

الآثار الاجتماعية للهدية ومدى تحولها الى رشوة - دراسة ميدانية على عينة من الموظفين والموظفات بجامعة عمر المختار -

د. رهام فرج أبراهيم عوض المسماري

قسم علم الاجتماع ، كلية الآداب، جامعة عمر المختار، مدينة البيضاء ، ليبيا

reham.awadh.frj@omu.edu.ly

تاريخ الارسال 2026/3/2 م تاريخ القبول 2026/4/1 م

The Social Implications of Gift-Giving and the Extent to Which It Constitutes Bribery

"A Field Study of a Sample of Male and Female Employees at Omar Al-Mukhtar University"

Abstract:

The study aimed to examine the social implications of gifts and the extent to which they can be transformed into bribes, as well as to determine the extent to which employees respond to and accept gifts, through a field study conducted on a random sample of 20 male and female employees at the Faculty of Arts at Omar Al-Mukhtar University. The study revealed a set of findings, the most significant of which was that gifts have a positive impact on individuals and strengthen social relationships by 75%, and that 85% of respondents believe that giving a gift in the workplace constitutes a bribe in exchange for a service, even if not directly. This led to several recommendations, including: Efforts must be intensified to include sermons in mosques explaining the importance of gifts in their positive sense and bribes in their negative sense, and the need to educate individuals and citizens on the necessity of distinguishing between gifts and bribes given in exchange for a service that is not the giver's right.

Keywords: gift - bribe

الملخص :

هدفت الدراسة إلى معرفة الآثار الاجتماعية للهدية ومدى تحولها وتحويلها إلى رشوة والكشف عن مدى استجابة الموظفين للهدية وتقبلهم لها، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية من موظفي وموظفات كلية الآداب بجامعة عمر المختار والمكونة من "20" مفردة حيث كشفت الدراسة عن مجموعة نتائج أهمها أن

الهدية لها أثر إيجابي على الأفراد وتقوي العلاقات الاجتماعية بنسبة 75%، ونسبة 85% يرون بأن تقديم الهدية في مكان العمل تعد رشوة وهي مقابل خدمة وحتى إذا لم تكون بشكل مباشر، وأدى ذلك للخروج بعدة مقترحات منها لا بد من تكثيف الجهود من أجل إدراج خطب في المساجد توضح أهمية الهدية بمعناها الإيجابي الرشوة بمعناها السلبي، وضرورة إرشاد الأفراد والمواطنين بضرورة التفرقة بين الهدية والرشوة التي تعطى في مقابل خدمة ليست من حق المهدي.

كلمات مفتاحية: "هدية ، رشوة"

مقدمة:

تُعد الهدية من أهم الظواهر الاجتماعية التي تحقق جانبا إيجابيا للمهدي إليه وخاصةً عندما تكون بين الأقارب والأزواج فإن لها أثر اجتماعي وثقافي إيجابي ولكن عندما تكون الهدية مقدمة من أجل مقابل مادي أو معنوي خاصةً عندما يكون المهدي إليه يشغل منصباً وظيفياً معين تدخل الهدية هنا في حلقة الشك وتصبح رشوة ويكون لها أثر سلبي على الفرد والمجتمع وأن الهدية أحياناً تكون واجبة، خاصةً بين الآباء والأبناء كمكافئتهم على نجاحهم أو أي عمل إيجابي يقوم به الأبناء فكلما كانت الهدية بعيدة عن الشك وفيها رضا حققت السعادة الاجتماعية وكانت ذات أثر إيجابي على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد وفي هذه الدراسة سيتم عرض أهمية الهدية والتفريق بينها وبين الرشوة وجمع البيانات والمعلومات اللازمة للأثر الإيجابي لهذه الظاهرة.

– مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة البحث في دراسة طلب عرض الهدية على من يتولى شيئاً من الوظائف العامة للدولة وما يترتب على ذلك من مفسدات حيث تعرضت هذه الظاهرة بوجه خاص وباقي الظواهر الخطيرة التي تواجه البلدان والمجتمعات، وتحاول الدراسة الحالية الكشف عن دور الهدية وما هي علاقتها بالرشوة التي تسبب مشاكل الفساد المالي والإداري في الوظائف العامة وتمثلة في قبول أو طلب الموظفين والناس للهدايا وما يتعرض فيها الطرفان المهدي والمستقبل للهدية بالأسئلة والاستجابات خصوصاً إذا كان يشغل وظيفة معينة وهذا التغير في مفهوم الهدية نتيجة لتغير المجتمع واختلاف ظروف الحياة الاقتصادية والاجتماعية وفق الأخلاقيات أصبحت الهدية موضع شك بعد أن كانت وسيلة تقرب وتواصل وتقلل من الفجوة بين الآلاف لهذه الأسباب وسيتم الإجابة عن تساؤل رئيسي من خلال هذه الدراسة وهو:

س- ماهي الآثار الاجتماعية للهدية ومدى تحولها إلى رشوة؟ وبناءً على ما سبق تتفرع مجموعة من التساؤلات وهي:

– تساؤلات الدراسة:

- 1 – هل تؤثر الهدية في العلاقات الاجتماعية ؟
- 2 – هل هناك مصلحة اقتصادية أو سياسية من الهدية ؟
- 3 – ما هي القواعد التي تحكم عملية التهادي من حيث:
أ- أطراف عملية التهادي.
ب- مناسبة التهادي.
ج- العادات والتقاليد المرتبطة بهذه العملية.
د- توقيت رد الهدية.
- 4 – الوصول لتوصيات ومقترحات يستفاد منها في الدراسات اللاحقة.

– أهداف الدراسة:

- 1 – التعرف على مدى تأثير الهدية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والأسرية.
- 2 – التعرف على مدى تأثير الهدية في المصالح السياسية والاقتصادية.
- 3 – التعرف على ما إذا كانت الهدية لها مناسبة معينة أو خاضعة للعادات والتقاليد.
- 4 – التعرف والوصول إلى نتائج عامة وخاصة بمتغيرات الدراسة في الأبعاد الاجتماعية للهدية والخروج بتوصيات ومقترحات يستفاد منها.

– أهمية الدراسة:

تتضح أهمية البحث من خلال ما تتركه الهدية من أثر اجتماعي وثقافي ونفسي لدى المهدي ، ومدى ما تقدمه من توثيق العلاقات الاجتماعية والأسرية وكيف أصبح هناك خلط ما بين الهدية والرشوة لهذا كان من المهم دراسة هذه الظاهرة لتوضيح الخلط بين الهدية بمعناها الإيجابي والرشوة ذات الأثر السلبي لها.

– مفاهيم الدراسة:

- 1 – **الأثر الاجتماعي:** هو بقية الشيء أو ما يتوقع بسبب حدوث الشيء⁽¹⁾.
ونظرياً يعرف: هي الفترة على إنتاج أثر حاسم ، وهي النتائج المترتبة على وقوع ظاهرة معينة في زمن معين⁽²⁾.
ويعرف إجرائياً: نستطيع تعريف الأثر الاجتماعي للهدية بأنه، الآثار المترتبة على تقديم الهدية للأفراد.
- 2 – **الهدية:** هي ما تقدم من فرد إلى فرد آخر دون إكراه ولا إجبار⁽³⁾.
وتعرف إجرائياً: هي تقديم شيء ما من شخص إلى شخص آخر سواء كان أب أو أم أو أخ أو زوج أو صديق بدون مصلحة أو حصول على مقابل إذ قدمت إلى أصحاب النفوذ والمناصب.

3 - **الرشوة:** هي الدافع لشخص ما، مالا أو خدمة من أجل الاستفادة من حق ليس له، أو أن يعفي نفسه من القيام بواجب عليه، والرشوة هي نوع من أنواع الفساد ولا يخلوا أي مجتمع منها (4). **التعريف الإجرائي للرشوة:** هي المعنى السلبي للهدية، حيث يقدم الراشي هدية للمرئشي مقابل منفعة.

– متغيرات الدراسة:

1 – متغير مستقل وهو الآثار الاجتماعية للهدية.

2 – متغير تابع وهو تحولها إلى رشوة.

الدراسات السابقة:

1 - دراسة هبة علي هادي، وآخرون، بعنوان الأبعاد الاجتماعية للهدية، والفرق بينها وبين الرشوة (2018) (5).

دراسة وصفية ميدانية على عينة عشوائية من الموظفين في كلية الآداب جامعة القادسية فلسطين، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن القواعد والعادات والتقاليد التي تحكم عملية التهادي وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الهدية تقرب وتقلل الفجوة بين الأفراد أن التغير معتمداً عبر الزمن وسيلة كانت للتواصل والتقارب وصلت في عصرنا الحالي إلى اعتبارها رشوة خاصة عندما تقدم لذوي المناصب

2 – دراسة إيمان شعبان أحمد بعنوان الهدية من الماضي للحاضر (2020) (6): دراسة استطلاعية وصفية استخدمت المسح الاجتماعي على معلمي ومعلمات مدرسة القدوة بالعراق، وتكون حجم العينة من (113) معلم ومعلمة، وهدفت الدراسة إلى معرفة هذه التغيرات والظروف المختلفة التي أثرت في تغيير مفهوم الهدية ومعرفة مدى أهمية الهدية في تقوية العلاقات الاجتماعية، ونتج عن هذه الدراسة أن الهدية تغير مفهومها بين الماضي والحاضر وأن الهدية لا تقتصر فقط على الهدايا المادية بل أصبحت الهدية على شكل معاملات معنوية وقيمة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

حقيقةً لوحظ ندرة في الدراسات السابقة عن موضوع الهدية خاصة الدراسات المحلية ولما كان للموضوع من أهمية آثار اجتماعية تؤدي إلى خلل وفساد المجتمع كان لا بد من دراسة هذا الموضوع وإلقاء الضوء عليه من خلال الدراسات السابقة التي تحصلنا عليها وإنها تتفق مع الدراسة الحالية في كونها تهتم بمدى تحول الهدية كقيمة اجتماعية إلى رشوة مثل دراسة هبة عام (2018)، أما وجه الاختلاف كان واضح في كون الدراسة الحالية توضح الفرق بين الهدية والرشوة بعكس ما ورد في

دراسة إيمان شعبان عام (2020)، في الأهمية الاجتماعية للهدية وهي عينة مسحية استطلاعية.

وهكذا لوحظ أن الدراسة الحالية تهتم بالفرق بين الهدية والرشوة وما هو مدى تحول الهدية إلى رشوة على عينة من موظفي جامعة عمر المختار دراسة وصفية ميدانية.

- تمهيد:

إن الهدية تتسم بالثبات والاستقرار في المجتمع وهي قيمة اجتماعية إنسانية، وسيتم في هذا الفصل التطرق إلى الإطار النظري الذي يتعلق بموضوع الهدية ممن تحديد أنواعها،

أولاً - أنواع الهدية:

للهدية أنواع كثيرة منها:

- 1 - هدايا المحبة والمودة كالهدايا المقدمة للوالدين وهدايا الخطوبة.
- 2 - هدايا للمكافآت عليها بمثلها أو أفضل منها.
- 3 - هدايا تقدم لقضاء الحاجة أي على الشفاعة.
- 4 - هدايا للانتفاع بالجاه من علم أو نسب أو حسب وهي شبيهة بالرشوة.
- 5 - هدايا لإحقاق باطل أو إبطال حق، وهي الرشوة بعينها المحرمة باتفاق⁽⁷⁾.

ثانياً - وظائف الهدية:

1 - إظهار الحب: هناك نظرية تقول أن الإنسان يحب التعبير بالرموز فالهدية قد تكون لإظهار حب شخص لشخص آخر.

2 - تواصل رمزي: الإنسان بطبعه يربط المشاعر بالمادة أو الهدايا لذلك عندما يهادينا أحد بشيء نعتبر أن هذا الفعل معناه اهتمامه بنا وبسعادتنا.

3 - للحصول على مقابل: إن علم الاجتماع الحديث أثبت أن إعطاء الهدايا يخلق ما يسمى بتوازن الديون بمعنى أن الشخص يحب أن يتبادل الهدايا لأنك إذا اكتفيت بالأخذ ولم تعطي في المقابل سيعكس ذلك انطباع عنك، وإنك لا تهتم بقيام العلاقة مثل الطرف الآخر ولا تقدره وهي تدخل تحت ضوء الرشوة أو المصلحة⁽⁸⁾.

ثالثاً - متى تعد الهدية رشوة:

بعد التحدث عن أسس الهدية وطرق التفريق بينها فإن السياق بالطبع يستوجب تحديد الوقت والكيفية التي يمكننا القول من خلالها أن الهدية قد تحولت إلى رشوة أو العكس وطبعاً لا يحتاج الأمر إلى تفكير للقول بأن تغير نية الشخصين يجعلان الهدية العادية رشوة.

رابعاً - آثار الرشوة الاجتماعية على المجتمع:

تتسبب ظاهرة الرشوة بالكثير من الضرر للمجتمعات وخاصةً في دول العالم الثالث حيث يواجه الكثير من المواطنون بعض المشاكل في الوصول إلى حقوقهم عندما يعتاد المسؤولون على أخذ الرشوة لتقديم الخدمات ومن آثار الرشوة الاجتماعية ما يلي:

1 - تضعف الرشوة أسس العدالة الاجتماعية حيث يقوم الاستقرار والديناميكية في أي مجتمع على العدالة.

2 - إذا كانت الرشوة مستخدمة على نطاق واسع في المجتمع سيصاب المواطنون بخيبة أمل من الحكومة التنفيذية أو النظام الإداري للبلاد والذي سيؤدي تدريجياً إلى فقدان الثقة بين مختلف فئات المجتمع وانعدامها في المؤسسات والأنظمة السياسية.

3 - الرشوة ليست مجرد مسألة دفع المال أو البضائع أو إعطاء الامتيازات إنما تتحول تدريجياً إلى نظام يحتوي على شبكة علاقات وشرارات تعمل على إفادة فئة معينة من الناس على حساب فئة أخرى في مختلف المجالات السياسية والتجارية.

4 - تدمير القيم الأخلاقية وانتشار الإهمال واللامبالاة وضعف الانتماء لدى المواطنون والعاملون مما يؤدي إلى إعاقة عملية التنمية المجتمعية والاقتصادية والإخلال بقيم وأخلاق أفراد المجتمع.

5 - يتم عرض الرشوة في بعض الأحيان بغرض الحصول على وظائف ومناصب لأشخاص ليسوا مؤهلون بما فيه الكفاية والذين يتم اختيارهم بدلاً من أشخاص آخرين لديهم الكفاءة الحقيقية للقيام بالعمل المطلوب ويترتب على هذه الحالة ضياع حقوق الناس وتدني جودة مخرجات وفاعلية العمل وإصابة الباحثون عن العمل بالإحباط وذلك بسبب وضع المرتشي للعلاقات الشخصية والمصالح الذاتية كأولوية بدلاً من اختيار الأفراد حسب أسس ومعايير واضحة.

6 - عندما يقوم المرتشي بإنفاق أمواله بطريقة غير مشروعة فإنه بذلك يساهم في فقدان المجتمع لجزء من قيمة رأس المال ويخسر دوره في الدورة الاقتصادية.

7 - يؤدي انتشار ظاهرة الرشوة إلى انفاق الدولة مبالغ مالية كبيرة على أجهزة العدالة لضبط المرتكبين خاصة أن الرشوة تعد من الجرائم التي يصعب اكتشافها وتقديم دلائل لإثباتها⁽¹¹⁾.

تمهيد:

تم في هذا الفصل تحديد المنهج المستخدم في هذه الدراسة، والتطرق إلى الأداة المستخدمة في الدراسة، ثم تحديد مجالات الدراسة، وأيضاً تبيان مجتمع الدراسة وعينته.

أولاً - المنهج المستخدم في الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي حيث يحتم هذا المنهج بوصف دقيق للظاهرة المراد دراستها عن طريق جمع البيانات ووصفها وتفسيرها من أجل الوصول إلى حقائق ونتائج دقيقة لتحسين الوضع القائم.

ثانياً - أداة الدراسة:

هي استمارة الاستبيان فهي الأداة المناسبة لموضوع الدراسة وعينته وهي عبارة عدد من الأسئلة المرتبة بأسلوب مناسب حسب تساؤلات الدراسة بحيث يتم توزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات ليتم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى النتائج.

ثالثاً - مجالات الدراسة:

المجال المكاني للدراسة: وهو البعد أو الإطار المكاني للدراسة وموضوعها وفي هذه الدراسة محدد وهو موظفي كلية الآداب بجامعة عمر المختار.

المجال الزمني للدراسة: وهي الفترة الزمنية التي أقيمت فيها الدراسة وهي خلال العام الدراسي (2024-2025 م).

رابعاً - مجتمع الدراسة:

وهو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة والمجتمع جمع من الأفراد ومتمثل في هذه الدراسة موظفي جامعة عمر المختار ولا يستطيع الفرد دراسة مجتمع الدراسة بأكمله وإنما يتعرض إلى دراسة عينة وهي جزء من مجتمع الدراسة وتقام الدراسة الحالية على موظفي كلية الآداب بجامعة عمر المختار بمدينة البيضاء.

خامساً - عينة الدراسة:

تقام الدراسة الحالية على عينة عشوائية بسيطة من موظفين كلية الآداب بجامعة عمر المختار في مدينة البيضاء وبلغ عددها (20) مفردة من الموظفين وموظفات.

سادساً - الأساليب الإحصائية:

بعد جمع البيانات من عينة الدراسة، تم تدخيلها في الحاسوب، وبواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، تم بواسطته استخدام الإحصاءات الوصفية، منها الجداول التكرارية والنسب المئوية.

"الآثار الاجتماعية للهدية ومدى تحولها الى رشوة"

جدول (1) يوضح خصائص العينة تبعاً لمتغير العمر

النوع	العمر		المجموع
	أقل من 40 سنة	من 40 سنة فأكثر	
ذكر	2	10	12
أنثى	1	7	8
المجموع	3	17	20

يلاحظ من التكرارات أن عدد الذكور والإناث متقارب وهذا قد يرجع إلى تكافؤ الفرص في قبول الموظفين بالجامعة

جدول (2) يوضح خصائص العينة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

النوع	المستوى التعليمي		المجموع
	ما دون الجامعي	جامعي أو ما يعادله	
ذكر	2	10	12
أنثى	1	7	8
المجموع	3	17	20

يلاحظ من التكرارات في الجدول السابق أن الموظفين في الجامعة من حملة الشهادات الجامعية أو ما يعادلها وهذا راجع إلى معايير قبول الموظفين .

جدول (3) يوضح خصائص العينة تبعاً لمتغير مستوى الدخل

النوع	مستوى الدخل			المجموع
	ضعيف	متوسط	عالي	
ذكر	1	10	1	12
أنثى	/	6	2	8
المجموع	1	16	3	20

يلاحظ من التكرارات في الجدول السابق أن غالبية الموظفين من ذوي الدخل المتوسط وقد يرجع هذا إلى تقارب الدرجات الوظيفية للموظفين بكلية الآداب.

السؤال الأول: هل تحصل على هدايا عادةً ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	9	45 %
لا	11	55 %
المجموع	20	100 %

يتضح من الجدول السابق أن عدد (11) من الموظفين والموظفات لا يتحصلوا على هدايا عادةً أي بنسبة (55 %)، وهناك (9) من الموظفين والموظفات هم من يتحصلوا عادةً على هدايا أي بنسبة (45 %).

السؤال الثاني: هل حصولك على هدية يقوي علاقتك بالشخص المرسل ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	13	65 %
لا	7	35 %
المجموع	20	100 %

يتضح من الجدول السابق أن (13) من الموظفين والموظفات يعتقدوا أن حصولهم على هدية يقوي علاقتهم بالمرسل وتصل هذه النسبة إلى (65 %) من عينة الدراسة، في حين يرى (7) من الموظفين والموظفات أنه ليس بالضرورة أن تقوى العلاقة بمجرد الحصول على هدايا منهم وتشكل هذه النسبة (35 %).

السؤال الثالث: هل تعتقد أن تبادل الهدايا أمر ضروري بين الأصدقاء ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	11	55 %
لا	9	45 %
المجموع	20	100 %

يلاحظ من استجابة العينة أن (11) من الموظفين والموظفات يروا ضرورة أن يتم تبادل الهدايا مع الأصدقاء وذلك لما له من نتائج إيجابية بين الأصدقاء فوصلت هذه النسبة إلى (55 %) من عينة الدراسة، في حين يرى (9) من الموظفين والموظفات أن الهدايا ليست معياراً للصدقة الجيدة وبلغت هذه النسبة (45 %).

السؤال الرابع: برأيك هل كثرة الهدايا من نفس الشخص يفقدها قيمتها ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	14	70 %
لا	6	30 %
المجموع	20	100 %

يتضح من نتيجة استجابة (14) من الموظفين والموظفات على هذا التساؤل أن كثرة الهدايا من نفس الشخص يفقدها قيمتها فوصلت هذه النسبة إلى (70 %)، في حين يرى عدد (6) من أفراد عينة الدراسة أنه لا تفقد قيمة الهدايا إذا أخذت من نفس الشخص أكثر من مرة.

السؤال الخامس: عند حصولك على هدية هل يؤثر ذلك على نفسك إيجابياً ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	15	75 %
لا	5	25 %
المجموع	20	100 %

يتفق عدد كبير من الموظفين والموظفات على أن الهدايا لها أثر إيجابي كبير على نفسية الفرد حيث بلغ العدد (15) أي بنسبة (75 %) من عينة الدراسة، في حين يرى (5) من الموظفين والموظفات أن الهدايا لا تؤثر على النفسية فبلغت نسبة المؤيدين لها الرأي (25 %).

السؤال السادس: هل تعتقد أن رد الهدية عيب ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	6	30 %
لا	14	70 %
المجموع	20	100 %

يتفق أغلبية الموظفين والموظفات أن رد الهدايا ليس عيباً وإنما شيء جميل لابد من القيام به ويتفق عدد (14) من الموظفين والموظفات بهذا الرأي وبنسبة بلغت (70 %)، في حين يرى عدد قليل من الموظفين والموظفات أنه ليس بالضروري رد الهدية فهذا يعتبر معيب حسب وجهة نظرهم والمتفقون على هذا الرأي عددهم (6) من الموظفين والموظفات وبنسبة (30 %).

السؤال السابع: عندما تكون الهدية فرض برأيك هل تفقد قيمتها ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	12	60 %
لا	8	40 %
المجموع	20	100 %

فيما يخص هذا التساؤل يرى عدد (12) من الموظفين والموظفات أي بنسبة (60 %) إنه إذا كانت الهدية فرض تفقد قيمتها، في حين يرى (8) آخرين أنه ليس بالضروري أن تفقد قيمتها عندما تكون فرض وكانت نسبة الموافقة على هذا الرأي (40 %) من عينة الدراسة.

السؤال الثامن: هل يجوز طلب الهدية ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	0	0 %
لا	20	100 %
المجموع	20	100 %

يلاحظ من الجدول السابق أن هناك اتفاق بين جميع أفراد العينة أنه لا يجوز أبداً طلب الهدايا فبلغ هذه النسبة (100 %).

السؤال التاسع: هل تعتقد ان الهدية دين يجب رده ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	5	25 %
لا	15	75 %
المجموع	20	100 %

يلاحظ من الجدول السابق أن عدد (15) من الموظفين والموظفات لا يعتقدون أن الهدايا دين يجب رده وبلغت هذه النسبة (75 %) من عدد أفراد العينة، في حين يرى (5) من الموظفين والموظفات أنه دين يجب رده فبلغت نسبة الموافقة على هذا الرأي (25 %).

السؤال العاشر: هل تقوم برد الهدايا المرسله لك في حال المناسبات أو غيرها ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	12	60 %
لا	8	40 %
المجموع	20	100 %

في الجدول السابق نرى اتفاق بين (12) من الموظفين والموظفات أنه يقومون برد الهدايا التي تأتي إليهم وذلك بنسبة (60 %)، في حين يرى (8) من الموظفين والموظفات أنه ليس بالضرورة رد هذه الهدايا وبلغت نسبة اتفاقهم (40 %).

السؤال الحادي عشر: هل تحصل على هدايا من أشخاص داخل إطار عملك ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	9	45 %
لا	11	55 %
المجموع	20	100 %

لا يتفق عدد (11) من الموظفين والموظفات على أن الهدايا التي تأتي إليهم ليست من إطار العمل بنسبة (55)، في حين ير عدد (9) من الموظفين والموظفات أن أغلب الهدايا التي يتحصلوا عليها كانت من إطار عملهم وهذا الرأي بنسبة (45).
السؤال الثاني عشر: عند حصولك على هدية من شخص من شخص ما داخل إطار عملك، هل يجعل ذلك تشعر أنه يقترب منك أو يقوم بتملق نوعاً ما ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	17	85 %
لا	3	15 %
المجموع	20	100 %

من خلال نتيجة الجدول السابق نرى شبه إجماع في الرأي بين أفراد عينة الدراسة فوصل المتفقين على هذا التساؤل (17) من الموظفين والموظفات بنسبة (85%)، في حين يرى عدد (3) موظفين وموظفات بنسبة (15 %) أن ليس بالضرورة ربما تكون الهدايا عربون الصداقة فقط.

السؤال الثالث عشر: هل تلقي هدية مع طلب خدمة من شخص ما في آن واحد، هل تعتبرها رشوة ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	19	95 %
لا	1	5 %
المجموع	20	100 %

يلاحظ من الجدول السابق أن (19) من الموظفين والموظفات يروا أن إذا تم إعطائنا هدية مع طلب خبرة فنعتبره رشوة وذلك بنسبة (95 %)، في حين يرى أحد الموظفين أنه أمر يمكن أن يحصل دون القصد بذلك الرشوة بعينها.
السؤال الرابع عشر: في حال تقديمك خدمة لشخص ما وقام برد هذه الخدمة بهدية، هل تظن أنه تصرف ملائم ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	15	75 %
لا	5	25 %
المجموع	20	100 %

يتفق عدد (15) من الموظفين والموظفات أنه من اللطيف أن يتم رد هذه الخدمة بهدية وهذا الاتفاق بلغ نسبته (75 %)، في حين لا يتفق عدد (5) من الموظفين أنه ليس بشرط أن يتم إعطائنا هدية مقابل خدمة قدمت منهم.

السؤال الخامس عشر: هل تظن أنه أحياناً يجب عليك عدم قبول الهدية ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	8	40 %
لا	12	60 %
المجموع	20	100 %

يتفق عدد (12) من الموظفين والموظفات أنه ليس من اللائق عدم قبول الهدية وذلك بنسبة (60 %)، في حين يرى عدد (8) موظفين وموظفات أنه هناك أوقات لا ينبغي قبول الهدية فيها وذلك بنسبة (40 %).

السؤال السادس عشر: هل قبول الهدية يعني أنك مدين للشخص المرسل بخدمة ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	50 %
لا	10	50 %
المجموع	20	100 %

من خلال هذا الجدول نرى انقسام الرأي بالنسبة لعينة الدراسة فهناك من يؤيد القول القائل بأن إذا حصلت على هدية من شخص ما فإنك مدان له بخدمة والعكس صحيح.

السؤال السابع عشر: هل تلقي الهدايا من نفس الشخص بكثرة قد يترك عبئاً عليك ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	18	90 %
لا	2	10 %
المجموع	20	100 %

من خلال هذا الجدول أن عد (18) من الموظفين والموظفات وبنسبة (90 %) يروا أنهم إذا حصلوا على هدايا كثيرة من نفس الشخص ذلك يلقي عليهم العبء الكبير، وهناك اثنان من الموظفين يروا أنهم أمر طبيعي وليس يشكل عبء عليهم إذا حصلوا على هدايا من نفس الشخص فبلغت نسبة هذا الاتفاق (10 %).

السؤال الثامن عشر: هل تلقي هدية من شخص ما قد يؤثر على اتخاذك لقرار ما بشأنه ؟

"الآثار الاجتماعية للهدية ومدى تحولها الى رشوة"

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	50 %
لا	10	50 %
المجموع	20	100 %

أيضاً نلاحظ انقسام رأي العينة وذلك كما في السؤال السادس عشر في كون أن الهدية قد تؤثر على اتخاذ قرار ما بشأنهم ويرى أفراد باقي العينة العكس من ذلك.

السؤال التاسع عشر: هل رفض الهدية يعتبر تصرف لنيم ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	18	90 %
لا	2	10 %
المجموع	20	100 %

من خلال هذا الجدول يؤكد (18) من الموظفين والموظفات أنه من غير اللائق رفض الهدية لأي سبب أي بنسبة (90 %)، وعلى عكس ذلك يرى اثنان من الموظفين أن هناك أوقات يتم فيهم رفض الهدية وذلك بنسبة (10 %).

السؤال العشرون: في حال قدمت هدية لشخص ما وقام برفضها، هل تقطع علاقتك به ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	5	25 %
لا	15	75 %
المجموع	20	100 %

يرى عدد (15) من الموظفين والموظفات وبنسبة (75 %) أن أنه إذا قدموا هدية لشخص ورفض فيتم قطع علاقتنا به، ويرى عدد (5) من الموظفين وبنسبة (25 %) أن ربما تكون هناك أسباب شخصية خاصة بالشخص المقدم له الهدية لذلك لا يجوز قطع علاقتنا به لهذا السبب.

السؤال الحادي والعشرون: في حال تحصلت على هدية وقمت برفضها مما أدى أن المرسل قطع علاقتك بك، هل تظن أنه على حق ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	4	20 %
لا	16	80 %
المجموع	20	100 %

يعتقد عدد (16) من عينة الدراسة وبنسبة بلغت (80 %) إنه ليس من المفترض أن يقطع علاقته بمن رفض هديته وربما تكون له اسبابه الخاصة لرفض الهدية، في حين يرى عدد (4) من عينة الدراسة وبنسبة بلغت (20 %) أنه من حقه أن يقطع علاقته بمن رفض أن يأخذ هديته.

السؤال الثاني والعشرون: في حال حصولك على هدية مرفقة بالسعر، هل تظن إنه تصرف غير ملائم ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	18	90 %
لا	2	10 %
المجموع	20	100 %

من خلال نتيجة هذا الجدول يؤيد عدد (18) من الموظفين والموظفات الرأي القائل بان لا يجوز وضع السعر على الهدية حتى لا تفقد قيمها المعنوية وذا الاتفاق بنسبة (90 %)، ويرى عدد (2) من الموظفين أنه ليس أمر غير ملائم وجود السعر على الهدية وذلك بنسبة (10 %) من أفراد العينة.

السؤال الثالث والعشرون: عند حصولك على هدية ما قيمة، هل تظن أنك يجب أن ترد هدية بنفس القيمة ؟

الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	16	60 %
لا	4	20 %
المجموع	20	100 %

يرى عدد (16) من الموظفين والموظفات أن قيمة الهدية ليست بالشيء الضروري لتكافئ به الشخص المستقبل بل أحياناً هدية بقيمة بسيطة يكون لها أثر إيجابي كبير بغض النظر عن سعرها وهذا الرأي وصلت نسبته (60 %)، وهناك عدد (4) من الموظفين والموظفات ويشكلون نسبة (20 %) أنه ينبغي أن ترد الهدية بنفس القيمة وذلك أمر ضروري.

سابعاً - النتائج العامة للبحث:

- 1 - اتضح أن عينة الدراسة ليسوا ممن يتلقون الهدايا دائماً بنسبة (55 %).
- 2 - يتضح أن الحصول على هدية يقوي العلاقات بالشخص المرسل بنسبة (65 %).
- 3 - وكذلك أن تبادل الهدايا أمر ضروري بين الأصدقاء بنسبة (55 %).
- 4 - بالإضافة إلى أن كثرة الهدايا من نفس الشخص تفقد قيمتها بنسبة (70 %).

- 5 - وأيضاً أن الحصول على الهدايا يؤثر إيجابياً على نفسية الفرد بنسبة (75 %).
 - 6 - وكذلك أن رد الهدية ليس بالشيء المعيب ولا بد من ردها بنسبة (70 %).
 - 7 - واتضح أن عينة الدراسة يرفضون أن تكون الهدية فرض ينبغي القيام به بنسبة (60 %).
 - 8 - كما تم الاتفاق على أن ليس من المعقول طلب الهدية لأي سبب بنسبة (100 %).
 - 10 - ويتضح أن الموظفون يقبلون بالهدايا داخل إطار عملهم بنسبة (45 %).
 - 11 - ولكن يعتقد أفراد عينة الدراسة أن حصولهم على هدية في إطار عملهم يُعد أمر ورائه مصلحة بنسبة (85 %).
 - 12 - وتوصلت الدراسة أيضاً أن الرشوة تكون بتقديم هدية مع طلب خدمة في نفس الوقت بنسبة (95 %).
 - 13 - كم اتضح أنه في حال تقديم خدمة لشخص ما وقام برد هذه الخدمة بهدية، أنه تصرف ملائم ويجب القيام به تحصلت هذه النتيجة على نسبة مرتفعة بلغت (75 %).
 - 14 - كما أن يجب قبول الهدية في جميع الأوقات ولا يجوز رفضها بنسبة (60 %).
 - 15 - كما أن تلقي الهدايا من نفس الشخص بكثرة يترك عبئاً كبيراً بنسبة (90 %).
 - 16 - كذلك اتضح أن رفض الهدية يعتبر تصرف غير ملائم بنسبة (60 %).
- ثامناً - الإجابة عن تساؤلات الدراسة:**

التساؤل الأول: هل تؤثر الهدية في العلاقات الاجتماعية ومدى تقويتها بتقديم الهدية اتضح أن نسبة (65 %) تقوي العلاقات، وأن نسبة (75 %) أنها تؤثر على نفسية الفرد بالإيجاب.

التساؤل الثاني: هل هناك مصلحة اقتصادية أو سياسية من الهدية ؟

الإجابة، نعم عندما تقدم في مكان العمل تعد الهدية رشوة ومطلوب لها مقابل خدمة بسبب (85 %)، أما نسبة (15 %) يرون بأنها أمر عادي وليس بالضرورة لها مقابل خدمة وقد تكون هذه الفئة القليلة مما يبيحون الرشوة في مقابل خدمات مختلفة من أماكن عملهم لمن يقدم لهم الرشوة ويعتبرونها هدية ولا غبار عليها، حيث لا بد من ردها بخدمة أمر عادي بنسبة (75 %).

التساؤل الثالث- ما هي القواعد التي تحكم عملية التهادي من حيث:

أ - أطراف عملية التهادي: اتضح أن لا بد من قبول الهدية ولا يجوز رفضها حتى في مكان العمل بنسبة (60 %)،

ب-مناسبة التهادي: الإجابة هي ليس بالضرورة وجود مناسبة للتهادي بين الأفراد فهي وسيلة إيجابية لتقوية العلاقات بنسبة (70 %).

ج- العادات والتقاليد المرتبطة بهذه العملية: إن العادات المرتبطة بهذه العملية تتضح من خلال أنه لا يجوز للشخص المهدي أن يقطع علاقته بشخص رفض قبول الهدية بنسبة (75 %)، وأن الأشخاص المقدمون للهدية عليهم إزالة السعر عن الهدية بنسبة (75 %)، حتى لا يتعرض الشخص المهدي إليه للأحراج أو العبء.

د- كيفية توقيت رد الهدية: بنسبة بلغت (60 %) يرون بأنه لا بد من رد الهدية ، أما (40 %) يرون بأن الهدية قد ترد بخدمة وهذا أمر طبيعي إذا كانت الخدمة في المتناول وغير خارقة للقانون.

تاسعاً- التوصيات والمقترحات:

- 1 - نشر التوعية بين أفراد المجتمع على حُرمة الرشوة والعائد منها.
- 2 - لا بد من تكثيف الجهود من أجل إدراج خطب في المساجد توضح أهمية الهدية بمعناها الإيجابي والرشوة بمعناها السلبي.
- 3 - توعية الموظفين على ضرورة اتقان العمل ومراعاة الأمانة والأحقية للجميع.
- 4 - ضرورة إرشاد الأفراد والمواطنين بضرورة التفرقة بين الهدية والرشوة التي تعطى في مقابل خدمة ليست من حق المهدي.
- 5 - ضرورة نص قانون أو لائحة خاصة بالمؤسسة لمن ثبت عليه الرشوة من الموظفين بالعقوبة.

بيان تضارب المصالح:

يُقر المؤلف بعدم وجود أي تضارب مالي أو علاقات شخصية معروفة قد تؤثر على العمل المذكور في هذه الورقة.

الهوامش:

- 1 - أبو الحسن وآخرون، معجم مقاييس اللغة، ضبط عبد السلام محمد، 1993، ص 205.
- 2 - المرجع السابق، ص 301.
- 3 - النابلسي، عبد الغني، الفرق بين الهدية والرشوة، دار أسامة للنشر: الجزائر، ص 75 ، 2003.
- 4 - المرجع السابق، ص 81.
- 5 - هبة علي هادي وآخرون، الأبعاد الاجتماعية للهدية والرشوة ، مجلة العلوم الإنسانية ، كلية الآداب، جامعة القادسية: فلسطين، 2018.
- 6-إيمان شعبان أحمد، الهدية من الماضي للحاضر، رسالة ماجستير، كلية الآداب والتربية: جامعة العراق، 2020.
- 7 -أحمد الطويل، الهدية بين الحلال والحرام، دار بيروت للنشر، لبنان، ص 34، ب. ت.

8- زيارة الموقع 29 / 2 / 2023، www. Jogifts. com

9- أحمد الطويل، مرجع سابق، ص 30.

10 - عطية سالم، أسباب تقشي الرشوة، مكتبة بغداد: العراق، ص 107، 2010.

11 - محمد بن عبد الرحمن الجنيد، أثر الرشوة على تغير النمو الاقتصادي وأساليب دعها في ظل الشريعة الإسلامية، المركز العربي للدراسات الأمنية ، جامعة الأمام محمد بن سعود الإسلامية، 2020.