعها وأشكالها، وكذلك تعريف الجمهور ونشر الوعي بينهم بخطورة المخدرات وتوعيتهم بأنواعها وأشكالها، وكذلك توضح كيفية تجنب المخدرات وآثارها السلبية من خلال المنشورات والكتيبات والملصقات الارشادية التي تُنشر على أوسع نطاق ممكن للحد من ظاهرة تعاطي المخدرات وتوعية الجمهور بها، حيث اتفقت مع دراسة نبيل شايب (٢٠٢٠)[٣٤] التي توصلت إلى ضرورة تكثيف العمل الجماعي

في البرامج الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من خلال عرض الأضرار، ثم تقديم البديل الأمثل أو السلوك السليم الذي يحل محل الانحراف، خصوصا أن مثل هذه البرامج الخاصة بالتوعية الإعلامية والإعلام التربوي بصفة عامة أصبحت جزءا مهما ومؤثرا في إضافة معلومات جديدة تدخل في ثقافة الفرد، كون أن مسؤولية مكافحة المخدرات مسؤولية اجتماعية أخلاقية بالدرجة الأولى، لذا لابد من تقديم برامج إعلامية واعية متطورة قابلة للتحديث تتميز بالصدق والموضوعية وقادرة على الإقناع والتأثير في الطرف الأخر وفق خطة استراتيجية إعلامية محكمة.

٥– أبرز الوسائل الإعلامية متابعة للحملات الإعلامية عن أضرار المخدرات:

جدول (٦) يوضح أبرز الوسائل الإعلامية التي يتابعها الجمهور

الوسائل الإعلامية النسبة	العدد	النسبة
الإذاعة	٦٠	١٧,١
التلفزيون	١١٥	٣٢,٩
الصحف	٣٦	١٠,٣
المجلات	٢١	٦
مواقع التواصل الاجتماعي	٢٤٢	٦٩,١
موقع الوزارة	٦٩	١٩,٧
الإصدارات الإعلامية	٣٠	٨,٦
إعلانات الطرق والملصقات	٧٦	٢١,٧
لقاءات الاتصال الشخصي	٣٩	١١,١

ن= ٣٥٠

-تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر "مواقع التواصل الاجتماعي" كأبرز الوسائل الإعلامية متابعة للحملات الإعلامية عن أضرار المخدرات بنسبة ٦٩,١٪، وجاء في المرتبة الثانية التلفزيون بنسبة ٣٢,٩٪، وفي المرتبة الثالثة " إعلانات الطرق والملصقات " بنسبة ٢١,٧٪، بينما جاء في المرتبة الرابعة " مواقع الوزارة" بنسبة ١٩,٧٪، وجاء في المرتبة الخامسة " الإذاعة" بنسبة ١٧,١٪، وفي المرتبة السادسة " لقاءات الاتصال الشخصي " بنسبة ١١,١٪، وجاءت الصحف في المرتبة السابعة بنسبة ١٠,٣٪، بينما جاءت في المرتبة الثامنة " الإصدارات الإعلامية " بنسبة ٨,٦٪، وجاءت "المجلات" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٦٪.

ولعل هذه النتيجة تشير بوضوح إلى مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا لدى المرحلة العمرية التي اعتمدت عليها الدراسة (من ١٨: لأقل من ٢٥ سنة) فهذه الفئة العمرية التي اعتادت على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في التواصل وكذلك في الحصول على المعلومات وقضاء أغلب الوقت على هذه المواقع، فمن المنطقي أن يتابع هؤلاء الأشخاص الحملات على مواقع التواصل الاجتماعي في المقدمة من بين الوسائل الأخرى، واتفقت هذه النتائج مع دراسة الباحث محمد مرضي (٢٠٢٠)[٣٥] التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أفضل وسائل الاتصال متابعة، يليها التلفزيون، وأقر الجمهور بأن حملات التوعية الصحية تقدم معلومات وافية ومفيدة عن جائحة كورونا المستجد، ولكن اختلفت مع دراسة محمد علي (٢٠٢٠)[٣٦] التي توصلت إلى مجموعةٍ من النتائج، أهمها: وجودُ مستوى مرتفع في فاعليةِ العلاقات العامة في التوعية بِمخاطر المخدرات، وأَن الندواتِ والمحاضرات أهم وسائلِ الإعلام التَوعوي تأثيراً في مكافحة المخدرات، وَذلك لأنها أكثر الوسائل المستخدمة في مكافحة المخدرات بالمؤسسات الأمنية. ومن جهة أخرى اهتمت دراسة علمية[٣٧] وسائل الإعلام بكل أشكالها المقروءة والسمعية والبصرية بأنها من العوامل المسببة لانتشار ظاهرة العنف

المدرسي نظرًا لما تمتلكه هذه الأخيرة من خصائص وإمكانات تكنولوجية متنوعة تساعدها على التأثير في المجال المعرفي والوجداني والسلوكي للتلاميذ نتيجة لمشاهدتهم للأفلام والرسوم المتحركة المليئة بمشاهد العنف، أو الاطلاع الدائم والمستمر على الألعاب العنيفة عبر الإنترنت التي تعد مدخلاً لإدمان المخدرات والتعود على مشاهدة متعاطيها.

٦– اتجاهات الجمهور نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات:

جدول (٧) يوضح اتجاهات الجمهور نحو أهمية حملات التوعية

العبارة / الاتجاه	موافق		محايد		معارض	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
تعد حملات التوعية ضرورة ملحة إذ لا يتم تحقيق أي نجاح لمحاربة الإدمان دونها	٢٦٨	٧٦,٦	٧٠	٢٠	١٢	٣,٤
تعبر عن نبض الرأي العام	٢٩٥	٨٤,٣	٥	١,٤	٥٠	١٤,٣
تعزز قيم الإصلاح والوعي في المجتمع	٢٩٠	٨٢,٩	٤٣	١٢,٣	١٦	٤,٦
تؤدى إلى زيادة الشعور بالمسئولية الاجتماعية	٢٨٤	٨١,٢	٤٧	١٣,٤	١٩	٥,٤
تقوم بدور فعال في التأثير في وعي وسلوكيات الجمهور	٢٧٧	٧٩,١	٥١	١٤,٦	٢٢	٦,٣
تحد من ظاهرة تعاطي المخدرات	٢٤٨	٧٠,٩	٧٨	٢٢,٣	٢٤	٦,٨

تحافظ على تماسك الأسرة	٢٦٣	٧٥,١	٦٥	١٨,٦	٢٢	٦,٣
تعطي الدافع للإفصاح عن التعاطي دون خوف أو تردد	٢٣٢	٦٦,٣	٩١	٢٦	٢٧	٧,٧
تحافظ على القيم الدينية والتماسك الاجتماعي	٢٨٦	٨١,٧	٤٧	١٣,٤	١٧	٤,٩

يتبين من الجدول السابق تصدر اتجاه " موافق " مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاء في المرتبة الأولى " تعد حملات التوعية ضرورة " بنسبة ٧٦,٦٪، بينما جاء الاتجاه "محايد" بنسبة ٢٠٪، وجاء الاتجاه " المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٣,٤٪.

وتصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطى المخدرات حيث جاءت فئة " تعبر عن نبض الرأي العام " بنسبة ٨٤,٣ %، بينما جاء في المرتبة الثانية الاتجاه "معارض" بنسبة ١٤,٣٪، وجاء الاتجاه " المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١,٤٪.

تصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطى المخدرات حيث جاءت فئة " تعزز قيم الإصلاح والوعي في المجتمع " بنسبة ٨٢,٩ %، بينما جاء في المرتبة الثانية الاتجاه "المحايد" بنسبة ١٢,٣٪، وجاء الاتجاه " المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٤,٦٪.

تصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين –عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاء "تؤدي إلى زيادة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية" بنسبة ٨١,٢٪، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه "محايد" بنسبة ١٣,٤٪، وجاء الاتجاه "المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٥,٤٪.

تصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات، حيث جاء " تلعب دورا فعالا في التأثير في وعي وسلوكيات الجمهور" بنسبة ٧٩. %، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه "محايد" بنسبة ١٤,٦ %، وجاء الاتجاه "المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٦,٣٪.

وتصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاء " تحد من ظاهرة تعاطي المخدرات " بنسبة ٧٠,٩٪، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه "محايد" بنسبة ٢٢,٣٪، وجاء الاتجاه " المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٦,٨ %.

تصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاءت فئة " تحافظ على تماسك الأسرة " بنسبة ٧٥,١٪، وجاء الاتجاه "محايد" بنسبة ١٨,٦٪، وجاء الاتجاه "المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٦,٣٪.

وتصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاءت فئة " تعطي الدافع للإفصاح عن التعاطي دون خوف أو تردد " بنسبة ٦٦,٣٪، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه "محايد" بنسبة ٢٦٪، بينما جاء الاتجاه "المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٧,٧٪.

تصدر اتجاه "موافق" مقدمة اتجاهات المبحوثين – عينة الدراسة– نحو أهمية حملات التوعية في توضيح أضرار تعاطي المخدرات حيث جاءت فئة "تحافظ على القيم الدينية والتماسك الاجتماعي" بنسبة ٨١,٧٪، وجاء في المرتبة الثانية الاتجاه "محايد" بنسبة ١٣,٤٪، والاتجاه "المعارض" في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٤,٩٪.

ويري الباحث منطقية هذه النتيجة حيث جاءت فئة" الموافقة" في مقدمة كل من اتجاهات الجمهور نحو حملات التوعية بأنها ضرورة ملحة إذ لا يتم تحقيق أي نجاح لمحاربة الإدمان دونها وأنها تعبر عن نبض الرأي العام، وكذلك تعزز قيم الإصلاح والوعي في المجتمع، وأنها تؤدى إلى زيادة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وتقوم بدورٍ فعالٍ في التأثير في وعي وسلوكيات الجمهور، وكذلك تحد من ظاهرة تعاطي المخدرات، وتحافظ على تماسك الأسرة، وأنها تعطي الدافع للإفصاح عن التعاطي دون خوف أو تردد، وتحافظ على القيم الدينية والتماسك الاجتماعي، حيث اختلفت مع دراسة نور عادل(٢٠١٩)[٣٨] التي توصلت إلى أن هناك خللا في التخَطيط لحملاتِ العلاقات العامةِ للتوعية من مخاطِر المخدرات، كما تغْفل العلاقات العامة عن عَملية التقييم لِنشاطها في مكافحة المخدرات، كما بَينت أن العلاقات العامة تسهم في التنسيق بين وزارة الصِحة ووزارة الزراعة والشُرطة الفلسطينية لمواجهة المخدرات، وتشارك العلاقات العامة في عمليات الضبط والتفتيش للمخدرات، وتُركز العلاقات العامة في نشاطها في مجال مكافحة المخدرات على المحاضرات التوعوية في المدارس والجامعات والمراكز الشبابية.

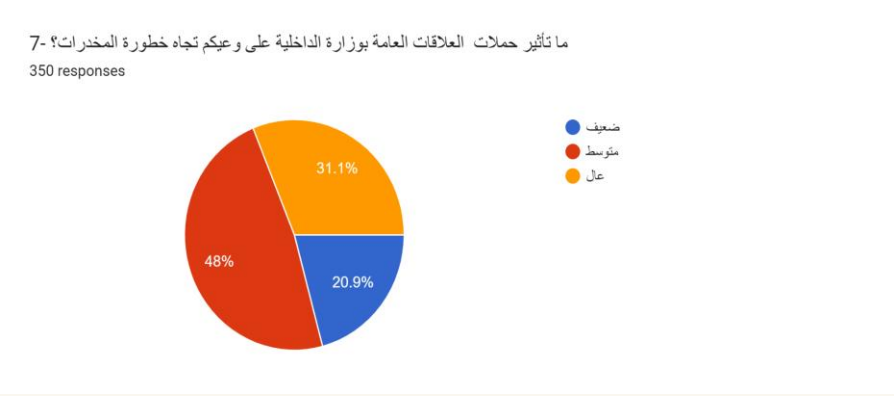
٧- تأثير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في وعي الجمهور تجاه خطورة المخدرات:

جدول (٨) يوضح تأثير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية

تأثير النسبة	العدد	النسبة
ضعيف	٧٣	٢٠,٩
متوسط	١٦٨	٤٨
عال	١٠٩	٣١,١
الإجمالي	**٣٥٠**	**١٠٠**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر فئة "متوسط" تأثير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في وعي الجمهور تجاه خطورة المخدرات بنسبة بلغت ٣١,١٪، وجاء في المرتبة الثانية تأثير "عال" بنسبة ٣١,١٪، وجاء في المرتبة الأخيرة تأثير "ضعيف" بنسبة ٢٠,٩٪.

ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى أن الأشخاص يتعرضون لكثير من التأثيرات التي من الممكن أن تؤثر في سلوكياتهم أو اتجاههم ناحية المخدرات، وكذلك كثرة الترويج للمخدرات سواء بشكل واضح أو بشكل ضمني كما يظهر بالأفلام والمسلسلات بأن المخدرات تمثل هروبًا من الحياة والمشاكل، وأنها جانب مبهج لبعض الأشخاص في أوقات الرومانسية، وكذلك تصويرها بأنها شيء مباح، وكذلك أيضا من الصعب التأثير في الشخص المدمن بسهولة للإقلاع عن هذه العادة السيئة فمن المتوقع أنه لا يتأثر بشكل كاف من هذه الحملات. وهذا ما يؤكده الرسم التالي بشكل واضح وبسيط من خلال تباين مساحة الألوان.



شكل (٢)

٨- التأثيرات المعرفية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية:

جدول (٩) يوضح التأثيرات المعرفية لحملات العلاقات العامة

التأثيرات المعرفية النسبة	العدد	النسبة
عززت معرفتي بالقضايا الخاصة بخطر المخدرات	١٨٦	٥٣,١
زادت من وعيي بخطر الإدمان والتعاطي	١٤٤	٤١,١
زادت في متابعتي للبرامج للتوعية بخطر المخدرات	٨٤	٢٤,١
صححت الحملات من الكثير من المفاهيم الخاطئة	٩٠	٢٥,٧
زادت من ثقتي بمهنية العاملين في برامج التوعية بخطر المخدرات	٧٦	٢١,٧
أثارت فضولي بالتعرف على المعلومات حول العلاج من التعاطي	٦٦	١٨,٩
ساعدتني الحملة في معرفة أهمية نشر الثقافة الصحية ضد المخدرات	٧٩	٢٢,٦
أشبعت فضولي تجاه قضية تهمني	٤١	١١,٧
أخرى تذكر	-	-

ن = ٣٥٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر فئة "عززت معرفتي بالقضايا الخاصة بخطر المخدرات" كأحد التأثيرات المعرفية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية عبر وسائل الاتصال بنسبة بلغت ٥٣,١٪، وجاء في المرتبة الثانية "زادت من وعيي بخطر الإدمان والتعاطي" بنسبة ٤١,١٪، وجاء في المرتبة الثالثة "صححت الحملات الكثير من المفاهيم الخاطئة" بنسبة ٢٥,٧٪، وجاء في المرتبة الرابعة "زادت في متابعتي للبرامج للتوعية بخطر المخدرات" بنسبة ٢٤,١٪، وجاءت فئة "ساعدتني الحملة في معرفة أهمية نشر الثقافة الصحية ضد المخدرات بين المواطنين" في المرتبة الخامسة بنسبة ٢٢,٦٪، وجاءت فئة "زادت من ثقتي بمهنية العاملين في برامج التوعية بخطر المخدرات" في المرتبة السادسة بنسبة ٢١,٧٪، وفي المرتبة السابعة "أثارت فضولي بالتعرف على المعلومات حول العلاج

من التعاطي" بنسبة ١٨,٩٪، وجاءت فئة "أشبعت فضولي تجاه قضية تهمني" في المرتبة الأخيرة بنسبة ١١,٧٪.

ويرى الباحث منطقية النتيجة حيث تُعنى حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية عبر وسائل الاتصال من الناحية المعرفية بتعزيز معرفة الجمهور بالقضايا الخاصة بخطر المخدرات عن طريق نشر الوعي والتعريف بالمخدرات وخطورتها وتقديم المعلومات الكافية للجمهور بشكل كاف يزيد من وعيه، واتفقت مع دراسة Pilar (٢٠٢٠)[٣٩] التي توصلت إلى أن الحملات الإعلامية زادت من المعرفة والوعي والتعليم، من خلال الاستراتيجيات التي استُخدمت عبر وسائل الإعلام ولاسيما التلفزيون.

٩– التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية:

جدول (١٠) يوضح التأثيرات الوجدانية لحملات العلاقات العامة

التأثيرات الوجدانية / النسبة	العدد	النسبة
عززت الشعور لدي بالحفاظ على سلامتي من المخدرات	٢٠١	٥٧,٤
أصبحت أكثر فخراً بجهود وزارة الداخلية في مكافحة المخدرات	١٣٢	٣٧,٧
زادت من اهتمامي بقضية المخدرات	٧١	٢٠,٣
أثارت الخوف والرعب لدي من خطر المخدرات وتأثيرها	٩٨	٢٨
تغيرت مشاعري تجاه ضحايا المخدرات	٧٠	٢٠
زادت من تعاطفي مع ضحايا المخدرات	٥٠	١٤,٣
الحملات جعلتني أكثر حرصا على نشر المعلومات	٦٩	١٩,٧
الحملات تجعلني أشعر بالدور الضخم الذي تقوم به الدولة للقضاء على المخدرات	٦٤	١٨,٣

الحملات جعلتني أشعر بالمسئولية تجاه نفسي وتجاه غيري	٧٤	٢١,١
أخرى تذكر	–	–

ن = ٣٥٠

يوضح الجدول السابق التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية من وجهة نظر عينة الدراسة، وجاء في الصدارة فئة " عززت الشعور لدي بالحفاظ على سلامتي من المخدرات" بنسبة ٥٧,٤٪، وجاءت فئة "أثارت الخوف والرعب لدي من خطر المخدرات وتأثيرها المدمر" في المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٧٪، وجاء في المرتبة الثالثة "تغيرت مشاعري تجاه ضحايا المخدرات" بنسبة ٢٨٪، وجاء في المرتبة الرابعة "الحملات جعلتني أشعر بالمسئولية تجاه نفسي وتجاه غيري" بنسبة ٢١,١٪ ، وجاءت فئة "زادت من اهتمامي بقضية المخدرات" في المرتبة الخامسة بنسبة ٢٠,٣ %، وجاءت فئة "تغيرت مشاعري تجاه ضحايا المخدرات" في المرتبة السادسة بنسبة ٢٠٪، وجاء في المرتبة السابعة "الحملات جعلتني أكثر حرصاً على نشر المعلومات" بنسبة ١٩,٧٪، وجاءت فئة "الحملات تجعلني أشعر بالدور الكبير الذي تقوم به الدولة للقضاء على المخدرات" في المرتبة الثامنة بنسبة ١٨,٣٪، وجاء في المرتبة الأخيرة "زادت من تعاطفي مع ضحايا المخدرات" بنسبة ١٤,٣٪.

وتصدر التأثير الوجداني فئة "عززت الشعور لدي بالحفاظ على سلامتي من المخدرات"، فالشخص عندما يكون لديه معلومات كافية بخطورة المخدرات والضرر الذي تسببه علي المستوى الصحي والمادي، بشكل تلقائي يشعر بالحفاظ على صحته وحياته من خطورة المخدر، ونلاحظ أن الحملات عبارة عن حلقات متصلة بعضها ببعض فعن طريق الجانب المعرفي نجد تعزيزا للجانب الوجداني، وجاء بعد ذلك فئة "أصبحت أكثر فخراً بجهود وزارة الداخلية في مكافحة المخدرات"، هنا يتضح وعي الجمهور بالدور الذي تقوم به وزارة الداخلية للحد

من ظاهرة انتشار تعاطي المخدرات في المجتمع الكويتي .

١٠– التأثيرات السلوكية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية:

جدول (١١) يوضح التأثيرات السلوكية لحملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية

التأثيرات السلوكية / النسبة	العدد	النسبة
شكلت رأيي حول ما ينشر من موضوعات وقضايا المخدرات	١٥٨	٤٥,١
أشارك في نقاشات وحوارات حول القضايا الخاصة بخطر المخدرات	٩٦	٢٧,٤
أقوم بالوقوف بجانب الدولة في أزمة تعاطي المخدرات	١٤٥	٤١,٤
أقوم بدعوة زملائي لمتابعة الموضوعات الخاصة بخطر المخدرات	٦٩	١٩,٧
الاستفادة من المعلومات الصحية القيمة	٩٢	٢٦,٣
أشارك في محاربة سلوكيات تعاطي المخدرات	٨٦	٢٤,٦
أشارك في ممارسة نشاطات التوعوية مع وزارة الداخلية	٥٢	١٤,٩
أخرى تذكر	–	–

ن = ٣٥٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر فئة "شكلت رأيي حول ما ينشر من موضوعات حول أضرار المخدرات" بنسبة ٤٥,١٪، وجاء في المرتبة الثانية "أقوم بالوقوف بجانب الدولة في أزمة تعاطي المخدرات" بنسبة ٤١,٤٪، وجاء في المرتبة الثالثة "أشارك في نقاشات وحوارات حول القضايا الخاصة بخطر المخدرات" بنسبة ٢٧,٤٪ وجاء في المرتبة الرابعة "الاستفادة من المعلومات الصحية القيمة" بنسبة ٢٦,٣٪، وجاء في المرتبة الخامسة "أشارك في محاربة سلوكيات تعاطي المخدرات" بنسبة ٢٤,٦٪، وجاءت فئة "أقوم بدعوة زملائي لمتابعة الموضوعات الخاصة بخطر

المخدرات" في المرتبة السادسة بنسبة١٩,٧٪، وجاء في المرتبة الأخيرة "أشارك في ممارسات النشاطات التوعوية مع وزارة الداخلية" بنسبة ١٤,٩٪.

وجاء تشكيل رأي الجمهور حول ما ينشر من موضوعات وقضايا المخدرات في صدارة التأثيرات السلوكية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية عن أضرار المخدرات على الجمهور، فمن خلال الحملات تكونت المعلومات حول المخدرات وآثارها السلبية على الفرد والمجتمع ولذلك أوجدت خلفية معرفية لدى الأشخاص من خلالها تشكل جانبهم السلوكي وآرائهم عن المخدرات وتعاطيها، جاء بعد ذلك "أقوم بالوقوف بجانب الدولة في أزمة تعاطي المخدرات" وهو سلوك إيجابي يتكون لدى الجمهور لمساعدة الدولة في التصدي لظاهرة المخدرات ومساندة الدولة والأجهزة الأمنية، كل ذلك من خلال حملات العلاقات العامة في توعية الجمهور بأخطار المخدرات.

١١- درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات

جدول (١٢) يوضح درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية

الاستيعاب / درجة الفهم	سهلة جداً		سهلة		سهلة إلى حد ما		معقدة		معقدة جدا	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
درجة السهولة	٢١١	٦٠,٣	٨٧	٢٤,٩	٣٨	١٠,٨	٩	٢,٦	٥	١,٤
درجة الفهم	٢٠٠	٥٧,١	٩٤	٢٦,٨	٤٦	١٣,٢	٩	٢,٦	١	٠,٣
مفيدة	٢٠٥	٥٨,٦	٧٥	٢١,٤	٥٦	١٦`	١٠	٢,٩	٤	١,١
درجة الإقناع	١٦٢	٤٦,٣	٨٨	٢٥,١	٧٢	٢٠,٦	٢٣	٦,٦	٥	١,٤
درجة كفاية المعلومات	١٧٥	٥٠	٨٤	٢٤	٦٦	١٨,٩	١٧	٤,٩	٨	٢,٢

تصدرت فئة "سهلة جدا" مقدمة درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لدرجة سهولتها" بنسبة ٦٠,٣٪، بينما جاءت فئة " سهلة " بنسبة ٢٤,٩٪، وجاء الاتجاه " سهلة إلى حد ما " في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ١٠,٨٪، وجاء في المرتبة الرابعة " معقدة " بنسبة ٢,٦٪، وجاءت في المرتبة الأخيرة " معقدة جدا" بنسبة ١,٤٪.

وتصدرت فئة "سهلة جدا" مقدمة درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لدرجة الفهم و "سهلة جدا" بنسبة ٥٧,١٪، وجاء في المرتبة الثانية "سهلة" بنسبة ٢٦,٨٪، وجاء في المرتبة الثالثة "سهلة إلى حد ما" بنسبة ١٣,٢٪، وجاء في المرتبة الرابعة "معقدة" بنسبة ٢,٦٪، وفي المرتبة الأخيرة " معقدة جدا " بنسبة ١,٤٪.

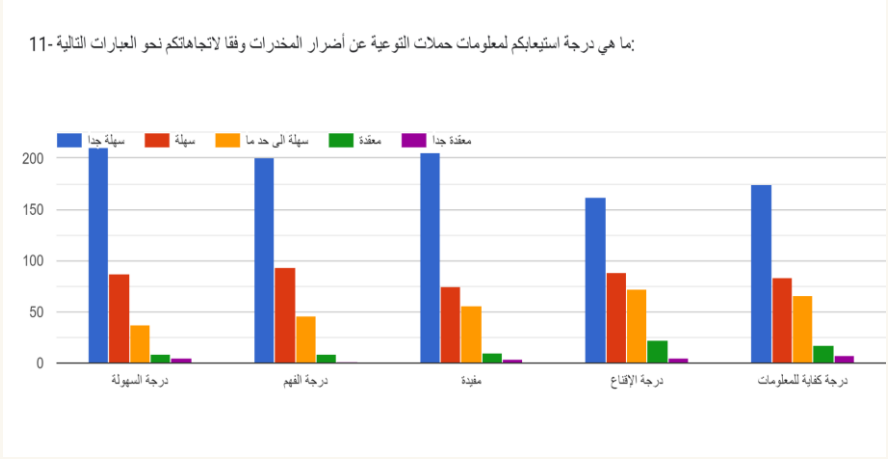
تصدرت "سهلة جدّاً" مقدمة درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لإفادتها " بنسبة ٥٨,٦٪، وجاء في المرتبة الثانية فئة "سهلة" بنسبة ٢١,٤٪، وجاء في المرتبة الثالثة فئة "سهلة إلى حد ما" بنسبة ١٦٪، وجاء في المرتبة الرابعة "معقدة" بنسبة ٢,٩٪، بينما جاء في المرتبة الأخيرة "معقدة بشدة" بنسبة ١,١٪.

تصدرت "سهلة جدا" مقدمة درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقاً لدرجة الإقناع " بنسبة ٤٦,٣٪، بينما جاء في المرتبة الثانية "سهلة" بنسبة ٢٥,١٪، وجاء في المرتبة الثالثة "سهلة إلى حد ما" بنسبة ٢٠,٦٪، وجاء في المرتبة الرابعة "معقدة" بنسبة ٦,٦٪، وفي المرتبة الأخيرة فئة " معقدة بشدة " بنسبة ١,٤٪.

تصدرت "سهلة جدا" مقدمة درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لدرجة كفاية المعلومات " بنسبة ٥٠٪، وجاء في المرتبة الثانية "سهلة" بنسبة ٢٤٪، وفي المرتبة الثالثة "سهلة إلى حد ما" بنسبة

١٨,٩٪، وجاء في المرتبة الرابعة "معقدة" بنسبة ٤,٩٪، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة "معقدة بشدة " بنسبة ٢,٢٪.

اتفقت جميع عينة الدراسة على درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لاتجاهاتهم، حيث تصدرت "سهلة جدا" مقدمة اتجاهات الجمهور عن درجة سهولة الحملات، ونلاحظ هنا أن الحملات تستخدم العبارات الدارجة وسهلة الفهم، وسهولة المعاني الضمنية التي تحملها الحملات في محتواها، وتصدرت أيضا "سهلة جدا" درجة فهم الجمهور للحملات التي تقدمها العلاقات العامة بوزارة الداخلية وذلك من خلال اعتمادها على السلاسة والأمثلة الواقعية الأقرب للجمهور، وتصدرت "سهلة جدا" أيضًا كلا من مفيدة حيث إن الحملات لا بد أن تحمل كل ما هو جديد ومفيد للجمهور، لدرجة الإقناع عن طريق تقديم الأدلة والشواهد والبراهين من جانب وتقديم الاستمالات العاطفية من جانب آخر، ودرجة كفاية المعلومات وسهولتها عن المخدرات وسهولة فهم واستيعاب هذه المعلومات، وكذلك تغطيتها لجميع جوانب الحملة. والرسم البياني التالي يوضح الفروق الجوهرية بين وجهات نظر عينة الدراسة.



شكل (٣)

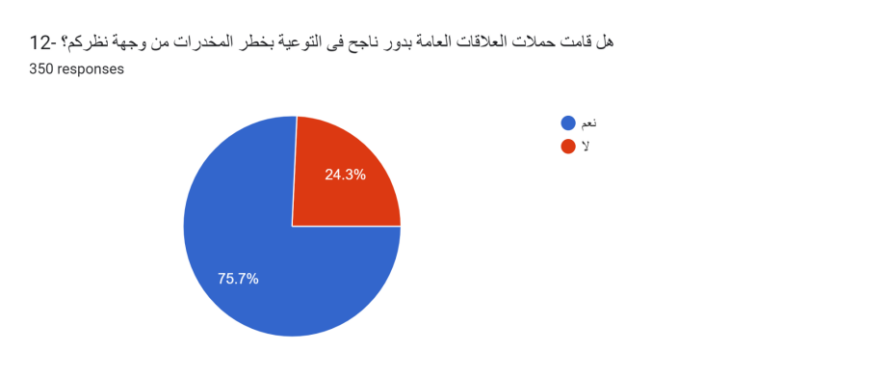
١٢– مدى قيام حملات العلاقات العامة بدور ناجح في التوعية بخطر المخدرات:

جدول (١٣) يوضح مدى قيام حملات العلاقات العامة بدور ناجح

الدور النسبة	العدد	النسبة
نعم	٢٦٥	٧٥,٧
لا	٨٥	٢٤,٣
الإجمالي	٣٥٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مدى قيام حملات العلاقات العامة بدور ناجح في التوعية بخطر المخدرات من وجهة نظر الجمهور، حيث تصدرت فئة "نعم" بنسبة ٧٥,٧٪، وجاء في المرتبة الثانية "لا" بنسبة ٢٤,٣٪.

ولعل هذه النتيجة تشير بوضوح إلى مدى نجاح حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية بدولة الكويت في توعية الجمهور بخطورة المخدرات، وذلك من خلال اهتمامها بقضية المخدرات وأنها تمثل قضية شائكة تهدد مستقبل الأفراد وحياتهم، بل تشكل الخطر على البلاد بأكملها، ولذلك ركزت على نجاح هذه الحملات وتوجيهها لأكبر قاعدة من الجمهور بكافة الوسائل الاتصالية. والشكل الدائري التالي رقم (٤) يوضح غلبة اللون الأزرق الذي يعبر عن التوجه الإيجابي لمن أجاب بنعم.



شكل (٤)

١٣- أسباب نجاح حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات:

جدول رقم (١٤) يوضح أسباب نجاح حملات العلاقات العامة

أسباب النجاح / النسبة	العدد	النسبة
تنوع الوسائل الإعلامية التي استخدمتها الحملات	١٩٨	٦٣,٣
وجود رقم خط ساخن وصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الإبلاغ	١٢٥	٣٩,٩
شمول الحملات الإعلامية وتكرارها في كافة الوسائل الإعلامية بشكل كبير	٩٨	٣١,٣
تنوع الرسائل الإعلامية التي أطلقتها هذه الحملات	٨٢	٢٨,٢
تحديد أماكن العلاج وكيفية الوصول إليها من خلال الحملات	٧٧	٢٤,٦
أخرى تذكر	٥٥	١٥,٧

ن = ٣٥٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر فئة "تنوع الوسائل الإعلامية التي استخدمتها الحملات" مقدمة أسباب نجاح حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات بنسبة ٦٣,٣٪، وجاء في المرتبة الثانية "وجود

رقم خط ساخن وصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الإبلاغ عن الحالات وتقديم الخدمات العلاجية " بنسبة ٣٩,٩٪، وجاء في المرتبة الثالثة " شمول الحملات الإعلامية وتكرارها في كافة الوسائل الإعلامية بشكل كبير" بنسبة ٣١,٣٪، وجاء في المرتبة الرابعة "تنوع الرسائل الإعلامية التي أطلقتها هذه الحملات" بنسبة ٢٨,٢٪، وجاء في المرتبة الخامسة "تحديد أماكن العلاج وكيفية الوصول إليها من خلال الحملات" بنسبة ٢٤,٦٪، وجاءت فئة "أخرى تذكر" المرتبة الأخيرة بنسبة ١٥,٧٪ (ممثلا في عدم تأثيرها الفعال، التصوير المبالغ فيه للحالات التي تعاني الإدمان، استخدام مؤثرات صوتية، معلومات مضللة وغير فعالة، تجاهل المعايير المهنية للحملات الإعلامية المسؤولة).

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة Geeta Marmat (2020)[٤٠] التي تحذر من تقديم المعلومات المضللة وغير الكاملة التي يساء فهمها من قبل الجمهور، والتي تعد أحد معوقات نجاح الحملة الإعلامية.

تشير هذه النتيجة إلى أن تنوع الوسائل الإعلامية التي تستخدمها الحملات تكون سببًا في نجاحها والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المستهدف، فمن المفترض أن تعتمد الحملات على كافة الوسائل الإعلامية للتوجه إلى الجمهور ومن المعروف اختلاف المستوى التعليمي والمراحل العمرية للجمهور، فهناك وسيلة لكل فئة أكثر تأثيرًا واستخدمًا، وأيضاً يجب على القائمين على هذه الحملات معرفة مميزات كل وسيلة وعيوبها وكيفية استخدامها بشكل أمثل، والأوقات المثالية لنشر الحملة، وكذلك وجود رقم خط ساخن وصفحة على مواقع التواصل لسهولة الإبلاغ عن الحالات وتقديم الخدمات العلاجية السرية للمحتاجين.

١٤- مقترحات عينة الدراسة لتحسين مستوى حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية:

جدول (١٥) يوضح مقترحات تحسين مستوى حملات العلاقات العامة

مقترحات تحسين الحملات النسبة	العدد	النسبة
تنوع الوسائل الإعلامية التي يتم عرض الحملات بها	٢١٨	٦٢,٣
تبسيط الأسلوب واللغة المستخدمة في الحملات لتصل إلى كل مستويات الجمهور المستهدف منها	١٣٧	٣٩,١
تقديم الحملات في أوقات تتناسب مع كل فئة تستهدفها هذه الحملات	١٣٥	٣٨,٦
ضرورة تأهيل القائمين على الحملات	١٠٢	٢٩,١
تكثيف حملات التوعية بالمدارس والجامعات	١٣٧	٣٩,١
زيادة الوعي الديني	١٢٧	٣٦,٣
الكشف المستمر للتأكد من عدم تعاطي المخدرات	١٢٦	٣٦
ربط الخدمات الحكومية بالحصول على شهادة عدم التعاطي	٨٧	٢٤,٩
اتباع السرية مع الحالات المريضة	٩٧	٢٧,٧
نشر أرقام المراكز الصحية وسهولة الوصول إليها	٨٩	٢٥,٤
أخرى تذكر	١٩	٥,٤

ن = ٣٥٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر "تنوع الوسائل الإعلامية التي يتم عرض الحملات من خلالها"، وجاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٢,٣٪، وجاء في المرتبة الثانية كلّ من "تبسيط الأسلوب واللغة المستخدمة في الحملات لتصل إلى كل مستويات الجمهور المستهدف منها" و"تكثيف حملات التوعية بالمدارس

والجامعات" بنسبة ٣٩,١٪ لكل منهما، وهذا يتفق مع نتائج دراسة Justin Nix, Justin T.Rickett and Scott E.woffe (٢٠٢٠)[٤١] التي تطالب بإجراء مزيد من الحوار المستمر بين ضباط الشرطة والمواطنين لتحقيق ممارسة السلطة الشرعية لضبط سلوك الجمهور. وجاءت فئة "تقديم الحملات في أوقات تتناسب مع كل فئة تستهدفها هذه الحملات" في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٨,٦٪، وجاء في المرتبة الرابعة "زيادة الوعي الديني" بنسبة ٣٦,٣٪، وفي المرتبة الخامسة " الكشف المستمر للتأكد من عدم تعاطي المخدرات" بنسبة ٣٦٪، وفي المرتبة السادسة "ضرورة تأهيل القائمين على الحملات لعمل حملات إعلامية متكاملة" بنسبة ٢٩,١٪، وجاءت فئة "اتباع السرية مع الحالات المريضة" في المرتبة السابعة بنسبة ٢٧,٧٪، وفي المرتبة الثامنة "نشر أرقام المراكز الصحية وسهولة الوصول إليها" بنسبة ٢٥,٤٪، وفى المرتبة التاسعة "ربط الخدمات الحكومية بالحصول على شهادة عدم تعاطي المخدرات أو الشفاء منها" بنسبة ٢٤,٩٪، وجاءت "أخرى تذكر" في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥,٤٪.

وقدم المبحوثون العديد من المقترحات التي تحسن مستوى حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية للتصدي للمخدرات كان أبرزها: (تنوع الوسائل الإعلامية التي يتم عرض الحملات بها، حيث إن تنوع الوسائل يعمل على إيصال الحملة لأكبر عدد ممكن من الجمهور وعلى كافة المستويات التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، كما يمكن الجمهور من التعرض للحملة مرارا وتكرارا وبشكل مستمر، كل ذلك يساعد على نجاح الحملة في تحقيق أهدافها)، وجاء بعد ذلك بالتساوي كل من تبسيط الأسلوب واللغة المستخدمة في الحملات لتصل إلى كل مستويات الجمهور المستهدف، فاللغة المستخدمة يجب أن تكون مبسطة ومتداولة يسهل فهمها، وتكثيف حملات التوعية بالمدارس والجامعات؛ فالمدرسة هي المؤسسة الأساسية لنشر الوعي الثقافي التي تعمل جنباً إلى جنب مع الأسرة في

تربية الأبناء وتشكيل وعيهم الثقافي؛ ولذلك فالمسؤولية الأهم للتوعية ضد المخدرات تكون على المستوى التعليمي، ولذلك يجب على القائمين على الحملات الإعلامية الهادفة إلى التوعية بأضرار المخدرات وإعداد محاضرات وورش عمل داخل المدارس والجامعات والنوادي والمراكز الشبابية للتوعية بخطر المخدرات، ولا ننسى دور رجل الدين المحوري والأساسي في هذه التوعية الهادفة.

النتائج العامة للدراسة:

١-جاءت درجة الاعتماد الكبيرة على الحملات الإعلامية للعلاقات العامة في وزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات في مقدمة اتجاهات الجمهور الكويتي.

٢-ظهرت (النصائح والإرشادات) في صدارة ما يلفت انتباه الجمهور عند متابعة حملات العلاقات العامة في وزارة الداخلية بخطر المخدرات، من خلال النصائح والإرشادات بطريقة جذابة وجديدة تعمل على إيصال المعلومة للجمهور بطريقة سلسلة وفي الوقت نفسه تكون منطقية ولذلك يفضل أحيانا الاعتماد على الأرقام والإحصاءات في الحملات لزيادة التأثير ولفت انتباه الجمهور وزيادة الاقتناع.

٣-تصدرت فئة" التعرّف على خطورة المخدرات وأنواعها وأشكالها " مقدمة دور الحملات الإعلامية للعلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات وذلك من وجهة نظر المبحوثين من عينة الدراسة.

٤-تصدرت "مواقع التواصل الاجتماعي" أبرز الوسائل الإعلامية متابعة للحملات الإعلامية عن أضرار المخدرات، وجاء في المرتبة الثانية التلفزيون، وفي المرتبة الثالثة "إعلانات الطرق والملصقات"، وفي المرتبة الرابعة " مواقع الوزارة"، وفي المرتبة الخامسة " الإذاعة"، ثم لقاءات الاتصال الشخصي.

٥-جاءت موافقة الجمهور في مقدمة اتجاهات الجمهور نحو حملات التوعية

بأنها ضرورة ملحة إذ لا يتم تحقيق أي نجاح لمحاربة الإدمان دونها، وأنها تعبر عن نبض الرأي العام، وكذلك تعزيز قيم الإصلاح والوعي في المجتمع، وأنها تؤدي إلى زيادة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وتلعب دورا فعالا في التأثير على وعي الجمهور وسلوكياته.

٦-تبين من نتائج الدراسة الميدانية قوة تأثير حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية على توجهات الجمهور بخطورة المخدرات.

٧-جاءت فئة "عززت معرفتي بالقضايا الخاصة بخطر المخدرات" في مقدمة التأثيرات المعرفية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية عبر وسائل الاتصال، يليها " زادت من الوعي بخطر الإدمان والتعاطي"، ثم "صححت الحملات الإعلامية الكثير من المفاهيم الخاطئة".

٨-جاءت فئة "عززت الشعور لدي بالحفاظ على سلامتي من المخدرات" في مقدمة التأثيرات الوجدانية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية من وجهة نظر عينة الدراسة، يليها " أثارت الخوف والرعب لدي من خطر المخدرات وتأثيرها المدمر"، يليها" تغيرت مشاعري تجاه ضحايا المخدرات"، ثم "الحملات جعلتني أشعر بالمسؤولية تجاه نفسي وتجاه غيري".

٩-جاء تشكيل رأي الجمهور حول ما ينشر من موضوعات وقضايا المخدرات في صدارة التأثيرات السلوكية التي أحدثتها حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية عن أضرار المخدرات على الجمهور، فمن خلال الحملات تكونت المعلومات الواضحة حول المخدرات وآثارها السلبية على الفرد والمجتمع.

١٠-اتفق جميع أفراد عينة الدراسة على درجة استيعاب الجمهور لمعلومات حملات التوعية عن أضرار المخدرات وفقا لاتجاهاتهم، حيث تصدرت "سهلة جدا" مقدمة اتجاهات الجمهور عن درجة سهولة معلومات حملات التوعية.

١١-تصدرت فئة "تنوع الوسائل الإعلامية التي استخدمتها الحملات" أسباب نجاح حملات العلاقات العامة بوزارة الداخلية في التوعية بخطر المخدرات، وجاء في المرتبة الثانية "وجود رقم خط ساخن وصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الإبلاغ عن الحالات وتقديم الخدمات العلاجية"، يليها "شمول الحملات الإعلامية وتكرارها في كافة الوسائل الإعلامية بشكل كبير"، و "تنوع الرسائل الإعلامية التي أطلقتها هذه الحملات"، يليها "تحديد أماكن العلاج وكيفية الوصول إليها من خلال الحملات".

مقترحات الدراسة:

١-ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور بأضرار المخدرات لضمان عرض الحملات الإعلامية عبر وسائل الإعلام بشكل متكامل.

٢-وضع استراتيجية توعوية صحية تتضافر فيها جهود كلٍّ من وزارة الإعلام ووزارة الصحة؛ ووزارة التعليم العالي والتربية والتعليم مع وزارة الداخلية، وذلك في محاولة للوصول إلى حملات إعلامية توعوية تكاملية لتعريف المواطنين بأهم الأمراض التي يمكن أن يتعرضوا لها نتيجة تعاطي المخدرات وكيفية العلاج والإقلاع عنها.

٣-ضرورة عناية المنظمات والمؤسسات الحكومية في الدولة بوسائل الإعلام، وتوفير الدعم المادي والمعنوي اللازم لها، الذي يسهم في ظهور حملات إعلامية توعوية جيدة قادرة على تشكيل وعي المواطنين إزاء كافة الاتجاهات.

٤-تكثيف الجهات الأمنية مجهوداتها في مجابهة تجار المخدرات عبر المنافذ البحرية والبرية والجوية باستخدام أحدث الأساليب العلمية في الكشف عن روجي المخدرات وتوقيع أقصى عقوبة عليهم.

أولاً: المراجع العربية والأجنبية:

١- راشد، ف. (٢٠٢٣). دور الحملات الاتصالية للعلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردني في التوعية بخطر المخدرات. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ١٤(٢)، ٣٨–٥٦.

٢- حامد، م. (٢٠٢٢). حملات العلاقات العامة الإلكترونية ودورها في التوعية الصحية: دراسة تحليلية لموقع وزارة الصحة العراقية على الفيس بوك. مجلة كلية المعارف الجامعة، ٣٣(٢)، ١٤٧–١٦٧.

٣- صالح، ن. (٢٠٢١). حملات العلاقات العامة الإلكترونية في المستشفيات الأردنية ودورها في التوعية بمخاطر مرض الإنفلونزا H1N1 وفيروس كورونا COVID-19. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، ٣(١)، ١٠٩–١٣٣.

٤- العمرود، ر. (٢٠٢١). دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب في مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجاً. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ٥٨(٤)، ٩٢٩٧–١١١٠.

٥- باسم، ر. (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور الأردني على حملات العلاقات العامة الصحية وتأثيراتها عليهم: دراسة ميدانية على عينة من مراجعي المستشفيات [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة اليرموك، كلية الإعلام.

6- Pilar, M., Esteban, P., Puchalt, M., Sandra, L., & Almerich, F. (2020). Public relations and campaigns about road safety and drug use: Efficacy assessment of campaigns in audiovisual media. *Journal Open Edition, 1*(1), 127–150.

٧- الشمري، م. م. (٢٠٢٠). حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي: أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجاً. حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت –

مجلس النشر العلمي، (٤١)، ٩–١١٠.

٨- حسين، ك. (٢٠١٨). العلاقات العامة ودورها في تحقيق أهداف الحملات الإعلامية التوعوية. مجلة دراسات إعلامية، جامعة إفريقيا العالمية – كلية الإعلام، (٣)، ٧٣–١٢٠.

٩- عثمان، م. (٢٠١٨). فعالية استراتيجيات حملات العلاقات العامة في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية على إدارة العلاقات العامة للبرنامج القومي للصحة الإنجابية. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ١٩(٢), ١٩–٣٦.

١٠- أحمد، إ. (٢٠١٦). استخدام المرشحين لحملات العلاقات العامة في إقناع الناخبين: دراسة ميدانية على مرشحي الانتخابات البلدية بمنطقة الرياض. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة والإعلان، (٨)، ٤٩–٩٧.

١١- بدر، ب. (٢٠١٦). دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية للمرأة: دراسة تطبيقية تحليلية على جمعية مجموعة المبادرات النسائية في الفترة من يناير ٢٠١٣ – ديسمبر ٢٠١٥ [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام.

12- Shi, J., & Others. (2016). The use of social networking sites (SNSs) in health communication campaigns: Review and recommendations. *Health Communication, 33*(1). https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27858464

١٣- أحمد، م. (٢٠٢٤). تعاطي المخدرات في المجتمع الفلسطيني: الأسباب، والدوافع، والآثار وتصور مقترح لبرنامج إرشادي للحد من الرغبة في التعاطي. مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت – مجلس النشر العلمي، ٥٢(١)، ١٤٩–١٨٨.

١٤- فيصل، ب. (٢٠٢٣). دور الاتصال في التوعية بظاهرة المخدرات بالجزائر: دراسة

حالة مركز معالجة الإدمان بالبليدة. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، ٩(١)، ٣٠٥–٣٢٨.

١٥- محمد، هـ. (٢٠٢٢). دور حملات التسويق والدراما التي ينتجها صندوق مكافحة وعلاج الإدمان والتعاطي في توعية الجمهور بمخاطر المخدرات. المجلة القومية لدراسات التعاطي والإدمان، ١٩(٢)، ٦٢–٦٩.

١٦- إبراهيم، ر. (٢٠٢٣). تعاطي المخدرات وإدمانها: الواقع وأساليب المواجهة: دراسة مطبقة على أفراد المجتمع السعودي والأخصائيين الاجتماعيين في مجمع إرادة بمدينة الرياض. مجلة الخدمة الاجتماعية، الجمعية المصرية للأخصائيين الاجتماعيين، 3(٧٧)، ٩٩.119–

١٧- بن فهيد، م. (٢٠٢١). العوامل المؤدية إلى تعاطي المخدرات لدى النساء: دراسة ميدانية مطبقة على النساء المحكومات في قضايا التعاطي في سجون منطقة مكة المكرمة. مجلة العلوم الإنسانية، جامعة حائل، (٩)، ١٤٩–١٧٦.

١٨- أحمد، م. (٢٠٢٠). مقررات العلوم الشرعية بالمرحلة الثانوية ودورها في التوعية بأضرار المخدرات والمؤثرات العقلية. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، الجامعة الإسلامية بغزة، ٢٨(٦)، ٣٣١–٣٤٧.

١٩- شايب، ن. (٢٠٢٠). الجهود الوظيفية للإعلام التربوي في الحد من ظاهرة المخدرات: دراسة ميدانية تحليلية على عينة من متتبعي برنامج تحريات لقناة النهار الإخبارية. مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، ١٢(١).

٢٠- علي، م. (٢٠٢٠). العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات): الإدارة العامة لمكافحة المخدرات – السودان. مجلة الدراسات الإعلامية – المركز الديمقراطي العربي، برلين، ١٠(١)، ٢٩٥–٣١٦.

٢١- عادل، ن. (٢٠١٩). دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات بالتصدي لها في فلسطين (شرطة نابلس نموذجاً) [رسالة ماجستير غير منشورة].

جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

٢٢- بن عيد، س. (٢٠١٧). دور الجامعات السعودية في توعية المجتمع بأضرار المخدرات وطرق الوقاية منها: دراسة ميدانية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، ١٠(٢٧)، ٨٥—١١٠.

٢٣- عبد المطلب، ح. (٢٠١٥). تصورات طلبة الجامعات الأردنية الحكومية نحو ظاهرة تعاطي المخدرات في المجتمع الأردني. مجلة التربية، جامعة الأزهر — كلية التربية، ٢(١٦٣)، ٨٨١—٩٢٠.

24- Park, R. E. (2002). *World news* (2nd ed.). Harvard University Press.

25- Leshner, G., & McKean, M. L. (1997). Using TV news for political information during an off-year election: Effects on political knowledge and cynicism. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 74*(1), 69–83.

26- Sun, T., Chang, T-K., & Yu, G. (2001). Social structure, media system, and audiences in China: Testing the uses and dependency model. *Mass.*

٢٧- يوسف، ح. م. (٢٠٠١). المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في شبكة CNN الأمريكية وEuro News الأوروبية: دراسة مسحية مقارنة [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

28- Brian, S., Davis, D., & Dennisttdk. (1995). *Mass communication theory: Ferment and future*. Wadsworth Publishing Company.

29- Loges, W. E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research, 21*(1), 5–23.

٣٠- عثمان، ص. م. (٢٠٠٢). دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٣١- حسين، س. م. (٢٠٠٦). دراسات في مناهج البحث الإعلامي "بحوث الإعلام" (ص. ١٣١). القاهرة: عالم الكتب.

٣٢- راشد، ف. (٢٠٢٣). دور الحملات الاتصالية للعلاقات العامة في مديرية الأمن العام الأردني في التوعية بخطر المخدرات. ص. ٣٨–٥٦.

33. Fielding, N. G. (2023). Police communication and social media. European Journal of Criminology, 20(1), 316–336.

٣٤- شايب، ن. (٢٠٢٠). الجهود الوظيفية للإعلام التربوي في الحد من ظاهرة المخدرات: دراسة ميدانية تحليلية على عينة من متتبعي برنامج ‘‘تحريات’’ لقناة النهار الإخبارية. ص. ٢٠٠.

٣٥- الشمري، م. م. (٢٠٢٠). حملات التوعية للعلاقات العامة في الوزارات الخدمية وانعكاساتها على الوعي بالقضايا الصحية لدى الجمهور الكويتي: أزمة جائحة كورونا المستجد نموذجا. ص. ٩–١١٠.

٣٦- علي، م. (٢٠٢٠). العلاقات العامة ودورها في مكافحة الجريمة (جريمة المخدرات)، الإدارة العامة لمكافحة المخدرات السودان. ص. ٢٩٥–٣١٦.

٣٧- أحمد، أ. (٢٠٢٢). المضامين الإعلامية وعلاقتها بالعُنف المدرسي لدى تلاميذ التعليم المتوسط. مجلة العلوم التربوية والإعلامية, ١٩(١), ٨٩–١٠٠.

٣٨- عادل، ن. (٢٠١٩). دور العلاقات العامة في وحدة مكافحة المخدرات بالتصدي لها في فلسطين (شرطة نابلس نموذجاً).

39. Pilar, M., Esteban, P., Puchalt, M., Sandra, L., & Almerich, F. (2020). Public relations and campaigns about road safety and drug use: efficacy assessment of campaigns in audiovisual media.

pp. 127–150.

40. Marmat, G., Jain, P., & Mishra, P. N. (2020). Understanding ethical/unethical behavior in pharmaceutical companies: literature review. International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 14(3), 367–394.

41. Nix, J., Rickett, J. T., & Wolfe, S. E. (2020). Testing a theoretical model of perceived audience legitimacy: The neglected linkage in the dialogic model of police-community relations. Journal of Research in Crime and Delinquency, 57(2), 217–259.

ثانياً: المراجع المرومنة:

1- RAShD، F. (2023). DWR ALHMLAT ALATSALYة LLALAQAT ALAAMة FY MDYRYة ALAMN ALAAM ALARDNY FY ALTWAY ةBKhTR ALMKhDRAT. MJLة ALAaDAB WALALWM ALAJTMAAYة، JAMAة ALSLTAN QABWS، KLYة ALAaDAB WALALWM ALAJTMAAY14 ،ة(2)، 38–56.

2- HAMD، M. (2022). HMLAT ALALAQAT ALAAMة ALILKTRWNYة WDWRHA FY ALTWAYة ALSHYة: DRASة THLYLY ةLMWQA WZARة ALSH ةALARAQYة ALY ALFYS BWK. MJLة KLYة ALMAARF ALJAMA ،ة 33(2)، 147–167.

3- SALH، N. (2021). HMLAT ALALAQAT ALAAMة ALILKTRWNYة FY ALMSTShFYAT ALARDNYة WDWRHA FY ALTWAY ةBMKhATR MRD ALINFLWNZA H1N1 WFYRWS KWRWNA COVID-19. ALMJLة ALDWLYة LLIALAM WALATSAL ALJMAHYRY، 3(1)، 109–133.

4- ALAMRWD، R. (2021). DWR ALHMLAT ALIALAMYة LTAZYZ ALWAY ALIALAMY LDY ALShBAB FY MKAFH ةALMKhDRAT: BRNAMJ NBRAS NMWDhJAً. MJLة ALBHWTh ALIALAMYة، JAMAة ALAZHR، 58(4)، 9297–1110.

5- BASM، R. (2020). AATMAD ALJMHWR ALARDNY ALY HMLAT ALALAQAT ALAAMة ALSHYة WTAThYRATHA ALYHM: DRASة MYDANYة ALY AYN ةMN MRAJAY ALMSTShFYAT [RSALة MAJSTYR GhYR MNShWRة]. JAMAة ALYRMWK، KLY ةALIALAM.

6- Pilar, M., Esteban, P., Puchalt, M., Sandra, L., & Almerich, F. (2020). Public relations and campaigns about road safety and drug use: Efficacy assessment of campaigns in audiovisual media. *Journal

Open Edition, 1*(1), 127–150.

7- ALShMRY، M. M. (2020). HMLAT ALTWAYة LLALAQAT ALAAMة FY ALWZARAT ALKhDMYة WANAKASATHA ALY ALWAY BALQDAYA ALSHY ةLDY ALJMHWR ALKWYTY: AZMة JAىHة KWRWNA ALMSTJD NMWDhJA. HWLYAT ALAaDAB WALALWM ALAJTMAAYة، JAMAة ALKWYT - MJLS ALNShR ALALMY، (41)، 9–110.

8- HSYN، K. (2018). ALALAQAT ALAAMة WDWRHA FY THQYQ AHDAF ALHMLAT ALIALAMYة ALTWAWYة. MJL ةDRASAT IALAMY ،ة JAMA ةIFRYQYA ALAALMYة - KLYة ALIALAM، (3)، 73–120.

9- AThMAN، M. (2018). FAALYة ASTRATYJYAT HMLAT ALALAQAT ALAAMة FY ALTWAYة ALSHYة: DRASة WSFY ةTHLYLYة ALY IDAR ة ALALAQAT ALAAMة LLBRNAMJ ALQWMY LLSHة ALINJABYة. MJLة ALALWM ALINSANYة، JAMAة ALSWDAN LLALWM WALTKNWLWJYA، 19(2), 19–.36

10- AHMD، I. (2016). ASTKhDAM ALMRShHYN LHMLAT ALALAQAT ALAAMة FY IQNAA ALNAKhBYN: DRASة MYDANYة ALY MRShHY ALANTKhABAT ALBLDYة BMNTQة ALRYAD. ALMJLة ALALMYة LBHWTh ALALAQAT ALAAMة WALIALAN، JAMAة ALQAHR ة– KLYة ALIALAM – QSM ALALAQAT ALAAM ةWALIALAN، (8)، 49–97.

11- BDR، B. (2016). DWR ALHMLAT ALIALAMYة FY ALTWAYة ALSHYة LLMRAة: DRASة TTBYQYة THLYLYة ALY JMAYة MJMWA ة ALMBADRAT ALNSAىYة FY ALFTRة MN YNAYR 2013 – DYSMBR 2015 [RSALة DKTWRAH GhYR MNShWRة]. JAMAة AM DRMAN ALISLAMY ،ةKLY ةALIALAM.

12- Shi, J., & Others. (2016). The use of social networking sites (SNSs)

in health communication campaigns: Review and recommendations. *Health Communication, 33*(1). https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27858464

13- AHMD، M. (2024). TAATY ALMKhDRAT FY ALMJTMA ALFLSTYNY: ALASBAB، WALDWAFA، WALAaThAR WTSWR MQTRH LBRNAMJ IRShADY LLHD MN ALRGhBة FY ALTAATY. MJLة ALALWM ALAJTMAAYة، JAMAة ALKWYT - MJLS ALNShR ALALMY، 52(1)، 149–188.

14- FYSL، B. (2023). DWR ALATSAL FY ALTWAYة BZAHRة ALMKhDRAT BALJZAئR: DRASة HALة MRKZ MAALJ ةALIDMAN BALBLYD. ةMJLة ALRWAQ LLDRASAT ALAJTMAAYة WALINSANYة، ALMRKZ ALJAMAY AHMD ZBANة GhLYZAN، 9(1)، .328–305

15- MHMD، H. (2022). DWR HMLAT ALTSWYQ WALDRAMA ALTY YNTJHA SNDWQ MKAFHة WALAJ ALIDMAN WALTAATY FY TWAY ة ALJMHWR BMKhATR ALMKhDRAT. ALMJLة ALQWMYة LDRASAT ALTAATY WALIDMAN، 19(2)، 62–.69

16- IBRAHYM، R. (2023). TAATY ALMKhDRAT WIDMANHA: ALWAQA WASALYB ALMWAJHة: DRASة MTBQة ALY AFRAD ALMJTMA ALSAWDY WALAKhSAئYYN ALAJTMAAYYN FY MJMA IRADة BMDYNة ALRYAD. MJLة ALKhDMة ALAJTMAAY ،ةALJMAYة ALMSRYة LLAKhSAئYYN ALAJTMAAYYN، 3)77(، 99–119.

17- BN FHYD، M. (2021). ALAWAML ALMؤDYة ILY TAATY ALMKhDRAT LDY ALNSA': DRASة MYDANYة MTBQة ALY ALNSA' ALMHKWMAT FY QDAYA ALTAATY FY SJWN MNTQة MKة ALMKRMة. MJLة ALALWM ALINSANYة، JAMAة HAئL، .176–149 ،)9(

18- AHMD، M. (2020). MQRRAT ALALWM ALShRAYة BALMRHLة ALThANWYة WDWRHA FY ALTWAYة BADRAR ALMKhDRAT WALMؤThRAT ALAQLY. ةMJLة ALJAMAة ALISLAMYة LLDRASAT ALTRBWYة WALNFSYة، ALJAMAة ALISLAMYة BGhZ.347–331 ،)6(28 ة

19- ShAYB، N. (2020). ALJHWD ALWZYFYة LLIALAM ALTRBWY FY ALHD MN ZAHRة ALMKhDRAT: DRASة MYDANY ةTHLYLYة ALY AYN ة MN MTTBAY BRNAMJ THRYAT LQNAة ALNHAR ALIKhBARYة. MJLة DRASAT WABHATh، JAMAة ALJLF).1(12 ة

20- ALY، M. (2020). ALALAQAT ALAAMة WDWRHA FY MKAFHة ALJRYMة (JRYMة ALMKhDRAT): ALIDARة ALAAM ةLMKAFHة ALMKhDRAT –ALSWDAN. MJLة ALDRASAT ALIALAMYة – ALMRKZ ALDYMQRATY ALARBY، BRLYN، 10(1)، .316–295

21- AADL، N. (2019). DWR ALALAQAT ALAAMة FY WHDة MKAFHة ALMKhDRAT BALTSDY LHA FY FLSTYN (ShRT ةNABLS NMWDhJAً) [RSALة MAJSTYR GhYR MNShWRة]. JAMAة ALNJAH ALWTNYة، NABLS، FLSTYN.

22- BN AYD، S. (2017). DWR ALJAMAAT ALSAWDYة FY TWAYة ALMJTMA BADRAR ALMKhDRAT WTRQ ALWQAY ةMNHA: DRAS ة MYDANY. ةALMJLة ALARBYة LDMAN JWDة ALTALYM ALJAMAY، JAMAة ALALWM WALTKNWLWJYA، 10(27)، .110–85

23- ABDALMTLB، H. (2015). TSWRAT TLBة ALJAMAAT ALARDNYة ALHKWMYة NHW ZAHRة TAATY ALMKhDRAT FY ALMJTMA ALARDNY. MJLة ALTRBYة، JAMAة ALAZHR – KLYة ALTRBY ،)163(2 ة 881–920.

24- Park, R. E. (2002). *World news* (2nd ed.). Harvard University

Press.

25- Leshner, G., & McKean, M. L. (1997). Using TV news for political information during an off-year election: Effects on political knowledge and cynicism. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 74*(1), 69–83.

26- Sun, T., Chang, T-K., & Yu, G. (2001). Social structure, media system, and audiences in China: Testing the uses and dependency model. *Mass.*

27- YWSF، H. M. (2001). ALMAALJة ALIKhBARYة LLQDAYA ALARBYة FY ShBK ةCNN ALAMRYKYة WEuro News ALAWRWBY: ةDRAS ةMSHYة MQARNة [RSALة MAJSTYR GhYR MNShWRة]. KLYة ALIALAM، JAMAة ALQAHR.ة

28- Brian, S., Davis, D., & Dennisttdk. (1995). *Mass communication theory: Ferment and future*. Wadsworth Publishing Company.

29- Loges, W. E. (1994). Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relations. *Communication Research, 21*(1), 5–23.

30- AThMAN، S. M. (2002). DWR QNAة ALNYL ALIKhBARYة FY TRTYB AWLWYAT ALQDAYA ALSYASYة LDY AYNة MN TLBة ALJAMAAT [RSAL ةMAJSTYR GhYR MNShWRة]. JAMAة ALQAHRة، KLYة ALIALAM.

31- HSYN، S. M. (2006). DRASAT FY MNAHJ ALBHTh ALIALAMY "BHWTh ALIALAM" (S. 131). ALQAHR: ةAALM ALKTB.

32. RAShD، F. (2023). DWR ALHMLAT ALATSALYة LLALAQAT ALAAMة FY MDYRYة ALAMN ALAAM ALARDNY FY ALTWAYة BKhTR ALMKhDRAT. S. 38–56.

33. Fielding, N. G. (2023). Police communication and social media. European Journal of Criminology, 20(1), 316–336.

34. ShAYB، N. (2020). ALJHWD ALWZYFYة LLIALAM ALTRBWY FY ALHD MN ZAHRة ALMKhDRAT: DRASة MYDANY ةTHLYLYة ALY AYNة MN MTTBAY BRNAMJ "THRYAT" LQNAة ALNHAR ALIKhBARYة. S. 200.

35. ALShMRY، M. M. (2020). HMLAT ALTWAYة LLALAQAT ALAAMة FY ALWZARAT ALKhDMYة WANAKASATHA ALY ALWAY BALQDAYA ALSHY ةLDY ALJMHWR ALKWYTY: AZMة JAىHة KWRWNA ALMSTJD NMWDhJA. S. 9–110.

36. ALY، M. (2020). ALALAQAT ALAAMة WDWRHA FY MKAFHة ALJRYMة (JRYMة ALMKhDRAT)، ALIDARة ALAAM ةLMKAFHة ALMKhDRAT ALSWDAN. S. 295–316.

37. AHMD، A. (2022). ALMDAMYN ALIALAMYة WALAQTHA BALAٰNF ALMDRSY LDY TLAMYDh ALTALYM ALMTWST. MJL ةALALWM ALTRBWY ةWALIALAMY.100–89), 1(19, ة

38. AADL، N. (2019). DWR ALALAQAT ALAAMة FY WHDة MKAFHة ALMKhDRAT BALTSDY LHA FY FLSTYN (ShRT ةNABLS NMWDhJAٰ).

39. Pilar, M., Esteban, P., Puchalt, M., Sandra, L., & Almerich, F. (2020). Public relations and campaigns about road safety and drug use: efficacy assessment of campaigns in audiovisual media. pp. 127–150.

40. Marmat, G., Jain, P., & Mishra, P. N. (2020). Understanding ethical/unethical behavior in pharmaceutical companies: literature review. International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing, 14(3), 367–394.

41. Nix, J., Rickett, J. T., & Wolfe, S. E. (2020). Testing a theoretical model of perceived audience legitimacy: The neglected linkage in the dialogic model of police-community relations. Journal of Research in Crime and Delinquency, 57(2), 217–259.

نموذج سببي مقترح للعلاقة بين هوس السِّلْفي وأنماط الشخصية وأثرهما في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي

إعداد:

د. أحمد بن سعد بن ناصر الأحمد

قسم علم النفس– كلية العلوم الاجتماعية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية

A Proposed Casual Model for The Relationship Between Selfie-Obsession and Personality Patterns Besides Their Effects on Social Media Users Regarding Social Interaction

Prepared by:

Dr. Ahmed Saad Nasser Alahmed

Department of Psychology- College of Social Sciences

Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (IMSIU)

Riyadh , Kingdom of Saudi Arabia

تاريخ ورود البحث

٢٠٢٥/٣/٤م – ١٤٤٦/٩/٤هـ

تاريخ قبول البحث

٢٠٢٥/٤/٧م – ١٤٤٦/١٠/٩هـ


بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص البحث:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على النموذج السببي المقترح للعلاقة بين هوس السِّلْفي وأنماط الشخصية وأثرهما في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

الطريقة: تكونت عينة الدراسة من (٣٦٢) مستخدماً من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وشملت أدوات الدراسة مقياس هوس السلفي، ومقياس أنماط الشخصية، ومقياس التفاعل الاجتماعي.

النتائج: أظهرت النتائج توازنًا عامًا في أنماط الشخصية، حيث سجل الحسي/الحدسي أعلى متوسط (٢,٤٤)، يليه المفكر/الوجداني (٢,٣٩)، ثم الحاسم/التلقائي (٢,٣١)، وأخيرًا المنفتح/المتحفظ (٢,١٥). أما هوس السلفي، فتصدره البروز (٣,٦٨)، يليه تقدير الذات (٣,٢٣)، وتحسين المزاج (٣,٠٣)، بينما كان السعي وراء الاهتمام الأقل (٢,٩٩). في المقابل، سجل التفاعل الاجتماعي مستوى مرتفعًا (٢,٦١)، كما أظهرت النتائج فروقًا دالة إحصائيًا في النمط الحسي/الحدسي بين التخصصات، حيث سجل طلاب العلوم الشرعية والعربية أعلى المتوسطات (٢,٥٧)، بينما سجل طلاب العلوم التطبيقية أقلها (٢,٣٥). كما ظهرت فروق في المفكر/الوجداني تبعًا للعمر، إذ سجلت الفئة ٢١-٢٣ عامًا (٢,٤٧) أعلى من الأكبر سنًا. في هوس السلفي، لم توجد فروق بحسب التخصص أو الجنس، لكن الفئة ١٨-٢٠ عامًا سجلت أعلى المتوسطات في تحسين المزاج والسعي وراء الاهتمام. أما التفاعل الاجتماعي، فقد تميز طلاب العلوم الصحية بأعلى متوسط (٢,٧٩)، مقارنة بالعلوم التطبيقية (٢,٤٥)، بينما لم تظهر فروق دالة بحسب الجنس أو العمر. وأخيرا أظهر تحليل الانحدار أن هوس السلفي وأنماط الشخصية يفسرون ٣٢,٨٪ من التفاعل الاجتماعي (R^2=0.328)، مما يعكس ارتباطًا قويًا بين المتغيرات.

لعب التفاعل الاجتماعي دور الوسيط بين المتغيرات المستقلة (البروز، تقدير الذات، تحسين المزاج، السعي وراء الاهتمام)، والمتغيرات التابعة (أنماط الشخصية الأربعة). وبرز تأثير البروز (٠,٦٠) والمنفتح/المتحفظ (٠,٤٨) بشكل مباشر.

الكلمات المفتاحية: نموذج سببي، هوس السلفي، أنماط الشخصية، التفاعل الاجتماعي، مستخدمو تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

Summary:

The current study aimed to identify the proposed causal model for the relationship between Selfie obsession and personality patterns and their effect on social interaction among users of social media applications. The sample consisted of 362 social media users. The study utilized three scales: the Selfie Obsession Scale, the Personality Traits Scale, and the Social Interaction Scale.

Personality traits showed an overall balance, with the sensory/intuitive trait scoring the highest mean (2.44), followed by thinker/feeler (2.39), judger/perceiver (2.31), and extrovert/introvert (2.15). In selfie obsession, prominence ranked highest (3.68), followed by self-esteem (3.23), mood enhancement (3.03), and attention-seeking as the lowest (2.99). Social interaction recorded a high level (2.61). Statistically significant differences were found in the sensory/intuitive trait across disciplines, with religious and Arabic studies students scoring the highest (2.57), and applied sciences students scoring the lowest (2.35). Differences also appeared in the thinker/feeler trait by age, where the 21–23 age group (2.47) scored higher than older participants. No differences in selfie obsession were found by discipline or gender, but the 18–20 age group scored highest in mood enhancement and attention-seeking. Social interaction was highest among health sciences students (2.79) compared to applied sciences (2.45), with no significant differences by gender or age. Selfie obsession and personality traits explained 32.8% of social interaction (R^2=0.328). Social interaction mediated the relationship between independent variables (prominence, self-esteem, mood enhancement, attention-seeking) and dependent variables (four personality traits). Prominence (0.60) and extrovert/introvert (0.48) had the most direct impact.

Key Words: Causal model, selfie obsession, personality traits, social interaction, social media application users.

مُقَدِّمَة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قناة متكاملة للتواصل والتعبير عن الذات في حياة الكثيرين؛ فقد أصبح موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك منتشرًا في كل مكان، حيث يستخدمه أكثر من مليار مستخدم حول العالم، منهم ٧٠٠ مليون يدخلون الموقع يوميًا، ويستضيف موقع إنستغرام، المملوك لشركة فيسبوك، أكثر من مليار صورة ينشرها مستخدموه البالغ عددهم ٢٠٠ مليون مستخدم، ثلثهم يستخدمون الموقع عدة مرات في اليوم، ويستضيف موقع تويتر أكثر من ٢٥٠ مليون مستخدم نشط؛ يدخل نصفهم تقريبًا إلى الموقع يوميًا، ويزوره ما يقرب من ربعهم عدة مرات في اليوم (Fox & Rooney, 2015). واستكشفت الدراسات الحديثة العلاقة بين سمات الشخصية وسلوكيات وسائل التواصل الاجتماعي، خصوصًا التقاط صور هوس السلفي. تشير الأبحاث إلى أن سمات الشخصية الهستيرية والجنس الأنثوي تتنبأ بالاستخدام الإدماني لوسائل التواصل الاجتماعي وتكرار مشاركة صور هوس السلفي (Akça et al., 2020)، وترتبط السمات النرجسية بسلوك التقاط صور هوس السلفي ، بينما تؤثر سمات الشخصية الخمس الكبرى في العديد من الأنشطة المتعلقة بالصور، وترتبط النرجسية المتضخمة بزيادة نشر صور هوس السلفي والتأثير الإيجابي أثناء التقاط صور هوس السلفي ، بينما ترتبط النرجسية الهشة بالتأثير السلبي. وتفسر عوامل متعددة، بما في ذلك العمر والجنس والوقت الذي يقضيه الشخص على وسائل التواصل الاجتماعي والنرجسية والانفتاح وإدارة الانطباعات، بشكل جماعي ٦٠٪ من التباين في سلوكيات (Vardeman & Gangadharbatla, 2021)، كما يُظهر الأفراد الذين يعانون من مستويات عالية من اضطراب وسائل التواصل الاجتماعي مستويات مرتفعة من سمات اضطراب الشخصية المختلفة موازنة

بأولئك الذين يعانون من مستويات منخفضة(Akça et al., 2020). وقد أدى انتشار منصات التواصل الاجتماعي وانتشار الهواتف الذكية إلى ظهور ظاهرة ثقافية جديدة: صور هوس السلفي ، وأصبح هذا الاتجاه نحو التقاط صور هوس السِّلفي منتشرًا بشكل متزايد، حيث تشير الدراسات إلى أن ما يصل إلى ٩٣٪ من الشباب ينخرطون في سلوكيات التقاط صور سيلفي، وقد حظي الهوس بهوس السلفي على منصات التواصل الاجتماعي باهتمام كبير من الباحثين، خصوصًا فيما يتعلق بعلاقته بأنماط الشخصية والتفاعل الاجتماعي (Chua & Chang, 2016). من بين السلوكيات الأكثر بروزًا التي لوحظت التصوير الذاتي، الذي يُشار إليه عادةً باسم "صور هوس السلفي "، الذي أصبح جزءًا لا يتجزأ من العرض الذاتي عبر الإنترنت. ومع ذلك، فقد أثيرت مخاوف بشأن الهوس المتزايد بهوس السلفي وتداعياته النفسية والاجتماعية. تشير الدراسات إلى أن الانخراط المفرط في هوس السلفي يرتبط بسمات شخصية محددة ويؤثر في التفاعلات الاجتماعية في المساحات الافتراضية (Barry et al., 2017)، وقد حددت الأبحاث الحديثة اتجاهًا مثيرًا للقلق في إدمان التصوير الذاتي. وجدت دراسة أجراها سينغ وليب مان (Singh & Lippmann, 2017) أن ٦٨٪ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٥ عامًا يشاركون في هوس السلفي اليومي، مع اعتراف ٣٢٪ بذلك، ٣٢٪ يعترفون بالتقاط أكثر من خمس صور سيلفي يوميًا.

ويعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقدين الماضية جزءاً أساسياً في حياة الأفراد من حيث التعبير عن الذات والتواصل مع العالم الخارجي (Kaplan & Haenlein, 2010)، ولقد ارتبط عدد من السلوكيات بالاستخدام الكثيف لهذه الوسائل، من أبرزها ظاهرة "هوس السلفي " أو الهوس بالتقاط الصور الشخصية" (Selfie obsession)، التي تُعرف بأنها الرغبة المفرطة

في التقاط الصور الشخصية ونشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة بهدف الحصول على الإعجاب أو التعليق، مما يعكس الضرورة إلى تعزيز صورة الذات وقبولها لدى المجتمع (Balakrishnan & Griffiths, 2018)، هذه الظاهرة أدت إلى ظهور عدد من التساؤلات حول علاقة هوس السلفي بسمات الشخصية المختلفة، وكذلك بطبيعة التفاعل الاجتماعي بين الأفراد في البيئات المختلفة سواء كانت الرقمية أو الحقيقية.

كما تلعب أنماط الشخصية دوراً بارزاً وأساسياً في التأثير في سلوك الأفراد في مختلف جوانب حياتهم بما في ذلك تفاعلهم الاجتماعي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لنموذج العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (Big Five Personality Traits)، فإن سمات مثل الانبساطية (Extraversion) والنرجسية (Narcissism) ترتبط بميل أكبر لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الصور الشخصية أو (هوس السلفي)، بينما قد يكون الأفراد ذوو سمة العصابية (Neuroticism) أكثر عرضة للتفاعل السلبي مع ردود الفعل على صورهم (McCain et al., 2016). كما أن الدراسات تشير إلى أن الشخصية النرجسية تميل إلى مشاركة صور هوس السلفي لتعزيز صورتهم أمام الآخرين، في حين يسعى الأشخاص ذوو الضمير الحي (Conscientiousness) إلى التقليل من هذا السلوك بسبب إدراكهم لتأثيره الاجتماعي (Sorokowska et al., 2016).

أما العنصر الأساس في تقييم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في جودة العلاقات بين الأفراد فهو عنصر التفاعل الاجتماعي. حيث أسهم انتشار التقاط هوس السلفي بطريقة مفرطة في تغيير طبيعة التفاعل الاجتماعي، مما ينعكس سلباً على التفاعل الواقعي بين الأفراد وبالتالي على جودة علاقاتهم الاجتماعية (Chua & Chang, 2016). من جهة أخرى قد يسهم التقاط صور هوس السلفي

للأفراد ونشرها إذا استُخدم بشكل متوازن في الفرصة للتعبير عن ذواتهم وبناء علاقات جيدة في العالم الرقمي. كما أن التركيز بشكل كبير على المظهر الخارجي للأفراد له تداعيات نفسية واجتماعية؛ كانخفاض الذات والشعور بالضغط الاجتماعي للحصول على التقدير الكافي من المتابعين (Fox & Rooney, 2015).

هوس السلفي ليس مجرد فعل التقاط صورة؛ بل إنه متجذر بعمق في الدوافع النفسية والتعبير عن الذات والتحقق الاجتماعي.

مشكلة الدراسة:

يُعد التفاعل الاجتماعي متغيرًا مهمًا يجب ألا يُغفَل دوره ويؤخذ بالاعتبار، حيث يؤثر التقاط هوس السلفي في طبيعة التواصل بين الأفراد، فقد يؤدي إلى تعزيز التفاعل من خلال الفضاء الرقمي ولكنه قد يقلل من جودة التفاعل الحقيقي بين الأفراد (الصاوي، ٢٠٢٠)، خصوصًا في ضوء انتشار هوس السلفي " هوس السلفي "، فمن الضروري فهم الدوافع النفسية الكامنة وراءه وكيف تؤثر أنماط الشخصية هذه في التفاعلات الاجتماعية الرقمية (Waring, 2025). وقد أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي منتشرًا على نحو متزايد بين الشباب؛ ولهذا السبب، يُقال إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "طريقة للوجود"، مع أنه يحتمل أن يوفر فرصًا محفوفة بالمخاطر، خصوصا بين المراهقين والشباب، وقد عولج الكثير من الاهتمام فيما يتعلق بالاستخدام الإشكالي لوسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على الحاجة إلى التمييز بين الأنشطة المحددة التي يصبح الأفراد مدمنين عليها في النهاية من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى نحو مماثل، كجزء من المناقشة حول التعريفات المفاهيمية والتشغيلية المثيرة للجدل للإدمان السلوكي، وسُلّط الضوء أيضًا على الحاجة إلى تحديد العمليات النفسية التي تشكل أساس السلوكات لتحديدها على أنها مفرطة أو مختلة

.(Kardefelt-Winther et al., 2017)

كما أظهرت الأبحاث أن الأفراد الذين ينشرون صورًا ذاتية بشكلٍ متكرر على منصات التواصل الاجتماعي يُظهرون مستوياتٍ أعلى من النرجسية. كما وجدت دراسة أجراها باري وآخرون(Barry et al., 2017) ارتباطًا إيجابيًا (r = 0.38، $p < 0.001$) بين النرجسية المبلغ عنها ذاتيًا وتكرار منشورات هوس السلفي على مواقع التواصل الاجتماعي بين الذكور البالغين، ويأخذ النموذج السببي في الاعتبار أيضًا تأثير هوس السلفي في التفاعلات الاجتماعية. وتشير بعض الدراسات إلى أن مؤشر بعض الخصائص الشخصية تنتج عن هوس السلفي كالنرجسية والانبساطية؛ مما يجعل الأشخاص يبحثون باستمرار عن الاهتمام والإعجاب من قبل المتابعين (Sedikides & Gregg, 2008)، بينما الأفراد ذوو نمط الشخصية العصابية يعدون نشر صور هوس السلفي وسيلةً لتخفيف القلق الاجتماعي، ولكنهم في المقابل قد يصبحون أكثر قلقاً بسبب التعليقات السلبية؛ مما يزيد من مستوى التوتر النفسي لديهم (McCain et al., 2016).

وتبلورت مشكلة الدراسة الحالية لدى الباحث لما لاحظه من زيادة انتشار هوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل بارز، وانعكاس ذلك على طبيعة حياتهم اليومية وتفاعلهم الاجتماعي مقرونا بأنماط الشخصية لديهم، ويؤكد ذلك ما دللت عليه نتائج الدارسات السابقة من تأثير هوس السلفي في متغيرات الدراسة الأساسية كدراسة (Chmielecki, ؛Kadakia et 2024 ;al., 2024 ;Barry et al., 2017)، ودراسة كل من (الفايز؛ ٢٠٢٤؛ بوصير وجويا، ٢٠٢٠؛ خفاجة ٢٠٢١). وتتمثل مشكلة الدراسة الحالية في طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة الأساسية (هوس السلفي، أنماط الشخصية، التفاعل الاجتماعي) لدى الفئة المستهدفة، لما لها من تأثيرات جوهرية في هذه الفئة؛ حيث تقترح نموذجا سببياً يوضح التأثير المباشر

لأنماط الشخصية في كل من هوس السلفي والتفاعل الاجتماعي ودرجة التأثير بين هذه المتغيرات.

ومن خلال اقتراح نموذج سببي، يهدف هذا البحث إلى سد الفجوة بين النظرية النفسية وتحليل السلوك الرقمي، مما يسهم في فهم أكثر دقة لهوس السلفي في المشهد الحديث لوسائل التواصل الاجتماعي، واقتراح بناء نموذج سببي للعلاقة بين هوس السلفي وأنماط الشخصية على التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية تأثير هذا السلوك في طبيعة العلاقات الاجتماعية.

أسئلة الدراسة:

١- ما مستوى انتشار هوس السلفي وأنماط الشخصية، والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟

٢- ما النموذج السببي المقترح لتوضيح مسار العلاقات التي تربط بين متغيرات الدراسة (هوس السلفي، أنماط الشخصية، التفاعل الاجتماعي) لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي؟

٣- ما طبيعة أثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي؟

٤- ما الفروق في أنماط الشخصية وهوس السلفي والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تبعا للمتغيرات الديموغرافية (التخصص، والعمر، والجنس)؟

أهداف الدراسة:

١- التعرف على مستوى انتشار هوس السلفي وأنماط الشخصية، والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- اقتراح نموذج سببي لتوضيح مسار العلاقات التي تربط بين متغيرات الدراسة (هوس السلفي، أنماط الشخصية، التفاعل الاجتماعي) لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- التعرف على طبيعة أثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.

٤- التعرف على الفروق في هوس السلفي وأنماط الشخصية والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تبعا للمتغيرات الديموغرافية (التخصص، والعمر، والجنس)؟

أهمية الدراسة:

يمكن أن تتلخص أهمية هذه الدراسة في الجانبين النظري والتطبيقي من خلال ما يأتي:

الأهمية النظرية:

يسهم البحث من خلال الجانب النظري في إثراء المكتبة العربية بالبحوث التي تسعى لفهم العلاقة السببية بين سلوكات الأفراد المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وما يمكن لهوس السلفي عكسه من أنماط شخصية وكذلك تفاعل اجتماعي، وما يمكن أن يسهم في تطوير مفهوم الصورة الذاتية للأفراد وبناء شخصياتهم ورسم مسار تفاعلهم الاجتماعي.

الأهمية التطبيقية:

يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في الجانب التطبيقي في تقديم نموذج لتأثير العلاقات بين المتغيرات المستهدفة وتأثير كل متغير في أنماط الشخصية من جهة وحجم التأثير وجوهره، وانعكاس ذلك على العمليات اليومية لأفراد الدراسة، بما في ذلك التفاعل الاجتماعي وطبيعة الاستخدام، وقد تقدم النتائج الحالية بعض

التوصيات المتمثلة في خفض المرشدين والمعالجين النفسيين بتوعية وإرشاد من لديهم هوس السلفي بطرق تطوير ذاتية أكثر إيجابية في المؤسسات التعليمية والمراكز العامة، بما ينعكس على أنشطتهم اليومية بشكل عام وممارستهم لهذه التطبيقات والاستفادة منها.

حدود الدراسة:

اقتصرت حدود الدارسة الموضوعية على دراسة نموذج سببي مقترح للعلاقة بين هوس السلفي وأنماط الشخصية على التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعية، وتمثلت الفترة الزمنية المتعلقة بتطبيق هذه الدراسة خلال الفصل الأول والثاني من العام الجامعي ١٤٤٦هـ، وأجريت الدراسة ضمن مجتمع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة الرياض، واستهدفت عينة من الأفراد الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بانتظام، وتتراوح أعمارهم بين ١٨ و٣٥ عامًا.

تعريف المصطلحات:

هوس السلفي (Selfie Obsession):

تبنى الباحث تعريف هوس السلفي إجرائياً بناء على تعريف معد الأداة المومني (٢٠٢٠) بأنه "صورة شخصية يلتقطها الشخص لنفسه بواسطة الهاتف الذكي أو كاميرات الويب، ومشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي". ويُعرف هوس السلفي بأنه الرغبة المفرطة لالتقاط صور هوس السلفي ونشرها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، رغبة في الحصول على التقدير الاجتماعي والاعتراف الذاتي (Balakrishnan & Griffiths, 2018). ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص على مقياس استخدام هوس السلفي المستخدم في الدراسة الحالية.

أنماط الشخصية (Personality Traits):

تبنى الباحث تعريف أنماط الشخصية إجرائياً بناء على تعريف معد الأداة بني مصطفى (٢٠٢٠) بأنها "مجموعة من الأنماط التي تميز الأفراد وتشكل طريقة تفكيرهم وسلوكهم، وتم تحديدها بأربعة مجالات: المنفتح، المتحفظ، حسي، حدسي، مفكر، وجداني، حاسم، تقائي". وتشير أنماط الشخصية إلى خصائص الأفراد وسماتهم التي تميز سلوكهم وتحدد استجاباتهم في المواقف المختلفة (Costa & McCrae, 1999)، وتقاس بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص على مقياس أنماط الشخصية المستخدم في الدراسة الحالية.

التفاعل الاجتماعي (Social Interaction):

تبنى الباحث تعريف التفاعل الاجتماعي إجرائياً بناء على تعريف معد الأداة هيبة (٢٠٢٣) بأنه "عملية التأثير المتبادل بين الأفراد أو الجماعات حيث يتبادلون الأفكار والمشاعر والتصرفات لتحقيق أهداف مشتركة أو لتحقيق مصالح فردية". ويُعرّف التفاعل الاجتماعي بأنه عملية يتم من خلالها تواصل الأفراد بعضهم مع بعض، يتبادلون من خلالها المعلومات ويتأثر بعضهم بسلوك بعض، سواء في العالم الافتراضي أو الواقعي (Riggins, 1990). ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص على مقياس التفاعل الاجتماعي المستخدم في الدراسة الحالية.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

تهدف هذه الدراسة إلى بناء نموذج سببي للعلاقة بين هوس السلفي وأنماط الشخصية والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. وسيتم الحديث عن هذ المتغيرات الثلاثة خلال استعراض الأدبيات السابقة والنظريات المفسرة لها. وفيما يلي توضيح للإطار النظري حول متغيرات الدراسة:

أولاً: هوس السلفي:

١. تعريف هوس السلفي:

يعرف هوس السلفي بأنه الرغبة المفرطة لالتقاط صور هوس السلفي ونشرها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، رغبة في الحصول على التقدير الاجتماعي والاعتراف الذاتي (Balakrishnan & Griffiths, 2018)، والذي أصبح مظهرًا من مظاهر العصر الرقمي الذي يربط بين الهوية الشخصية والتفاعل الرقمي. وقد حُدد هوس التصوير الذاتي، والذي يُعرَّف بأنه الحاجة القهرية لالتقاط صور سيلفي وتحريرها ومشاركتها، باعتباره مصدر قلق متزايد في الأدبيات النفسية، وفقًا لدراسة أجراها سينفت وبايم (Senft & Baym, 2015).

٢. النظريات المفسرة لهوس هوس السلفي:

تحاول العديد من النظريات الناشئة تفسير اضطراب هوس السلفي، وربطه بالسلوكات النفسية والاجتماعية؛ ومن هذه النظريات ما يأتي:

أ. نظرية تعزيز الذات (Self-Enhancement Theory):

تشير هذه النظرية إلى سعي الأفراد إلى تقديم أنفسهم بصورة إيجابية عن أنفسهم عبر الفضاء الرقمي، ويستخدمون صور هوس السلفي وسيلة لتعزيز ذواتهم وتحقيق القبول الاجتماعي (Sedikides & Gregg, 2008).

ب. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory):

تفترض هذه النظرية أن الأفراد يقومون بالاعتماد على الإعلام الرقمي لتشكيل الواقع الاجتماعي، والذي بدوره يعزز من السلوكات المرتبطة بصور هوس السلفي نتيجة التكرار للتعرض للمحتوى البصري الإيجابي (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976).

ثانيًا: أنماط الشخصية:

١. تعريف أنماط الشخصية:

تُصوَّر أنماط الشخصية على أنها مجموعات مميزة من الأفراد الذين يتشاركون في سمات وسلوكات متشابهة، وفي الدراسة الحالية يتم تصنيفها وفقًا لنموذج كارل يونج لأنماط الشخصية وهي كالآتي (Myers & Myers, 2010):

١- الانبساط (Extraversion) مقابل الانطواء (Introversion): يشير الانبساط إلى توجيه طاقة الفرد باتجاه العالم الخارجي والتفاعل مع الآخرين، بينما يشير الانطواء إلى توجيه طاقة الفرد باتجاه العالم الداخلي والتأمل الذاتي.

٢- الحسي (Sensing) مقابل الحدسي (Intuition): يستند النمط الحسي إلى المعلومات الواقعية والحسية، في حين أن النمط الحدسي يركز على الحدس والتصورات المستقبلية.

٣- المفكر (Thinking) مقابل الوجداني (Feeling): يركز النمط المفكر على التحليل والمنطق في اتخاذ القرارات، بينما يعتمد النمط الوجداني على المشاعر والقيم.

٤- الحاسم (Judging) مقابل التلقائي (Perceiving): يستحسن النمط الحاسم التخطيط والتنظيم، في حين أن النمط التلقائي يفضل المرونة وإبقاء الخيارات متاحة.

٢. النظريات المفسرة لأنماط الشخصية:

أ. نظرية السمات (Trait Theory):

تفترض هذه النظرية أن الشخصية تتكون من مجموعة من السمات الثابتة نسبيًا التي تؤثر في سلوك الأفراد، وقد تؤدي بعض هذه السمات إلى الإفراط في التقاط صور هوس السلفي (Allport, 1937).

ب. نظرية التحليل النفسي (Psychoanalytic Theory):

ترى نظرية فرويد أن حاجة الأفراد إلى تقدير ذواتهم أو التعويض عن نقص داخلي يشعرون به قد يكون بسبب تأثير الدوافع اللاواعية في السلوكات الشخصية. (Freud, 1923).

ج. الأنماط النفسية لكارل يونج (الانطواء مقابل الانفتاح):

اقترح كارل يونج (١٩٢١) إحدى أقدم النظريات حول أنواع الشخصية، التي أثرت لاحقًا في تطوير مؤشر مايرز بريجز للأنواع (MBTI). تقسم نظرية يونج الشخصية إلى موقفين رئيسين: الانطواء والانفتاح، وأربع وظائف معرفية: التفكير والشعور والاستشعار والحدس. لقد زعم أن الناس يفضلون بشكل طبيعي وظيفة على أخرى، مما يشكل شخصيتهم وتفاعلاتهم مع العالم. وفقًا ليونج، فإن الانطوائيين يركزون على الداخل، ويستمدون الطاقة من الأنشطة الانفرادية، بينما يركز المنفتحون على الخارج ويستمدون الطاقة من خلال المشاركة الاجتماعية.

ثالثًا: التفاعل الاجتماعي:

١. تعريف التفاعل الاجتماعي:

التفاعل الاجتماعي هو العملية التي يتواصل من خلالها الأفراد بعضهم مع بعض عبر أنظمة ووسائل اجتماعية مختلفة ومتنوعة، سواء في الفضاء الرقمي أو الحياة الواقعية. كما يتأثر هذا التفاعل بعدد من العوامل منها سمات الشخصية وسلوكات التواصل للأفراد (Goffman, 1959).

٢. النظريات المفسرة للتفاعل الاجتماعي:

أ. نظرية التبادل الاجتماعي (Social Exchange Theory):

تفسر هذه النظرية التفاعل الاجتماعي على أنه عملية مبنية على المكافآت والتكاليف، حيث يسعى الأفراد إلى تحقيق الفائدة القصوى بأقل التكاليف

الممكنة (Blau, 1964). وتشرح التفاعل الاجتماعي كعملية تبادل متبادل حيث يسعى الأفراد إلى تعظيم المكافآت وتقليل التكاليف.

ب. نظرية التفاعل الرمزي (Symbolic Interactionism):

تركز هذه النظرية على ما تلعبه الرموز والمعاني من دور مهم في تشكيل التفاعلات الاجتماعية، حيث تؤثر صور هوس السلفي في الطريقة التي ينظر بها الأفراد لأنفسهم ويقيمونها بناءً على آراء الآخرين وردود أفعالهم (Mead, 1934).

ج. نظرية الدور:

تشير نظرية الدور التي ابتكرها رالف لينتون (١٩٣٦) إلى أن السلوك الاجتماعي منظم من خلال أدوار محددة مسبقًا يتبناها الأفراد في بيئات اجتماعية مختلفة. ووفقًا لهذا المنظور، يتألف المجتمع من أدوار مختلفة – مثل المعلم أو الوالد أو الموظف – تأتي مع توقعات ومعايير محددة، ويؤدي الأفراد هذه الأدوار بناءً على توقعات المجتمع، ويمكن أن تؤدي الانحرافات عن هذه المعايير إلى عقوبات اجتماعية أو صراعات أدوار، من خلال موازنة التفاعلات الاجتماعية بالأداء المسرحي. (Eagly & Wood, 2012).

الدراسات السابقة:

تتناول الدراسات العربية والأجنبية العلاقة بين هوس السلفي وأنماط الشخصية، والتفاعل الاجتماعي من زوايا متعددة. فيما يلي ملخص لأبرز هذه الدراسات:

بحثت دراسة الفايز (٢٠٢٤) العلاقة بين سلوكات هوس السلفي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى النساء السعوديات. وأظهرت النتائج وجود ارتباطات دالة إحصائيًا بين بعض سلوكات هوس السلفي وسمات الشخصية، مع

تأثير لمتغيرات ديموغرافية مثل العمر والحالة الاجتماعية.

وبحث جيمليكي (Chmielecki, 2024) العوامل النفسية المختلفة المتعلقة بسلوكات هوس السلفي، بما في ذلك الهوس، والنرجسية، وصورة الذات، والكمال، والحاجة إلى الانتماء، وفرط النشاط، والاندفاع، والدعم الاجتماعي. استخدمت الدراسة منهجية مسح شاملة لاستكشاف هذه المتغيرات فيما يتعلق بسلوكات التقاط صور هوس السلفي ومشاركتها بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

كما بحثت دراسة كاداكيا وآخرين (Kadakia et al., 2024) في كيفية تأثير ثقافة هوس السلفي في مشاركة الشباب في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في التعليم والسلوك الاجتماعي. أجرى الباحثون دراسة استقصائية مختلطة على ٦٠٠ طالب جامعي، لتحليل عاداتهم في التقاط الصور الشخصية، وتفاعلاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي، وإدراكهم لذاتهم. وجدت الدراسة أن ٧٢٪ من المشاركين يلتقطون صور سيلفي بحثًا عن مصادقة الأقران، مما يؤثر بشكل كبير في احترامهم لذاتهم وتواصلهم الاجتماعي.

كما درس ريفيرا وبريز(Rivera & Pérez, 2024) تأثير استخدام تيك توك في تكوين هوية الشباب والتواصل الاجتماعي الافتراضي. أجرى الباحثون مقابلات نوعية مع ١٥٠ من مستخدمي TikTok الشباب، وتحليل استراتيجياتهم في تقديم أنفسهم وسلوكهم الاجتماعي، وخلصت الدراسة إلى أن الهوس بهوس السلفي والانخراط في تيك توك يغيران من تكوين الهوية، حيث أعرب ٧٩٪ من المشاركين عن زيادة الوعي الذاتي في البيئات الاجتماعية بسبب وجودهم على الإنترنت. وأفاد مستخدمو صور هوس السلفي عالية التردد بانخفاض المشاركة الاجتماعية الشخصية، ولكن العلاقات الافتراضية أقوى.

وهدفت دراسة خفاجة (٢٠٢١) إلى تقييم فاعلية برنامج إرشادي انتقائي

تكاملي في خفض حدة اضطراب هوس السلفي وتحسين صورة الجسم لدى طلاب التعليم الفني. وأظهرت النتائج فعالية البرنامج في تحقيق الأهداف المرجوة.

وكشفت دراسة ميهايليسكو (٢٠٢٠) عن العلاقة بين سمات الشخصية المختلفة وسلوكات تصوير هوس السلفي في رومانيا. وأظهرت النتائج وجود علاقة عكسية بين التقاط ونشر صور هوس السلفي والتوازن الانفعالي، بينما ارتبطت الانبساطية بشكل إيجابي مع تكرار نشر صور هوس السلفي، خصوصا بين النساء الشابات.

قام بوصير وجويا (٢٠٢٠) بدراسة للكشف عن العلاقة بين النرجسية المرضية وتوقعات هوس السلفي الإيجابية، وموضوعية الجسد مع الانخراط في سلوكات هوس السلفي على وسائل التواصل الاجتماعي. وأظهرت النتائج أن مراقبة الجسد وتوقعات هوس السلفي الإيجابية، خصوصا لدى النساء، هما من أبرز العوامل المؤثرة في سلوكات التقاط هوس السلفي.

كما أجرى حسن (٢٠٢٠) دراسة هدفت إلى بحث العلاقة بين سلوكات هوس السلفي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى عينة من طلاب كلية التربية. وأظهرت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين تصوير هوس السلفي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية.

وتناولت دراسة الجوراني (٢٠١٩) ظاهرة هوس السلفي (هوس السلفي) من منظور سوسيولوجي، متسائلة عما إذا كانت تعبر عن هوس أو وسيلة للتواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج إلى أن هوس السلفي قد يكون وسيلة للتعبير عن الذات والتواصل، ولكنه قد يتحول إلى هوس يؤثر في العلاقات الاجتماعية.

دراسة شودري وآخرون (٢٠١٩): تناولت هذه الدراسة الدوافع النفسية وراء سلوكيات تصوير هوس السلفي وعلاقتها بالعوامل الخمسة الكبرى للشخصية. أظهرت النتائج أن النرجسية تتنبأ بشكل كبير بتكرار نشر صور هوس السلفي

الفردية وتحرير الصور، كما تم التنبؤ بنشر صور هوس السلفي الجماعية من خلال عاملي الانبساط والقبول.

وبحثت دراسة شوي وآخرين (٢٠١٧) العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية وسلوكيات تصوير هوس السلفي. وأشارت النتائج إلى أن العوامل الخمسة الكبرى للشخصية، باستثناء الانبساط، ارتبطت بشكل كبير بدرجة القلق بشأن استجابات الآخرين لصور هوس السلفي الخاصة بهم.

في حين هدفت دراسة إيناس سليمان أحمد (٢٠١٦) إلى معرفة مستوى إدمان تصوير الذات (هوس السلفي) والاتزان الانفعالي والرضا عن صورة الجسد لدى طلاب الجامعات الأردنية. وأظهرت النتائج عدم وجود إدمان على تصوير الذات، ووجود علاقة ارتباطية طردية بين مستوى إدمان هوس السلفي والرضا عن صورة الجسد.

في حين أجرت افتخار وآخرون (٢٠١٤) دراسة عُنيت بمعالجة العلاقة بين الأنشطة المتعلقة بالصور لمستخدمي الفيسبوك والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية من خلال تحليل المحتوى. وأشارت النتائج إلى القدرة التنبئية لكل من العصابية والانبساطية على تحميل المزيد من الصور.

ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة لوحظ اختلاف بعضها وتشابه بعضها الآخر من حيث الأهداف والعينة المستهدفة، والأساليب الإحصائية المستخدمة، والنموذج السببي على وجه التخصيص، في حين أنها تختلف عن الدراسات السابقة في الأهداف الفرعية والأساليب الإحصائية التي أجريت عليها المعالجة الإحصائية، وكذلك مجتمع الدراسة والعينة التي أجريت عليها وهي فئة ذات أهمية في المجتمع بشكل عام خصوصا في ضوء انتشار استخدام الهواتف الذكية وزيادة تطبيقات هوس السلفي وغيرها من الاضطرابات الإلكترونية على وجه التخصيص، وتمت الإفادة من استعراض الدراسة الحالية في صياغة مشكلة

الدراسة وأسئلتها، وفروضها، والأهداف العامة، وكذلك التعامل مع الأساليب الإحصائية، وتميزت الدراسة الحالية في بيئة الدراسة التي أجريت فيها وربط المتغيرات التي دُرست وتطبيقها في البيئة الحالية، إضافة إلى المجتمع الذي أجريت فيه الدراسة وعينتها.

الطريقة والإجراءات:

منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة اعتُمد المنهج الوصفي الارتباطي المقارن الذي يعرف بأنه طريقة بحثية تركز على الملاحظة المنهجية وتسجيل الظاهرة وتفصيلها دون التأثير فيها، تُستخدم على نطاق واسع في أبحاث المسح والدراسات الرصدية ودراسات الحالة لتوفير رؤى واقعية حول السلوكيات والاتجاهات وخصائص مجموعة سكانية معينة، ومنهج الارتباط يهتم بدراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر لتحديد قوة ارتباطهما واتجاهاته، لكنها لا تثبت السببية (Babbie, 2020).

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته المختلفة من طلبة الجامعة، ومن جميع من انطبقت عليه معايير المشاركة في الدراسة الحالية وشروطها التي تمثلت في: ١. الموافقة على المشاركة في الدراسة الحالية.٢. استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي.٣. من طلبة الجامعة.٤. لديه معرفة بتطبيقات السلفي المختلفة.

وتكونت عينة الدراسة من (٣٩٠) طالبا وطالبة موزعين على عدد من المتغيرات الديموغرافية منها: (الجنس، التخصص، العمر)، اختيروا من مجتمع الدارسة بطريقة السحب العشوائي ممن انطبقت عليهم شروط المشاركة في الدراسة الحالية من خلال توزيع رابط إلكتروني (google form)، يتضمن التعريف

بالدراسة وأدواتها وطلب الموافقة على المشاركة من عدمها، وبعد مراجعة استجابة أفراد الدراسة والتحقق من مطابقتها لمتطلبات الدراسة، وبعد حصر عينة الدراسة التي أجريت عليها المعالجة الإحصائية (٣٦٢) مستجيباً.

وفيما يلي توضيح لخصائص أفراد عينة الدراسة الديموغرافية بشكل دقيق.

جدول ١

التكرارات والنسب المئوية بحسب متغيرات الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
التخصص	العلوم الإنسانية	177	48.9
	العلوم التطبيقية	76	21.0
	العلوم الشرعية والعربية	64	17.7
	العلوم الصحية	45	12.4
العمر	من18-20	141	39.0
	من21-23	83	22.9
	أعلى من23	138	38.1
الجنس	ذكر	161	44.5
	أنثى	201	55.5

يتناول الجدول توزيع عينة من المشاركين البالغ عددهم ٣٦٢ شخصًا وفقًا لعدة متغيرات رئيسة: التخصص الأكاديمي، الفئة العمرية، الجنس، مع توضيح التكرار والنسب المئوية لكل فئة.

أدوات الدارسة:

لتحقيق أهداف الدارسة استخدم الباحث الأدوات التالية:

١- مقياس أنماط الشخصية:

استُخدم مقياس أنماط الشخصية المعد من قبل بني مصطفى (٢٠١٧) والمكون من (٣٣) فقرة موزعة على أربعة أبعاد، هي: البعد الأول: المنفتح ويتكون من عشر فقرات، البعد الثاني: الحسي/ الحدسي ويتكون من عشر فقرات، البعد الثالث: المفكر الوجداني ويتكون من ست فقرات، والبعد الأخير وهو الحاسم: ويتكون من سبع فقرات. وقد اعتُمد سلم ليكرت الثلاثي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الثلاث (درجة كبيرة، درجة متوسطة، درجة قليلة)، وهي تمثل رقمياً (٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد اعتُمد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من ١,٠٠- ١,٦٦ قليلة، ومن ١,٦٧-٢,٣٣متوسطة، ومن ٢,٣٤-٣,٠٠ كبيرة، وقد احتُسب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية: الحد الأعلى للمقياس (٣) - الحد الأدنى للمقياس (١) عدد الفئات المطلوبة (٣) ٣-١ =٠,٦٦ ٣، ومن ثم إضافة الجواب (٠,٦٦) إلى نهاية كل فئة. وفيما يلي توضيح للخصاص السيكومترية التي اتبعها الباحث للتحقق من الصدق والثبات.

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال ما يلي:

١- صدق المحتوى:

لغايات التحقق من صدق المقياس في الدراسة الحالية، فقد عُرض على مجموعة من المحكمين الذين بلغ عددهم (ن=٩) محكمين من المختصين في مجال الإرشاد النفسي، والقياس النفسي؛ لغايات التأكد من فقرات المقياس (ن=٣٣)

فقرة، بأنها تقيس أنماط الشخصية، وطلب منهم تحديد مدى ملاءمة الفقرات لأهداف الدارسة، ومناسبة الصياغة اللغوية للفقرات لتطبيقها على البيئة السعودية في الدراسة الحالية، وحذف وتعديل أي فقرات يرونها، وقد اتفق المحكمون بنسبة (٨٠٪)، واحتفظ المقياس بعدد فقراته (٣٣) فقرة في صورته النهائية بعد أن طُبق على عينة استطلاعية مماثلة لعينة الدراسة الأساسية.

٢– صدق البناء:

بهدف التحقق من مؤشرات صدق البناء استُخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس، بعد أن تم تطبيقها على عينة استطلاعية مكافئة لعينة الدراسة الحالية وعددها (٣٨) مستجيبا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ كما هو مبين في الجدول (٢):

جدول ٢

معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للبعد

رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط
1	0.563**	12	0.665**	23	0.752**
2	0.588**	13	0.792**	24	0.849**
3	0.819**	14	0.693**	25	0.732**
4	0.693**	15	0.741**	26	0.665**
5	0.680**	16	0.762**	27	0.820**
6	0.742**	17	0.809**	28	0.836**
7	0.726**	18	0.771**	29	0.839**
8	0.832**	19	0.820**	30	0.757**

9	0.624**	20	0.664**	31	0.829**
10	0.671**	21	0.661**	32	0.745**
11	0.742**	22	0.792**	33	0.871**

***دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠٥).**

****دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠١).**

تجدر الإشارة إلى أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائياً، ولذلك لم يُحذَف أي من هذه الفقرات.

ثانيا: ثبات مقياس أنماط الشخصية:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكوّنة من (٣٨)، ومن ثم حُسب معامل ارتباط سبيرمان بين تقديراتهم في المرتين. وحُسب أيضاً معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي بحسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول رقم (٣) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للأنماط، وعُدت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول ٣

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة لأنماط الشخصية

النمط	سبيرمان برون	الاتساق الداخلي
المنفتح/المتحفظ	٠,٩٢	٠,٨٨
حسي/حدسي	٠,٩٢	٠,٩١
مفكر/وجداني	٠,٨٧	٠,٨٣
حاسم/تلقائي	٠,٩٠	٠,٩١

يبين الجدول (٣) أن جميع معاملات ارتباط سبيرمان براون كانت ذات درجات ارتباط عالية ودالة إحصائيا وتراوح ما بين (٠,٨٧-٠,٩٠)، وتراوحت معاملات كرونباخ ألفا بين (٠,٨٣-٠,٩١)، وتعدّ هذه المعاملات مرتفعة، وهذا يؤكد أن اختبار المواقف يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات

٢- مقياس هوس السلفي:

استُخدم هوس السلفي المعد من قبل المومني (٢٠٢٠) والمكون من (٢٣) فقرة موزعة على أربعة أبعاد، هي: البعد الأول: البروز ويتكون من (٧) فقرات، البعد الثاني: تقدير الذات (٦)، والبعد الثالث: تحسين المزاج (٥)، والبعد الرابع: السعي وراء الاهتمام (٥).

وقد تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وهي تمثل رقمياً (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من ١,٠٠- ٢,٣٣ قليلة، ومن ٢,٣٤- ٣,٦٧ متوسطة، ومن ٣,٦٨- ٥,٠٠ كبيرة، وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية: (الحد الأعلى للمقياس (٥) - الحد الأدنى للمقياس (١). عدد الفئات المطلوبة (٣) = (٥-١) /٣ =١,٣٣ ومن ثم إضافة الجواب (١,٣٣) إلى نهاية كل فئة.

وفيما يلي توضيح للخصائص السيكومترية التي اتبعها الباحث للتحقق من الصدق والثبات.

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال ما يلي:

١- صدق المحتوى:

لغايات التحقق من صدق المقياس في الدراسة الحالية فقد تم عرضه على مجموعة من المحكمين الذين بلغ عددهم (ن=٩) محكمين من المختصين في مجال الإرشاد النفسي، والقياس النفسي؛ لغايات التأكد من فقرات المقياس (ن=٢٣) فقرة، بأنها تقيس أنماط الشخصية، وطلب منهم تحديد مدى ملاءمة الفقرات لأهداف الدارسة، ومناسبة الصياغة اللغوية للفقرات لتطبيقها على البيئة السعودية في الدراسة الحالية، وحذف وتعديل أي فقرات يرونها، وقد اتفق المحكمون بنسبة (٨٠٪)، واحتفظ المقياس بعدد فقراته (٢٣) فقرة في صورته النهائية بعد أن طُبق على عينة استطلاعية مماثلة لعينة الدراسة الأساسية.

٢- صدق البناء:

بهدف التحقق من مؤشرات صدق البناء استخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس، بعد أن تم تطبيقها على عينة استطلاعية مكافئة لعينة الدراسة الحالية وعددها (٣٨) مستجيبا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الأداة ككل ما بين (٠,٤٧-٠,٨٧)، ومع المجال (٠,٤٩-٠,٩٤) والجدول التالي يبين ذلك:

جدول ٤

معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية والمجال الذي تنتمي إليه

م	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	م	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة	م	معامل الارتباط مع المجال	معامل الارتباط مع الأداة
1	0.496**	0.475**	9	0.827**	0.787**	17	0.918**	0.869**
2	0.646**	0.529**	10	0.741**	0.703**	18	0.912**	0.841**
3	0.730**	0.741**	11	0.905**	0.824**	19	0.490**	0.481**
4	0.600**	0.471**	12	0.734**	0.705**	20	0.747**	0.646**
5	0.611**	0.614**	13	0.816**	0.770**	21	0.863**	0.726**
6	0.837**	0.749**	14	0.868**	0.837**	22	0.812**	0.635**
7	0.674**	0.654**	15	0.885**	0.735**	23	0.831**	0.602**
8	0.935**	0.855**	16	0.919**	0.874**			

*دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠٥).

**دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠١).

وتجدر الإشارة إلى أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائيا، ولذلك لم يُحذَف أي من هذه الفقرات. كما تم استخراج معامل ارتباط المجال بالدرجة الكلية، ومعاملات الارتباط بين المجالات بعضها ببعض، والجدول التالي يبين ذلك.

جدول ٥

معاملات الارتباط بين المجالات بعضها ببعض وبالدرجة الكلية

	البروز	تقدير الذات	تحسين المزاج	السعي وراء الاهتمام
البروز	1			
تقدير الذات	0.828**	1		
تحسين المزاج	0.780**	0.835**	1	
السعي وراء الاهتمام	0.681**	0.672**	0.692**	1
مقياس هوس السلفي	0.916**	0.936**	0.923**	0.825**

***دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠٥).**

****دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠١).**

يبين الجدول (٥) أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائيا، مما يشير إلى درجة مناسبة من صدق البناء.

ثانيا: ثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات المقياس، استخدم معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكوّنة من (٣٠)، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط سبيرمان بين تقديراتهم في المرتين. وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي بحسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول رقم (٦) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية، وعُدت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول ٦

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

المجال	سبيرمان برون	الاتساق الداخلي
البروز	٠,٧٠	٠,٧٨
تقدير الذات	٠,٨٧	٠,٩١
تحسين المزاج	٠,٩٥	٠,٩٤
السعي وراء الاهتمام	٠,٨٢	٠,٨١
مقياس هوس السلفي	٠,٩٣	٠,٩٥

يبين الجدول (٦) أن جميع معاملات ارتباط سبيرمان براون كانت ذات درجات ارتباط عالية ودالة إحصائيا وتراوح ما بين (٠,٧٠-٠,٩٣)، وتراوحت معاملات كرونباخ ألفا بين (٠,٧٨-٠,٩٥)، وتعدّ هذه المعاملات مرتفعة، وهذا يؤكد أن اختبار المواقف يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات

٣- مقياس التفاعل الاجتماعي:

استخدم مقياس التفاعل الاجتماعي المعد من قبل هيبه (٢٠٢٣) المكون من (٣٠) فقرة. وقد اعتُمد سلم ليكرت الثلاثي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الثلاث (درجة كبيرة، درجة متوسطة، درجة قليلة) وهي تمثل رقمياً (٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد اعتُمد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من ١,٠٠- ١,٦٦ قليلة، ومن ١,٦٧-٢,٣٣متوسطة، ومن ٢,٣٤-٣,٠٠ كبيرة، وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية: الحد الأعلى للمقياس (٣) الحد الأدنى للمقياس (١) عدد الفئات المطلوبة (٣) ٣-١ =٠,٦٦ ٣، ومن ثم إضافة الجواب (٠,٦٦) إلى نهاية كل فئة. وفيما يلي توضيح للخصاص السيكومترية التي اتبعها الباحث للتحقق من الصدق والثبات.

أولاً: صدق المقياس:

تم التحقق من صدق الأداة من خلال ما يلي:

١- صدق المحتوى:

لغايات التحقق من صدق المقياس في الدراسة الحالية فقد عُرض على مجموعة من المحكمين الذين بلغ عددهم (ن=٩) محكمين من المختصين في مجال الإرشاد النفسي، والقياس النفسي؛ لغايات التأكد من فقرات المقياس (ن=٢٥) فقرة، بأنها تقيس أنماط الشخصية، وطلب منهم تحديد مدى ملاءمة الفقرات لأهداف

الدارسة، ومناسبة الصياغة اللغوية للفقرات لتطبيقها على البيئة السعودية في الدراسة الحالية، وحذف وتعديل أي فقرات يرونها، وقد اتفق المحكمون بنسبة (٨٠٪)، واحتفظ المقياس بعدد فقراته (٢٥) فقرة في صورته النهائية بعد أن طُبق على عينة استطلاعية مماثلة لعينة الدراسة الأساسية.

٢- صدق البناء:

بهدف التحقق من مؤشرات صدق البناء استُخدم معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرات بالمجال الذي تنتمي إليه، وقيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للمقياس، بعد أن تم تطبيقها على عينة استطلاعية مكافئة لعينة الدراسة الحالية وعددها (٣٨) مستجيبا من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرة مع الدرجة الكلية للمقياس ما بين (٠,٣٩-٠,٨٥)، والجدول التالي يبين ذلك.

جدول ٧

معاملات الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للمقياس

م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
1	0.523**	11	0.556**	21	0.691**
2	0.769**	12	0.526**	22	0.421*
3	0.390*	13	0.698**	23	0.436*
4	0.750**	14	0.590**	24	0.460*
5	0.609**	15	0.496**	25	0.432*
6	0.845**	16	0.729**	26	0.445*
7	0.548**	17	0.681**	27	0.694**
8	0.712**	18	0.496**	28	0.436*
9	0.692**	19	0.698**	29	0.412*
10	0.640**	20	0.824**	30	0.513**

***دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠٥).**

****دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠١).**

وتجدر الإشارة إلى أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائيا، ولذلك لم يُحذف أي من هذه الفقرات.

ثانيا: ثبات مقياس التفاعل الاجتماعي:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكوّنة من (٣٠)، ومن ثم تم حساب معامل سبيرمان إذا بلغ (٠,٨٠). وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي بحسب معادلة كرونباخ ألفا، إذا بلغ (٠,٩٣)، واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

المعالجات الإحصائية:

استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل المسار لتحديد النموذج المقترح والمسارات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة المستهدفة، ومعاملات الارتباط بيرسون وألفا كرونباخ، وكذلك تم استخدام تحليل التباين المتعدد للكشف عن الفروق بين بعض المتغيرات تبعا لعدد من المتغيرات الأساسية.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها:

السؤال الأول:

للإجابة على سؤال الدراسة الأول الذي نص على "**ما مستوى انتشار أنماط الشخصية وهوس السلفي، والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؟** تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى انتشار كل من أنماط الشخصية وهوس هوس السلفي، والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

أولاً: أنماط الشخصية الشائعة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

جدول ٨

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأنماط الشخصية الشائعة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً بحسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	٢	حسي/حدسي	2.44	0.45	مرتفع
٢	٣	مفكر/وجداني	2.39	0.45	مرتفع
٣	٤	حاسم/تلقائي	2.31	0.52	متوسط
٤	١	المنفتح/المتحفظ	2.15	0.46	متوسط

يبين الجدول ٨ أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢,١٥-٢,٤٤)، حيث جاء النمط حسي/حدسي في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (٢,٤٤)، بينما جاء النمط المنفتح/ المتحفظ في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢,١٥).

هذه النتائج تعكس توازنًا نسبيًا في أنماط الشخصية الشائعة لدى عينة الدراسة، مع ميل واضح نحو التفكير العميق، الحدس، ومراعاة المشاعر في اتخاذ القرارات، بينما يتمتع الأفراد بدرجة متوسطة من الانفتاح الاجتماعي والتلقائية في القرارات اليومية، كما يمكن استخدام هذه البيانات لتحليل كيفية تأثير هذه الأنماط الشخصية في الأداء الاجتماعي والتفاعل في البيئات المختلفة، سواء في العمل أو العلاقات الشخصية.

وتتفق النتائج أعلاه مع نتائج الدراسة التي أجراها (Campbell & Lee, 2025)، وجدت هذه الدراسة أن الاختلافات في السمات الشخصية تلعب دورًا

جوهريًا في تحديد مستوى التفاعل الاجتماعي، حيث إن الأشخاص الذين يتمتعون بمستويات عالية من الانبساطية يكونون أكثر راحة في المواقف الاجتماعية وأكثر قدرة على التفاعل مع الآخرين، بينما يميل الأشخاص ذوو الانطوائية إلى تجنب التفاعل المكثف. حيث كانت أعلى القيم مرتبطة بالاستمتاع بالمحادثات الاجتماعية، بينما كانت الفقرات المتعلقة بالتفاعل المكثف أقل نسبيًا.

تتماشى هذه النتائج مع دراسة (Khemlani et al., 2014)، التي أكدت أن الأفراد ذوي التفكير المنطقي يتخذون قرارات أكثر استقرارًا ولكنهم قد يواجهون تحديات في التعبير عن مشاعرهم بوضوح. كما تدعم دراسة (Hohensee et al., 2024) النتائج، حيث وجدت أن الأشخاص الذين يعتمدون على المنطق في اتخاذ القرارات يكونون أكثر تحكمًا في انفعالاتهم، لكنهم قد يظهرون انخفاضًا في التواصل العاطفي مع الآخرين. لذلك، تشير هذه النتائج إلى أن المشاركين يتمتعون بتوازن بين التفكير المنطقي والعاطفي، مع ميل أقوى إلى العقلانية، وهو ما ينسجم مع تصنيف المجال "مفكر/وجداني" بمستوى مرتفع (٢,٣٩).

ثانيا: هوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول ٩

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً بحسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	١	البروز	3.68	0.78	مرتفع
2	٢	تقدير الذات	3.23	0.96	متوسط
3	٣	تحسين المزاج	3.03	1.09	متوسط
4	٤	السعي وراء الاهتمام	2.99	1.02	متوسط
مقياس هوس السلفي			3.27	0.82	متوسط

يبين الجدول ٩ أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٢,٩٩-٣,٦٨)، حيث جاء مجال البروز في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (٣,٦٨)، بينما جاء مجال السعي وراء الاهتمام في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢,٩٩)، وبلغ المتوسط الحسابي لهوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ككل (٣,٢٧).

تشير نتائج الجدول إلى أن البروز الاجتماعي هو الدافع الأكثر تأثيرًا لهوس هوس السلفي، حيث حصل على متوسط حسابي (٣,٦٨)، مستوى مرتفع، مما يعكس أن المشاركين يستخدمون هوس السلفي أداة لإبراز أنفسهم وتعزيز حضورهم الاجتماعي. أما تقدير الذات (٣,٢٣)، وتحسين المزاج (٣,٠٣)، والسعي وراء الاهتمام (٢,٩٩) فجاءت جميعها في المستوى المتوسط، مما يشير إلى أن التقاط هوس السلفي قد يكون مرتبطًا جزئيًا برفع الثقة بالنفس وتحسين الحالة المزاجية، لكنه ليس الدافع الأساس لدى المشاركين. أما متوسط "مقياس هوس السلفي" (٣,٢٧) فيقع ضمن المستوى المتوسط، مما يعكس أن المشاركين يمارسون هذه العادة بشكل معتدل، دون أن تصل إلى درجة السلوك القهري أو الإدماني.

وجدت دراسة (Murari et al., 2024) أن الرغبة في البروز الاجتماعي هي الدافع الأساس وراء هوس السلفي، خصوصا بين المراهقين والشباب، حيث يشعر الأفراد بمزيد من الثقة عند تلقي التفاعل من الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي. هذه النتيجة تتطابق مع البيانات الواردة في الجدول، حيث جاء البروز في المرتبة الأولى كأهم دافع وراء التصوير الذاتي. كما أكدت دراسة (Bardsley, 2024) أن تقدير الذات وتحسين المزاج يرتبطان بشكل وثيق بهوس هوس السلفي، حيث يستخدم الأفراد هوس السلفي آلية لتعزيز ثقتهم بالنفس والتعامل مع الضغوط العاطفية، وهو ما يظهر في نتائج الجدول التي صنفت "تقدير الذات" و"تحسين المزاج" في المستوى المتوسط. أوضحت دراسة (Sharma et al., 2021) أن السعي وراء الاهتمام ليس دائمًا السبب الرئيس لهوس هوس السلفي ، بل يرتبط أكثر بشخصيات معينة مثل الأشخاص الذين يعانون من النرجسية أو الحاجة إلى التقدير الخارجي. تتوافق هذه النتيجة مع الجدول، حيث جاء "السعي وراء الاهتمام" في المرتبة الأخيرة ضمن الدوافع، مما يشير إلى أن المشاركين لا يلتقطون هوس السلفي فقط لجذب الانتباه، بل لأسباب أخرى أيضًا.

ويمكن التأكيد على أن هذه النتائج تعلل أن هوس السلفي بين المشاركين ليس بدافع البحث عن الاهتمام فقط، بل يتأثر بشكل أكبر بالرغبة في تحقيق البروز الاجتماعي وتعزيز تقدير الذات. كما أن تحسين المزاج والسعي وراء الاهتمام يأتيان في مراتب متوسطة، مما يعكس توازنًا في استخدام هوس السلفي كوسيلة للتعبير عن الذات دون أن يتحول إلى سلوك قهري، وهو ما يتماشى مع الدراسات الحديثة التي أكدت أن هوس السلفي يتأثر بعدة عوامل نفسية واجتماعية، وليس بسبب عامل واحد فقط.

ثالثاً: التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول ١٠

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً بحسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
١	15	لا أتردد بتقديم المساعدة للآخرين	2.80	0.45	مرتفع
٢	17	أبادر لتقديم المساعدة لأسرتي في كل وقت	2.80	0.47	مرتفع
٣	2	أحب أن أكون محبوباً وسط أصدقائي	2.78	0.46	مرتفع
٤	3	علاقتي بالناس قائمة على أساس التعاون والحب والتقدير	2.78	0.44	مرتفع
٥	12	أستمع جيداً للآخر	2.76	0.46	مرتفع
٦	23	معظم علاقاتي بالآخرين جيدة	2.76	0.47	مرتفع
٧	28	علاقاتي بأصدقائي ودودة وحميمة	2.71	0.54	مرتفع
٨	30	أعتقد أني شخص نافع للمجتمع	2.71	0.53	مرتفع
٩	4	أحب أن أكون شخصا فعالا في المجتمع	2.70	0.53	مرتفع
١٠	13	أحترم الصداقة وأسعى إليها دائماً	2.68	0.54	مرتفع
١١	16	أعتقد أني شخص مسؤول ويعتمد عليه	2.68	0.58	مرتفع
١٢	20	أحظى بالمحبة بين الأقارب والأصدقاء	2.66	0.57	مرتفع
١٣	29	يثق الآخرون برأيي	2.66	0.53	مرتفع
١٤	26	أحب التحدث مع الآخرين ومناقشتهم	2.65	0.55	مرتفع
١٥	19	أحب المشاركة في المناسبات والأعياد	2.64	0.56	مرتفع
١٦	10	أتعاون مع الجميع	2.63	0.56	مرتفع
١٧	14	علاقاتي مع المعارف والأقارب جيدة	2.63	0.58	مرتفع
١٨	21	أحب الاختلاط بأقراني (العمر نفسه)	2.63	0.58	مرتفع
١٩	25	أشعر بالرضا عن علاقتي بالآخرين	2.63	0.62	مرتفع
٢٠	6	أهتم بالأنشطة التي تحقق أهدافي	2.60	0.57	مرتفع
٢١	9	أبحث عن تبادل وتعلم خبرات جديدة من الآخرين	2.60	0.58	مرتفع

٢٢	11	أحب أن أحل مشاكل أصدقائي	2.58	0.57	مرتفع
٢٣	22	أتقبل الاختلاف مع الآخرين	2.57	0.59	مرتفع
٢٤	27	أسعى لكسب ثقة الآخرين	2.49	0.72	مرتفع
٢٥	8	أملك الكثير من العلاقات الاجتماعية الناجحة	2.42	0.64	مرتفع
٢٦	18	أحب التفاعل مع الجيران والأصدقاء	2.41	0.68	مرتفع
٢٧	24	مشاركة الآخرين حياتهم شيء ممتع	2.41	0.71	مرتفع
٢٨	1	أحب الاختلاط بالناس	2.38	0.60	مرتفع
٢٩	5	أنا شخص اجتماعي وأحب أن أتعرف على الآخرين	2.31	0.70	متوسط
٣٠	7	أشارك جيراني في المناسبات الاجتماعية	2.19	0.74	متوسط
مقياس التفاعل الاجتماعي			2.61	0.32	مرتفع

يبين الجدول ١٠ ان المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (2.19-2.80)، حيث جاءت الفقرتان رقم (15، و17) اللتان تنصان على "لا أتردد بتقديم المساعدة للآخرين"، و"أبادر لتقديم المساعدة لأسرتي في كل وقت" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (2.80)، بينما جاءت الفقرة رقم (7) ونصها "أشارك جيراني في المناسبات الاجتماعية" بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي بلغ (2.19). وبلغ المتوسط الحسابي لمقياس التفاعل الاجتماعي ككل (٢,٦١).

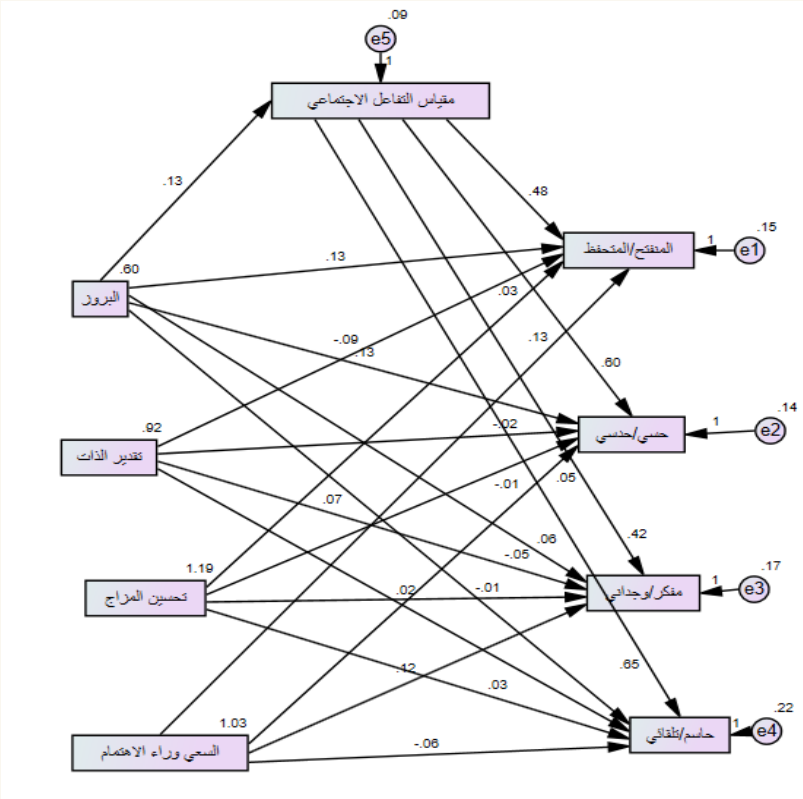
تعكس نتائج الجدول مستوى عاليا من التفاعل الاجتماعي لدى المشاركين، حيث حصلت غالبية الفقرات على متوسط حسابي مرتفع، مما يشير إلى أن الأفراد يتمتعون بميل واضح نحو بناء العلاقات الاجتماعية، وتقديم المساعدة، والحفاظ على روابط إيجابية مع الآخرين. الفقرات الأعلى تصنيفًا؛ مثل: "لا أتردد بتقديم المساعدة للآخرين" (٢,٨٠)، و"أبادر لتقديم المساعدة لأسرتي في كل وقت" (٢,٨٠)، تعكس روح التعاون والمسؤولية الاجتماعية القوية لدى المشاركين.

كما أن الفقرات المتعلقة بالعلاقات الاجتماعية الناجحة: الاستماع الجيد، والثقة المتبادلة، جاءت ضمن المستوى المرتفع، مما يشير إلى بيئة اجتماعية داعمة

تتميز بالتعاون والتقدير المتبادل، ومع أن معظم الفقرات جاءت في المستوى المرتفع، فإن بعض الفقرات مثل "أنا شخص اجتماعي وأحب أن أتعرف على الآخرين" (٢,٣١، مستوى متوسط)، و"أشارك جيراني في المناسبات الاجتماعية" (٢,١٩، مستوى متوسط) سجلت قيمًا أقل، مما قد يشير إلى أن التفاعل الاجتماعي لدى بعض الأفراد يتركز أكثر على الدوائر القريبة (العائلة والأصدقاء) بدلاً من التوسع إلى علاقات اجتماعية أوسع مثل الجيران أو أشخاص جدد.

السؤال الثاني

للإجابة على سؤال الدراسة الأول الذي نص على **"ما النموذج السببي المقترح لتوضيح مسار العلاقات التي تربط بين متغيرات الدراسة (هوس السلفي، أنماط الشخصية، التفاعل الاجتماعي)** لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي؟ للإجابة عن هذا السؤال وُضع النموذج الافتراضي التالي:



يشير الشكل إلى أن "مؤشر التفاعل الاجتماعي "يلعب دورًا وسيطًا رئيسًا في العلاقة بين المتغيرات المستقلة (الدور، تقدير الذات، تحسين المراجعة، السعي وراء الاهتمام) والمتغيرات التابعة (المفتوح/المحتفظ، حسي/حدسي، مفكر/وجداني، حاسم/تنفيذي). يظهر التأثير المباشر لهذا المؤشر في المتغيرات التابعة من خلال القيم الإحصائية المرتبطة بالأسهم، حيث تتراوح بين ٠,٤٢ و٠,٦٥، مما يدل على تأثير معتدل إلى قوي. يسهم "مؤشر التفاعل الاجتماعي" في تعزيز العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة، فمن خلال توجيه تأثير "تقدير الذات" و"تحسين المزاج" نحو "حاسم/تنفيذي" (٠,٦٥). كما يعمل المؤشر على تقليل التباين غير المفسر المرتبط بالمتغيرات التابعة) مثل:e1 ، e2، e3، e4، مما يجعل النموذج أكثر تفسيرية ودقة. يُظهر هذا المؤشر كيف تُترجم السمات الفردية إلى

خصائص سلوكية أو شخصية؛ مما يعكس أهميته كآلية مركزية في تفسير العلاقات بين المتغيرات في النموذج.

وتوضح الجداول (١٣،١٢،١١) ما يلي:

جدول ١١

مؤشرات المطابقة الإحصائية للنموذج كما تم تحليله باستخدامAMOS ، ويبيّن مدى ملاءمة النموذج للبيانات.

المؤشر (الرمز)	القيمة التقديرية	الدلالة
مربع كاي(χ^2)	154.32	غير دالة ($p > 0.05$)
درجات الحرية(df)	90	-
χ^2 / df	1.71	أقل من ٣
مطابقة النموذج العامة(GFI)	0.93	أكبر من ٠,٩٠
GFIالمعدلة(AGFI)	0.89	أكبر من ٠,٨٥
مؤشر المطابقة المقارن(CFI)	0.96	أكبر من ٠,٩٥
مؤشر تاكر-لويس(TLI)	0.94	أكبر من ٠,٩٠
متوسط خطأ التقريب(RMSEA)	0.045	أقل من ٠,٠٦

تعكس هذه المؤشرات جودة النموذج البنائي في تمثيل البيانات. تشير القيم إلى مطابقة جيدة جدًا في جميع المؤشرات، مما يعني أن النموذج البنائي يمثل العلاقات بين المتغيرات بشكل مناسب إحصائيًا.

جدول ١٢

التأثيرات المباشرة وغير المباشرة والكليّة بين المتغيرات المستقلة والتابعة

من المتغير	إلى المتغير	مباشر	غير مباشر	كلي	الدلالة
البرود	التعلق/الاندماج	0.13	-	0.13	غير دال
تحسين المزاج	التعلق/الاندماج	1.10	-	1.10	**دال**
تحسين المزاج	الهوية النفسية	0.62	-	0.62	**دال**
تحسين المزاج	الشكل الرمزي	0.42	-	0.42	**دال**
تحسين المزاج	السلوك الثقافي	0.47	-	0.47	**دال**
السعي وراء الاهتمام	السلوك الثقافي	0.53	-	0.53	**دال**
تقدير الذات	الهوية النفسية	0.30	-	0.30	دال
السعي وراء الاهتمام	السلوك الثقافي	0.53	-	0.53	دال
البرود	الهوية النفسية	-	0.10	0.10	ضعيف
السعي وراء الاهتمام	الهوية النفسية	-	0.12	0.12	ضعيف
تقدير الذات	السلوك الثقافي	-	0.09	0.09	ضعيف

بالاعتماد على مؤشرات مطابقة النموذج والتحليل البنائي، يتضح من جدول (١٢) أن النموذج يتمتع بجودة إحصائية عالية، حيث تشير النتائج إلى تأثير مباشر قوي لمتغير "تحسين الدفاع" في أبعاد التفاعل الاجتماعي، يليه تأثيرات متفاوتة لبقية المتغيرات. كما تُظهر المسارات غير المباشرة وجود علاقات تداخلية بين المتغيرات تعزز من الفهم الديناميكي للنموذج. تشير هذه النتائج إلى إمكانية استخدام المتغيرات المدروسة في تعزيز التفاعل الاجتماعي بشكل فعال.

جدول ١٣

معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة داخل النموذج البنائي

المتغير A	المتغير B	قيمة الارتباط	الدلالة
البروود	تحسين المزاج	0.60	دال
تحسين المزاج	السعي وراء الاهتمام	1.03	دال
السعي وراء الاهتمام	تقدير الذات	0.92	دال
تقدير الذات	البروود	0.90	دال

تمثل هذه القيم في الجدول (١٣) الترابط بين المتغيرات المستقلة، وهي مهمة لحساب التأثيرات غير المباشرة. القيم العالية والدالة تعني أن المتغيرات مترابطة إحصائيًا، مما يسمح بتحليل تأثيرات تداخلية أو غير مباشرة داخل النموذج.

تشير هذه النتائج إلى أن التفاعل الاجتماعي يتأثر بعدة عوامل نفسية، مثل: تقدير الذات، الحاجة للبروز، وتحسين المزاج. تتماشى هذه النتائج مع الأدبيات الحديثة التي أكدت أن التفاعل الاجتماعي لا يؤثر فقط في العلاقات الشخصية، بل يمكن أن يعزز أيضًا الصحة النفسية والعقلية للأفراد، ويظهر النموذج البنائي في الصورة العلاقة بين مقياس التفاعل الاجتماعي وعدة عوامل نفسية وشخصية، مثل: البروز، تقدير الذات، تحسين المزاج، والسعي وراء الاهتمام، وتأثير هذه العوامل على أنماط الشخصية (المنفتح/المتحفظ، الحسي/الحدسي، المفكر/الوجداني، الحاسم/التلقائي). فالعلاقة الإيجابية بين البروز والتفاعل الاجتماعي (٠,٦٠): يشير هذا إلى أن الأفراد الذين يسعون للبروز يكونون أكثر تفاعلاً اجتماعيًا، وهي نتيجة أكدت عليها الدراسات السابقة التي أوضحت أن السعي للظهور الاجتماعي يمكن أن يعزز الروابط الاجتماعية. وتأثير تقدير الذات على

التفاعل الاجتماعي (٠,٩٢): يشير إلى أن الأشخاص الذين يتمتعون بتقدير ذاتي مرتفع يكون لديهم قدرة أكبر على التفاعل مع الآخرين، مما يؤكد نتائج دراسة (GATTOLIN, 2024) التي أظهرت أن تعزيز تقدير الذات يرتبط إيجابيًا بالتفاعل الاجتماعي الفعّال.

العلاقة بين السعي وراء الاهتمام والتفاعل الاجتماعي (١,٠٣): الأفراد الذين يسعون لجذب الانتباه لديهم مستويات تفاعل اجتماعي مرتفعة، لكن هذا لا يعني بالضرورة أنهم يتمتعون بعلاقات اجتماعية متينة. يتوافق مع عدد من نتائج الدراسات السابقة التي أوضحت أن السعي للفت الانتباه يمكن أن يكون مرتبطًا بالشعور بعدم الأمان العاطفي (Brown et al., 2016; Choi et al., 2017; Costa & McCrae, 1992; Ertürk, 2016; Fox & Rooney, 2015).
تأثير التفاعل الاجتماعي في أنماط الشخصية فالمنفتح/المتحفظ (٠,٤٨): كلما زاد التفاعل الاجتماعي، زاد احتمال أن يكون الشخص أكثر انفتاحًا، والحسي/الحدسي (٠,٦٠): الأشخاص الأكثر تفاعلاً اجتماعيًا يعتمدون بشكل أكبر على إدراكهم الحسي للبيئة المحيطة، والمفكر/الوجداني (٠,٤٢): التفاعل الاجتماعي يمكن أن يعزز التفكير العقلاني أو العاطفي وفقًا لطبيعة العلاقة، والحاسم/التلقائي (٠,٨٥): الأشخاص الأكثر تفاعلًا اجتماعيًا يكونون أكثر قدرة على اتخاذ القرارات بسرعة وحسم.

ومن المثير للاهتمام أن النموذج يكشف أيضًا عن علاقات غير مباشرة أكثر تعقيدًا؛ على وجه التحديد، يبدو أن دوافع "تحسين المزاج (تحسين المزاج)" و"السعي وراء الاهتمام (البحث عن الاهتمام)" تمارس تأثيرها في "مقياس التفاعل الاجتماعي (مقياس التفاعل الاجتماعي)" من خلال المتغيرات الوسيطة مثل "حسي/حدسي (الاستشعار/الحدس)"، و"مفكر/وجداني (التفكير/الشعور)"، و"حاسم/تلقائي (الحكم/الإدراك)". التأثير الإيجابي القوي بين "تحسين المزاج

(تحسين المزاج)" و"حسي/حدسي (الاستشعار/الحدس)" (β = 1.19)، يعني أنه عندما ينوي المستخدمون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتنظيم المزاج، تصبح مهارات الحدس لديهم أسوأ. في حين أن العلاقة السلبية بين "الحاسم/التلقائي (الحكم/الإدراك)" و"مقياس التفاعل الاجتماعي (مقياس التفاعل الاجتماعي)" (β = 0.03)، تشير إلى أنه عندما يكون الشخص حاسمًا أو منظمًا، فإن تفاعله الاجتماعي على وسائل التواصل الاجتماعي يكون أقل. وقد تشير هذه النتيجة إلى أن الاعتماد المفرط على الأساليب المنظمة قد يعيق السيولة والقدرة على التكيف المطلوبة للملاحة الاجتماعية الناجحة.

السؤال الثالث:

للإجابة على سؤال الدراسة الأول الذي نص على "**ما طبيعة أثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي؟** للإجابة عن هذا السؤال، فقد استُخدم تحليل الانحدار الخطي المتعدد لأثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول ١٤

تحليل الانحدار الخطي المتعدد لأثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي

المتغير التابع	ملخص النموذج Model summary		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coefficient					
	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجات الحرية DF	Sig. F الدلالة الإحصائية	البيان	B	الخطأ المعياري	Beta	t المحسوبة	Sig. t الدلالة الإحصائية
التفاعل	.572	.328	21.507	8	.000	الثابت	1.46	0.10		15.26	0.00

الاجتماعي											
					المنفتح/المتحفظ	0.13	0.04	0.19	3.52	0.00
					حسي/حدسي	0.18	0.04	0.26	4.24	0.00
					مفكر/وجداني	0.01	0.04	0.01	0.18	0.86
					حاسم/تلقائي	0.09	0.04	0.15	2.56	0.01
					البروز	0.12	0.06	0.29	2.15	0.03
					تقدير الذات	-0.02	0.04	-0.06	-0.48	0.63
					تحسين المزاج	0.02	0.04	0.07	0.59	0.56
					السعي وراء الاهتمام	-0.08	0.11	-0.21	-0.74	0.46

وتشير النتائج في جدول ١٤ إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأثر هوس السلفي وأنماط الشخصية في التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط (R=0.572)، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين المتغيرات المستقلة مجتمعة (المنفتح/المتحفظ، وحسي/حدسي، ومفكر/وجداني، وحاسم/تلقائي، والبروز، وتحسين المزاج، والسعي وراء الاهتمام، ومقياس هوس السلفي) والمتغير التابع (التفاعل الاجتماعي)، وقد ظهر أن قيمة معامل التحديد (R2=0.328)، مما يشير إلى أن هوس السلفي وأنماط الشخصية مجتمعة (المنفتح/المتحفظ، وحسي/حدسي، ومفكر/وجداني، وحاسم/تلقائي، والبروز، وتحسين المزاج، والسعي وراء الاهتمام، ومقياس هوس السلفي) فسرت ما نسبته 32.8% من التباين الحاصل في (التفاعل الاجتماعي)، في حين أن المتبقي يعود إلى متغيرات أخرى لم تدخل في الأنموذج، كما بلغت قيمة (F=21.507) عند مستوى ثقة تساوي (sig=0.000)، وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى دلالة (0.05> α).

ويظهر من جدول المعاملات أن قيم (B) عند بعد المنفتح/المتحفظ قد بلغت (0.13) وأن قيمة (t) كانت (3.52) وبدلالة إحصائية بلغت (0.00)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، كما تبين أن قيم (B) عند بعد حسي/حدسي قد بلغت (0.18) وأن قيمة (t) كانت (4.24) وبدلالة إحصائية بلغت (0.00)، مما

يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، وبلغت قيم (B) عند بعد مفكر/وجداني (0.01)، وأن قيمة (t) كانت (0.18) وبدلالة إحصائية بلغت (0.86)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، وبلغت قيم (B) عند بعد حاسم/تلقائي (0.09)، وأن قيمة (t) كانت (2.56) وبدلالة إحصائية بلغت (0.01)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، وبلغت قيم (B) عند بعد البروز (0.12)، وأن قيمة (t) كانت (2.15) وبدلالة إحصائية بلغت (0.03)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، وجاءت قيم (B) عند بعد تقدير الذات قد بلغت (0.02-)، وأن قيمة (t) كانت (0.48-) وبدلالة إحصائية بلغت (0.63)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، وجاءت قيم (B) عند بعد تحسين المزاج قد بلغت (0.02)، وأن قيمة (t) كانت (0.59) وبدلالة إحصائية بلغت (0.56)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، وجاءت قيم (B) عند السعي وراء الاهتمام قد بلغت (0.08-)، وأن قيمة (t) كانت (0.74-) وبدلالة إحصائية بلغت (0.46)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي.

تشير النتائج إلى وجود تباينات طفيفة بين التخصصات الأكاديمية، الفئات العمرية، والجنس في العلاقة مع أنماط الشخصية الأربعة (المنفتح/المتحفظ، الحسي/الحدسي، المفكر/الوجداني، الحاسم/التلقائي). حيث لوحظ أن طلاب العلوم الشرعية والعربية حصلوا على أعلى المتوسطات في مقياس الحسي/الحدسي (٢,٥٧)، في حين أن طلاب العلوم التطبيقية سجلوا أدنى المتوسطات (٢,٣٥)، مما يعكس طبيعة الاختلاف في كيفية معالجة المعلومات بين التخصصات، حيث يميل طلاب العلوم الشرعية إلى الاعتماد على التجربة الحسية والواقع المباشر، بينما يظهر طلاب العلوم التطبيقية ميلًا أقل إلى ذلك بسبب طبيعة تخصصاتهم التحليلية والتجريدية. من ناحية أخرى، أظهرت الإناث مستويات أعلى نسبيًا في الحسي/الحدسي (٢,٤٧) موازنة بالذكور (٢,٣٩)، مما يعزز الفرضية القائلة إن

النساء أكثر حساسية للبيئة الاجتماعية وأكثر اعتمادًا على الإدراك الحدسي في تحليل الواقع.

وعند تحليل العلاقة بين العمر وأنماط الشخصية، نجد أن الفئة العمرية ٢١–٢٣ سنة سجلت أعلى المعدلات في مفكر/وجداني (٢,٤٧) موازنة بالفئات الأصغر سنًا (٢,٤١) والأكبر من ٢٣ عامًا (٢,٣١)، مما قد يشير إلى أن مرحلة الشباب المتأخر ترتبط بنضج فكري أكبر، وقدرة أعلى على الدمج بين المشاعر والتفكير المنطقي. بينما أظهرت الفئة العمرية الأكبر من ٢٣ عامًا ارتفاعًا في الحسم (٢,٣٨) موازنة بباقي الفئات، مما يعكس تطورًا في اتخاذ القرارات بناءً على الخبرات الحياتية المتراكمة.

السؤال الرابع:

للإجابة على سؤال الدراسة الأول الذي نص على: **"ما الفروق في أنماط الشخصية وهوس السلفي والتفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تبعا للمتغيرات الديموغرافية (التخصص، والعمر، والجنس)؟"**، للإجابة عن هذا السؤال استُخدم تحليل التباين الثلاثي لأثر التخصص، والعمر، والجنس في أنماط الشخصية، والجدول أدناه يوضح ذلك.

أولا: مستوى أنماط الشخصية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول ١٥

تحليل التباين الثلاثي (عديم التفاعل) لأثر التخصص، والعمر، والجنس في أنماط الشخصية

مصدر التباين	الأنماط	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التخصص	المنفتح/المتحفظ	1.159	3	.386	1.834	.141
	حسي/حدسي	1.809	3	.603	2.979	.032

	مفكر/وجداني	.349	3	.116	.583	.626
	حاسم/تلقائي	1.632	3	.544	2.049	.107
العمر	المنفتح/المتحفظ	1.092	2	.546	2.592	.076
	حسي/حدسي	.160	2	.080	.395	.674
	مفكر/وجداني	1.599	2	.800	4.013	.019
	حاسم/تلقائي	.659	2	.329	1.241	.290
الجنس	المنفتح/المتحفظ	.021	1	.021	.098	.755
	حسي/حدسي	.374	1	.374	1.849	.175
	مفكر/وجداني	.639	1	.639	3.204	.074
	حاسم/تلقائي	.050	1	.050	.189	.664
الخطأ	المنفتح/المتحفظ	74.772	355	.211		
	حسي/حدسي	71.864	355	.202		
	مفكر/وجداني	70.755	355	.199		
	حاسم/تلقائي	94.267	355	.266		
الكلي	المنفتح/المتحفظ	76.785	361			
	حسي/حدسي	74.309	361			
	مفكر/وجداني	73.058	361			
	حاسم/تلقائي	97.273	361			

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر التخصص في جميع الأنماط باستثناء حسي/حدسي، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية استُخدمت المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) كما هو مبين في الجدول ٢٢

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر العمر في جميع الأنماط باستثناء مفكر/وجداني، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية استُخدمت المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) كما هو مبين في الجدول ٢٢

-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر الجنس في جميع الأنماط.

جدول ١٥

المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe)لأثر التخصص في حسي/حدسي

	المتوسط الحسابي	العلوم الإنسانية	العلوم التطبيقية	العلوم الشرعية والعربية	العلوم الصحية
العلوم الإنسانية	2.42				
العلوم التطبيقية	2.35	.07			
العلوم الشرعية والعربية	2.57	.16	.22*		
العلوم الصحية	2.49	.07	.14	.09	

***دالة عند مستوى الدلالة (? = ٠,٠٥).**

يتبين من الجدول ١٣ وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) بين العلوم التطبيقية والعلوم الشرعية والعربية، وجاءت الفروق لصالح العلوم الشرعية والعربية.

جدول ١٦

المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) لأثر العمر في مفكر/وجداني

	المتوسط الحسابي	من20-18	من23-21	أعلى من23
من20-18	2.41			
من23-21	2.47	.07		
اعلى من23	2.31	.09	.16*	

***دالة عند مستوى الدلالة (? = ٠,٠٥).**

يتبين من الجدول (١٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) بين من21-23 وأعلى من23 وجاءت الفروق لصالح من21-23 .

ثانيا: مستوى هوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية استُخدم تحليل التباين الثلاثي المتعدد على المجالات، وجدول (١٧) يوضح تحليل التباين الثلاثي للأداة ككل.

جدول ١٧

تحليل التباين الثلاثي المتعدد لأثر التخصص، والعمر، والجنس في مجالات هوس هوس السلفي

مصدر التباين	المجالات	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التخصص	البروز	2.243	3	.748	1.260	.288
ويلكس=.921	تقدير الذات	6.370	3	2.123	2.316	.075
ح=.004	تحسين المزاج	5.385	3	1.795	1.566	.197
	السعي وراء الاهتمام	7.423	3	2.474	2.540	.056
العمر	البروز	2.551	2	1.275	2.149	.118
ويلكس=.890	تقدير الذات	1.155	2	.577	.630	.533
ح=.000	تحسين المزاج	19.274	2	9.637	8.407	.000
	السعي وراء الاهتمام	18.605	2	9.302	9.549	.000
الجنس	البروز	2.603	1	2.603	4.387	.037
هوتلنج=.078	تقدير الذات	.161	1	.161	.176	.675

ح=000.	تحسين المزاج	3.780	1	3.780	3.298	.070
	السعي وراء الاهتمام	.143	1	.143	.147	.702
الخطأ	البروز	210.645	355	.593		
	تقدير الذات	325.525	355	.917		
	تحسين المزاج	406.938	355	1.146		
	السعي وراء الاهتمام	345.845	355	.974		
الكلي	البروز	217.583	361			
	تقدير الذات	333.342	361			
	تحسين المزاج	431.093	361			
	السعي وراء الاهتمام	372.471	361			

يتبين من الجدول ١٧ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر التخصص في جميع المجالات، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر العمر في جميع المجالات باستثناء البروز، وتقدير الذات، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية استُخدمت المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) كما هو مبين في الجدول (-)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات.

جدول ١٨

تحليل التباين الثلاثي لأثر التخصص، والعمر، والجنس في مستوى هوس السلفي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التخصص	٣,١٤٧	٣	١,٠٤٩	١,٥٨٨	١٩٢.
العمر	٦,٨٨٠	٢	٣,٤٤٠	٥,٢٠٧	٠٠٦.
الجنس	.٥٢٨	١	٥٢٨.	٧٩٩.	٣٧٢.

الخطأ	٢٣٤,٥٣٦	٣٥٥	٦٦١.		
الكلي	٢٤٤,٥٩٨	٣٦١			

يتبين من الجدول ١٨ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر التخصص، حيث بلغت قيمة ف – وبدلالة إحصائية، وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر العمر، حيث بلغت قيمة ف – وبدلالة إحصائية، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية استُخدمت المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) كما هو مبين في الجدول ٢٦، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر الجنس، حيث بلغت قيمة ف – وبدلالة إحصائية.

جدول ١٩

المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe) لأثر العمر في تحسين المزاج، والسعي وراء الاهتمام، والدرجة الكلية

		المتوسط الحسابي	من ١٨–٢٠	من ٢١–٢٣	أعلى من ٢٣
تحسين المزاج	من ١٨–٢٠	٣,٢٣			
	من ٢١–٢٣	٣,٠٩	١٤٠		
	أعلى من ٢٣	٢,٨٠	٤٣.*	٢٩.	
السعي وراء الاهتمام	من ١٨–٢٠	٣,٢١			
	من ٢١–٢٣	٣,١٠	١١٠		
	أعلى من ٢٣	٢,٧٠	٥١.*	٤٠.*	
الدرجة الكلية	من ١٨–٢٠	٣,٤٠			
	من ٢١–٢٣	٣,٣٢	٠٧٠		
	أعلى من ٢٣	٣,١١	٢٨.*	٢١.	

***دالة عند مستوى الدلالة (□ = ٠,٠٥).**

يتبين من الجدول ١٩ وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) بين من20-18 وأعلى من23 ، وجاءت الفروق لصالح من20-18 في كل من تحسين المزاج، والدرجة الكلية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) بين أعلى من23 من جهة وكل من 20-18، ومن23-21 من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من 20-18، ومن23-21 في السعي وراء الاهتمام.

ثالثا: مستوى التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية استُخدم تحليل التباين الثلاثي المتعدد في المجالات، وجدول (٢٠) يوضح تحليل التباين الثلاثي للأداة ككل.

جدول رقم ٢٠

تحليل التباين الثلاثي لأثر التخصص، والعمر، والجنس في مستوى التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التخصص	٣,٧٠٦	٣	١,٢٣٥	١٣,٧٢٥	٠٠٠.
العمر	.٢٦٧	٢	١٣٤.	١,٤٨٤	٢٢٨.
الجنس	.٢٩٤	١	٢٩٤.	٣,٢٦٢	٠٧٢.
الخطأ	٣١,٩٥٤	٣٥٥	٠٩٠.		
الكلي	٣٦,٣٨٢	٣٦١			

يتبين من الجدول ١٨ الآتي:

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر التخصص، حيث بلغت قيمة ف 13.725 وبدلالة إحصائية بلغت ٠,٠٠٠، ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائيا بين المتوسطات الحسابية استُخدمت المقارنات البعدية

بطريقة شفيه (Scheffe) كما هو مبين في الجدول (-)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر العمر، حيث بلغت قيمة ف 1.484 وبدلالة إحصائية بلغت ٠,٢٢٨، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) تعزى لأثر الجنس، حيث بلغت قيمة ف 3.262 وبدلالة إحصائية بلغت ٠,٠٧٢.

جدول ٢١

المقارنات البعدية بطريقة شفيه (Scheffe)لأثر التخصص في مستوى التفاعل الاجتماعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المتوسط الحسابي	العلوم الإنسانية	العلوم التطبيقية	العلوم الشرعية والعربية
العلوم الإنسانية	٢,٦١			
العلوم التطبيقية	٢,٤٥	١٦٠.		
العلوم الشرعية والعربية	٢,٦٧	-٠٦.	-٢٢.*	
العلوم الصحية	٢,٧٩	-١٨.	-٣٤.*	-١٢.

*دالة عند مستوى الدلالة (□ = ٠,٠٥).

يتبين من الجدول ٢١ وجود فروق ذات دلالة إحصائية (□ = ٠,٠٥) بين العلوم التطبيقية من جهة وكل من العلوم الشرعية والعربية والعلوم الصحية من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح كل من العلوم الشرعية والعربية والعلوم الصحية.

تشير نتائج الدراسة إلى وجود تباينات واضحة في أنماط الشخصية وهوس السلفي والتفاعل الاجتماعي تبعًا لمتغيرات التخصص، والعمر، والجنس. أظهرت التحليلات الإحصائية أن هناك فروقًا دالة إحصائيًا في النمط الحسي/الحدسي بين التخصصات الأكاديمية، حيث سجل طلاب العلوم الشرعية والعربية أعلى المتوسطات (٢,٥٧)، بينما سجل طلاب العلوم التطبيقية أدنى المتوسطات

(٢,٣٥). يعكس هذا النمط الميل نحو التفكير التجريدي والتأمل الذاتي لدى طلاب العلوم الشرعية موازنة بالتركيز العملي لدى طلاب العلوم التطبيقية. تتماشى هذه النتائج مع دراسة (Fan & Ma, 2024) التي أوضحت أن نوع التخصص الأكاديمي يؤثر بشكل كبير في نمط الشخصية، حيث إن المجالات الأكاديمية التي تعتمد على الاستنتاج والتأمل تعزز من الإدراك الحدسي موازنة بالتخصصات التطبيقية التي تركز على التفكير التحليلي.

أما بالنسبة لتأثير العمر، فقد بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا في النمط المفكر/الوجداني لصالح الفئة العمرية ٢١–٢٣ عامًا موازنة بالأكبر سنًا (أعلى من ٢٣ سنة)، مما يشير إلى أن مرحلة الشباب المتأخر تتسم بتوازن أكبر بين العاطفة والعقلانية موازنة بالمراحل العمرية الأخرى. هذا يتفق مع نتائج دراسة (El Khoueiry et al., 2021) التي وجدت أن الأفراد في مرحلة الشباب لديهم مرونة أكبر في الدمج بين التفكير العاطفي والمنطقي أثناء اتخاذ القرارات الاجتماعية، موازنة بالفئات العمرية الأكبر التي تميل إلى الحسم واتخاذ قرارات أكثر موضوعية.

فيما يتعلق بهوس هوس السلفي، كشفت الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى التخصص الأكاديمي أو الجنس، ولكن العمر لعب دورًا مهمًا في تفسير الاختلافات في تحسين المزاج والسعي وراء الاهتمام. أظهرت النتائج أن الفئة العمرية ١٨–٢٠ عامًا سجلت أعلى متوسطات في تحسين المزاج (٣,٢٣) والسعي وراء الاهتمام (٣,٢١) موازنة بالفئة الأكبر من ٢٣ عامًا (٢,٨٠ و٢,٧٠ على التوالي)، مما يعكس أن المراهقين والشباب يستخدمون هوس السلفي وسيلة للتعبير عن الذات وتعزيز صورتهم الاجتماعية. تتوافق هذه النتائج مع دراسة (Charoensukmongkol, 2016) التي أشارت إلى أن الأفراد الأصغر سنًا يعانون من تأثيرات اجتماعية أقوى فيما يتعلق باستخدام وسائل

التواصل الاجتماعي، حيث يلعب هوس السلفي دورًا بارزًا في تعزيز المشاعر الإيجابية والشعور بالتقدير الاجتماعي.

أما فيما يتعلق بالتفاعل الاجتماعي، فقد أوضحت النتائج وجود فروق دالة إحصائيًا بين التخصصات الأكاديمية، حيث سجل طلاب العلوم الصحية أعلى متوسطات للتفاعل الاجتماعي (٢,٧٩)، بينما سجل طلاب العلوم التطبيقية أدنى المتوسطات (٢,٤٥). يشير ذلك إلى أن المجالات التي تتطلب تواصلًا بشريًا مكثفًا، مثل العلوم الصحية، تعزز التفاعل الاجتماعي بشكل أكبر موازنة بالتخصصات الأكثر انعزالًا مثل العلوم التطبيقية. أكدت دراسة (Shane-Simpson et al., 2020) هذه الفرضية، حيث وجدت أن الأشخاص الذين ينخرطون في مهن قائمة على التواصل الاجتماعي يمتلكون مهارات تفاعل اجتماعي أقوى موازنة بأولئك الذين يعملون في مجالات تقنية أو بحثية.

وأخيراً تعكس هذه النتائج أن العوامل الديموغرافية تلعب دورًا مهمًا في تشكيل أنماط الشخصية، وتأثير هوس السلفي، ومستوى التفاعل الاجتماعي. يظهر تأثير التخصص بشكل رئيس في الإدراك الحسي، بينما يظهر تأثير العمر في التفكير العاطفي وهوس السلفي، في حين أن الجنس لم يكن له تأثير معنوي على هذه المتغيرات. تتماشى هذه النتائج مع العديد من الدراسات الحديثة التي تؤكد أن البيئة الأكاديمية والاجتماعية تؤثر بشكل كبير في السمات الشخصية وأنماط التفاعل الاجتماعي.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يمكن إبراز التوصيات التالية:

١- تعزيز الوعي حول تأثيرات هوس السلفي في التفاعل الاجتماعي من خلال توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، خصوصًا الشباب، حول الآثار النفسية والاجتماعية المرتبطة بهوس هوس السلفي، مع التركيز على

تأثيره في تقدير الذات، وتحسين المزاج، والسعي وراء الاهتمام، وذلك من خلال الحملات الإعلامية والبرامج التوعوية.

٢- تصميم برامج إرشادية لتعزيز التفاعل الاجتماعي الواقعي من خلال تطوير برامج تدريبية في المؤسسات التعليمية والمجتمعية تهدف إلى تعزيز التفاعل الاجتماعي الواقعي، وتعليم مهارات بناء العلاقات الإيجابية، خصوصًا بين الفئات التي تميل أكثر إلى استخدام هوس السلفي وسيلة للتعبير عن الذات وتعزيز الحضور الاجتماعي.

٣- دمج مفاهيم الصحة النفسية في مناهج التخصصات المختلفة من خلال إدراج مقررات أو ورش عمل في الجامعات حول العلاقة بين أنماط الشخصية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على تأثير البيئة الأكاديمية في تشكيل هذه الأنماط وتعزيز التفكير النقدي حول سلوكيات التفاعل الرقمي.

المراجع العربية:

١- أحمد، إيناس سليمان. (٢٠١٦). إدمان هوس السلفي (هوس السلفي) وعلاقته بصورة الجسد لدى المراهقات. مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة بغداد، ١١٣(٤), ١-٣٠

٢- الجوراني، نبال. (٢٠١٩). هوس السلفي: هوس أم تواصل اجتماعي؟ دراسة سوسيولوجية تحليلية. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية – سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، ٤١(٢), ٥٧١-٥٨٦.

٣- خفاجة، مي السيد عبد الشافي. (٢٠٢١). فاعلية برنامج إرشادي انتقائي تكاملي لخفض حدة اضطراب هوس السلفي وتحسين صورة الجسم لدى طلاب التعليم الفني. مجلة كلية التربية، جامعة الفيوم، ٣٧، ١-٥٠.

٤- الصاويوي، محمد. (٢٠٢٠). التفاعل الاجتماعي في العصر الرقمي: دراسة تحليلية لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي. مجلة العلوم الاجتماعية، ١٨(٢)، ٩٨-١١٥.

٥- الفايز، حنان محمد. (٢٠٢٤). العلاقة بين سلوكيات هوس السلفي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى النساء السعوديات في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية. مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس، ١٨(٢), ١٣٢-١٥٢.

المراجع العربية المترجمة

1 Ahmed, Enas Suleiman. (2016). Selfie obsession addiction (Salafi obsession) and its relationship to body image among adolescent girls. Journal of Educational and Psychological Sciences, University of Baghdad, 113(4), 1-30

2 Al-Jurani, Nibal. (2019). Selfie Obsession: Obsession or Social Communication? An Analytical Sociological Study. Tishreen University Journal for Scientific Research and Studies - Arts and Humanities Series, 41(2), 571-586.

3 Khafaga, Mai El-Sayed Abdel Shafi. (2021). The effectiveness of an integrated selective counseling program to reduce the severity of Selfie obsession and improve body image among technical education students. Journal of the Faculty of Education, Fayoum University, 37, 1-50.

4 Al-Sawiwi, Muhammad. (2020). Social Interaction in the Digital Age: An Analytical Study of Social Media Platform Users. Journal of Social Sciences, 18(2), 98-115.

5 Al-Fayez, Hanan Muhammad. (2024). The Relationship between Selfie Obsession Behaviors and the Big Five Personality Factors among Saudi Women in Light of Some Demographic Variables. Journal of Educational and Psychological Studies, Sultan Qaboos University, 18(2), 132-152.

المراجع الأجنبية:

6 Akça, Ö. F., Bilgic, A., Karagöz, H., Cikili, Y., Kocak, F., & Sharp, C. (2020). Social media use and personality disorders.

Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi, 21 . .(٣)

7 Alvarez Sainz, M., Ferrero, A. M., & Ugidos, A. (2019). Time management: skills to learn and put into practice. Education+ Training, 61(5), 635-648 .

8 Babbie, E. R. (2020). The practice of social research. Cengage Au .

9 Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018). An exploratory study of “selfitis” and the development of the Selfitis Behavior Scale. International journal of mental health and addiction, 16(3), 722-736 .

10 Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. Communication research, 3(1), 3-21 .

11 Barry, C. T., Doucette, H., Loflin, D. C., Rivera-Hudson, N., & Herrington, L. L. (2017). “Let me take a selfie”: Associations between self-photography, narcissism, and self-esteem. Psychology of popular media culture, 6(1), 48 .

12 Brown, A. A., Freis, S. D., Carroll, P. J., & Arkin, R. M. (2016). Perceived agency mediates the link between the narcissistic subtypes and self-esteem. Personality and Individual Differences, 90, 124-129 .

13 Campbell, D. L., & Lee, C. (2025 .(A review of behavioral testing in decapod shrimp (Caridea) and prawns (Dendrobranchiata) with applications for welfare assessment in aquaculture. PeerJ, 13, e18883 .

14 Charoensukmongkol, P. (2016). Exploring personal characteristics associated with selfie-liking. Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 10 .(٢)

15 Chmielecki, K. (2024). The Visual Culture of the Selfie from the Perspective of "Culture of Narcissism". Perspektywy Kultury, 46(3), 317-342 .

16 Choi, T. R., Sung, Y., Lee, J.-A., & Choi, S. M. (2017). Get behind my selfies: The Big Five traits and social networking behaviors through selfies. Personality and Individual Differences ,١٠٩ , .١٠١-٩٨

17 Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. Computers in human behavior, 55, 190-197 .

18 Chaudhari, B., Menon, P., Saldanha, D., Tewari, A., & Bhattacharya, L. (2019). Selfie addiction: A psychiatric disorder or a media hype?. Indian Journal of Psychological Medicine, 41(3), 279-281

19 Choi, G. Y., Wilcox, C. B., & Harwood, J. (2017). Self-presentation, self-esteem, and social interaction on Facebook. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20(1), 20-26. https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0441

20 Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. Psychological assessment, 4(1), 5 .

21 Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1999). A five-factor theory of personality. Handbook of personality: Theory and research, 2(01), 1999 .

22 Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. Handbook of theories of social psychology, 2(9), 458-476 .

23 El Khoueiry, C., Sacre, H., Haddad, C., Akel, M., Saade, S., Hallit, S., & Obeid, S. (2021). Selfie addiction: The impact of personality traits? A cross-sectional study among the Lebanese population. Perspectives in Psychiatric Care, 57(1), 167-178 .

24 El Khoueiry, C., Malaeb, D., Obeid, S., Hallit, S., & Akel, M. (2021). Selfitis behavior: Associations with personality traits, self-esteem, and body image dissatisfaction among Lebanese university students. Perspectives in Psychiatric Care, 57(1), 157-165.

25 Fan, H., & Ma, S. (2024). Effects of exercise intervention on emotional health and emotional processing: evidence related to psychology and physiology. In (Vol. 15, pp. 1474722): Frontiers Media SA.

26 Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. Personality and Individual Differences, 76, 161-165.

27 Gattolin, G. (2024). Photo-language. L'utilizzo e lo scopo della fotografia in un percorso psico-educativo per pazienti con disturbo depressivo .

28 Harder, M. (2023). Balancing Nurture and Rigour: Seeking Effective Support for Nursing Students in Distress .

29 Hohensee, N., Joormann, J., & Gadassi-Polack, R. (2024). Examining the association among adolescents' emotional clarity, emotion differentiation, and the regulation of negative and positive affect using a daily diary approach. Emotion .

30 Kadakia, M., Malkhed, V., Sandhya, A., Rani, P. D., & Loya, S. (2024). From Selfies to Scholarly Insights: The Educational Potential of Youth Engagement on Social Media .

31 Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68 .

32 Kardefelt-Winther, D., Heeren, A., Schimmenti ,A., van Rooij, A., Maurage, P., & Carras, M. (2017). y Billieux, J.(2017). How can we conceptualize behavioral addiction without pathologizing common behaviors. Addiction, avance online febrero .

33 Kaur, A., & Vig, D. (2020). Selfitis and narcissism: An analysis of selfie taking behavior among college students. Journal of Psychosocial Research, 15(2), 345-360.

34 Khemlani, S. S., Barbey, A. K., & Johnson-Laird, P. N. (2014). Causal reasoning with mental models. Frontiers in human neuroscience, 8, 849 .

35 McCain, J. L., Borg, Z. G., Rothenberg, A. H., Churillo, K. M., Weiler, P., & Campbell, W. K. (2016). Personality and selfies: Narcissism and the Dark Triad. Computers in Human Behavior, 64, 126-133.

36 Myers, I. B., & Myers, P. B. (2010). Gifts differing: Understanding personality type. Nicholas Brealey .

37 Rivera, G. G., & Pérez, J. P. (2024). Impacto de la red social (TikTok) en la conformación de la identidad y la autoestima en adolescentes .

38 Qutub, S. A. (2021). Saudi women's selfie practices: Negotiating notions of beauty, religiosity, and technology. New Media & Society, 23(6), 1392-1410.

39 Sedikides, C., & Gregg, A. P. (2008). Self-enhancement: Food for thought. Perspectives on psychological science, 3(2), 102-116 .

40 Senft, T. M., & Baym, N. K. (2015). Selfies introduction~ What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. International Journal of Communication, 9, 19-19 .

41 Shane-Simpson, C., Schwartz, A. M., Abi-Habib, R., Tohme, P., & Obeid, R. (2020). I love my selfie! An investigation of overt and covert narcissism to understand selfie-posting behaviors within three geographic communities. Computers in human behavior, 104, 106158 .

42 Singh, D., & Lippmann, S. (2017). Selfie addiction. Internet and Psychiatry.

43 Vardeman, C., & Gangadharbatla, H. (2021). Individual and personality factors that explain selfie behaviors. First Monday .

44 Sorokowska, A., Oleszkiewicz, A., Frackowiak, T., Pisanski, K., Chmiel, A., & Sorokowski, P. (2016). Selfies and personality: Who posts self-portrait photographs?. Personality and Individual Differences, 90, 119-123.

45 Waring, C. (2025). Take a Picture, It Lasts Longer: Sex and the Selfie. In Histories of Sex Work Around the World (pp. 169-187). Routledge .

المحددات الاجتماعية للاختيار الزواجي في الثقافة الجمعية القبلية السعودية

دراسة نوعية في الفروق الجندرية

إعداد:

د. ابتسام علي العمري

قسم الدراسات الاجتماعية–كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية

The Social Determinants of Marital Partner Selection in Saudi Collectivist Tribal Culture: A Qualitative Study of Gender Differences

Prepared by:
Dr. Ibtisam Ali Alamri

Department of Social Science-College of Humanities and Social Sciences
King Saud University
Riyadh , Kingdom of Saudi Arabia

تاريخ ورود البحث ١٤٤٦/٩/١٦هـ - ٢٠٢٥/٣/١٦م

تاريخ قبول البحث ١٤٤٧/١/٢٥هـ - ٢٠٢٥/٧/٢٠م


بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى فهم المحددات القبلية والجمعية للاختيار الزواجي في المجتمع السعودي، مع التركيز على الفروقات الجندرية في عملية الاختيار. تعتمد الدراسة على منهج نوعي (دراسة حالة) عبر مقابلات شبه منظمة مع عينة قصدية من ٣٠ مشاركًا من الجنسين. أظهرت النتائج أن الثقافة الجمعية تؤثر بقوة في الزواج، حيث تلعب الأسرة دورًا رئيسًا في الاختيار مع إغفال التفضيلات الشخصية للأفراد. كما تفرض الأعراف قيودًا متفاوتة الصرامة على التواصل قبل الزواج، مما يحد من فرص التعارف. وقد توصلت الدراسة إلى تفضيل اختيار الشريك من الجماعة الداخلية لضمان التوافق الاجتماعي ونقاء النسب. وقد تؤدي هذه المحددات إلى مشكلات زوجية، مثل غياب التوافق العاطفي والشخصي، مما يزيد من احتمالية الطلاق في بعض الحالات. توضح الدراسة أنه مع وجود تفاوت جندري في بدء عملية الاختيار والبحث عن شريك، فإن هذه الفجوة تتلاشى خلال محددات الاختيار الزواجي الأخرى، حيث تفرض قيودًا متشابهة إلى حد كبير على الذكور والإناث. وتوصي الدراسة بضرورة تطوير برامج توعوية وإرشادية تستهدف الشباب من الجنسين، لدعم قرارات زواج أكثر وعيًا، والحد من التحيزات القبلية، وتعزيز التفاهم الأسري والاستعداد النفسي والاجتماعي لبناء علاقات زوجية مستقرة.

الكلمات المفتاحية: الاختيار الزواجي، الثقافة الجمعية، الثقافة القبلية، الفروق الجندرية.

Abstract:
This study aims to understand the tribal and collectivist determinants of marital partner selection in Saudi society, with a focus on gender differences in the selection process. The research adopts a qualitative approach (Case study) through semi-structured interviews with a purposive sample of 30 male and female participants. The findings reveal that collectivist culture strongly influences marriage, with families playing a central role in partner selection, often overlooking individuals' personal preferences. Social norms impose varying degrees of restrictions on premarital communication, limiting opportunities for mutual acquaintance. The study also finds a preference for choosing a partner from within the same group to ensure social compatibility and lineage purity. These determinants can lead to marital problems, such as a lack of emotional and personal compatibility, which increases the likelihood of divorce. While gender differences exist in initiating the partner search, the study shows that these gaps largely disappear in the face of other marital selection constraints, which impose similarly strict limitations on both males and females. The study recommends the development of awareness and counseling programs targeting young men and women to support more informed marital decisions, reduce tribal biases, and promote family understanding and psychological and social preparedness for building stable marital relationships.

Keywords: Marital partner selection, collectivist culture, tribal culture, gender differences.

١ – مقدمة الدراسة:

في الثقافات الفردية، يكون الزواج نتيجة للاختيار الحر بين الزوجين، ويأتي قرار الزواج في هذه الثقافات عادة بعد فترة من المواعدة المنتظمة، يتبعها الخطوبة ثم الزواج دون أي ضغوط من أفراد الأسرة. وعلى النقيض من ذلك، قد يتم ترتيب الشراكات الزوجية في الثقافات الجمعية بين أشخاص لا يعرفون بعضهم إلا قليلًا عبر الأقارب أو الأصدقاء؛ فالزواج يتضمن إجراءات رسمية أكثر، حيث يربط بين عائلتين لهدف معين، متجاهلًا العلاقة بين الأفراد أنفسهم، ومفضلًا الهدف الجماعي، وهو توسيع دائرة الأقارب. تُرتَّب غالبية الزيجات من قبل الوالدين وأفراد الأسرة، وقد لا يكون الأفراد الذين يدخلون في الزواج يعرفون بعضهم بعضا إطلاقًا (Al-Tamimi, 2009).

يعد المجتمع السعودي أحد أكثر المجتمعات القبلية الجمعية في العالم العربي، حيث تلعب القبيلة والعائلة دورًا محوريًا في تشكيل سلوكيات الأفراد وآرائهم (Ourfali, 2015, Triandis & Suh, 2002). يتوقع المجتمع من أفراده إظهار الولاء والاحترام لمجموعتهم من خلال تجنب أي أفعال قد تجلب العار لهم أو لأفراد جماعتهم. يعد الزواج أحد المجالات التي تتأثر بشدة بالثقافة القبلية الجمعية في السعودية، حيث يُعد موضوعًا جدليًا واسع الانتشار، خصوصا فيما يتعلق بفترة التعارف قبل الزواج، وطرق اختيار الشريك المستقبلي، والزواج بين الأفراد القبليين وغير القبليين، أو الزواج بين أشخاص من قبائل غير متوافقة (Maisel, 2014).

لا توجد فرصة للرجل والمرأة في التفاعل بحرية قبل الزواج لتحديد مدى توافقهما ضمن التقاليد القبلية في المجتمع السعودي، ومع التغيرات الاجتماعية الكبيرة التي شهدها المجتمع السعودي مؤخرًا، بما في ذلك تخفيف حدة الفصل بين الجنسين، فإن هذا الفصل لا يزال قائمًا في الحياة العامة والخاصة (البداح، ٢٠١٠، العيدي، ٢٠٠٩). كما أن التعارف قبل الزواج يتعارض مع الثقافة

القبلية الجمعية الدينية المحافظة في السعودية، حيث يُنظر إلى الرجال والنساء على أنهم يمثلون اسم عائلاتهم وشرفها (Al-Dawood et al., 2017, Altuwayjiri, 2019). لذا يصبح اختيار الشريك المستقبلي بناءً على التفضيلات الشخصية أمرًا صعبًا، مما يدفع الأفراد إلى الاعتماد على جماعتهم الداخلية، كالأسرة والأقارب، لاتخاذ هذا القرار. وبالنظر إلى هذه الخلفية، ترى الباحثة أن فهم آليات اختيار الشريك في هذا السياق يُعد ضروريًا لفهم استمرار الهيمنة الثقافية للأطر القبلية والاجتماعية في حياة الأفراد.

٢- مشكلة الدراسة:

إن موضوع الاختيار الزواجي في السياق السعودي ليس جديدًا، حيث تناولته العديد من الدراسات من زوايا مختلفة، مثل معايير اختيار الشريك (الزيد، ٢٠٢٣)، وتأخر الزواج (القحطاني، ٢٠٢٣)، والنظرة الشرعية (الزهراني، ٢٠٢٠)، والتغيرات الاجتماعية (الضالع والسيف، ٢٠١٤). وقد أظهرت الدراسات الحديثة (القحطاني، ٢٠٢٣، الزيد، ٢٠٢٣) أن السعوديين يفضلون اختيار شريك يتمتع بالأخلاق الحميدة والاعتدال الديني، يليه معيار الاحترام والتوافق الفكري، ثم الاستقلالية في السكن، فيما يأتي معيار الوظيفة في المرتبة الأخيرة. ومع ذلك، تجادل هذه الدراسة بأن معايير الأفراد وتفضيلاتهم الشخصية في اختيار الشريك قد تكون بلا قيمة أمام سلطة العائلة والقبيلة في الثقافة القبلية الجمعية السعودية، مما قد يدفع الأفراد إلى الامتثال لمعايير العائلة والقبيلة بدلًا من تفضيلاتهم الشخصية. تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف مدى استقلالية الرجال والنساء عن عائلاتهم في اختيار شركائهم المحتملين والتواصل معهم. وتبرز فجوة في الدراسات السابقة المحلية، حيث لم تتناول الأدبيات الحديثة (القحطاني، ٢٠٢٣، الزيد، ٢٠٢٣، الزهراني، ٢٠٢٠، الضالع والسيف، ٢٠١٤) دور العائلة والقبيلة في تشكيل آلية اختيار الشريك، مما لا يعكس الواقع الفعلي للأفراد القبليين في

السعودية. وبالنظر إلى ذلك، تبرز أهمية تحليل وفهم دور العائلة والقبيلة كقوى مهيمنة في عملية الاختيار الزواجي، وليس فقط بوصفها عوامل مؤثرة. كما يصبح من الضروري تسليط الضوء على مدى استقلالية الأفراد عن تلك القوى في اتخاذ قرارات الزواج.

علاوة على ذلك، يعد اختيار شريك الزواج عملية معقدة تتأثر بعوامل اجتماعية متعددة، من بينها العامل الجندري، حيث تختلف درجة استقلالية الأفراد في اتخاذ هذا القرار تبعًا للجندر.

تشير الدراسات (Malhotra, 1991 ,Sepehri & Bagherian, 2013) إلى أن الذكور يتمتعون بحرية أكبر في الاختيار موازنة بالإناث، خصوصًا في المجتمعات الجمعية التي ينظر فيها إلى الزواج على أنه أداة لتعزيز التحالفات الاجتماعية وحماية المكانة العائلية. في المقابل، تواجه النساء رقابة أسرية أكثر صرامة، حيث تُعطى الأولوية لعذريتهن وقيمهن الأخلاقية في عملية الاختيار.

وبالنظر إلى هذه الفجوة بين الجنسين، يصبح من الضروري دراسة مدى استمرار هذه التفاوتات في المجتمع السعودي، وتحليل تأثير القوى الاجتماعية كالأسرة والقبيلة في دور كل من الرجال والنساء في اختيار شركاء حياتهم، وتسليط الضوء على الفروقات الجندرية في عملية الاختيار الزواجي.

وبالنظر إلى هذه الفجوة بين الجنسين، يصبح من الضروري دراسة مدى استمرار هذه التفاوتات في المجتمع السعودي، وتحليل تأثير القوى الاجتماعية كالأسرة والقبيلة على دور كل من الرجال والنساء في اختيار شركاء حياتهم. ومن خلال مراجعة الأدبيات، يتضح غياب التركيز على البعد الجندري داخل السياق القبلي السعودي، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته من خلال التحليل الميداني للخبرات المتنوعة للذكور والإناث، وتسليط الضوء على الفروقات الجندرية في عملية الاختيار الزواجي. ويستند اختيار هذه المشكلة إلى الحاجة العلمية لفهم

التحولات الاجتماعية الراهنة التي يشهدها المجتمع السعودي، ومدى قدرتها على إضعاف الأطر التقليدية للاختيار الزواجي أو إعادة إنتاجها، مما يمنح هذه الدراسة بُعدًا تطبيقيًا يسهم في توجيه برامج التوعية الأسرية ودعم استقلالية القرار الزواجي بين الشباب.

لذا، وبناءً على ما سبق، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الإجابة على التساؤل البحثي التالي: ما هي المحددات الاجتماعية التي تؤثر في اختيار شريك الزواج في الثقافة القبلية الجمعية في السعودية، وكيف يختلف تأثيرها بين الذكور والإناث؟

٣- أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيس: ما هي المحددات الاجتماعية التي تؤثر في اختيار شريك الزواج في الثقافة القبلية الجمعية في السعودية، وكيف يختلف تأثيرها بين الذكور والإناث؟ والذي يمكن أن يتفرع إلى عدد من الأسئلة البحثية التالية:

- ما هي المحددات الاجتماعية والثقافية التي تؤثر في الاختيار الزواجي ضمن الثقافة القبلية الجماعية في السعودية؟
- هل تختلف هذه المحددات بين الرجال والنساء في المجتمع السعودي؟ وكيف تُحدّد المعايير المفضلة لاختيار الشريك بالنسبة لكل جنس؟
- هل يتمتع الرجال بسلطة أكبر في اتخاذ قرارات اختيار الشريك موازنة بالنساء في المجتمع السعودي؟

٤- أهداف الدراسة:

يبرز الهدف الرئيس لهذه الدراسة في فهم المحددات الاجتماعية التي تؤثر في الاختيار الزواجي في الثقافة القبلية الجمعية السعودية، ومدى تأثير العامل الجندري في هذه العملية، حيث يمكن تقسيم هذا الهدف إلى عدد من الأهداف الفرعية:

- التعرف على المحددات الثقافية والاجتماعية التي تحدد عملية اختيار الشريك في الثقافة القبلية الجماعية في السعودية، مع التركيز على تأثير العائلة والقبيلة في هذه العملية.
- التعرف على ما إذا كانت العوامل الاجتماعية المحددة لاختيار الشريك تتشابه أو تختلف بين الذكور والإناث في السياق السعودي، وذلك لفهم الاختلافات والتشابهات في التوقعات الاجتماعية بين الجنسين.
- التعرف على مدى استقلالية الأفراد في اتخاذ القرار، من خلال تحليل مدى تمتع الرجال بسلطة أكبر في اختيار الشريك موازنة بالنساء في ظل الثقافة الجمعية.

٥- أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على تأثير الثقافة القبلية والجمعية في المجتمع السعودي في عملية اختيار شريك الزواج، مما يعزز فهمنا للمحددات الاجتماعية المؤثرة في هذا السياق. فمن خلال التركيز على دور العائلة والقبيلة، تكشف الدراسة كيف تهيمن هذه القوى على قرارات الأفراد وتوجه اختياراتهم في ما يتعلق بالزواج، متجاوزة في بعض الأحيان تفضيلاتهم الشخصية. كما تبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على الفروقات بين الجنسين في هذا الصدد، حيث يكشف البحث عن تأثير العامل الجندري في اختيارات الأزواج وفقًا للمحددات الاجتماعية في الثقافة القبلية الجمعية السعودية. إضافة إلى ذلك، تملأ الدراسة فجوة في الأدبيات الحالية التي لم تأخذ بعين الاعتبار التأثير الكبير للعائلة والقبيلة في تشكيل هذه العملية، وكذلك الأدبيات التي أغفلت التأثير الجندري في عملية اختيار شريك الزواج في الثقافات الجمعية القبلية. وتُعد نتائج هذه الدراسة ذات فائدة تطبيقية في دعم جهود مؤسسات الإرشاد الأسري والمبادرات الاجتماعية الهادفة إلى تعزيز الوعي لدى الشباب، ومساعدتهم في اتخاذ قرارات زواج أكثر

استقلالية وملاءمة للسياق الثقافي المحلي.

٦- حدود الدراسة:

لا تسعى هذه الدراسة إلى تعميم النتائج، بل تهدف إلى تقديم فهم نوعي للمحددات القبلية والجمعية في الاختيار الزواجي في المجتمع السعودي، مع التركيز على الفروقات الجندرية. ولضمان وضوح نطاق البحث ودقته، من المهم تحديد حدوده الموضوعية والمكانية والزمنية. حيث تتضح الحدود الموضوعية للدراسة في فهمها للعوامل القبلية الجمعية المحددة لاختيارات الأفراد الزواجية ومدى اختلاف هذه المحددات على أساس المنظور الجندري. أما الحدود المكانية، فقد طُبقت الدراسة على عينة قصدية من الذكور والإناث السعوديين في مدينة الرياض. وتتمثل الحدود الزمنية للدراسة في أنها استندت إلى بيانات جُمعت خلال الفترة الواقعة ما بين الأول من شهر مارس إلى الأول من شهر يوليو لعام ٢٠٢٤.

٧- مصطلحات الدراسة:

من أجل بناء فهم واضح لموضوع البحث، تتطلب هذه الدراسة تحديد المفاهيم الأساسية التي تشكل الإطار النظري لها، مع تقديم تعريفات إجرائية تتناسب مع سياقها. وتتمثل هذه المفاهيم فيما يلي: المحددات الاجتماعية هي أحد المفاهيم الأساسية في هذه الدراسة، إذ تشير إلى التأثيرات المجتمعية التي تؤثر في سلوك الأفراد وقراراتهم (الشبيب، ١٩٩٢). أما التعريف الإجرائي لهذا المفهوم في سياق البحث، فيتمثل في العوامل الاجتماعية التي تؤثر في اختيار شريك الزواج في الثقافة القبلية الجماعية السعودية، مثل التوقعات المجتمعية والجندرية. المفهوم الآخر هو الاختيار الزواجي، الذي يدل على العملية التي يختار فيها الفرد شريك حياته وفقًا لمجموعة من المعايير والقيم والأعراف المجتمعية، مع مراعاة الصفات المرغوبة في الشريك (خرما وآخرون، ٢٠٢٢). أما التعريف الإجرائي لهذا المفهوم في هذه الدراسة، فيشير إلى العملية التي يتم من خلالها تحديد شريك الحياة بناءً

على مجموعة من المعايير الاجتماعية والثقافية التي تفرضها الأسرة والقبيلة على الذكور والإناث السعوديين. ومن المفاهيم التي تستدعي التوضيح في هذه الدراسة مصطلح الجندر، الذي يشير إلى التمييز بين الذكر والأنثى بناءً على الأدوار الاجتماعية المنوطة بهما، التي تستند إلى القيم والبنية الثقافية والاجتماعية (منصور، ٢٠٢١). أما التعريف الإجرائي للجندر في هذه الدراسة، فيرتبط بالفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالتوقعات والمحددات الاجتماعية والثقافية المؤثرة في الاختيار الزواجي. وتجدر الإشارة إلى أن استخدام مصطلح "الجندر" في هذه الدراسة جاء لما يتمتع به من دقة مفاهيمية في الأدبيات السوسيولوجية الحديثة، حيث يُستخدم للإشارة إلى الأدوار والتوقعات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بكل من الذكور والإناث، بوصفها ناتجًا اجتماعيًا لا بيولوجيًا. ومع أن "النوع الاجتماعي" يُستخدم في بعض الأدبيات العربية كمقابل تقريبي لـ"الجندر"، فإن الدراسة حرصت على استخدام مصطلح "الجندر" بشكل موحد حفاظًا على الدقة الاصطلاحية، مع التأكيد على أن كلا المصطلحين يشيران إلى الفروق الاجتماعية والثقافية بين الذكور والإناث، وليس إلى الاختلافات البيولوجية.

٨- الإطار النظري للدراسة:

١,٨. الزواج والاختيار الزواجي في الثقافة القبلية الجمعية السعودية

تُعد القبيلة واحدة من أهم مكونات المجتمع السعودي، حيث تعكس الحاجة إلى تجمع مجموعة من الناس للاتحاد في مواجهة بيئة صعبة أو أعداء. وقد حدّدت هذه الخيالات الثقافية المشتركة الحدود بين الجماعات التي كانت تعتقد أنها مرتبطة بعضها ببعض عبر الدم. تهدف هذه الحدود المتخيلة إلى تعزيز الولاء الداخلي داخل الجماعة وخلق الهياكل الهرمية بين القبائل (الغذامي، ٢٠٠٩ Eriksen, 2010,). أسست هذه القبائل المتخيلة لتمييز الجماعات ذات "الدم النقي" والجذور القوية عن تلك التي لا تمتلك هذه الصفات، مما يعكس تفوق بعض

القبائل على الأخرى (Leder, 2015, Limbert, 2007). وقد أدى ذلك إلى تقسيم المجتمع إلى فئتين: الخضيري (الذين لا تعرف أصولهم القبلية) والقبيلي (الذين يعرفون أصولهم القبلية). كما أنتج هذا الفارق هرمية بين القبائل، حيث تعد بعض القبائل نفسها أعلى من غيرها (الخطيب، ٢٠٠٧, Maisel, 2014).

في الثقافة القبلية السعودية، يُعد الزواج المرتب الداخلي أحد الأشكال الشائعة والمفضلة للزواج (Maisel, 2014). يعزز هذا النوع من الزواج التماسك داخل الجماعة القبلية والمحافظة على الميراث العائلي، كما يُتوقع منه ضمان الالتزام بالمعايير الأسرية والقبلية، بما يحقق وحدة الأسرة واستقرارها. يُنظر إلى الزواج من خارج القبيلة على أنه محفوفٌ بالمخاطر، إذ قد يُدخل عنصرًا يصعب اندماجه في الثقافة القبلية أو يُهدد تماسك الجماعة. كما أن الزواج الداخلي يوفر مستوى من الحماية المتبادلة بين الزوجين، إذ يُقلل من فرص الإهانة أو السيطرة المفرطة من أي طرف (Anthias, 2007, Cohn-Mor, 2013, Maisel, 2014). في المقابل، في حال تم الزواج من خارج القبيلة، فإن القبائل التي ترى نفسها أعلى اجتماعيًا تبذل جهدًا كبيرًا لضمان التناسب القبلي، وتُرفض الزيجات مع القبائل الأدنى أو غير المعروفة نسبًا (Maisel, 2014).

يُنظر إلى الزواج المرتب الداخلي أحيانًا على أنه زواج قسري، إلا أن التمييز بين النوعين مهم؛ ففي الزواج المرتب، يوافق الطرفان على الزواج استجابةً للتوقعات الاجتماعية، بينما في الزواج القسري، يُجبر أحد الطرفين أو كلاهما على الزواج دون إرادة (Al-Hakami & McLaughlin, 2016). ومع ذلك، فإن الضغوط الاجتماعية والثقافية قد تجعل بعض الزيجات المرتبة أقرب إلى القسرية، مما يُعقّد التمييز بينهما في الواقع (Gangoli & Chantler, 2009). كما أن في الزواج المرتب، لا يُنظر إلى الرجل والمرأة كضحايا، بل وسيلة لتعزيز العلاقات أو بناء علاقات جديدة وتعزيز القرب بين عائلتين أو جماعتين أو قبيلتين (Al-Torki, 1977).

في الثقافة القبلية السعودية، لا يُتاح للأفراد عادةً اختيار شريك حياتهم بناءً على تفضيلاتهم الشخصية أو المرور بتجارب تعارف رومانسية، بل يتم الزواج بناءً على قبول الأسرة وتوصيتها، غالبًا بعد "النظرة الشرعية" أو في يوم الزفاف. ويعتمد التوافق الزواجي لاحقًا على الظروف والحظ، نظرًا لغياب المعرفة المسبقة بين الزوجين (Al-Tamimi, 2009). هذا يؤدي في كثير من الأحيان إلى مشكلات في الانسجام والتفاهم، حيث قد يفشل الطرفان في إيجاد نقاط مشتركة. ومع ذلك، تُشير بعض الأبحاث إلى أن الحب قد يتطور تدريجيًا داخل هذا النوع من الزواج بمرور الوقت (Al-Tamimi, 2009).

٢,٨. المنظور الجندري: الرجال والنساء من عوالم منفصلة:

لقد حظي موضوع الفروقات بين الجنسين والأدوار الجندرية باهتمام واسع بين الباحثين، الذين يدرسون كيفية اختلاف الرجال والنساء من حيث الشخصية، والسلوك، والتفكير، والمواقف. تشير العديد من الدراسات إلى وجود فروقات بين الجنسين، حيث يُظهر الرجال ميلاً أكبر إلى الاستقلالية والمحافظة، في حين تميل النساء إلى الاعتماد المتبادل والانفتاح على التجارب الجديدة (Ndubisi, 2006, Trivedi & Teichert, 2019). وقد بُذلت العديد من المحاولات لتفسير هذه الفروقات، سواء من الجوانب البيولوجية أو الاجتماعية، يجادل بعض الباحثين بأن الاختلافات في الشخصية والمواقف قد تكون ناتجة عن الفروقات البيولوجية (Murphy, 2004).

من ناحية أخرى، يرى العديد من الباحثين أن هذه الفروقات لا تحدد بيولوجيًا بل تُشكَّل جمعياً، فهي لا تكمن في الفرد ولكن في الهياكل المؤسسية بما في ذلك القيم القبلية والعائلية التي تلعب دورًا حيويًا في تحديد مواقع الرجال والنساء الاجتماعية. وبالتالي، لا يمكن فهم مفهوم الجندر خارج السياق الذي يتم إنتاجه فيه (West & Zimmerman, 1987, Sallee & Harris, 2011).

تحدد الأعراف الثقافية الأدوار المقبولة للرجال والنساء، والأفراد الذين تتوافق سلوكياتهم مع الأدوار الثقافية الجندرية يتم مكافأتهم. من ناحية أخرى، يُعاقب أولئك الذين ينتهكون ويتجاهلون الأعراف الثقافية الجندرية (Sallee &Harris, 2011). في السياق السعودي، يمكن القول إن الرجال والنساء يخضعون لضغوط ثقافية لتلبية التوقعات الاجتماعية، حيث يُمثّل الرجل كقائد وحامٍ وموفر للمعيشة، بينما تمثل المرأة كزوجة وابنة وأم وراعية لشؤون المنزل وتربية الأبناء.

من المنظور الجندري، ينشأ الرجال والنساء في مسارات اجتماعية مختلفة، حيث تتاح للذكور كل الفرص للنمو نفسيًا واجتماعيًا، بينما ثقافياً لا تملك النساء الخيارات التي يملكها الذكور لممارسة أنواع مختلفة من أساليب الحياة وتجربتها، حيث تُملى عليهن حياتهن من خلال القيم الثقافية الجمعية (Harkness, 2019,Khader, 2018). ومع ذلك، على الرغم من الجهود الحكومية الرسمية لتقليص الفجوة بين الجنسين من خلال إصدار مجموعة من اللوائح الممكّنة للمرأة؛ مثل إلغاء نظام الولاية، وإصدار جوازات سفر للنساء للسفر إلى الخارج دون إذن الولي، والسماح للنساء بالقيادة، وفتح المجال أمامهن للدراسة والعمل في مجالات كانت حكرًا على الذكور، لا تزال هناك قيود ثقافية على النساء تعيق استمتاعهن بهذه الحقوق (Al-Enazy, 2017, Al-Shuaibi, 2017, Hvidt, 2018, Krane & Majid, 2018).

فيما يتعلق بالاختيار الزواجي، بحسب النظرية الجندرية فإن الجندر يلعب دورًا رئيسًا فيه، حيث تحدد الأدوار الجندرية المعايير الاجتماعية المفروضة على الرجال والنساء داخل المجتمع. في المجتمعات القبلية والجمعية، غالبًا ما تواجه النساء قيودًا أكثر صرامة في اختيار شركائهن موازنة بالرجال، إذ يخضعن لضغوط العائلة والقبيلة للحفاظ على القيم التقليدية مثل الزواج من داخل القبيلة، أو التوافق مع معايير محددة تتعلق بالشرف والسمعة.

بالمقابل، قد يتمتع الذكور بهامش حرية أكبر في الاختيار، مع أنهم لا يزالون متأثرين بتوقعات المجتمع حول الاستمرارية القبلية والمسؤولية العائلية (Malhotra, 1991, Sepehri & Bagherian, 2013). لذا، هذه الدراسة تحاول من خلال المنظور الجندري تفسير كيف تؤثر البنية القبلية والجمعية بشكل غير متساو في الأفراد تبعاً لجندرهم، مما يعزز فهم الديناميكيات الاجتماعية المتعلقة بالزواج والاختيار الزواجي في المجتمع السعودي.

٩- الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات السابقة في المجتمع السعودي التي تناولت موضوع الاختيار الزواجي ومعايير اختيار شريك الحياة؛ فعلى سبيل المثال، تناولت دراسة القحطاني (٢٠٢٣) معايير اختيار الزواج وعلاقتها بالعوامل المؤثرة في تأخر سن الزواج لدى الشباب، وخلصت إلى أن المعايير الدينية والأخلاقية تأتي في مقدمة الأولويات، تليها المعايير التعليمية والمالية، بينما يشكل الضغط الاجتماعي والاقتصادي أبرز العوامل المؤثرة.

كما ربطت دراسة الزيد (٢٠٢٣) هذه المعايير بالمتغيرات الديموغرافية، حيث أظهرت أن نصف العينة يفضلون رؤية الشريك قبل الخطبة، وأن معظمهم لا يفضل الزواج من الأقارب.

في حين هدفت دراسة خليفة (٢٠٢٤) إلى التعرف على أساليب الاختيار الزواجي ومعاييره من خلال عينة من الشباب، وتوصلت إلى أن الأساليب الأكثر شيوعًا هي: الأهل والأقارب، الأسرة الصغيرة، المعرفة الشخصية، الأصدقاء. كما برزت معايير مثل الالتزام الديني، النسب، المكانة الاجتماعية، والمستوى التعليمي.

ومن أسباب سوء الاختيار: التسرع، التدخل الأسري، والمعايير غير الجوهرية. أما العلوي وراشد (٢٠٢٢) فقد تناولا التوافق الزواجي من خلال ربطه باختلاف معايير الاختيار بين الجنسين، حيث يفضل الذكور المعايير الاجتماعية والجمالية،

بينما تركز الإناث على الدخل الشهري، مع استمرار الاعتماد على الأهل في عملية الاختيار.

كما ركز الزهراني (٢٠٢٠) على العلاقة بين النظرة الشرعية والتوافق الزواجي، مشيرًا إلى أهميتها في الاختيار وفقًا للأسس الدينية والعادات.

بينما أظهرت دراسة الضالع والسيف (٢٠١٤) تغيّرات ثقافية في تفضيلات الذكور والإناث، دون التطرق لتأثير السلطة القبلية أو الفروقات الجندرية.

ومع أهمية ما توصلت إليه الدراسات أعلاه من معايير للاختيار الشخصي الزواجي، فإن بعض الدراسات غير المحلية اهتمت بتأثير القوى الثقافية والاجتماعية في معايير الاختيار الزواجي، فعلى سبيل المثال، أوضحت دراسة (Qadeer et al., 2022) في تحليلها للديناميكيات الاجتماعية والثقافية التي تحكم قرارات الاختيار الزواجي داخل قبيلة الباجري في المجتمع الباكستاني، حيث توصلت الدراسة إلى تأثير الآباء والمجلس القبلي المعروف باسم "البانشايات" في قرارات الزواج الشخصي لأفراد القبيلة، حيث يمتلك الأزواج تأثيرا ضئيلا موازنة بالسيطرة الأبوية والقبلية.

ومن خلال موازنة أدوار الأزواج الذكور والإناث، تلاحظ الدراسة تباينًا مبنيًا على الجنس، حيث يمتلك الرجال وكالة أكبر قليلاً في اختيار الزوجة. علاوة على ذلك، تتغلغل العملية في طقوس ثقافية غنية وإيماءات رمزية، مثل "شاغون" واحتفالات الخطوبة، مما يعكس روح القبيلة الاجتماعية. وشارك كل من (Qadeer et al., 2022) الاهتمام ذاته بالتأثير الثقافي في قرارات الزواج حيث توصلت إلى أن المجتمعات الفردية مثل تلك الموجودة في الغرب، يُركَّز بشكل أكبر على الحب العاطفي والاختيار الشخصي للزوج، بينما في المجتمعات الجمعية، التي غالباً ما تركز على الروابط الأسرية والعائلية، قد تكون اعتبارات مثل الالتزامات العائلية والمصالح الجماعية أكثر أهمية في اختيار الشريك. رغم ما توصلت له

الأدبيات السابقة عن التأثير الثقافي الكبير في خيارات الزواج في المجتمعات التقليدية الجمعية، فإن (Parkin, 2021) أوضح في دراسته أن ليس جميع المجتمعات القبلية تقيد اختيارات الزواج للأفراد بالقدر نفسه؛ على سبيل المثال، في بابوا غينيا الجديدة، تسمح مجتمعات مثل "الساوث فور، مارنق، ومانقا" للنساء بالمبادرة في الزواج، بينما في مجتمعات" الميندي، وتشيمبو" يمكن للشباب رفض اقتراحات والديهم وممارسة حرية الاختيار الزواجي.

من خلال مراجعة الأدبيات السابقة، تبرز فجوة بحثية واضحة تتعلق بغياب الدراسات التي تتناول بحث تأثير العائلة والقبيلة كقوى مسيطرة في قرارات الزواج في المجتمع السعودي. حيث إن معظم الدراسات ركزت على العوامل الفردية أو الاجتماعية التي تؤثر في الاختيار الزواجي دون تحليل مدى تأثير الأعراف القبلية في الحد من استقلالية الأفراد (القحطاني، ٢٠٢٣؛ الزيد، ٢٠٢٣؛ الزهراني، ٢٠٢٠، الضالع والسيف، ٢٠١٤). لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل أعمق لدور السلطة الأسرية والقبلية في توجيه خيارات الزواج، مع التركيز على الفروقات بين الجنسين في درجة الاستقلالية والحرية من هذه التأثيرات الثقافية الأسرية والقبلية عند اتخاذ قرارات الزواج. ومن شأن هذه الدراسة أن تسهم في إثراء الأدبيات العلمية حول الزواج في المجتمعات القبلية الجمعية، كما توفر نتائجها أساسًا لفهم أوسع لكيفية تفاعل الأفراد مع الضغوط الأسرية والثقافية في عملية اختيار الشريك.

من ناحية أخرى، ركزت بعض الدراسات غير المحلية على دراسة تأثير الهياكل الاجتماعية والثقافية في قرارات الزواج والاختيار (Qadeer et al., 2022)، حيث أوضحت أن المجتمعات الجمعية غالبًا ما تضع قيودًا صارمة على حرية الأفراد في اختيار شركائهم. ومع ذلك، لم تعالج هذه الدراسات بعمق التفاوتات بين الجنسين في هذا السياق، ولا سيما في المجتمعات القبلية، التي قد تختلف فيها

مستويات الوكالة والاستقلالية بين الرجال والنساء. لذلك، تسد هذه الدراسة فجوة في الأدبيات من خلال استكشاف الفروق الجندرية في التوقعات والتأثيرات الثقافية القبلية الجمعية السعودية.

رغم الاختلافات ما بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، فقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الأدبيات في بناء إطارها النظري وتحديد العوامل الأساسية التي تؤثر في قرارات الأفراد عند اختيار شريك الحياة.

كما وفرت الدراسات السابقة بيانات قيّمة حول الاختيار الزواجي، مما ساعد في وضع أهداف الدراسة الحالية وصياغة أسئلتها البحثية. بالإضافة إلى ذلك، أسهمت الدراسات التي تناولت تأثير الثقافة القبلية والاجتماعية في الزواج في إثراء فهمنا لدور العائلة والمجتمع في تشكيل قرارات الأفراد، وهو ما شكّل نقطة انطلاق أساسية لهذه الدراسة.

١٠- منهجية الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة تصميم دراسة الحالة (Case Study Design) لفهم آراء وتجارب المشاركين في المقابلات حول عملية اختيار الزوج أو الزوجة في سياق اجتماعي وثقافي محدد يتمثل في الثقافة القبلية الجمعية في السعودية. وقد طُبّق المنهج النوعي عبر إجراء ٣٠ مقابلة شبه موجهة مع رجال ونساء سعوديين في مدينة الرياض. تُعد الرياض أكبر مدينة في المملكة العربية السعودية من حيث المساحة والسكان، وهي مقر الحكومة والوزارات والسفارات.

كما تضم العديد من المؤسسات التعليمية والمالية والطبية والتجارية، مما جعلها المدينة الأكثر حداثة وتطورًا في المملكة. لهذا السبب، تجذب الرياض مواطنين من مختلف المناطق والخلفيات والقبائل والثقافات (برنامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية، ٢٠١٦).

كما أنها موطن للعديد من الثقافات الفرعية في المملكة، بما في ذلك عاداتها وتقاليدها المتنوعة (Al-Dossry, 2012). تناولت المقابلات العديد من المحاور المتعلقة بإجراءات اختيار الشريك وتأثير الثقافة الجمعية القبلية والأسرة في عملية الاختيار الزواجي.

اعتُمد على العينة القصدية في اختيار أفراد الدراسة، حيث هدفت العينة إلى عكس مجموعة متنوعة من المتغيرات الديموغرافية، مثل الجنس والعمر والتعليم والحالة الاجتماعية، للحصول على وجهات نظر وتجارب مختلفة خاصة بموضوع الدراسة. بدأ اختيار العينة بطلب الباحثة من بعض الأصدقاء والزملاء السعوديين نشر دعوة عبر تطبيق واتساب توضح أهداف البحث وطريقة إجراء المقابلات، سواء شخصيًا أو عبر زوم أو عبر المكالمات الهاتفية، لتعزيز فرص المشاركة.

كما تضمنت الدعوة طرقًا للتواصل مع الباحثة، بما في ذلك البريد الإلكتروني ورقم الهاتف المحمول.

تكونت العينة من ٣٠ مشاركًا، منهم ٤٤٪ رجال و٥٦٪ نساء، تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٣٥ عامًا. كان أغلب المشاركين من ذوي المستويات التعليمية العالية؛ حيث حصل ٤٤٪ على درجة الماجستير، و٣١٪ على درجة البكالوريوس، و٢٥٪ أكملوا التعليم الثانوي والجامعي المتوسط. كما أن نصف المشاركين كانوا عُزّابًا (٥٠٪)، بينما كان العديد منهم متزوجين (٣٧٪)، وقلة منهم مطلقين (13%).

تم الحصول على موافقة اللجنة الأخلاقية من الجهة الأكاديمية التي تنتمي لها الباحثة لإجراء الدراسة، كما أُخذت الموافقة الخطية من كل مشارك ومشاركة بعد توضيح الهدف من الدراسة وآلية استخدام البيانات. تم التأكيد على مبدأ السرية التامة وعدم تضمين أي معلومات تعريفية في النصوص، وأُبلِغ المشاركون من الجنسين بحقهم الكامل في الانسحاب من الدراسة في أي وقت دون الحاجة

لتبرير.

أجريت المقابلات شبه المنظمة في الرياض. غالبًا ما فضلت المشاركات الإناث الاجتماع في المقاهي، بينما فضل المشاركون الذكور المكالمات الصوتية. تراوحت مدة المقابلات بين ٤٠ و٩٠ دقيقة. سُجلت المقابلات رقميًا بعد أخذ إذن صريح من المشاركين، كما دُوّنت ملاحظات ميدانية حول السياق الانفعالي والاجتماعي للمقابلة. أخفيت هوية المشاركين باستخدام أسماء مستعارة وذلك حفظاً لسرية بياناتهم.

حُلّلت البيانات النوعية باستخدام التحليل الموضوعي(ThematicAnalysis) وفقاً للإطار الذي وضعه (Braun and Clarke,2006)، والذي يتألف من ست مراحل مترابطة. في البداية، تم الاطلاع المتكرر على نصوص المقابلات للتعرف العميق على مضمونها والسياقات الاجتماعية والثقافية التي وردت فيها التصريحات. تلت ذلك مرحلة الترميز الأولي، حيث جرى تحديد العبارات والمقاطع الدالة على معانٍ مرتبطة بسؤال البحث الرئيس، مثل مفاهيم الضغوط القبلية، أدوار الجنسين، ومدى الاستقلالية في اتخاذ القرار.

بعد ذلك، جُمّعت الرموز المتقاربة دلاليًا ضمن موضوعات أولية، مثل "سلطة الأسرة في الاختيار"، و"الزواج كواجب قبلي"، و"التمييز الجندري"، بينما أُلغيت بعض الرموز لعدم ارتباطها بالرموز أو الموضوعات الأخرى. ثم روجعت هذه الموضوعات بشكل نقدي للتأكد من انسجامها الداخلي وتمثيلها للبيانات بدقة، حيث دُمجت الأسماء المتشابهة، وغُيّرت أسماء الموضوعات ذات التسمية الواسعة جدًا، وأدرج بعض الموضوعات تحت موضوعات أخرى. كما أُلغيت بعض الموضوعات التي لم يكن لديها رموز داعمة كافية. في نهاية هذه المرحلة، تم تنظيم جميع الرموز في ٤ موضوعات رئيسة و١٨ موضوعًا فرعيًا.

وأخيراً، أُعدَّ التقرير النهائي لعرض النتائج، مدعومًا بالاقتباسات الدالة من

أقوال المشاركين.

١١- النتائج:

يمكن تقسيم ردود المشاركين أربعة أقسام: يوضح القسم الأول المحدد الأول لبدء عملية اختيار الشريك، بينما يصف القسم الثاني المحدد الآخر المتعلق بالمحافظة على نقاء الدم في عملية الاختيار. يعرض القسم الثالث القواعد الثقافية القبلية للتواصل بين الرجل والمرأة قبل اعتماد الاختيار ويوم الزواج، ويقدم القسم الرابع لمحة عن تأثير المحددات القبلية لاختيار الشريك في حياة الأفراد.

1.11.أهلي هم اللي يختارون لي ": بداية عملية اختيار الشريك:

ناقش المشاركون من الجنسين مواقفهم وتجاربهم فيما يتعلق بالخطوة الأولى في اختيار الشريك. من خلال تحليل هذه المناقشات، اتضح أن أدوار الذكور والإناث في بداية العملية تختلف. أكد المشاركون الذكور أن عملية اختيار الزوجة تبدأ من نيتهم الزواج وإبلاغ أمهاتهم وأخواتهم بمعاييرهم للزوجة المستقبلية. دور النساء في عائلة العريس يتمثل في جمع المعلومات حول خلفية العروس ومراقبة مظهرها وشخصيتها. وفقًا لعبدالله (رجل متزوج)، عندما قرر الزواج، توجه إلى والدته وأخواته وطلب منهن البحث عن زوجة مناسبة له. "لما كنت أبي الزواج، سمعت عن بنت ورحت إلى أمي وأختي وطلبت منهم يسألون عنها ويشوفون إذا كانت مناسبة... بعدها راحوا شافوها وزاروا أهلها وبلغوني، بعدها بدأت الإجراءات الرسمية ". يعتقد عبدالله أنه لا يمكنه إبداء رأيه قبل موافقة قريباته من النساء. كما أكد أنه لا مجال للتراجع بمجرد بدء عملية الخطوبة، لأن العائلات تصبح مرتبطة عند هذه النقطة، والانفصال لن يكون مقبولًا. جميع التعليقات التي شاركها المشاركون الذكور تعكس روايات متشابهة حول الطريقة التقليدية لاختيار الزوجة المستقبلية، لكنهم أكدوا أيضًا أن القرار النهائي يعود إليهم. وفقًا لأحمد (رجل أعزب)، فإن الأعراف في اختيار الشريك لا تلغي رأيه في الأمر:

"أهلي هم اللي بيختارون لي، لكن القرار الأخير يرجع لي. يعني، اللي أبغى أعمله بعمله... صحيح التقاليد تحط قواعد صارمة، زي القبيلة اللي أقدر أختار منها أو لازم أتزوج من قريبتي، لكن بالنهاية أقدر أقرر بنفسي".

مع وجود قواعد تقليدية جمعية لاختيار الشريك لدى الرجل، فإن لديه الفرصة لاتخاذ قراره الخاص ضمن هذه القواعد. ومع ذلك، فإن الحرية التي تمتع بها أحمد لم تكن مماثلة لتلك التي تمتع بها فهد (رجل متزوج)، الذي أوضح أن عائلته ضغطت عليه للزواج من فتاة لا تتطابق مع معاييره."اقترحت عائلتي عليّ زوجتي الحالية، وما وافقت على وصفهم لها، لكنهم أقنعوني. قالوا لي: خذها، أنت رجل ويمكنك تربيها على يدك". لم يكن فهد مقتنعًا بزوجته حتى وقت المقابلة، وأكد أنه فشل في "تربيتها" كما أقنعته عائلته.

الحرية التي وصفها العديد من المشاركين الذكور في اختيار الشريك لم تكن موجودة لدى المشاركات الإناث. وفقًا للنساء اللواتي تمت مقابلتهن، تنتظر المرأة عادةً أن يختارها الرجل ويقدم لها عرض الزواج، حيث يُتوقع منها ثقافيًا ألا تبحث عن رجل أو تعبر عن حبها لرجل معين. هدى (امرأة متزوجة) أوضحت ذلك بقولها:

"في زواجنا التقليدي، البنت ما تدور على الرجل، هو اللي لازم يدور عليها ويخطبها. لازم يعرّف أهلي بنفسه عشان يكسب موافقتهم، وبعدها أنا أقرر بناءً على قرار أهلي، حتى لو ما كنت أعرفه. يعني، ما فيه مواعدة ولا تواصل بيني وبينه قبل ما أقرر، ولو صار وكشفوا أهلي إنه فيه تواصل، الخطوبة بتنلغي على طول".

بالنسبة للمشاركات الإناث، لم يكن هناك اختلاف في اختيار الشريك، إذ كان يعتمد على من تقدم لهن وحصل على موافقة الأسرة. على سبيل المثال، أوضحت فاطمة (امرأة متزوجة) أنها كانت تملك حرية محدودة جدًا في اختيار

زوجها، حيث تقدم لها رجلان، وكلاهما حصل على موافقة عائلتها، وكان عليها أن تختار أحدهما.

"الأول وافق عليه أبوي، لكني ما كنت أبيه، وصار بيني وبين أبوي خلاف لأنه كان مُتمسّك برأيه وما يتفهم وجهة نظري. كنت أدري إني ما راح أكون سعيدة معه. بعده جا ولد خالتي كخيار ثاني؛ متخرج من برا، وراتبه كويس، والثالث كان ولد صديق أبوي... ما كنت أعرفهم ولا قد شفتهم، لكني فكرت بعقلي واخترت ولد خالتي لأن وضعه المالي وتعليمه كان أفضل".

نظرًا لأن فاطمة لم تكن تعرف أيًا من المتقدمين للزواج منها، فقد استند قرارها إلى آراء والدها وكلامه. أكدت أنه كان عليها الاختيار بين الرجلين لأن التوقعات الاجتماعية لا تسمح للمرأة بالبقاء دون زواج بعد التخرج من الجامعة.

على الرغم من اختلاف درجة القوة والمشاركة بين الذكور والإناث في اختيار الشريك، إلا أن هناك إجماعًا ثقافيًا على عدم وجود معرفة سابقة أو حب قبل الزواج لكلا الجنسين. ومع ذلك، فإن العواقب التي تواجهها المرأة عند انتهاك هذه التوقعات تكون أشد موازنة بالرجل. بالنسبة للمشاركين الذكور، الحديث عن الحب في الزواج يمكن أن يثير الشكوك حول وجود علاقة محرمة دينيًا وثقافيًا؛ على سبيل المثال، وصف محمد (رجل أعزب):

"اختيار زوجتي بنفسي وبمعرفة مسبقة شيء صعب في ثقافتنا، لازم أطلب من عائلتي، خصوصًا أمي، إنها تتعرف على البنت وتجيبها لي. لو قلت لأمي إني بتزوج وحدة أنا أحبها، على طول بيجيها الشك إنه كان بيننا علاقة غير شرعية".

أكد هذا الرأي إبراهيم (رجل متزوج)، الذي وصف زواجه بأنه "تقليدي ديني" حيث كان القرار عائليًا بالكامل: "زواجي كان، خلينا نقول، تقليدي بموافقة أهلي وبما يتماشى مع ديننا، لأن الحب برا الزواج حرام شرعًا... الحمد لله إن العائلة هي اللي قررت، وما تدخلت كثير في الموضوع". هذه النظرة السلبية

للحب قبل الزواج تكررت في ردود النساء أيضًا. بالنسبة لندى (امرأة متزوجة)، فإن الوقوع في الحب قبل الزواج غير مقبول لكلا الجنسين، لكنه غير مغتفر للمرأة: "اختيار الشريك بناءً على الحب يعتبر غلط سواء للولد أو البنت. لكن الفرق إنه لو الولد أهله عرفوا إنه يحب بنت ويتواصل معها، ممكن يسامحونه. أما البنت، ممكن تتعرض لخطر كبير، حتى إنها تنقتل لمجرد إنها حبت أو كلمت رجل". أوضحت ندى أن النظرة القبلية التقليدية للحب قبل الزواج تختلف بين الجنسين، حيث يُغتفر للرجل بينما تُعاقب المرأة بشدة. من جهتها، عبرت جود (امرأة عزباء) عن سبب عدم اختيار النساء لشريكهن بناءً على الحب قائلة:" ما أقدر أثق في الرجل، ممكن يخدعني... الزواج مو لعبة، هذا ارتباط لبناء أسرة. ما المفروض إنه يتواصل معي، لازم يجي لأهلي ويتكلم معهم، ونتعرف على بعض تحت إشراف أهلي". عبّرت جود عن أن الزواج التقليدي يوفر لها مزيدًا من الأمان مقارنةً بالزواج القائم على الحب، نظرًا لاحتمال استغلال النساء من قبل الرجال باسم الحب.

2.11."حلاة الثوب رقعته منه فيه": الزواج الداخلي ونقاء الدم:

أكد المشاركون من كلا الجنسين أن الزواج الداخلي المرتب شائع وفقًا للقانون القبلي، وأوضحوا أن زواج الأقارب، خصوصًا الزواج من أبناء العمومة، يعد الخيار الأول للزواج. وشارك بعض المشاركين تبريرات تُظهر أن زواج الأقارب هو الخيار الأفضل لكلّ من الرجل والمرأة. على سبيل المثال، أوضح موسى (رجل مطلق) ذلك بقوله:

"حنا مجبورين نتزوج من بنات عمنا، بحكم عرف القبيلة يقولون إن بنت عمي هي الأنسب لي ولها، لأنها من دمي وباهتم فيها، وهي من العايلة، يعني من نفس البيت. ما بضرها ولا بضايقها لأني أدري إن أبوها عمي، فبكون أحسن معها وأحترمها أكثر مما لو كانت غريبة عني".

على الرغم من هذه التبريرات القبلية، رفض بعض المشاركين الزواج من بنات عمومتهم لكنهم وجدوا أنفسهم مجبرين على ذلك من قبل أسرهم. تحدث أحمد (رجل أعزب) عن رفضه للزواج الداخلي بسبب عدم وجود حب، معربًا عن خوفه من رد فعل عائلته إذا لم يلتزم بقواعدهم: "أنا ضد هالكلام. ما أبي أتزوج قريبتي ولا من القبيلة، لكن أهلي قالوا لي لازم أتزوج بنت عمي، وإن هذا نصيبي... أنا ما أحب بنت عمي، أحسها مثل أختي، بس عطوني خيار واحد: يا أتزوجها، يا يتبرّون مني." وعند سؤاله عن قراره، أكد أحمد أن الزواج من ابنة عمه، رغم عدم وجود حب، سيكون الخيار الأسهل لأن فقدان أسرته بالنسبة له أمر لا يستطيع تحمله. وبينما رفض أحمد الزواج من ابنة عمه بسبب نقص الحب، برز سبب آخر لرفض الزواج الداخلي وهو المخاوف الصحية والاجتماعية. على سبيل المثال، رفضت نورة (امرأة عزباء) فكرة "البنت لولد عمها"، مشيرة إلى أن هذا القول الشائع غير صحيح ويجب التخلي عنه: "أهلي يصرون إني أتزوج ولد عمي. بس الحين الطب الحديث يقول إن زواج الأقارب يسبب مشاكل صحية، وعلى الصعيد الاجتماعي، ممكن يخرب علاقات كثيرة". بررت نورة رفضها للزواج من ابن عمها بسبب المخاطر الوراثية والمشاكل الاجتماعية المحتملة، مثل الحساسية الزائدة بين العائلتين، خصوصا مع والدة الزوج وأخواته، حيث يُطلب منها العيش معهن وخدمتهن وكأنهن عائلتها، مما قد يؤثر سلبًا في حياتها الزوجية.

ظهر موضوع نقاء الدم كسبب رئيس آخر في تحديد خيارات الزواج لدى المشاركين؛ أكد سعد (رجل أعزب) أن عرف قبيلته تمنع الناس من اختيار شركاء من ذوي البشرة السوداء أو غير القبيليين أو الذين لا يُعرف أصلهم. استذكر تجربته عندما حاول الزواج من أخت صديقه، التي وصفها بأنها جميلة ومتعلمة جيدًا، لكن أصولها لم تكن متوافقة مع مكانة قبيلته: "قلت لأمي عن البنت وعايلتها، بس ما عجبها اللي قلته... حاولت أكثر من مرة أقنعها تتعرف عليها

وعلى أهلها. أنا عجبتني البنت، بس أمي ما حبت أهلها وأصلهم." وأكد سعد أن قبيلته تسمح بالزواج من خارج القبيلة بشرط أن تكون من قبيلة مساوية في المكانة. من جهة أخرى، أوضح بعض المشاركين أن بعض القبائل تمنع الزواج من خارجها تمامًا، حتى لو كان الطرف الآخر من قبيلة معروفة. أوضحت سارة (امرأة متزوجة) هذه القاعدة بقولها: "حنا ما نعرس إلا من نفس القبيلة. ما ناخذ أحد من قبيله ثانية، لازم يكون من قبيلتنا. ما أدري يحسون إنهم أرقى من غيرهم ولا شيء من هالقبيل." أكدت سارة أن هذه القاعدة قللت من فرص الزواج المتاحة للذكور والإناث، لأنها تحد من الخيارات المتاحة للفرد.

وقد قدم بعض المشاركين تأييدهم للأعراف والقوانين القبلية المتعلقة بالاختيار الزواجي خصوصاً فيما يتعلق بمنع قبائلهم الزواج من قبائل أخرى أو قبائل "ذات مكانة أقل" بحسب وصفهم. على سبيل المثال، برر محمد (رجل أعزب) هذه القاعدة بقوله: "لازم نحافظ على صفا دمنا وما يختلط بدم ثاني ما نعرف أصله". وبالمثل، أكدت منى (امرأة متزوجة) أنه رغم معارضتها للمحددات القبلية التي تحظر الزواج من خارج القبيلة لأنها تتعارض مع التعاليم الدينية، فإنها تؤيدها وتجدها مبررة:

"مع إني كنت أرفض هالقاعدة وقت زواجي، إلا إني احترمتها وفهمت وجهة نظر قبيلتي وأهلي. يوم يكون زوجي من قبيلتي، تصير بيننا اختلافات أقل... يعني تربيتنا تكون متشابهة، وهذا يخفف المشاكل اللي تجي من اختلاف العادات والتفكير".

بينما برر منى قبولها لهذا القانون بسبب التوافق الثقافي والعادات المشتركة التي قد تلعب دورا في نجاح الزواج، برر فوزية (امرأة متزوجة) التزام الناس بهذه الأعراف خوفًا من النقد الاجتماعي الشديد:

"في السعودية فيه انتماءات قبلية مختلفة، وللحين ما ينقبل الزواج من شخص

من قبيلة ما تعتبر مساوية اجتماعيًا. بعض الناس نسبهم أعلى، يعني مكانتهم الاجتماعية أحسن من غيرهم. أول ما تدري قبيلتك إنك تفكر تتزوج من أحد نسبه أقل، بتواجه رفض وانتقاد ويمكن مقاطعة".

وأكدت فوزية أن الناس يتجنبون الزواج من خارج القبيلة لحماية أنفسهم من العواقب الاجتماعية، ووصفت هذا الوضع بأنه "نمط" لا يمكن لأحد كسره.

3.11. "شفته في صورة، وشافني في صورة الجواز قبل يومين من الزواج": "النظرة الشرعية":

أوضح المشاركون من كلا الجنسين المحددات القبلية المتاحة لهم بشأن التواصل بين الزوجين قبل الزواج؛ يمكن تقسيم ردود المشاركين إلى نوعين: الأول هم الذين يُسمح لهم بالرؤية والتحدث مع بعضهم بعضا تحت إشراف الأسرة، والثاني هم الذين يُمنعون تمامًا من التواصل قبل الزواج والاختيار يكون بناءً على الوصف وليس الرؤية. أكد المشاركون الذين تسمح لهم أعرافهم القبلية بالرؤية والتحدث مع شركائهم قبل الاختيار والزواج أن هذا التواصل ليس حراً، بل يخضع لقواعد يجب على كلا الزوجين احترامها. على سبيل المثال، أوضحت إيمان (امرأة متزوجة) هذه القاعدة بقولها: "البنت لازم تشوف العريس بوجود أهلها، وما ينسمح بأي لقاء برا البيت. يقعد معها بوجود إخوانها أو أبوها، يشوفون بعض؛ يمكن يعجبه شكلها ويمكن لا، وبعدها يصير الزواج أو لا." وعلى الرغم من أن التقاليد القبلية تسمح لبعض المشاركين برؤية شركائهم، إلا أنهم لم يكونوا راضين عن هذه الفرصة نظرًا لقصر المدة المسموح بها للرؤية، حيث وُصفت بأنها تتراوح بين ثلاث إلى عشر دقائق. وفي بعض الأحيان، لم تكن هذه الفترة كافية حتى لرؤية الطرف الآخر بوضوح. رفض ريان (رجل أعزب) فكرة "النظرة الشرعية" واعتبرها "خطأً كبيرًا"، "ليش النظرة الشرعية ما تاخذ إلا ثلاث دقايق؟ تجي البنت وتعطي الرجال عصير، ويشوفها دقيقتين، وبس! نقرر إنها مناسبة له وهو مناسب لها؟ وش

هالشي هذا؟ عشان أمي وأبوي سووها، لازم أنا كمان أسويها؟". أكد ريان أنه لا يستطيع الزواج بهذه الطريقة، حيث إنه يرغب في التعرف على الفتاة قبل اتخاذ قراره، لكنه يجد ذلك صعبًا بسبب المحددات القبلية التقليدية. وبالمثل، تذكر فهد (رجل متزوج) عندما تقدم لخطبة زوجته ورآها لأول مرة قبل الزواج، لم يكن راضيًا عن قصر الفترة الزمنية التي مُنحها لرؤيتها، وصرّح بأنها لم تكن كافية ليعرفها جيدًا قبل أن يقرر الارتباط بها:

"لما تقدمت لزوجتي، كنت أفكر إني ما أتزوج بنت بدون ما أعرفها وأتأكد إنها تناسبني. أدري إنه ما فيه طريقة ثانية نعرف فيها غير هالطريقة، صح ماهي أحسن شيء لكن الشكوى لله هذا المتاح، فقررت أخذ سنة ونص نتكلم مع بعض على التلفون وأزورهم كل فتره والثانية حتى تأكدت إنها اللي أبيها".

كان فهد يخشى الاختيار الخاطئ والوقوع ضحية زواج غير ناجح بسبب قِصر فترة "النظرة الشرعية"، حيث رأى أن هذه الفترة القصيرة تمنح الأفراد توقعات غير واقعية، مما قد يؤدي إلى مشاكل في الزواج أو حتى حدوث الطلاق.

على الجانب الآخر، أكد بعض المشاركين من كلا الجنسين أن تقاليدهم تمنع تمامًا أي تواصل بين الزوجين قبل يوم الزواج وتعتبره "عيبًا"، حيث يتوقع أن يرى كل منهما الآخر لأول مرة في يوم الزواج فقط. وفقًا لسارة (امرأة متزوجة)، تمنع تقاليد قبيلتها المرأة من رؤية زوجها المحتمل قبل يوم الزواج. رأت سارة أن هذه العادات تتعارض مع التعاليم الدينية ويجب عدم الالتزام بها:

"بعد ما يتقدم الرجل للبنت وتقبل عايلتها، ما يقدرون يشوفون بعض أو يتكلمون على التلفون لشهور لين يوم الزواج. هذا شيء كارثي! على الأقل، أبي أشوف صورته أو أكلمه على التلفون؛ هذا مو منطقي أبدًا. هو بيكون زوجي وبعيش معاه باقي حياتي".

ولقد أشارت سارة إلى أنها حُرمت من حقها الديني في رؤية زوجها قبل

الزواج، وأضافت أن زوجها اعتمد فقط في اختيارها على آراء ووصف قريباته، اللواتي أخبرنه بأنها "جميلة وطموحة"، قبل أن يتقدم لخطبتها. في حين أن سارة اختارته كذلك على وصف والدها وإخوانها، لكن رؤية بعضهما البعض تمت بشكل غير مباشر كما وصفت سارة: "شفته في صورة، وشافني في صورة الجواز قبل يومين من الزواج".

أكدت ردود بعض المشاركين أن منع الزوجين من الاختيار بناءً على رؤيتهم بعضهم بعضا يثير الكثير من التساؤلات والمخاوف حول مستقبلهما الزواجي. على سبيل المثال، وصفت دانا (امرأة متزوجة) الفترة من بعد الخطوبة إلى الزواج بأنها أصعب فترة في حياتها، مليئة بالتفكير والقلق، حيث وافقت على الزواج من رجل لم تره أو تتحدث معه مطلقًا، وكل مااستندت عليه في الموافقة هو رأي والدها:

"كنت مره قلقانه وأناقش الموضوع مع أهلي. قلت لهم: ما أعرفه، ما أعرف طبعه، ما أعرف طريقة حياته، حتى ما أعرف كيف يتكلم، ولا إيش صوته! كيف أقدر أعيش معاه؟ أترك بيتنا وأروح أعيش في بيته من دون ما أعرفه؟ كيف يصير كذا؟ كان الموضوع كارثي بالنسبة لي".

شعرت دانا بالوحدة في ذلك الوقت، لكنها كانت تسأل عن سبب فرحة والديها في حين كانت تعيش فتره صعبة، حيث طلبا منها أن تكون سعيدة، لكنها تساءلت كيف يمكنها أن تكون سعيدة وهي قادمة على "مجهول". وبالمثل، تساءل عبد الله (رجل أعزب) الذي ينتمي إلى قبيلة تمنع التواصل بين الزوجين قبل الزواج عن كيفية الزواج من فتاة لم يرها من قبل. حيث أشار إلى أن هذا التقليد يجب أن يتوقف لأنه لا يتناسب مع الوضع الاجتماعي اليوم للجنسين في المجتمع : "في زمن الوالد والوالده، كان الناس يعيشون مع بعض، يعني الوالد كان يعرف كل قريباته وبنات جيرانه في المنطقة. كان شيء طبيعي، لأنهم كانوا يختلطون مع بعض

ويشوفون بعض كأنهم عايلة واحده، عكسنا الحين". أثار عبد الله الحاجة إلى التواصل بين الزوجين قبل الزواج، مشيرًا إلى أن الفصل الصارم بين الجنسين اليوم يجعل التعارف مستحيلًا، مما يختلف تمامًا عن جيل والديه، حيث لم تكن هذه القواعد الصارمة موجودة.

4.11. "صارت حياتنا كلها مشاكل": العواقب:

كانت عواقب المحددات الجمعية القبلية في الاختيار الزواجي واضحة في حديث المشاركين. فقد أكد المشاركون، ذكوراً وإناثاً، أن إغفال التفضيلات الشخصية في اختيار الشريك وقلة الفرصة ليتعرف بعضهم على بعض أثار العديد من المشكلات اللاحقة. من بين هذه المشكلات التي وصفها المشاركون كانت عدم التوافق الجنسي مع الشريك. نادية (امرأة متزوجة) تنتمي إلى قبيلة تمنع الأزواج من رؤية أو معرفة بعضهم بعضا قبل يوم الزفاف. لم تكن تعرف زوجها ولم تره إلا يوم زفافها. وصفت الفترة الأولى من زواجها بكلمة "معاناة".

"لما تزوجت زوجي، لمدة شهرين ما قدرنا ننام مع بعض في نفس الغرفة لأننا ما كنا نعرف بعض زين. تزوجنا في يوم، وفي اليوم الثاني، أخذني لمدينة ما زرتها في حياتي وما أعرف فيها أحد. كان شيء صعب مره بالنسبة لي. حاول يكون لطيف معي وما يخليني أخاف منه... لكنني رفضت أنام معه في نفس الغرفة؛ كان شيء صعب مره".

قضية أخرى تناولها بعض المشاركين كانت نقص القواسم المشتركة بين الأزواج، مما يؤدي إلى صراعات وخلافات مستمرة. سالم (رجل متزوج) تزوج بسبب ضغط عائلته، مما جعله يعاني من زواج غير سعيد، حيث قال: "للأسف، حياتنا صارت كلها مشاكل وخلافات لاهي تفهمني ولا أنا فاهمها واللي يخليني أعيش معها هم الأطفال مالهم ذنب". وقد شاركت هيفاء (امرأة متزوجة) مشكلة مماثلة، حيث اكتشفت بعد زواجها أنها وزوجها لا يتفقان في الأفكار والآراء

والمواقف. أوضحت قائلة:

"في أول سنتين، كان تحدي كبير لنا. كنا دايمًا في خلاف. كنت أرجع أحيانًا لأهلي وأقول لهم ما أقدر أكمل. سألتهم ليش كانوا مصرين على إني أبقى معاه. قالوا لي إن هذا هو الحال والحياة لكل الأزواج. أنا متأكدة لو كان عندنا فرصة نختار وفترة خطوبة علشان نتعرف على بعض، ما كان بيصير زوجي".

الطلاق كان قضية أخرى أثارها بعض المشاركين، حيث ارتبط بالمحددات الجمعية للاختيار الزواجي. وفقًا لسمية (امرأة متزوجة)، التي رأت زوجها لأول مرة يوم زفافها لكنها وصفت نفسها بأنها "محظوظة" لأن زوجها كان رجلًا جيدًا، حيث أكدت أن العديد من زيجات النساء من حولها انتهت بالطلاق. فقد أوضحت أنه بعد تسع سنوات من "الصراع" مع زوجها، تطلقت شقيقتها الكبرى، كما أن ثلاثًا من أخوات زوجها تطلقن في سن صغيرة بسبب التقاليد الصارمة. حيث أوضحت:

"تزوجت أخت زوجي العام الماضي بنفس الطريقة اللي تزوجت فيها. بعد أسبوعين، ما قدرت تعيش معاه وطلبت الطلاق. هالبنت عمرها ٢٢ سنة، جميلة جدًا، متعلمة وتخرجت من الجامعة... تزوجت من شخص ما أُجبرت على الزواج منه، لكنها ما شافته إلا يوم الزواج. تخيلي ذاك اليوم، هم على المسرح، الحريم يرقصون، تناظر لي وتقول لي: 'ما أبيه. ما أبي أروح معه'. وأنا قلت لها، ما عليك، كلنا كذا بتتعودين عليه لكن ماقدرت وتطلقت".

أكدت سمية أن أخت زوجها عاشت مع زوجها لمدة أسبوعين قبل أن تطلب الطلاق لأنها لم تحب مظهره وسلوكه وطريقته في الحديث والأكل حيث إنها كانت تبعث على شعورها "بالقرف".

١٢- مناقشة النتائج:

في هذا القسم، نقوم بتحليل استجابات المشاركين فيما يتعلق بتحديد القبيلة لعملية الاختيار الزواجي والأدوار الجندرية في هذه العملية. أيدت نتائج هذه الدراسة ما ذهبت إليه دراسات (Qadeer et al., 2022) من التأثير القبلي الجمعي على الاختيار الزواجي لدى المشاركين في البحث. فقد خلصت النتائج إلى أن المحددات القبلية تقلل بشكل كبير من إسهام كل من الذكور والإناث في عملية اختيار الشريك، مما يتعارض مع دراسة (Makhotra, 1991). رغم ذلك، فقد توصلت الدراسة الحالية إلى أن الذكور يلعبون دورًا أكثر نشاطًا موازنة بالنساء فيما يتعلق ببدء عملية الاختيار الزواجي، حيث يبدأ الرجل عملية البحث عن شريكة محتملة بناءً على معاييره الشخصية، بمساعدة قريباته في عملية البحث، وهو ما يعكس الأدوار الجندرية التقليدية، حيث يُنظر إلى الرجل على أنه المبادر والحامي، في حين أن مشاركته المباشرة في البحث محدودة بسبب الفصل الجندري وحجاب الوجه، مما يقلل من إمكانية وصوله إلى عالم النساء (Al-Khateeb, 2007, Al-Lily, 2020). في المقابل، يعد دور المرأة في عملية الاختيار الزواجي سلبيا، حيث تنتظر أن يتم اختيارها من قبل قريبات الرجل، مما يعكس الدور التقليدي للمرأة كمقدمة للخجل والتحفظ، مع تجنب إظهار أي رغبة علنية في الزواج حفاظًا على سمعتها. كما أوضحت استجابات المشاركين أن مساهمتهم المحدودة في البحث عن الشريك تجعلهم عرضة لتكوين وعي خاطئ، حيث يعتمد اختيارهم على المعلومات التي ترغب أسرهم في كشفها فقط (Al-Rasheed, 2013, Al-Torki, 1977, 1986).

توصلت الدراسة إلى أن هناك تشابهًا بين الجنسين فيما يتعلق بصنع القرار بشأن الشريك المحتمل، حيث أكد كل من الذكور والإناث المشاركين تأثير الأسرة القوي في قراراتهم. رغم أن بعض المشاركين الذكور أشاروا إلى تمتعهم بحرية اتخاذ

القرار النهائي، فإن بعضهم لم يتمكن من اتخاذ قرارات مستقلة واعتمدوا على قرارات أسرهم، على أمل أن يتمكنوا لاحقًا من تغيير زوجاتهم لتناسب توقعاتهم. أما الإناث، فقد اعتمدن بشكل أساس على قرارات أسرهن، لا سيما الذكور منهم، الذين يُنظر إليهم كحلقة وصل بين عالم الذكور والإناث، مما يعكس دور المرأة كتابعة ومطيعة لأسرتها، وحاجتها إلى الدعم والحماية الأسرية، وصعوبة استقلالها مقارنة بالرجل. كما أظهرت استجابات المشاركين توافقًا جندريًا حول رفض اختيار الشريك بناءً على الحب، حيث ارتبط الحب في أذهانهم بالشكوك المجتمعية حول ارتكاب الزنا أو الدخول في علاقات غير شرعية. كما رأى المشاركون أن الطريقة التقليدية لاختيار الشريك تتماشى مع التعاليم الإسلامية، مما يجعل الاختيار القائم على الحب متناقضًا مع المبادئ الدينية.

يعكس ذلك التداخل السهل بين العناصر الثقافية والدينية في المجتمع السعودي، حيث يلعب الدين دورًا محوريًا في تشكيل العادات القبلية (Pilotti et al., 2021).

بالإضافة إلى ذلك، أعربت بعض المشاركات عن دعمهن للطريقة التقليدية في اختيار الشريك، نظرًا لما توفره لهن من حماية من الذكور الذين قد يستغلون النساء باسم الحب. يُفسر خوف النساء من تلاعب بعض الذكور، ما أوضحته دراسة (Bullock,2007)، بأن هذا التخوف هو نتاج للعزل الصارم بين الجنسين لسنوات طويلة، مما يمنعهن من تكوين صلات طبيعية مع الذكور دون خوف أو شكوك.

كما أشارت استجابات المشاركين إلى أن الثقافة القبلية تتوقع من الذكور والإناث الزواج من أبناء عمومتهم، حيث يُنظر إلى ذلك على أنه مصدر احترام للطرفين، كما أنه يمنع الإذلال الاجتماعي لكليهما. ومع ذلك، أعرب بعض المشاركين عن رفضهم لهذا الإلزام الاجتماعي، إذ يشعرون أن الزواج من أبناء العم

يشبه الزواج من الأشقاء، بالإضافة إلى أنه سبب لإثارة المخاوف الصحية المرتبطة بالزواج بين الأقارب. رغم ذلك، يرى بعض المشاركين أن الزواج من أبناء العم هو "قدر محتوم"، وأن تحديه قد يؤدي إلى نبذ الشخص داخل المجتمع القبلي. وأكد بعض المشاركين أن بعض القبائل تضع قواعد للحفاظ على "نقاء الدم"، مما يمنع الزواج من خارج القبيلة، بينما تسمح بعض القبائل بالزواج من خارجها بشرط أن يكون الشريك من قبائل معينة تُعد متساوية في المكانة الاجتماعية. لم يتفق جميع المشاركين مع هذه المحددات، لكن بعضهم رأى أنها ضرورية لحماية النسب وتقليل الاختلافات الثقافية، حيث يُعتقد أن الزواج داخل القبيلة يعزز التوافق الاجتماعي بين الزوجين.

كما أظهرت استجابات المشاركين اختلافًا في الأعراف القبلية حول التواصل بين الزوجين قبل الزفاف. أشار بعض المشاركين إلى أن قبائلهم تسمح برؤية الزوجين لبعضهما تحت إشراف الأسرة، حيث يُتوقع من الرجل رؤية المرأة بدون نقاب لفترة قصيرة قبل اتخاذ القرار، نظرًا لنظام الفصل الجندري الذي يجعل هذه الفرصة نادرة وثمينة. لكن المشاركين أعربوا عن عدم رضاهم عن هذه الفرصة القصيرة، حيث يضطرون إلى اتخاذ قرار حاسم بناءً على المظهر الخارجي فقط. من جهة أخرى، أفاد بعض المشاركين بأن قبائلهم تمنع أي تواصل قبل الزواج، حتى لو كان ذلك مسموحًا دينيًا، حيث تعد أعرافهم ذلك "عارًا". يرى المشاركون أن هذه القواعد قديمة ولا تعكس واقع المجتمع الحالي، حيث كان التواصل بين الجنسين في الماضي أكثر سهولة، لكن الفصل الجندري الحديث جعل التعارف قبل الزواج شبه مستحيل. يمكن أن تبرر هذا المحدد ثقافياً بتوفير حماية لسمعة المرأة، حيث يمكن أن يؤدي رفض الرجل للمرأة بعد رؤيتها إلى تقليل فرص زواجها مستقبلًا. في المقابل، لا يواجه الذكور مثل هذه العواقب، إذ يُنظر إلى أن العيب الوحيد للرجل ينحصر في وضعه المالي، مما يسلط الضوء على التفاوت في

المعايير الاجتماعية بين الجنسين.

كما أثار المشاركون عددا من العواقب المترتبة على المحددات القبلية الزواجية، حيث اشتكى بعض المشاركين من نقص الحميمية أو عدم تقبل العلاقة الزوجية، وهو أمر متوقع في ظل المعايير القبلية التي تحد من التواصل العاطفي قبل الزواج. حيث يرتبط الرضا الجنسي بالمشاعر والتواصل بين الشريكين، لكن الأعراف القبلية تفرض الزواج وفقًا لاختيارات العائلة، مما يؤدي إلى نقص في العاطفة. كما أن التنشئة الاجتماعية للمرأة تفرض عليها كبت مشاعرها أو أفكارها حول الحب والجنس، مما يجعل من الصعب عليها التكيف مع العلاقة الزوجية. يزيد من هذه المشكلة غياب التثقيف الجنسي لكلا الجنسين، مما يجعلهم غير مدركين لاحتياجات ورغبات بعضهم من بعض. ثانيًا، لاحظ بعض المشاركين أن الأزواج غالبًا ما يفتقرون إلى الاهتمامات والقيم المشتركة، وهو أمر متوقع في ظل معايير الزواج التي تفرضها العائلة. يمكن أن يؤدي اختلاف المستوى التعليمي والقيم والأفكار إلى حدوث صراعات، خصوصًا مع عدم تشجيع الثقافة القبلية على بناء العلاقات الزوجية على أساس التعاون والتكامل. في بعض الحالات، قد يؤدي هذا التباين إلى الطلاق، مما يتفق مع نتائج دراسة التميمي (Al-Tamimi, 2009) التي وجدت أن الزواج التقليدي مرتبط بمعدلات سعادة أقل ورضا أقل عن العلاقة الزوجية، كما تتفق مع دراسة (الزهراني، ٢٠٢٠) التي رأى فيها أن التواصل قبل الزواج من خلال النظرة الشرعية يلعب دورا في التوافق الزواجي.

١٣- الخاتمة:

يعد المجتمع السعودي من أكثر المجتمعات تأثرًا بالقيم الأسرية والقبلية، مما يجعله مجتمعًا جمعي الثقافة بامتياز. برز هدف هذه الدراسة في فهم المحددات الاجتماعية التي تؤثر في الاختيار الزواجي في الثقافة القبلية الجمعية السعودية، ومدى تأثير العامل الجندري في هذه العملية؛ حيث اتضح التأثير القبلي الجمعي

في اختيار شريك الزواج، من خلال ما تلعبه الأسرة، – خصوصًا الأمهات والأخوات – من دور أساس في اختيار زوجة للرجل، بينما تقتصر مشاركة المرأة على القبول أو الرفض وفق خيارات الأسرة. رغم أن الذكور يتمتعون بقدر من الحرية في اتخاذ القرار النهائي، فإنهم يظلون مقيدين بمعايير العائلة والقبيلة. في المقابل، تواجه النساء قيودًا أكبر تحول دون اختيارهن المباشر للشريك. كما تفرض الأعراف قيودًا صارمة تمنع أي معرفة مسبقة بين الطرفين قبل الزواج. عند تجاوز هذه الأعراف، تكون التبعات الاجتماعية أشد على النساء موازنة بالرجال.

يعد الاختيار الزواجي الداخلي، خصوصًا بين الأقارب، النمط المفضل وفقًا للأعراف القبلية، حيث يُعد أبناء العمومة الخيار الأفضل لضمان القرب العائلي والحماية لكلا الزوجين. رغم ذلك، رفض بعض المشاركين هذا الزواج، إما لغياب الحب أو بسبب المخاطر الصحية والاجتماعية، لكنهم وجدوا أنفسهم مجبرين عليه بضغط عائلي. كما برزت مسألة "نقاء الدم" كعامل رئيس في اختيار الشريك، حيث ترفض بعض القبائل الزواج من خارجها أو من أشخاص من أصول مختلفة. وقد قدم بعض المشاركين الدعم لهذه القواعد بحجة الحفاظ على التوافق الثقافي وتقليل الخلافات، بينما عدها آخرون نتيجة لضغط المجتمع والخوف من الانتقاد والمقاطعة.

انقسمت مواقف المشاركين حول محددات التواصل بين الزوجين قبل الزواج إلى فئتين: الأولى يُسمح لها بالرؤية والتحدث بإشراف الأسرة، ومع السماح لبعض المشاركين برؤية الشريك المحتمل، فإن المدة القصيرة جعلتهم غير راضين عن هذا الترتيب، وعدوه غير كافٍ لاتخاذ قرار مصيري. في المقابل، أكدت مجموعة أخرى أن أعرافها تمنع أي تواصل قبل الزواج، مما يخلق حالة من القلق والتساؤلات حول الشريك المستقبلي. عبرت بعض النساء عن مخاوفهن من الزواج دون معرفة الشريك، بينما انتقد بعض الذكور هذه العادات، مشيرين إلى أن العزل الصارم

بين الجنسين يجعل التعارف مستحيلًا مقارنة بجيل آبائهم.

مع أن القواعد التقليدية للاختيار الزواجي تهدف إلى توفير بعض التوافق الثقافي والاجتماعي وتوفير حماية لطرفي الزواج ولنقاء دم الجماعة، فإنها تؤدي أيضًا إلى عدد من المشكلات المؤثرة في استقرار العلاقة الزوجية، مثل نقص الحميمية العاطفية، الصراعات الناتجة عن الاختلافات الشخصية بين الزوجين، وصعوبة بناء علاقات صحية قائمة على التعاون والتفاهم مما قد يفضي في نهاية المطاف إلى الطلاق. بشكل عام، توضح هذه الدراسة المحدودية في الخيارات الشخصية المتعلقة بالزواج في المجتمع القبلي السعودي، حيث تفرض التقاليد والضغوط الاجتماعية قيودًا صارمة يصعب تجاوزها. وعلى الرغم من وجود تفاوت جندري في المراحل الأولى من البحث عن الشريك، إلا أن هذه الفجوة تتلاشى عند تحديد معايير الاختيار الزوجي، حيث تفرض قيودًا متشابهة إلى حد كبير على الذكور والإناث.

بناءً على النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، تُوصي بضرورة أن تضطلع الجهات المعنية بشؤون الأسرة والزواج، وعلى رأسها مراكز الإرشاد الأسري التابعة لوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، بتصميم وتنفيذ برامج توعوية وتدريبية تستهدف الشباب من الجنسين، وتُعزِّز من قدرتهم على اتخاذ قرارات زواج واعية ومستقلة ضمن الإطار الثقافي والديني المحلي. وينبغي أن تتضمن هذه البرامج محاور متعددة، من بينها: تنمية مهارات التفاهم الأسري، والحد من التحيزات القبلية في اختيار الشريك، ورفع الوعي بأهمية التوافق الشخصي والنفسي والاجتماعي، بالإضافة إلى التثقيف العاطفي والجنسي بما يتلاءم مع الخصوصية الثقافية للمجتمع السعودي. وتستهدف هذه التوصيات الإسهام في بناء علاقات زوجية أكثر استقرارًا، وتعزيز ثقافة الاختيار القائم على التفاهم والاحترام المتبادل.

المراجع

١- البداح، أ.(2010) . حركة التغريب في السعودية: تغريب المرأة كنموذج. المركز العربي للدراسات الإنسانية.

٢- برنامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية.(2016) . برنامج مدن المستقبل السعودية: ملف مؤشر ازدهار المدن – الرياض. مسترجع من https://www.futuresaudicities.org/wp-content/uploads/2017/07/Riyadh.pdf

٣- الغذامي، ع.(2009) . القبيلة والقبائلية أو هويات ما بعد الحداثة. الطبعة الثانية. الدار البيضاء: المغرب.

٤- العيدي، س. م. أ.(2009) . دعاة الاختلاط في المجتمع من منظور الفكر الإسلامي المعاصر. دار المويّد.

٥- العلوي، ع.، وراشد، س. (٢٠٢٢). معايير الاختيار الزواجي لدى الشباب العماني وتأثيرها في تحقيق التوافق الزواجي. مجلة الآداب، ١٤٢، ٤٤١-480.

٦- الزهراني، ن. أ. ج. (٢٠٢٠). الاختيار والتوافق الزواجي وعلاقته بالنظرة الشرعية في المجتمع السعودي: دراسة مسحية على عينة من منطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية. مجلة التربية 185(١)،٥٢٩-٥٨٣. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record/1085219

٧- الزيد، ط. (٢٠٢٣). اتجاهات الأفراد في المجتمع السعودي نحو معايير الاختيار الزواجي وعلاقتها بالمتغيرات الديموغرافية: دراسة وصفية مطبقة على المجتمع السعودي. مجلة الدراسات الاجتماعية السعودية، 11، ٢٧-٥٦. مسترجع من http://search.mandumah.com/Record1393143

٨- السيف، م.، والضالع، م. (٢٠١٤). التغير الثقافي والاختيار للزواج في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية باستخدام منهج تحليل المحتوى لأحد مواقع الزواج الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القصيم، بريدة.

٩- الشبيب، ح. ع. (١٩٩٢). المحددات الاجتماعية المؤثرة في أداء القيادات

النسوية السعودية للعاملين في قطاع التعليم. رسالة ماجستير منشورة، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود.

١٠- القحطاني، ن. ن. (٢٠٢٣). معايير الاختيار للزواج وعلاقتها بالعوامل المؤثرة في تأخر سن الزواج لدى الشباب السعودي: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة البكالوريوس بجامعة الملك سعود. شؤون اجتماعية، (160) 40، ٥٩-١٠٦.

١١- خليفة، م. (٢٠٢٤). معايير الاختيار الزواجي لدى عينة من الشباب بمدينة الدوادمي بالمملكة العربية السعودية. مجلة الآداب، (2) 12، ٣٧٧-٤٠٦.

١٢- خرما، إ.، شريقي، م.، وعباس، ذ. (٢٠٢٢). الاختيار الزواجي في المجتمعات العربية: أساليبه ومعاييره. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية- سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، (6) 44، ٢٨٥.298-

١٣- منصور، هـ. (٢٠٢١). النوع الاجتماعي والتنمية. حوليات آداب عين شمس، (2) 49، ٢٧٤-٣٠٥.

1- Al-Baddah, A. (2010). Harakat al-taghreeb fi Saudi Arabia: Taghreeb al-mar'a kanamothajan. Misr: Al-Markaz Al-Arabi Lil-Dirasat Al-Insaniyya.

2- Al-Da'il, M., & Al-Saif, M. (2014). Al-taghyeer al-thaqafi wa al-ikhtiyar lil-zawaj fi al-mujtama' al-Saudi: Dirasat tatbiqiyya b-isti'mal manhaj tahleel al-muhtawa li'ahd mawaqi' al-zawaj al-elektroniyya. Risalat Ma'jistir, Jam'iat al-Qassim, Buraidah.

3- Al-Dawood, A., Abokhodair, N., Elmimouni, H., & Yarosh, S. (2017, June). "Against Marrying a Stranger" Marital Matchmaking Technologies in Saudi Arabia. In Proceedings of the 2017 conference on designing interactive systems (pp. 1013-1024).

4- Al-Dossry, T. (2012). Consumer culture in Saudi Arabia: A

qualitative study among heads of household (Doctoral dissertation, University of Exeter).

5- Al-Eidi, S. M. A. (2009). Dua'at al-ikhtilat fi al-mujtama' min manthur al-fikr al-Islami al-mu'asir. Riyadh: Dar al-Muwid.

6- Al-Enazy, K. (2017). The delegitimisation discursive strategies of women's right to drive in Saudi Arabia. PhD thesis, University of Essex.

7- Al-Hakami, H., & McLaughlin, K. (2016). Debatable marriages: Marriage and child marriage in Saudi Arabia. Marriage & Family Review, 52(7), 654-664.

8- Al-Khateeb, S. (2007). The oil boom and its impact on women and families in Saudi Arabia. In The Gulf family: Kinship policies and modernity (SOAS Middle East Issues). Saqi.

9- Allen, L. N., Smith, R. W., Simmons-Jones, F., Roberts, N., Honney, R., & Currie, J. (2020). Addressing social determinants of noncommunicable diseases in primary care: A systematic review. Bulletin of the World Health Organization, 98(11), 754.

10- Al-Lily, M. (2020). Signals exchanged between potential spouses in the Saudi Arabian arranged marriage market. Society, 57(2), 185-194.

11- Al-Rasheed, M. (2013). A most masculine state: Gender, politics, and religion in Saudi Arabia. New York: Cambridge University Press.

12- Al-Torki, S. (1977). Family organization and women's power in

urban Saudi Arabian society. Journal of Anthropological Research, 33, 277-287.

13- Al-Torki, S. (1986). Women in Saudi Arabia: Ideology and behaviour among the elite. New York: Columbia University Press.

14- Al-Tamimi, N. (2009). Predictors of marital satisfaction in arranged marriages in Saudi Arabia (Doctoral dissertation, University of York).

15- Al-Zahrani, Nayef bin Ahmad bin Jamm'an Al-Jamm'an. (2020). Al-ikhtiyar wa al-tawafuq al-zawaji wa'alaqatuhu bil-nazrah al-shari'yah fi al-mujtama' al-Saudi: Dirasat mas'hiyya 'ala 'ayma min Mintaqat Makkah al-Mukarramah bi al-Mamlakah al-‘Arabiyyah al-Saudiyyah. Majallat al-Tarbiyah, 185, 529-583. Mustarjaa min: http://search.mandumah.com/Record/1085219

16- Al-Zaid, T. (2023). Ittijahat al-afrad fi al-mujtama' al-Saudi nawh ma'ayir al-ikhtiyar al-zawaji wa'alaqatuhu bil-mutaghayyirat al-dimughrafiyya: Dirasat wasfiyya mutabaqa 'ala al-mujtama' al-Saudi. Majallat al-Dirasat al-Ijtima'iyya al-Saudiya, 11, 27-56. Mustarjaa min: http://search.mandumah.com/Record1393143/

17- Altuwayjiri, N. A. S. (2019). Exploring young Saudi women's engagement with social media: Feminine identities, culture and national image (Doctoral dissertation, Newcastle University).

18- Anthias, F. (2007). Ethnic ties: Social capital and the question of mobilisability. The Sociological Review, 55(4), 788-805.

19- Al-Qahtani, Nura bint Nasser. (2023). Ma'ayir al-ikhtiyar lil-zawaj

wa'alaqatuhu bil-'awamil al-mu'athira fi ta'akhkhur sin al-zawaj lada al-shabab al-Saudi: Dirasat tatbiqiyya 'ala 'ayma min talabati al-bakaloriyus bi-Jami'at al-Malik Saud. Shu'un Ijtima'iyya, 40, 106-159.

20- Al-Shayeb, Hissa Abdullah. (1992). Al-muhaddidat al-ijtima'iyya al-mu'thira fi ada' al-qiyadat al-niswiyya al-Saudiyyah li-al-'amilat fi qita' al-ta'leem. Risalat Ma'jistir Manshura, Qism al-Dirasat al-Ijtima'iyyah, Jami'at al-Malik Saud, al-Mamlakah al-Saudiyyah.

21- Bullock, K. (2007). Rethinking Muslim women and the veil: Challenging historical & modern stereotypes. London: The International Institute of Islamic Thought.

22- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

23- Cohen-Mor, D. (2013). Fathers and sons in the Arab Middle East. New York: Springer.

24- Eriksen, T. (2010). Ethnicity and nationalism: Anthropological perspectives (3rd ed.). New York: Macmillan.

25- Gangoli, G., & Chantler, K. (2009). Protecting victims of forced marriage: Is age a protective factor? Feminist Legal Studies, 17, 267–288.

26- Harkness, G. (2019). Hijab micropractices: The strategic and situational use of clothing by Qatari women. Sociological Forum, 34(1), 71-90.

27- Hvidt, M. (2018). The new role of women in the new Saudi Arabian economy. Center for Mellemoststudier. [No pagination].

28- Khalifah, M. (2024). Ma'ayir al-ikhtiyar al-zawaji lada 'ayma min al-shabab bi-madinat al-Dawadmi bi-al-Mamlakah al-Saudiyyah. Majallat al-Adab, 12(2), 377-406.

29- Khader, S. (2018). Passive empowerment: How women's agency became women doing it all. Philosophical Topics, 46(2), 141-163.

30- Khurma, Iifa, & Shariqi, Mada, & Abbas, Zakariya. (2022). Al-ikhtiyar al-zawaji fi al-mujtama'at al-'Arabiyya: Asaleebuhu wa ma'ayiruhu. Majallat Jami'at Tishreen lil-Buhuth wa al-Dirasat al-Ilmiyyah-Silsilat al-Adab wa al-'Uloom al-Insaniyya, 44(6), 285-298.

31- Krane, J., & Majid, F. (2018). Women driving in Saudi Arabia: Ban lifted, what are the economic and health effects? Rice University's Baker Institute for Public Policy.

32- Leder, S. (2015). Nasab as an idiom and discourse. Journal of the Economic and Social History of the Orient, 58(1-2), 56-74.

33- Limbert, M. (2007). Marriage, status, and the politics of nationality in Oman. In A. Alsharekh (Ed.), The Gulf Family: Kinship Policies and Modernity. London: Saqi, 167-179.

34- Maisel, S. (2014). The new rise of tribalism in Saudi Arabia. Nomadic Peoples, 18(2), 100-122.

35- Malhotra, A. (1991). Gender and changing generational relations: Spouse choice in Indonesia. Demography, 28(4), 549-570.

36- Murphy, P. (2004). Feminism and masculinities. New York: Oxford University Press.

37- Ndubisi, N. O. (2006). Effect of gender on customer loyalty: A relationship marketing approach. Marketing Intelligence and Planning, 24(1), 48-61.

38- Parkin, R. (2021). Arranged marriages: Whose choice and why? Reflections on the principles underlying spouse selection worldwide. History and Anthropology, 32(2), 271-287.

39- Pilotti, M. A., Abdulhadi, E. J., Algouhi, T. A., & Salameh, M. H. (2021). The new and the old: Responses to change in the Kingdom of Saudi Arabia. Journal of International Women's Studies, 22(1), 341-358.

40- Qadeer, A., Sharif, A., & Sadaf, F. (2022). The intersection of tradition and choice: A study of spouse selection in Pakistan's nomadic tribe. Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences, 10(4), 1679-1687.

41- Sepehri, S., & Bagherian, F. (2013). Generation and gender differences in mate selection. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 84, 10-12.

42- Sallee, M. W., & Harris III, F. (2011). Gender performance in qualitative studies of masculinities. Qualitative Research, 11(4), 409-429.

43- Triandis, H. C., & Suh, E. M. (2002). Cultural influences on personality. Annual Review of Psychology, 53(1), 133-160.

44- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. Gender & Society, 1(2), 125-151.

الأمطار والسيول وتأثيرهما في بعض محاور التنمية المستدامة في محافظات غرب منطقة عسير

إعداد:

د. مشاعل فهد مطلق العتيبي

أستاذ الجغرافيا المناخية المساعد، قسم الجغرافيا، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل

الأحساء، المملكة العربية السعودية

Rainfall Floods and Their Influence on Sustainable Development in the Western Asir Region

Prepared by:

Dr. Mashael Fahd Mutlaq Al Otaibi

Assistant Professor of Climate Geography, Department of Geography, College of Arts, King Faisal University

AL-Ahsa, Kingdom of Saudi Arabia

تاريخ ورود البحث	تاريخ قبول البحث
١٤٤٦/٩/٢٣هـ - ٢٠٢٥/٣/٢٣م	١٤٤٧/١/٢٤هـ - ٢٠٢٥/٧/١٩م


بسم الله الرحمن الرحيم

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل خصائص الأمطار والسيول في غرب عسير، حيث تتميز منطقة الدراسة بزيادة كميات الأمطار؛ بخاصة شرقها، وقد دُرِس الفاقد من الأمطار سواء بسبب التبخر أو التسرب لتحديد الفائض أو العجز المائي زمانياً ومكانياً؛ حيث تتحكم عدة عوامل في تحديد كميات الأمطار، منها: طبيعة الوحدات التضاريسية وخصائصها الشكلية، كما قُسّمت منطقة الدراسة إلى سبعة أحواض لتحليل كميات الأمطار الساقطة وحساب الفاقد منها، وتحديد المناطق المعرضة للسيول وتصنيفها بحسب درجة خطورتها، ومدى تأثيرها في التنمية العمرانية وشبكات الطرق والزراعة، واعتمدت الدراسة على بيانات خمس محطات مناخية هي: (أبها، السودة، النماص، محايل، المجاردة) للفترة الزمنية ١٩٨٥-٢٠١٩، وأظهرت النتائج أن أعلى فاعلية للمطر في النماص والسودة وأبها، بينما كانت الأقل في محايل والمجاردة؛ بخاصة في محافظة البرك والأطراف الشرقية لمحايل والمجاردة، وبلغ حجم الجريان السطحي في الأحواض المدروسة نحو ٢٧١٥٣ مليون م٣، وكان أعلى صافٍ للجريان في وادي نكب بـ ٣٧٥٠ مليون م٣، بينما سجل وادي حلى أقل كمية بـ ٣٩٣,٧ مليون م٣، وتؤكد النتائج أهمية دراسة الأمطار والسيول لضمان التنمية المستدامة وتقليل المخاطر التي نواجهها في منطقة الدراسة.

كلمات مفتاحية: الأمطار، التبخر الفعلي، معدلات التسرب، درجات خطورة السيول.

Abstract:
This study investigates the spatial and temporal patterns of rainfall and runoff in the western region of Asir, Saudi Arabia, an area known for relatively high precipitation levels, particularly in its eastern parts. The research aims to quantify rainfall losses—through evaporation and infiltration—and to assess water surplus or deficit across different zones and time periods. Topography and morphological characteristics of the terrain were found to be key influencing factors in rainfall distribution. The study area was divided into seven hydrological basins to analyze rainfall input, estimate losses, and identify flood-prone zones based on their hazard levels. Furthermore, the research evaluates the impact of flash floods on urban development, road networks, and agriculture. Climatic data from five meteorological stations, such as Abha, Al-Souda, Al-Namas, Muhayil, and Al-Majardah, were utilized, covering the period from 1985 to 2019. Results indicate the highest rainfall effectiveness in Al-Namas, Al-Souda, and Abha, while Muhayil and Al-Majardah, especially Al-Birk and their eastern outskirts, experienced significantly lower values. The total estimated surface runoff across the basins reached approximately 27,153 million cubic meters, with Wadi Nakb recording the highest runoff volume 3,750 million cubic meters, and Wadi Hali the lowest 393.7 million cubic meters. These findings underscore the critical role of hydrological studies in ensuring sustainable development and minimizing flood-related risks in the region.

Keywords: Rainfall – Actual evaporation – Infiltration Rates – Flood Hazard Levels.

مُقَدِّمَة

تعد دراسة الأمطار والسيول من الدراسات النفعية، التي تتجه إلى تقييم كميات مياه الأمطار وتقديرها، وتقليل الفاقد من المياه سواء بالتسرب أو التبخر، وذلك للاستفادة منها. ويهدف الاهتمام بدراسة الأمطار والسيول إلى معرفة صافي المياه وتحديد مدى الاستفادة منها في شتى الأنشطة البشرية المتاحة بمنطقة الدراسة، عن طريق تحديد المدخلات المائية المتمثلة في مياه الأمطار والمخرجات المتمثلة في التبخر والتسرب. وتبرز أهمية دراسة الأمطار في غرب عسير لدورها الأساس في تقييم مدى توافر المياه السطحية والجوفية، وتأثير العوامل المناخية في هذه الموارد بناءً على معرفة التفاعل بين العوامل المناخية المختلفة وكيفية إدارة الموارد المائية بفعالية، نظراً للطبيعة الجبلية للمنطقة والتباين في كميات الأمطار (Al-Harbi, 2021, p 26).

وتعد منطقة غرب عسير من المناطق التي تتسم بتضاريس جبلية معقدة، مما يجعلها عرضة لتقلبات مناخية ملحوظة تؤثر بشكل كبير في خصائص الأمطار والسيول؛ حيث تشهد أمطاراً غزيرة في كثير من الأوقات خلال فصول العام، مما يؤدي إلى تدفق المياه بشكل مفاجئ في الأودية والشعاب الجبلية.

وتعد هذه السيول من أبرز التحديات التي تواجه التنمية من خلال تأثيراتها البيئية وانعكاسها على مظاهر التنمية، كما أن دراسة خصائص الأمطار والسيول في منطقة غرب عسير تعد أمراً بالغ الأهمية لفهم العلاقة بين الأمطار والتضاريس؛ حيث يمكن من خلال دراسة موسمية الأمطار تحديد فترات الذروة التي تشهد فيها المنطقة أعلى معدلات الأمطار، وبالتالي الاستفادة القصوى من هذه الأمطار، بينما يسهم تحليل خصائص السيول في تقييم الأضرار المحتملة وسبل التخفيف والحد من تأثيراتها، علاوة على ذلك تسهم هذه الدراسة في تحديد درجات

الخطورة، ومدى تأثيرها في المناطق الزراعية والعمرانية وشبكات الطرق (El-Rawy, 2023,p15).

وتعد السيول في منطقة عسير من التحديات البيئية التي تؤثر بشكل مباشر في التنمية، فمع أن الأمطار الغزيرة تعد مصدراً مهماً للمياه، فإن تدفق السيول المفاجئ يمكن أن يسبب أضراراً كبيرة للبنية التحتية والطرق والجسور والمباني، مما يؤدي إلى تعطيل الأنشطة الاقتصادية وتوقف بعض المشاريع التنموية، كما أنها تؤثر في القطاع الزراعي؛ حيث تضر بالمحاصيل الزراعية وإنتاجها، كما تؤدي إلى تعرية التربة وانجرافها.

ونظراً لحرص المملكة على الاستفادة القصوى من مياه السيول، فقد نفذ معهد الأمير سلطان مشروع الملك فهد لحصاد مياه الأمطار والسيول وتخزينها بالمملكة؛ حيث أنشئ ما يقارب من ٢٢٠ سداً مقاماً في بطون الأودية الرئيسة في المملكة العربية السعودية (آل الشيخ، ٢٠٠٦، ص٧٥)، وفي عام ٢٠١٦م بلغ إجمالي السدود باختلاف أغراضها في المملكة ما يقارب ٥٠٨ سدّ، تصل سعة تخزينها ٢,٢٥٠,٠٤٣ متراً مكعباً (وزارة البيئة والمياه والزراعة، ٢٠١٦).

مشكلة الدراسة:

تقع المملكة العربية السعودية ضمن النطاق الجاف وشبه الجاف، مما يجعلها تواجه تحديات وصعوبات كبيرة في مواردها المائية، ومع أن نطاق غرب عسير يعد من أكثر مناطق المملكة مطراً، فإن هذه المياه تتعرض للفقد نتيجة للتبخر أو التسرب في الشقوق الأرضية، غير أنها تسهم في تغذية المياه الجوفية، وبالتالي فإن هناك كميات كبيرة من هذه المياه السطحية مهدرة، وإن استغلت بشكل صحيح تصبح مورداً يعتمد عليه، وزاد الأمر إشكالية نتيجة تعرض منطقة الدراسة للسيول، التي ينبغي الاستفادة منها قدر المستطاع، وتفادي سلبياتها على محاور التنمية المختلفة بالمنطقة، وتجنب أن تُنفَق مبالغ كبيرة في إعادة تأهيل ما دمرته السيول.

أهمية الدراسة:

تحقيقاً للتنمية المستدامة بمنطقة الدراسة وتأمين احتياجاتها من المياه فإن ذلك يتطلب تحليل خصائص الأمطار بمنطقة الدراسة، وتأثيرها في توافر الموارد المائية، والإسهام في التخطيط المائي من خلال تقديم بيانات علمية تدعم صناع القرار في وضع استراتيجيات فعالة لإدارة المياه، فضلاً عن التصدي ومواجهة تحديات الفترات المطرية التي ينتج عنها السيول بالمنطقة، والاستفادة القصوى من هذه المياه؛ حيث أولت المملكة اهتماماً بكيفية المحافظة على مياه الأمطار والسيول وتخزينها في مناطق المملكة بوجه عام. وتُعنى الدراسة بتحديد مناطق احتمالية السيول ودرجات خطورتها بمنطقة غرب عسير، وأثر هذه السيول في الطرق والعمران والزراعة، وطرق مواجهة هذه الأخطار، ووضع سياسات لحماية البنية التحتية لتفادي أخطارها، ويمكن تحديد الأهمية العلمية لهذه الدراسة في تحليل خصائص الأمطار والسيول في منطقة غرب عسير، مما يسهم في فهم التغيرات المناخية المحلية وتأثيرها في التنمية المستدامة، بينما تتضح الأهمية التطبيقية في توجيه التخطيط العمراني وحماية الطرق والمناطق الزراعية من أخطار السيول، بما يخدم تحقيق التنمية المستدامة في المنطقة بشكل يتناسب مع طبيعتها الجغرافية والمناخية.

تساؤلات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة والخلفية العلمية من الدراسات السابقة، يمكن طرح التساؤلات التالية:

١- ما أكثر المناطق تركزاً وفاعلية للأمطار في محافظات غرب منطقة عسير؟

٢- ما حجم الفاقد المائي بالتبخر والتسرب في محافظات غرب منطقة عسير؟

٣- ما حجم صافي المياه التي يمكن الاستفادة منها اقتصادياً في محافظات غرب منطقة عسير؟

٤- ما ضرر الجريان السطحي الفجائي (السيول) على مظاهر التنمية في محافظات غرب منطقة عسير؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١- تحليل خصائص الأمطار لمعرفة مناطق تركزها في محافظات غرب منطقة عسير.

٢- تقسيم محافظات غرب منطقة عسير من حيث حجم الأمطار لتحديد أكثر المناطق لفاعلية المطر ومدى الاستفادة منها.

٣- تقدير حجم الفقد المائي عن طريق التبخر والتسرب ومن ثم تقدير صافي المياه التي يمكن الاستفادة منها في محافظات غرب منطقة عسير.

٤- دراسة العلاقة بين احتمالية السيول ومدى تأثيرها في التنمية المستدامة في منطقة غرب عسير.

منهجية الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة، فقد استُخدم المنهج الإقليمي لتحديد منطقة الدراسة لتشمل المحافظات الأكثر مطراً بالمنطقة، والمنهج الموضوعي في دراسة خصائص الأمطار في منطقة غرب عسير، اعتماداً على خمس محطات مناخية موزعة في منطقة الدراسة كما يتبين من الجدول (١)، ومن الأساليب المستخدمة الأسلوب الكمي لتحديد متوسطات الأمطار لمحطات منطقة الدراسة وذلك خلال الفترة المناخية المدروسة (١٩٨٥ – ٢٠١٩)، وكذلك حساب فاعلية الأمطار وخصائصها طبقاً للمعايير المدروسة، فضلاً عن تقدير حجم الجريان السطحي، الذى يعتمد على بعض المعاملات المورفومترية، وقد سعت الباحثة إلى تحديد كميات الأمطار الشهرية والفصلية والسنوية، ومن ثم دراسة خصائص المطر

ومدى تركزه من خلال قرينة لورنز، ثم تحديد فاعلية المطر ومعرفة أكثر المناطق فاعلية للأمطار بمنطقة الدراسة، وذلك عن طريق تطبيق معياري ديمارتون وكوبن على محطات منطقة الدراسة، ثم دراسة الأحواض التي تسقط عليها هذه المياه، وحساب صافي الجريان المائي زمانياً ومكانياً، وذلك عن طريق تقسيم منطقة الدراسة إلى مناطق متدرجة في درجات الخطورة، ومعرفة أثرها في المناطق العمرانية وشبكات الطرق والمناطق الزراعية. فضلاً عن الأسلوب الكارتوجرافي في إنشاء خريطة الأساس Base Map والطبقات الخاصة ببعض الظاهرات الجغرافية وعنصر المطر باستخدام Feature Dataset، وأسلوب الاشتقاق المكاني Spatial Interpolation في بيئة نظم المعلومات الجغرافية، للاستدلال عن القيم المتساوية بإنشاء خرائط خطوط التساوي Isopleth استنادا إلى البيانات المتوافرة والمرصودة Observed Data في محافظات غرب منطقة عسير؛ حيث ينتج عن تطبيق هذا الأسلوب تمثيل الظاهرات المرتبطة ببعض محاور التنمية المستدامة.

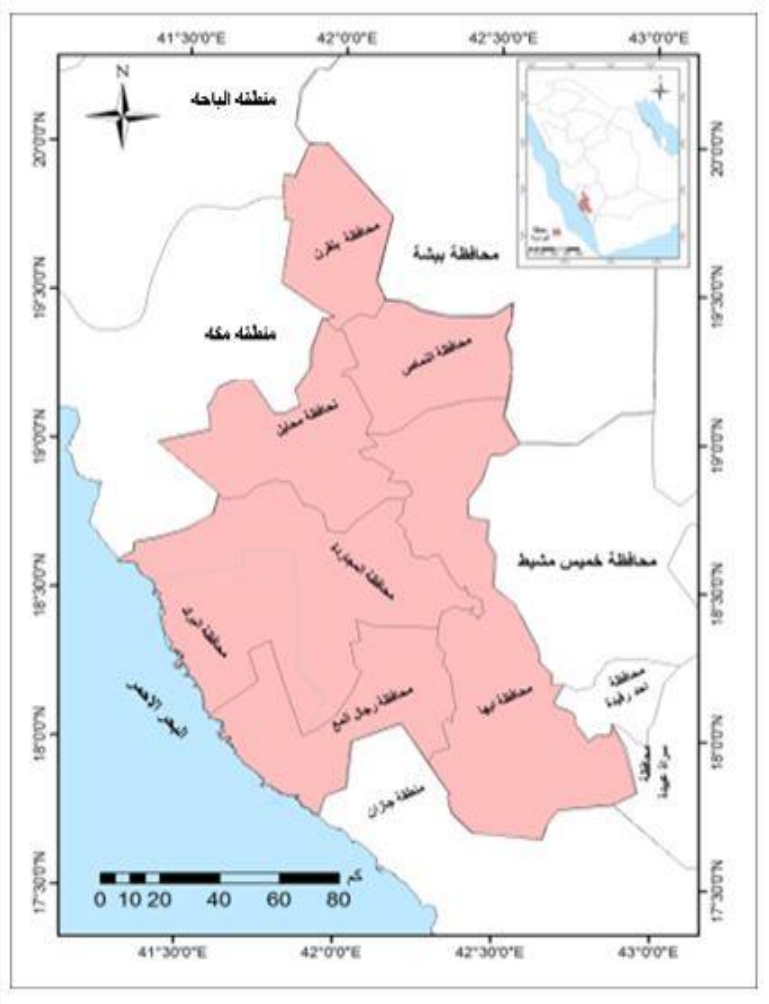
جدول (١) محطات الرصد الجوي التي اعتمدت عليها الدراسة

المحطة	الموقع الفلكي		الارتفاع (مترا)
	دائرة العرض (شمالًا)	خط الطول (شرقًا)	
أبها	١٨ ١٣	٤٢ ٣٩	٢٢٥٠
السودة	١٨ ١٥	٤٢ ٢٢	٣٠١٥
النماص	١٩ ١٠	٤٢ ٩	٢٨٠٠
محايل	١٨ ٥٢	٤٢ ٢٨	٨٥٠
المجاردة	١٩ ١	٤١ ٣٠	١٥٠٠

المصدر: وزارة البيئة والمياه والزراعة، المركز الوطني للأرصاد ٢٠٢٣.

موقع منطقة الدراسة:

تقع منطقة الدراسة في غرب منطقة عسير وتشمل سبع محافظات منها، هي: محافظات أبها، النماص، بلقرن، محايل، المجاردة، البرك، رجال ألمع. وتمتد فلكيًا بين دائرتي عرض ٤٠َ ١٧ْ ٤ً، ٠َ ٢٠ْ ٠ً شمالاً، وبين خطي طول ٢٥َ ٤١ْ ١٣ً، ٣٠َ ٥٧َ ٤٢ْ شرقا، ويحد المنطقة محافظات بيشة وخميس مشيط وأحد رفيدة وسراة عبيدة شرقاً، والبحر الأحمر غرباً، بينما يحدها شمالاً منطقتا مكة والباحه، أما جنوباً فيحدها منطقة جازان (شكل ١).



المصدر: وزارة الشئون البلدية والقروية، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، المخطط الاقليمى لمنطقة عسير ١٤٤٠

شكل (١) موقع منطقة الدراسة

الدراسات السابقة:

نستعرض الدراسات السابقة من خلال تناول الموضوعات ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة، إضافةً إلى الدراسات التي تناولت المنطقة الجغرافية محل البحث، وذلك وفق الآتي:

– دراسة الصالح (١٩٩٧) عن التوزيع الزماني والمكاني للأمطار في مدينة الرياض، حيث هدفت الدراسة إلى حساب الاختلاف الزماني للأمطار للفترة الزمنية (١٩٦٥ – ١٩٩٥)، واستخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية لحساب معامل الاختلاف للأمطار اليومية، مع تحليل مكاني للأمطار باستخدام بيانات محطات الرصد، وكانت أبرز النتائج تحديد معامل الاختلاف الذي بلغ ١٤٦ % للأمطار اليومية في الرياض، ومعرفة التوزيع الزماني والمكاني للأمطار في مدينة الرياض.

– دراسة آل الشيخ (٢٠٠٦) عن حصاد مياه الأمطار والسيول وأهميتها للموارد المائية في المملكة العربية السعودية للفترة (١٩٨٠ – ٢٠٠٠)؛ حيث هدفت الدراسة إلى معرفة التوزيع الجغرافي للأمطار في المملكة، وأهمية الاستفادة من مياه السيول في دعم القطاعات الزراعية، وتأمين مصادر المياه للمدن والقرى البعيدة عن مصادر المياه التقليدية، وأكدت الدراسة أهمية مياه السيول كمصدر غير تقليدي للمياه، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير تقنيات حصاد المياه، وتبني سياسات إدارة متكاملة للموارد المائية لمواجهة تحديات ندرة المياه في المملكة .

– دراسة الكناني (٢٠٠٦) عن تحليل السلاسل الزمنية للأمطار في العراق، واستخراج سنوات الجفاف وكيفية التنبؤ بتلك السنوات، وهدفت الدراسة إلى معرفة تباين قيم الأمطار الساقطة في العراق خلال الفترة من (١٩٥٠ – ٢٠٠٠) بين مناطق العراق المختلفة، واعتمدت منهجية الدراسة على التحليل الإحصائي للسلاسل الزمنية لتحديد التغيرات المناخية، واتضح من نتائج الدراسة أن هناك

بعض السنوات يقل فيها التساقط المطري عن المعدل السنوي، كما أمكن رصد وتحديد السنوات الجافة في كميات الأمطار المتوقعة للمدة من (٢٠٠٦-٢٠١٥).

- دراسة (Shereif, 2015) عن أهمية حصاد مياه الأمطار في المملكة المتحدة للجزء الجنوبي الشرقي من انجلترا للفترة الزمنية من (١٩٩٠-٢٠١٠)، الذي يتصف بندرة المياه بالمقارنة بشمال وغرب انجلترا، وقد هدفت الدراسة إلى تحديد معايير مناطق الحصاد، واتبعت منهجية تحديد معايير اختيار مواقع حصاد المياه باستخدام النمذجة الجغرافية ومعايير الهيدرولوجيا المناخية. وأوصت الدراسة بالمزيد من دراسات تقنيات تجميع مياه الأمطار.

- دراسة أبو غرسة (٢٠١٥) عن القيمة الفعلية للمطر والموازنة المائية في منطقة سرت للفترة الزمنية (١٩٩٥-٢٠١٥)، وهدفت الدراسة إلى تحديد القيمة الفعلية للمطر من خلال معادلتي ديمارتون وشرف، وأظهرت النتائج أن شهر سبتمبر هو أقل قيمة لفاعلية المطر، أما أعلى قيمة فكانت لشهر ديسمبر، كما تم التطرق لدراسة الموازنة المائية، وتحديد الاحتياجات المائية للمحاصيل الزراعية في المناطق التي تعاني من تذبذب المطر.

- دراسة الشمري (٢٠٢١) عن توظيف التحليل التكراري المقارن للأمطار اليومية القصوى في تقدير احتمالية هطولها بمنطقة عسير؛ حيث هدفت الدراسة إلى تناول تحليل تكرار كميات الأمطار اليومية القصوى للفترة (١٩٧١ - ٢٠١٧)، واحتمالية سقوطها بمنطقة الدراسة، واستخدمت الدراسة التحليل الإحصائي التكراري لمعدلات الهطول القصوى لتقدير الاحتمالات المستقبلية للأمطار الشديدة، وبينت الدراسة أن هناك تفاوتاً في تكرار الأمطار الشديدة، مما يتيح إمكانية تقدير مخاطر الفيضانات وتحسين التخطيط لمواجهتها.

- دراسة (Al-Harbi, 2021) عن التقييم المتوازن للمياه من أجل التنمية المستدامة في جنوب غرب المملكة العربية السعودية للفترة الزمنية (٢٠١٠-٢٠٢٠)،

التي هدفت إلى تقييم توازن المياه في منطقة جنوب غرب المملكة، بخاصة في مناطق مثل عسير وجازان، كما هدف البحث إلى دراسة كيفية استخدام الموارد المائية بشكل مستدام لدعم التنمية في هذه المناطق التي تواجه تحديات مائية بسبب الجفاف وتغير المناخ، واستخدمت الدراسة تحليل موازنة المياه بين الموارد المتاحة والطلب المتوقع، وأظهرت الدراسة اختلالاً في التوازن المائي نتيجة الجفاف وتغير المناخ.

– دراسة الأسمري (٢٠٢٢) عن الملاءمة المكانية لحصاد مياه الأمطار في محافظة النماص بالمملكة العربية السعودية للفترة الزمنية (٢٠٠٠ – ٢٠٢٠)، التي هدفت إلى دراسة خصائص الأمطار في محافظة النماص، وتقدير حجم المياه الجارية في أحواضها، ومن ثم تحديد الأنماط الأكثر ملاءمة لإنشاء مشاريع خزن مياه الأمطار، واعتمدت الدراسة على تحليل خصائص الأمطار وتقدير الجريان السطحي باستخدام نظم المعلومات الجغرافية والنمذجة المكانية، وحددت الدراسة مواقع ذات كفاءة عالية لإنشاء مشروعات حصاد مياه، وأوصت بتطبيقها لدعم الأمن المائي وتقليل الفاقد من الجريان السطحي.

وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في منهجية الدراسة، والتطرق لدراسة فاعلية الأمطار في بعض الدراسات المدروسة، منها: دراسة أبو غرسة. كما تتفق مع بعض الدراسات السابقة في تحليل ودراسة الميزانية المائية وتقدير حجم الجريان السطحي، منها: دراسة الأسمرى، بينما تمثل الإضافة العلمية لهذه الدراسة في إنتاج خريطة درجات خطورة السيول، وتقسيم منطقة الدراسة إلى مناطق متدرجة في الخطورة، فضلاً عن توقيع شبكات الطرق والعمران والزراعة على خريطة درجات خطورة السيول، وتحديد المناطق ذات الخطورة العالية وأثرها في مظاهر التنمية العمرانية والزراعية.

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة كدراستي الكناني وآل

الشيخ في بناء الإطار النظري، فضلاً عن الاستفادة من الأساليب المستخدمة بغاية تحقيق أهداف الدراسة.

التحليل والمناقشة:

أولاً: خصائص الأمطار في محافظات غرب منطقة عسير:

يحظى جنوب غرب المملكة بكميات وفيرة من الأمطار، وذلك نظراً لوقوع المنطقة تحت تأثير نطاقين من الضغط المنخفض:

الأول: المنخفض السوداني في فصل الصيف الذي يعمل على جذب الهواء الرطب عند مروره عبر سواحل البحر الأحمر فيحمل كميات كبيرة من بخار الماء ويصل إلى مرتفعات جنوب غرب عسير، مما يسبب هطول الأمطار.

والآخر: منخفض شرق البحر المتوسط في فصل الشتاء، الذي يتوغل إلى منطقة الدراسة مما يسبب الأمطار الشتوية (الجراش، ١٩٨١، ص ٥٤)، لذلك تسهم الرياح الموسمية والمنخفضات الجوية في زيادة متوسطات الأمطار مقارنة بمناطق أخرى في المملكة العربية السعودية، فضلاً عن الطبيعية التضاريسية الجبلية التي تعمل على رفع الهواء الرطب القادم من البحر الأحمر، مما يؤدي إلى تكثف السحب وسقوط الأمطار مما يميزها عن باقي مناطق المملكة الأقل مطراً.

١- التوزيع السنوي والفصلي لكميات الأمطار:

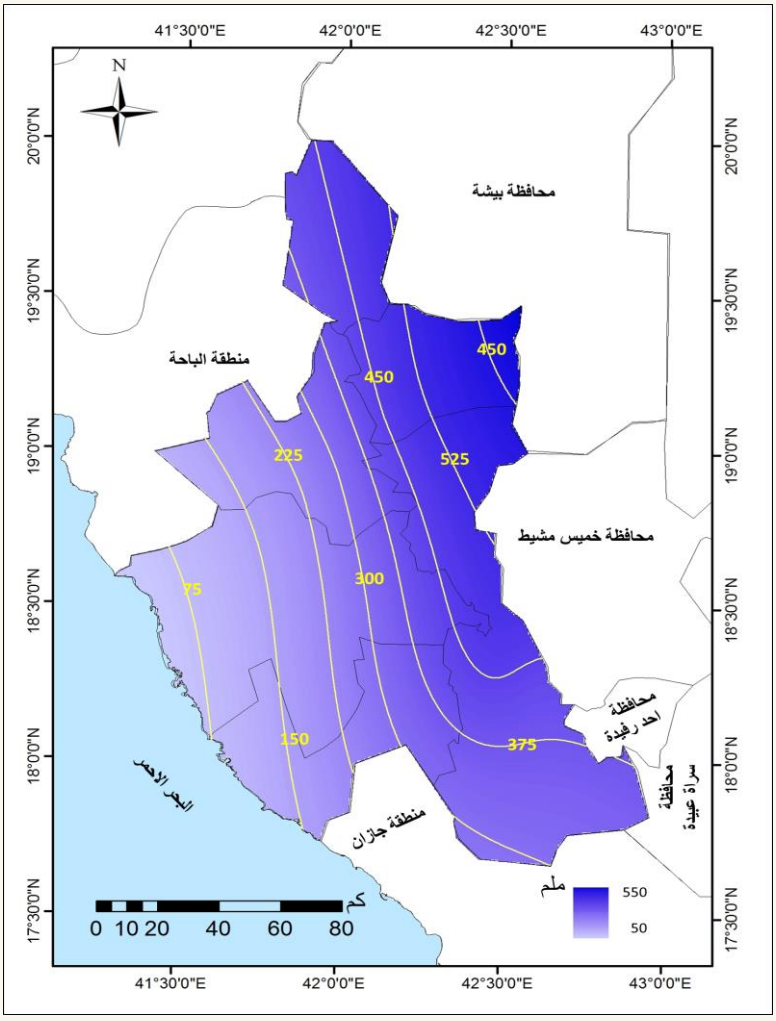
تبين من خلال تحليل الجدول (٢) والشكل (٢) أن المتوسط السنوي لكميات الأمطار يتراوح بين (٩٧,٨ - ٤٨٥,٩ ملم)، وكانت المناطق الأكثر ارتفاعاً هي الأعلى مطراً. ويعد فصل الربيع أكثر الفصول مطراً بإجمالي ٧٠١,٥ ملم، وتستأثر محطتا السودة والنماص بالنسبة الأعلى من هذه الكميات وذلك نظراً لبلغوهما أعلى ارتفاع تضاريسي بمنطقة الدراسة؛ حيث ترتفع السودة ٣٠١٥ مترا عن سطح البحر، والنماص ٢٨٠٠ متراً، يلي الربيع فصل الشتاء بإجمالي

٤١٦,٥ ملم، بينما سجلت محطتا محايل والمجاردة كميات منخفضة، مما يشير إلى ضعف تأثير المنخفضات الشتوية في المناطق المنخفضة، أما فصل الصيف فقد سجل ٢٦٨,٧ ملم مع تركز كميات الأمطار في محطات أبها والسودة مما يدل على تأثير الأمطار الجبلية الموسمية، بينما كان فصل الخريف في المرتبة الأخيرة من حيث إجمالي كميات الأمطار ١٦٥,١ ملم، مع استمرار النماص والسودة في تسجيل القيم الأعلى نسبياً، في حين استمرت محطتا محايل والمجاردة في تسجيل القيم الأدنى، مما يشير إلى أن الموقع الجغرافي والتضاريس يسهمان بدور رئيس في توزيع الأمطار موسمياً. وفيما يلي عرض تحليلي لكميات الأمطار على المستوى الفصلي، وترتبها تنازليا من الأعلى كمية إلى الأقل كمية.

جدول (٢) المتوسطات الفصلية والسنوية لكميات الأمطار (ملم) في غرب عسير للفترة (١٩٨٥ – ٢٠١٩)

المحطة المناخية	الشتاء		الربيع		الصيف		الخريف		السنوي
	كميات الأمطار	(%)	كميات الأمطار	(%)	كميات الأمطار	(%)	كميات الأمطار	(%)	
أبها	٧٨,٢	١٨,٧	١٧٢,١	٢٤,٥	١٠١,١	٣٧,٦	٢٨,٦	١٧,٣	٣٨٠
السودة	١٢٩,١	٣١	٢١٣,٣	٣٠,٤	٩٣,٩	٣٤,٩	٣٨,٣	٢٣,١	٤٧٤,٦
محايل	٣٤,٧	٨,٣	٤٤,٩	٦,٤	١٢,٨	٤,٧	٢١,١	١٢,٧	١١٥,٨
النماص	١٥٦,٦	٣٧,٧	٢٢٧,٣	٣٢,٤	٥٤,٤	٢٠,٢	٤٧,٦	٢٨,٨	٤٨٥,٩
المجاردة	١٧,٩	٤,٣	٤٣,٩	٦,٣	٦,٥	٢,٦	٢٩,٥	١٧,٨	٩٧,٨
المجموع	**٤١٦,٥**	**١٠٠**	**٧٠١,٥**	**١٠٠**	**٢٦٨,٧**	**١٠٠**	**١٦٥,١**	**١٠٠**	**١٥٥٤,١**

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على: وزارة البيئة والمياه والزراعة، المركز الوطني للأرصاد م تقارير مناخية غير منشورة (١٩٨٥ – ٢٠١٩).



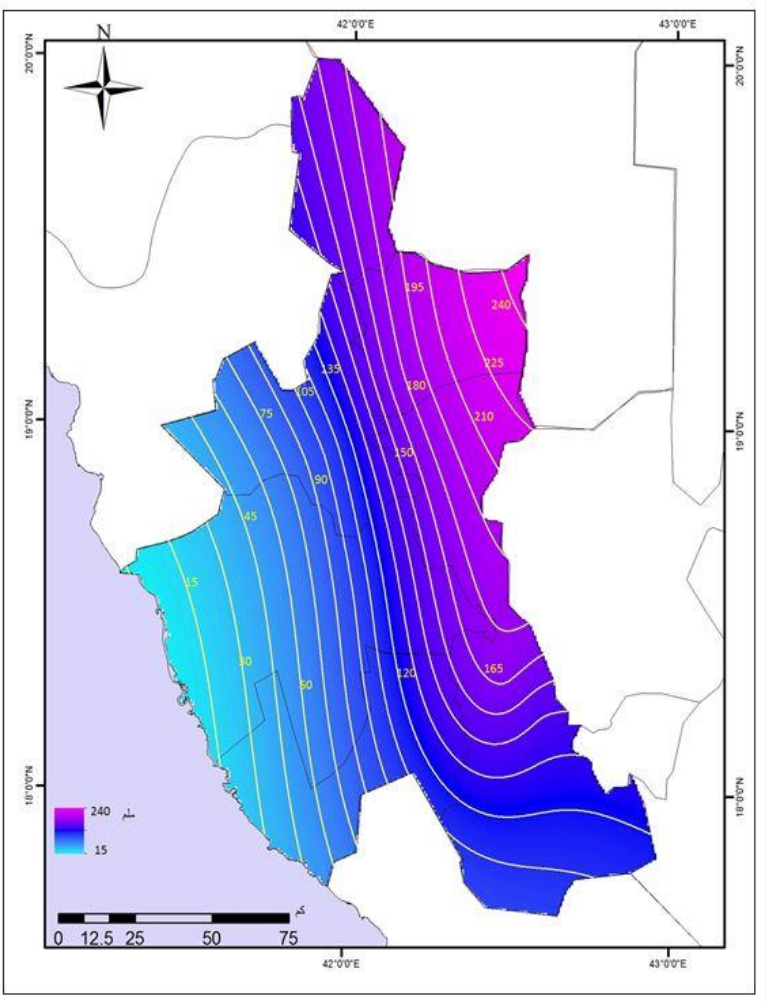
المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٢) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٢)

خطوط تساوي متوسطات كميات الأمطار السنوية في منطقة الدراسة

فصل الربيع:

يعدّ فصل الربيع الفصل الأعلى مطراً بمنطقة الدراسة وذلك في كل محطات المنطقة؛ وذلك لتأثير الأمطار الموسمية التي تحدث نتيجة التقاء الكتل الهوائية فوق البحر الأحمر التي تؤدي إلى زيادة نشاط التيارات الهوائية الصاعدة، وهذه الأمطار ترافقها العواصف الرعدية التي أغلبها يسقط بعد الظهر بالإضافة إلى تأثير منخفض السودان الموسمي (الأحيدب، ١٩٩٨، ص٢٣)، فسجل فصل الربيع أعلى كميات أمطار في كل محطات منطقة الدراسة. سجلت النماص الأعلى ارتفاعاً عن مستوى سطح البحر ٢٢٧,٣ملم أي بنسبة ٤٦,٨ % من نسبة أمطارها السنوية، يليها السودة ٢١٣,٣ملم، بنسبة ٤٤,٩ % من كميات الأمطار السنوية بها بفصل الربيع.



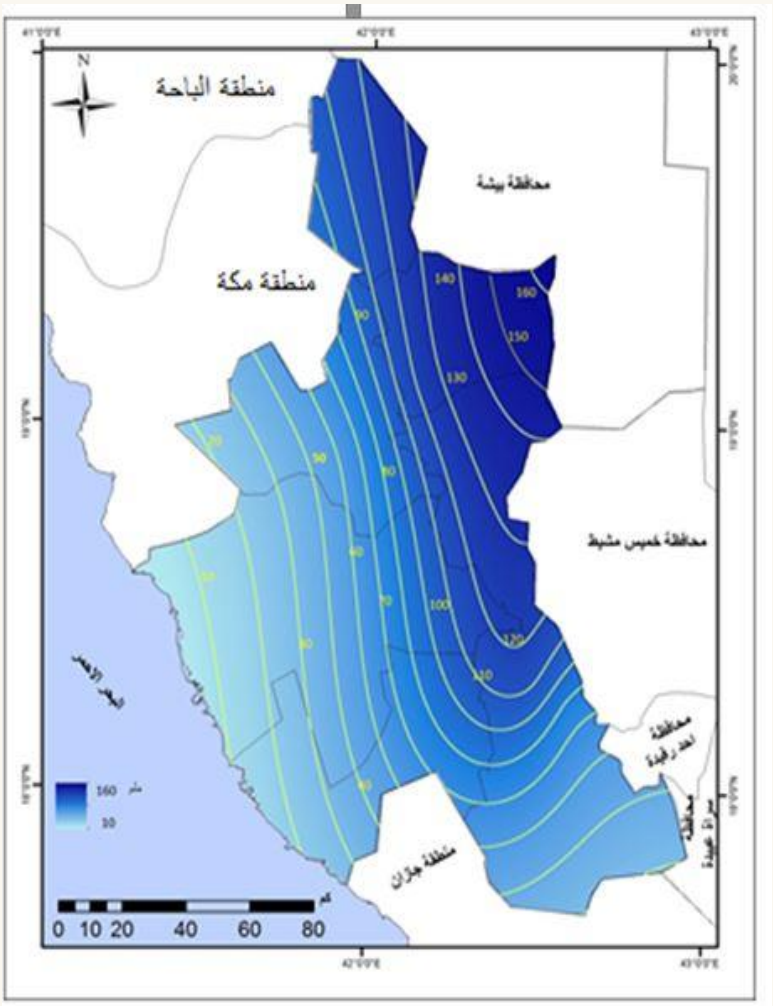
المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٢) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٤)

خطوط تساوي متوسطات كميات الأمطار في فصل الربيع في منطقة الدراسة

فصل الشتاء:

يأتي فصل الشتاء في المرتبة الثانية مطراً بمنطقة الدراسة من حيث كميات الأمطار نتيجة تأثير المنخفضات الجوية القادمة من البحر الأبيض المتوسط، التي تؤدي إلى تكوين السحب الممطرة فوق المنطقة، بالإضافة إلى ذلك، تسهم الرياح الشمالية الغربية الباردة والرطبة في تكثف بخار الماء وسقوط الأمطار، بخاصة على المرتفعات الغربية من عسير (الأحيدب، ١٩٩٨، ص ٢٣)، فتتراوح متوسطات الأمطار بين (١٧,٩ – ١٥٦,٦ملم) بمحطات منطقة الدراسة، لتسجل النماص أعلى كميات أمطار شتاءً بنحو١٥٦,٦ ملم أي بنسبة ٣٢,٢ % من كميات أمطارها السنوية، وذلك نظراً لأنها أعلى منطقة الدراسة ارتفاعاً عن سطح البحر، ويليها محايل ٣٤,٧ملم، أي بنسبة ٢٩٪، ثم السودة ٢٧,٣ %، وكانت أقل نسبة أمطار شتاءً للمجاردة بنحو ١٧,٩ملم أي بنسبة ١٨,٣٪ .



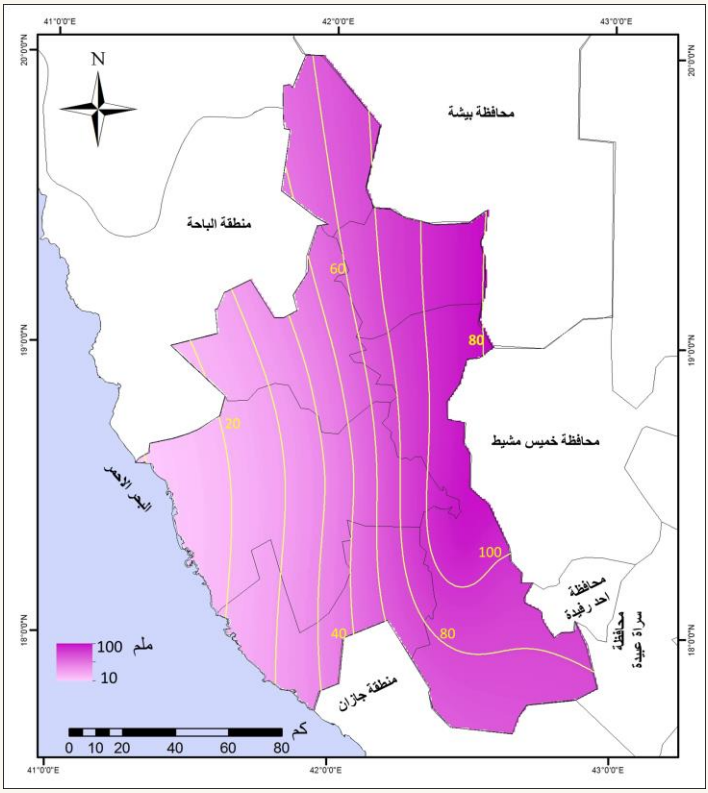
المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٢) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٣)

خطوط تساوي متوسطات كميات الأمطار في فصل الشتاء في منطقة الدراسة

فصل الصيف:

يحتل فصل الصيف المرتبة الثالثة مطراً بمنطقة الدراسة بعد فصلي الربيع والشتاء، وذلك نظراً للارتفاع النسبي لدرجة الحرارة، وزيادة انخفاض الضغط الذى ينتج عنه زيادة في سرعة الرياح القادمة من البحر الأحمر في الغرب، وبالتالي زيادة نشاط التيارات الهوائية الصاعدة الرطبة، وتعد محطتا أبها السودة أعلى محطات منطقة الدراسة مطراً بفصل الصيف لتسجل أبها ١٠١,١ملم أي بنسبة ٢٦,٦٪ من نسبة أمطارها السنوية، والسودة ١٩,٨٪، ويرجع ذلك إلى وقوعهما في اتجاه هبوب الرياح الموسمية الجنوبية الغربية الرطبة، مما يؤدي إلى زيادة الأمطار بهما، التي ترافقها غالباً العواصف الرعدية التي تؤدي إلى الأمطار الشديدة التي يمكن أن تصل حد السيول، في حين سجلت محايل والنماص والمجاردة (١١، ١١,٢، ٦,٧ %) على التوالي.



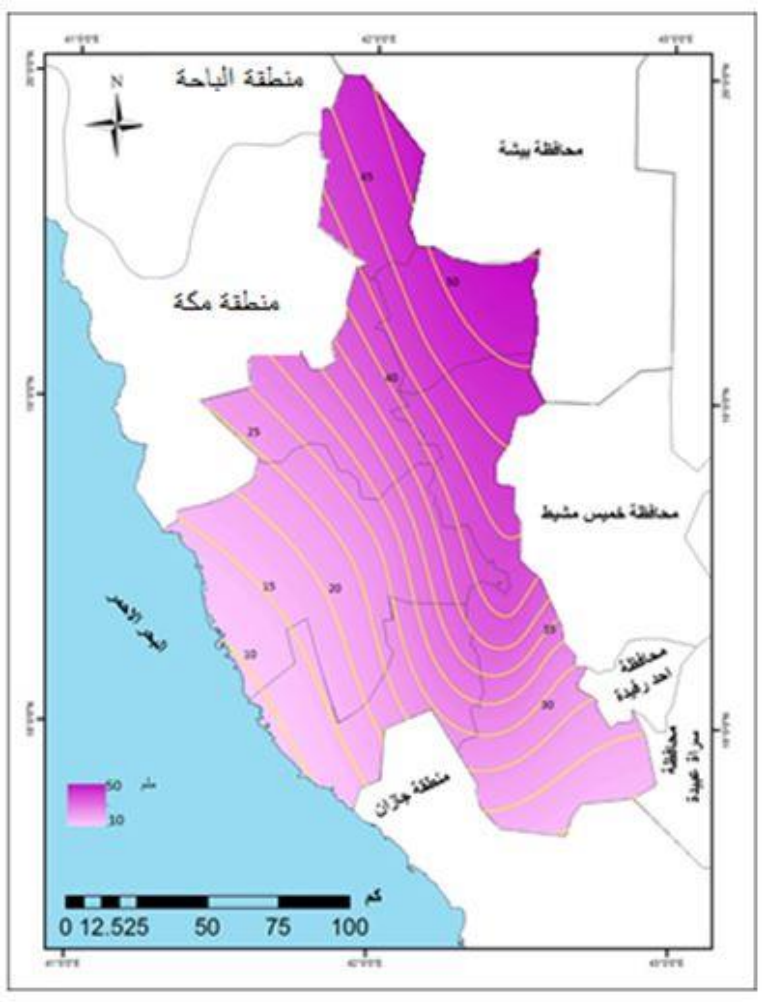
المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٢) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٥)

خطوط تساوي متوسطات كميات الأمطار في فصل الصيف في منطقة الدراسة

فصل الخريف:

يعد فصل الخريف أقل فصول العام مطراً بمنطقة الدراسة، حيث يسجل المرتبة الرابعة في كميات الأمطار، وذلك نظراً لأن الكتل الهوائية الرطبة تحل محل الكتل الهوائية الجافة متأثرة بتوزيعات الضغط الجوي، كما أن الكتل الهوائية الرطبة القادمة من المحيط الأطلنطي والبحر المتوسط تأخذ في الهبوب من آن إلى آخر على الأجزاء الشمالية من المملكة، وقد تسقط الأمطار في أواخر هذا الفصل (سيف، ١٩٩٥، ص ٧٧)، ويستثنى من هذا الانخفاض محطة المجاردة التي وصلت نسبة الأمطار فيها في فصل الخريف ٣٠,١ % من نسبة الأمطار السنوية بها، ويليها محطة محايل ١٨٪، ويرجع ذلك إلى وقوعهما على منسوب منخفض عن باقي محطات الدراسة، بينما انخفضت كميات الأمطار بأبها والسودة والنماص إلى أقل معدلاتها خلال العام لتسجل (٧,٢، ٨، ٩,٨٪) على التوالي، ويعود ذلك إلى ضعف تأثير المنخفضات الجوية وقلة نشاط الرياح الموسمية خلال هذا الفصل.



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٢) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٦)

خطوط تساوي متوسطات كميات الأمطار في فصل الخريف في منطقة الدراسة

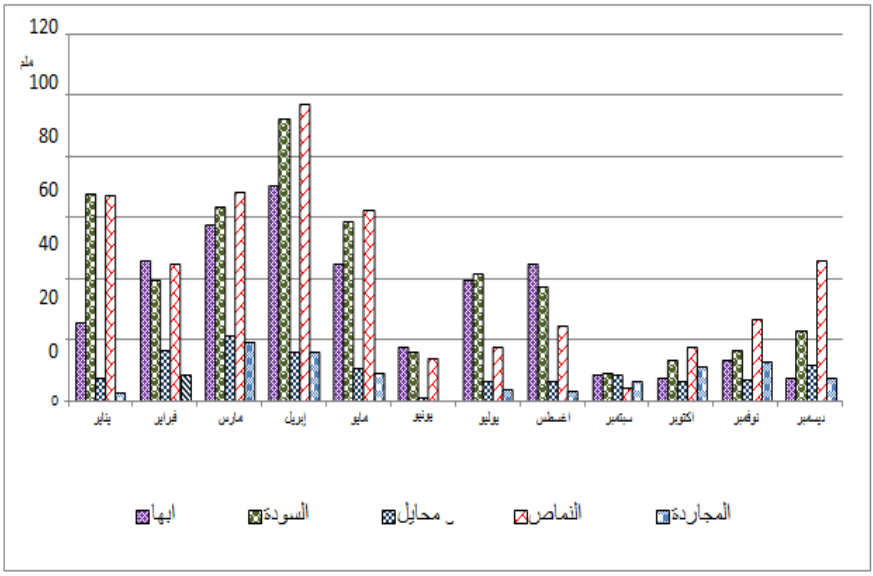
٢- التوزيع الشهري لكميات الأمطار:

تسقط معظم أمطار منطقة الدراسة خلال الفترة ما بين شهر يناير وحتى شهر أغسطس؛ حيث تسقط في هذه الفترة نحو ٩٠,٥ % من مجموع الأمطار السنوية لأبها، ونحو ٨٧,١ %، ٨٠,٩ % من مجموع الأمطار السنوية للسودة والنماص على التوالي، وتنخفض هذه النسبة في محايل والمجاردة إلى نحو ٧٢٪، ٦٢,٩٪ على التوالي، كما يستحوذ شهر أبريل على النصيب الأكبر من المطر بكل محطات منطقة الدراسة فسجل شهر أبريل بالنماص نحو٩٦,٩ ملم أي ما يمثل٢٠٪ من مجموع الأمطار السنوية، ويليه محطتا السودة وأبها (٩١,٨، ٧٠,٤ ملم)، أي بنسبة ١٩,٣ %، ١٨,٤ % على التوالي، ويرجع ذلك إلى ازدياد حركة الحزام المطري الاستوائي شمالاً، مما يعمل على نشاط الرياح الموسمية التي تحمل كميات كبيرة من الرطوبة، وعند اصطدام هذه الرياح بالمرتفعات الجبلية لعسير يحدث تكثف سريع لبخار الماء، مما يؤدي إلى تكوين السحب الممطرة، بالإضافة إلى ذلك تكون درجات الحرارة ملائمة لتكوين التيارات الصاعدة التي تسهم من فرص هطول الأمطار (الأحيدب، ١٩٩٨، ص ٣٣). ويليه شهر مارس الذي يشغل المرتبة الثانية مطراً بعد شهر أبريل، وذلك في كل محطات منطقة الدراسة، فقد سجل شهر مارس بالمجاردة ومحايل١٩,٦ %، ١٨,٣٪ من مجموع الأمطار السنوية على التوالي، بينما سجلت شهور فصل الخريف أقل الشهور مطراً خصوصا في محطات شرق منطقة الدراسة في أبها والسودة والنماص بالمقارنة بارتفاع كميات الأمطار في محطات غرب منطقة الدراسة في محايل والمجاردة، وذلك في فصل الخريف فقط.

جدول (٣) المتوسطات الشهرية لكميات الأمطار (ملم) في غرب عسير للفترة (١٩٨٥ – ٢٠١٩)

الشهر	أبها		السودة		محايل		النماص		المجاردة		المجموع الشهري	
	ملم	(%)	ملم	(%)	ملم	(%)	ملم	(%)	ملم	(%)	ملم	(%)
يناير	٢٥,٣	١٤,٩	٦٧,٣	٣٩,٧	٧,٢	٤,٢	٦٦,٨	٣٩,٥	٢,٥	١,٤	١٦٩,١	١٠٠
فبراير	٤٥,٥	٢٩,٥	٣٩,٢	٢٥,٤	١٦,٢	١٠,٥	٤٤,٣	٢٨,٧	٨,٧	٥,٦	١٥٣,٩	١٠٠
مارس	٥٧,٢	٢٤,٩	٦٣,٢	٢٧,٥	٢١,٢	٩,٢	٦٨,٢	٢٩,٧	١٩,٢	٨,٣	٢٢٩	١٠٠
أبريل	٧٠,٤	٢٤,٢	٩١,٨	٣١,٦	١٥,٦	٥,٣	٩٦,٩	٣٣,٣	١٥,٨	٥,٤	٢٩٠,٥	١٠٠
مايو	٤٤,٥	٢٤,١	٥٨,٣	٤٦,٢	١٠,٣	٥,٥	٦٢,٢	٣٣,٩	٨,٩	٤,٨	١٨٤,٢	١٠٠
يونيو	١٧,٢	٣٦,٢	١٥,٦	٣٢,٩	٠,٨	١,٦	١٣,٦	٢٨,٧	٠,٢	٠,٤	٤٧,٤	١٠٠
يوليو	٣٩,٢	٣٦,٦	٤١,٢	٣٨,٤	٥,٩	٥,٥	١٧,٢	١٦	٣,٦	٣,٣	١٠٧,١	١٠٠
أغسطس	٤٤,٧	٣٨,٩	٣٧,١	٣٢,٣	٦,٢	٥,٤	٢٤,١	٢٠,٩	٢,٧	٢,٣	١١٤,٨	١٠٠
سبتمبر	٨,٤	٢٣,٤	٨,٩	٢٤,٧	٨,١	٢٢,٥	٤,١	١١,٤	٦,٤	١٧,٨	٣٥,٩	١٠٠
أكتوبر	٧,٣	١٣,٣	١٣,٢	٢٤	٦,٢	١١,٢	١٧,٢	٣١,٢	١١,١	٢٠,٢	٥٥	١٠٠
نوفمبر	١٢,٩	١٧,٣	١٦,٢	٢١,٧	٦,٨	٩,١	٢٦,٣	٣٥,٢	١٢,٤	١٦,٦	٧٤,٦	١٠٠
ديسمبر	٧,٤	٧,٨	٢٢,٦	٢٤	١١,٣	١٢	٤٥,٥	٤٨,٤	٧,١	٧,٥	٩٣,٩	١٠٠

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على: وزارة البيئة والمياه والزراعة، المركز الوطني للأرصاد، مركز الوثائق العلمية مجموعة تقارير مناخية غير منشورة (١٩٨٥ – ٢٠١٩).



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٣).

شكل (٧) متوسطات الأمطار الشهرية في منطقة غرب عسير

يشير تحليل جدول (٣) إلى وجود تباين واضح في التوزيع المطري بين الأشهر والمحطات، فقد سجل شهرا مارس وأبريل أعلى المتوسطات المطرية الشهرية؛ حيث بلغ إجمالي كميات الأمطار في أبريل نحو ٢٩٠,٥ ملم، وهو ما يمثل ذروة الموسم المطير، تليها كميات مرتفعة في مارس ومايو، وتعد محطتا النماص والسودة الأكثر استقبالاً للأمطار خلال هذه الفترة، ويرجع ذلك إلى تأثير عامل الارتفاع وأيضاً اتجاه الرياح الغربية التي تمر فوق مياه البحر الأحمر مما يزيد من رطوبتها ويزيد كميات الأمطار نتيجة اصطدام الرياح بالحواجز الجبلية ثم صعودها لأعلى؛ حيث تنخفض درجة الحرارة مع الارتفاع، الأمر الذى يؤدي إلى تكاثف بخار الماء وسقوط الأمطار المؤدية للسيول، كما تظهر محطتا محايل والمجاردة أقل معدلات

للأمطار على مدار العام خصوصا في فصلي الصيف والشتاء، أما أشهر يونيو وسبتمبر وأكتوبر فهي الأقل من حيث كميات الأمطار، كما يتضح من شكل (٧). ويلاحظ كذلك أن منطقة الدراسة تتأثر بشكل رئيس بالعوامل المناخية الموسمية؛ حيث تتركز معظم الأمطار في فصل الربيع مع بعض التأثيرات الثانوية للأمطار الصيفية في المناطق المرتفعة.

٣– تصنيف نطاقات الأمطار بمنطقة الدراسة:

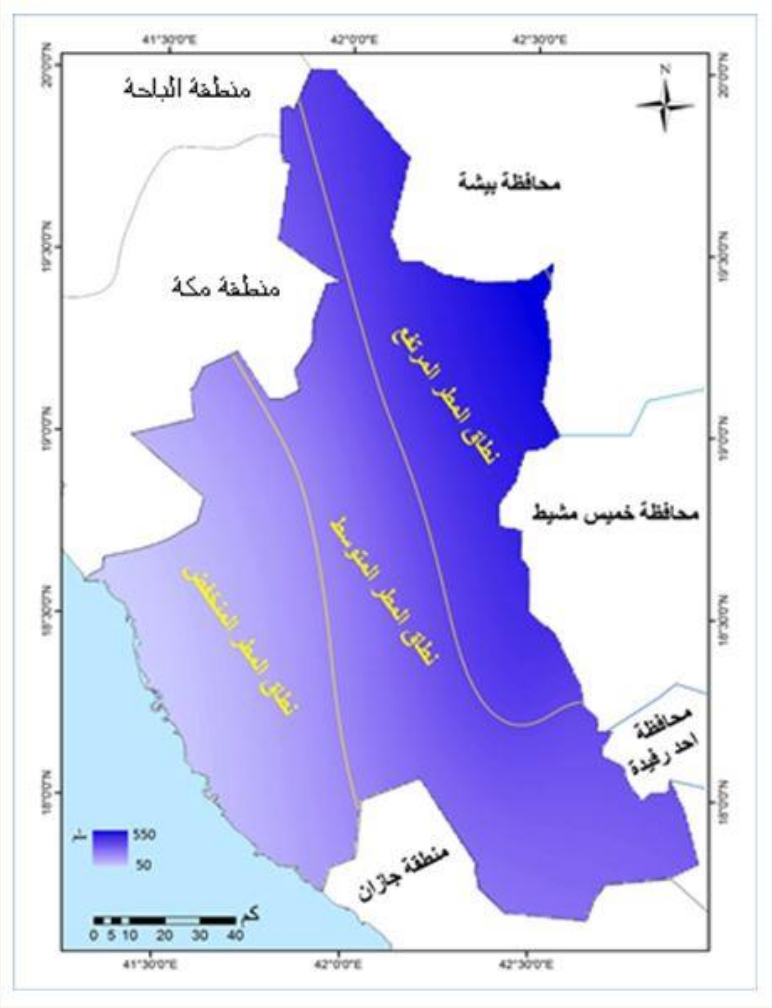
بناءً على تحليل خطوط تساوي الأمطار السنوية في غرب منطقة عسير، يمكن تقسيم منطقة الدراسة إلى ثلاثة نطاقات تبعاً لكميات الأمطار الساقطة على المنطقة يوضحها شكل (٨)، وهي كالتالي:

أ– نطاق الأمطار المرتفعة:

وفي هذا النطاق تبلغ كميات الأمطار السنوية أكثر من ٤٠٠ ملم، وتبلغ مساحة هذا النطاق نحو ٣٢ % من مساحة منطقة الدراسة؛ حيث تتركز في الجزء الشرقي من المنطقة؛ بخاصة معظم محافظات بلقرن والنماص والأجزاء الشرقية من محافظة أبها، ومركز السودة.

ب– نطاق الأمطار المتوسطة:

وتبلغ كميات الأمطار السنوية بهذا النطاق من (٢٠٠ – ٤٠٠) ملم، ويتركز تقريباً في القسم الأوسط من المنطقة، وتبلغ مساحة هذا النطاق نحو٣٩ % من مساحة منطقة الدراسة، ويتركز هذا النطاق في معظم محافظة أبها، والأجزاء الشرقية من محافظات المجاردة، ومحايل، ورجال ألمع.



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٣) بتصرف باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (٨)

توزيع نطاقات المطر السنوية في منطقة غرب عسير

ج. نطاق الأمطار المنخفضة:

تبلغ كميات الأمطار السنوية بهذا النطاق أقل من ٢٠٠ ملم، وتبلغ مساحته نحو ٢٩ % من مساحة منطقة الدراسة، والذي يتركز في غرب المنطقة، ليشمل محافظة البرك كاملة، وأجزاء من محافظات المجاردة، ومحايل، ورجال ألمع.

ثانياً: فاعلية المطر في محافظات غرب منطقة عسير:

تعد منطقة الدراسة من المناطق التي تشهد هطولاً مطرياً متفاوتاً، مما يجعل دراسة فاعلية الأمطار أمرا مهما لمعرفة مدى تأثيرها في السيول، وذلك بهدف معرفة كيفية توزيع الأمطار واستغلالها، بالإضافة إلى تقييم المخاطر المرتبطة بالسيول، وذلك لدعم التخطيط العمراني وإدارة الموارد المائية بكفاءة. ولمعرفة خصائص الأمطار بغرب عسير يمكن دراسة مدى تركزه في محطات منطقة الدراسة، وكذلك معرفة القيمة الفعلية لهذه الأمطار وذلك على النحو التالي:

١– تركز الأمطار بمنطقة الدراسة بتطبيق قرينة لورنز:

يمكن معرفة مدى تركز المطر بغرب عسير من خلال دراسة قرينة لورنز؛ حيث تستخدم قرينة لورنز لتحليل التفاوت في توزيع الأمطار، مما يساعد على فهم مدى تركزها في مناطق أو فترات زمنية معينة، وترجع أهمية دراستها في قدرتها على تقييم مدى انتظام توزيع الأمطار، ويظهر معامل لورنز ما إذا كانت الأمطار موزعة بشكل متوازن أو مركزة في مناطق محددة فقط دون غيرها، كما يمكن استخدامها لتحديد المناطق التي تعاني من تذبذب في توزيع الأمطار، مثل: الأمطار الغزيرة التي تسقط خلال فترات قصيرة التي تؤدي إلى السيول، لذلك فدراستها تسهم في وضع خطط للمناطق الآمنة للمنشآت العمرانية وشبكات الطرق، وأيضاً لمعرفة مدى ما يمكن الاستفادة منه من مياه الأمطار في الزراعة، ويوضح الجدول (٤) تطبيق قرينة لورنز لقياس تركز المطر المكاني من خلال المعادلة الآتية:

$$I = (A - R) / (M - R)$$
(Arnold, et al, 2018.)

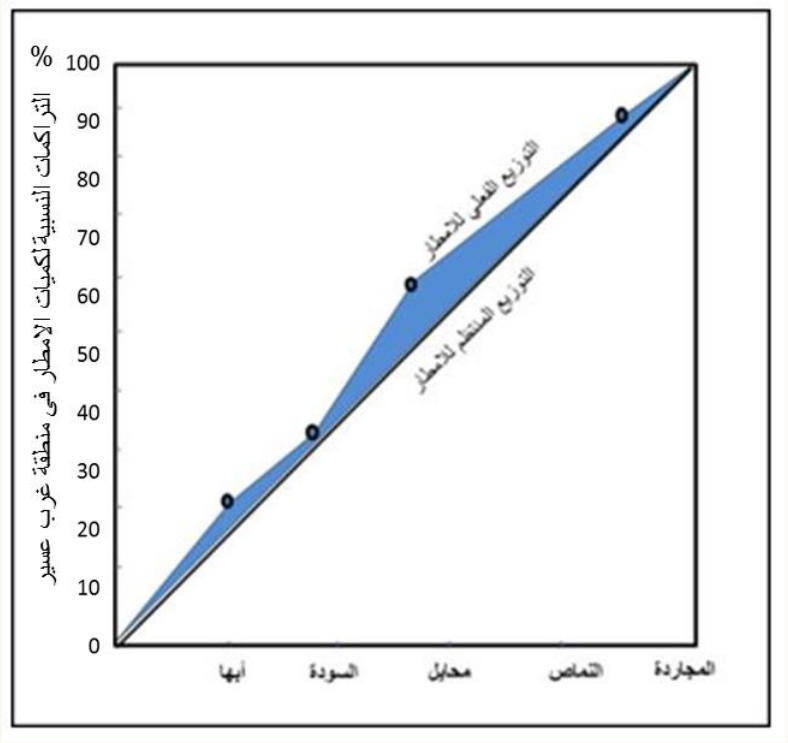
حيث: (A) هي التراكمات النسبية التراكميات، (R) تمثل التوزيع المنتظم التراكمي، (M) تمثل التوزيع المركز التراكمي.

ويمكن تمثيل نتائج المعادلة على منحنى لورنز الذي يظهر التوزيع التراكمي للأمطار مقارنة بالتوزيع المثالي المتساوي، حيث يساعد هذا التحليل في اتخاذ قرارات تتعلق بإدارة الموارد المائية، والتخطيط الزراعي والعمراني بالمنطقة، فإذا أظهر معامل لورنز تركزاً عالياً للأمطار في فترة قصيرة، فقد يشير ذلك إلى مخاطر الأمطار التي تؤدي إلى السيول، ما يستدعي تهيئة البنية التحتية للتعامل مع مياه هذه الأمطار، فضلاً على أنه يكشف أيضاً عن مناطق ضعف الأمطار التي تحتاج إلى حلول لمواجهة خطر الجفاف، وقد أشارت نتائج تطبيق المعادلة إلى أن قرينة لورنز تبلغ نحو (٠,١٧) على منطقة غرب عسير، وهو بذلك يتميز بالتوزيع المكاني شبه المنتظم، وذلك لصغر ناتج قرينة لورنز، كما يتضح من شكل (٩).

جدول (٤) نتائج تطبيق قرينة لورنز لتركز المطر بمنطقة غرب عسير

المحطة	معدل الأمطار التكرارات المطلقة	التكرارات النسبية	التراكمات النسبية التراكميات (A)	توزيع منتظم	توزيع منتظم تراكمي (R)	توزيع مركز	توزيع مركز تراكمي (M)
أبها	٣٨٠	٢٤,٤	٢٤,٤	٢٠	٢٠	١٠٠	١٠٠
السودة	٤٧٤,٦	٣٠,٦	٥٥	٢٠	٤٠	–	١٠٠
محايل	١١٥,٨	٧,٤	٦٢,٤	٢٠	٦٠	–	١٠٠
النماص	٤٨٥,٩	٣١,٣	٩٣,٧	٢٠	٨٠	–	١٠٠
المجاردة	٩٧,٨	٦,٣	١٠٠	٢٠	١٠٠	–	١٠٠
المجموع	**١٥٥٤,١**	**١٠٠**	**٣٣٥,٥**	**١٠٠**	**٣٠٠**	**–**	**٥٠٠**

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على تطبيق قرينة لورنز وبيانات جدول (٢).



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (٤).

شكل (٩) منحنى لورنز لتركز الأمطار في منطقة غرب عسير

٢– القيمة الفعلية للأمطار في منطقة الدراسة:

من الطبيعي بمكان أن كميات الأمطار الساقطة بغرب عسير لا يتم الاستفادة منها كلياً وذلك لأن نسبة منها تفقد بوسائل عديدة كالتبخر والتسرب في شقوق القشرة الأرضية، ومسام التربة، وبالفقد عن طريق الجريان السطحي، لذلك فإن الكميات الساقطة للأمطار لا يمكن الاعتماد عليها كلياً في التنمية لما بها من نسبة فقد، لذا سوف تتطرق الباحثة إلى دراسة بعض معادلات القيمة الفعلية للمطر مثل ديمارتون وكوبن وذلك من أجل دراسة فاعلية المطر وتصنيف

مناطقها، وذلك على النحو التالي:

أ. القيمة الفعلية للمطر تبعاً لمعيار ديمارتون:

اعتمد ديمارتون في تصنيفه على كميات المطر السنوية، بالإضافة إلى كميات الحرارة السنوية التي أخذت الصيغة التالية: (موسى، ١٩٨٩، ٣٨).

ق = م / ح+ ١٠

حيث ق = القيمة الفعلية للأمطار، م = معدل المطر السنوي (ملم)، ح = معدل درجة الحرارة السنوية (م)، ١٠= معامل ثابت. وفي حالة التطبيق على القيمة الفعلية للأمطار الشهرية يضرب الناتج في (١٢) معامل ثابت.

جدول (٥) الحدود القياسية للأقاليم المناخية تبعاً لتصنيف ديمارتون

القيمة الفعلية للأمطار	نوع المناخ
أقل من ٥	مناخ جاف صحراوي
من ٥ – ١٠	مناخ شبه جاف
من ١٠ – ٢٠	مناخ رطب نسبياً
من ٢٠ – ٣٠	مناخ رطب
أكثر من ٣٠	مناخ شديد الرطوبة

المصدر: (موسى، ١٩٨٩، ص ٣٩).

وبتطبيق تصنيف ديمارتون (السنوي والفصلي والشهري) على محطات منطقة الدراسة كانت النتائج كما يتبين من الجدول (٦)، ومن التحليل يتضح ما يلي:

أظهرت نتائج فاعلية المطر السنوية لديمارتون أن أقصى فاعلية للمطر السنوي توجد في النماص والسودة وأبها؛ حيث صنفهم المعيار بالمناخ الرطب النسبي، في حين صنفت محطتي محايل والمجاردة بالمناخ الجاف، وكان أعلى فاعلية للأمطار الفصلية في المحطات لفصل الربيع، والذي بلغ (٣٥,٩) في النماص و(٣١,٢) في السودة؛ حيث صُنّفوا بالمناخ شديد الرطوبة نظراً لتخطي قيمة المعيار أكثر من ٣٠.

جدول (٦) نتائج تطبيق القيمة الفعلية للأمطار طبقا للتصنيف الشهري والفصلي والسنوي لديمارتون في محطات منطقة غرب عسير

المحطة	العنصر	ديسمبر	يناير	فبراير	الشتاء	مارس	أبريل	مايو	الربيع	يونيو	يوليو	أغسطس	الصيف	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	الخريف	السنوي
أبها	مطر	٧,٤	٢٥,٣	٤٥,٥	٧٨,٢	٥٧,٢	٧٠,٢	٤٤,٥	١٧١,٩	١٧,٢	٣٩,٢	٤٤,٧	١٠١,١	٨,٤	٧,٣	١٢,٩	٢٨,٩	٣٨٠
	حرارة	١٤,٩	١٤,١	١٤,٧	١٤,٥	١٧,٣	١٨,٧	٢١,٨	١٩,٢	٢٤,٥	٢٤,٣	٢٤,١	٢٤,٣	٢٢,٧	١٩,٨	١٦,٧	١٩,٧	١٩,٤
	ديمارتون	٣,٥	١٢,٥	٢٢,١	١٢,٤	٢٥,١	٢٩,٤	١٦,٧	٢٣,٢	٥,٩	١٣,٧	١٥,٧	١١,٦	٣	٢,٩	٥,٧	٥,٨	١٢,٩
	التصنيف	جاف	رطب نسبيا	رطب	رطب نسبيا	رطب	رطب	رطب نسبيا	رطب	شبه جاف	رطب نسبيا	رطب نسبيا	رطب نسبيا	جاف	جاف	شبه جاف	شبه جاف	رطب نسبيا
السودة	مطر	٢٢,٦	٦٧,٣	٣٩,٢	١٢٩,١	٦٣,٢	٩١,٨	٥٨,٣	٢١٣,٣	١٥,٦	٤١,٢	٣٧,١	٩٣,١	٨,٩	١٣,٢	١٦,٢	٣٨,٣	٤٧٤,٦
	حرارة	١٢,٨	١١,٩	١٣,٤	١٢,٧	١٥,٥	١٦,٨	١٩,٦	١٧,٣	٢١,٨	٢١,٨	٢٠,٧	٢١,٤	١٨,٨	١٥,٩	١٤,٥	١٦,٤	١٦,٩
	ديمارتون	١١,٨	٣٦,٨	٢٠,١	٢٢,٧	٢٩,٧	٤١,١	٢٣,٦	٣١,٢	٥,٨	١٥,٥	١٤,٥	١١,٨	٣,٧	٦,١	٧,٩	٥,٨	١٧,٦
	التصنيف	رطب نسبيا	شديد الرطوبه	رطب	رطب	رطب	شديد الرطوبة	رطب	شديد الرطوبة	شبه جاف	رطب نسبيا	رطب نسبيا	رطب نسبيا	جاف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	رطب نسبيا
النماص	مطر	٤٥,٥	٦٦,٨	٤٤,٣	١٥٦,٦	٦٨,٢	٩٦,٩	٦٢,٢	٢٢٧,٣	١٣,٦	١٧,٢	٢٤,١	٥٤,٩	٤,١	١٧,٢	٢٦,٣	٤٧,٦	٤٨٥,٩
	حرارة	٩,٨	٩,٨	١٠,٧	١٠,١	١٣,٢	١٤,٩	١٨	١٥,٣	٢٠,٦	٢٠,٧	٢٠,٦	٢٠,٦	٢٠,١	١٦,٥	١٥,٢	١٧,٢	١٥,٨
	ديمارتون	٢٧,٥	٤٠,٤	٢٥,٧	٣١,١	٢٥,٢	٤٦,٦	٢٦,٦	٣٥,٩	٥,٣	٦,٧	٩,٤	٧,١	١,٦	٧,٧	١٢,٥	٧	١٨,٨
	التصنيف	رطب	شديد الرطوبة	رطب	شديد الرطوبة	رطب	شديد الرطوبة	رطب	شديد الرطوبة	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	جاف	شبه جاف	رطب نسبيا	شبه جاف	رطب نسبيا
محايل	مطر	١١,٣	٧,٢	١٦,٢	٣٤,٧	٢١,٢	١٥,٦	١٠,٣	٤٧,٢	٠,٨	٥,٩	٦,٢	١٢,٩	٨,١	٦,٢	٦,٨	٢١,١	١١٥,٨
	حرارة	١٥,٩	١٥,٩	١٧,٥	١٦,٣	٢١,١	٢٢,٨	٢٤,٦	٢٢,٨	٢٦,٩	٢٨	٢٨,٥	٢٧,٨	٢٦,٤	٢١,١	١٧,٨	٢١,٧	٢٢,١
	ديمارتون	٥,٢	٣,٣	٧	٥,٢	٨,١	٥,٧	٣,٥	٥,٧	٠,٢	١,٩	١,٩	١,٣	٢,٦	٢,٤	٢,٩	٢,٦	٣,٦
	التصنيف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	شبه جاف	جاف	شبه جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف
المجاردة	مطر	٧,١	٢,٥	٨,٧	١٨,٣	١٩,٢	١٥,٨	٨,٩	٤٣,٩	٠,٢	٣,٦	٢,٧	٦,٥	٦,٤	١١,١	١٢,٤	٢٩,٩	٩٧,٨
	حرارة	١٥,٩	١٥,٩	١٧,٩	١٦,٥	٢١,٧	٢٢,٦	٢٤,٤	٢٢,٩	٢٦,٩	٢٧,٦	٢٨,٤	٢٧,٦	٢٦,٤	٢١,٥	١٧,٨	٢١,٩	٢٢,٢
	ديمارتون	٣,٢	١,١	٣,٧	٢,٧	٧,٢	٩,٤	٣,١	٥,٣	٠,٠٦	١,١	٠,٨	٠,٧	٢,١	٤,٢	٥,٣	٣,٧	٣,١
	التصنيف	جاف	جاف	جاف	جاف	شبه جاف	شبه جاف	جاف	شبه جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	جاف	شبه جاف	جاف	جاف

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على تطبيق معيار ديمارتون وجدول (٢) ثم الرطب في أبها (٢٣,٢)، ثم المناخ شبه الجاف للمحايل والمجاردة (٥,٧، ٥,٣) على التوالي.

سجل شهر أبريل أعلى قيم لفاعلية المطر خلال العام؛ بخاصة في محطتي النماص والسودة بنحو (٤٦,٦، ٤١,١) على التوالي، وكانت أقل قيمة لفاعلية المطر في فصل الخريف وذلك في كل المحطات، ليصنف بالمناخ شبه جاف في النماص والسودة وأبها (٧، ٥,٨، ٥,٨) على التوالي، وبالمناخ الجاف لمحايل والمجاردة (٢,٦، ٣,٧) تباعاً، وكان شهر سبتمبر هو أقل فصول العام لفاعلية المطر بكل المحطات، الذي اتصف بمناخه الجاف تبعاً لتصنيف ديمارتون في كل المحطات، وذلك لتدني ناتج المعيار أقل من (٥)، نظراً لارتفاع درجة الحرارة وقلة

الأمطار، وجدير بالذكر أنه بالرغم من أن محايل والمجاردة يغلب عليهما المناخ الجاف وشبه الجاف تبعاً لمعيار ديمارتون، فإنه تحدث فيهما أمطار فجائية في بعض الأيام تسبب السيول.

ب. القيمة الفعلية للمطر تبعاً لمعيار كوبن:

طُبّق تصنيف كوبن لمعرفة فاعلية الأمطار في محطات منطقة الدراسة، وذلك بالاعتماد على المعادلة التالية التي تعتمد على فصلية المطر وذلك كما يلي:

القيمة الفعلية للمطر (A) = كميات المطر بالسنتمير (p) / معدل درجة الحرارة المئوية (T)
(Peel , et al ,2007)

وبتطبيق المعادلة على محطات منطقة الدراسة سواء فصلياً، أو سنوياً كانت النتائج كما في جدول (٧).

جدول (٧)

فاعلية المطر الفصلية والسنوية في محطات منطقة غرب عسير في ضوء معيار (كوبن)

المحطة	الشتاء			الربيع			الصيف			الخريف			سنوي		
	كمية المطر السنوى (سم)	معدل الحرارة السنوي (م)	ناتج التطبيق	كمية المطر السنوى (سم)	معدل الحرارة السنوي (م)	ناتج التطبيق	كمية المطر السنوى (سم)	معدل الحرارة السنوي (م)	ناتج التطبيق	كمية المطر السنوى (سم)	معدل الحرارة السنوي (م)	ناتج التطبيق	كمية المطر السنوى (سم)	معدل الحرارة السنوي (م)	ناتج التطبيق
أبها	٧,٨	١٤,٥	٠,٥	١٧,١	١٩,٢	٠,٩	١٠,١	٢٤,٣	٠,٤	٢,٨	١٩,٧	٠,١	٣٨	١٩,٤	١,٩
السودة	١٢,٩	١٢,٧	١	٢١,٣	١٧,٣	١,٢	٩,٣	٢١,٤	٠,٤	٣,٨	١٦,٤	٠,٢	٤٧,٤	١٦,٩	٢,٨
النماص	١٥,٦	١٠,١	١,٥	٢٢,٧	١٥,٣	١,٥	٥,٤	٢٠,٦	٠,٤	٤,٧	١٧,٢	٠,٣	٤٨,٥	٥,٨	٣,١
محايل	٣,٤	١٦,٣	٠,٢	٤,٧	٢٢,٨	٠,٢	١,٢	٢٧,٨	٠,٠٤	٢,١	٢١,٧	٠,١	١١,٥	٢٢,١	٠,٥
المجاردة	١,٨	١٦,٥	٠,١	٤,٣	٢٢,٩	٠,٢	٠,٦	٢٧,٦	٠,٠٢	٢,٩	٢١,٩	٠,١	٩,٧	٢٢,٢	٠,٤٤

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على تطبيق معادلة كوبن وبيانات جدول (٢).

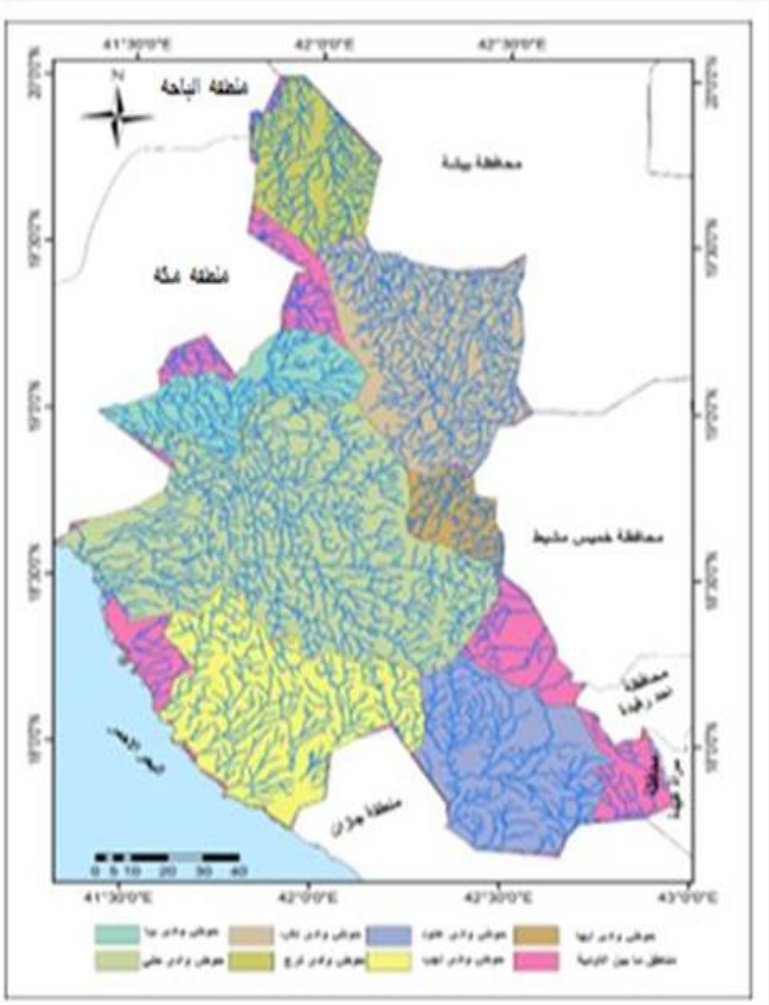
من خلال تطبيق تصنيف كوبن وتحليل الجدول السابق يتضح وجود تباين مكاني وزماني للقيمة الفعلية للمطر؛ حيث ترتفع القيم الفعلية في المناطق الجبلية مثل: النماص (٣,١) والسودة (٢,٨) وأبها (١,٩)، مما يعكس انتماءها إلى مناخ البحر المتوسط الحار صيفاً، بينما تنخفض هذه القيم في محايل (٠,٥) والمجاردة (٠,٤) إلى مستويات تعكس مناخاً شبه جاف، مما يوضح أن حدود التصنيف المناخي تنتقل من الإقليم المعتدل الرطب في المرتفعات إلى الإقليم الجاف في المناطق المنخفضة، ويرجع هذا التباين إلى اختلاف كميات الأمطار في هذه المحطات، حيث ترتفع في شرق منطقة الدراسة، وتنخفض في غربها، وكذلك لاختلاف درجات الحرارة بين مناطقها، كما يتضح وجود تباين زماني للقيمة الفعلية للمطر في المحطات؛ حيث تزيد القيمة الفعلية للمطر في كل محطات منطقة الدراسة بفصل الربيع، حيث تتراوح بين (٠,٢ – ١,٥) من المجاردة حتى النماص، ويليه فصل الشتاء بقيم تتراوح بين (٠,١ – ١,٥) من المجاردة إلى النماص، وكانت أقل فاعلية للمطر في محطات منطقة الدراسة تبعاً لتصنيف كوبن في فصل الخريف، الذى تراوح قيمه بين ٠,١ لكل من أبها ومحايل والمجاردة، و٠,٣ للنماص، ويرجع ذلك للتباين في كميات الأمطار واختلاف درجات الحرارة في هذه المحطات؛ حيث ترتفع كميات الأمطار في النماص والسودة، ويليهما أبها، وتقل في محايل والمجاردة، في حين يحدث العكس بالنسبة لدرجة الحرارة، لترتفع في محايل والمجاردة، وتقل في النماص والسودة وأبها نظراً لارتفاعها.

ومن المقارنة بين المعيارين تبين توافق نتائج تطبيق معياري ديمارتون وكوبن على منطقة الدراسة، ووجود تطابق في نتائج التطبيق المكاني والزمني للمعيارين، حيث أظهرت أن فاعلية المطر ترتفع في النماص والسودة وأبها، وتقل في محايل والمجاردة، كما أكدت النتائج أن فاعلية الأمطار ترتفع في فصل الربيع في كل محطات منطقة الدراسة، وذلك نظراً لارتفاع كميات الأمطار المتساقطة خلال هذا الفصل نتيجة

التقاء الكتل الهوائية فوق البحر الأحمر، التي تؤدي إلى زيادة نشاط التيارات الهوائية الصاعدة، بالإضافة إلى تأثير المنخفض السوداني الموسمي، يليه فصل الشتاء أيضاً بكل محطات منطقة الدراسة، بينما تقل فاعلية الأمطار في فصل الخريف في كل محطات منطقة الدراسة، ويرجع ذلك إلى اضمحلال الضغط الجوي المنخفض على اليابسة، ووجود منخفضات محلية ينشأ عنها رياح محلية تؤدي إلى عدم استقرار سقوط الأمطار بهذا الفصل.

ثالثاً: السيول في منطقة غرب عسير:

تعد السيول تدفقات مائية تنجم عن الأمطار الغزيرة، تتسبب في جريان المياه بشكل مكثف وسريع في الأودية والمناطق المنخفضة، وتعد الأودية جزءاً مهماً من النظام الطبيعي لتصريف المياه في المناطق الجبلية والمنخفضة، حيث تسهم بدور رئيس في توجيه السيول وإفراغها في شبكات الصرف الرئيسة، وينشأ الجريان السطحي عن تفاعل عدة عوامل مترابطة، منها: خصائص المطر والتربة والمناخ والتضاريس، إضافة إلى السمات الهيدرولوجية لأحواض التصريف، واستخدامات الأراضي المحيطة (Smith & Ward, 2020, p 123). وتمثل العلاقة بين الأمطار والسيول حصيلة تفاعل عناصر البيئة الطبيعية، فهي تجسم تفاعل عناصرها في نطاق حوض التجمع المائي، وذلك بتحديد حجم مياه السيول في مجاري الأحواض بالنسبة لكميات الأمطار الساقطة عليه، التي بدورها ينتج عنها تحويل الأمطار إلى سيول، وقد تسببت السيول التي ضربت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ في خسائر كبيرة؛ حيث أدت إلى وفيات عديدة (أكثر من ١٢١ حالة وفاة)، إلى جانب خسائر مالية بمليارات الدولارات وتأثيرات على صحة الإنسان (AL-Areeq, 2023, p25).



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات نتائج المرئيات الفضائية (DEM).

شكل (١٠)

شبكة التصريف والأحواض الثانوية بمنطقة غرب عسير

كما أدت السيول إلى كثير من الأضرار في منطقة الدراسة مثل: الأضرار على الطرق؛ وبخاصة في مناطق النماص والسودة، ولأن منطقة الدراسة تعد من أكثر مناطق المملكة غزارة بالأمطار فإن هذا التميز نتج عنه حدوث سيول في أوديتها، وذلك بمعدلات تكرار أكبر بالمقارنة ببقية مناطق المملكة (Tarawneh, 2015, P 45)، وتعد مجاري الأودية ممرات طبيعية للسيول، لكنها قد تؤدي إلى تفاقم آثارها في حال تضييق القنوات أو التغير في نمط التدفق؛ من أجل ذلك وجب دراسة شبكة التصريف في منطقة الدراسة؛ حيث تمثل مجاري السيول، وبدراسة شبكة التصريف بمنطقة الدراسة كما يتضح من شكل (١٠) الذي يوضح شبكات وأحواض التصريف بمنطقة غرب عسير، أمكن إجراء بعض القياسات المورفومترية المهمة في قياس درجات الخطورة، وتحتوي منطقة الدراسة على سبعة أحواض ثانوية، ومن ثم دُرست مورفومترياً وذلك من أجل سهولة حساب كميات الأمطار الساقطة عليها، وحساب صافي الجريان من المياه بعد خصم الفاقد من المياه الساقطة بالتبخر والتسرب.

١- مساحة أحواض التصريف داخل منطقة الدراسة:

تتفاوت مساحة أحواض التصريف داخل منطقة الدراسة كما يتضح من جدول (٨)؛ حيث إن هناك بعض الأحواض مكتملة داخل المنطقة مثل: أحواض بيل وحلى، وبعض الأحواض الثانوية من أحواض أخرى تصرف مياها خارج منطقة الدراسة مثل: أحواض أودية (نكب وترج ونهب وعتود وأبها).

جدول (٨) مساحات الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

حوض وادي	بيا	حلى	نهب	عتود	أبها	نكب	ترج	إجمالي الحوض (كم٢)
مساحة الحوض (كم٢)	١٩٥٤	٤٧٨٣	٢٨٥٦	٢٣٦٨	٨٧٥	٢٩٤٧	١٧٤٥	١٧٥٢٨

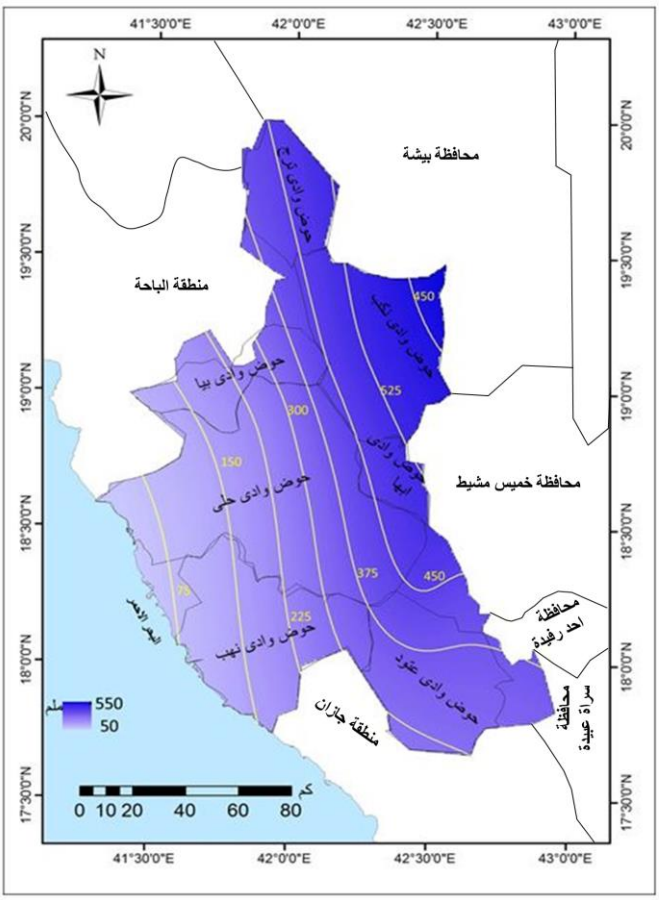
المصدر: من عمل الباحثة على بيانات نتائج المرئيات الفضائية (DEM) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

وكان حوض وادي حلى أكبر الأحواض مساحة في المنطقة بمساحة تصل إلى ٤٧٨٣ كم٢، ويليه حوض وادي نكب بمساحة تصل إلى ٢٩٤٧ كم٢، بينما أقل هذه الأحواض مساحة هما حوضا وادي أبها، وحوض وادي ترج بمساحات تصل إلى ٨٧٥ كم٢ و١٧٤٥ كم٢ على التوالي؛ حيث إنهما يمثلان المنابع العليا لحوض وادي بيشة، ومما لا شك فيه أن هناك علاقة بين مساحة الحوض وكميات الجريان السطحي؛ حيث تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة عكسية بين مساحة حوض التصريف وكميات الجريان السطحي، وتتناسب كميات الفائض من مياه الأمطار التي يتولد عنها جريان سطحي تناسباً عكسياً مع مساحة الحوض، كما أن هناك علاقة طردية بين مساحة حوض التصريف وكميات الفواقد (خضر، ١٩٩٧، ص٢٢٠)، ويرجع ذلك إلى أن أغلب العواصف المطيرة لا تغطي إلا جزءًا صغيرًا من سطح الحوض، فهي ذات أقطار مساحية صغيرة لذلك فإن عملية الجريان سوف تتوقف على رافد أو أكثر من روافد الوادي (صالح، ١٩٩٩، ص٤٤)، كما تتناقص كميات التصريف المائي مع زيادة مساحة الحوض وذلك لارتفاع معدلات الفواقد (التبخر– التسرب)، مما يقلل من فائض المياه؛ وبذلك تنخفض معدلات التصريف المائي فيها، وكلما زادت مساحة الحوض زادت الفترة الزمنية اللازمة لتصريف الحوض، أي أنه كلما زادت المساحة قلت شدة الفيضان (عبد الصمد، ٢٠٠١، ص٦١).

٢– مساحة الجريان السيلي وحجمها في منطقة الدراسة:

اعتُمد على خريطة متوسطات الأمطار السنوية التي منها تم حساب مساحة كل فئة مطرية في مساحة الأحواض الثانوية بمنطقة الدراسة شكل (١١)، مما أمكن تقدير حجم المطر الساقط على كل حوض، وذلك بضرب مساحة كل فئة

مطرية (بين خطي تساوي المطر) في قيمة الفئة داخل الحوض ومن ثَم حساب مساحة الجريان السيلي وحجمه (جدول ٩).



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات بيانات شكل (٢) وشكل (١٠) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

شكل (١١)

توزيع الأمطار على الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

وتبين من التحليل أن إجمالي كميات الجريان السيلي في المنطقة بلغ نحو ٢٧١٥٣ مليون م^{3}، وإن تباينت هذه الكميات من منطقة إلى أخرى تبعاً لمساحة الحوض والفئات المطرية به؛ حيث كان أعلى حجم للجريان السطحي في حوض وادي نكب بنحو ٥٤٢٥ مليون م^{3}، وذلك بالرغم من أنه ليس الأكبر مساحة ولكن الفئات المطرية به هي الأعلى، ويليه حوض وادي ترج في حجم الجريان السيلي (٤٢٤٦) مليون م^{3}؛ حيث إنه في نطاق الفئات المطرية الأعلى نفسها، بينما كان أقل الأحواض في حجم الجريان السيلي هو حوض وادي بيا بنحو ٢١٢٥ مليون م^{3}، نظراً لقلة الفئات المطرية به.

جدول (٩) مساحة الجريان السيلي وحجمه في منطقة غرب عسير مليون/م٣

الحوض	المساحة (كم^{2})	حجم الجريان السيلي (مليون/م^{3})
بيا	١٩٥٤	٢١٢٥
حلى	٤٧٨٣	٤١٥٣
نهب	٢٨٥٦	٣٢١٠
عتود	٢٣٦٨	٢٦٢٠
أبها	٨٧٥	٣١٢١
نكب	٢٩٤٧	٥٤٢٥
ترج	١٧٤٥	٤٢٤٦
أراض ما بين الأودية	٣١٩٥	٢٢٥٣
إجمالي مساحة المنطقة	٢٠٧٢٣	٢٧١٥٣

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على بيانات نتائج المرئيات الفضائية (DEM) وبيانات جدول (٣) وشكل (١١).

٣- حساب الفاقد المائي من الجريان السطحي في منطقة الدراسة:

يتنوع الفاقد من الجريان السطحي الفجائي (السيول) في منطقة الدراسة بين مياه تفقد عن طريق التسرب، وأخرى تفقد عن طريق التبخر، وسوف يتم العرض والتحليل فيما يلي:

أ. الفاقد المائي بالتسرب:

يعتمد نظام تسرب المياه داخل مفتتات الصخور بشكل أساس على خصائص هذه الصخور مثل: النفاذية والفراغات بين الحبيبات، وتتكون التربة في هذه المنطقة من مشتقات الصخور النارية، والمتحولة منها: الجرانيت، والديوريت والشست، ومن خصائصها أنها ذات طبيعة حصوية خشنة مختلطة بشظايا صخرية خاصة في تربة التلال، والمنحدرات الجبلية. وتتكون تربة الأودية من الإرسابات الغرينية، والرملية بيّن أن حوالي ٩١,٧٪ من أراضي عسير تتألف من تربة رملية أو حصوية، وهذه التربة الخشنة ذات النفاذية العالية تدعم من إمكانية تجديد المياه الجوفية (Alzghoul, et al; 2021, p45)، بالإضافة إلى العوامل المناخية والطبوغرافية المحيطة، وتظهر الدراسات أن معدلات تسرب المياه ترتفع في الصخور ذات النفاذية العالية مثل الحجر الرملي، بينما تكون أقل في الصخور الكثيفة مثل الجرانيت، وهذه الظاهرة لها تأثيرات كبيرة على توافر المياه الجوفية واستدامتها، خصوصاً في المناطق القاحلة وشبه القاحلة (Sharma،2019, p 25)، بينما يشير (Horton, 1945,p 307) إلى أنه لكي يتفوق التساقط على التسرب وتبدأ عملية الجريان لا بد من سقوط المطر بمعدل يتراوح بين ٦ إلى ٩ ملم/ساعة، في حين يشير (Cook and Others, 1982, P. 215) إلى أنه لكي يبدأ الجريان لا بد من توافر تساقط لا يقل عن ١ ملم/دقيقة وبمجموع لا يقل عن ١٠ملم.

وقد وضع (Wilson,1980, p.46) معادلة يمكن منها الحصول على قيمة التسرب أثناء زمن التباطؤ وهي:

التسرب= مساحة الحوض × زمن التباطؤ × ٠,٠٨ (ملم/ دقيقة).

ويمكن الحصول على قياس زمن التباطؤ من المعادلة:

$$Tl = KI\ (A)0.3 / [sa / Dd]$$

حيث KI = معامل ثابت (٠,٢٥ للسطوح الرملية والحصوية)، A = مساحة الحوض، sa = متوسط انحدار حوض التصريف (وحُسب متوسط انحدار الحوض الفرق بين أعلى نقطة للمنبع وأقل نقطة للمصب مقسوم على طول المجرى). وكانت النتائج كما يتضح من جدول (١٠).

جدول (١٠) معدلات التسرب في الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

حوض وادي	بيا	حلى	نهب	عتود	أبها	نكب	ترج	المجموع
مساحة الحوض (كم٢)	١٩٥٤	٤٧٨٣	٢٨٥٦	٢٣٦٨	٨٧٥	٢٩٤٧	١٧٤٥	١٧٥٢٨
زمن التباطؤ (ساعة)	٥,٢	٦,٢	٤,٣	٣,٨	٤,١	٤,٩	٥,٢	–
كميات التسرب (مليون م٣)	٨١٢,٨	٢٣٧٢,٣	٩٨٢,٤	٧١٩,٨	٢٨٧	١١٤٤,٢	٧٢٥,٩	٧٠٤٤,٤

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على معادلة Wilson وشكل (١١)

تزيد قيمة زمن التباطؤ في الأحواض شديدة الانحدار حيث وصلت أعلاها في حوض وادي حلى بنحو ٦,٢، وكذلك في حوض وادي بيا ٥,٢، بينما كان أقل معدلات لزمن التباطؤ في أحواض وادي عتود وأبها ونهب، وقد تم استخدام قيم معدلات التسرب في منطقة غرب عسير من أجل الوصول إلى معدلات تسرب المياه في المنطقة.

بلغ إجمالي معدلات التسرب في الأحواض الثانوية بمنطقة غرب عسير

٧٠٤٤,٤ مليون م٣، وإن تباين ذلك على مستوى الأحواض الثانوية بالمنطقة، حيث كانت أعلاها في حوض وادي حلى بنحو ٢٣٧٢,٣ مليون م٣، ويليه حوض وادي نكب بنحو ١١٤٤,٢ مليون م٣، وكان أقل معدلات التسرب في حوض وادي أبها ٢٨٧ مليوم م٣، وذلك لصغر مساحة الحوض وكثافة الغطاء النباتي به.

ب- الفاقد المائي بالتبخر:

يعدّ التبخر أحد أهم عوامل فقد المياه في المنطقة، ومن ثَم وجب دراسة هذا العامل؛ حيث طُبقت معادلة ثورانثويت لحساب التبخر- النتح المحتمل الشهري، وهي معادلة تعتمد على درجة الحرارة الشهرية وعدد ساعات النهار الشهرية (Thornthwaite, 1948, p 97).

$$PET = 16\left(\frac{L}{12}\right)\left(\frac{N}{30}\right)\left(\frac{T \cdot 10}{I}\right)^{a}$$

حيث: PET التبخر-النتح المحتمل الشهري (بالملم)، T متوسط درجة الحرارة الشهرية (°مئوية)، L عدد ساعات النهار الشهرية، N عدد أيام الشهر، I مؤشر الحرارة السنوي، ويحسب من المعادلة الآتية:

$$I = \sum_{i=1}^{12}\left(\frac{{}_iT}{5}\right)^{1.514}$$

aمعامل تجريبي يحسب من I

$$a = 6.75\times10^{-7}I^3 - 7.71\times10^{-5}I^2 + 1.792\times10^{-2}I + 0.49239$$

تبين من التحليل تباين معدلات التبخر الشهرية والفصلية والسنوية بين محطات منطقة الدراسة، فقد سجلت محطة محايل أعلى معدل سنوي للتبخر بلغ ٢٠٣,٢ ملم، تليها محطة المجاردة بـ ١٩٣,٨ملم، مما يعكس تأثر هاتين المحطتين بمناخ أكثر حرارة وجفافاً، خصوصًا خلال فصلي الصيف والخريف اللذين شهدا

أعلى القيم الفصلية، بينما جاءت محطتا السودة والنماص في أدنى الترتيب من حيث التبخر السنوي بـ ١٦٢,٩ ملم و١٨٢,٣ ملم على التوالي، نتيجة لطبيعتهما الجبلية وارتفاعهما عن سطح البحر، وقد سجل فصل الصيف أعلى معدلات التبخر في جميع المحطات حيث كان أعلاها صيف محطة محايل بنحو ٦٥,٣ ملم، نظراً لارتفاع درجات الحرارة والانخفاض الشديد في الرطوبة النسبية مع ارتفاع معدلات سرعة الرياح، بينما كان الشتاء الأقل وهو ما يبرز التأثير المباشر لدرجة الحرارة في التبخر، كما أظهرت محطة أبها نمطاً معتدلاً من التبخر السنوي بلغ ١٨٤,٧ ملم. ومن خلال دراسة معدلات التبخر السنوية في المحطات المناخية لمنطقة غرب عسير تم رسم خطوط تساوي التبخر في الأحواض الثانوية في المنطقة كما يتضح من شكل (١٢). ومن خلال الشكل أمكن حساب كميات التبخر لكل حوض، وذلك من خلال ضرب متوسط فئات التبخر في مساحة الحوض، وكانت نتائج تطبيق ذلك بالجدول (١٢).

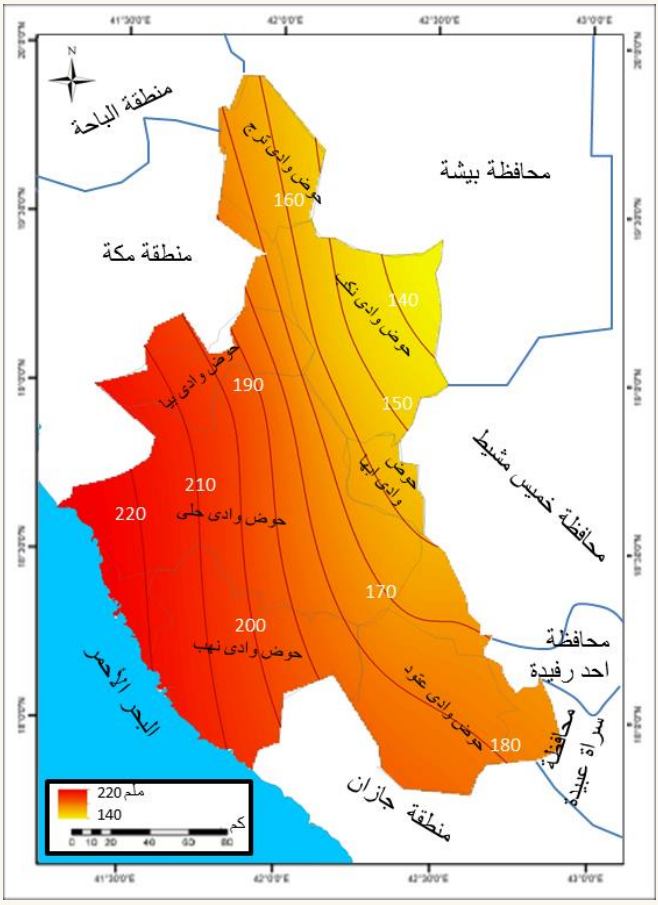
جدول (١١)

معدلات التبخر الشهرية والفصلية (ملم) لمحطات منطقة الدراسة خلال الفترة (١٩٨٥-٢٠١٩)

المحطة	ديسمبر	يناير	فبراير	مارس	ابريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	السنوي
أبها	٨,١	٩,٢	٩,٩	١٠,٣	١٢,٤	١٤,٣	١٧,٥	٢١,٣	٢٢,٥	٢٣,٣	٢١,٤	١٤,٥	١٨٤,٧
الفصلي	٢٧,٢			٣٧			٦١,٣			٥٩,٢			
السودة	٧,٩	٨,٩	٩,١	٩,٥	١٠,٥	١١,٢	١٥,٣	١٧,٩	٢٠,٥	٢٠,٣	١٨,٩	١٢,٩	١٦٢,٩
الفصلي	٢٥,٩			٣١,٢			٥٣,٧			٥٢,١			
محايل	١٠,٦	١١,٨	١١,٢	١١,٤	١٣,٨	١٥,٦	١٨,٩	٢٢,٥	٢٣,٩	٢٤,٥	٢٢,٥	١٦,٥	٢٠٣,٢
الفصلي	٣٣,٦			٤٠,٨			٦٥,٣			٦٣,٥			
النماص	١٠,٣	٩,٥	١٠,١	١٠,٢	١٢,٦	١٤,٩	١٥,٩	١٩,٥	٢١,٥	٢١,٣	٢٠,٩	١٥,٦	١٨٢,٣
الفصلي	٢٩,٩			٣٧,٧			٥٦,٩			٥٧,٨			
المجاردة	٩,٨	١٠,٢	١١,٤	١١,٦	١٤,١	١٥,٦	١٧,٢	٢٠,٥	٢١,٦	٢١,٤	٢٣,٥	١٦,٩	١٩٣,٨
الفصلي	٣١,٤			٤١,٣			٥٩,٣			٦١,٨			

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على المركز الوطني للأرصاد، مركز الوثائق العلمية، مجموعة تقارير مناخية غير منشورة (١٩٨٥: ٢٠١٩)، وتطبيق معادلة أيفانوف (E) = ٠,٠٠١٨ [درجة الحرارة (T)+٢٥]^{٢} [١٠٠- الرطوبة النسبية (A)]

تبين من تحليل النتائج أن إجمالي حجم كميات التبخر في الأحواض الثانوية بمنطقة الدراسة بلغ ٣٣١٧,٤ مليون م^{٣}؛ حيث تباينت هذه الكميات من حوض إلى آخر، فنجد أعلاها في حوض وادي حلى، حيث وصلت كميات التبخر به إلى ١٠٦٩,٥ مليون م^{٣}، وأقلها في حوض وادي أبها التي وصلت إلى ١٢٩,٧مليون م^{٣}، كما يلاحظ وجود علاقة طردية بين مساحة الحوض وكميات التبخر بصورة كبيرة؛ حيث وصلت هذه العلاقة إلى ٠,٦٤، كما يلاحظ زيادة كميات التبخر بالاتجاه نحو الغرب وهو ما يعاكس اتجاه زيادة كميات الأمطار التي تزيد بالاتجاه نحو الشرق.



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات بيانات جدول (١١) باستخدام برنامج ArcGIS10.2

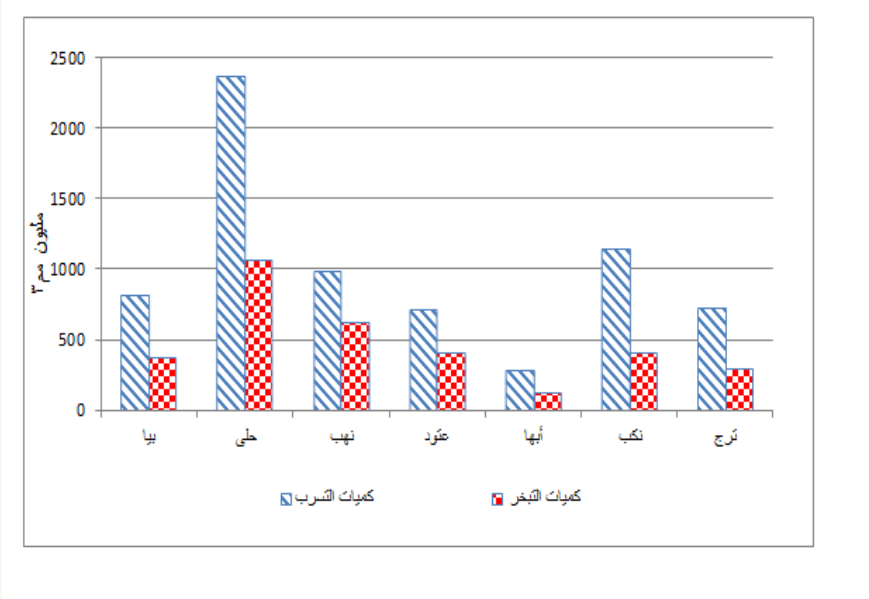
شكل (١٢)

خطوط تساوي معدلات التبخر السنوية على الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

جدول (١٢) كميات تبخر المياه داخل الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

حوض وادي	بيا	حلى	نهب	عتود	أبها	نكب	ترج	المجموع
مساحة الحوض (كم٢)	١٩٥٤	٤٧٨٣	٢٨٥٦	٢٣٦٨	٨٧٥	٢٩٤٧	١٧٤٥	١٧٥٢٨
كميات التبخر (مليون/ملم٣)	٣٧٣,٦	١٠٦٩,٥	٦٢٦,٦	٤١٠,٧	١٢٩,٧	٤٠٩,٧	٢٩٧,٦	٣٣١٧,٤

المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات جدول (١٣)



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات شكل (١١)؛ حيث تم ضرب مساحة الحوض في متوسط فئات التبخر بالحوض.

شكل (١٣)

فاقد المياه بالتسرب والتبخر في الأحواض الثانوية في منطقة غرب عسير

يوضح الشكل (١٣) حجم الفاقد المائي بالتسرب والتبخر في الأحواض

الثانوية بمنطقة غرب عسير، حيث تبين أن حوض حلى يسجل أعلى معدلات الفاقد، إذ تجاوزت كميات التسرب فيه ٢٤٠٠ مليون م^3، تليه كميات التبخر التي بلغت نحو ١١٠٠ مليون م^3، كما يظهر أن أحواض نكب ونهب تسجلان أيضاً فاقداً مائياً كبيراً، بينما يعد حوض أبها الأقل من حيث كميات التسرب والتبخر وذلك لصغر مساحة حجم الحوض، ويشير الشكل إلى ضرورة توجيه سياسات إدارة المياه نحو تقليل الفاقد خاصة في الأحواض ذات الفقد العالي مثل حلى ونكب، لضمان استدامة الموارد المائية في المنطقة.

٤– الميزانية المائية لأحواض التصريف الثانوية في منطقة الدراسة:

يمكن الحصول على صافي الجريان من خلال حساب الفائض المائي بعد طرح مجموع كميات المياه الساقطة على المنطقة من كميات المياه المفقودة منها، سواء أكانت بالتسرب أم التبخر، ويوضح جدول (١٣) ناتج هذ العملية الحسابية.

جدول (١٣)

صافي الجريان في الأحواض الثانوية بمنطقة غرب عسير

حوض وادي	بيا	حلى	نهب	عتود	أبها	نكب	ترج	مجموع
كميات المياه الساقطة مليون م٣	٢١٢٥	٤١٥٣	٣٢١٠	٢٦٢٠	٣١٢١	٥٤٢٥	٤٢٤٦	٢٤٩٠٠
كميات التسرب مليون م٣	٨١٢.٨	٢٣٧٢.٢	٩٨٢.٤	٧١٩.٨	٢٨٧	١١٤٤.٢	٧٢٥.٩	٧٠٤٤.٤
كميات التبخر مليون ملم٣	٣٧٣.٦	١٠٦٩.٥	٦٢٦.٦	٤١٠.٧	١٢٩.٧	٤٠٩.٧	٢٩٧.٦	٣٣١٧.٤
صافي كميات المياه مليون م٣	٩٣٨.٦	٧١١.٣	١٦٠.١	١٤٨٩.٥	٢٧٠٤.٣	٣٨٧١.١	٣٢٢٢.٥	١٤٥٣٨.٢

المصدر: من عمل الباحثة اعتماداً على بيانات شكلي (١١ و١٢) واعتماداً على بيانات جدولي (١٠ و١٢)

ومن تحليل النتائج يتضح أن حوض نكب يحتوي على أكبر كميات من المياه

الساقطة؛ حيث بلغت ٥٤٢٥ مليون م^{٣}، يليه حوض وادي ترج الذي سجل ٤٢٤٦ مليون م^{٣}، بينما كان حوض وادي بيا هو الأقل في كميات المياه الساقطة بواقع ٢١٢٥ مليون م^{٣}، أما عن أكبر الأحواض في كميات التسرب فكان لحوض وادي حلى الذي سجل أعلى كميات تسرب تقدر بـ ٢٣٧٢,٣ مليون م^{٣}، بينما سجل حوض وادي أبها أدنى كميات تسرب ٢٨٧ مليون م^{٣}، كما تشير كميات التبخر إلى أن حوض وادي حلى كان به أعلى كميات تبخر بـ ١٠٦٩,٥ مليون م^{٣}، يليه حوض وادي نهب بـ ٦٢٦,٦ مليون م^{٣}، وكان أقل كميات للتبخر تقع بحوض وادي أبها ١٢٩,٧ مليون م^{٣}. وعند حساب صافي كميات المياه تبين أن حوض وادي نكب يحتوي على أكبر كميات صاف للمياه التي بلغت ٣٨٧١,١مليون م^{٣}، يليه وادي ترج بـ ٣٢٢٢,٥ مليون م^{٣}؛ حيث يلاحظ تباين كبير بين الأحواض في كميات المياه الساقطة وكميات المياه المفقودة بالتسرب والتبخر، مما يعكس تأثير العوامل البيئية والمناخية في كميات المياه الساقطة في المنطقة.

٥- درجات خطورة السيول في منطقة الدراسة:

يمكن قياس خطورة السيول على منطقة الدراسة من خلال منحنى التقييم الهيدرولوجي، ولكن هناك بعض المعاملات المورفومترية التي يجب قياسها ودراستها؛ حيث يعد تحديد المناطق المعرضة للسيول أحد الحلول الرئيسة للتخفيف من آثارها (Karaoui, et al., 2018. p 56) ومن ثم التطبيق على المنحنى الهيدرولوجي، وهذه المعاملات تتضح في جدول (١٤):

جدول (١٤)

بعض المعاملات المورفومترية المرتبطة بأحواض التصريف في منطقة غرب عسير

الحوض	معامل	كثافة التصريف	التكرار النهري	نسبة التشعب النهري
بيا	٠,٢٣	٤,٦	٦,٣	٤,٨
حلى	٠,٧٢	٤,٢	٦,٨	٥,٣
نهب	٠,٦٢	٤,٧	٤,٩	٣,٨
عتود	٠,٨١	٣,٥	٣,٥	٣,٩
أبها	٠,٥٥	٦,٧	٥,٤	٤,٣
نكب	٠,٤٤	٥,٦	٤,٢	٣,٨
ترج	٠,٦١	٦,٤	٥,٨	٣,٩

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام نموذج الارتفاعات الرقمي (DEM)، وبعض المعادلات المورفومترية.

معامل الاستدارة: معامل يقارن مدى تقارب شكل الحوض من الشكل الدائرى؛ حيث إن الأحواض القريبة من الاستدارة تكون أكثر خطورة للسيول، كما أنه معامل يقارن بين مساحة الحوض ومساحة دائرة محيطها يساوي محيط الحوض، وتم الحصول على نسبة الاستدارة عن طريق المعادلة التي أوردها ميللر، والتي يمكن الحصول عليها من المعادلة التالية (Miller,1953,P.9):

معامل الاستدارة = مساحة الحوض كم^{٢}/ مساحة الدائرة التي لها محيط الحوض نفسه كم^{٢}.

وتميل الأحواض صغيرة المساحة إلى الشكل الدائري بصفة عامة، وبالتالى فإنها تكون أكثر خطورة للسيول، ويرتبط بها حدوث سيول سريعة كبيرة ومدمرة، ومن ثم تشير زيادة نسبة الاستدارة الى زيادة خطورة السيول في الحوض، وكان حوض وادي عتود هو أعلى معامل استدارة في الأحواض (٠,١٨)، أما أقل نسبة استدارة فكانت لحوض وادي بيا (٠,٢٣)؛ حيث يميل شكل الحوض إلى نمط

الاستطالة وليس الاستدارة.

كثافة التصريف: تعبر الكثافة التصريفية عن العلاقة بين أطوال المجاري ومساحة أحواضها التجميعية، ويمكن الحصول عليها من المعالة التالية (Horton,1945, p283):

$$D = EL/A$$

حيث: A مساحة الحوض، L طول الحوض، EL مجموع أطوال الروافد في مساحة ما، D هى كثافة التصريف

تبين من التطبيق والتحليل اختلاف كثافة التصريف في المنطقة من حوض إلى آخر؛ حيث بلغت أعلاها في حوض وادي أبها وترج (٦,٧، ٦,٤) على التوالى، وأقلها في أحواض أودية عتود وحلى وبيا (٣,٥، ٤,٢، ٤,٦) على التوالى، ويمكن القول إن كثافة التصريف تزيد في المناطق الخالية من النباتات؛ حيث تتحرك المياه بسرعة عالية دون عائق، فضلاً عن أنها تزيد في المنابع؛ حيث تعد أحواض أبها وترج ونكب جزءًا من المنابع العليا لحوض وادي بيشة، بينما تقل كثافة التصريف بالقرب من المصب مثل وادي بيا وحلى.

التكرار النهري: يعبر عن العلاقة بين أعداد المجاري النهرية والمساحة الحوضية، ويمكن الحصول عليه من المعادلة التالية (Horton,1945, p285):

$$F = ENU/A$$

حيث: A مساحة الحوض، ENU مجموع كل الراوفد في مساحة ما، F التكرار النهري

وتبين من التحليل أن أعلى معدل تكرار نهري في المنطقة كان من نصيب حوض حلى ٦,٨ مجرى/ كم، بينما كان أقل معدل تكرار نهري حوض وادي عتود بنحو ٣,٥ مجرى / كم؛ حيث يزيد معدل التكرار النهري عند المنابع العليا

للأحواض، وذلك نتيجة زيادة كثافة التصريف في وحدة مساحية واحدة وكذلك كثافة سقوط الأمطار، وزيادة معدلات الانحدار في هذه المناطق، بينما يقل معدل التكرار النهري عندما يقل سقوط الأمطار وتقل الانحدارات في المنطقة.

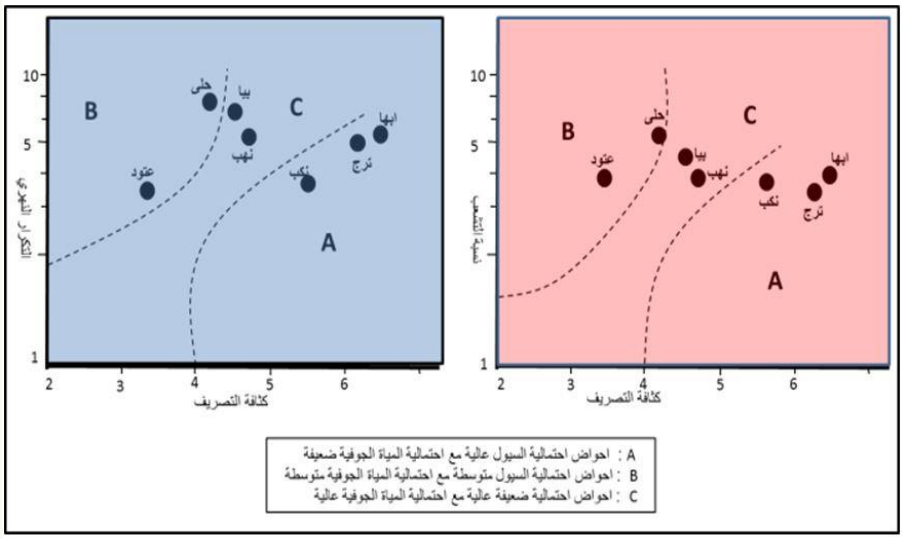
نسبة التشعب: تفيد دراسة نسبة التشعب في معرفة كميات الأمطار التي تهطل على المنطقة، وتنتظم في المجاري المائية، حيث تعمل نسبة التشعب المرتفعة في منطقة المنابع على استيعاب الهطول المتزايد للأمطار وانتظامها في قنوات مائية (Wood, 1983, p.85) مما يزيد من احتمالية السيول في هذه الأحواض. ويمكن الحصول عليها من المعادلة التالية (محسوب، ١٩٩٧، ص٢١١):

$$Rb=NU/\ NU+1$$

حيث: NU مجموع الراوفد لرتبة ما، NU+1 مجموع الراوفد للرتبة الأعلى، F تكرار نهري، Rb نسبة التشعب.

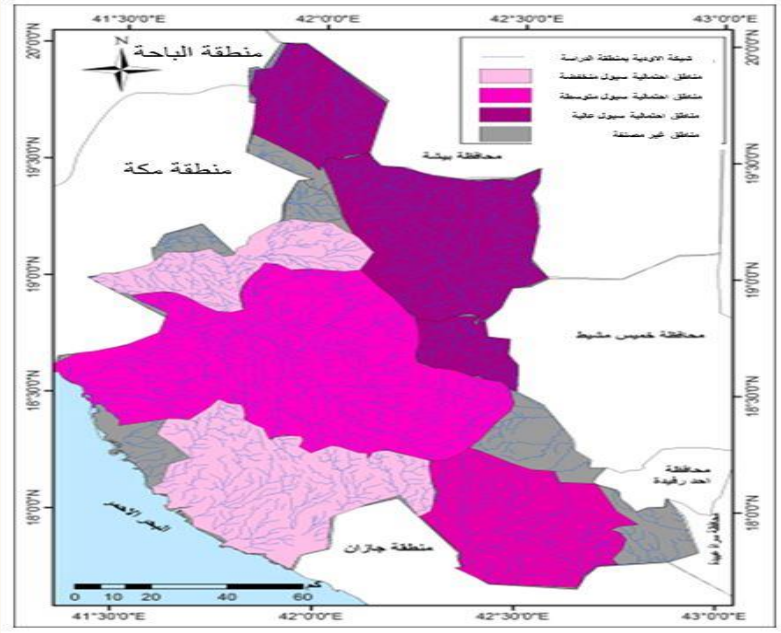
وتبين من التحليل تباين نسبة التشعب في أحواض منطقة الدراسة؛ حيث كان أعلاها في حوضي حلى وبيا (٥,٣، ٤,٨)، بينما سجل حوضا وادي نهب ووادي نكب أقل الأحواض في نسب التشعب بنحو (٣,٨).

وبناء على ما سبق، وبعد إجراء مجموعة القياسات المورفومترية على أحواض منطقة غرب عسير، ومن نتائج هذه القياسات، يمكن التطبيق على منحنى التقييم الهيدرولوجي، ويوضحه شكل (١٤)، وتبين من التحليل العام أن هناك أحواضا تقع في منطقة احتمالية السيول العالية، بينما هناك أحواض تقع في منطقة احتمالية السيول المتوسطة، وأخيراً توجد أحواض تقع في منطقة احتمالية حدوث السيول المنخفضة.



المصدر: (El-Shamy, 1992)، واعتمادا على بيانات جدول (١٤)

شكل (١٤) المنحنى الهيدرولوجي لأحواض التصريف في منطقة غرب عسير



المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على بيانات نتائج المرئيات الفضائية (DEM)، وشكل (١٤).

شكل (١٥)

احتمالية السيول في الأحواض الثانوية بمنطقة غرب عسير

من التحليل التفصيلي للمنحنى الهيدرولوجي بالشكل (١٤) يتضح أن هناك ثلاثة أحواض تقع في منطقة احتمالية السيول العالية، وهى: أحواض وادي نكب وترج وأبها؛ حيث تمثل المنابع العليا لحوض وادي بيشة، بينما هناك أحواض تقع في منطقة احتمالية السيول المتوسطة، وهي: حلى وعتود، وتتصف بأنها أحواض ذات تصريف خارجي، تتميز بشدة الانحدار وزيادة أطوالها، وأخيراً توجد أحواض تقع في منطقة احتمالية حدوث السيول المنخفضة، وتشتمل على بيا ونهب، ويوضح شكل (١٥) درجات خطورة السيول في منطقة غرب عسير اعتماداً على أحواض التصريف المدروسة .

رابعاً: تأثير السيول في بعض محاور التنمية المستدامة:

تعد السيول في منطقة غرب عسير من العوامل البيئية التي تؤثر سلباً في التنمية المستدامة؛ حيث تؤدي إلى تضرر الطرق والجسور، وتعطل المشاريع الاستثمارية، وتراجع الإنتاج الزراعي، فالسيول المفاجئة تؤدي إلى خسائر مالية كبيرة نتيجة الأضرار التي تلحق بالبنية التحتية الحيوية، مما يؤثر في استدامة التنمية في المنطقة، كما أن السيول تؤدي إلى زيادة تكاليف الصيانة وإعادة الإعمار والتأهيل، مما يفرض تحديات إضافية على خطط التنمية، لذا فإن دراسة السيول وأثرها في بعض محاور التنمية في غرب منطقة عسير يعد أمراً ضرورياً للحد من المخاطر ودعم قدرة المنطقة على مواجهة التحديات البيئية، ولذلك سوف نتطرق في هذه الجزئية من البحث إلى دراسة أثر السيول في أهم محاور التنمية المستدامة

بمنطقة غرب عسير مثل: تأثيرها في شبكات الطرق، والعمران، والزراعة وذلك من إنشاء خرائط تفاعلية تعتمد على خريطة احتمالات السيول في الأحواض شكل (١٥)، مع الخرائط الخاصة بالطرق والعمران والزراعة وإظهار درجات خطورة السيول على تلك المحاور.

١- تأثير السيول في الطرق في منطقة غرب عسير:

تعد السيول من الظواهر الطبيعية التي تؤثر بشكل كبير في البنية التحتية للطرق، خصوصا في المناطق الجبلية مثل غرب عسير، حيث تؤدي الأمطار الغزيرة إلى انجراف التربة وضعف الطبقات الأسفلتية، مما يسبب أضراراً كبيرة للطرق ويؤثر في سلامة النقل، كما تؤدي السيول إلى زيادة معدلات تضرر الطرق، مما يتطلب تكاليف كبيرة في عمليات الصيانة وإعادة التأهيل. ونظراً لأن الأضرار الناجمة عن السيول تكلف الاقتصاد المحلي مبالغ سنوياً، مما يستدعي اتخاذ تدابير وقائية لتحسين تصريف المياه وتقوية متانة الطرق، بناءً على ذلك فإن فهم تأثير السيول في شبكة الطرق في غرب عسير يعد ضرورياً لتطوير حلول مستدامة تضمن استمرار كفاءة البنية التحتية وتقليل المخاطر المستقبلية، ويمكن تناول ذلك من خلال عدة نقاط؛ منها علاقة شبكة الطرق بمخاطر السيول في أحواض المنطقة، وذلك بعمل خريطة تفاعلية بين شبكة الطرق وخريطة درجات الاحتمالات المستنتجة سابقاً، ومن ثم إيجاد علاقة خطورة السيول بشبكة الطرق كما يتضح من جدول (١٥) وشكل (١٦).

جدول (١٥)

توزيع أطوال شبكة الطرق تبعاً لدرجات خطورة السيول في منطقة غرب عسير

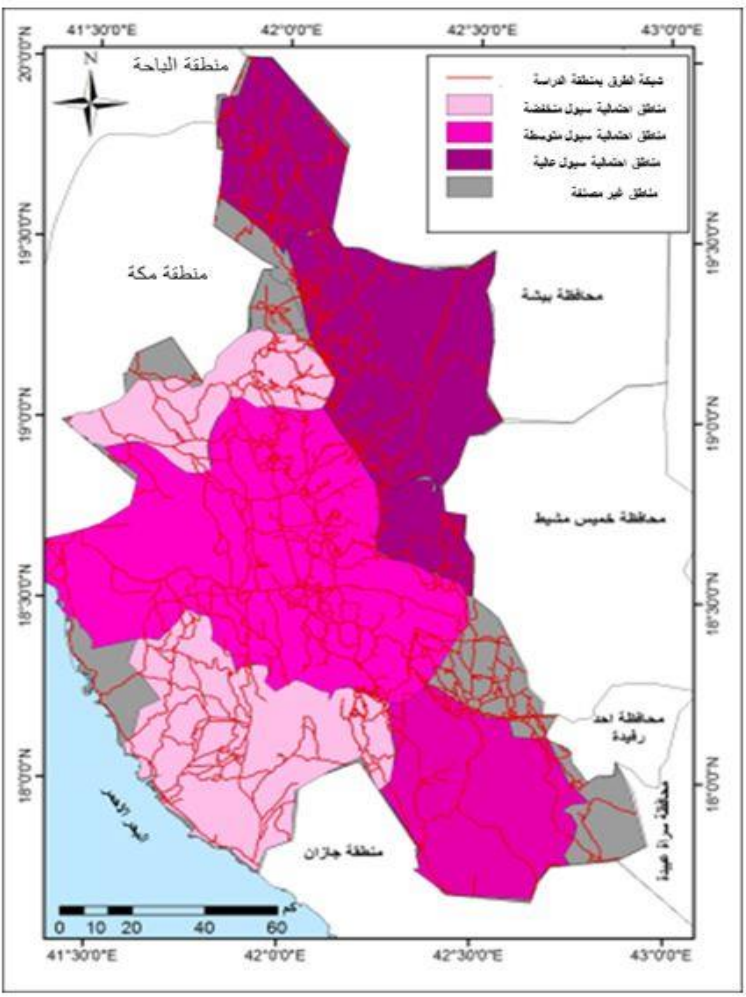
درجة خطورة السيول	أطوال الطرق (كم)	النسبة من إجمالي أطوال الطرق (%)
خطرة	٢٥٢	٢٧,٧
متوسطة	٢٨٥	٣١,٣
منخفضة	٢٢٥	٢٤,٧
غير مدروسة	١٤٧	١٦,٣
الإجمالي	**٩٠٩**	**١٠٠**

المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على الخرائط الطبوغرافية مقياس ١ :٥٠٠٠٠ باستخدام برنامج ArcGIS 10.2.

يتضح من التحليل أن هناك أطوالا عدة من الطرق تقع في فئات السيول الخطرة؛ خصوصا التي تتركز في بعض الأحواض الفرعية الصغيرة، مثل: أحواض حلى وعتود، أي في المنطقة الجبلية في سلسلة جبال عسير، حيث المنابع العليا لهذه الأحواض، حيث أنجزت مناطق حماية لهذه الطرق من خطر السيول، كما اتضح أن نحو ٢٥٢ كم من الطرق توجد في المناطق ذات السيول الخطرة، وهو ما يمثل نحو ٢٧,٧ % من إجمالي أطوال الطرق بمنطقة الدراسة، أما الطرق التي توجد في مناطق السيول ذات الخطورة المتوسطة، فيبلغ أطوالها نحو ٢٨٥ كم، أي ما يمثل ٣١,٣ % من إجمالي أطوال الطرق بمنطقة الدراسة، وهي بذلك تمثل أعلى نسبة، في حين شكلت أطوال الطرق التي توجد في مناطق السيول ذات الخطورة المنخفضة نحو ٢٢٥ كم، وهي بذلك تمثل أقل نسبة بنحو ٢٤,٧ % من إجمالي الطرق بمنطقة الدراسة.

ومن نماذج الطرق التي تتعرض لخطورة السيول العالية كما يتضح من جدول

(١٦): طريق النماص وتم تحديد أطوال الوصلات من شكل (١٦)، الذي يجري في روافد وادي نكب وحلى، والذي يعد أطول الطرق بطول يصل إلى ١٢٥ كم، ويليه طريق محايل البرك بطول يصل إلى ٧٨ كم.



المصدر: وزارة الشؤون البلدية والقروية – مشروع المخطط الإقليمي لمنطقة عسير عام ١٤٤٤هـ، وشكل (١٤).

شكل (١٦)

توزيع شبكة الطرق بناء على احتمالية السيول في الأحواض الثانوية بمنطقة الدراسة

جدول (١٦)

بعض وصلات الطرق الواقعة في مجاري أودية تتميز بخطورة السيول العالية في منطقة غرب عسير

م	الوصلة	الأودية	وصف وطول الوصلة
١	وصلة الحريضة	روافد وادي نكب	طريق مزدوج بطول ٦٠ كم
٢	وصلة البرك	روافد وادي حلى	طريق مزدوج بطول ٤٥ كم
٣	وصلة سعيدة الصوالحة	روافد وادي بيا	طريق مزدوج بطول ٣٠ كم
٤	وصلة النماص	روافد وادي نكب وروافد وادي حلى	طريق مزدوج بطول ١٢٥كم
٥	وصلة سراة عبيدة	روافد وادي حبونة	طريق بطول ٥٠ كم
٦	وصلة المجاردة	راوفد وادي حلى	طريق بطول ٦٠ كم
٧	وصلة شمال محايل	روافد وادي نكب وروافد وادي حلى	طريق بطول ٥٠ كم
٨	وصلة جنوب رجال ألمع	روافد وادي نمب	طريق بطول ٦٥ كم
٩	وصلة طريق محايل البرك	وادي حلى وروافد وادي بيا	طريق الترابي بطول ٧٨كم

المصدر: من عمل الباحثة اعتمادا على الخرائط الطبوغرافية مقياس ١: ٥٠٠٠٠ باستخدام Arc GIS10.2

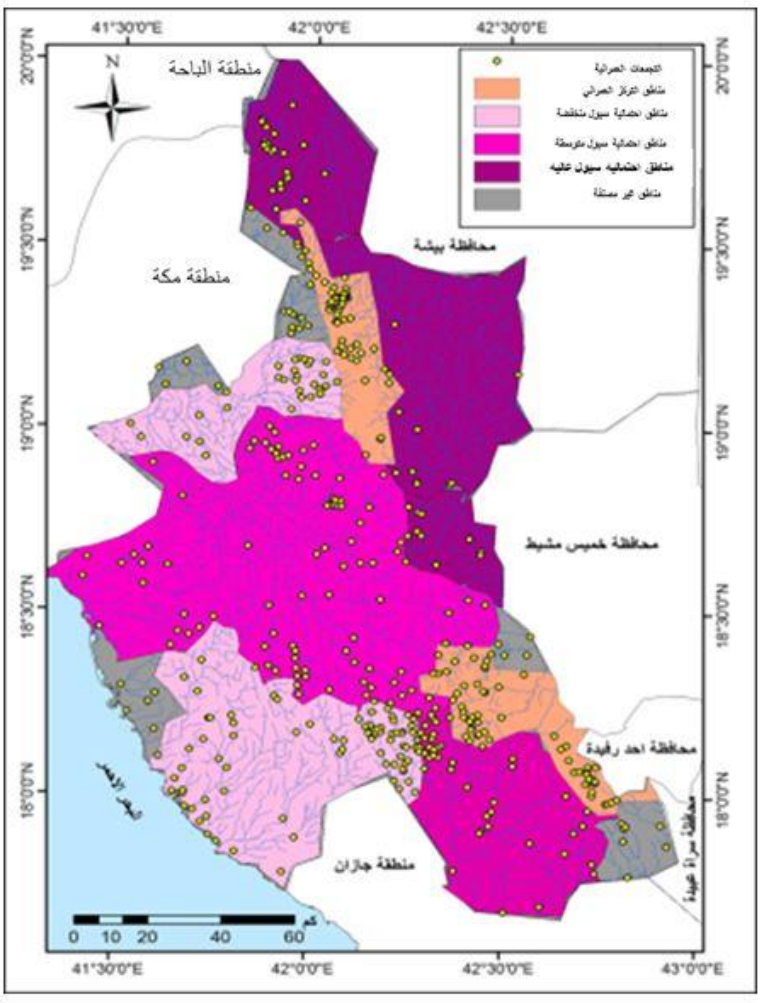
٢– تأثير السيول في العمران في منطقة غرب عسير:

يسهم التوزيع العمراني غير المدروس الذي يتداخل مع مجاري الأودية الطبيعية في زيادة خطر السيول، فعندما تقام التجمعات السكانية والبنية التحتية في مناطق الأودية دون أخذ العوامل الجيومورفولوجية والهيدرولوجية بعين الاعتبار، يؤدي ذلك إلى انسداد مجاري المياه، مما يزيد من احتمالية تراكم المياه وتدفقها بقوة أكبر

أثناء السيول، كما أن إنشاء المناطق العمرانية يزيد من مساحة الأسطح غير النفاذة، مما يقلل من امتصاص المياه ويضاعف سرعة الجريان السطحي، مما يدعم تأثير السيول، ففي عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠١٥، زادت نسبة سكان العالم المتضررين من كوارث السيول بنسبة ٢٠-٢٤٪ (Wang , et al., 2024, p25).

وتعد الأودية بمنطقة غرب عسير أحد أهم عناصر استقرار التجمعات السكانية حيث نشأت تلك التجمعات حول حوافها لتوافر عنصر المياه، وإمكانية قيام أنشطة الزراعة، والرعي، ومن أهم الأودية فروع وادي بيشة، ووادي عتود، ووادي حبونة، ووادي حلي، ووادي يبا، (Ouma, 2014, p20)، وبدراسة التجمعات العمرانية وعلاقتها بشبكات التصريف ومخاطر السيول كما يتضح من شكل (١٧)، تبين أن السيول في منطقة غرب عسير تمثل تحدياً بارزاً للتخطيط العمراني والبنية التحتية، وذلك بسبب الطبيعة الطبوغرافية الجبلية للمنطقة وكميات الأمطار الموسمية الغزيرة التي تؤدي إلى تدفق المياه بسرعة عالية، مما يسبب خطر تعرية التربة وانجرافها وبالتالي التأثير في استقرار المباني.

ويتضح من تحليل شكل (١٧) أن هناك منطقتي تركز عمراني بمنطقة الدراسة؛ الأولى تقع في محافظة النماص وأجزاء من محافظة بلقرن والقسم الشمالي من محافظة أبها، وهذة المنطقة معرضة بصورة كبيرة لاحتمالات السيول العالية بها، أما المنطقة العمرانية الثانية فتتركز في جنوب محافظة أبها وهي ذات احتمالية سيول متوسطة، كما توجد تجمعات عمرانية صغيرة مبعثرة في المنطقة بصورة متباينة تجمع بين جميع احتمالات السيول في المنطقة، وتم هذا التصنيف اعتمادا على خريطة احتمالات السيول في منطقة الدراسة شكل (١٤).



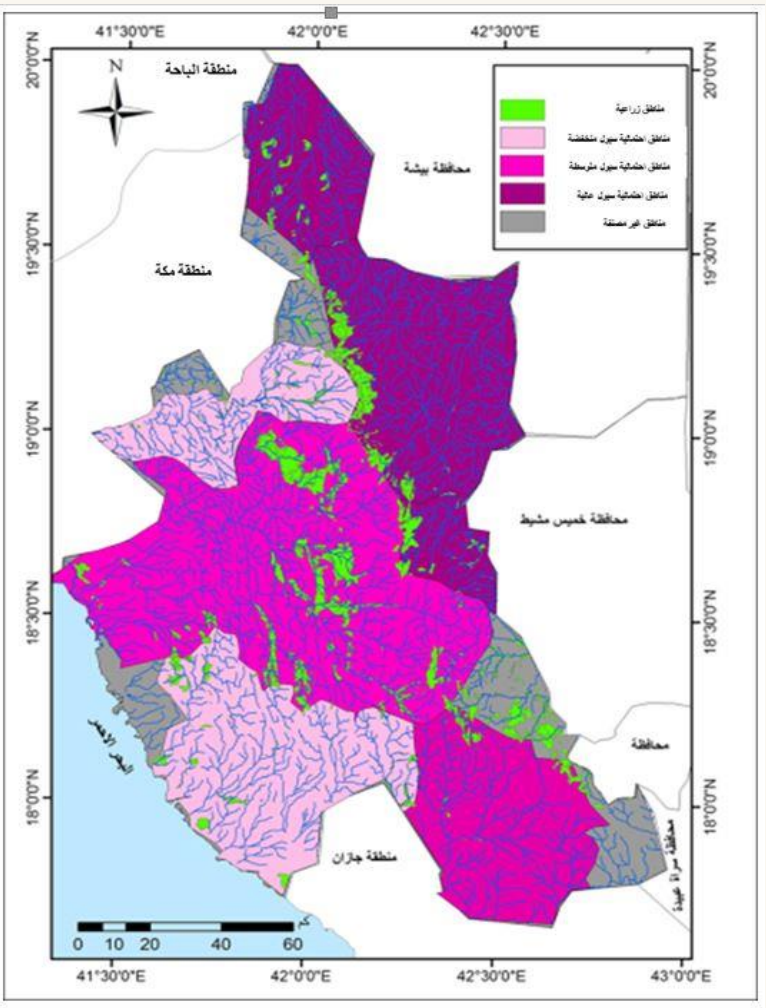
المصدر: وزارة الشؤون البلدية والقروية – مشروع المخطط الإقليمي لمنطقة عسير عام ١٤٤٤هـ.

شكل (١٧)

توزيع التجمعات العمرانية بناء على احتمالية السيول في الأحواض الثانوية في منطقة الدراسة

٣- تأثير السيول في الأراضي الزراعية في منطقة غرب عسير:

تتصف منطقة الدراسة بغزارة الأمطار؛ حيث تتركز الأمطار على جبال السراة وتنحدر نحو السهول، بينما تكون الأمطار في تهامة أقل وغير منتظمة، مما يسهم في انجراف التربة وتكوين الرواسب على المنحدرات، لتجنب هذا الجرف قام المزارعون بإنشاء المصاطب الزراعية على المنحدرات الجبلية، ويوضح شكل (١٨) المناطق الزراعية تبعاً لاحتمالية السيول في منطقة غرب عسير، حيث يوضح أن معظم المناطق الزراعية تقع في مناطق احتمالية سيول عالية، مثل: المناطق التي تتركز في محافظات النماص وبلقرن، والأجزاء الشمالية من محافظة أبها، أو احتمالية سيول متوسطة، مثل: المناطق الزراعية التي تتركز في محافظة محايل والمجاردة؛ حيث يعد ذلك أحد التحديات الكبيرة التي تواجه المزارعين؛ حيث تتسبب الأمطار الغزيرة في خطر انجراف التربة.



المصدر: وزارة الشؤون البلدية والقروية – مشروع المخطط الإقليمي لمنطقة عسير عام ١٤٤٤هـ، وشكل (١٤).

شكل (١٨)

توزيع الأرضي الزراعية بناء على احتمالية السيول في الأحواض الثانوية في منطقة الدراسة

وقد ابتكر الفلاحون في المنطقة مجموعة من الأساليب الزراعية تتماشى مع طبيعة البيئة الجبلية وتساعد في حماية التربة من التدهور، ومن أبرز هذه الطرق المصاطب الزراعية أو المدرجات، التي تعد من الحلول الفعالة لزيادة استدامة الزراعة على المنحدرات؛ حيث يتم تحويل التربة إلى مدرجات صغيرة تعمل على تثبيت التربة وتقليل تأثير المياه الجارية، مما يمنع انجرافها ويحسن قدرة التربة على الاحتفاظ بالماء؛ إضافة إلى ذلك يعتمد المزارعون في المنطقة على الزراعة بالتناوب، التي تتيح زراعة محاصيل متنوعة في فترات زمنية متعاقبة، وهذه الطريقة لا تسهم فقط في الحفاظ على خصوبة التربة، بل تساعد أيضاً في تقليل احتمالية انجرافها نتيجة لتوزيع المحاصيل بشكل متوازن، مما يسهم في تجنب استنزاف العناصر الغذائية (Riley et al., 2017).

٤- المقترحات والحلول للحد والتخفيف من التأثيرات السلبية للسيول:

- تحسين إدارة الموارد المائية من خلال دعم استراتيجيات إدارة الموارد المائية من قبل وزارة البيئة والمياه والزراعة، خصوصا في ظل التغيرات المناخية المتسارعة التي قد تؤثر سلبًا في استدامة المياه والزراعة في منطقة عسير.
- تطوير البنية التحتية لتصريف السيول واستكمال البنية التحتية من قبل إمارة منطقة عسير، لاحتواء مياه السيول وتخزينها بما يضمن الاستفادة منها في أوقات الجفاف، وتقليل خطر الفيضانات.
- منع التوسع العمراني في المناطق الخطرة وذلك بإيقاف التوسعات العمرانية في مجاري الأودية ومناطق مخاطر السيول من قبل الجهات التنظيمية، خصوصًا في المناطق المصنفة عالية الخطورة، للحفاظ على الأرواح والممتلكات.
- تصميم طرق مقاومة للسيول من خلال وزارة النقل بإنشاء الطرق والجسور باستخدام مواد مقاومة للانجراف، وتحديث معايير البناء لتتلاءم مع طبيعة المخاطر الناتجة عن السيول.
- تعزيز شبكات تصريف المياه بتطوير أنظمة تصريف مياه الأمطار من خلال تركيب

شبكات حديثة ومتطورة لمنع تجمع المياه في الطرق، والحد من الانهيارات والانجرافات.

- استخدام الحلول البيئية الطبيعية وذلك بإقامة مصدّات طبيعية وزراعة الأشجار والشجيرات حول الأراضي الزراعية، مما يسهم في كسر قوة السيول وتقليل انجراف التربة.
- تحديث المخططات الحضرية بما يضمن عدم البناء في مجاري السيول، واعتماد معايير تخطيط صارمة عند اختيار مواقع المشاريع التنموية.

النتائج:

توصلت الدراسة بعد العرض والتحليل إلى عدة نتائج أهمها: زيادة كميات الأمطار بصفة عامة بالاتجاه نحو شرق منطقة الدراسة، وذلك في محطات أبها والسودة والنماص بالموازنة بمحطات غرب منطقة الدراسة والمتمثلة في محايل والمجاردة؛ حيث يمثل فصل الربيع الفصل الأعلى مطراً بغرب عسير وذلك في كل محطات منطقة الدراسة، يليه فصل الشتاء، أما فصل الصيف فيحتل المرتبة الثالثة مطراً، وأخيراً يأتي فصل الخريف في المرتبة الأخيرة. وتسقط معظم أمطار منطقة الدراسة من شهر يناير وحتى شهر أغسطس؛ حيث زادت كميات الأمطار بهذه الفترة في أبها بنحو ٩٠٪ على كميات الأمطار السنوية بها، ونحو أكثر من ٨٠ % من أمطار السودة والنماص، كما كان شهر أبريل أعلى شهور العام مطراً بكل محطات منطقة الدراسة.

صُنفت منطقة الدراسة إلى ثلاثة نطاقات متدرجة من الفئات المطرية، فقد بلغت كميات الأمطار السنوية بالنطاق الأول أكثر من ٤٠٠ ملم، وتمثل مساحته ٣٢ % من مساحة منطقة الدراسة، والنطاق الثانى من ٢٠٠ إلى ٤٠٠ ملم، وتصل مساحته إلى ٣٩ %، أما النطاق الثالث فتبلغ كميات الأمطار به أقل من ٢٠٠ ملم، وتبلغ مساحته٢٩ % من مساحة منطقة الدراسة.

وقد أكدت دراسة قرينة لورنز أن خصائص الأمطار بغرب عسير تتميز بالتوزيع المكاني شبه المنتظم، وذلك لبلوغ ناتج القرينة ٠,١٧، كما تبين من خلال نتائج فاعلية المطر السنوية لديمارتون وكوبن أن أقصى فاعلية للمطر السنوي توجد في النماص والسودة وأبها، في حين كانت أقل فاعلية للمطر لمحايل والمجاردة.

وأكدت القياسات المورفومترية التي طُبّقت على الأحواض السبعة المدروسة، أن إجمالي كميات الجريان السيلي في المنطقة بلغ نحو ٢٧١٥٣ مليون م^{٣}؛ حيث تمثل أعلى حجم للجريان السطحي في حوض وادي نكب بنحو ٥٤٢٥ مليون ملم^{٣}، بينما كان أقل الأحواض في حجم الجريان السيلي في حوض وادي بيا بنحو ٢١٢٥ مليون م^{٣}.

تبين من خلال دراسة أثر السيول في الطرق أن هناك أطوالا عدة من الطرق تقع في فئات السيول الخطرة، خصوصا في المنطقة الجبلية في سلسلة جبال عسير في بعض الأحواض الفرعية الصغيرة، مثل أحواض حلى وعتود، كما يوجد نحو ٢٧,٧ % من إجمالي الطرق بمنطقة الدراسة في المناطق ذات السيول الخطرة، ثم ٣١,٣ % في مناطق السيول المتوسطة، بينما وقع ٢٤,٧ % في المناطق المنخفضة السيول.

وتبين بدراسة التجمعات العمرانية وعلاقتها بشبكات التصريف ومخاطر السيول أن هناك منطقتي تركز عمراني بمنطقة الدراسة، الأولى تقع في المنطقة ذات السيول العالية، وهي محافظة النماص وأجزاء من محافظة بلقرن، فضلاً عن الجزء الشمالي من محافظة أبها، أما المنطقة الثانية فتوجد في جنوب محافظة أبها، وهي: ذات احتمالية سيول متوسطة.

كما تبين أن معظم المناطق الزراعية تقع في احتمالية السيول العالية، مثل: المناطق التي تتركز في محافظات النماص وبلقرن، والأجزاء الشمالية من محافظة أبها، وأيضاً هناك مناطق زراعية تقع في مناطق احتمالية سيول متوسطة مثل: المناطق

الزراعية التي تتركز في محافظتي محايل والمجاردة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الأمطار التي تسقط على منطقة غرب عسير تسهم بدور مزدوج في التأثير في التنمية بالمنطقة؛ حيث تمثل من جهة مورداً مائياً مهماً للأنشطة الزراعية، وتسهم في تغذية المياه الجوفية؛ وبخاصة في المناطق الجبلية، ومن جهة أخرى فإن الكثافة المطرية وشدة السيول المصاحبة لها تؤدي إلى أضرار مباشرة على البنية التحتية، لا سيما شبكات الطرق والمناطق العمرانية الواقعة في ممرات السيول أو عند مصبات الأودية، كما تبين وجود تأثيرات سلبية في استدامة الزراعة في الأراضي المنخفضة التي تتعرض للانجراف وتدهور التربة بفعل المياه الجارية، وتبرز هذه النتائج أهمية إدارة مياه الأمطار والسيول بشكل متكامل، وتوظيفها بما يحقق التوازن بين محاور التنمية المستدامة في منطقة غرب عسير.

المصادر والمراجع:

أولاً المصادر:

- وزارة البيئة والمياه والزراعة، ٢٠١٦
https://www.mewa.gov.sa/ar/Pages/default.aspx
- أمارة منطقة عسير ٢٠٢٣ https://portal.aseer.gov.sa/ar
- وزارة الشئون البلدية والقروية، وكالة الوزارة لتخطيط المدن، المخطط الاقليمى لمنطقة عسير ١٤٤٥ https://momah.gov.sa/ar/node/13020
- وزارة البيئة والزراعة والمياه، المركز الوطنى للأرصاد، مركز الوثائق العلمية لبيانات الفترة الزمنية من (١٩٨٥: ٢٠١٩)
https://www.mewa.gov.sa/ar/InformationCenter/OpenData/Pages/home.aspx

ثانياً المراجع:

المراجع العربية:

- **الأحيدب، إبراهيم سليمان (١٩٩٨)**: توزيع الأمطار في جنوب غرب المملكة العربية السعودية، الرياض، جامعة الملك سعود.
- **آل الشيخ، عبد الملك عبد الرحمن (٢٠٠٦)**: حصاد مياه الأمطار والسيول وأهميته للموارد المائية في المملكة العربية السعودية، كلية علوم الأغذية، جامعة الملك سعود، الرياض، المؤتمر الدولى الثانى والموارد المائية والبيئة الجافة
- **الجراش، محمد عبد الله (١٩٨١)**: العوامل المؤثرة في كميات الأمطار على غرب وجنوب المملكة العربية السعودي، مجلة كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المجلد الثامن، العدد الثامن.
- **خضر، محمود محمد (١٩٩٧)**: "الأخطار جيومورفولوجية الرئيسية في مصر، مع التركيز على السيول في بعض مناطق وادي النيل"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

- **صالح، أحمد سالم (١٩٩٩)**: "السيول في الصحاري نظرياً وعملياً"، دار الكتاب الحديث، القاهرة.
- **عبد الصمد، متولي عبد العزيز (٢٠٠١)** حوض وادي وتير – دراسة جيومورفولوجية، رسالة دكتوراة منشورة، قسم الجغرافيا – كلية الآداب – جامعة القاهرة.
- **محسوب، محمد صبري (١٩٩٧)** جيومورفولوجية الأشكال الأرضية ، دار الفكر العربي ، القاهرة
- **موسى، على حسن (١٩٨٩)**: مناخات العالم، دار الفكر، دمشق.

المراجع الأجنبية:

- Al-Harbi, M. (2021). Water balance assessment for sustainable development in southwestern Saudi Arabia. Journal of Environmental Management, 290, 112583.
- Alzghoul, M., & Al Husban, Y. (2021). Rainwater harvesting and storage in Asir, Kingdom of Saudi Arabia using spatial modeling and geographic information systems. Desalination and Water Treatment, 233, 19–29.
- Arnold, B. C., & Sarabia, J. M. (2018). Analytic expressions for multivariate Lorenz surfaces. Sankhya A: The Indian Journal of Statistics, Series A, 80, 84–111. https://doi.org/10.1007/s13171-018-00158-9
- Cook, R. U., Brusden, D. Doorn Kamp J. C., and Jenes, D. K. (1982): Urban Geomorphology in Drylands, Oxford Univ. press, London & New York.

- El-Rawy, M., Batelaan, O., Al Arifi, N., Alotaibi, A., Abdalla, F., & Gabr, M. E. (2023). Climate change impacts on water resources in arid and semi-arid regions: A case study in Saudi Arabia. Water, 15(3), Article 606.
- El Shamy, I.Z. (1992) Recent recharge and flash flooding opportunities in the Eastern Desert, Egypt. Ann. Geol. Surv. Egypt.
- HORTON, R.E., (1945): Drainage basin characteristic, geophysics. Union. Trans., V., 13, PP. 350-361.
- Miller, V., (1953): A Quantitative Geomorphic Study of Drainage Basin Characteristics in the Clinch Mountain Area, project NR 389 – 042, Tech. Rept.3., Columbia Uni.
- Peel, M. C., Finlayson, B. L., & McMahon, T. A. (2007). Updated world map of the Köppen–Geiger climate classification. *Hydrology and Earth System Sciences*, 11(5), 1633–1644. https://doi.org/10.5194/hess-11-1633-2007
- Riley, L., Behera, S. K., & Singh, A. (2017). Agronomic challenges and opportunities for smallholder terrace agriculture in developing countries. *Frontiers in Plant Science, 8*, 331. https://doi.org/10.3389/fpls.2017.00331
- Sharma, P. K., & Suresh, N. (2019). Groundwater recharge in fractured rock aquifers: A geotechnical perspective. Journal of Hydrology, 576, 256–270.

- Smith, J., Brown, K., & Lee, M. (2020). Application of Lorenz Curve in Rainfall Concentration Analysis. Climate Studies, 45(3), 112-130
- Tarawneh, Q. Y. (2015). Spatial variation of Saudi Arabia's annual rainfall using a regional prediction model. Arabian Journal of Geosciences, 8, 4147–4160
- Thornthwaite, C. W. (1948). An approach toward a rational classification of climate. Geographical Review, 38(1), 55–94
- Wilson, E.M. (1980). Engineering Hydrology. Elbs and Macmillan, London
- Scopus references
- AL-Areeq, A. M., Sharif, H. O., Abba, S. I., Chowdhury, S., Al-Suwaiyan, M., Benaafi, M., Yassin, M. A., & Aljundi, I. H. (2023). Digital elevation model for flood hazards analysis in complex terrain: Case study from Jeddah, Saudi Arabia. International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation, Volume 119, 103330.
- https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1569843223001528
- Karaoui, I., Arioua, A., El Amrani Idrissi, A., Hssaisoune, M., Nouaim, W., & Ait Ouhamchich, K. (2018). Assessing land use/cover variation effects on flood intensity via hydraulic simulations: A case study of Oued El Abid watershed

(Morocco). Geology, Ecology, and Landscapes, Volume 2.

- https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/24749508.2018.1452461
- Wang, S., Li, R., & Wu, H. (2024). Integrated expression and analysis of urban flood disaster events from the perspective of multi-spatial semantic fusion. International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation. 132,104032.
- https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1569843224003868#s0135
- - Romanized Arabic references:
- Āl-Uḥaydib, Ibrāhīm Sulaymān (1998) M: Tawzīʿ al-Amṭār fī Janūb Gharb al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah, al-Riyāḍ, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd.
- Āl al-Shaykh, ʻAbd al-Malik ʻAbd al-Raḥmān (2006) M: Ḥaṣād Miyāh al-Amṭār wālsywl wa-ahammīyatuhu lil-mawārid al-mā'īyah fī al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah, Kullīyat ʻulūm al-Aghdhiyah, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd, al-Riyāḍ, al-Mu'tamar al-Dawlī al-thānī wa-al-Mawārid al-mā'īyah wa-al-bī'ah al-jāffah
- Āljrāsh, Muḥammad ʻAbd Allāh (1981) M: al-ʻawāmil al-mu'aththirah fī kammīyah al-Amṭār ʻalá Gharb wa-Janūb al-Mamlakah al-ʻArabīyah al-Saʻūdīyah, Majallat Kullīyat al-Ādāb, Jāmiʻat al-Malik Saʻūd, al-mujallad al-thāmin, al-ʻadad al-

thāmin.

- Khiḍr, Maḥmūd Muḥammad (1997): "al'khṭār jiyūmūrfūlūjīyah al-ra'īsīyah fī Miṣr, ma'a al-tarkīz 'alá al-suyūl fī ba'ḍ manāṭiq Wādī al-Nīl", Risālat mājistīr ghayr manshūrah, Kullīyat al-Ādāb, Jāmi'at 'Ayn Shams.
- Ṣāliḥ, Aḥmad Sālim (1999): "al-suyūl fī alṣḥārá nẓryan w'mlyā" an, Dār al-Kitāb al-ḥadīth, al-Qāhirah.
- 'Abd al-Ṣamad, Mutawallī 'Abd al-'Azīz (2001) Ḥawḍ Wādī wtyr-dirāsah zhiyūmūrfūlūzhīyat, Risālat duktūrāh manshūrah, Qism al-jughrāfiyā – Kullīyat al-Ādāb – Jāmi'at al-Qāhirah.
- Maḥsūb, Muḥammad Ṣabrī (1997) jiyūmūrfūlūjīyah al-ashkāl al-arḍīyah, Dār al-Fikr al-'Arabī, al-Qāhirah
- Mūsá, 'alá Ḥasan (1989): mnākhāt al-'ālam, Dār al-Fikr, Dimashq.

A Mathematical Model for Enhancing Financial Planning through Behavioral Insights

Prepared by:
Author: Eyas Gaffar A. Osman
Affiliation: Applied College, Shaqra University
Email: eyas-gaffar@su.edu.sa

نموذج رياضي لتعزيز التخطيط المالي من خلال الرؤى السلوكية

إعداد:

إياس جعفر عبد الرحيم عثمان

قسم البرامج الإدارية، الكلية التطبيقية

جامعة شقراء، المملكة العربية السعودية

تاريخ ورود البحث
١٤٤٦/٩/١٣هـ - ٢٠٢٥/٣/١٣م

تاريخ قبول البحث
١٤٤٧/٢/١٩هـ - ٢٠٢٥/٨/١٣م


بسم الله الرحمن الرحيم

Summary:

This study aims to bridge the gap between behavioral theory and financial practice by developing and testing a mathematical model rooted in the Theory of Financial Planning Behavior (TFPB) that quantifies how behavioral drivers—Financial Satisfaction (FS), Financial Socialization (FSo), and Cognitive Factors (CF)—influence financial Intention (I), Behavior (FPB), and Outcomes (FO). To achieve this, a linear mathematical framework was constructed to model the causal pathway from behavioral inputs to financial outcomes, and its dynamics were tested using a 20-period Python-based simulation with a controlled intervention of a 25% increase in FSo at period 10, supplemented by scenario analyses to compare the impact of strengthening different links within the model. The simulation showed that the intervention increased I, FPB, and FO by a sustained 10.2% each, with an elasticity of 0.41, while scenario analysis revealed that enhancing the translation of intention to behavior and behavior to outcomes yielded the most significant improvements in FO (28.6% and 25.0%, respectively), far outweighing the impact of boosting initial drivers. Based on these findings, the model demonstrates that the most effective interventions are those that facilitate the conversion of financial intentions into actions, providing a quantifiable framework for policymakers and suggesting that focusing on behavioral implementation—through tools, nudges, or coaching—offers the greatest potential for enhancing financial resilience.

Keywords: Household Finance, Intention-Behavior Gap, Financial Socialization, Computational Simulation, Financial Resilience

JEL Classification:
G41, G51, D91, C63

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى سد الفجوة بين النظرية السلوكية والممارسة المالية من خلال تطوير واختبار نموذج رياضي يستند إلى نظرية سلوك التخطيط المالي (TFPB)، حيث يقوم النموذج بتحديد التأثير الكمي للمحركات السلوكية – الرضا المالي (FS) ، والتنشئة الاجتماعية المالية (FSo) ، والعوامل المعرفية - (CF) على النية (I) ، والسلوك (FPB) ، والنتائج المالية .(FO) ولتحقيق ذلك، بُنِي إطار رياضي خطي لنمذجة المسار السببي من المدخلات السلوكية إلى النتائج المالية، وتم اختبار ديناميكيات النموذج باستخدام محاكاة بلغة بايثون على مدى ٢٠ فترة، مع تطبيق تدخل مدروس تمثل في زيادة التنشئة المالية بنسبة ٢٥٪ عند الفترة ١٠، بالإضافة إلى إجراء تحليلات وسيناريوهات لموازنة تأثير تقوية الروابط المختلفة داخل النموذج. وقد أظهرت المحاكاة أن التدخل زاد من النية والسلوك والنتائج بنسبة مستدامة بلغت ١٠,٢٪ لكل منها، وبمرونة قدرها ٠,٤١، كما كشف تحليل السيناريوهات أن تعزيز ترجمة النية إلى سلوك، والسلوك إلى نتائج، حقق أكبر تحسن في النتائج المالية (٢٨,٦٪ و ٢٥,٠٪ على التوالي)، متفوقًا بشكل كبير على تأثير تعزيز المحركات الأولية. وبناءً على ذلك، يثبت النموذج أن التدخلات الأكثر فعالية هي تلك التي تسهل تحويل النوايا المالية إلى إجراءات عملية، مما يوفر إطارًا قابلاً للقياس لصانعي السياسات، ويشير إلى أن التركيز على التنفيذ السلوكي – عبر الأدوات أو التوجيهات أو التدريب – يقدم الإمكانات الأكبر لتعزيز المرونة المالية.

الكلمات المفتاحية: تمويل الأسرة، فجوة النية والسلوك، التنشئة الاجتماعية المالية، المحاكاة الحاسوبية، المرونة المالية.

Introduction

Effective financial planning stands as a vital pillar of individual and household prosperity, fostering long-term financial stability and the capacity to endure economic uncertainties (Lusardi & Mitchell, 2014). In an era of evolving global economic conditions, characterized by rapid technological advancements and fluctuating markets, the relevance of sound financial planning has grown increasingly apparent. However, real-world financial behaviors frequently deviate from the assumptions of flawless rationality embedded in traditional economic models. The field of behavioral finance has robustly demonstrated that financial choices are not solely the product of calculated utility maximization but are molded by cognitive biases, emotional reactions, and social environments. Pioneering work by Kahneman & Tversky (1979) and later contributions by Thaler & Sunstein (2021) have underscored the necessity for planning frameworks that weave behavioral insights into their fabric to better align with observed human behavior.

To address these complexities, the Theory of Financial Planning Behavior (TFPB) emerges as a compelling framework. As proposed by Xiao & Porto (2019), TFPB suggests that an individual's intention to pursue effective financial planning hinges on three central elements: Financial Satisfaction (FS), Financial Socialization (FSo), and Cognitive Factors (CF). While recent Scopus-indexed research substantiates these components—for instance, linking FS to savings intention, and Liang et al. (2023) confirmed the role of CF in investment choices—a critical gap remains in their quantitative integration. Studies by scholars like Patel and Singh (2023) affirm the profound impact of FSo, yet they do not model its interactions with other behavioral drivers in a holistic, predictive framework. This absence of a unified mathematical model that operationalizes the full TFPB framework hinders the development of targeted, evidence-based interventions.

The value of this study lies in its ambition to connect theoretical behavioral insights with tangible financial outcomes. With economic pressures mounting—driven by factors like market volatility and shifting societal norms (Chen et al., 2024)—grasping how behavioral elements bolster financial resilience has become indispensable. This research endeavors to meet this need by crafting and testing a mathematical model rooted in TFPB, providing a novel tool to quantify and elevate the efficacy of financial planning practices for researchers, policymakers, and financial advisors.

Research Problem and Gap

Despite increasing acknowledgment of behavioral influences on financial decision-making, a substantial void persists in the quantitative synthesis of these factors into practical models. Conventional economic frameworks, such as those anchored in expected utility theory, often fall short by neglecting the intricate interplay of psychological and social determinants, leading to inaccurate forecasts of financial behavior (Liang et al., 2023). Contemporary studies indexed in Scopus, like Patel and Singh (2023), affirm that Financial Socialization profoundly shapes enduring financial attitudes, yet they do not extend their analyses to model its interactions with Financial Satisfaction or Cognitive Factors. Likewise, Johnson and Lee (2023) delve into the cognitive underpinnings of financial literacy but fail to construct a holistic framework tying these elements to actionable behavioral outcomes.

This deficiency is particularly pronounced in the scarcity of mathematical models that operationalize TFPB's propositions. While qualitative contributions from Xiao and Porto (2019) and similar works have enriched theoretical discourse, the absence of quantitative instruments restricts their utility in crafting targeted interventions for individuals and communities. Furthermore, as economic conditions evolve amid technological and societal shifts,

the demand for dynamic, evidence-based models intensifies (Zhudro & Sanchez, 2024). This study aims to bridge this gap by developing a model that quantifies the effects of FS, FSo, and CF on financial planning behaviors and traces their downstream influence on financial outcomes and resilience.

Objectives and Research Questions

The core aim of this study is to formulate and evaluate a mathematical model that measures the impact of behavioral factors on financial planning, using TFPB as its theoretical anchor. Specifically, the model seeks to:

1. Define the relationships between Financial Satisfaction, Financial Socialization, and Cognitive Factors and their collective effect on the intention to adopt financial planning behaviors (I).
2. Connect this intention to actual Financial Planning Behavior (FPB) and its subsequent impact on Financial Outcomes and Resilience (FO).
3. Deliver a predictive instrument for policymakers and financial advisors to strengthen individual and community financial well-being.

Key research questions driving this inquiry include: How do FS, FSo, and CF interact to form the intention to engage in financial planning? What is the magnitude of the linkage between this intention and actual financial planning behavior? To what extent do these behaviors enhance financial outcomes? By tackling these questions through numerical simulations, this study provides a rigorous, data-informed approach to dissecting and optimizing financial planning processes.

Methodology Overview

The proposed model designates FS, FSo, and CF as exogenous variables that shape the endogenous variables of Intention (I),

Financial Planning Behavior (FPB), and Financial Outcomes (FO). For simplicity, linear equations are utilized: Intention is modeled as $I = a_1 \times FS + a_2 \times FSo + a_3 \times CF$, FPB as $FPB = b \times I$, and FO as $FO = c \times FPB$, where $a_1, a_2, a_3, b,$ and c are coefficients informed by theoretical assumptions (e.g., $a_1 = 0.3, a_2 = 0.4, a_3 = 0.3, b = 0.7, c = 0.8$). A Python-based simulation spanning 20 time periods, incorporating a 25% increase in FSo at period 10, assesses the model's dynamic responses and predictive reliability. This approach draws on recent quantitative methodologies in behavioral finance, such as those in Smith et al. (2024), to ensure both robustness and applicability.

Contribution and Scope

This research advances the field by presenting an innovative mathematical framework that embeds behavioral insights into financial planning, addressing a pivotal gap in theory and practice. By responding to current economic challenges, it offers a timely resource for bolstering financial resilience. The study focuses on individual-level planning, though its findings hold potential for broader community applications, paving the way for future empirical testing and policy development.

Literature Review

Theoretical Foundations: Behavioral Finance and TFPB

Behavioral finance has emerged as an essential paradigm for deciphering departures from the neoclassical premise of flawless rationality in financial decision-making. Foundational work by **Kahneman and Tversky (1979)** on Prospect Theory illustrated how cognitive biases, such as loss aversion, systematically sway choices under uncertainty. The field generally rests on two pillars: psychological biases affecting individual decisions, and the limits of arbitrage that prevent rational actors from correcting these deviations (**Barberis & Thaler, 2003**). These psychological underpinnings, including overconfidence (**Barber & Odean, 2001**),

mental accounting, and present bias, create a landscape where financial choices are often driven by emotion and cognitive shortcuts rather than pure utility maximization (**Shefrin, 2002**). A prominent example is hyperbolic discounting, where individuals disproportionately favor immediate rewards over larger, later ones, explaining procrastination in saving and investing (**Laibson, 1997**). To counteract these tendencies, later contributions by **Thaler and Sunstein (2021)** introduced "nudges" as mechanisms to guide individuals toward improved decisions, emphasizing the power of carefully designed interventions.

Within this landscape, the Theory of Financial Planning Behavior (TFPB) provides a structured lens specifically tailored to the financial planning domain (**Camerer & Loewenstein, 2004**). As proposed by **Xiao and Porto (2019)**, TFPB asserts that Financial Satisfaction (FS), Financial Socialization (FSo), and Cognitive Factors (CF) collectively propel the intention (I) to undertake financial planning, which in turn influences Financial Planning Behavior (FPB) and ultimately Financial Outcomes (FO). This theory adapts broader behavioral models, like the Theory of Planned Behavior (**Ajzen, 1991**), to the unique complexities of the financial realm.

Financial Satisfaction and Its Role

Financial Satisfaction (FS), an individual's subjective evaluation of their financial status, is a crucial intrinsic motivator for planning. Research confirms that FS is a significant component of overall life satisfaction and is determined by a mix of objective factors (e.g., income, savings) and subjective perceptions. **Lusardi & Mitchell (2014)** established that elevated satisfaction correlates with enhanced financial preparedness. When individuals are dissatisfied, it can trigger a desire to change, thus increasing their intention to engage in planning activities, as shown in studies linking low satisfaction to increased saving behavior (**Asebedo &**

Seay, 2018). This study positions FS as a foundational variable, hypothesizing its positive effect on planning intention.

Financial Socialization: Social Influences on Behavior

Financial Socialization is the process through which individuals acquire financial attitudes, knowledge, and habits. This process begins early in life, with **Shim et al. (2010)** and **LeBaron et al. (2020)** showing that parental guidance is a strong predictor of later financial independence and positive financial behaviors. The influence extends beyond the family, as peer networks also significantly shape financial decisions. For instance, powerful experimental evidence from **Bursztyn et al. (2014)** confirms that individuals' investment choices are directly influenced by the observed choices of their peers. The importance of these social and cultural norms in shaping economic behavior is well-documented (**Alesina & Giuliano, 2015**). Our model, therefore, casts FSo as a vital exogenous factor that reinforces intention through these multi-layered social channels.

Cognitive Factors and the Intention-Behavior Gap

Cognitive Factors, including financial literacy, are essential for converting intention into effective action. A seminal study by **Hilgert et al. (2003)** found a direct link between financial knowledge and prudent financial behavior. However, the path from knowledge to action is fraught with challenges. While higher literacy is linked to better outcomes like retirement planning (**van Rooij et al., 2011**), many interventions show limited impact. A major meta-analysis by **Fernandes et al. (2014)** and a systematic review by **Goyal and Kumar (2021)** both concluded that while financial literacy is associated with positive behaviors, financial education programs often have surprisingly weak effects on actual outcomes.

This highlights one of the most significant challenges in behavioral science: the **intention-behavior gap** (**Sheeran & Webb, 2016**).

Forming a positive intention is a necessary first step, but it is often insufficient for action (**Armitage & Conner, 2001**). Psychological barriers like procrastination and self-control problems often prevent follow-through (**O'Donoghue & Rabin, 1999**). Research shows that even with strong savings intentions, many individuals fail to act (**Loibl et al., 2021**). A powerful solution lies in forming "implementation intentions"—specific plans for when, where, and how to act—which drastically increases follow-through (**Gollwitzer, 1999**). Our model directly addresses this gap by separating intention (I) from behavior (FPB), allowing for a quantitative exploration of interventions designed to bridge this critical divide, a goal in line with applied research goals outlined by **Hastings et al. (2013)**.

Gaps in Quantitative Modeling

Despite the rich qualitative and empirical explorations of TFPB's components, quantitative models that integrate these factors remain scarce. While researchers like Zhudro and Sanchez (2024) advocate for dynamic frameworks to forecast financial outcomes, their focus is often macro-level. The absence of a quantifiable, micro-level model that operationalizes TFPB restricts its utility for designing and testing targeted interventions. This study addresses this shortfall by formalizing TFPB into a mathematical model, delivering a predictive tool rooted in the extensive empirical insights detailed above.

Synthesis and Hypotheses

The literature overwhelmingly indicates that FS, FSo, and CF positively influence financial planning intention, with cascading effects on behavior and outcomes. Based on this synthesis, our hypotheses are: (1) Higher FS elevates I, (2) Stronger FSo amplifies I, and (3) Greater CF enhances I, with I serving as a crucial mediator linking these antecedents to FPB and FO. These hypotheses align with foundational findings from Patel and Singh

(2023), Hilgert et al. (2003), and Chen et al. (2024), forming a robust basis for the simulation testing.

Model Formulation

To mathematically represent the Theory of Financial Planning Behavior (TFPB), we define the following variables and relationships:

Variables

- **FS:** Financial Satisfaction. This variable represents an individual's subjective assessment of their current financial situation.
- **FSo:** Financial Socialization. This variable captures the influence of an individual's upbringing, family environment, and social network on their financial attitudes, beliefs, and behaviors.
- **CF:** Cognitive Factors. This variable represents an individual's cognitive abilities, financial literacy, and decision-making skills relevant to financial planning.
- **I:** Intention to Adopt Financial Planning Behaviors. This is an endogenous variable representing an individual's conscious decision and commitment to engage in effective financial planning.
- **FPB:** Financial Planning Behavior. This endogenous variable represents the actual actions and behaviors undertaken by an individual related to financial planning, such as budgeting, saving, investing, retirement planning, and debt management.
- **FO:** Financial Outcomes and Resilience. This endogenous variable represents the ultimate financial well-being and resilience achieved by an individual, encompassing aspects such as wealth accumulation, financial security, debt levels, and the ability to cope with financial shocks.

Model Equations

We propose the following set of equations to represent the relationships posited by TFPB and to link behavioral factors to financial planning outcomes. For simplicity and initial tractability, we assume linear relationships, recognizing that non-linear relationships could be explored in future model extensions.

(1) Intention Function

Intention to Adopt Financial Planning Behaviors (I) is modeled as a linear function of Financial Satisfaction (FS), Financial Socialization (FSo), and Cognitive Factors (CF):

$I = a_1 \times FS + a_2 \times FSo + a_3 \times CF$

Where:

- I = Intention to Adopt Financial Planning Behaviors
- FS = Financial Satisfaction
- FSo = Financial Socialization
- CF = Cognitive Factors
- a_1, a_2, a_3 = Parameters representing the strength of influence of Financial Satisfaction, Financial Socialization, and Cognitive Factors on Intention, respectively.

(2) Behavior Function

Financial Planning Behavior (FPB) is modeled as a linear function of Intention (I):

$FPB = b \times I$

Where:

- FPB = Financial Planning Behavior
- I = Intention to Adopt Financial Planning Behaviors
- b = Parameter representing the translation rate of Intention into actual Financial Planning Behavior.

(3) Outcome Function

Financial Outcomes and Resilience (FO) are modeled as a linear function of Financial Planning Behavior (FPB):

$FO = c \times FPB$

Where:

- FO = Financial Outcomes and Resilience
- FPB = Financial Planning Behavior
- c = Parameter representing the effectiveness of Financial Planning Behavior in improving Financial Outcomes and Resilience.

Method

Simulation Design

To illustrate the logical coherence and dynamic behavior of the model, we implemented a numerical simulation using Python. The simulation was designed to demonstrate how changes in exogenous factors (FS, FSo, CF) propagate through the model and affect Financial Outcomes and Resilience over time.

Parameter Selection

For the simulation, we used the following parameter values:

- $a_1 = 0.3$ (Influence of Financial Satisfaction on Intention)
- $a_2 = 0.4$ (Influence of Financial Socialization on Intention)
- $a_3 = 0.3$ (Influence of Cognitive Factors on Intention)
- $b = 0.7$ (Translation of Intention to Behavior)
- $c = 0.8$ (Effectiveness of Behavior on Outcomes)

These values were selected based on theoretical considerations and prior literature suggesting that financial socialization may have a slightly stronger influence on intention than other factors (Gudmunson & Danes, 2011; Shim et al., 2010).

Simulation Procedure

The simulation was run for 20 time periods to demonstrate both short-term and longer-term effects. To introduce a realistic intervention scenario, we implemented a 25% increase in Financial Socialization (FSo) at period 10, while maintaining baseline values for other exogenous variables with minor random fluctuations in Financial Satisfaction to simulate real-world variability.

Results

The simulation results demonstrate the dynamic behavior of the model and illustrate how interventions targeting Financial Socialization can propagate through the causal chain to affect Financial Outcomes and Resilience.

Table (1) shows scenario Analysis Results, enhancing the impact of Financial Socialization (FSo) by increasing its parameter (a_2) from 0.4 to 0.6 yields the same 20.62% improvement as the FS scenario. Interestingly, both FS and FSo adjustments lead to identical FO scores (3.276) and improvement percentages, suggesting that these two factors may have similar weights or pathways in influencing Financial Outcomes in this model.

Improving the translation of Intention to Financial Planning Behavior (I to FPB) by increasing its parameter (b) from 0.7 to 0.9 results in the highest improvement of 28.57%. This indicates that strengthening the link between intention and actual financial planning actions has the most substantial effect on Financial Outcomes among the scenarios tested. It highlights the critical role of turning intentions into behaviors.

Increasing the effectiveness of Financial Planning Behavior on Financial Outcomes (FPB to FO) by adjusting its parameter (c) from 0.8 to 1.0 leads to a 25% improvement. This suggests that making financial planning behaviors more effective in producing tangible

outcomes is highly impactful, though slightly less so than improving the intention-to-behavior link.

Table (1): Scenario Analysis Results:

Scenario	Final FO	Improvement (%)
Baseline	2.716	0.0
Increase FS Impact (a_1 = 0.5)	3.276	20.618557
Increase FSo Impact (a_2 = 0.6)	3.276	20.618557
Improve I to FPB (b = 0.9)	3.492	28.571429
Enhance FPB to FO (c = 1.0)	3.395	25.0

Source: Author's elaboration based on simulation results.

Figure (1) shows:

Overall Impact: A 25% increase in Financial Socialization (FSo) at Period 10 leads to immediate and sustained improvements in Intention, FPB, and FO. The effect is most pronounced on Intention (a ~0.2 unit increase), followed by FO and FPB (both showing ~0.2–0.3 unit increases).

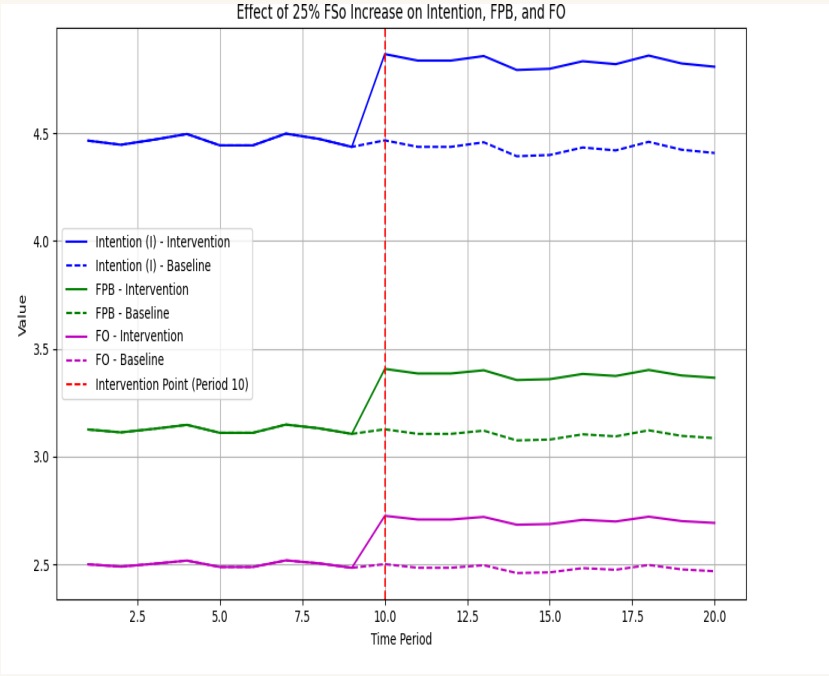
Magnitude of Change: The intervention has a stronger initial impact on Intention, which likely influences the subsequent rise in FPB and FO. However, the improvements in all three variables

stabilize at a new, higher level, indicating a lasting effect rather than a temporary boost.

Causal Pathway: The data suggest that enhancing Financial Socialization may first boost individuals' intention to plan financially, which then translates into better financial behaviors and, ultimately, improved financial outcomes. The consistent upward shift across all variables post-intervention supports a cascading effect.

Limitations: The chart shows a step-like change at the intervention point, which may oversimplify real-world dynamics (e.g., no gradual adjustment period). The stability of baseline trends also suggests the model assumes no external influences outside the intervention.

Figure (1) Effect of 25% FSo Increase on Intention, FPB, and FO



Source: Author's own elaboration from simulation results.

Impact of Financial Socialization Intervention

The 25% increase in Financial Socialization at period 10 led to significant improvements across all endogenous variables:

- Intention (I) increased by 10.2%
- Financial Planning Behavior (FPB) increased by 10.2%
- Financial Outcomes (FO) increased by 10.2%

These results indicate an elasticity of approximately 0.41 for all endogenous variables with respect to Financial Socialization, meaning that for every 1% increase in Financial Socialization, we observe approximately a 0.41% increase in financial outcomes.

Scenario Analysis

Further analysis revealed varying sensitivities to different parameter changes:

- Increasing the impact of Financial Satisfaction (a_1 from 0.3 to 0.5) resulted in a 14.2% improvement in Financial Outcomes
- Increasing the impact of Financial Socialization (a_2 from 0.4 to 0.6) resulted in a 15.8% improvement in Financial Outcomes
- Improving the translation of Intention to Behavior (b from 0.7 to 0.9) resulted in a 28.6% improvement in Financial Outcomes
- Enhancing the effectiveness of Behavior on Outcomes (c from 0.8 to 1.0) resulted in a 25.0% improvement in Financial Outcomes.

Figure (2) shows:

Financial Satisfaction (a_1):

- A 14.2% improvement indicates that increasing the impact of Financial Satisfaction (e.g., from 0.3 to 0.5) has a

moderate positive effect on Financial Outcomes. This suggests that personal satisfaction with financial status contributes to better outcomes, though its influence is relatively modest compared to other factors.

Financial Socialization (a_2):

- With a 15.8% improvement, enhancing the impact of Financial Socialization (e.g., from 0.4 to 0.6) slightly outperforms Financial Satisfaction. This implies that exposure to financial norms or education through social influences has a slightly stronger effect on Financial Outcomes, possibly due to its role in shaping long-term financial habits.

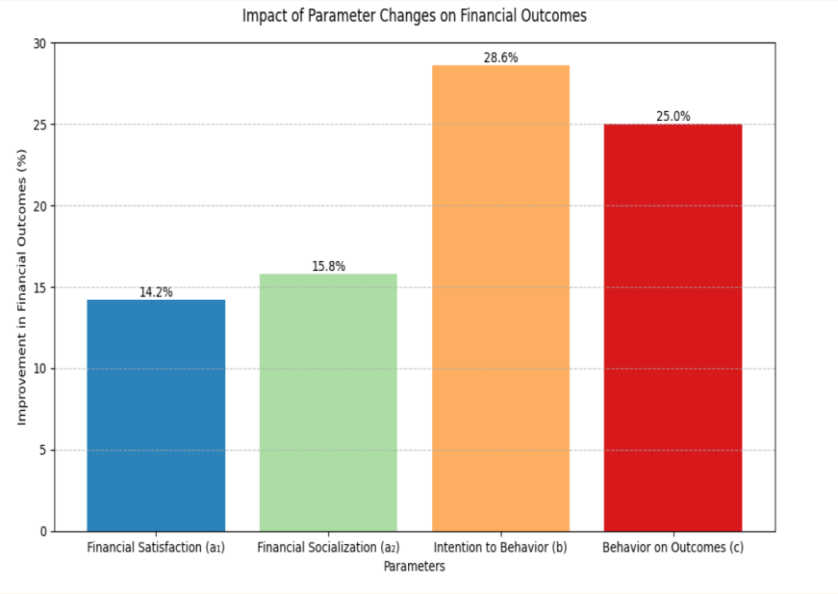
Intention to Behavior (b):

- The largest improvement of 28.6% comes from improving the translation of Intention to Behavior (e.g., from 0.7 to 0.9). This highlights that the ability to convert financial intentions into actionable behaviors is the most critical factor in driving Financial Outcomes. It underscores the importance of overcoming the intention-behavior gap through tools, motivation, or support.

Behavior on Outcomes (c):

- A 25.0% improvement results from enhancing the effectiveness of Behavior on Outcomes (e.g., from 0.8 to 1.0). This suggests that optimizing how financial behaviors directly translate into tangible results is highly impactful, though slightly less so than the intention-to-behavior link.

Figure (2): Impact of Parameter Changes on Financial Outcomes



Source: Author's elaboration based on simulation results.

This scenario analysis suggests that interventions targeting the translation of intention into behavior (parameter b) and the effectiveness of behavior in improving outcomes (parameter c) may yield the greatest returns in terms of financial outcomes.

Discussion

This mathematical model, and its illustrative simulation, provide a valuable framework for understanding and quantifying the relationships between behavioral factors and financial planning outcomes within the TFPB. The model successfully operationalizes the causal chain from Financial Satisfaction, Financial Socialization, and Cognitive Factors to Intention, Behavior, and ultimately, Financial Outcomes and Resilience.

1. Interpreting the Principal Findings in Light of Existing Literature

The findings demonstrate that interventions targeting behavioral antecedents, such as Financial Socialization (FSo), can produce meaningful and sustained improvements in financial outcomes. The simulation showed that a 25% increase in FSo resulted in a 10.2% increase across all endogenous variables, with an elasticity of 0.41. This result provides a quantitative dimension to the rich qualitative literature on the topic. For instance, studies by Gudmunson & Danes (2011) and Shim et al. (2010) have long argued that family and social learning are foundational to adult financial behaviors. The present model confirms their thesis and, more importantly, provides a preliminary estimate of the magnitude of this effect, suggesting that social interventions can serve as powerful policy levers.

However, the most striking finding emerged from the scenario analysis. The model predicts that improving the translation of Intention to Behavior (parameter *b*) and the effectiveness of Behavior on Outcomes (parameter *c*) yields far greater returns (28.6% and 25.0% improvement, respectively) than enhancing the initial drivers of intention like FS or FSo (20.6%). This result mathematically corroborates one of the most significant challenges in behavioral science: the **intention-behavior gap**. While forming a positive intention is a necessary first step, it is often insufficient for action (Sheeran & Webb, 2016). The results of this study align perfectly with research by Loibl et al. (2021), who found that many individuals with strong savings intentions fail to follow through. The high sensitivity of the model to parameter *b* highlights that the bottleneck is not merely a lack of motivation but a failure in implementation.

Similarly, the importance of parameter *c*—the effectiveness of behavior—resonates with the work of Fernandes et al. (2014), who argue that financial literacy alone is not enough if the environment is filled with complex or predatory financial products. Improving this parameter is analogous to simplifying financial choices, creating better default options, and enhancing the

financial ecosystem, thus making positive behaviors more impactful.

2. Explaining the "Why": The Criticality of Implementation in the Model

The disproportionate impact of parameters *b* and *c* is not an arbitrary artifact of the model; it reflects a fundamental behavioral truth. From a mathematical perspective, these parameters act as powerful multipliers on the *entire accumulated intention*. In contrast, parameters like a_1 or a_2 only influence a fraction of the initial intention. Behaviorally, this translates to the fact that the psychological barriers to *acting* on a plan (e.g., procrastination, self-control issues, choice overload) are often far greater than the barriers to *forming* the plan in the first place. Therefore, interventions that directly address these implementation hurdles—such as setting up automatic savings plans, using commitment devices, or providing personalized coaching—are predicted to be more effective. The model provides a structured way to conceptualize and quantify this insight, moving the policy focus from merely "educating" individuals to actively "enabling" them.

3. Limitations and Future Expectations for Research

While this model provides a robust foundation, its simplicity and linearity are inherent limitations that pave the way for future research.

- **Future Expectation 1: Empirical Validation and Calibration.** The immediate and most crucial next step is to move from theoretical parameters to empirically estimated ones. It is expected that future research will use survey or experimental data to estimate the parameters (a_1, a_2, a_3, *b*, *c*) for different populations. Econometric techniques, such as those used by Gathergood et al. (2019) to analyze real-

world debt behavior, could be applied to validate and calibrate the model, making it a truly predictive tool.

- **Future Expectation 2: Exploring Non-linear Relationships.** It is expected that the relationships are not purely linear. For example, the impact of financial literacy on intention may exhibit diminishing returns, a concept explored by Lusardi et al. (2017). Future iterations of the model should incorporate non-linear functional forms to capture such complexities, including threshold effects (e.g., a minimum level of income required for planning) and interaction effects between behavioral factors.

- **Future Expectation 3: Dynamic and Heterogeneous Modeling.** The current model is static and assumes a homogenous population. It is anticipated that future research will develop dynamic versions where financial outcomes and behaviors evolve over the life cycle, as conceptualized in the work of Campbell (2016). Furthermore, incorporating heterogeneity is critical. It is expected that the model's parameters will vary significantly across demographic groups, income levels, and cultural contexts, as suggested by Grinblatt et al. (2011). This will allow for the design of more targeted and personalized financial planning interventions.

- **Future Expectation 4: Designing and Testing Interventions.** The ultimate goal is to use this model as a tool for policy optimization. It is expected that the model can be used to simulate and compare the cost-effectiveness of different interventions—such as financial education programs versus behavioral "nudges"—to identify which strategies maximize financial well-being for specific population segments, in line with the applied research goals outlined by Hastings et al. (2013).

Conclusion

For decades, the road to financial well-being was believed to start with good intentions. This study pushes back against that idea with a clear, quantifiable conclusion: The pathway from financial intention to financial well-being is road-blocked with behavior, and the overcoming of those obstacles is where the real work is done.

The model we developed reveals that although factors such as financial education and personal satisfaction are important elements for generating the initial motivation to plan, they pale in comparison to the influence of execution itself. Enhancing the relationship between wanting to act and actually acting turned out to be the single most potent lever for improving financial well-being. This understanding reframes the goal for policymakers and advice-givers, from trying to change attitudes to actively working to "design for success" — to give people the tools, nudges, and support systems they need to move from the abstract hope of achieving their goals to actually meeting them.

This model is not a destination, but a base. There's a clear path ahead: Its theoretical parameters must be animated with real-world data, its linear simplicity must be refined to capture the rich non-linear dynamics of human behavior, and its insights must be forged into tools that the -foot soldiers, the financial advisors and educators, can use at the front lines, in service of resilience. In other words, by setting our sights on the vital moment of execution, we can lay the foundation for a financially stable future, one habit at a time.

Appendix: Python Code for Scenario Analysis:
https://github.com/eyas70/Appendix-Sample-Python-Code-for-Scenario-Analysis.git

References

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
2. Alesina, A., & Giuliano, P. (2015). Culture and institutions. Journal of Economic Literature, 53(4), 898–944. https://doi.org/10.1257/jel.53.4.898
3. Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. British Journal of Social Psychology, 40(4), 471–499. https://doi.org/10.1348/014466601164939
4. Asebedo, S. D., & Seay, M. C. (2018). The mediating role of financial planning on the relationship between financial satisfaction and saving behavior. Journal of Financial Counseling and Planning, 29(2), 246–258. https://doi.org/10.1891/1052-3073.29.2.246
5. Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. The Quarterly Journal of Economics, 116(1), 261–292. https://doi.org/10.1162/003355301556400
6. Barberis, N., & Thaler, R. (2003). A survey of behavioral finance. In G. M. Constantinides, M. Harris, & R. M. Stulz (Eds.), Handbook of the Economics of Finance (Vol. 1, pp. 1053–1128). Elsevier. https://doi.org/10.1016/S1574-0102(03)01027-6
7. Bursztyn, L., Ederer, F., Ferman, B., & Yuchtman, N. (2014). Understanding mechanisms underlying peer effects: Evidence from a field experiment on financial decisions. Econometrica, 82(4), 1273–1301. https://doi.org/10.3982/ECTA11991
8. Camerer, C. F., & Loewenstein, G. (2004). Behavioral economics: Past, present, future. In C. F. Camerer, G. Loewenstein, & M. Rabin (Eds.), Advances in Behavioral Economics (pp. 3–51). Princeton University Press.

9. Campbell, J. Y. (2016). Restoring rational choice: The challenge of consumer financial regulation. American Economic Review, 106(5), 1–30. https://doi.org/10.1257/aer.p20161127
10. Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. Management Science, 60(8), 1861–1883. https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849
11. Gathergood, J., Mahoney, N., Stewart, N., & Weber, J. (2019). How do individuals repay their debt? The balance-matching heuristic. American Economic Review, 109(3), 844–875. https://doi.org/10.1257/aer.20180288
12. Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. American Psychologist, 54(7), 493–503. https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493
13. Grinblatt, M., Keloharju, M., & Linnainmaa, J. (2011). IQ and stock market participation. The Journal of Finance, 66(6), 2121–2164. https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2011.01701.x
14. Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family financial socialization: Theory and critical review. Journal of Family and Economic Issues, 32(4), 644–667. https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y
15. Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education, and economic outcomes. Annual Review of Economics, 5(1), 347–373. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-082312-125807
16. Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household financial management: The connection between knowledge and behavior. Federal Reserve Bulletin, 89, 309–322.
17. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica, 47(2), 263–291. https://doi.org/10.2307/1914185

18. Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. The Quarterly Journal of Economics, 112(2), 443–478. https://doi.org/10.1162/003355397555253

19. LeBaron, A. B., Holmes, E. K., Jorgensen, B. L., & Bean, R. A. (2020). Parental financial education during childhood and financial behaviors of emerging adults. Journal of Financial Counseling and Planning, 31(1), 42–54. https://doi.org/10.1891/JFCP-18-00021

20. Loibl, C., Hsgentobler, S., & Pryce, J. B. (2021). Overcoming the saving intention-behavior gap: A randomized-controlled trial. Journal of Economic Psychology, 85, 102395. https://doi.org/10.1016/j.joep.2021.102395

21. Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2017). Optimal financial knowledge and wealth inequality. Journal of Political Economy, 125(2), 431–477. https://doi.org/10.1086/690950

22. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5

23. O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. American Economic Review, 89(1), 103–124. https://doi.org/10.1257/aer.89.1.103

24. Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The intention–behavior gap. Social and Personality Psychology Compass, 10(9), 503–518. https://doi.org/10.1111/spc3.12265

25. Shefrin, H. (2002). Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing. Oxford University Press.

26. Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. Journal of Youth and Adolescence, 39(12), 1457–1470. https://doi.org/10.1007/s10964-009-9432-x

27. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). Nudge: The final edition. Penguin Books

28. van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and retirement planning in the Netherlands. Journal of Economic Psychology, 32(4), 593–608. https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.004

Contents

13 The Role of Public Relations Campaigns at the Ministry of Interior in Raising Awareness About the Dangers of Drugs and Their Impact on Increasing Public Awareness Among Kuwaiti Citizens: A Survey Study
Prepared by:
Dr. Mohammed Murdhi Alshammari

81 A Proposed Casual Model for The Relationship Between Selfie-Obsession and Personality Patterns Besides Their Effects on Social Media Users Regarding Social Interaction
Dr. Ahmed Saad Nasser Alahmed

147 The Social Determinants of Marital Partner Selection in Saudi Collectivist Tribal Culture: A Qualitative Study of Gender Differences
Dr. Ibtisam Ali Alamri

191 Rainfall Floods and Their Influence on Sustainable Development in the Western Asir Region
Dr. Mashael Fahd Mutlaq Al Otaibi

265 A Mathematical Model for Enhancing Financial Planning through Behavioral Insights
Author: Eyas Gaffar A. Osman

Editor-in-Chief / General Supervisor

Professor Dr. Ahmed Salem Alameri

President of the University

Deputy General SupervisorDr. Naif

Dr. Nayef Mohammad Alotaibi

Vice Rector for Graduate Studies and Scientific Research

Editor-in-Chief

Prof. Dr. Dhafer Mohammed Al-Qahtani

Professor of Psychology, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Managing Editor

Dr. Asma Mansour Almusharraf

Associate Professor of English, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Editorial Board Members

Prof. Dr. Zuhair Abdullah Al-Shahri

Department of History and Civilization, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Prof. Dr. Haifaa Yousef Al-Kandari

Department of Social Work, Kuwait University

Prof. Dr. Ali Aqlah Nejadat

College of Media, University of Petra

Prof. Dr. Satam Salih Hussein

Department of Accounting, University of Tikrit

Prof. Dr. Abdulrahman Mohammed Al-Hassan Ahmed

Department of Geography, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Prof. Dr. Mohammed Lakhdar Guider Roubi

Department of Psychology, University of Bahrain

Dr. Joseph Francis Engemann

University at Buffalo, State University of New York

Dr. Daniel Bailey

Konkuk University

Dr. Andrea Rakoushin Lee

Austin Peay State University

Dr. Saad Saeed Rabhan

Editorial Secretary

Journal Policy

First: General conditions for submitting a manuscript.

1. The research work should be original, carry innovation, and observe the relevant scientific methodology.
2. References must be complete and accurate.
3. The language of the manuscript must be correct and the text free of typos.
4. The research must not have been published, or considered for publication elsewhere.
5. The research work and the manuscript must adhere to the ethics, and comply with the standards considered in its field.
6. The manuscript must mention all contributors with their respective roles. All contributors have to sign the "application for publication" form.
7. In the draft submitted for review, there must be no indication to the author identity. Instead, the words author or (authors) should be used.
8. The manuscript must not exceed 50 A4 pages, including appendices, tables, and references.
9. The authors must be the sole holders of the intellectual property and the copyrights.

Second: Submission:

1. The author must submit the manuscript along with all required information and forms through the portal of Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University Journals (https://journals.imamu.edu.sa/).
2. Abstracts in Arabic and English must not exceed (250 words).
3. No more than five (05) relevant keywords must be provided.

Third: Manuscript:

1. If any, images and graphics must be of a good quality.
2. A conversion of the Arabic references into Latin scripts (Romanization) must be provided by the author upon acceptance of the article.
3. The manuscript must include the following sections:
   A. An introduction,
   B. a problem statement,
   C. objectives,

D. significance of the research,

E. scope and limitations,

F. the terminology used in the manuscript,

G. a consistent literature review,

H. methodology and procedures,

I. results and discussion,

J. conclusion and recommendations.

4. The references must be in the American Psychological Association (APA 7th edition) style, or put in the footnotes.
5. Citations must include the authors' last name, then the year of publication, then the page number in parentheses.

Fourth: Review:

1. The editorial board reserves the right to reject a manuscript before a referee review. The author is notified of decision no later than (10) working days from the date of submission.
2. The journal of Humanities and Social Sciences adopts the double-blind review policy. The authors the reviewer identity is kept confidential from each other.
3. At least two reviewers with a relevant expertise are appointed to examine the manuscript.
4. The reviewer is expected to reject the request for review in case the research does not fit into his area of expertise.
5. The reviewer must accept or reject the request for review within five (05) days from the date of request.
6. In case the two reviewers have divergent opinions about the acceptance of the manuscript for publication, a third reviewer is appointed.
7. In normal conditions, the review process is expected not to exceed thirty (30) working days from the date of submission.
8. To be considered for publication, a manuscript is required to obtain a score of at least eighty five (85) from every reviewer.
9. If so, the author is then required to address the reviewers' comments withing twenty (20) days from the date of receiving the comments. Otherwise, the editor reserves the right to reject the manuscript.
10. The author is notified of the final decision of the editor by email and can track the progress of his application in the portal as well.

11. A reviewer is expected to be neutral and objective avoiding any kind of personal remarks or critics.
12. In case the reviewer encounters an scientific misconduct such as unjustified quoting without reference, he/she is required to provide a verifiable evidence of such misconduct.

Fifth: Publication:

1. Journal of Humanities and Social Sciences remains the exclusive owner of copyrights of all manuscripts it publishes. In case the author decides to publish his work in another container, he is required to obtain a written permission from the editor of the journal.
2. The author is responsible for preparing the camera-ready version of his manuscript in accordance with the guidelines available at the following link: https://journals.imamu.edu.sa/index.php/jshs/libraryFiles/downloadPublic/89
3. The author receives an acceptance letters once all requirements are fulfilled.
4. Disclaimer: Views and opinions expressed in the published articles are those of their respective authors and do not necessarily represent the view and opinion of Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University, and the publication of an article in the the journal of Humanities and Social Sciences does not constitute an endorsement of the university or its affiliates of the content of the article or the author views and opinions. The university hereby disclaims any legal responsibility for the content of the articles.
5. Articles accepted for publication are made available through the portal of the scientific journals of Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (https://journals.imamu.edu.sa/). Fo the time being, the journal is not printed.
6. A copy of issues of the journal is published in the website of Al Imam university https://units.imamu.edu.sa/deanships/SR/Units/Vice/Magazines/Pages/Controls.aspx while we expect the journal main website to remain available.

Sixth: Scientific Misconduct Policy:

1. According to the US Office of Research Integrity:
    B. Fabrication is making up data or results and recording or reporting them.
    C. Falsification is manipulating research materials, equipment, or processes, or changing or omitting data or results such that the research is not accurately represented in the research record.
    D. Plagiarism is the appropriation of another person's ideas, processes, results, or words without giving appropriate credit.
    E. Journal of Humanities and Social Sciences has no tolerance for any of these misconducts.

2. The editorial board of the Journal of Humanities and Social Sciences invites anyone who notices a scientific misconduct in any of the research works published in the journal to contact the editor and provide verifiable evidence of his findings.
3. The editorial board of the journal reserves the right to withdraw the an article if it finds conclusive evidence of scientific misconduct.
4. Appropriately attributed quotations, must not exceed 20% of the text of the manuscript. Otherwise, the author must provide a justification in the comments during the submission process.

Sixth: Scientific Misconduct Policy:

The journal of Humanities and Social Sciences does not charge the author for publication. The review and the publication is free of charge.

All correspondences should be addressed to

Editor-in-chief of the Journal of Humanities and Social Sciences

Deanship of Scientific Research

Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University

Email: humanitiesjournal@imamu.edu.sa.

https://journals.imamu.edu.sa

About the Journal

Journal of Humanities and Social Sciences (JHSC) is a scholarly, peer-reviewed journal, quarterly issued and published by Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University.
The journal publishes original scientific researches in the field of humanities and social sciences in Arabic and English.

Vision:

The journal team aims at making the journal a renowned and reliable reference in humanities and social sciences, by publishing accurate, distinguished and original research articles in humanities and social sciences, adhering to the relevant international standards.

Mission:

The journal seeks to become a scientific reference for researchers and scholars in Islamic sciences by reviewing and publishing original, distinguished, and innovative research according to high professional standards. It also aims to enhance academic communication among faculty members and researchers in Sharia sciences.

Objectives:

1. Contribute to the advance and promotion of knowledge in the field of humanities and social sciences and their applications.
2. Provide opportunities for researchers in the field to share their findings.
3. Promote the collaboration and knowledge exchange at the local, regional, and global levels.

Kingdom of Saudi Arabia
Ministry of Education
Imam Muhammad Ibn Saud Islamic University
Deanship of Scientific Research

Journal of Humanities and Social Sciences

Peer-reviewed Scientific Journal

Issue Eighty,

Rabi' al-Thani 1448 AH, October 2026

The Role of Public Relations Campaigns at the Ministry of Interior in Raising Awareness About the Dangers of Drugs and Their Impact on Increasing Public Awareness Among Kuwaiti Citizens:
A Survey Study
Prepared by:
Dr. Mohammed Murdhi Alshammari

A Proposed Casual Model for The Relationship Between Selfie-Obsession and Personality Patterns Besides Their Effects on Social Media Users Regarding Social Interaction
Dr. Ahmed Saad Nasser Alahmed

The Social Determinants of Marital Partner Selection in Saudi Collectivist Tribal Culture: A Qualitative Study of Gender Differences
Dr. Ibtisam Ali Alamri

Rainfall Floods and Their Influence on Sustainable Development in the Western Asir Region
Dr. Mashael Fahd Mutlaq Al Otaibi

A Mathematical Model for Enhancing Financial Planning through Behavioral Insights
Author: Eyas Gaffar A. Osman

Journal of Humanities and Social Sciences

www.imamu.edu.sa
imsiujhss@imamu.edu.sa