

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة منتوري قسنطينة

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

رقم التسجيل/.....

الرقم التسلسلي/.....

صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة العلوم الاقتصادية

- دراسة ميدانية ببعض جامعات الشرق الجزائري -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة

إشراف :

أد/ فضيل دليو

إنجاز الطالب

أمين جنيح

لجنة المناقشة:

- | | |
|--|---------------------|
| أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري رئيسا | 1 - أد/ حسين خريف |
| أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري ... مشرفا ومقررا | 2 - أد/ فضيل دليو |
| أستاذ محاضر جامعة منتوري عضوا | 3 - د/ ليلي بلطرش |
| أستاذ محاضر جامعة أم البواقي عضوا | 4 - د/ صالح بن نوار |

السنة الجامعية 2010-2011

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة منتوري قسنطينة

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

رقم التسجيل/.....

الرقم التسلسلي/.....

صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة
العلوم الاقتصادية

- دراسة ميدانية ببعض جامعات الشرق الجزائري -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة

إشراف :

أد/ فضيل دليو

إنجاز الطالب

أمين جنيح

لجنة المناقشة:

- | | |
|--|---------------------|
| أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري رئيسا | 1 - أد/ حسين خريف |
| أستاذ التعليم العالي جامعة منتوري ... مشرفا ومقررا | 2 - أد/ فضيل دليو |
| أستاذ محاضر جامعة منتوري عضوا | 3 - د/ ليلي بلطرش |
| أستاذ محاضر جامعة أم البواقي عضوا | 4 - د/ صالح بن نوار |

السنة الجامعية 2010-2011

﴿ إهداء ﴾

﴿ إلى والداي الكريمين وليا نعمتي "فارحهما يا رب كما
رباني صغيرا" ، إلى إخوتي وأقاربي ، إلى أساتذتي ، أصدقائي
وزملائي في الدراسة و كل من كان له فضل علم علي ، إلى
كل السائرين على طريق الهدى والحق أهدي ثمرة جهدي

﴿ المتواضع ﴾

﴿ شكر و عرفان ﴾

أحمد الله تعالى وأتقدم بالشكر الجزيل وامتناني وتقديري إلى الأستاذ الدكتور/ فضيل دليو ، الذي تفضل بقبوله الإشراف على هته المذكرة ، والذي أرى فيه صورة مجسمة للخير والفضل ومثالاً طيباً للبذل والعطاء ، حيث غمرني بفائض علمه وتوجيهاته القيمة التي كان لها الأثر الطيب في إخراج هته المذكرة في صورتها النهائية. هذا وأتقدم بخالص شكري و تقديري لأعضاء اللجنة الموقرة الأساتذة الأفاضل: أ.د/ حسين خريف، د/ صالح بن نوار و د/ ليلى بلطرش

كما لا أنسى أن أشكر طاقم إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة منتوري ، خصوصا طاقم إدارة قسم علوم الإعلام والاتصال

فهرس المحتويات

مقدمة	أ- ب
الفصل الأول: موضوع الدراسة	13
1.1- تحديد المشكلة	13
2.1- تساؤلات الدراسة	15
3.1- أهداف الدراسة	16
4.1- أهمية الموضوع	16
5.1- مفاهيم الدراسة	18
6.1- الدراسات المشابهة	21
الفصل الثاني : الصورة الذهنية	25
1.2- الصورة الذهنية: الماهية والخصائص	26
2.2- خصائص وسمات الصورة الذهنية	32
3.2- وسائل تكوين الصورة المرغوبة	35
4.2- وظائف الصورة الذهنية	43
5.2- أنواع الصورة الذهنية	46
6.2- استراتيجيات الصورة الذهنية للمنظمات	47
خاتمة	50
الفصل الثالث : المصارف الإسلامية	51
1.3- المصارف الإسلامية الماهية والأهداف	52
2.3- أساليب توظيف الأموال في المصارف الإسلامية	64
3.3- نظم خدمات المصارف الإسلامية	84
خاتمة	96
الفصل الرابع : الدراسة الميدانية	97

98	1.4 - الإجراءات المنهجية للدراسة :
103	2.4- عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
132	الخاتمة

135	قائمة المراجع
-----	---------------

الملاحق:

- 1- استثمار الاستبيان
- 2- نماذج عقود (عقد مضاربة، عقد مشاركة، عقد بيع بالمرابحة، عقد بيع بالسلم)
- 3- خريطة تنظيمية لبنك إسلامي
- 4- الملخصات

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
103	متغير الجنس	01
104	متغير المستوى التعليمي	02
105	متغير مكان العمل	03
105	خبرة المبحوثين في تدريس المصرفية الإسلامية	04
106	مدى قراءة المبحوثين عن المصرفية الإسلامية	05
107	حجم قراءات المبحوثين عن المصرفية الإسلامية	06
108	هل للمبحوثين مؤلفات عن المصرفية الإسلامية	07
109	نوع المؤلف عن المصارف الإسلامية	08
109	خبرة المبحوثين في الإشراف على مذكرات عن المصارف الإسلامية	09
110	مستوى المذكرة المشرف عليها	10
111	خبرة المبحوثين في المشاركة في ملتقيات عن المصارف الإسلامية	11
112	خبرة المبحوثين في العمل في القطاع المصرفي	12
113	طبيعة الصورة التي يحملها المبحوثون عن المصارف الإسلامية	13
114	هل للمصارف الإسلامية مكانة هامة في السوق المالية؟	14
115	حدود المكانة التي تتمتع بها المصارف الإسلامية	15
116	هل للمصارف الإسلامية قوة تنافسية عالية؟	16
117	مكانة المصارف الإسلامية مقارنة مع المصارف التقليدية	17
118	هل تقدم المصارف الإسلامية جميع الخدمات التقليدية	18

119	هل تتميز المصارف الإسلامية بخدمات إضافية ؟	19
120	مدى توافق الخدمات المصرفية الإسلامية مع المعايير المالية الدولية	20
121	مدى امتلاك المصارف الإسلامية لأهداف خارجة عن الربح	21
122	أهداف المصارف الإسلامية الخارجة عن الربح	22
123	مدى امتلاك المصارف الإسلامية الحصانة ضد الأزمات المالية	23
124	مستوى الحصانة ضد الأزمات المالية	24
125	مستوى الحصانة ضد الأزمات المالية مقارنة مع المصارف التقليدية	25
126	مدى قدرة المصارف الإسلامية على تجنب السوق المالية الأزمات	26
127	قدرة المصارف الإسلامية على منافسة المصارف التقليدية مستقبلاً	27
128	مدى إمكانية اعتماد المصارف الإسلامية كبديل عن التقليدية	28
129	استشراف الأساتذة لمستقبل المصارف الإسلامية	29

فهرس الأشكال :

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
62	أهداف المصرف الإسلامي	01
71	أشكال التمويل بالمشاركة	02
77	خطوات التمويل بالمراوحة في مصرف إسلامي	03
86	أنواع الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية	04
95	أنواع الخدمات التكافلية والاجتماعية في مصرف إسلامي	05

مقدمة

كشفت الأزمة المالية العالمية الأخيرة عن عجز فادح يعاني منه النظام المصرفي التقليدي - خصوصا في الدول الغربية مهد الأزمة- في مواجهة الأزمات المالية، حيث فشلت مؤسساته في أداء مهامها، مما انعكس سلبا وأدى إلى تدهور كبير في قيمة العملات إضافة إلى انخفاض قيمة الأسهم، كما أحدث هزة قوية للاقتصاد الأمريكي وصلت تبعاتها إلى اقتصاديات أوروبا وآسيا مطيحة في طريقها بعدد كبير من كبريات المصارف والمؤسسات المالية العالمية. وقد أدت كل هذه التداعيات السلبية لهذه الأزمة إلى التشكيك في قدرة النظام المصرفي التقليدي على حفظ التوازن الاقتصادي والمالي العالمي، وبالتالي ضرورة التفكير في نظام مصرفي بديل عنه. والمتابع لتطور الأزمة المالية والمصارف التي أعلنت عن إفلاسها يلاحظ أن المصارف الإسلامية ورغم حدة الأزمة واتساعها إلا أنها لم تتأثر، وهذا ما لفت الأنظار بقوة نحو هذا الشكل من المصارف وإمكانية اعتماد آلياتها التي تستند إلى أحكام الشريعة الإسلامية للخروج من الأزمة الراهنة وتجنب الوقوع في أزمات مماثلة مستقبلا. كما ازداد اهتمام الأكاديميين سواء داخل الدول الإسلامية أو الغربية بالمصرفية الإسلامية، حيث تم تنظيم العديد من الملتقيات التي تدرس المصرفية الإسلامية وتناقش السبل نحو اعتمادها كبديل عن المصارف التقليدية، هذا وأقبلت العديد من الجامعات الغربية على تدريس الاقتصاد الإسلامي والمصرفية الإسلامية مع منح شهادات عليا في هذا التخصص. وبهذا فقد حدث تغير ملحوظ في نظرة المتخصصين والأكاديميين نحو المصرفية الإسلامية في مقابل المصرفية التقليدية، وبغية رصد طبيعة هذا التغير في الصورة التي يحملها الأكاديميون نحو هذا الشكل من المصارف، قررنا أن نجري دراسة ميدانية في هذا الإطار على عينة من أساتذة العلوم الاقتصادية ببعض جامعات الشرق الجزائري .

ولعل هذه الدراسة تكتسي أهميتها من المرحلة التي تمر بها السوق المالية الدولية من إفلاس لكبريات المصارف التقليدية وتراجع لصورة النظام المصرفي التقليدي مقابل تحسن لصورة النظام المصرفي الإسلامي .

ولتحسيد هذه الدراسة قمنا بوضع خطة تتضمن أربعة فصول تغطي أهم معالم الدراسة وتحدد المراحل الأساسية التي مرت بها، بحيث ضم **الفصل الأول** موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية من تحديد للمشكلة وتساؤلات الدراسة إلى وضع أهداف البحث والحديث عن أهمية الموضوع ، مرورا بمفاهيم الدراسة ومصطلحاتها إضافة لاستعراض أهم الدراسات المشابهة وطريقة الاستفادة منها في دراستنا. أما **الفصل الثاني** فيتعلق بالصورة الذهنية وتضمن مفهوم الصورة الذهنية، الفرق بينها وبين الصورة النمطية، خصائصها، وسائل تكوينها، وظائفها، أنواعها واستراتيجياتها... وأما **الفصل الثالث** فقد خصص للمصارف الإسلامية: مفهومها، خصائصها، أهدافها، أساليب توظيف الأموال في المصارف الإسلامية و أنواع الخدمات المصرفية الإسلامية .

وأخيرا **الفصل الرابع** المتعلق بالدراسة الميدانية الذي شمل الإجراءات المنهجية بالإضافة إلى تفريغ البيانات وتحليلها مرورا باستعراض أهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة وأخيرا خاتمة البحث.

الفصل الأول

موضوع الدراسة

1-01 المشكلة

2-01 تساؤلات الدراسة

3-01 أهداف الدراسة

4-01 أهمية الموضوع

01 - 5 مفاهيم الدراسة ومصطلحاتها

6-01 الدراسات المشابهة

1-01 تحديد المشكلة :

مع تطور البشرية وظهور النقود كأساس للمبادلات التجارية التي أصبحت تتداول على نطاق عالمي لا محلي فحسب، ظهرت الحاجة إلى قيام مؤسسات مصرفية تقوم بتنظيم سير المبادلات التجارية بين الأفراد والدول وتنظيم تدفق الأموال، مع تقديم خدمات مصرفية تنوعت بتنوع الأنظمة والأيدولوجيات التي تعمل وفقها.

ومع التطور الهائل في الأنشطة والمعاملات المصرفية، ظهر اختلاف واسع بين مؤسسات الوساطة المالية في الدول المختلفة، تعددت وفقه أشكال وأنواع البنوك والمصارف من بنوك مركزية تهدف إلى تدعيم النظام النقدي الاقتصادي في الدولة، وبنوك تجارية إلى بنوك متخصصة وغيرها. ورغم تبني غالبية الدول العربية والإسلامية لهذه الأشكال والأنواع من البنوك والمصارف التي يغذيها الفكر الرأسمالي المبني على هدف تحقيق الأرباح بانتهاج كافة الطرق والسبل حتى الربوية منها، إلا أن تنامي الصحوة الإسلامية الذي واكب حركة التحرر من الاستعمار الغربي مع بداية النصف الثاني من القرن 20 ، إضافة إلى الحرج الشديد لقطاع واسع من المسلمين في تعاملهم مع المصارف الربوية، عجل بقيام جهود فكرية كبيرة لتأصيل فكر اقتصادي إسلامي كبديل للأنظمة الوضعية الغربية. فظهر على إثر هذه الجهود شكل جديد من المصارف وهو ما يعرف بالمصارف أو البنوك الإسلامية ، التي تركز معاملاتها على أسس ومبادئ وضوابط مستمدة من أحكام الشريعة الإسلامية . ومع الانتشار الذي عرفته المصارف الإسلامية وإقبال العديد من البنوك التقليدية على فتح فروع لها تقدم خدمات ومعاملات وفق مبادئ المصرفية الإسلامية، إضافة للأزمة الحادة التي يمر بها النظام المصرفي التقليدي (الرأسمالي) والتي أدت إلى إفلاس العديد من المصارف العملاقة في عديد الدول الرأسمالية المرتبطة بالاقتصاد الأمريكي مهد الأزمة، كل هذا ساهم في زعزعت صورة النظام المصرفي التقليدي والتشكيك في قدرة مؤسساته على حفظ التوازن الاقتصادي العالمي وتجنبيه حالة كساد كتلك التي حدثت عام 1929 . ومع تراجع وانحصر صورة المصارف التقليدية بدأ التفكير في إيجاد بديل لها، ولعل

المؤسسات المصرفية الإسلامية هي المرشح الأبرز لتبوء هذه المترلة، خاصة بعدما شرعت العديد من المصارف التقليدية عبر العالم في تبني آلياتها ومعاملاتها، الشيء الذي أحدث تغييرا جذريا في صورة النظام المصرفي الإسلامي لدى المنظرين والمفكرين - حتى الغربيين منهم-، ومن هذا المنطلق جاءت الفكرة بإجراء دراسة ميدانية نتعرف من خلالها على طبيعة هذا التغير الذي حدث في صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى نخبة من أساتذة العلوم الاقتصادية بالجامعات الجزائرية، باعتبارهم الفئة الأكثر تأثيرا في الساحة الاقتصادية مع امتلاكهم لرصيد معرفي يمكنهم من فهم آليات عمل هذه المؤسسات والقدرة على رصد مواطن الفرق بينها وبين المصارف التقليدية .

2-01 تساؤلات الدراسة: للوصول إلى إجابة على المشكلة المطروحة اقترحنا تساؤلا رئيسا

تمثل في :

- ما هي الصورة الذهنية للمؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة العلوم الاقتصادية ببعض جامعات الشرق الجزائري؟

هذا التساؤل الرئيس تدرج تحته جملة من التساؤلات الفرعية هي كالاتي:

1. ما هي مصادر الصورة الذهنية عند أفراد العينة محل الدراسة ؟
2. ما هي مكانة المصارف الإسلامية في السوق المالية المحلية والدولية (القدرة التنافسية)؟
3. ما هي صورة الخدمات المصرفية الإسلامية (إشباع الرغبات ، الجودة ...) ؟
4. هل تملك المصرفية الإسلامية الحصانة والقدرة على مقاومة الأزمات المالية والاقتصادية (الثقة) ؟
5. ما هو مستقبل المصارف الإسلامية في ظل التحديات القائمة (استشراف) ؟

3-01 أهداف الدراسة :

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نجملها في ما يلي:

- ❖ التعريف بالنظام المصرفي الإسلامي
- ❖ محاولة رصد توجهات الفئة الفاعلة في الساحة الاقتصادية الجزائرية (أساتذة العلوم الاقتصادية) إزاء النظام المصرفي الإسلامي ، من خلال:
 - رصد المكانة التي يتمتع بها الجهاز المصرفي الإسلامي في السوق المالية المحلية والدولية.
 - محاولة التعرف على أهلية وقدرة المؤسسات المصرفية الإسلامية على مقاومة الأزمات المالية والاقتصادية .
 - محاولة التنبؤ بمستقبل المصارف الإسلامية في ظل التحديات الراهنة وإمكانية اعتمادها كبديل للمصارف التقليدية (الأزمة المالية العالمية ، هشاشة النظام المصرفي العالمي) .
 - الكشف عن العوامل المؤثرة في رسم صورة إيجابية عن المصارف الإسلامية لدى مجتمع الدراسة .

4-01 أهمية الدراسة : تندرج دراستنا هذه ضمن بحوث الصورة التي تعنى برصد

- توجهات وتصورات فئة من الفئات أو جمهور معين إزاء مؤسسة أو إحدى الخدمات أو المنتجات التي تقدمها، كما تهتم بالتعرف على صورة الشخصيات السياسية والإعلامية خصوصا أثناء الحملات الانتخابية والأزمات السياسية. وبين صورة الأشخاص، المنتجات والمؤسسات تتعدى بحوث الصورة ذلك لتشمل صورة الأنظمة السياسية، الدينية، الإدارية والاقتصادية باعتبارها تكون المرجعية الأساسية لبناء وهيكل المؤسسات والمجتمعات.
- وأهمية دراستنا هذه تنبع أساسا من أهمية بحوث الصورة التي يتم استثمار نتائجها في التنبؤ ورصد الأزمات والتحويلات قبل حدوثها. فنحن بمحاولتنا التعرف على تصورات وتوجهات الفئة الفاعلة في المشهد الاقتصادي الوطني إزاء المصارف الإسلامية، إنما نهدف بذلك إلى

الحصول على نتائج تساعدنا في رصد مبكر وقبلي لتغير محتمل قد يطرأ على العديد من المصارف التقليدية، بلجوء العديد منها إلى التحول إلى مصارف إسلامية إما كلياً أو جزئياً عن طريق فتح فروع لها تعمل وفق مبادئ الشريعة الإسلامية . هذا على المستوى العملي، أما على المستوى الأكاديمي فإن هذه الدراسة قد تبنتنا بقرب قيام مناقشات وجهود فكرية مضاعفة (ملتقيات، ندوات، محاضرات... الخ) لتأصيل آليات عمل المؤسسات المصرفية الإسلامية وتعزيز الجهود الرامية إلى تعميم اعتمادها في كافة الدول الإسلامية وحتى الغربية. والقول بأهمية دراستنا هذه لا ينسبنا القول بأنها تبقى أهمية ظرفية على العموم، باعتبار أن الآراء والتوجهات تحكمها غالباً الظروف المحيطة، فثباتها مرهون باستمرار هذه الأخيرة واستقرارها. فإن حدث تغير في الظروف المحيطة فإن نتائج البحث لا محال ستفقد جزءاً كبيراً من أهميتها وتعبيرها عن الواقع. وهذا ما يسقط على دراستنا، فإذا ما توصلنا مثلاً إلى نتيجة مفادها أن صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية هي صورة إيجابية وهذا طبعاً في ظل استمرار الأزمة المالية وتفاقمها، فإن هذه النتيجة قد تفقد أهميتها إذا ما حدث تغير مفاجئ في الظروف المحيطة كأن تنفجر الأزمة وأن تستعيد المصارف المفلسة عافيتها مع ما يتبع ذلك من حملة إعلامية مكثفة لتحسين صورة المصارف المتضررة، فإننا مطالبون هنا بإجراء دراسة جديدة، لأن تغيراً نحو الأحسن سيحدث في توجهات وتصورات فئة الأساتذة إزاء النظام المصرفي التقليدي وذلك تأثراً بالظروف الجديدة، هذا التحسن سيصاحبه بالتأكيد تراجع وانحسار لسمعة النظام المصرفي الإسلامي - على الأقل لدى الدول الغربية - . ومنه فأهمية بحوث الصورة تبقى أهمية ظرفية متغيرة بتغير الظروف والأحداث.

5-01 مفاهيم الدراسة : إن تحديد المفاهيم والمصطلحات في أي بحث يساعد الباحث

على توضيح معانيها، وإزالة الغموض حولها، وذلك لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية عشوائية، بل يتم وفق منطق علمي ووحدة منهجية ملائمة .¹

ودراستنا هذه تشمل المفاهيم الآتية:

1-5-01 الصورة الذهنية :

- المفهوم اللغوي:

«الصورة: كغيرها من المفاهيم والمصطلحات تعددت التعاريف اللغوية للصورة

نورد منها تعريف جميل صليبا في المعجم الفلسفي أنهما: "المؤلف من الأبعاد التي

تتحد بها نهايات الجسم"، وهي الصفة التي يكون عليها الشيء كما في قوله

تعالى: «إن الله خلق آدم على صورته»².

الصورة جمعها صور ، وقد صوره فتصوره ، وصوره الله صورة حسنة فتصور ، وتصورت

الشيء أي توهمت صورته فتصور لي. الصورة ترد في كلام العرب على ظاهرها ، وعلى معنى

حقيقة الشيء ، وهيئته وعلى معنى صفة يقال صورة الفعل كذا وكذا أي صفة³

«الذهن الذهن بمعنى الفهم والعقل والحفظ وجمعها أذهان ، تقول اجعل ذهنك

إلى كذا وكذا ، وذهنت عن كذا ، فهمت عنه ، قال الجوهري : «الذهن

مثل الذهن وهو الفطنة والحفظ .»⁴

¹ فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الإجتماعية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، قسنطينة، الجزائر، 1999م - ص 90

² جمال صليبا : المعجم الفلسفي ج 1 ، الشركة العالمية للكتاب ، لبنان ، 1994م ، ص 741-742.

³ جلال الدين ابن منظور ، لسان العرب ، القاهرة ، دار المعارف ، الجزء 6 ، ص : 4549

⁴ المرجع نفسه ، الجزء 03 ، ص: 1524

- المفهوم الإصطلاحي :

يرى "كينيث بلدنج" Kenneth Boulding في كتابه الرائد "الصورة" أن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل منها المكان الذي يحي فيه الفرد، موقعه من العالم الخارجي ، العلاقات الشخصية وروابط الأسرة والجيران ، والأصدقاء المحيطين به والزمان والمعلومات التاريخية والاجتماعية التي يحصل عليها .

كما يرى كل من "روبينسون" "وبارلو" أن كلمة image تشبه إلى حد كبير كلمة (stereotype) "النمط الجامد" وأنها ترتبط مثلها بالتحيز prejudice ، تلك الكلمة التي تعني في أصلها اللاتيني «الحكم المسبق» prejudging أو التسرع في الحكم قبل توافر الأدلة ، كما يعتبر "هاملتون" أن الصورة النمطية المقبولة هي نظام العقائد الراسخة في أذهان الأفراد . وعموماً يمكن تعريف الصورة الذهنية بأنها : " الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم"

- التعريف الإجرائي: وكتعريف إجرائي يتناسب مع دراستنا يمكن تعريف الصورة الذهنية

بأنها : " الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم"

2-5-01 المصارف الإسلامية :

تعددت رؤى الباحثين حول مفهوم المصرف الإسلامي :

ففي دراسة علمية ضمت آراء 27 عالماً من المنظرين الأوائل لتجربة المصرفية الإسلامية وكذا عدداً من الممارسين والمهتمين بها، انتهت الدراسة إلى إجماع كل الآراء على ضرورة التزام المؤسسة المالية التي تحمل اسم المصرف الإسلامي بتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في جميع تعاملاتها المصرفية والاستثمارية، باعتبارها جزءاً من النظام الاقتصادي الإسلامي، وتمثل أحد أجهزته الهامة، وعلى أن النظام الاقتصادي الإسلامي يعد جزءاً من المنهج الإسلامي الشامل لكل مناحي الحياة الدينية والاجتماعية والاقتصادية، للعبادات والمعاملات والأخلاق في كل لا يتجزأ.¹

كما انتهت أغلب الآراء- محل الدراسة- إلى أن المصرف الإسلامي مؤسسة مالية تقوم بدور الوساطة المالية بين فئتي المدخرين والمستثمرين (في إطار صيغة المضاربة الشرعية المبنية على مبدأ المشاركة في الربح والخسارة ، والقاعدة الشرعية الغنم بالغرم) فضلاً عن أدائها للخدمات المصرفية المنضبطة في إطار العقود الشرعية.

في ضوء ما سبق يمكننا تبني تعريف المصرف الإسلامي الآتي: "مؤسسة مالية تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية في كل أنشطتها الاستثمارية والخدمية من خلال دورها كوسيط مالي بين المدخرين والمستثمرين ، وتقدم الخدمات المصرفية في إطار العقود الشرعية".

¹ سمير رمضان الشيخ، " التطوير التنظيمي في البنوك الإسلامية" (رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة بسوهاج ، جامعة أسيوط 1994) ص35-36

6-01 الدراسات المشابهة : كثيرة ومتنوعة هي تلك الدراسات والبحوث التي اتخذت من

المؤسسات المصرفية الإسلامية موضوعا للدراسة، وذلك من زوايا متعددة. ما نتج عنه تراكم كبير في عدد تلك البحوث والدراسات الصادرة عن الجامعات والهيئات ومراكز البحث الإسلامية والأجنبية ، شكلت في معظمها قاعدة أساسية ينطلق منها الباحثون الجدد في هذا المضمار إيمانا منهم باستمرارية وتراكمية المعارف والعلوم، وأن الباحث لا بد عليه أن ينطلق مما انتهى إليه سابقوه إلى طرق موضوع من الموضوعات. ومن هنا تكتسي خطوة تحديد الدراسات السابقة أهميتها بالنسبة للباحث للوصول إلى نتائج جديدة حول موضوع البحث تجنبه تكرار ما وصل إليه الآخرون .

غير أن الباحث أحيانا قد يتناول موضوعا من الموضوعات المطروقة لكن من زاوية جديدة تولدت نتيجة أحداث عارضة مفاجئة أو أزمت ظرفية، ما يصعب على الباحث مهمة العثور على دراسات سابقة تناولت الموضوع من الزاوية نفسها. وهذا ما ينطبق على بحثنا هذا، حيث لم نعثر على دراسات سابقة بشأن الصورة الذهنية للمصارف الإسلامية. وعليه فدراستنا هذه من الدراسات الرائدة في هذا المضمار، ما صعب علينا مهمة العثور على دراسات سابقة مطابقة لها ، لكن هذا لن يصرفنا عن هذه الخطوة الهامة من خطوات إنجاز البحث العلمي، فالباحث إذا لم يعثر على دراسات مطابقة لموضوع دراسته فهو مطالب - على الأقل - بالبحث على دراسات مشابهة ، التي وإن لم تتناول الموضوع من الزاوية نفسها تكون قد وقفت على أحد المتغيرات في الدراسة قيد الإنجاز ومنه أمكن للباحث هنا الاستفادة منها واستثمارها في بحثه. وهذا ما ينطبق على دراستنا، فندرة أو انعدام الدراسات المطابقة لها لا ينطبق على الدراسات المشابهة، فقد عثرنا على العديد من الدراسات التي عنيت بمتغير الصورة الذهنية سواء للمنظمات، الأنظمة السياسية أو الشخصيات. وفي ما يلي عرض مختصر لأهم هذه الدراسات والنتائج التي انتهت إليها:

1-6-01 الدراسة الأولى : أولى هذه الدراسات هي الدراسة الميدانية التي أجراها الباحثان

"محمد فلاح القضاة" و"سحر محمد خميس" وتم نشرها في المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية المجلد 01 العدد 01 - 2008. وقد هدفت هذه الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة مكونة من طلبة وطالبات جامعتي قطر واليرموك بالأردن إلى دراسة العلاقة بين الخصائص الديموغرافية المختلفة لعينة الدراسة (العمر، الجنسية، المنطقة السكنية، وطبيعة السكن... الخ) والصورة الذهنية الموجودة لديهم عن كل من قناتي الجزيرة الفضائية والدولية التي تبث باللغة الإنجليزية ، وللإجابة على هذا التساؤل اقترح الباحثان مجموعة من التساؤلات الفرعية كانت كالاتي :

- ما حجم الملكية والتعرض لوسائل الاتصال المختلفة كالتلفزيون والصحن اللاقط والفيديو والانترنت؟
 - ما مدى التعرض للفضائيات العربية والأجنبية عموما وفي مجال الأخبار خصوصا ودرجة التفضيل والمصداقية لكل منهما مقارنة بالجزيرة؟
 - ما درجة تصديق أخبار الجزيرة ومدى الاعتماد عليها في وقت الأزمات وتأثيرها على تشكيل الرأي العام نحو القضايا العربية والأجنبية ؟
 - ما الصورة الذهنية للجزيرة من حيث تأثيرها على شهرة قطر على الساحتين العالمية والعربية، ومدى الافتخار بوجودها في بلد عربي والترحيب بوجود شبكات مماثلة؟
 - ما الصورة الذهنية للجزيرة الدولية من حيث التوقعات المستقبلية لها ؟
- وبعد القيام بالدراسة الميدانية توصل الباحثان إلى جملة من النتائج التي تجيب في مجملها عن التساؤلات الفرعية والتساؤل الرئيسي للدراسة، حيث توصلا إلى أن القناتين تتمتعان بصورة ذهنية إيجابية لدى أفراد العينة وذلك من خلال تفضيلهم لقناة الجزيرة على سواها من الفضائيات العربية والأجنبية كمصدر للأخبار، هذا ويعتقد أفراد العينة أن الجزيرة هي السبب الرئيسي في شهرة دولة قطر عربيا وعالميا. كما كشفت النتائج أن القناتين تتمتعان بمصداقية عالية لدى أفراد العينة، هذا مع التنبؤ بمستقبل واعد للقناة الدولية.

ونظرا إلى التقارب الكبير بين الدراسة المعروضة سالفا ودراستنا قيد الإنجاز من حيث الموضوع، حيث أن كليهما يهدف إلى دراسة الصورة الذهنية للمؤسسة حتى وإن اختلفت طبيعة المؤسستين وهذا ربما يفقد نتائج الدراسة أهميتها بالنسبة لدراستنا، لكن ذلك لا ينفي إمكانية الاستفادة من هذه الدراسة خصوصا في ما يتعلق بمكونات الصورة الذهنية التي تم التركيز عليها أثناء الدراسة الميدانية والمتمثلة أساسا في العناصر التالية: الجودة، إشباع الرغبات، الثقة، المصداقية والتنافسية والمستقبل. وهذه العناصر هي ما سنركز عليه نحن في محاولتنا رصد الصورة الذهنية للمصارف الإسلامية لدى العينة المقصودة .

2-6-01 الدراسة الثانية : أما الدراسة الثانية فقد قامت بها الباحثة "جهيدة زبيلة" في

شكل مذكرة ماجستير تحت إشراف الأستاذ الدكتور "حسين خريف" بجامعة منتوري - قسنطينة - . وكانت تهدف من خلالها إلى رصد طبيعة الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية الجزائرية لدى جمهورها الخارجي ، فضلا عن الكشف عن تأثير هذه الصورة على مواقف الزبائن مستقبلا ، وذلك مع الوقوف على أهم الأسباب التي كانت وراء تكوين هذه الصورة من خلال طرح تساؤل رئيسي تمثل في :

❖ ما طبيعة الصورة الذهنية التي يشكلها الجمهور الخارجي عن المؤسسة الصحية

الجزائرية ؟

وللإجابة عن هذا التساؤل اقترحت الباحثة تساؤلين فرعيين هما كالاتي :

✓ ما هي مكونات الصورة العمومية للمؤسسة الصحية الجزائرية ؟

✓ ما مدى قدرة الخدمات الصحية التي تقدمها المؤسسة على إشباع الحاجات الصحية

للمرضى ؟

وقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية التي تم من خلالها استقصاء المرضى الذين أقاموا فعليا في المؤسسة مجال الدراسة، وكان ذلك لفترة تجاوزت ثلاثة أيام عن وجود تحسن ملحوظ في مستوى الخدمات المقدمة، إلا أن بعض المشكلات والكثير من النقائص ما زالت موجودة، بعضها في مجال العلاقة بين المريض والقائم بالرعاية الصحية، وبعضها الآخر كان سببه المحسوبة وعدم المساواة في تقديم الخدمات الصحية، وهذا أدى إلى تكوين صورة سلبية لدى العديد من الزبائن حيث كانت المعرفة بالمؤسسة وخدماتها متوسطة، أما التقدير فمقبول في حين كانت درجة الثقة بالمؤسسة منخفضة. وقد ساهمت الخدمات المقدمة في إشباع حاجات المرضى الصحية أحيانا، في حين فشلت أحيانا أخرى.

هذه الدراسة كذلك يمكننا استثمارها في بحثنا، خاصة في ما يتعلق بالمؤشرات التي ركزت عليها الباحثة في الاستمارة الموزعة على عينة الدراسة والمتمثلة في: مؤشر مستوى جودة الخدمات، تقدير الجمهور الخارجي للمؤسسة، ومستوى الثقة. وهذه المؤشرات هي ما سنركز عليه نحن في محاولتنا رصد صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى عينة الدراسة. كما يمكننا الاستفادة من المعلومات التي احتوتها الفصول النظرية - خاصة الفصل الذي عني بالصورة الذهنية وكافة العناصر المتعلقة بها - في إثراء الفصول النظرية لدراستنا.

الفصل الثاني

الصورة الذهنية

1.2- مفهوم الصورة الذهنية :

لغة : إن مفهوم الصورة الذهنية أو النمطية نما وترعرع في أحضان الدراسات الغربية ، وخصوصا في ميدان علم النفس الاجتماعي، لذلك فإنه من الضروري استعراض هذا المفهوم في معنييه اللغوي والاصطلاحي في التراث الغربي . وسنجد أن الدراسات الغربية تستخدم تعبيرات للدلالة على المفهوم ، ومن أبرز هذه التعبيرات في اللغة الإنجليزية: "stereotype " image".¹

وتعود كلمة " image" إلى أصل لاتيني هو " imago" المتصلة بالفعل " imitari". بمعنى يحاكي ويمثل . وبذلك تدل كلمة " image" على المحكاة أو التمثيل . ويعرف معجم ويبستر هذه الكلمة بقوله : « هي تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه الجماعة نحو شخص معين أو شيء بعينه .»²

أما كلمة stereotype فتستقي معناها من عالم الطباعة حيث تشير إلى القالب الذي تصب على نسقه حروف الطباعة . ففي معجم ويبستر تدل الكلمة على : «الشيء المتفق مع نمط ثابت أو عام .» أو «على الصورة الذهنية الثابتة التي يشترك في حملها جماعة ما ، وتمثل رأيا مبسطا أو موقفا عاطفيا أو حكما غير متفحص .»³

¹ عبد القادر طاش، صورة الإسلام في الإعلام الغربي، الزهراء للإعلام العربي، ط2، 1993، ص: 20
² Webster's new collegiate dictionary ,spring field .mass M:G AND C . 1997. P 571
³ Ibid , p 1141

ويعرف "أسعد رزوق" كلمة stereotype في موسوعة علم النفس فيقول :

« الأصل في كلمة stereotype الشيء المكرر على نحو مطرد وعلى وتيرة واحدة لا

تتغير ويسمى نمطا، والنمط يطلق على الصورة العقلية التي يشترك في حملها واعتناقها أفراد جماعة معينة^١. »

اصطلاحا: إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا يعني بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء

عابرا أو غير حقيقي أو حتى مجرد وهم ، فإن قاموس ويبستر في طبعته الثانية قد عرض تعريفا لكلمة image بأنها : « تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر ، أو هي إحياء لتجربة حسية ، كما أنها قد كون تجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة ، وهي أيضا استرجاع لما اختزنته الذاكرة و تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو الشم أو التذوق . »^٢

ويقودنا هذا التعريف بعيدا عن الوهم ، فلا شيء غير حقيقي على الإطلاق في الصورة التي تكون عن فرد معين أو منظمة ما في أذهان الأفراد والجماعات من وجهة نظرهم، لأن هذه الصورة هي ذلك الفرد أو تلك المنظمة كما يراها هؤلاء الأفراد أو تلك الجماعات. وسواء كانت الصورة صادقة أو زائفة فذلك موضوع آخر ، فالشخص الذي تكونت لديه صورة معينة عن منظمة ما سوف يتصرف حيالها تبعا لهذا التصور الذي كونه أو تكون لديه .^٣

وثمة رأي آخر في الصورة الذهنية بأنها استحضار العقل أو التوليد العقلي لما سبق إدراكه بالحواس . وليس بالضرورة أن يكون ذلك المدرك مرئيا . وإنما يكون مسموعا أو مشموما أو متذوقا أو ملموسا. وهذا الاستحضار أو التوليد للمدركات الحسية مجال اختلاف بين البشر تبعا لاختلافهم في أنواع التجارب مع الأشياء الحسية التي مر بها كل منهم ، والتي يتألف منها

^١ منير البعلبكي ، المورد ، دار العلم للملايين ، بيروت ، 1983 ، ص:449

^٢ Marston,John : Modern Public Relation . New York Megrew Hill Inc. 1979,p 127

^٣ علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، عالم الكتاب ، القاهرة ، ، ص : 04

رصيده النفسي الذي يستثار عند حضور الرمز الدال ، وهو الكلمة أو التعبير أو الحدث . وقد أشار "ريتشاردز" حيث قال : « إنه ينبغي أن ندرك بوضوح تام أن الأفراد لا يختلفون فيما بينهم في أنماط الصور التي يستخدمونها فحسب ، وإنما هم يختلفون أكثر من ذلك في طبيعة الصور الجزئية الخاصة التي يولدونها.»¹

وهناك تعريف آخر للصورة الذهنية قدمه "كينيث بولدينغ" من خلال تعريفه لصورة المرشح في الانتخابات بأنها : « مجموعة الانطباعات الذاتية التي تتكون عنه في أذهان الناخبين . وهذه الانطباعات يمكن أن تكون أفكارا عن القيم السياسية للمرشح أو شخصيته أو مقدرته القيادية ، ويتكون الكثير من هذه الانطباعات في مناصب رئاسة الدولة ، من خلال ما تبثه وسائل الإعلام الجماهيرية . »²

ويفضل الكثير من الباحثين كلمة "الانطباعات" لأنها ترتبط بالعواطف والاتجاهات والأفكار والعقائد. ويعد هذا أشمل لأن الصورة - كما رأينا- تعكس الواقع ، وهي تحمل المعلومات عنه بشكل مباشر عن طريق الرموز المستخدمة ، وبالتالي تتدخل هنا كل المحددات العقلية والنفسية والعاطفية لصياغة هذا الانعكاس ولا يمكن الاكتفاء بمحدد دون آخر .³

كما يفضل بعض الباحثين التفصيل في هذه المسألة ، حيث يرى أن الصورة الذهنية لدى الإنسان اتجاه شخص أو شعب معين تتكون من ثلاثة عناصر متميزة :⁴

- ✓ مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.
- ✓ العنصر العاطفي المنطلق بالميل لذلك الشيء أو النفور منه.
- ✓ العنصر السلوكي المتمثل في مجموعة الاستجابات العملية اتجاه الشيء، والتي يرى الفرد ملائمتها له وفقا للصفات التي أدركها في ذهنه .

¹ شفيق السيد ، التعبير البياني ، رؤية بلاغية ، القاهرة ، مكتبة الشباب ، 1977 ، ص 167

² على عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، مرجع سابق ، ص : 06

³ صليحة العابد ، الصورة النمطية للمرأة في الصحافة النسوية الجزائرية ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري ، 2003 ، ص : 118

⁴ المرجع نفسه ، ص : 118

ويرى "بولدينغ" أن الصورة الذهنية تبني على خبرات الإنسان السابقة من لحظة الميلاد وربما قبل ذلك والإنسان جنيني في بطن أمه ، ويتلقى الكائن الحي الرسائل مستمرة عن طريق الأحاسيس والصور تكون غير واضحة في البداية ثم يبدأ الإنسان بعدها يدرك وجود شيء وسط عالم الأشياء ، ويكون هذا بداية التصور ليشمل في النهاية كل شيء موجود أو حتى متخيل . وهناك علاقة بين الصورة الذهنية وكثير من جوانب السلوك . فالصورة ترتبط بالقضايا المختلفة ومنها القضايا السياسية .^١

ويؤكد "بولدينغ" أن الكيفية التي يتصرف بها الإنسان تعتمد على الصورة الذهنية ، وأن أي تغيير يصيب الصورة يستتبعه بالضرورة تغيير في السلوك ، لذلك يرى أن طبيعة هذه الصورة وكيفية تشكيلها والتغير الذي يطرأ عليها يعتبر من الأمور الهامة التي يجب أن يهتم بها هؤلاء الذين مهمتهم التأثير في الرأي العام أو قياس اتجاهات الجماهير .^٢

- ويرى "جفكيتر" أن مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة يعني الانطباع الصحيح .^٣

والحقيقة أنها الانطباع الذي تكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحاً أو غير صحيح ، لأنه كما يكون الانطباع صحيحاً إذا كونه معلومات صادقة ودقيقة يمكن أن يكون غير صحيح إذا كونه معلومات مظللة أو مغرضة . كما أن تأثير العواطف في تحديد معالم الصورة الذهنية ، يضاف إليها بعد آخر في رؤية الواقع وعدم تكوين الصورة بناء على المعلومات التي يتلقاها الأفراد ، وإنما تشوه هذه المعلومات وتدرج على نحو لا يتفق مع الحقيقة بتأثير الاستعدادات السابقة للأفراد والاتجاهات ذات الصلة بما يتم إدراكه. ولعل "جفكيتر"

^١ حسين محمد علي ، المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة ، القاهرة، مكتبة الأنجلومصرية ، 1976، ص: 181

^٢ المرجع نفسه ، ص : 179

^٣ Jefkins Frank : planned press and public relations . London , international text book company limited , 1997, p 114

يقصد بالانطباع الصحيح ذلك الانطباع الذي ينبغي أن تحرص على تحقيقه العلاقات العامة في ممارستها التي يجب أن تستند إلى المعلومات الصادقة.¹

– الصورة الذهنية و الصورة النمطية²

كثيراً ما يستعين الباحثون بمفهوم الصورة الذهنية والصورة النمطية للدلالة على قضية واحدة تتعلق بتصور أو انطباع أو اتجاه أو أفكار أو معتقد يشترك فيه مجموعة من الأفراد اتجاه جماعة أو مؤسسة أو فرد آخر إلى الحد الذي يتداخل فيه المفهومان أو يستعمل أحدهما رديفاً للآخر.

ويحاول هذا الجانب من الدراسة أن يعالج مفهوم الصورة بعلاقته بمفهوم الصورة النمطية على افتراض أن العلاقة التي تربط ما بين المفهومين هي علاقة الجزء بالكل. بمعنى أن كل صورة نمطية هي صورة Image بالضرورة ولكن ليس كل صورة هي نمطية.

وتشير الكثير من التعاريف التي حاولت أن تحدد معنى الصورة النمطية إلى أنها صورة ذهنية إلا أن هذه الصورة تتميز بمجموعة من الخصائص التي تجعلها بشكل أو بآخر تتمايز عن مفهوم الصورة الذهنية Image. لعل أهمها هو عنصر التبسيط. فالصورة النمطية هي صورة بالغة التبسيط والتعميم، يحملها الناس عن جماعتهم أو عن جماعة أخرى. والعنصر الثاني هو عنصر الثبات و التصلب. بمعنى عدم قابلية الصورة على التغير.

ويُعد عامل الثبات وعدم المرونة من أهم العوامل التي اتفق على تحديدها الباحثون كونها الحد الفاصل الذي يميز الصورة عن الصورة النمطية. فالصورة Image مفتوحة أي أنها تستقبل كل الصور وقابلة للتغير والتوسع باستمرار أما الصورة النمطية فتتسم بالثبات والجمود النسبي وترفض استقبال الرسائل التي لا تتفق معها. على الرغم من أن "بولدنيغ"

¹ علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، مرجع سابق ، ص: 07
² <http://alhadhariya.net/dataarch/dr-falsafyyah/index57.htm>

تجاوز هذا الفرق وعدّ الثبات النسبي من خصائص Image ، إلا أن "سكوت" قد أكد بأن كون الصور نمطية أو غير نمطية يعتمد على تركيبها وفيما إذا كانت مفتوحة أو مغلقة (ولو أن تحديد هذا العمل على المستوى العملي ليس بالأمر السهل). وأضاف "إبراهيم الداوقوي" في كتابه صورة الأتراك لدى العرب بأن اعتماد الصورة الذهنية على الخيال وتقبلها على التحوير وقابليتها على التغيير هو ما يجعلها أقل جموداً من الصور المقولبة. ومن الأمور الأخرى التي تميز Stereotype عن Image هو أن الأولى تقوم على أحكام مسبقة وأفكاراً مدركة سلفاً، في حين أن الصورة الذهنية، وكما يرى بعض الدارسين تعتمد على الإدراك العقلي للواقع وتُبنى على حقائق موضوعية وقد اختلف "روبنسون" و"بارلو" حول هذه النقطة إذ يرى أن كلمة Image تشبه إلى حد كبير الـ Stereotype فالثنتان ترتبطان بالتحيز والأحكام المسبقة Prejudice أو التسرع بالحكم قبل توفر الأدلة. ولذلك فهما لا يجدان فرقاً بين المفهومين.

ويرى فريق من الباحثين أن الصورة النمطية تختلف عن الصورة الذهنية، إذ أن الأولى تنطوي على أحكام قيمية وتكون مشحونة بالمشاعر الذاتية والعواطف الشخصية على عكس الصورة التي لا تتضمن بالضرورة مثل هذه الأحكام .

يمكن القول على نحو عام بأن الصورة النمطية هي صورة ذهنية، إلا أن الأخيرة تكون أعم وأشمل كما أنها ليست بالضرورة جامدة أو مقولبة بل قابلة للتغيير. و أن الصورة النمطية تمثل مرحلة لاحقة للصورة الذهنية أو هي صورة ذهنية في أقصى طرفاتها فالصورة الاجتماعية متى ما تقولبت وجمدت وقادت إلى التعصب تصبح صورة نمطية.

ومع أن الصورة النمطية يمكن أن تكون سلبية أو إيجابية إلا أن التركيز يكون أكثر على الصورة النمطية السلبية وهذا متأتّ ربما من طبيعة المشكلات التي تخلقها الصورة النمطية السلبية، والمتمثلة بإدامة السلوك المتحيز في المجتمع من خلال التشديد على الاختلاف بين

الجماعات والمبالغة في تقديرها وهذا يقود وحسب المنظور الظاهري إلى فك روابط الألفة وتبرير التحيز ضدها أو حتى الاعتداء عليها. كما أن الصور النمطية السلبية تعمل على تحريف الواقع وتشويهه وقد وجد "هاملتون" أن الصور النمطية تؤدي إلى تحريف سلوك الأفراد الآخرين الذين يجسدون موضوع الصورة وتعليلها على نحو يتسق معها ويساعد على إثبات صحتها .

كما أكد "برونر وتاغويري" أن إدراكنا للآخرين لا يقوم على معرفة بحقيقتهم في الواقع وإنما يقوم على توقعات عامة نشكلها حولهم وقد ابتكرا مفهوم النظرية الضمنية في الشخصية Implicit Personality Theory لوصف عمليات الاستنتاج اللاشعورية التي تمكننا من تشكيل انطباعات عن الآخرين بناءً على أدلة محدودة بشأنهم .

ولعل اخطر ما تقود إليه الصورة النمطية هو أنها تخلق واقعاً خاصاً بها يؤدي الى توجيه عملية التفاعل بطريقة تدفع الشخص المصور لیسلك بطريقة تعزز الصورة النمطية السائدة عنها.

2-02 خصائص وسمات الصورة الذهنية : من الناحية النظرية البحتة تتحدد الخصائص

الشكلية لظاهرة ما والسمات المضمونية لها بناءً على التعريفات المقدمة لها، لذلك فقد اختلف الباحثون حول خصائص الصورة تبعاً لاختلاف التعاريف المقدمة لها، ومن الملاحظ أن أحد أهم سمات البحث في مجال دراسات الصورة هو التركيز على خصائص معينة كالسلبية وعدم الدقة .¹

ويمكن تفسير ذلك من باب ميل الباحثين في العلوم الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة إلى دراسة الخصائص السلبية لأي ظاهرة أكثر من دراسة الخصائص الإيجابية لها ، فعلى الرغم

¹ جهيدة زبيبة ، صورة المؤسسة الخدمية لدى جمهورها الخارجي ، مرجع سابق ، ص: 35

من وجود جوانب إيجابية للعوامة فإن الدراسات تركز على الجوانب السلبية وهو الأمر نفسه في مجال الصورة .

وهناك العديد من السمات والخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية، نذكر من بينها مايلي¹ :

✓ عدم الدقة : ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، ولعل مرجع ذلك أساساً هو أن الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، بل تعد تبسيطاً للواقع، كما أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي ، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي ، لاسيما وأن الأفراد عادة يلجأون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.

✓ المقاومة للتغيير : فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير ، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التغيير المحتمل في الصورة الذهنية ، وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها ، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها .

✓ التعميم وتجاهل الفروق الفردية : تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظراً لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية، والأفراد يستسهلون في إصدار الحكم على الأفراد من

¹ <http://www.arabcheart.com>

خلال تصنيفهم ضمن جماعات أخرى ، ويترتب على ذلك أن الفئات والجماعات والمهن المختلفة يُكون عنها الجمهور صور ذهنية تتسم بالتعميم وتجاهل الفروق والاختلافات التي قد تكون في بعض الأحيان جوهرية وأساسية.

✓ تؤدي إلى الإدراك المتحيز : تؤدي الصور الذهنية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى الأفراد، فالصور الذهنية تبني أساساً على درجة من درجات التعصب، لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة ، فمن خلال الصور الذهنية يرى الأفراد جوانب من الحقيقة، ويهملون جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم ، ولا تتسق مع اتجاهاتهم.

✓ التنبؤ بالمستقبل : تسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة ، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً.

✓ تغطي حدود الزمان والمكان : تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصوره الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صوراً عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، بل وتمتد الصور التي يكونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكون صور ذهنية عن الماضي، ويكون صور ذهنية عن الحاضر، إضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صوراً ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة، وفقاً لمعارفه ومدركاته ومشاهداته إضافةً إلى قدرته على التخيل والاستنتاج.

كما يمكن لنا في هذا السياق أن نلمح لعدة سمات وخصائص أخرى للصورة الذهنية وذلك على النحو التالي:

- ❖ الصورة عملية ديناميكية متفاعلة تمر بمراحل متعددة تتأثر كل مرحلة بما يسبقها وتؤثر فيما يلحق بها، كما أنها متطورة ومتغيرة وتأخذ أشكالاً عديدة وقوالب مختلفة.
- ❖ الصورة الذهنية عملية معرفية فهي تمر بمراحل العمليات المعرفية من إدراك وفهم و تذكر، وتخضع للمتغيرات والعوامل التي تخضع لها العمليات المعرفية أو تتأثر بها.
- ❖ الصورة الذهنية عملية نفسية مما يعني كونها عمليات داخلية لها أبعاد شعورية إلى جانب أبعادها المعرفية.
- ❖ الصورة الذهنية تتكون وتتطور في إطار ثقافي معين أي أنها لا تنشأ في فراغ وإنما تتأثر بكل الظروف المحيطة بها.

3-02 وسائل تكوين الصورة المرغوبة:

تتكون الصورة الذهنية عموماً من خلاصة التجارب المباشرة وغير المباشرة للأفراد إزاء شخص معين، أو نظام أو شعب أو جنس بعينه أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة، ولوسائل الاتصال الجماهيري دور كبير في الطريقة التي نبي بها تصورنا للعالم أو نكون بها آراء وأفكاراً جديدة. وإذا كانت وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دورها بصفة أساسية على المستوى القومي في تكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات بالنسبة للقضايا العامة والمنظمات الكبرى بما تبثه من مواد إعلامية وتأثيرية، فإن وسائل الاتصال الخاصة بالمنشآت والمؤسسات المختلفة تمارس نفس الدور على مستوى جماهيرها الخاصة، وقد تلجأ هذه المؤسسات إلى الوسائل الجماهيرية في بعض الأحيان لمخاطبة الجمهور العام، ومن ثم فإن وسائل

الاتصال التي تستخدم في تكوين الصورة المرغوبة للمنظمات والمؤسسات المختلفة تنقسم إلى قسمين:

القسم الأول: يشمل وسائل الاتصال العامة التي تستخدم على مستوى الدولة أو الإقليم أو المدينة.

القسم الثاني: يضم كل وسائل الاتصال الخاصة بالمنظمة أو المنشأة والتي توجه إلى جماهيرها بصفة أساسية.

1-3-02 وسائل الاتصال العامة: تلجأ العلاقات العامة في ممارسة نشاطها الاتصالي إلى

وسائل الاتصال الجماهيرية كالصحف والمجلات والراديو والتلفزيون والسينما وكتب الثقافة العامة والمعارض القومية، ويمكن أن نضيف إليها بالنسبة للمدن الكبرى الإعلانات المضئية وهي إعلانات شهرة بصفة أساسية تستهدف التأثير على انتباه المشاهدين لها.

– الصحافة: أثبت التجارب التي أجراها "لازارسفيد" و"دوب" و"برلسون" أن وسائل

الإعلام المطبوعة كالصحف والمجلات والكتب واللافتات تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور القارئ، وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيئ لهم الدراسة المتأنية بالإضافة إلى إمكان قراءتها في الوقت والمكان المناسبين مما يضيف عليها صفة الخصوصية.¹

ويلخص "كلابر" مزايا الوسائل المطبوعة في النقاط الخمسة التالية:

- ❖ اختيار القارئ للوقت المناسب للقراءة.
- ❖ القدرة على إعادة القراءة لمزيد من الفهم والتعمق.
- ❖ الرسائل المطبوعة أكثر قدرة على غيرها من الرسائل في معالجة الموضوعات معالجة كاملة ، وتتناول تفاصيلها الدقيقة.

¹ علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية. مرجع سابق، ص ص : 89-90

❖ من خلال الصحف والمجلات التي تعبر عن فئات خاصة يمكن أن تعبر الأقليات عن آرائها الخاصة وهو ما يصعب تحقيقه من الوسائل الأخرى.

❖ تضيي هذه الرسائل على كتابها مكانة مرموقة لدى الأفراد، الأمر الذي ينعكس على إمكان تأثرهم بهؤلاء الكتاب¹

– الراديو: الراديو هو الوسيلة الأولى التي استطاعت أن تصل إلى جمهورها في أي مكان متخطية حواجز الأمية وعقبات الانتقال في المناطق الوعرة والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها، كما أنه لا يحتاج إلى تفرغ تام للإستماع إليه. وتمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكتسب في كل مرة قوة إضافية هي قوة الدق المنتظم ، وكذا تساعد الإذاعة في بث روح الاهتمام بالمسائل العامة وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين، خاصة في أوقات الشدائد.²

– التلفزيون: تشير الدراسات التي أجراها "بلومر" و"دوب" إلى أن الوسائل السمعية البصرية كالأفلام الناطقة والتلفزيون تمتاز بتأثير أقوى من الوسائل السمعية وكذلك الوسائل البصرية لأنها تجمع بين مزايا هذين النوعين وتتطلب من المشاهدين استحضار حاسي السمع والبصر مما يضاعف التركيز واليقظة. ويتضح من دراسات هذين العالمين أن الوسائل السمعية البصرية تتفوق على الوسائل الأخرى في درجة تذكّر الأفراد المعرضين لها. إلا أن هذه النتيجة مازالت في حاجة إلى إثبات أكثر.³

وقد أثبتت الأبحاث الحديثة تزايد أهمية التلفزيون بالنسبة لوسائل الاتصال الأخرى في كثير من المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء، ففي الولايات المتحدة الأمريكية يعتمد أكثر من 64% من الشعب الأمريكي على التلفزيون كمصدر أساس للأخبار. ويرى 51% من

¹ 101 – 99 pp , 196 . free press . Glen coe3 the effects of mass communication j.klapper2

² على عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية ، مرجع سابق ، ص: 93 – 94

³ إبراهيم إمام : العلاقات العامة والمجتمع ، ط2 ، القاهرة ، مكتبة الأنجلومصرية 1967 . ص 245

مواطني الولايات المتحدة أنه الوسيلة الأكثر صدقا، كما ثبت أيضا أن البرامج المسائية التي تقدمها الشبكات الثلاث يشاهدها 55 مليون أمريكي.¹

– الفيلم في التلفزيون والسينما : يعتبر الاتصال عن طريق المرئيات أكثر وسائل الاتصال فعالية في نقل الأفكار في مجال العلاقات العامة، ويعتقد العلماء أن قدرة المرئيات على التأثير في حاسة البصر تفوق قدرة الصوتيات على التأثير في حاسة السمع في جذب الانتباه بما يزيد على خمسة وعشرين ضعفا. ويضاف إلى ذلك أن حاسة البصر هي أسرع الحواس في تسجيل الصور الذهنية في عقل الإنسان. يقول العلماء أيضا أن الرؤية تشكل 83 % من المعلومات المكتسبة، أي أن حاسة البصر وحدها تتقدم على جميع حواس الإنسان الأخرى في اكتساب المعلومات بنسبة $\frac{1}{4}$.²

وقد أثبتت معظم الدراسات قدرة الأفلام على تزويد الجماهير بالمعلومات الجديدة، بالإضافة إلى دورها في تكوين الرأي حول المشكلات والموضوعات التي لم تكون بشأنها اتجاهات راسخة.

ولا شك أن إمكانات السينما غير محدودة كاعتمادها على التصوير الخارجي، ومزجها بين المشاهد الطبيعية والمشاهد المأخوذة في الاستوديو، واستخدامها المؤثرات الصوتية والألوان الطبيعية، ولغة الحديث اليومي المبسطة، كل هذا يضاعف من شدة تأثيرها وجاذبيتها. وتقوم معظم الدول من خلال أجهزتها الدعائية والإعلامية بإنتاج أفلام تصور مظاهر النهضة والتطور في المجالات الزراعية والصناعية، بالإضافة إلى المجالات العلمية والتعليمية والصحية. كذلك تتناول هذه الأفلام المجالات السياحية في الدول فتبرز أهم معالمها، وتعرض لفنونها الشعبية، ومتاحفها، وآثارها التي تجذب السياح إليها وتؤكد عراققتها وتاريخها الحضاري. كم تتضمن

¹ Jones . jerre : public relations for the design professional, new York, me Graw hill book company . 1980. P

61

² canfield Bertrand : public relations principles. Cases and problem sixth edition. home wood. Illions Richard d, irwin inc .1973. p186

هذه الأفلام تسجيلات لأهم الأحداث والانتصارات التي حققتها هذه الدولة أو ما قدمت للإنسانية من خدمات في مجال معين.¹

– إعلانات العلاقات العامة : يستخدم الإعلان لتحقيق بعض أهداف العلاقات العامة

بالإضافة إلى استخدامه المؤلف في مجال الترويج للسلع والخدمات. فقد تلجأ إليه المؤسسة إسهاماً منها في الخدمة العامة، أو لرسم صورة طيبة في أذهان الجماهير عنها، كما يستخدم الإعلان في شرح وجهة نظر المؤسسة خلال الإضرابات، وكذلك عند الإعلان عن بداية أنشطة أو خدمات جديدة تقوم بها المؤسسة لتحقيق بعض التيسيرات للجمهور، كما تعلن المؤسسة عن سياستها وتفسر هذه السياسة لجماهيره²، وتعلن عن أي تغيير فيها، وتقوم بتصحيح المفاهيم الخاطئة على ضوء الأبحاث التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة.³

وتقوم الشركة التي تبدي اهتمامها بصورتها وشخصيتها العامة بتنفيذ حملة إعلانية لشرح موقفها والأسس التي تبني عليها سياستها. فالإعلان يلعب دوراً هاماً في بناء الثقة وتدعيم ما يدلي به المسؤولون من بيانات لها أهمية خاصة بالنسبة للمساهمين أو العاملين أو العملاء وهؤلاء من أهم القطاعات الجماهيرية التي تتصل بها الشركة أو المؤسسة بصفة مستمرة.³

2-3-02 وسائل الاتصال الخاصة : تلجأ المنظمات العامة والخاصة إلى القيام ببعض

الأنشطة الاتصالية من خلال وسائلها الخاصة بالإضافة إلى استعانها ببعض الوسائل الجماهيرية العامة. وأحياناً تكتفي بعض المنظمات بالوسائل الخاصة إما لعجز مواردها في تغطية نفقات الوسائل العامة أو لعدم رغبتها في الإنفاق على هذه الوسائل التي تتطلب نفقات مالية تفوق الوسائل الخاصة. وفيما يلي عرض مختصر لهذه الوسائل الخاصة:

¹ علي عوجة : العلاقات العامة والصورة الذهنية ، م س ذ ، ص ص : 96 – 97 .

² المرجع نفسه – ص ص 97 – 98 .

³ Thomas.c . coulson : public relations Is your business London longman group ltpa 1981. p94

– الأحداث الخاصة: يمكن القول أن الأحداث الخاصة إذا أحسن إعدادها والتخطيط لها

بعناية تلعب دورا هاما في تحسين صورة المنظمة عند جماهيرها، لأنها تستطيع بما تتضمنه من عناصر الجذب والتشويق أن تثير اهتمام الأفراد وتشغل تفكيرهم فترة أطول من قراءة موضوع مكتوب، أو الاستماع إلى برنامج مذاع. كما أن هذه الأحداث تظل عالقة بفكر الذين شاهدوها أو شاركوا فيها واستمتعوا بها فترة غير قصيرة. وتهدف هذه الأحداث إلى تنشيط الإتصال بالجمهور العام أو بعض الجماهير الفرعية، وتوطيد العلاقة الشخصية وتأكيد دور المنظمة الاجتماعي بهدف تحقيق السمعة الطيبة وكسب ثقة الجماهير وتأييدها. وتشبع هذه الأحداث رغبة الكثيرين في المشاركة في أية مناسبة أو حدث اجتماعي للاستمتاع بالأضواء والألوان والأصوات التي تصاحب التجمعات الجماهيرية. هذا بالإضافة إلى التعرف على أنشطة المنظمة واكتساب المزيد من المعلومات عن المجال الذي تنتمي إليه.¹

– الزيارات: كثيرا ما يرغب الأفراد في معرفة خطوات إنتاج السيارة أو الأقمشة القطنية مثلا، وكيف أمكن باستخدام الآلات الحديثة زيادة الإنتاج بشكل مذهل. وحينما يحقق مصنع السيارات أو النسيج للجماهير هذه الرغبة ويفتح أبوابه لاستقبال الزبائن فإنه يؤدي بلا شك عملا ينتمي إلى العلاقات العامة، وينبغي أن يعد لهذا العمل إعدادا طيبا فتخصص للزيارة أوقات ملائمة.²

والمطلوب أن تهيب الزيارة للزوار فهما وافيا لما يشاهدونه، وأن تخلف لديهم انطباعا جيدا عنها وهو أمر يمكن أن تحققه عن طريق العناية بتنظيمها، وفي هذا المجال لا بد أن تضع المؤسسة في اعتبارها عدة عناصر كتوقيت الزيارة بحيث يكون ملائما للمؤسسة والزوار معا، الاستقبال الذي يوكل إلى أحد الموظفين المدربين تدريباً جيدا، إجراءات السلامة للحفاظ على سلامة الزوار، المرشدون الذين يعد إعدادهم لكي يقودوا الزوار خلال الزيارة، وهؤلاء يجب أن

¹ علي عجوة : العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق ، ص - ص: 100 – 101

² المرجع نفسه ، ص: 101

يتوفروا على بعض الشروط كأن يكونوا على علم بما يمكن أن يطلع عليه الزوار، وما لا يجب أن يطلعوا عليه ... بالإضافة إلى تصوير الزوار خلال زيارتهم وإعداد ألبوم يقدم لهم خلال نهاية الزيارة، وكذلك دعوة الزوار لوجبة غداء، هذا وتقوم بعض المؤسسات بإعداد محل لبيع منتجات المؤسسة للزوار بأسعار خاصة وفي الأخير إعداد استمارة استبيان توزع على الزوار بغرض التعرف على وجهة نظرهم وأرائهم في المؤسسة وفي الزيارة على وجه الخصوص.¹

– المعارض: تلعب المعارض أيضا دورا كبيرا في التعريف بإنتاج المؤسسة وأنشطتها وكذلك إعلام الجماهير بدور المؤسسة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال. وذلك يتطلب إعداد بعض المطبوعات التي تتناول هذه الأمور. ولو أمكن استعمال بعض الوسائل السمعية البصرية أو النماذج المجسمة، والملصقات لكن ذلك أفضل في التوضيح والتوجيه والإقناع. وقد يكون المعرض قوميا داخل نطاق الدولة التي تنتمي إليها المنشأة، أو دوليا يتسع لمعرضات عدد كبير من الدول، ويعتبر المعرض في الحالة الأخيرة وسيلة جيدة للتعرف على نشاط الدول وتطورها الاقتصادي ونموها الحضاري.²

– مجلة المنظمة أو صحيفتها: تتضمن مطبوعات المنظمة النشرات والكتيبات والمجلة أو الصحيفة الخاصة بها، وكذلك التقارير السنوية والدورية، وتحصر هذه الصحيفة أو المجلة على رفع الروح المعنوية بين العاملين بإبراز النواحي الإنسانية التي أشرنا إليها والتي تتعلق بالأمن والاستقرار الوظيفي والعدالة في الرقي والمكافآت وتقدير قيمة العمل. وهي أيضا يمكن أن تثير روح المنافسة بين العاملين مما يؤدي إلى رفع الكفاءة الإنتاجية.

وتقوم هذه الصحف أو تلك المجلات بدور هام في التعريف بالمنظمة وأوضاعها المتغيرة والمشكلات التي تواجهها والدور الذي تؤديه في خدمة المجتمع.³

¹ محمد ناجي الجوهر: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد العلمية، ط1، عمان، 2000. ص - ص: 97 - 98

² علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق، ص: 102

³ المرجع نفسه، ص - ص: 105 - 106

– النشرات والكتيبات: تتناول النشرات غالباً موضوعاً واحداً في صفحات قليلة مطوية تسلم للأفراد باليد أو ترسل بالبريد. بينما تتنوع موضوعات الكتيب، وتعدد صفحاته، ويتسع لمعالجة الموضوعات بشكل مفصل. وتحتاج المنشآت التجارية إلى النشرات والكتيبات لشرح برنامج جديد، أو أسلوب لتقديم الخدمة، أو السلعة بشكل يختلف عما اعتاده العملاء، كما تقوم المنشآت الصناعية من خلالها بعرض مراحل العملية الإنتاجية. وتتميز هذه المطبوعات بانخفاض تكلفتها وإمكانية إنتاجها بشكل سريع نسبياً، كما أنها يمكن أن تترك انطباعاً جيداً عند القراء إذا أحسن إعدادها.¹

– التقارير السنوية والدورية: يأتي التقرير السنوي في مقدمة وسائل الاتصال بالمساهمين بالنسبة للمنشآت التجارية والصناعية. ويشغل المركز الثاني في وسائل الاتصال بغير المساهمين من العاملين والمجتمع المحلي والموزعين والموردين... وتتنافس المنشآت التجارية والصناعية في إخراج هذه التقارير في شكل هدايا مستخدمة الألوان والعناوين الشيقة والرسوم التوضيحية والصور المعبرة، بالإضافة إلى العرض الممتع للمعلومات.²

– الوسائل السمعية البصرية الخاصة: تحرص بعض المنشآت على تصوير الإنجازات التي تحققها في مختلف المجالات خاصة المتعلقة بالعمليات الإنتاجية والتي تؤكد تفوق المنشأة وإمكاناتها الفنية العالية، كما تسجل هذه المنشآت للمحات الإنسانية التي تضفي عليها الشخصية الإنسانية والاجتماعية، وتؤكد اهتمامها بالعنصر الإنساني بقدر لا يقل أهمية عن الاهتمام بالعمليات الإنتاجية.

وتستخدم الدائرة التلفزيونية المغلقة في تصوير الاجتماعات وعرض ما يدور داخلها في فروع المنشأة أو كلما دعت الضرورة إلى ذلك. كما يمكن استخدام الفيديو في تسجيل

¹ Lovell P Ronald :inside public relations. Boston , allyn and bacon inc. 1982 , p 190

² Scott and Ralf Tolol¹ : human relations in organization. Minnesota west publishing company 1978. p 443
Cultip,

العمليات الإنتاجية واللحظات التاريخية التي تمر بها المنشأة. كما تستخدم الوسائل السمعية البصرية في تسجيل الاحتفالات والأحداث الخاصة التي تعتمد عليها العلاقات العامة لتقديم المنشأة إلى الجمهور فيتسع بذلك مجالات مشاهدة هذه الأحداث في غير المكان الذي جرت فيه.¹

02-4 وظائف الصورة الذهنية : يقوم التحليل الوظيفي لأي ظاهرة من الظواهر -

والصورة إحداها - على الوظائف والمهام المختلفة لها، يمكن تقديم الوظائف التي تؤديها الصورة على النحو التالي:

تحقق الصورة الذهنية للفرد أكبر قدر من التكيف مع ظروف الحياة من خلال ما تقدمه له من أطر جاهزة تكفل له التعامل مع الآخر، بل التنبؤ بسلوكه دون إمعان النظر في خصائصه الفردية.

تصنيف نطاق الجهل بالآخرين وتحويل العالم إلى عالم أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب السيكلوجية التي تنطوي عليها عمليات التعلم داخل الإنسان. لها دور في تكوين الرأي العام ذلك لأنها اللبنة الأولى التي يتكون منها الرأي العام باعتبار تأثيرها في آراء الناس ومواقفهم.²

وقد ذهب "أيمن منصور ندا" إلى اقتراح تقسيم أكثر تفصيلاً ودقة لوظائف الصورة نستعرضه فيما يلي:

02-4-1 وظائف على المستوى الفردي:

- الوظائف المعرفية المرغوبة:

❖ الاقتصاد في الجهود بمعنى توفير الوقت والجهد اللازمين لفهم وتفسير حدث ما أو شيء ما يعتبره الإنسان جديداً، فالصورة تساعد الأفراد على تفسير الأحداث الجديدة في ضوء خبراتهم القديمة وصورهم المعهودة.

¹ علي عوجة : العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق ، ص: 109
² محمد يوسف: فن العلاقات العامة. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة، 2002 ، ص: 52

❖ تقليل المنبهات المحيطة بالفرد ويحدث ذلك عند دمج الأشياء الجديدة في الفئات القديمة وإعطائها المعنى ذاته ذلك الذي تأخذه هذه الفئات.

❖ تسهيل عملية الإدراك، إذ يؤدي تقليل المنبهات المحيطة بالفرد إلى تسهيل إدراكه لهذه المنبهات وإلى زيادة قدرته على فهمها واستيعابها.

❖ إعطاء الفرد معنى موضوعيا للعالم، إذ توفر الصورة للفرد تصورا للعالم يعتقد في صحته وفي موضوعيته فهو لا يجد - عن طريق الصورة الموجودة لديه - أي تعارض بين عالمه الذي يعتقد في موضوعيته والعالم الخارجي¹

- الوظائف المعرفية الغير المرغوبة:

❖ التبسيط الزائد للأحداث، فالصور عادة ما تركز على جانب أو جزء أو خاصية للحدث وتغفل بقية الجوانب والأجزاء والخصائص، وهنا يكون التبسيط للحدث بصورة قد تكون في غالبية الأحيان مخلة بطبيعته وإمكانية حدوثها.

❖ الشعور بالأمن والاستقرار وذلك لأن الصور الإيجابية ذات الطابع الثابت والتي تميل إلى تبسيط الأحداث إلى شعور الفرد بالأمان إزاء الأخطاء المحتملة وبلا استقرار في تقلبات الحياة.

❖ الصور قد تستخدم كآلية للدفاع عن الذات، إذ تشير بعض الدراسات إلى أن الصور تمثل نوعا من آليات الدفاع تتيح للفرد أن يمتنع كثيرا من أفعاله.²

-الوظائف النفسية المرغوبة:

❖ قد تؤدي الصور غالبا إلى التمرکز حول الذات والتفوق داخلها وإحاطتها بسياج يعزلها عن الآخرين، كما تؤدي إلى شعور الفرد بالوحدة عندما تكون هذه الصور سلبية ومتعلقة بالذات.

¹ أيمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية، المدينة برس 106 ط1، القاهرة 2003، ص: 90

² المرجع نفسه، ص ص: 91 - 92

❖ قد تؤدي الصور أحيانا إلى التحيز والتعصب، فالصور السلبية عن الآخرين قد تخلف تحيزات لدى الأفراد ضدهم تنعكس في تصرفاتهم.

2-4-02 وظائف على مستوى الجماعات الفرعية وعلى مستوى النظام ككل:

– الوظائف المعرفية:

- ❖ خلق توقعات عن سلوك جماهير المؤسسة وممارستها وإيجاد تفسيرات وتقسيمات جاهزة لهذه السلوكيات.
- ❖ خلق مخططات فكرية للتعامل مع الجماهير وتبني هذه المخططات والسيناريوهات بناء على التوقعات المعتمدة على الصور.
- ❖ تقليل عدد المثيرات أو الأخطار المحيطة بالمؤسسة، إذ أن الصور بتبسيطها للأحداث وتقليلها للمنبهات ودمجها في صور قديمة قد تؤدي إلى تقليل عدد المثيرات أو الأخطار التي تتوقع المؤسسة أن تقابلها مما يساعدها على الاستقرار.¹

– الوظائف الاجتماعية :

- ❖ اكتساب الشرعية للمؤسسة، فقد تؤدي الصور الإيجابية عن مؤسسة ما إلى إكسابها الشرعية داخل النسق الاجتماعي الذي تنتمي إليه.
- ❖ تأكيد الشعور بالتفوق والفخر لدى الجماهير التي تربطها علاقة بالمؤسسة، فالصور الإيجابية عن المؤسسة تزيد من شعور جمهورها الداخلي بالفخر لانتمائه إليها، ومن شعور الجمهور الخارجي بالفخر أيضا للتعامل معها.
- ❖ تحديد هوية المؤسسة وشخصيتها وتميزها وإحاطتها بأهمية خاصة.
- ❖ قد تعوق الصور السلبية عملية الاتصال والتفاهم بين مؤسسة وجماهيرها.

¹ أيمن منصور ندا ، الصورة الذهنية والإعلامية، مرجع سابق، ص : 93 – 94

– الوظائف النفسية:

- ❖ توفير رجوع صدى إيجابي عن المؤسسة، وما يؤدي إلى ذلك من شعور بالرضا من طرف المؤسسة وارتفاع مستوى تقييم الذات.
- ❖ تقديم إطار تبريري لاتجاهات المؤسسة وممارساته إزاء محيطها.

02-5 أنواع الصورة الذهنية:

وردت تصانيف عديدة للصورة الذهنية نبرز أهمها فيما يلي:

02-5-1 التصنيف الأول: يحدد هذا التصنيف ثلاثة أنواع للصورة هي:¹

– الصورة الملقاة: هي الصورة التي تقوم بإعطائها المؤسسة عن نفسها، وذلك أثناء اتصالها بمحيطها، سواء كان اتصالا لفظيا أو غير لفظي، مكتوبا أو مسموعا أو مرئيا، فالمؤسسة مثلا تعطي صورة عن نفسها من خلال الشكل المادي لها.

– الصورة الملقاة المدركة: إذا كان هناك صورة ملقاة فالأكيد أن هناك صورة متلقاة

وتعد هذه الأخيرة بمثابة المتحدث باسم المؤسسة، وهي الصورة التي يراها بها الآخرون أي الجمهور.

– الصورة المرغوبة(المرادة): وهي الصورة التي تهدف المؤسسة إلى تحقيقها في أوساط

جمهورها، وفي مجال التسويق فإن الصورة المرادة تعني التوقع ووجود إرادة إستراتيجية من أجل تطوير الصورة المدركة بضمنان توقعها بطريقة معينة في ذهن الجمهور المستهدف ولكسب ميزة تنافسية.

¹ نقلا عن : جهيدة زبيبة صورة المؤسسة الخدمية لدى جمهورها الخارجي ، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري. 2010 . ص : 44

2-5-02 التصنيف الثاني: يحدد هذا التصنيف 04 أنواع للصورة هي:

الصورة المؤسسية: وتكون على المستوى الوطني أو الدولي من جهة وتخص الجمهور العام من جهة ثانية، وهي تتطور بفضل اتصال يعتمد على القيم التي تمثلها المؤسسة وتعبّر عنها خاصة في المجالين الاجتماعي والاقتصادي.

– الصورة المهنية: يرتبط هذا النوع من الصورة بطبيعة النشاط الذي تقوم به المؤسسة وبكيفية أدائها له.

– الصورة العلائقية: وتتطور هذه الصورة من خلال تواصلها القبلي والبعدي مع جمهورها الداخلي والخارجي.

– الصورة العاطفية: وتشخصها نوعية العلاقات التي يربط الجمهور بالمؤسسة بغية تنمية الرأسمال العاطفي والودي بينهما.¹

6-02 إستراتيجيات الصورة الذهنية للمنظمات:

هناك مبدآن أساسيان في بناء صورة ذهنية إيجابية:

المبدأ الأول: إذا كان الواقع سيئاً وتشوبه بعض الشوائب ينبغي أولاً تنقية هذا الواقع.

المبدأ الثاني: لا يكفي أن تفعل الخير، وإنما لا بد أن تعلم الناس ما تفعله من خير.

وهناك عبارة شائعة في هذا الخصوص تقول: "إن الطريقة الوحيدة التي تجعل بها الناس

يتحدثون عنك بصورة حسنة هي أن تتصرف بطريقة طيبة".

والصورة الذهنية مفهوم متعدد لذلك فإن بناءها يتطلب العمل على عدة أبعاد:

¹ جهيدة زبيبة، مرجع سبق ذكره، ص: 45

البعد الفكري: إبراز الجوانب الايجابية وتبرير الجوانب السلبية وتحليل ورصد كل قضية

مرتبطة بالمنظمة

البعد العاطفي: من خلال البرامج التي تؤثر على عواطف وسلوك ومشاعر أفراد المجتمع

ومخاطبة المجتمع من خلال مصالحة ومنافعه التي يحصل عليها من علاقاته القوية بالمنظمة.

البعد السلوكي: عرض برامج التوعية والتثقيف التي تتصل بالتعارف مع المجتمع لمعرفة

طبيعة الحياة وحث الأفراد على سلوك النهج الصحيح.

برامج العلاقات الإنسانية: ونجاحها يتطلب الاختيار المناسب لرجال العلاقات العامة

(فعلهم الالتزام بالأدب مع المخالفين وتقبل السلوكيات والمشاعر المختلفة..) وتوفير الظروف

المناسبة لعملهم (مادية ومعنوية) و يمكن تقسيم استراتيجيات الصورة الذهنية للمنظمات إلى:

❖ إستراتيجية الصورة الداخلية: من خلال تأسيس برنامج الاتصال مع الموظفين

والمحافظة عليه، وتشجيع الحوار وجها لوجه مع القوى العاملة.

❖ إستراتيجية الصورة الخارجية: من خلال تطوير العلاقة مع الحكومة والقطاع الخاص

والمنظمات المماثلة.

❖ إستراتيجية الصورة لدى الداعمين والمتبرعين: من خلال التدفق المستمر للمعلومات

والتواصل المباشر عبر الزيارات الشخصية والدعوات واللقاءات.

❖ إستراتيجية الصورة لدى المستفيدين من خدمات المنظمات: من خلال تطوير الأداء

وتحسين الخدمة وسد الحاجة.

❖ إستراتيجية إدارة القضايا: من خلال بحث القضايا والأزمات وتحديد موارقتها،

وإدارتها وتقويمها لتقليل التأثيرات السلبية، ولزيادة الفرص الإيجابية للمؤسسات ، وتطوير وتنفيذ

برنامج الاتصال الإعلامي.

❖ إستراتيجية العلاقات الاجتماعية: لتطوير الاتصال الفعّال وبرامج التعليم التي تبني قاعدة التأييد مع عامة أفراد المجتمع.

❖ إستراتيجية العلاقات الإعلامية: من خلال إيجاد قنوات اتصال دائمة وقوية مع وسائل الإعلام.

❖ إستراتيجية التطوير المهني: من خلال متابعة فرص التطوير المهنية وتوفير مهارات الاتصال والنصح للمنظمة.

❖ استراتيجيات استخدام المنظمات للإنترنت: تنمية العلاقات مع الأعضاء ودمج جميع المؤيدين للمنظمة من خلال الرسائل الإلكترونية التي يرسلها إليهم موقع المنظمة على الإنترنت - الحرص على استمرار جذب الأعضاء لزيارة موقع المنظمة، التفاعل مع المؤيدين وليس الاكتفاء فقط بإرسال الرسائل الإلكترونية لهم، التواصل معهم باستخدام مجموعة مختلفة ومتنوعة من طرق الاتصال، التقييم والتحسين المستمر لمستوى أداء الموقع.

❖ إستراتيجية الولاء: من خلال محاولة تكوين علاقات طويلة الأجل مع ذوى الولاء و محاولة معرفة أسباب قلة ولاء ذوى الولاء المنخفض و علاجها

❖ إستراتيجية تحديد الظروف الحالية للطلب على خدمات المنظمة بناء على التقسيم

التالي:

✓ الطلب السلبي: أي أن المستفيد يتفادى الخدمات المقدمة (مثل تجنب العزاب

لمشروعات الزواج)

✓ لا يوجد طلب: إما لأن المستفيد لا يعرف عنها أو لا يعرف الفائدة منها.

✓ الطلب الكامن: يوجد طلب لكن الخدمة الحالية لا تشبعه .

✓ الطلب المتدهور: الخدمات المقدمة تتناقص لسبب ما .

✓ الطلب = العرض: نقدم خدمات بقدر المطلوب منا. ¹

خاتمة : لقد حاولنا في هذا الفصل ومن خلال جملة من العناصر الوقوف على أهم

التعاريف التي قدمها الأكاديميون للصورة الذهنية ومحاولة التفريق بينها وبين الصورة النمطية كأحد أقرب المصطلحات منها . هذا وقمنا كذلك باستعراض لأهم الخصائص والسمات المميزة للصورة الذهنية والوضائف التي تقدمها ، فضلا عن تحديد مصادر تكوين الصورة الذهنية المرغوبة للمنظمات ، وهذا ما سيساعدنا على استثمارها في محاولتنا التعرف على مصادر الصورة الذهنية لدى المبحوثين والوقوف على العوامل المساهمة في تكوين صورة إيجابية أو سلبية عن المصارف الإسلامية.

الفصل الثالث

المصارف الإسلامية

03- المصارف الإسلامية :

1.3- : مفهوم المصرف الإسلامي

- لغة : تقابل كلمة بنك في اللغة الأوروبية كلمة مصرف في اللغة العربية ، فكلمة "بنك" اشتقت من الكلمة الإيطالية "banko" ومعناها منضدة أو طاولة . ثم اتسع معناها حتى أصبح منضدة طويلة في مصرف أو محل تجاري ، وكذلك منضدة الصراف الذي يستبدل العملة والتي كان الصيارفة والمقرضون في العصور الوسطى في أوروبا يعرضون عليها عملائهم ، ومن هنا وصلت إلينا كلمة بنك .¹

وتطلق هذه الكلمة بصفة عامة على المؤسسات التي تخصص في إقراض واقتراض النقود ، لأن أغلب عمليات الإقراض والاقتراض لا تتم مباشرة بين صاحب النقود ومن يرغب في استخدامها ، بل عن طريق البنوك .²

هذا وتقابل كلمة "بنك" في اللغات الأوروبية كلمة مصرف بكسر الراء في اللغة العربية وهي تعني : بيع الذهب بالفضة ، والتصريف في جمع البياعات : إنفاق الدراهم . والصراف والصيرفي من المصارفة والجمع صيارف وصيارفة .³

- اصطلاحا :

وردت في الكتب والأبحاث الاقتصادية تعريفات اصطلاحية عديدة للمصرف الإسلامي نورد بعضها منها فيما يلي :

¹ الموسوعة العربية الميسرة ، دار الشعب ومؤسسة فرانكلين للطباعة و النشر ، ط2، 1972، ص1786

² دائرة المعارف لأعمال البنوك المالية ، بوستن ، 1962، ص 30

³ ابن منظور الأفرقي ، لسان العرب ، دار بيروت للطباعة والنشر ، بيروت ، مجلد 9، ص 19

تعرف الموسوعة العلمية والعملية للبنك الإسلامي بأنه أداة تحقيق وتعميق للأدوات المرتبطة بالقيم الروحية، ومركز للإشعاع ومدرسة للتربية وسبيل عملي إلى حياة كريمة لأفراد الأمة الإسلامية وسند لاقتصاديات الدول الإسلامية¹

وتعرف البنوك الإسلامية بأنها أجهزة مالية تستهدف التنمية وتعمل في إطار الشريعة الإسلامية، وتلتزم بكل القيم الأخلاقية التي جاءت بها الشرائع السماوية، وتسعى إلى تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع، وهي أجهزة مالية تنمية اجتماعية، مالية من حيث أنها تقوم بما تقوم به البنوك الإسلامية من وظائف في تسيير المعلومات، وتنمية من حيث أنها تضع نفسها في خدمة المجتمع وتستهدف تحقيق التنمية منه، وتقوم بتوظيف أموالها بأرشد السبل بما يحقق النفع للمجتمع أولاً وقبل كل شيء، واجتماعية من حيث أنها تقصد في عملها وممارستها إلى تدريب الأفراد على ترشيد الإنفاق، وتدريبهم على الادخار ومعاونتهم في تنمية أموالهم بما يعود عليهم وعلى المجتمع بالنفع والمصلحة، هذا فضلاً عن إسهام في تحقيق التكافل بين أفراد المجتمع بالدعوة إلى أداء الزكاة وجمعها وإنفاقها في مصارفها الشرعية.²

يعرفه محسن الخضيرى : « بأنه مؤسسة نقدية ومالية تعمل على جذب الموارد النقدية من أفراد المجتمع وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل تغطيتها ونموها في إطار القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية وبما يخدم شعوب الأمة ويعمل على تنمية اقتصادياتها »³

وجاء في الإدارة الاستراتيجية للبنوك الإسلامية لعبد الحميد المغربي بأن المصرف الإسلامي :
« منظمة مالية مصرفية ، اقتصادية واجتماعية تسعى إلى جذب الموارد من الأفراد والمؤسسات وتعمل على استخدامها الاستخدام الأفضل ، مع أداء الخدمات المصرفية المتعددة ، وتعمل على

¹ الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية ، اتحاد البنوك الإسلامية ، القاهرة ، 1980، ص : 85
² أحمد النجار : عن البنوك الإسلامية: ماذا قالوا ؟ ، القاهرة: اتحاد البنوك الإسلامية، 1982، ص: 10.
³ محسن الخضيرى : البنوك الإسلامية ، دار الحرية القاهرة ، ط1 ، 1990، ص 17

تحقيق العائد المناسب لأصحاب رأس المال ، كما يسهم في تحقيق التكامل الاقتصادي والاجتماعي للأفراد والمؤسسات مع مراعاة ظروف المجتمع .¹ »

وفي رسالة دكتوراه غير منشورة تلخص أبرز معالم تعريفات البنوك الإسلامية في:

- إن البنك الإسلامي يقوم أساساً بتطبيق نظام مصرفي جديد يختلف عن غيره من النظم المصرفية القائمة في أنه يلتزم بالأحكام التي وردت في الشريعة الإسلامية في مجال المال والمعاملات.

- إن البنك الإسلامي يضع في اعتباره وهو يقوم بهذه الوظيفة أنه يعمل على تجسيد المبادئ الإسلامية في الواقع العملي لحياة الأفراد.

- إن البنك الإسلامي يعمل على إقامة مجتمع إسلامي عملي، وبذلك فإن تعميق الروح الدينية لدى الأفراد يعتبر جزءاً من وظيفته.

- إن البنك الإسلامي يباشر وظيفته على مستوى المجتمع الذي يعمل فيه، وقد يبدأ العمل في وحدات جغرافية محدودة ولكن يتعامل مع كل أفراد هذه الوحدات ويسعى في نفس الوقت إلى الامتداد إلى وحدات جغرافية أكثر اتساعاً.

- إن البنوك الإسلامية ليست أجهزة بديلة عن البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، وإنما هي أجهزة تمارس عملها مستقلة عن الأجهزة المصرفية الأخرى، وحيث أنها تلتزم بالشريعة فإنها لا تتقيد بأحكام ولوائح هذه البنوك إن هي تعارضت مع الأسس التي قامت عليها.²

ملاحظة : الملاحظ على التعريفات السابقة للمصارف الإسلامية أنها غير دقيقة ، يغلب

عليها الجانب الديني على حساب الجانب الاقتصادي، وهي مشبعة بشحنات انفعالية، وقد

¹ عبد الحميد المغربي وصفاء الشربيني ، الإدارة الإستراتيجية للبنوك الإسلامية ، مطبوعات المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب ، البنك الإسلامي للتنمية ، جدة ، 2004، ص 86

² محمد الأنصاري "العلاقة بين الكفاية المهنية لدى البنوك وبعض السمات الشخصية"، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة الأزهر ، 1983م، ص 33.

يرجع ذلك أن كثيراً ممن تصدوا للتعريف ليسوا مصرفيين ممارسين أو إلى غياب التنظير الكافي ووضوح الرؤية

ونلاحظ أيضاً أن هناك ثلاث سمات مشتركة في تعريفات البنوك الإسلامية وهي:

1- وجود العنصر الديني.

2- أنها مؤسسات مالية.

3- المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2-03 نشأة المصارف الإسلامية

كانت المعطيات الفكرية لجهود الأربعينيات، الخمسينيات والستينيات قد أضافت بالفعل مساهمات ذات شأن طيب في مجال تناول القضايا الرئيسية التي طرحتها قضية المصارف والأعمال المصرفية من منظور الفكر الإسلامي . وقد كان لهذه المساهمات واحدة بعد الأخرى ، دور كبير في بناء تصور لنموذج غير ربوي للمصرف الحديث . وعموماً يمكن التمييز بين مرحلتين أساسيتين مند بداية الستينيات وحتى الآن ، نوجز في كل مرحلة أهم الجهود الفكرية والفعاليات التطبيقية في مايلي¹:

1-2-03 مرحلة التأسيس (1965-1976)

شهدت هذه المرحلة تطوراً كبيراً على مستوى الفكر والتطبيق ، ولا شك أن المرحلة السابقة كانت دافعة إلى بذل الجهد لتعميق الفكر وترسيخ التطبيق ، ويمكن أن نلخص أهم الفعاليات التي ميزت هذه الفترة في مايلي :

¹ ناصر غريب : أصول المصرفية الإسلامية ، دار أولو ، القاهرة ، ط1 1996 ، ص ص : 30-33

- انعقاد مؤتمرات مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر الشريف :

خاصة المؤتمر الثاني عام 1965 الذي يعتبر فاصلا بين مرحلتين (ما قبل 1965 وما بعدها) لما قدمه من مساهمة كبيرة في تحديد موقف الشريعة من الأعمال المصرفية . وقد أجمع العلماء المشاركون (خمسة وسبعون عالما) على رأي واحد بخصوص المعاملات المصرفية ، بجرمة بعضها وحل بعضها الآخر ، فجاء فيها ما يلي :

* الفائدة على أنواع القروض كلها ربا محرم ، لافرق في ذلك بين ما يسمى بالقرض الاستهلاكي وما يسمى بالقرض الإنتاجي .

* كثير الربا وقليله حرام .

* الإقراض بالربا حرام لاتباعه حاجة ولا ضرورة ، والاقتراض بالربا محرم كذلك ، ولا يرتفع ثمنه إلا إذا دعت إليه ضرورة .

- ظهور بحوث ودراسات مباشرة حول المصارف الإسلامية : ومن الأمثلة البارزة لهذه الدراسات مايلي :

✓ دراسة د. محمد عبد الله العربي عن "المعاملات المصرفية المعاصرة ورأي الإسلام فيها" (مصر) .

✓ دراسة محمد باقر الصدر عن "البنك اللاربوي في الإسلام" (العراق) .

✓ دراسة الشيخ مصطفى الهمشري عن "الأعمال المصرفية والإسلام" (مصر) .

✓ دراسة د. عيسى عبده عن "بنوك بلا فوائد" (مصر) .

✓ دراسة د. محمد نجا الله صديقي "عن بنوك بلا فوائد" (الهند) .

✓ دراسة د. محمد عبد المنان عن "الإسلام واتجاهات البنوك الحديثة" (لندن) .

- إنشاء بنك ناصر الاجتماعي بمصر عام 1971: بإصدار إنشائه كهيئة عامة تقوم بكل أعمال البنوك لكن دون التعامل بالفائدة أخذًا أو إعطاءً ، بالإضافة إلى قيامها بتجميع الزكاة من الأفراد اختياريًا ، وتنظيم صرفها في مصارفها الشرعية ، وإدارة نظام التكافل الاجتماعي ، هذا ويمارس أنشطته منذ ذلك التاريخ .

- إنشاء بنك دبي الإسلامي عام 1975: ويعتبر هذا البنك أول بنك إسلامي خاص ،

و من ثم يفضل البعض أن يؤرخ لبدء المصارف الإسلامية بتاريخ إنشائه ، وقد كان النظام الأساسي لبنك دبي الإسلامي مصدرًا فكريًا لعدد من البنوك الإسلامية التي أسست بعده ، خاصة في منطقة الخليج .

- المؤتمر العالمي الأول للاقتصاد الإسلامي 1976: عقد بمكة المكرمة تحت إشراف جامعة الملك عبد العزيز ، ويعتبر أول تجمع بحثي ضم كل الباحثين والمهتمين بقضايا الاقتصاد الإسلامي من مختلف أنحاء العالم ، وغطت بحوث المؤتمر كافة موضوعات الاقتصاد الإسلامي بما فيها المصارف الإسلامية . ويعتبر هذا المؤتمر خطوة كبيرة في اتجاه تكثيف الجهود البحثية لخدمة الاقتصاد الإسلامي والترويج لإنشاء مصارف ومؤسسات مالية إسلامية .

وفي ضوء العرض السابق ، يمكن القول أن المرحلة من عام 1965 وحتى عام

1975 قد تم خلالها تحقيق أربعة نتائج هي :

- حسم قضية حرمة الفوائد الثابتة في المعاملات المصرفية المعاصرة .
- طرح الباحثين لتصورات متكاملة حول أسس العمل في المصارف الإسلامية وإن اختلفوا في مراحل المعالجة ومجال التركيز فيها .
- إنشاء أكثر من نموذج تطبيقي لبنك إسلامي متكامل تتوفر فيه كل أو أغلب خصائص المصرف الإسلامي .

● تقديم قوة كبيرة لمواصلة الجهود البحثية ونشر النماذج التطبيقية للمصارف

والمؤسسات النقدية الإسلامية .

2-2-03 مرحلة الانتشار 1977 وما بعدها : شهدت هذه المرحلة نموا كبيرا في أعداد

المصارف الإسلامية ، منها إنشاء بنك فيصل الإسلامي السوداني عام 1977، أما في الأردن

فقد كانت البداية بالبنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار عام 1978، فالبنك العربي

الإسلامي الدولي عام 1997 .¹

وفي ضوء ذلك فإن هذه المرحلة قد شهدت طفرة في عدد المصارف والمؤسسات

الإسلامية بالإضافة إلى النمو الملحوظ في حجم أعمالها، سواء في حجم الودائع أو التوظيف،

ولعل ذلك الاهتمام بها كظاهرة متنامية، سواء من جانب المجددين لها، أو من جانب غيرهم.

وقد وضح ذلك الاهتمام من خلال كثرة المقالات والتحقيقات والتحليلات الصحفية التي

توردها الصحف اليومية أو الدورية، ومن خلال البحوث والدراسات التي يجريها الباحثون

بالجامعات بالدول الإسلامية أو الولايات المتحدة أو أوروبا.

وفي نطاق المصارف الإسلامية، فقد شهدت الفترة عددا من المتغيرات الهامة نذكر

منها:

● اعتبار الرقابة على عمل المصارف الإسلامية أمرا ضروريا، وإن تمت ممارسة ذلك

من خلال طرق ووسائل متنوعة .

● إنشاء اتحاد دولي للمصارف الإسلامية، كجهاز يقوم على التنسيق فيما بينها، ويقوم

بدور في حل المشكلات المشتركة، ويعمل على نشر فكر المصارف الإسلامية ويعاون على

إنشائها.

● الاهتمام بتهيئة وتدريب القوى البشرية الصالحة لحمل مسؤولية العمل بالمصارف

الإسلامية والعمل على تنميتها بشكل مستمر. لذا فقد أنشأت معاهد ومراكز بحثية وتدريبية

¹ محمد حسين الداري ، حسين محمد سمحان : المصارف الإسلامية الأسس العلمية والتطبيقات العملية ، دار المسيرة ، ط2 2008، ص ص 24-23 .

عديدة خلال الفترة نذكر منها : المركز العالمي لأبحاث الاقتصاد الإسلامي بجدة، المعهد الدولي للبنوك والاقتصاد الإسلامي بقبرص، مركز أنقرة للإحصاء والبحوث... الخ.

● عقد اجتماعات دورية بين المسؤولين في المصارف الإسلامية على مستوى رؤساء المصارف ومديري الاستثمار والعمليات، بهدف التنسيق وتبادل الرأي وعرض فرص الاستثمار المتاحة .

● قيام دولة باكستان بأسلمة النظام المصرفي اعتباراً من يوليو 1985 بعد تنفيذ خطة انتقال مدتها 05 سنوات .

3-03 أهداف المصارف الإسلامية

تقول الأستاذة "ثروت وولس شادن" المتخصصة في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية : « إن البنوك الإسلامية تعتبر من البنوك القليلة والأصيلة التي نشأت في الجنوب ، و نعتقد أن النظام قد يلعب دوراً فعالاً في التنمية وانعكاس الاقتصاد خصوصاً خلال فترات الأزمة لأن هدفها يتجه نحو الاستثمارات المنتجة ... »¹

إن هدف البنك الإسلامي كما قال د عبد الحميد حمود البعلي يتمثل في : «تحريك الطاقات الكامنة للوصول إلى أقصى إنتاجية ممكنة ، بما يكفل التغير المنشود في الشرع ، ولا شك أن تحريك الطاقات الكامنة في المجتمع أياً كان نوع هذه الطاقات ، أي سواء كانت بشرية أو مادية أو غيرها ، فإنه نوع من التغيير في المجتمع الذي تنشده البنوك الإسلامية كهدف من أهداف الشرع الإسلامي.»²

ويهدف البنك الإسلامي إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن إجمالها في النقاط الآتية:

¹ ضياء مجيد الموسوي : البنوك الإسلامية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 1997 ، ص76
² عبد المجيد حمود البعلي : المدخل لفقه البنوك الإسلامية ، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية ، 1983 ، ص153

- ◀ تنمية وتثبيت القيم العقائدية والخلق الحسن والسلوك السوي لدى العاملين والمتعاملين مع البنك الإسلامي، وذلك لتطهير هذا النشاط من الفساد. يقول تعالى: «أفمن أسس بنيانه على تقوى من الله ورضوان خير أم من أسس بنيانه على شفا جرف هار فانهار به في نار جهنم والله لا يهدي القوم الظالمين.»¹
- ◀ تنمية الوعي الإدخاري وتشجيع الاستثمار وعدم الاكتناز، وذلك بإيجاد فرص وصيغ للإستثمار تتناسب مع الأفراد والمؤسسات المختلفة.
- ◀ توفير رؤوس الأموال اللازمة لأصحاب الأعمال من أفراد ومؤسسات لأغراض المشروعات الاقتصادية على أن يتم هذا التمويل طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، بالنسبة للمعطي والآخذ.
- ◀ إيجاد التنسيق والتعاون والتكامل بين الوحدات الاقتصادية داخل المجتمع والتي تسير على أحكام الشريعة الإسلامية.
- ◀ المساعدة على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية لشعوب الأمة الإسلامية بكافة السبل المشروعة ودعم التعاون الإسلامي وتحقيق التكافل الاجتماعي.²

كما اقترح محمد عبد الحميد المغربي تصنيفاً لأهداف المصارف الإسلامية هو كالاتي:³

- ❖ إحياء المنهج الإسلامي في المعاملات المالية والمصرفية: حيث تهدف البنوك المصرفية إلى تحقيق منهج الله على أرضه فيما يختص بجانب هام من جوانب الحياة وهو المال، وطالما أن المال يمثل نعمة وابتلاءً وفتنة وزينة فيجب أن يكون الهدف تهذيب سلوك الأفراد وتعمل البنوك الإسلامية من أجل تحقيق ذلك على:
- ❖ الالتزام بالقواعد والمبادئ الإسلامية في المعاملات المالية والمصرفية.
- ❖ استيعاب وتطبيق الوظيفة الاقتصادية والاجتماعية للمال في الإسلام.

¹ سورة الأنعام : الآية 144

² مجموعة مشايخ، تحرير عبد الحلیم عويس : موسوعة الفقه الإسلامي المعاصر ، ص ص : 228-229

³ عبد الفتاح المغربي : الإدارة الإستراتيجية للبنوك الإسلامية . مرجع سابق، ص - ص : 90-91

❖ الدعوة إلى سبيل الله من خلال التزامها هي أولاً ثم النصح والإرشاد لأفراد المجتمع باتباع والسلوك الإسلامي في استثمار وتوظيف أموالهم.

❖ تحقيق آمال وطموحات أصحاب البنك والمتعاملين به : فالمساهمون قد استثمروا أموالهم بالأسلوب الشرعي الصحيح ، والعاملون يقومون بأعمال لا شبهة فيها ، وينتظر الجميع عائدا طيبا .

❖ إشباع حاجات الأفراد المالية : يهتم البنك الإسلامي بالأنشطة الاقتصادية والاجتماعية في ميدان التمويل والاستثمار والخدمات المصرفية من خلال :

❖ توفير التمويل اللازم للقطاعات المختلفة في مجالات الإنتاج ومراعاة القواعد الإسلامية .

❖ توسيع نطاق التعامل مع القطاع المصرفي عن طريق تقديم الخدمات المصرفية غير الربوية مع الاهتمام بإدخال الخدمات الهادفة لإحياء صور التعامل الإسلامي.

❖ رعاية متطلبات ومصالح المجتمع : يعمل المصرف الإسلامي على توفير المناخ الطيب لمعاملات الأفراد ، فتنشيط الحياة الاقتصادية والاجتماعية نتيجة الصدق والطهارة في المعاملات ، وتحقيق العائد العادل والتعاون بين مختلف الفئات، وتعمل البنوك الإسلامية على تحقيق ذلك من خلال :

✓ تحقيق التكافل الاجتماعي بين الأفراد من خلال الأنشطة الاجتماعية المختلفة .

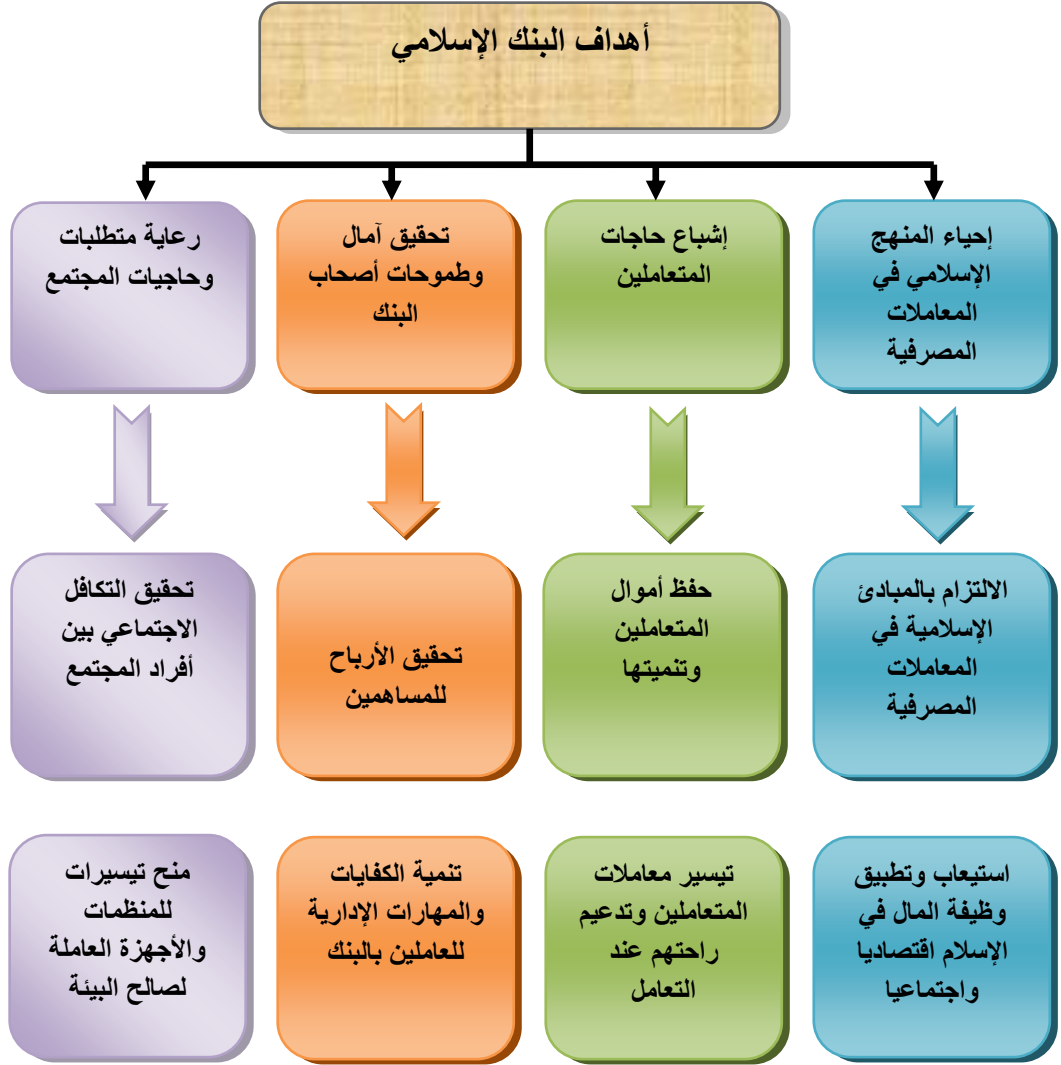
✓ المساهمة في دراسة مشكلات المجتمع والمشاركة في وضع الحلول المناسبة لها بما تملكه من إمكانيات مالية وبشرية وفنية.

✓ منح التيسيرات للمنظمات والأجهزة التي تخدم وترعى مصالح الأقليات وتقدم

مصالح البيئة وترعى مصالح الأقليات وتقدم ضروريات السلع والخدمات .

والشكل الآتي يوضح هذه الأهداف :

الشكل رقم 01 : أهداف البنك الإسلامي



المصدر : عبد الحميد عبد الفتاح المغربي ، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية ، ص: 89

4-03 الفرق بين المصرف الإسلامي والمصرف التقليدي الربوي

يكمن الفرق بين المصرف الإسلامي وغيره من البنوك التقليدية في وجود عدة اختلافات بينهم تتمثل هذه الاختلافات أساسا في :

- ◀ إن أول وأهم هذه الاختلافات هو ذلك الاختلاف الواضح في التسمية التي تميز البنوك الإسلامية عن غيرها من البنوك التقليدية ، فالبنوك الإسلامية تتميز عن تلك البنوك بأنها في معاملاتها أحكام وقواعد الشريعة الإسلامية.¹
- ◀ البنوك الربوية أرباحها محددة مسبقا لا يحكمها أي مخاطرة حيث تشترط فائدة ربوية على عملائها الذين يقومون بالاقتراض منها ، وبذلك فهي تضمن أصل القرض والفائدة معا ، أما البنوك الإسلامية فالمخاطرة في أعمالها واضحة لأنها تقوم باستثمار أموالها في مشاريع مختلفة وتحصل على أرباحها عن طريق المشاركة ، وهذه المشاريع كأى نشاط اقتصادي استثماري تخضع للربح والخسارة مما يجعلها عرضة للمخاطرة بخلاف البنوك الربوية التي لا تعرف المخاطرة ، فهي تقوم بتقديم هذه الودائع لعملاء آخرين نظير فوائد أعلى من التي قدموها ، والفرق بين الفائدتين هو ربح البنك ، وهي عملية ليست بها أي مخاطرة.
- ◀ البنك الربوي يمارس عمله بوصفه شخصية رأسمالية ليس لها دافع سوى تحقيق الربح ، لذا فإنه يركز على دخله بهذا الوصف فلا يقوم باستثمار أمواله إلا في المجالات المضمونة الربح غير عابث بما يحتاجه المجتمع من أنواع معينة للاستثمار أو مدى شرعية هذه الاستثمارات وعدم تعارضها وأحكام الشريعة الإسلامية، أما البنك الإسلامي والذي يراعى فيه ما يحتاجه المجتمع من مشاريع واستثمارات ، وإلى جانب ذلك تحقيقه الربح لكي يواصل مسيرته ويدعم وجوده.²
- ◀ البنك الربوي علاقته مع عملائه هي علاقة الدائن بالمدين أو العكس ، أما علاقة البنك الإسلامي بعملائه فهي علاقة الشريك بشريكه . وبذلك فعلاقة البنك الإسلامي بعملائه

¹ عبد السميع المصري : المصرف الإسلامي علميا وعمليا ، مكتبة وهبة ، القاهرة ، ط1 ، 1988 ، ص : 26
² عادل حسيني علي رضوان ، مذكرة ماجستير ، البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق ، جامعة الأمير عبد القادر ، 1996 ، صص: 60-61

تقوم على أساس المشاركة سواء كان البنك هو صاحب رأس المال أو كان العميل هو صاحب رأس المال ، وهي علاقة أساسها المنفعة المشتركة ويرسخ فيها البنك الإسلامي تعاليم ومبادئ الإسلام من تعاون وتراحم . أما علاقة البنك الربوي بعملائه فهي قائم على الأنانية وحب الذات ، حيث لا يعبأ بما يحققه العميل من ربح أو خسارة ، المهم عنده هو تحصيل قيمة دينه (رأس المال) مضافا إليه فوائد هذا الدين دون تحمل أي خسارة .¹ وفي هذا يقول "كنيفر" :
«إن البنوك الربوية تجد لذاتها وسعادتها بل وتجد حياتها في الضيق والأزمات التي تكتنف حياة الناس ، وأن توسعها وازدياد نشاطها مرهون إلى حد كبير بالخراب الذي يجيق بالآخرين .»²
لعل الفارق الرئيسي بين المصرف العادي والمصرف الإسلامي هو ذلك الذي يمكن تشبيهه بالفارق بين المرابي ورجل الأعمال المستحدث . فالمصرف العادي (التقليدي) تاجر ديون يقبل الودائع (أي يقترض) ويدفع نظير ذلك فائدة بسعر معين ، ثم يقترض ما لديه ويتلقى نظير ذلك فائدة بسعر أعلى محققا إيراداته بشكل رئيسي من فرق سعر الفائدة وتلك التي يقبضها ... أما المصرف الإسلامي فتختلف الصورة تماما.³

5-03 أساليب توظيف الأموال في المصارف الإسلامية

1-5-03 المضاربة:

- تعريفها: هي في اللغة عبارة عن أن يدفع شخص مالا لآخر ليتجر فيه على أن يكون الربح بينهما على ما شرطا والخسارة على صاحب المال.⁴
ويقال للعامل للمضاربة - مضارب - بكسر الراء أو الضارب لأنه هو الذي يضرب في الأرض، وليس للمالك إسم مشتق منه، كما تسمى عند أهل الحجاز قراضا أو مقارضة.⁵

¹ عادل حسيني علي رضوان ، مرجع سابق ، ص : 61
² كنيفر : صراع العالم حول السلطة - نقلا عن بحث الدكتور أحمد النجار : البنوك الإسلامية وأثرها في الاقتصاد الوطني - مجلة المسلم المعاصر ، العدد 24 ، 1980 ، ص: 167
³ غسان قلعاوي : المصارف الإسلامية ضرورة عصرية لماذا ؟ وكيف؟ دار المكتبي ، 1988 ، ط1 ، ص: 203.
⁴ ابن منظور: لسان العرب ، دار المعارف ، الجزء 29 . مادة (ض ر ب) القاهرة ، ص 256
⁵ أبو بكر بن محمد الحسيني الشافعي : كفاية الأخبار ، الجزء 01 ، ص: 186

- حكمها: هي جائزة بالإجماع المستند إلى السنة التقريرية.

◀ فقد بعث الرسول (عليه الصلاة والسلام) والناس يتعاملون بالمضاربة، فلم ينكر عليهم وهذا تقرير لهم على ذلك، والتقارير هو أحد وجوه السنة، وقد نقلت كتب السيرة أن النبي (ص) قد ضارب بمال السيدة خديجة (رضي الله عنها) قبل أن يتزوجها بشهرين وكان عمره (ص) خمسا وعشرين سنة، وكان ذلك إلى الشام وبصرى وأنفذت السيدة خديجة معه عبدها ميسره وهو قبل النبوة.¹

◀ وروى أن العباس بن عبد المطلب كان إذا رفع مالا مضاربة اشترط على صاحبه ألا يسلك به بحرا ولا يتزل واديا، ولا يشتري به ذات كبد رطبة، فعل فهو ضامن، فرفع شرطه إلى رسول الله فأجازه.²

◀ وعلى ذلك فإن المضاربة جائزة شرعا وكانت توجد بالجاهلية فأقرها الإسلام، فقد أقرها الرسول (ص) وعمل بها الصحابة في حياته (ص) ثم التابعون من بعدهم، وقد وردت أحكاما مع بعض الاجتهاد في غالبية كتب الفقه القديمة والمعاصرة.

- شروط صحة المضاربة : يجب أن تتوفر في عقد المضاربة بعض الشروط الهامة، وقد

حرص الباحث على عرضها في شكل مصنف بحيث يسهل فهمها أو الرجوع إليها، فتم تقسيمها إلى ثلاثة مجموعات بعضها يتعلق برأس المال وبعضها يتعلق بالربح والبعض يختص ببعض الشروط التنفيذية، وفيما يلي أهم هذه الشروط:

¹ ابن سعد، الطبقات الكبرى، ج1، دار بيروت للطباعة، بيروت 1960، ص: 129
² أبو بكر أحمد الحسين بن علي البيهقي - مطبع مجلس دائرة المعارف العثمانية بحيدر باد الدكن - الهند - ط1. 1325هـ، مجلد06، ص 11

• شرط رأسمال المضاربة:

❖ أن يكون رأس المال من النقود المضروبة، وقد أجاز بعض الفقهاء إمكان رفع رأس مال المضاربة من غير النقود المضروبة، البضاعة والآلات وغيرها من أشكال رأس المال العيني.¹

❖ أن لا يكون رأس المال ديناً في ذمة المضارب والمقصود أن لا يكون ذلك عند ابتداء المضاربة بأن يكون شخص مدين لآخر بمبلغ من النقود فيقول له الدائن ضارب بما لي عليك من دين.

❖ أن يكون رأس المال معلوماً، فلا يصح على مجهول القدر، والمقصود من ذلك تحديد المال المضارب به باعتبار أن هذا المال المدفوع سوف تجرى إعادته عند تصفية المضاربة، فإذا لم يكن معلوماً فإن ذلك يفضي إلى المنازعة، والمعلومية تكون في القدر والجنس والصفة.²

❖ أن يكون رأس المال مسلماً للعامل، فلا تصح المضاربة بالمال مع بقاء يد المالك عليه، والمراد بالتسليم إما الدفع بالمناولة أو تمكين المضارب من أخذه أي تخليه بين المضارب وبين المال ليسهل عليه التصرف فيه.

❖ أن يكون رأس المال مما يستخدمه أهل بلد معين من العين المصكوك أو غير المصكوك، والمقصود بهذا الشرط أن العبرة في كون الشيء رأسمالاً هو سبب أهل البلد له واعتيادهم التعامل به وبالطبع أن يكون معترفاً به من ولي الأمر.³

• شروط تتعلق بتوزيع الربح:

❖ أن تكون حصة العامل في الربح جزءاً معلوماً شائعاً ويشترط الفقهاء النص على حصة العامل في الربح، ولم يشترطوا النص على حصة صاحب رأس المال، إذا تضمن الإتفاق

¹ ابن قدامي، المغني، ج 5، ط 3، القاهرة دار المنار، 1947،

² سيد سابق فقه السنة، الجزء 03، ص 212

³ علي عبد القادر: فقه المضاربة، مطبعة الشركة الإسلامية للاستثمار، 1981، ص 15

بين المضارب ورب المال اشترط تحديد ربح أحدهما بمبلغ ثابت كخمس أو عشرة أو بحصة معلومة شائعة بالإضافة إلى مبلغ ثابت يفسد العقد حسب رأي جمهور الفقهاء. ويؤكد جمهور الفقهاء على ضرورة أن يكون الربح بينهما (المضارب ورب المال) معلوما بالنسبة كالنصف والثلث والربع مثلا، وإن كان البعض لا يشترط في المعلومية البيان باللفظ الصريح بل يكفي بالقرينة الدالة عليها.¹

● شروط تتعلق بتغيير المضاربة :

❖ من يتحمل نفقة المضارب؟: تحتاج المضاربة إلى عامل (المضارب) يكرس جهده ووقته من

أجل تنمية رأس مالها والحصول على ربح أكثر للمتعاقدين وبالتالي يتخلى عن أعماله الأخرى التي قد تكون مصدر رزقه ورزق عائلته، فمن الذي يتحمل عبئ هذه النفقات؟ إن نفقات المضاربة مصروفة إلى الربح لا إلى رأس المال وتؤخذ من الربح أولا وما بقى من الربح يقسم بين رب المال والمضارب على ما اشترط.²

❖ أجل المضاربة: أصبح شرط توقيت المضاربة هاما في المعاملات الحالية لمجرد كونها علاقة

تعاقدية بين رب المال والمضارب، فيجب أن يعلم كل منهما الوقت الذي تنتهي فيه هذه العلاقة لكنه يراعي أن يكون الأجل معقولا، والمعقولة تأتي من تناسب الأجل مع طبيعة التجارة والبضاعة التي يتجر فيها والسوق التي يتعامل فيها، فقد يكون الأجل تاما أو أقل من ذلك أو أكثر، المهم في هذا الأجل أن يتيح للمضارب فرصة تقليب المال وتحريكه في دورة تجارية كاملة.

¹ الغريب ناصر : التمويل بالمشاركة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة ، ص: 59
² أحمد تمام ، المحافظة على رأس المال في الفكر الإسلامي ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية التجارة جامعة الأزهر . 1975.ص:135

❖ الضمان في المضاربة : يجوز لصاحب المال أن يشترط على المضارب من الشروط ما يحفظ له ماله فقد اشترط بعض الصحابة على المضارب أن يتزل بماله بطن واد، وأن لا يركب به بحرا وأن لا يضعه في كل ذات كبد رطبة (الحيوانات الحية كالأسماك).¹

❖ عقد المضاربة مع غير المسلم : لا يشترط في رب المال أن يكون مسلما، بل جاز للمضارب المسلم أن يأخذ المال مضاربة من غير المسلم، لأن المضاربة نوع من أنواع التجارة والمعاملة، وهي توكيل من قبل المال للعامل بالتصرف في المال ، وتوكيل المسلم من غير المسلم جائز.²

❖ المضاربة المشتركة : إذا دخل المضارب في عقد مع رب المال، ثم عرض عليه شخص آخر مالا ليضارب له به، فهل يجوز له أن يضارب للثاني بعد عقد المضاربة مع الأول؟

إن للفقهاء اتجاهات في المضاربة العامل لأكثر من رب مال واحد كضامن:³

اتجاه أجازته بشرط موافقة رب المال، وعند عدم الموافقة اشترطوا لجوازه عدم وقوع ضرر على المضاربة الأولى من جراء عمل المضارب في المضاربة الثانية.

❖ أجازته ثاني أجازته مطلقا دون اشتراط موافقة رب المال ودون اشتراط عدم الإصابة بالضرر لمال المضاربة.

2-5-03 التمويل بالمشاركة: تعد المشاركة من الأساليب التحويلية القديمة، ولكنها مستحدثة مصرفيا، وتقوم على أساس تقديم البنك الإسلامي للتحويل الذي يطلبه المتعامل معه والمشارك بنسبة في هذا التحويل بجانب عمله وخبرته وأمانته، وذلك دون تقاضي فائدة ثابتة، كما هو الحال في التمويل المصرفي التقليدي، وإنما يشارك البنك الإسلامي في النتائج المحتملة، سواء كانت ربحا أو خسارة، في ضوء قواعد وأسس توزيعية متفق عليها بين البنك وطالب التمويل

¹ الغريب ناصر : أصول المصرفية الإسلامية . مرجع سابق. ص 153

² ابن قدامه . مرجع سبق ذكره . ج.5. ص 02

³ الغريب ناصر ، التمويل بالمشاركة ، مرجع سبق ذكره، ص: 157

قبل بدء التعامل، يتم فيها تحديد عمل المشارك بعمله بنسبة محددة من ربح مجهول وتستمد هذه الأسس من ضوابط بعض العقود الشرعية.

- تعريفها: يمكن تعريف المشاركة بأنها: "عقد بين اثنين أو أكثر على أن يكون الأصل - رأس المال- والربح أو الخسارة مشتركا بينهم حسب ما يتفقون عليه" كما يشير التمويل بالمشاركة إلى أن البنك يقدم حصة في إجمالي التمويل اللازم لتنفيذ عملية (صفقة أو مشروع أو برنامج) على أن يقدم الشريك الآخر (طالب التمويل من البنك) الحصة المكتملة، بالإضافة إلى قيام الأخير (في الغالب) بإدارة عملية المشاركة والإشراف عليها. تكون حصته مشتملة على حصة في المال بالإضافة إلى حصة العمل والخبرة والإدارة.¹

وباعتبار البنك شريكا فإنه لا يتقاضى فائدة ثابتة أو عائدا ثابتا كما هو الحال في التمويل بالقروض، لأن ذلك هو عين الربا وهو حرام، ولكن البنك ينفق مع شريكه طالب التمويل على توزيع الأرباح المتوقعة بينهما على أساس حصول البنك على حصة مقابل تمويله، وحصول العامل على حصة تمويله وعمله وإدارته للعملية. أو أن يتم التوزيع على أساس تحديد حصة الشريك مقابل الإدارة فتخصص من الأرباح أولا ثم يوزع الباقي بين الطرفين حسب حصة كل منهما في التمويل.²

- أشكال التمويل بالمشاركة: تعددت الأشكال التي المنظرون للمشاركة في الواقع العملي وفقا للمنظور وراء كل شكل والأهداف المرغوبة، كما أن كل التقسيمات لا تفيد إلا في الأغراض الإحصائية، لذلك كان من المناسب أن يتم اختيار أحد الطرق الراجعة للتقسيم، ومن المفضل أن يتم تقسيمها على أساس الجمع بين مدى استمرار ملكية البنك وأجل المشاركة وطريقة استيراد التمويل، وبذلك تكون أشكال المشاركة هي:

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي: الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية. مرجع سابق، ص: 167

² الغريب ناصر: أصول المصرفية الإسلامية. مرجع سابق. ص: 157

✓ المشاركة الثابتة: هي نوع من المشاركة يقوم على مساهمة البنك في تمويل جزء من رأسمال مشروع معين مما يترتب عليه أن يكون شريك في ملكية هذا المشروع ومن ثم إدارته ونسييره والإشراف عليه، وشريك في كل ما يرزق الله به، بالنسب التي يتم الاتفاق عليها والقواعد الحاكمة لشروط المشاركة وفي هذا الشكل تبقى لكل طرف من الأطراف حصة ثابتة في المشروع إلى حين انتهاء مدة المشروع أو الشركة أو المدة التي تحددت في الإتفاق.

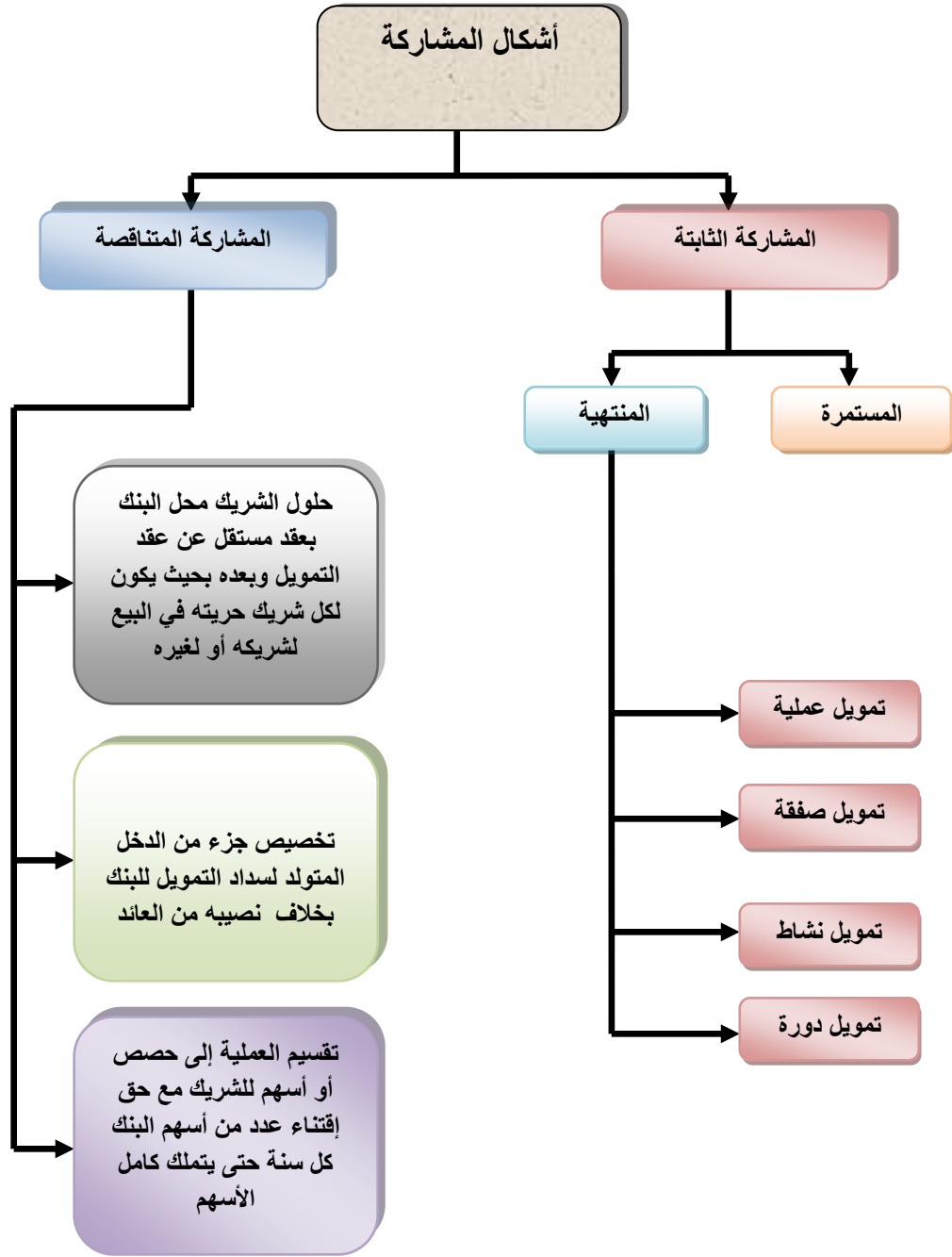
وأحيانا يأخذ المشروع الممول شكلا قانونيا ثابتا مثل المساهمة أو التوصية بالأسهم أو البسيطة أو التضامن (حسب طبيعة المشروع وحجمه) فتحدد العلاقة بين البنك وبين الشريك أو الشركاء في ضوء هذا الإطار القانوني الوضعي، فإذا كانت شركة مساهمة كان البنك مالكا لأسهم معينة تمكنه من التأثير في سياسة المشروع من خلال الجمعية العمومية أو مجلس الإدارة، كما أن نصيبه في النتائج يتوقف على هذه الملكية.¹

✓ المشاركة المتناقضة: هي نوع من المشاركة يكون من حق الشريك فيها أن يحل محل البنك في ملكية المشروع إما على دفعة واحدة أو على دفعات، حسبما تقتضيه الشروط المتفق عليها وطبيعة العملية، على أساس إجراء ترتيب منظم لتجنيد جزء من الدخل المتحصل كقسط لسداد قيمة الحصة وربما يميل إلى هذا النوع كثير طالبي من التمويل ممن لا يرغبون في استمرار مشاركة البنك وإطلاق لفظ المشاركة المتناقضة يشير إلى تبني وجهة نظر البنك الذي يمول، حيث أن مشاركته تتناقص استرد جزء من تمويله، وإن البعض يطلق على نفس النوع المشاركة المنتهية بالتملك.²

¹ الغريب ناصر ، مرجع سابق . ص 164

² الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية .مرجع سابق. ج 1 ، ص 28

الشكل رقم 02: أشكال التمويل بالمشاركة



المصدر: الغريب ناصر ، أصول المصرفية الإسلامية ، ص 167

- شروط التمويل بالمشاركة:¹

- ❖ أن يكون رأس مال المشاركة من النقود المحددة والمعروفة ومن العملات المتداولة، وإذا كانت حصة بعض الشركاء عينية فيجب تقييمها بدقة مراعاة للعدل في تقدير وتقييم حصص الشركاء، إذ تتخذ كأساس لتوزيع الأرباح والخسائر بعد ذلك.
- ❖ يجوز عدم تساوي حصة الشركاء في رأس مال المشاركة، وكل شريك غير مجبر على إدخال جميع أمواله ونقوده في رأس المال.
- ❖ يجوز أن تكون السمعة التجارية - الشهرة والصورة الذهنية الطيبة - والثقة الفنية حصة في الشركة، مثل شركات الوجوه والصنائع.
- ❖ أن يكون الربح نسبة شائعة ومعلومة وليس محدد بمقدار معين من المال، وكل ما يؤدي إلى الجهالة في الربح أو قطع الشركة فيه يفسد المشاركة.
- ❖ أن تكون الخسارة بقدر حصة كل شريك أو رأس المال، أي أن تحمل الخسارة يكون على أساس حصة كل شريك في رأس المال، في جميع الأحوال وليس على شروطه.
- ❖ أن يكون كل شريك أهلاً للتوكيل والتوكّل، بمعنى أن يكون متمتعاً بالأهلية التي تمكنه من أن يكون أصيلاً في عمله للشركة ووكيلاً في آن واحد، فهو أصيل باعتبار أنه يعمل في ماله، ووكيل باعتبار أنه لا يعمل في ماله فحسب بل مغلوطاً بمال غيره.
- ❖ أن تكون يد كل شريك في كل ما يختص بأعمال وأموال الشركة يد آمنة، فلا يضمن ما أتلف إلا حيث قصر تجاوز حدود الأمانة، وإن لم يكن ثمة تقصير أو تجاوز فما يقع على أحدهم من ضمان في أثناء عمل الشركة يلزم به كل الشركاء.
- ❖ إن عقد الشركة غير لازم في حق الطرفين، فلكل شريك أن يفسخ العقد متى شاء بشرط أن يكون ذلك بحضور الطرف أو الأطراف الأخرى، وإن لم يتم ذلك الحضور فلا

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي : الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية. مرجع سابق. ص- ص: 169 - 170

يتحقق الفسخ هنا مقيد، بما إذا لم يترتب عليه ضرر، فإن تترتب عليه ضرر منع من الفسخ حتى يزول المانع.

3-5-03 التمويل بالمراجحة:

- تعريفها: يقول ابن قدامة: إن بيع المراجحة يشير إلى بيع رأس المال وربح معلوم ويشترط علمها رأس المال فيقول البائع: رأس مالي فيه زيادة ربح معلوم للبائع والمشتري، ولهذا يجب أن تدخل المنتجات حيازة البائع قبل أن يقوم ببيعها المشتري كما يجب أن يكون الثمن الأول معلوم للمشتري مع اشتراط ربح معين محدد المقدار فلا تصح المراجحة مع جاهلة مقدار الربح أو نسبه¹

والمراجحة بيع بما قامت به السلعة مع زيادة ربح، وهو نوع من البيوع الجائزة بلا خلاف بين الفقهاء، غير أن بيع المساومة أولى منه، فيقول ابن رشد: "البيع على المكايسة والمماكسة أحب إلى أهل العلم، وأحسن عندهم".² وذلك لأن بيع المراجحة كما يقول الإمام أحمد: "تعتبره أمانة واسترسال من المشتري ويحتاج إلى تبين الحال على وجهه ولا يؤمن فيه من هوى النفس في نوع تأويل أو غلط فيكون على خطأ وغرر، وتجنب ذلك أسلم وأولى".³

- شروط بيع المراجحة: يشترط في بيع المراجحة في البيع بصفة عامة، وإن اختصت بشروط هي كالاتي:⁴

- ✓ أن يكون الثمن الأول معلوما للمشتري فإن لم يكن معلوما له كان العقد فاسدا.
- ✓ أن يكون (رأس المال) الربح معلوما بعض الثمن.

¹ للتوسع في دراسة المراجحة كأداة من أدوات العمل المصرفي الإسلامي يمكن الرجوع تفصيلا إلى: الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية، ج5، الاتجار الدولي للبنوك الإسلامية. القاهرة. ص 328-333
² الصديق محمد الضير، أشكال الإستثمار في البنوك الإسلامية، بحث مقدم لندوة الإستثمار بجدة المنعقدة في الفترة من 1 - 12 ديسمبر 1980 ص 24

³ ابن قدامي، المغني، ج5، ط3، القاهرة دار المنار، 1947، ص 24
⁴ محمد مصطفى الحسيني، الفقه الإسلامي في أحكام العقود، القاهرة 1980، ص ص 48 - 49

✓ أن يكون رأس المال من ذوات الأمثال وهو شرط جواز المراجعة على الإطلاق،
وذلك كالمكايلات والموزونات.

✓ ألا يكون الثمن في العقد الأول مقابلاً بجنسه من أموال الربا.
- أن يكون العقد الأول صحيحاً، فلو كان فاسداً لم تجز المراجعة.

- خصائص المراجعة: تتصف المراجعة بجملة من الخصائص هي كالآتي:¹

◀ أنها عقد من العقود وهو ما يعني ضرورة توفر العقد في كل المراجعة وهما الإيجاب والقبول أو توفر الصفة والعقدان والمحل، ولكل ركن من هذه الأركان شروط يتعين توفرها منها: توفر الأهلية لكل من العاقدين والقدرة على تسليم محل العقد، وأن يكون معلوماً علماً نافياً للجهالة، إلى غير ذلك من الشروط اللازمة في العقود، وبما يتوافق مع طبيعة المراجعة.

◀ أن المراجعة تعد معاملة من المعاملات التي أجاز التعامل بها للتيسير والتخفيف عن الناس ولسد حاجيات الإنسان وقضاء مطالبه ورفع الحرج عنه، وهي تدخل في دائرة المعاملات الحلال تندرج في نطاق المشروعية الإسلامية شأنها في ذلك شأن صور البيوع الأخرى كالبيع المطلق والإجارة والسلم والشركات والرهن والموضوعية لما فيها من النفع والمصلحة.

◀ المراجعة بيع من البيوع وفي هذه الجزئية تختلف المراجعة عن البيع العاري الذي يطلق عليه المساومة والتي يبيع فيها الإنسان السلعة إلى المشتري بعد المساومة بينهما على الثمن بغض النظر عما قال عليه المبيع من المال. ويترتب على كون المراجعة عقد بيع سرعان الأفكار العامة للبيع على عقد المراجعة.

◀ أن المراجعة تقوم على الربح الحلال حيث يكون الربح ناتجاً عن سعي الإنسان بالمال أو العمل أو الخبرة.

- خطوات التعامل بالمراجعة مع البنك الإسلامي : إن عملية التمويل في البنك الإسلامي تتم وفق

خطوات يمكن بينها فيما يلي:¹

¹ محمد الشحات الجندي، عقد المراجعة بين الفقه الإسلامي والتعامل المصرفي - دار النهضة، القاهرة، 1986، ص 21

❖ طلب العمل للتمويل بالمراجعة : يتقدم العميل إلى البنك الإسلامي بطلب يتمن رغبته في قيام البنك بشراء مواد أو آلات أو سلع أو ما إليها، محددًا مواصفاتها والكمية المطلوبة منها والموعد المناسب لتوفيرها.

❖ داسة وتحليل طلب العميل : تقوم إدارة أو قسم المراجعات بدراسة عملية المراجعة والتأكد من شرعيتها وعدم وجود موانع شرعية أو قانونية تحول دون إتمامها، وقد يطلب البنك عدة مستندات تؤيد طلب العميل من بينها:

- صورة من نظام العمل الأساسي للعمل.
- صورة من السجل التجاري للعميل.
- صورة من البطاقة الضريبية، وبطاقة الإسترداد إذا كانت إذا كانت المنتجات تستورد من الخارج.

- صورة من الحسابات الختامية للعميل لعدة سنوات يقدرها البنك
- بيان بالعمليات التمويلية السابقة مع البنك أو البنوك الأخرى التي تعامل معها العميل.

❖ الاستعلام عن العميل : ويتضمن قيام الإدارات المختصة في البنك بدراسة وتحليل المستندات المقدمة وفحصها وإجراء عملية الإستعلام عن العميل للوقوف على سمعته ونشاطه التجاري وحجم أعماله وممتلكاته.

❖ حساب تكاليف عملية التمويل بالمراجعة وأرباحها وأقساطها : بعد أن تتم عملية التحليل والفحص، يقوم البنك بحساب ثمن البضاعة وفقا لما تسفر عنه دراسات البنك لعروض البيع المقدمة من الموردين سواء من الداخل أو الخارج، ومن تم يمكنه تحديد ربح البنك من هذه العملية وذلك بإضافة كلفة التكاليف التي يتحملها والمتعلقة

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، مرجع سابق، ص- ص : 156- 158

بالنقل والتخزين والتفريغ والشحن والتكاليف الإدارية... إلخ إلى الثمن الأصلي، وبعد ذلك يستطيع البنك أن يحدد ما ينقصه من أرباح حسبما اتفق عليه مع العميل عن طريق المعادلة الآتية:

• **الربح = ثمن شراء المنتجات وتكلفتها × نسبة الربح المتفق عليها.**

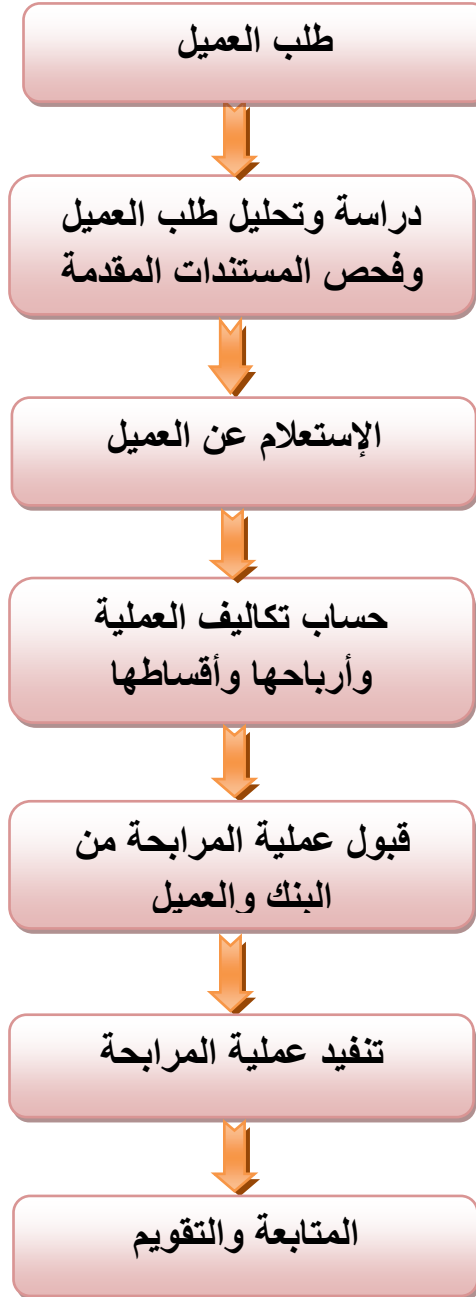
❖ **قبول عملية المراجعة:** بعد إجراء الحسابات السابقة لعملية من حيث التكاليف والأرباح والموعد المحدد لتوفير المنتجات والدفعة المقدمة وطريقة السداد والاتفاق عليها من قبل العميل والبنك، ويمكن اعتماد عملية المراجعة تمهيدا للدخول في مرحلة تنفيذها وهنا يمكننا الإشارة إلى أن الاعتماد يتوقف على حجم التمويل المطلوب، فقد يدخل في حدود السلطات الممولة لرئيس القسم أو الإدارة أو الفرع، وقد يتوقف ذلك على رفع الأمر إلى السلطات العليا بالبنك، لاعتمادها والموافقة عليها.

❖ **تنفيذ عملية التمويل بالمراجعة:** بعد اعتماد العملية يقوم العميل بتوريد المبلغ المتفق عليه كدفعة أولى لإثبات جدية التعاقد، ويبدأ البنك الإسلامي في إجراءات توفير المنتجات المتفق عليها سواء من الداخل أو الخارج وذلك بالبدء في إجراءات الاستيراد ويمثل سند الملكية المنتجات المستوردة صدور بوليصة الشحن باسم البنك، أما المنتجات الحاضرة بالسوق المحلي فيتعين على حيازتها ملك للبنك قبل بيعها للعميل المراجحة، ويخطر البنك العميل بأن المنتجات جاهزة للتسليم حسب الاتفاق، ويتم توقيع عقد المراجعة ويستلم العميل المنتجات.

❖ **المتابعة والتقويم:** إذا تم تنفيذ عملية المراجعة وتسلم العميل المنتجات المتفق عليها، سواء كانت دفعة واحدة أو على دفعات، فيجب على البنك أن يقوم بمتابعة

العميل، دون إزعاج، وذلك من خلال الاستعلام بشكل دوري وإجراء الزيارات الميدانية للوقوف على كافة التطورات. والشكل الآتي يوضح هذه الخطوات :

الشكل 03: خطوات التمويل بالمرابحة في البنك الإسلامي



المصدر: عبد الحميد عبد الفتاح المغربي ، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية ، ص: 148

4-5-03 البيع الآجل (البيع بالتقسيط):

- تعريف البيع الآجل: لغة: تعني كلمة الآجل غاية الوقت أو مدة الشيء أو حلول الدين والتأجيل هو تحديد الأجل، أما كلمة "القسط" فتعني العدل أو الحصة أو النصيب، والتقسيط يعني دفعات متتالية.¹ ويقول ابن منظور: غالبية الوقت في الموت، وحلول الدين ونحوه والآجل: مدة الشيء آجل الشيء فهو آجل وأجيل، تأجيل وهو نقيض العاجل، والأجيل: المؤجل إلى وقت.²

- تعريفه اصطلاحاً: هو بيع السلعة بثمن مؤجل يزيد عن ثمنها نقداً، فهو يعني تسليم المثلث وتأخير الثمن وبهذا عكس بيع المسلم، حيث يسلم الثمن ويؤخر المثلث.³

وعلى ذلك فإن عقد البيع الآجل يتضمن في الحقيقة عقدين:

- ❖ عقد بيع بالنقد، وذلك بافتراض أن البائع قبض الثمن بالكامل من المشتري ثم سلمه السلعة.
- ❖ عقد المديانية، ويفترض أن المشتري قد اقترض من البائع قيمة السلعة فأصبح مديناً له بقيمتها.⁴

- مشروعية: يستدل على مشروعية البيع الآجل بما جاء في قوله تعالى: " **يا أيها الذين آمنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل مسمى فاكتبوه** " الآية 282 سورة البقرة، حيث يعتبر تأجيل الثمن من المدينيات الجائزة في هذه الآية، وكذلك قوله: " **وأحل الله البيع وحرم الربا** " الآية 275-البقرة- والآية تشمل جميع أنواع البيع عموماً والبيع الآجل من البيوع.

¹ خلف سليمان النمري: شركة الاستثمار الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى- مكة، 1983، ص: 228

² ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق - ج1، ص32

³ أميرة مشهورة: دوافع وصيغ الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي رسالة دكتوراه - جامعة القاهرة. ص: 339

⁴ جميل أحمد: الدور التنموي للبنوك للإسلامية، رسالة دكتوراه جامعة الجزائر - 2006 - ص: 154

أما دليل مشروعيته من السنة، ما ورد عن صهيب عن رسول الله (ص) أنه قال: "ثلاث
فهن بركة : البيع إلى أجل والمقرضة وأخلاق البر بالشعير للبت لا للبيع"

ويقول " ابن تيمية " :

أما عن الإجماع، فقد اتجه الجمهور إلى إجازته لأنه بيع والأصل في البيع الإباحة، كما
انه لم يرد نص بتحريم هذا النوع من البيع، يقول "ابن تيمية": "فغن كان قصد المشتري
الانتفاع بالسلعة والتجارة فيها جاز، إذا كان على الوجه المباح، وأما إن كان مقصوده الدراهم
فيشتري بمائة مؤجلة ويبيعها في السوق بسبعين حالة، فهذا مذموم منهي عنه في إظهار العلماء،
وهذا يسمى " التورق ر" قال عمر ابن عبد العزيز رضي الله عنه: " التورق أخيه الربا."¹

- شروطه: يشترط في بيع الآجل 03 شروط هي كالاتي:

* تأجيل الثمن: ويجب تحديد الثمن عند التعاقد، وكذا يجوز بإجماع الفقهاء تحديد البائع
لسعرين للسلعة احدهما حال والآخر آجل ويترك للمشتري الخيار بينهما.²

* تسليم المبيع حالا.

* تحديد مدة الأجل: وتحتسب المدة منذ وقت تسليم المبيع.³

- صور البيع الآجل: تختلف باختلاف أسلوب تأجيل الثمن وهي:

✓ بيع السلعة بسعرها الحالي (اليومي أو بسعر السوق) دون أي زيادة في الثمن مع
تأجيل الثمن أو تقسيطه، وهذه الصورة جائزة بالإجماع.

✓ تحديد سعرين للسلعة: بان يكون لها سعر خاص بالنقد (فوري) وسعر آجل
(بالتقسيط) وهو يزيد عن السعر الحاضر.

¹ ابن تيمية: مجموع فتاوى ابن تيمية- مكتبة المعارف، المغرب، ج29 ، ص 302-303

² خلف النمري، شركة الاستثمار الإسلامية، م.س.ذ. ص: 229-230

³ أميرة مشهورة- دوافع وصيغ الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي- و س ذ- ص 341

✓ تأجيل الثمن على أساس البيع التأجيلي: حيث يتفق الطرفان على بيع سلعة احدهما للآخر مع تحديد قيمتها تحديداً نهائياً، بحيث لا تنتقل السلعة المبيعة للملكية المشتري إلا بعد أن يسدد ثمنها بالكامل للبائع وفي حالة فسخ العقد يحتفظ البائع بملكية السلعة والمشتري يحصل على منفعتها بمقابل القيمة الإيجابية المدفوعة.¹

5-5-03 بيع السلم:

- تعريفه: يعرف السلم في اللغة بالسلم أو السلف، ويقول ابن منظور: والسلم بالتحرك: السلف، وأسلم في الشيء وسلم وأسلف بمعنى واحد، والإسم السلم يقال: اسم وسلم إذا أسلف، هو أن تعطي ذهباً وفضة في سلعة معلومة إلى أمد معلومة، فكأنك قد أسلمت الثمن إلى صاحب السلعة وسلمته إليه، وفي حديث ابن عمر: كان يكره أن يقال السلم بمعنى السلف، كأنه (ضمن) ظن بالإسم الذي هو موضوع الطاعة والإنقياد لله عز وجل عن ان يسمى به غير يستعمل في غير طاعة الله.²

والسلم والسلف بمعنى واحد، وهو بيع شيء موصوف في الدقة بثمن معجل، والفقهاء تسميه "بيع المحاييد" لأنه بيع غائب تدعو إليه ضرورة كل واحد من المتبايعين.³

- مشروعية السلم: بيع السلم جائز بالكتاب والسنة والإجماع، وهو رخصة مستثناة من بيع ما ليس عند بائعه، ويستدل على مشروعية السلم في الكتاب ما جاء في قوله تعالى: "يا أيها الذين آمنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل مسمى فاكتبوه..." 282 - البقرة.

وقد روى سعيد بإسناده عن ابن عباس انه قال: "أشهد أن السلم المضمون إلى أجل مسمى قد أحله الله في كتابه وأذن فيه." ثم قرأ هذه الآية.⁴

¹ خلف النمري- شركة الاستثمار الإسلامية- م.س.ذ. ص 230

² ابن منظور، لسان العرب، م.س.ذ. ج 23، مادة (سلم) ص 2081

³ السيد سابق، فقه السنة، م.س.ذ. ج3، ص 176

⁴ نقلاً عن أميرة مشهور، دوافع وصيغ الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي- م.س.ذ. ص 335-336

- أما دليل مشروعيته في السنة ما روي عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قدم رسول الله عليه الصلاة والسلام المدينة والناس يسلفون في التمر والعامين أو قال السنيتين والثلاث، فقال: " من أسلف في تمر فليسلف في كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم"^١

- شروط بيع السلم: يتفق الفقهاء على أن هناك نوعين من الشروط بعضهما يتعلق برأس مال السلم وبعضها الآخر يتعلق بالمسلم فيه وهي:^٢

✓ شروط رأس مال السلم: وهي:

❖ أن يكون معلوم الجنس.

❖ أن يكون معلوم المقدار.

❖ أن يسلم في المجلس.

✓ شروط تتعلق بالمسلم فيه (البضاعة):

❖ أن يكون في الذمة.

❖ أن يكون المسلم فيه مضبوطا بالصفة التي تنفي عنه الجهالة والتي يختلف الثمن باختلافها.

❖ أن يكون معلوم المقدار بالكيل إن كان مكيلا، وبالوزن إن كان موزونا، وبالعود إن كان معدودا.

❖ أن يكون الأجل معلوما.

❖ بيان محل التسليم.

❖ أن يكون المسلم فيه مما يمكن وجوده عند الأجل لأنه إذا كان كذلك أمكن تسليمه.

^١ ابن ماجه، سنن ابن ماجه، ج2، كتاب التجارة- الباب 53- حديث رقم 2280، دار الاتصالات- القاهرة . ص: 765

^٢ أحمد عيسى عاشور، الفقه الميسر في العبادات والمعاملات، القاهرة، دار الاعتصام، 1979، ط4، ص 212

6-5-03 شركة المزارعة:

- تعريفها: هي عقد على الزرع ببعض الخارج منه، فالمزارعة عبارة عن دفع الأرض لمن يزرعها أو يعمل عليها والزرع بينهما، وهي جائزة في رأي كثير من الفقهاء¹، وتعتبر المزارعة عقد شركة بمال من احد الشريكين وعمل من الآخر فهي جائزة اعتبارا بالمضاربة.

- شروطها: يشترط فيها جملة شروط نجملها في الآتي:

- ❖ أهلية الأرض للمزارعة.
- ❖ صلاحية الأرض للزراعة.
- ❖ أهلية المتعاقدين.
- ❖ بيان المدة بان يقول إلى سنة أو سنتين.
- ❖ أن يكون الناتج بينهما مشاعا وبالنسبة التي يتفق عليها.
- ❖ أن يخلي صاحب الأرض بينها وبين العامل.
- ❖ أن يكون ما يزرع فيها معلوما.
- ❖ أن تكون الأرض عند احدهما وعلى الآخر العمل (والبذور بينهما).
- ❖ بيان من يقدم البذر منهما ومن لم يقدم، لان المعقود عليه يختلف باختلاف البذر، فإذا كان من قبل صاحب الأرض كان المعقود عليه منفعة الأرض، وإذا كان من قبل العامل فالمعقود عليه منفعة العمل.

- طبيعة المزارعة: المزارعة هي في الواقع مشاركة، لأن النماء الحادث قد تم من منفعة أصليين

هما:

- ❖ منفعة العامل (سواء بيديه أو آلاته أو أدواته).

¹ أحمد عيسى عاشور، مرجع سابق، ص: 212.

❖ منفعة الأرض: قدمها صاحبها صالحة للزراعة، والمزارعة ليست إجارة أو مؤاجرة، لذلك فإنه إذا لم تأت الأرض بمحصول ولم يكن للزارع ما يأخذه نظير ما بذل في الأرض من عمله، فليس له أن يطالب بأجره، وصاحب الأرض قد خسر منفعة أرضه، لان المزارع شريك لصاحب الأرض.

❖ وتقوم المزارعة على أربعة عناصر هي: الأرض - البذور - العمل - المعدات أو

الحيوان.¹

7-5-03 شركة المساقاة:

- تعريفها: هي أن يدفع الرجل شجرة لرجل آخر ليقوم بسقيه وعمل ما يحتاج إليه بجزء معلوم له من ثمره، وأجازها الفقهاء، لأن السنة والإجماع قد دلا على اتباعهما في عهد الرسول (عليه الصلاة والسلام) والصحابة والتابعين، وإن كان هناك من يعتبرون المساقاة نوعا من الإجارة بثمره لم تخلق أو بثمره مجهولة. والذين أجازوا المساقاة قالوا بذلك في جميع الشجر المثمر، أما الشجر الذي لا ثمر له فلا يجوز فيه المساقاة، لأن المساقاة تكون جزءا من الثمرة، إلا أن يكون قد قصد ورقة، كالتوت والورد فالقياس يقتضي إجازتها، لأنه في معنى الثمر لكونه نماء يتكرر كل عام.²

- شروط صحتها: يشترط لصحتها ما يلي:³

- ❖ أن تكون على جزء معلوم من الثمر، مشاع كالنصف أو الثلث.
- ❖ أن تكون على شجر معلوم بالرؤية أو بالصفة التي لا يختلف معها، فإن المساقاة على بستان بغير رؤية ولا صفة لا يصح لأنه عقد على مجهول.
- ❖ توافر الأهلية في المتعاقدين.

¹ الغريب ناصر، أصول المصرفية الإسلامية، مرجع سابق. ص: 180.

² أحمد عثمان، منهج الإسلام في المعاملات المالية، القاهرة، 1978، ص 16

³ الغريب ناصر، أصول المصرفية الإسلامية، م.س.ذ. ص: 181

6-03 نظم الخدمات المصرفية الإسلامية:

مقدمة: تقوم المصارف الإسلامية بتقديم العديد من الخدمات المصرفية لعملائها وذلك بغية تسهيل إتمام أنشطتهم ومعاملاتهم التجارية والصناعية والخدمية ويسهل عليهم إجراء تحويلاتهم والانتهاء من أعمالهم ومهامهم على وجه سريع، هذا وتميز البنوك الإسلامية عن نظيرتها التقليدية بتقديم مزيج من الخدمات التكافلية والاجتماعية كصرف الزكاة ومنح القروض الحسنة وتدعيم النواحي التي تساهم في جمع الزكاة وصرفها ومنح القروض الحسنة، وتدعيم النواحي الاجتماعية من خلال ما تقدمه من خدمات تتعلق بإعانة المحتاج ومساعدة المريض والوقوف بجانب المكروب، ويهدف هذا البحث إلى عرض هذه الخدمات المصرفية والتكافلية باختصار.

1-6-03 مفهوم الخدمات المصرفية في البنك الإسلامي:

إن مفهوم الخدمة المصرفية في البنك الإسلامي يشير إلى قيام البنك الإسلامي بتقديم المنافع المالية والاستثمارية لعملائه، بما يلبي حاجاتهم ويحقق رغباتهم، ويعمل على تيسير المعاملات المالية والاقتصادية في المجتمع، وذلك مقابل عمولة أو أجر، بمراعاة ألا يشتمل ذلك على مخالفة شرعية أو شبه ربا.¹

2-6-03 خصائص الخدمات المصرفية الإسلامية:

متعددة هي خصائص الخدمات المصرفية التي تعكف المصارف الإسلامية على تقديمها نشير إلى أهمها فيما يلي:²

❖ ارتباط الخدمات المصرفية بروح التشريع الذي يبنى على الإخاء والتعاون والتكامل والمساعدة وتوثيق الصلات بين الأفراد.

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، م.س.ذ. ص: 192-193

² عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، مرجع سابق، ص: 193-194.

❖ تعد الخدمات المصرفية الإسلامية خدمات غير ملموسة، شأنها شأن كافة الخدمات مما يلقي على البنك عبئا أكبر في إظهار أهميتها ومنفعتها بالنسبة للعملاء.

❖ مشاركة العميل في إنتاج الخدمة المصرفية، فالعميل المستفيد من الخدمة المصرفية يسهم في إنتاجها، وذلك من خلال تقديم البيانات والمعلومات (كنوع الخدمة) عن نوع الخدمة ومواصفاتها والحاجات التي يجب أن يشبعها البنك بما يحقق المنفعة التي ينتظرها.

❖ لا يمكن تخزين الخدمة المصرفية: وهذا يتطلب من البنك الإسلامي ضرورة البحث المستمر عن العملاء والاتصال الدائم بهم بما لا يفوت عليها فرصة تقديم خدماتها والاستفادة من نتائج ذلك.

❖ إنتاج الخدمة المصرفية وتسويقها يتمان في وقت واحد.

❖ لا يمكن التنبؤ بالطلب على الخدمات المصرفية مستقبلا على وجه الدقة، لان العميل هو الذي يمسك بزمام المبادرة في الإقدام على الاستفادة من الخدمات المصرفية.

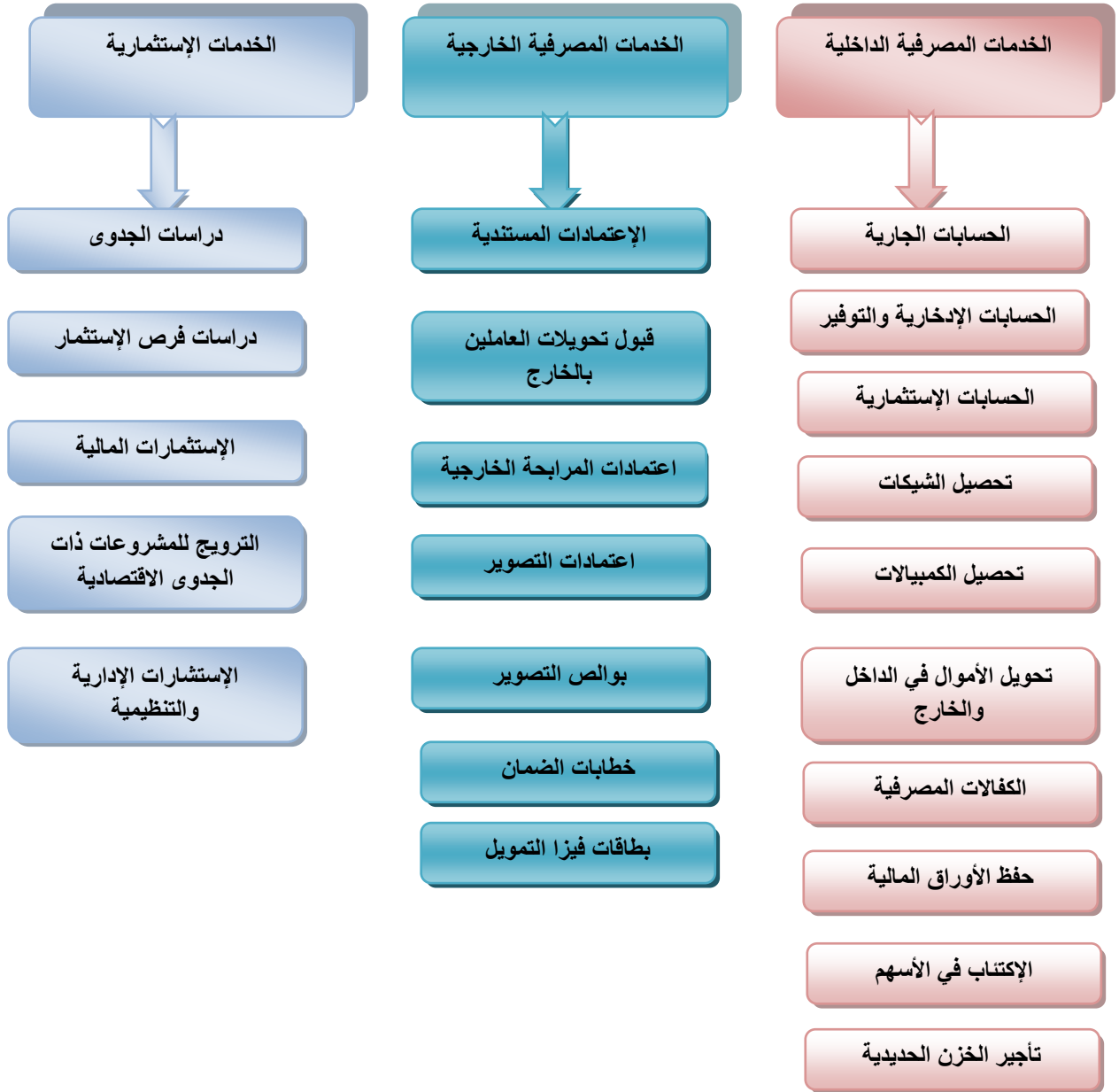
❖ تباين تقديم وعرض الخدمة المصرفية بنفس خصائصها ومواصفاتها ما بين البنوك

الإسلامية، وحتى في البنك الواحد فنرى ان الخدمة المصرفية الواحدة تتباين من عميل لآخر وحتى لنفس العميل من مرة لأخرى، ويرجع ذلك لأسباب منها طلب العميل ذاته والمواصفات التي يحددها للخدمة من وجهة نظره واختلاف الزمان والمكان اللذين تقدم فيهما الخدمة وتباين عرض الخدمة من طرف العاملين بالبنك.

3-6-03 أنواع الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية:

يمكن تصنيف الخدمات المصرفية في عدة مجموعات على النحو الموضح في الشكل (04).

الشكل رقم 04 : أنواع الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية



المصدر: عبد الحميد عبد الفتاح المغربي ، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية ، ص:196

- المجموعة الأولى: الخدمات المصرفية الداخلية: تشمل هذه المجموعة على مزيج من الخدمات

المصرفية التي تقدمها البنوك الإسلامية لعملائها بغية تنشيط العمليات المصرفية والمالية داخليا
ومن بين هذه الخدمات نذكر:¹

✓ الحسابات الجارية: وما يتعلق بها من إصدار الشيكات الشخصية والخدمات الأخرى
المتعلقة بما في ذلك صناديق السحب والإيداع الآلية، وبيان أرصدة الحسابات،
وتنفيذ تعليمات المتعاملين الدائمة والمؤقتة، وبيان حركة الحساب، وإيقاف صرف
الشيكات، وتعديل العمليات والعناوين... الخ.

✓ الحسابات الإدخارية وحسابات التوفير: حيث تقوم البنوك الإسلامية بفتح حسابات
للتوفير بغية زيادة الوعي المصرفي الإسلامي وتدعيم السلوك الادخاري لدى الأفراد،
وذلك للأشخاص الراغبين إما بذاتهم أو بواسطة من يمثلونهم.

✓ الحسابات الاستثمارية: وهي تمثل عقد اتفاق يقوم بمقتضاه العميل بإيداع مبلغ من المال
لمدة معينة لدى البنك الإسلامي لاستثماره في أوجه الاستثمار المتعددة الحلال البعيدة
عن الربا وذلك نظير جزء من الربح يتمثل في نسبة شائعة من الربح المحقق، وتمثل
العلاقة بين البنك الإسلامي والعميل في علاقة مضاربة، يمثل العميل المضارب بالمال
والبنك المضارب بالعمل.

✓ تحصيل الشيكات: وهي مثل أوامر من العميل إلى البنك ليدفع إلى آخر المبلغ المدون
بالشيك، والشيك على هذه الصورة تنفيذ لشروط عقد الوديعة بين البنك والعميل،
وهو تصرف بعيد عن الربا وجائز استخدامه.

✓ تحصيل الكمبيالات: يقوم البنك الإسلامي نيابة عن عملائه بتحصيل الكمبيالات المحررة
لصالحه، وذلك بدون أن يحمل هؤلاء المتعاملين فوائد، ويستوفي البنك أجرة محددة على

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي ، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية ، مرجع سابق ، ص- ص : 195-198

كل كمبيالة نظير عمليات الحفظ والتسجيل والمتابعة والتحصيل، ولا يؤثر في استحقاقه لهذا الأجر تحصيل الدين أو عدم تحصيله.

✓ تحويل الأموال في الداخل والخارج: يقدم البنك الإسلامي هذه الخدمة باعتباره وكيلا بالأداء ويحق له أن يتقاضى الأجر التي تتقاضاها سائر البنوك سواء كانت بالمبلغ النسبي أو بالمبلغ المحدد المقدار، وفي حالة كون التحويل صادرا بالعملة الأجنبية لطالب التحويل بحسب سعر البيع في اليوم الذي يتم فيه التحويل.

✓ الكفالات المصرفية: (خطابات الضمان): وتمثل تعهد البنك الإسلامي بالآراء بناء على طلب العميل لصالح الجهة الحكومية أو الأهلية المستفيدة في الكفالة. ويقدم البنك الإسلامي هذه الخدمة لعملائه على أساس الوكالة بالأجر، ويحق له أن يتقاضى الأجر المتعارف عليها بين البنوك وذلك فيما عدا الفوائد المتحققة بين تاريخ رفع قيمة المطالبة (إذا حدثت) وبين تاريخ تسديد هذه القيمة من قبل العميل.

✓ حفظ الأوراق المالية: يقصد بالأوراق المالية الأسهم والسندات، والسهم عبارة عن صك يمثل جزءا من رأس مال الشركة المساهمة، أما السند فهو عبارة عن صك يمثل جزءا من دين على الشركة أو الهيئة أو الحكومة ومنه فالسند جزء من القرض.

✓ عمليات الإكتتاب في الأسهم دون السندات: تقوم البنوك الإسلامية بالوساطة في عملية الإكتتاب في الأسهم الخاصة بالشركات والمشروعات الجديدة، إلا أن دورها في هذا الصدد يتوقف على تزكية الشركة من الناحية الشرعية ومشروعية النشاط الذي ستمارسه، ويكون البنك في حالة قيامه بإصدار الأسهم وكيلا عن الشركة ويمكن أخذ الأجر أو العمولة نظير عمله الذي وكلته الشركة فيه.

- ✓ تأجير الخزن الحديدية: يقوم البنك الإسلام بإعداد خزائن حديدية لحفظ وثائق العملاء ومستنداتهم والنقود، ولكل خزانة مفتاحان يسلم أحدهما المستأجر ويحفظ الآخر لدى المصرف، ولا يستعمل الأخير إلا في حالة ضياع المفتاح الذي يحتفظ به العميل.
- ✓ الأعمال التابعة: يقوم البنك الإسلامي بتقديم سائر الخدمات المكتملة التي يحتاجها إليها عملاؤه بتسيير تعاملاتهم في حياتهم الاقتصادية والاجتماعية بوجه عام، مثل إدارة ممتلكاتهم وسداد فواتير المياه والإنارة والتلفون نيابة عنهم، وشراء وبيع الشيكات السياحية... إلخ.

- المجموعة الثانية: الخدمات المصرفية الخارجية: متعددة هي كذلك نذكر منها:

- ✓ قبول تحويلات العاملين بالخارج بالعملات الأجنبية: يقوم البنك الإسلامي بتقديم خدمة التحويلات العرفية، وبيع وشراء العملات الأجنبية المختلفة على أساس السعر الحاضر بيعا وشراء، وذلك بحسب الأسعار الرائجة يوم إجراء العملية. ومن أهم الخدمات التي يقدمها البنك في هذا الصدد:

❖ إصدار وقبول الحوالات الخارجية بمعظم العملات الرئيسية من وإلى كافة دول العالم
سوا كانت بالشيكات أو الحوالات البرقية والتلكسية.

❖ وبيع وشراء العملات الأجنبية النقدية.

❖ بيع وشراء الشيكات السياحية.

- ✓ الإعتمادات المستندية: هي إحدى الخدمات المصرفية الهامة التي تمارسها المصارف لخدمة عمليات التبادل التجاري بين الدول، وضمن حقوق الأطراف المشتركة في هذه العمليات وهو المستورد والمرسل والمورد أو المنتج. وغالبا ما تنطوي الاعتمادات المستندية على تقديم ائتمان، إلا إذا كان الاعتماد مغطى بالكامل سواء عند بدء التعامل أو خلال الفترة المنتهية بالخصم على حساب البنك من طرف المرسل الخارجي.

✓ اعتمادات المراجعة الخارجية: يؤدي البنك الإسلامي هذه الخدمة لعملائه الذين لا تتوافر

لديهم الإمكانيات المالية لتغطية ثمن المنتجات المستوردة، فإذا تقدم العميل للبنك الإسلامي طالبا فتح اعتماد لشراء بضائع محددًا مواصفاتها ومصدرها وسعرها وطريقة السداد، ولكنه يرغب في تأجيل الثمن، فإن البنك يقوم بشراء البضائع مع المصدر بالخارج باسم البنك نفسه، ولحسابه وبعد وصول البضائع أو المستندات حسب اتفاق البنك مع عملية يتم عرضها على العميل بسعر التكلفة مضافا إليها نسبة يتفق عليها كربح للمصرف¹.

✓ اعتمادات التصدير: وتمثل الإعتمادات الواردة من الخارج لإتمام عمليات التصدير حيث

يتم إبلاغ العميل بوصول الإرسالية (البرقية) من الخارج بعد مراجعتها والتأكد من صحتها وسلامتها، ويقوم البنك بالدفع للمستفيد المحلي نظير تصدير البضاعة.

✓ بوالص التحصيل: وتمثل تلك الأوراق ذات القيمة المالية التي تقدم للبنك الإسلامي

للتحصيل، ولأداء تلك الخدمة يتعين إبلاغ العميل بوصول المستندات أولا، وعند استحقاق الكمبيالات يتم الاتصال بالعميل لإخطاره بذلك، في حالة كون الدفع مؤجلا، ويقوم البنك بعد ذلك بتسليم المستندات للعميل مقابل الخصم من حسابه².

✓ خطابات الضمان (الكفالات المصرفية الخارجية): خطاب الضمان هو تعهد يصدر من

المصرف بناء على طلب عميله (الآمر) بدفع مبلغ نقدي معين أو قابل للتعين بمجرد أن يطلب المستفيد ذلك من المصرف خلال مدة محددة³.

وتتزايد كل يوم مجالات استعمال خطاب الضمان المصرفي من المقاولات إلى الضرائب إلى الجمارك إلى الإدارة الخارجية والداخلية... الخ والطرف الأمر للمصرف لإصدار الخطاب يستفيد

¹ الغريب ناصر، أصول المصرفية الإسلامية. م. س. د. ص 189-190.

² عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص: 201

³ علي جمال عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية، القاهرة، دار النهضة العربية، ص: 364

من ذلك عدم تجمد أمواله النقدية- كتامين نقدي- لدى الجهة الطالبة للخطاب، والأخيرة تظمن إلى ضمان تنفيذ الالتزام -محل التعاقد- بموجب خطاب الضمان.¹

✓ بطاقات فيزا التمويل: وهي بطاقات ائتمان يقدمها المصرف الإسلامي لعملائه، وتعد بطاقة فيزا التمويل نظام مدفوعات على مستوى عالمي ويستطيع حاملها استخدامها في الحصول على العديد من الخدمات من بينها:

❖ رفع السلع والخدمات لدى الكثير من المؤسسات والأسواق والفنادق والمطاعم وشركات الطيران وغيرها في أكثر من 165 دولة.

❖ السحب النقدي من خلال أكثر من 250000 فرع مصرفي منتشرة عبر العالم المربوطة بنظام الفيزا العالمية، وللحصول عليها يتقدم العميل إلى البنك لتعبئة طلب إصدار البطاقة والتوقيع عليه، وبعدها يتم إصدار البطاقة والحصول على الرقم السري الشخصي خلال ثلاثة أيام على الأكثر.

- المجموعة الثالثة: الخدمات الاستشارية المالية والاقتصادية والإدارية والتنظيمية:

باعتبار البنوك الإسلامية من المنظمات المالية والاقتصادية والاستثمارية التي تتميز بالجوانب الإيجابية في معاملاتها، لذلك وبغية ممارسة أنشطتها التمويلية والاستثمارية على الوجه الأكمل تقوم ببعض الخدمات الاستثمارية والمالية والإدارية من بينها نذكر:²

✓ إعداد دراسات الجدوى للمشروعات الاستثمارية التي يقدمها العملاء في البنوك الإسلامية والنقاط التي تميز معاملاتها دون غيرها من البنوك.

✓ تزويد المتعاملين بالاستشارات حول صيغ العمل في البنوك الإسلامية والنقاط التي تميز معاملاتها دون غيرها من البنوك.

¹ الغريب ناصر، أصول المصرفية الإسلامية. مرجع سابق، ص: 201
² عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية للبنوك الإسلامية، م س ذ، ص ص: 202-203

✓ دراسة فرص الاستثمار والتوظيف في البيئة التي يعمل بها المصرف الإسلامي، وإعداد الخرائط الاستثمارية للمجالات الصناعية والتجارية والخدمية والزراعية وغيرها.

✓ السعي لابتكار الأوعية الادخارية والاستثمارية الجديدة التي تواكب تطلعات العملاء وتشبع حاجاتهم المتجددة.

✓ الترويج للمشروعات ذات الجدوى الاقتصادية، وإمداد المتعاملين بالاستثمار حول أفضل فرص الاستثمار.

✓ إعداد وتدريب الكوادر البشرية لمختلف المتعاملين لتهيئتهم وللتعامل وفقا للصيغ الإسلامية في إطار فقه المعاملات.

✓ ابتكار صكوك التمويل الإسلامية وصناديق التمويل بالمشاركة التي تلاؤم احتياجات العملاء بمختلف خصائصهم الديموغرافية وتباين قدراتهم الداخلية.

4-6-03 إدارة الخدمات الاجتماعية والتكافلية في البنك الإسلامي:

البنك الإسلامي ليس منظمة مصرفية اقتصادية مالية فقط ينحصر هدفها في تعظيم الأرباح وإنما يمتد دور لبنك الإسلامي إلى النواحي الاجتماعية التي تقتضي مراعاة مصلحة الأفراد والعمل على تنمية المجتمع وتطويره، ومن ثم يسهم البنك في تحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع ويعمل على دفع الأفراد للمشاركة الإيجابية. وهذه الخدمات متعددة نذكر أهمها فيما يلي: (1)

✓ خدمة تحصيل وإنفاق الزكاة: يعتبر مورد الزكاة من أقوى الدعائم لإقامة وبناء المجتمع الإسلامي العادل الذي يكفل تأمين حياة كريمة لأفراده. لذلك يبرز من بين من خدمات

(1) سيد الهواري، مامعنى بنك إسلامي، القاهرة: الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، 1982، ص: 265

البنك الإسلامي في تحصيل أموال الزكاة عن طريق لجان أو صناديق تعد لهاذ الغرض،
وتعمل على إنفاق الزكاة في مصارفها المحددة.

✓ خدمات القروض الحسنة: تعمل البنوك الإسلامية على منح قروض حسنة بدون فوائد
وذلك في الحالات التي تقررها إدارة البنك، بالشروط المحددة في لائحة البنوك القروض
الحسنة بكل بنك، ويضع كل بنك إسلامي الأهداف والسياسات والإجراءات التي
تكفل القيام بهذا النشاط، بحيث يؤدي الغرض منه بما يحقق الاستفادة للأفراد والبنك
الإسلامي والمجتمع ككل.

ومن أهم المجالات التي يمكن للبنك أن يمارس من خلالها نشاطه الاجتماعي في مجال منح
القروض الحسنة ما يلي:

- ❖ تقديم القروض الحسنة في حالات الزواج.
- ❖ تقديم القروض الحسنة في حالات المرض وإجراء العمليات الجراحية.
- ❖ تقديم القروض الحسنة في حالات ترميم المباني.
- ❖ تقديم القروض الحسنة في حالات الدراسة والتعليم.
- ✓ خدمات إنشاء المنظمات الاجتماعية والدينية ودعمها:

يقوم البنك الإسلامي بإنشاء ودعم المنشآت الدينية والاجتماعية لما لها من دور كبير في المجتمع
الإسلامي، ومن أهم المجالات التي يمكن للبنك الإسلامي المشاركة من خلالها في إنشاء
المنظمات الاجتماعية والدينية ما يلي: ¹

- ❖ جمعيات بناء المساجد وتحفيظ القرآن الكريم.
- ❖ جمعيات تسيير الحج والعمرة.
- ❖ جمعيات الخدمات الاجتماعية.

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية للبنوك الإسلامية، م س ذ، ص- ص: 207-208

❖ جمعيات ومراكز التأهيل المهني والفني.

❖ جمعيات دفن الموتى ورعاية الأطفال.

❖ المعاهد التعليمية والدينية.

❖ جمعيات إحياء التراث والمطبوعات الدينية.

✓ خدمات نشر الوعي المصرفي الإسلامي وتدعيم الوعي الديني : تعمل البنوك الإسلامية على

تنمية الوعي المصرفي الإسلامي من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية تنفق مع مبادئ ومقتضيات الشريعة الإسلامية، وما تقدمه من عمليات تمويلية واستثمارية تمثل جوهر المعاملات الإسلامية، كالمضاربة والمشاركة والمراجحة والمتاجرة، وهي أساليب تتميز بها تلك البنوك عن البنوك التقليدية.

كذلك تقوم المصارف الإسلامية بتدعيم الوعي الديني لدى أفراد المجتمع، ويتميز ذلك من

خلال العديد من الأنشطة العلمية والثقافية من بينها:

❖ دعم جهود العلماء في التفقه في الدين.

❖ إصدار النشرات الدورية المتعلقة بالمعاملات الإسلامية

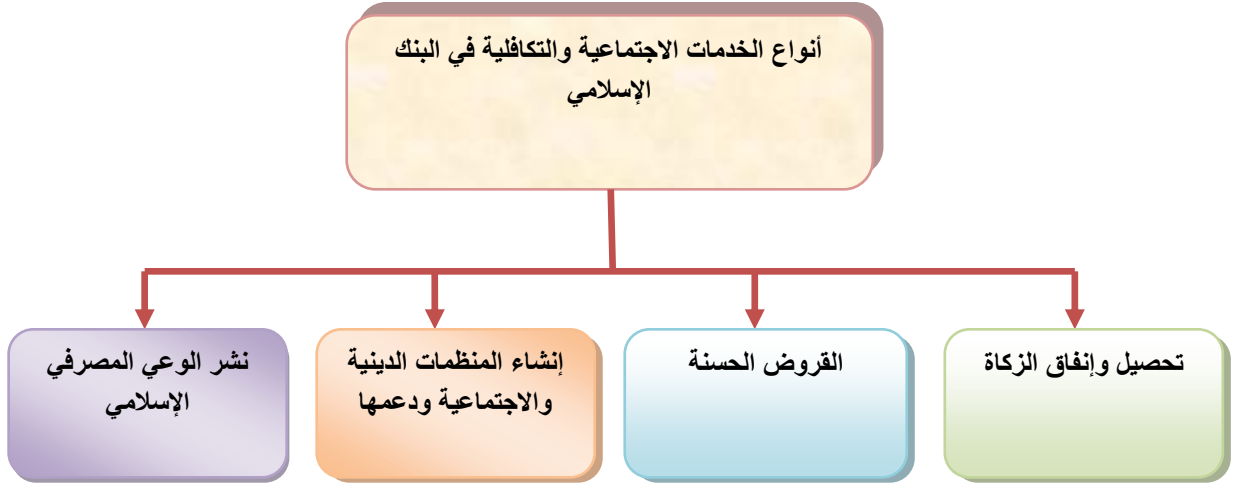
❖ نشر المراجع والكتب المتعلقة بالفقه الإسلامي

❖ دعم الجهود الإعلامية الإسلامية للتفويد، كإعداد الندوات والمؤتمرات والبحوث

❖ تنظيم المسابقات الدينية.

والشكل أسفله يَجل أم هذه الخدماا الاااماعية وَاااافلية:

الشكل 05: أنواع الخدماا الاااماعية وَاااافلية في البنك الإسلامي



المصدر: عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية ، ص: 204

الخاصة: يظهر جليا من خلال العناصر التي تناولناها في هذا الفصل أن المصارف الإسلامية هي مؤسسات مالية تتوفر على العديد من الخدمات المصرفية التي تلي في عمومها الحاجات المصرفية للمتعاملين معها ، هذا مع تقديمها لجملة من الخدمات الاجتماعية والتكافلية خصوصا لصالح الفئات الفقيرة والمحرومة ، ما يضفي على نشاطها طابعا إنسانيا ويعزز القول أن هذا الشكل من المصارف لا يهدف فقط إلى تحقيق أرباح على حساب متعاملليها كما هو الشأن مع المصارف التقليدية الربوية ، وإنما هي مؤسسات تملك إلى جانب الأهداف الربحية أهدافا تنموية ، إنسانية ودعوية . ولعل أهم خاصية يتميز بها النشاط المصرفي لهته المؤسسات هو استناد كافة تعاملاتها المصرفية إلى تعاليم وأحكام الشريعة الإسلامية التي تحرم التعامل بالفوائد الربوية ، هته الأخيرة التي كانت السبب المباشر في إفلاس كبريات المصارف الرأسمالية الربوية .

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

1-4 الإجراءات المنهجية للدراسة

2-4 عرض وتحليل البيانات الميدانية

1. **1-04-1** منهج الدراسة : يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كيفيا وكما ، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل . وباختصار فهو يهتم بماضي الظواهر و حاضرها ومستقبلها .¹

والدراسات الوصفية تفترض معرفة جيدة مسبقة للمشكل المزمع دراسته . وينبغي للباحثين أن تكون لديهم القدرة على تحديد ما يريدون قياسه بوضوح وإيجاد المناهج المناسبة للقيام بذلك، ولا بد أن تكون كل من : " من ؟ " و " ماذا ؟ " اللتين تفيدان التقييم ، على المستوى الإجرائي ، محددتين بطريقة دقيقة .²

ويعرف المنهج الوصفي بأنه : «المنهج الملائم للواقع الاجتماعي وخصائصه ، وهو الخطوة الأولى نحو تحقيق الفهم الصحيح لذلك الواقع ، فهو يمكننا من الإحاطة بكل أبعاد هذا الواقع محددة على خريطة تصف وتصور بكل دقة كافة ظواهره وسماته .»³

وكما هو معلوم أن المنهج المسحي يستعين بمعظم وسائل جمع البيانات ، فيستخدم الملاحظة المباشرة والمقابلة الشخصية والاستبيان وأسلوب المعاينة ، وأعني بذلك سحب عينات مختلفة من المجتمع الأصلي . غير أنه ونظرا لكون مجتمع الدراسة كبيرا بحيث يصعب رصد كل مفرداته ، فإن معظم الدارسين في أغلب دراساتهم المسحية يلجأون إلى اختيار العينة من المجتمع الأصلي .

¹ د/ مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية . مؤسسة الوراق – عمان- ط 1. 2000. ص 40
² أ . لارامي / ب فالي : البحث في الاتصال عناصر منهجية . ترجمة أ.د/ فضيل دليو وآخرون . ط 2 . مخبر علم الاجتماع الإتصال - قسنطينة - 2009 . ص 239
³ منصور زيد المطيري : الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع - الدواعي والإمكانات - . كتاب الأمة رقم 33 . مركز البحث والمعلومات . وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية . قطر . 1413 هـ . ص 3

وهذا ما ينطبق على دراستنا التي يشمل مجتمع البحث فيها عددا كبيرا من المفردات (أساتذة العلوم الاقتصادية) ، بحيث يصعب رصدهم جميعا . وعليه فإننا سنلجأ إلى اختيار عينة تضم أساتذة من كل قسم من أقسام العلوم الاقتصادية المعنية بالدراسة (سيأتي ذكرها لاحقا) . وبذلك فالمنهج المناسب لبحثنا هو منهج المسح بالعينة والذي يرتبط الوصول من خلاله إلى نتائج دقيقة صحيحة يعتمد عليها في إصدار أحكام صحيحة وعامة تنطبق على أفراد العينة وعلى الجمهور الكلي للدراسة على الاختيار السليم والعلمي للعينة.

2-1-04 المجال المكاني (الجغرافي) : تكتسي خطوة تحديد واختيار المجال المكاني الذي

تشملة الدراسة الميدانية أهمية كبيرة قد تفوق أحيانا الاهتمام بمنهج البحث المختار، وذلك للحصول على معطيات وفيرة تكون في منأى عن تأثير عوامل خارجة عن السيطرة وبحثنا هذا يشمل أقسام العلوم الاقتصادية بثلاث جامعات من الشرق الجزائري وهي كالتالي :

- جامعة منتوري - قسنطينة -

- جامعة جيجل

- جامعة سوق أهراس

3-1-04المجال الزماني : يشمل السنة الجامعية : 2010-2011

4-1-04مجتمع الدراسة: تستهدف الدراسة جمهورا نوعيا يتمثل في أساتذة أقسام

العلوم الاقتصادية بالجامعات المذكورة سالفا ، كونهم الفئة الفاعلة في الساحة الاقتصادية الوطنية ، فضلا عن امتلاكهم لرصيد نظري يؤهلهم أكثر من غيرهم لمعرفة طرق وآليات عمل المؤسسات المصرفية التقليدية والإسلامية ، مع إمكانية رصد الفرق بينهما . هذا دون أن ننسى الدور الرائد لهذه الفئة في توجيه المصارف لانتهاج نظام

مصرفي دون آخر ، من خلال الإشراف المباشر على إدارة وتسيير هذه المصارف أو العمل كمستشارين لها فضلا عن الجهود التي يبذلها هؤلاء بغية تأصيل العمل المصرفي الإسلامي وضبط آلياته وذلك من خلال تنظيم الملتقيات والنشاطات الفكرية اللازمة لذلك . ومنه كان لزاما علينا ونحن نسعى لرصد صورة المصارف الإسلامية وتحقيقا لأهداف البحث أن نقصد هذه الفئة دون غيرها ، كونها تتماشى مع الأهداف التي سطرناها.

5-1-04 عينة الدراسة :

كما سبق وقلنا سالفاً أن البحوث والدراسات التي توظف منهج المسح الوصفي تتم بأسلوبين ، إما عن طريق المسح الشامل أو عن طريق المسح بالعينة ، ومعروف أنه يصعب على الباحثين غالباً إجراء دراسة ومسح شامل لجميع مفردات المجتمع الأصلي ، لذلك يتم الاكتفاء بعينة تمثل المجتمع الكلي ، كون البحث تحكمه عوامل مادية ومدة زمنية محددة يكون لها الدور الحاسم في رسم حدود الدراسة الجغرافية والبشرية .

* وحدة العينة : تتكون عينة الدراسة من مجموعة وحدات تختلف باختلاف الهدف من البحث ، لذلك يصبح من الأهمية بمكان تحديدها . ووحدة العينة في دراستنا هذه كما ورد في منهج الدراسة هي الأستاذ أو الأستاذة بقسم العلوم الاقتصادية في الجامعات المحددة سالفاً على اختلاف درجاتهم العلمية من أساتذة مساعدين إلى محاضرين وأساتذة تعليم عالي بما يضمن التنوع اللازم في العينة المدروسة .

* نوع العينة : لقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقتين تحقيقاً لأهداف البحث والظروف المحيطة به ، وهاتين الطريقتين هما :

– العينة العمدية (القصدية) : وهي العينة التي يتعمد فيها الباحث أن تتكون من مفردات معينة لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً . وتبرز هذه الحقيقة في دراستنا

من خلال خطوتين ، الأولى حين تعمدنا إجراء الدراسة على أساتذة الاقتصاد دون غيرهم ، والثانية حين وقع اختيارنا على جامعات من الشرق الجزائري دون غيرها .

- العينة الحصصية : تستخدم العينة الحصصية في الأبحاث ذات المجتمعات الواسعة ، التي لا يتمكن الباحث في دراستها من حصر مفرداتها في شكل قوائم لاستحالة هذا الحصر أو لضخامة تكاليف إنجازها من حيث الوقت والإمكانات المادية¹ . وهذا ما جعلنا نلجأ إلى عينة عمدية بطريقة الحصص . حيث سنأخذ من كل قسم من الأقسام المعنية بالدراسة حصة من العدد الكلي للأساتذة الموظفين به ، وبعد الإطلاع على الإحصائيات الخاصة بعدد الأساتذة الموظفين في الأقسام المعنية سجلنا تفاوتاً ملحوظاً بينها فيما يخص عدد الأساتذة إضافة إلى التباين في الدرجات العلمية التي يحملها هؤلاء الأساتذة ، وعليه قررنا أن نأخذ من كل قسم من الأقسام المعنية حصة تتكون من 20 مفردة ليكون مجموع مفردات العينة 60 مفردة .

6-1-04 أدوات جمع البيانات: تعتبر مرحلة جمع البيانات والمعطيات مرحلة هامة، لأن

طريقة اختيار جمع البيانات هي التي ستحدد ما يمكن تحليله ضمن ما يراد دراسته . لا يمكن جمع أية معلومة بأية طريقة وهكذا فقبل تحديد نوعية المعلومات التي يراد جمعها يجب توضيح الأدوات المختارة لجمع هذه البيانات، ويتم اختيارها حسب ما تقتضيه الإشكالية ومنهجية البحث المحدد.²

ونظراً للمنهج المتبع في دراستنا هذه وموضوع البحث وأهدافه فإن الأداة الأنسب لجمع البيانات هي أداة الاستبيان التي تعرف بأنها :

¹ - Maurice Angers , initiation pratique a la methodologie des sciences humaines , Casbah université alger ,
edition CECINC . Quebec , 1997 , p 238 .
² أ . لارامي / ب فالي : مرجع سابق . ص 207

« قائمة يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية ، لتقدم للمبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة . »¹ كما يعرفها محمد حسين بقوله : « هو أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات من العينة المختارة أو من جميع مفردات البحث ، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدما وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة. »

وعليه فاستمارة الاستبيان هي الأداة الأنسب لرصد صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة العلوم الاقتصادية بالجامعات المحددة .

¹ د / أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية . الجزائر . 2005 . ص 220

2 4 عرض وتحليل البيانات الميدانية

1-2-04 الجداول

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	32	53.33%
أنثى	28	46.66%
المجموع	60	100%

من خلال النسب المحصل عليها في الجدول رقم 01 يظهر جليا أن توزيع أفراد العينة كان متناسبا بين الجنسين الذكور والإناث ، حيث بلغت نسبة الذكور 53.33% أما نسبة الإناث ف 46.66% من المجتمع المبحوث . وبهذه النسب المسجلة نكون قد ضمنا التنوع المطلوب في عينة البحث فيما يخص الجنس . أما عن الاختلاف بين النسبتين المحصل عليهما كوننا لم نشترط ضرورة تساوي العدد بين الجنسين وإنما اشترطنا ضرورة تحقق تنوع في الجنس يضمن التمثيل الجيد لمجتمع البحث ، مع تجنب أن يغلب أحد الجنسين على الآخر بحيث يؤثر ذلك على نتائج البحث ويجعلنا لا نعمم النتائج المحصل عليها على جميع أفراد مجتمع البحث .

الجدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب الدرجة العلمية.

الدرجة العلمية	التكرارات	النسبة المئوية
أستاذ مساعد	39	65%
أستاذ محاضر	15	25%
أستاذ التعليم العالي	6	10%
المجموع	60	100%

كما أوضحنا في شرحنا لطريقة اختيار العينة الخاصة بالدراسة ، فقد اشترطنا وبغرض ضمان تمثيل جيد لمجتمع البحث الكلي من خلال هذه العينة المتكونة من 60 مفردة ، أن يكون هناك تنوع داخل هذه العينة فيما يخص الجنس (ذكر ، أنثى) والدرجة العلمية (أستاذ مساعد ، أستاذ محاضر ، أستاذ التعليم العالي) ، وهذا ما نلاحظه في النتائج المحصل عليها في الجدول ، حيث بلغت نسبة الأساتذة المساعدين 65% ، ونسبة الأساتذة المحاضرين 25% ، في حين بلغت نسبة أساتذة التعليم العالي 10%. وهذه النسب تبقى متفاوتة ، كانت فيها الغلبة للفئة الأولى (الأساتذة المساعدين) ذلك لأنهم يشكلون الأغلبية في الأقسام التي جرت بها الدراسة ، كما أننا تعمدنا أن تكون الدراسة على الأغلبية من الفئة الأولى حتى تكتسي نتائج البحث أهمية على المدى البعيد لأن هذه الفئة عادة ما تكون في بداية المشوار مقارنة مع الفئة الثانية نسبيا والفئة الثالثة خصوصا .

الجدول رقم 3: يبين توزيع أفراد العينة حسب مكان العمل .

مكان العمل	التكرارات	النسبة المئوية
جامعة جيجل	20	%33.33
جامعة منتوري	20	%33.33
جامعة سوق أهراس	20	%33.33
المجموع	60	%100

لقد تم تحديد المجال الجغرافي للدراسة مسبقا ، حيث شملت الدراسة ثلاثة أقسام للعلوم الاقتصادية بالجامعات الثلاث التي شملتها الدراسة ، أين كانت حصة كل قسم هي 20 مفردة من مفردات العينة ، وهذا مايفسر النسب المتساوية المسجلة في الجدول أعلاه التي بلغ كل منها %33.33 .

الجدول رقم 4: يكشف خبرة المبحوثين في تدريس مقاييس عن المصرفية الإسلامية .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	25	%41.66
لا	35	%58.33
المجموع	60	%100

إن الصورة الذهنية التي يكونها الأفراد عن شيء ما لها مصادر متعددة ، هذه المصادر يكون لها في الغالب الدور البارز في تحديد طبيعة هذه الصورة ويعزز من كونها إيجابية أو سلبية، لذلك كان من المهم والضروري قبل أن نرصد طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها المبحوثون عن المصارف الإسلامية أن نتعرف على المصادر التي ساهمت في رسم وتكوين هذه

الصورة الذهنية. وكان البدء بخبرة أفراد العينة في تدريس مقاييس عن المصرفية الإسلامية، فكانت النتائج كالتالي :

بلغت نسبة الأساتذة من الجنسين الذين كانت لهم خبرة مسبقة أو جارية في تدريس المصرفية الإسلامية 41.66% ، أما نسبة الأساتذة الذين لا يملكون خبرة في هذا المجال فقد كانت أكثر ارتفاعا حيث بلغت 58.33% . وما يفسر هذا الارتفاع مقارنة مع النسبة الأولى هو أن المصرفية الإسلامية إضافة إلى حداته في الجامعات الجزائرية فإنها لا تدرس كتخصص مستقل تفرد له مقاييس بعينها وإنما يتم تدريسه كمحتوى ضمن تخصصات أخرى . هذا وقد يكون هذا الانخفاض كذلك بسبب عامل نقص الخبرة لدى الغالبية من أفراد العينة في مجال التدريس . ومع هذا تبقى النسبة الأولى المسجلة لها الأثر البارز والفعال في رسم وتحديد طبيعة الصورة الذهنية لدى الفئة المعنية .

الجدول رقم 5: يوضح هل كان لأفراد العينة قراءات عن المصرفية الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	55	91.66%
لا	05	08.33%
المجموع	60	100%

كان يهدف هذا السؤال إلى الكشف عما إذا كانت لأفراد العينة قراءات مسبقة عن المصارف الإسلامية واطلاع على الآليات التي تعمل وفقها هذه المؤسسات المصرفية . ونظرا لخصوصية مجتمع البحث المكون من أساتذة متخصصين في العلوم الاقتصادية ممن لهم خبرة في هذا المجال ، جاءت النتائج منطقية وتعكس خصوصية الباحثين . فقد بلغت نسبة الأساتذة الذين كانت لهم قراءات عن المصرفية الإسلامية 91.66% ، وهي نسبة تمثل الأغلبية إذا ما قورنت مع نسبة الأساتذة الذين لم تكن لهم قراءات عن المصرفية الإسلامية والتي بلغت

8.33% . وهذا ما يجعلنا نؤكد على كون أساتذة الاقتصاد هم الفئة الأنسب لهذه الدراسة كونهم فعلا يملكون رصيدا معرفيا وقرارات تمكنهم من فهم الآليات التي تعمل وفقها المصرفية الإسلامية والقدرة على رصد مواطن القوة والضعف فيها .

الجدول رقم6: يبين حجم القراءات التي تلقاها المبحوثون عن المصرفية الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
قراءات كثيرة	18	32.72%
قراءات متوسطة	25	45.45%
قراءات قليلة	12	21.81%
المجموع	55	100%

إذا كان لوجود قراءات عن المصرفية الإسلامية لدى المبحوثين أثر ودور في تحديد طبيعة الصورة الذهنية التي يحملونها عن المصارف الإسلامية ، فإن مما لا شك فيه أن لحجم هذه القراءات كذلك دور في تحديد شدة هذا الأثر وفعالية هذا الدور ، فليست الصورة التي يحملها المتخصصون في المصرفية الإسلامية ممن اطلعوا جيدا عليها واطلعوا كثيرا عنها هي نفسها التي يحملها الأساتذة الذين كانت مطالعاتهم عنها محدودة وقليلة . لذلك كان ضروريا معرفة حجم هذه المطالعات عند المبحوثين. وقد أتت النتائج في عمومها تصب في صالح أن هذه القراءات حتى وإن لم تكن كثيرة فهي متوسطة ذلك عكس النسبة الأخيرة التي تمثل الأساتذة الذين تلقوا قراءات ومطالعات قليلة عن المصرفية الإسلامية والتي بلغت 21.81% . وهذه النتيجة بدورها تعزز القول أيضا أن أفراد العينة في أغلبهم كان لهم رصيد معرفي كاف عن المصرفية الإسلامية وآليات عملها مما يضيف على النتائج المتعلقة بطبيعة الصورة الذهنية مصداقية أكثر ويؤكد أكثر أنها كانت نتيجة لقراءات كثيفة عن المؤسسات المعنية لا مجرد انطباعات كثيرا ما يكون لوسائل الإعلام دور بارز في تكوينها .

الجدول رقم 7: يوضح هل لأفراد العينة مؤلفات عن المصرفية الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	%16.66
لا	50	%83.33
المجموع	60	%100

من المصادر التي قد يكون لها الدور الفعال كذلك في تحديد طبيعة الصورة الذهنية التي يكونها أفراد العينة عن المصارف الإسلامية هي خبرتهم في التأليف عن المصارف الإسلامية . وقد أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن نسبة الأساتذة الذي ألفوا عن المصرفية الإسلامية هي نسبة منخفضة بلغت 10% ، في حين أن الأغلبية من الأساتذة لا يملكون مؤلفات عنها . وهذا الانخفاض الكبير قد يعود بالدرجة الأولى إلى كون حركة التأليف في هذا المجال (المصرفية الإسلامية) في بلادنا والمغرب العربي عموماً لا تزال محتشمة إذا ما قورنت بالمشرق العربي أو الإسلامي ، حيث أن أغلبية من ألفوا في هذا المجال هم من المشرق العربي (مصر، لبنان، الأردن ...) كما رأينا ذلك خلال نشأة المصارف الإسلامية . ومنه فالمصرفية الإسلامية هي وافد مستورد ما يفسر ندرة المؤلفات التي أنتجها المفكرون والأساتذة المختصون حول البنوك والأنظمة المصرفية . كما أن هذه الندرة قد نفسرها هنا بنقص الخبرة التي يملكها الأساتذة المبحوثون في مجال التأليف باعتبار الأغلبية منهم من الأساتذة الحديثي العهد بمجال البحث والتأليف.

الجدول رقم 8: يوضح نوع المؤلف الذي أصدره المبحوثون عن المصرفية الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
كتاب	02	20%
مقال	00	80%
أخرى تذكر	00	00%
المجموع	10	100%

وإذا كانت نسبة الأساتذة الذين ألفوا حول المصرفية الإسلامية منخفضة جدا فإن الأغلبية من هذه الأقلية من المؤلفات لم تكن سوى مقالات وذلك بنسبة بلغت 80% ، بالإضافة إلى نسبة الكتب التي بلغت 20% من العدد الإجمالي للمؤلفات حول المصرفية الإسلامية. وهذا مؤشر آخر يثبت القول السابق بأن المصرفية الإسلامية هي منتج مشرقى وأن ما صدر في المغرب عنها كان في غالبيته عبارة عن مقالات ، وهذا ما يجعلنا نقول أن هذا التخصص ما زال يفتقد الاهتمام من طرف الأوساط الأكاديمية في بلادنا .

الجدول رقم 9: يوضح خبرة أفراد العينة في الإشراف على مذكرات حول المصارف الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	20	33.33%
لا	40	66.66%
المجموع	60	100%

كشفت النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه أن الأساتذة المبحوثين لا يملكون خبرة كبيرة في الإشراف على مذكرات ورسائل عن المصرفية الإسلامية ، حيث لم تبلغ نسبة الذين كانت لهم فرصة الإشراف على مذكرات في هذا المجال سوى 33.33% من جملة أفراد العينة ، في حين بلغت نسبة الأساتذة ممن يفتقدون الخبرة في الإشراف عن رسائل حول المصارف الإسلامية

66.66% وهي نسبة مرتفعة نسبيا مقارنة مع الأولى . والانخفاض في النسبة الأولى يمكن تفسيره بما يلي :

- أولا كون البحث في المصرفية الإسلامية لا يلقى الاهتمام الكبير من طرف الأوساط الأكاديمية سواء أساتذة كانوا أم طلبة ، وبالتالي نسجل ندرة في المذكرات التي تدرس وتبحث في هذا المجال .

- ثانيا كون الأساتذة المبحوثين من حديثي العهد بالتدريس وبالتالي فإن فرصة الإشراف على مذكرات حول هذا الموضوع لم تتح لهم بعد .

الجدول رقم 10: يوضح درجة المذكرة التي تم الإشراف عليها.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دكتوراه	00	%00
ماجستير	01	%05
ليسانس	19	%95
المجموع	20	%100

إذا كان عدد المذكرات والرسائل التي أشرف عليها الأساتذة المبحوثون حول المصرفية الإسلامية قليلا فالأغلبية منها كان عبارة على مذكرات أنجزها طلبة التدرج أي مذكرات ليسانس وبنسبة بلغت 95%.

أما النسبة المتبقية فكانت عبارة عن مذكرة ماجستير واحدة في حين انعدمت النسبة تماما مع رسائل الدكتوراه وهذا ما يؤكد القول السابق أن هناك ندرة في البحوث المتخصصة في المصرفية الإسلامية خصوصا من طرف طلبة الدراسات العليا (ماجستير ، دكتوراه) وبالتالي عدم إتاحة الفرصة للأساتذة للإشراف على مذكرات في هذا التخصص .

الجدول رقم 11: يوضح خبرة المبحوثين في المشاركة في ملتقيات حول المصرفية الإسلامية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	23	38.33%
لا	37	61.66%
المجموع	60	100%

من المصادر التي حاولنا رصدها كذلك والتي يمكن أن يكون لها دور في التأثير على الصورة الذهنية التي كونها المبحوثون عن المصارف الإسلامية هي الملتقيات والفعاليات الفكرية التي يشارك فيها وينشطها الأساتذة . وقد أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن نسبة الأساتذة الذين شاركوا في ملتقيات حول المصارف الإسلامية هي 38.33% ، وهذا مؤشر بدوره على نقص الاهتمام من طرف الأكاديميين بهذا التخصص الحديث نسبيا في جامعاتنا والذي لم يجلب اهتمام الأكاديميين إلا مع الأزمة المالية الراهنة التي طرحت النظام المصرفي الإسلامي كبديل بارز لخلافة النظام المصرفي الربوي المنهار بسبب الأزمة المالية التي أطاحت بأكبر مؤسساته المالية والمصرفية ، أين تم تنظيم العديد من الملتقيات الفكرية في مختلف الجامعات الوطنية للتعريف بهذا النظام المصرفي الذي من شأنه إن تم اعتماده كبديل عن النظام المنهار أن يجنب السوق المالية أزمات حادة مثل الأزمة الراهنة .

الجدول رقم 12: يوضح خبرة المبحوثين في العمل في القطاع المصرفي.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	03	05%
لا	57	95%
المجموع	60	100%

من شأن الخبرة المهنية في القطاع المصرفي (مصارف إسلامية أم تقليدية) التأثير كذلك على الصورة الذهنية للمبحوثين حول المصارف الإسلامية من حيث كونها إيجابية ، لأن العمل في هذا القطاع يزود الأساتذة بالمعطيات اللازمة حول أداء هذه المؤسسات في المجال العملي وبالتالي القدرة على التمييز بين النظامين الإسلامي والتقليدي فيما يخص الأداء ، وهذا بدوره يؤثر مباشرة على الصورة التي يكونها هؤلاء عن كلا النظامين . غير أن النتائج المحصل عليها أظهرت أن فئة قليلة فقط من الأساتذة ممن لهم خبرة في العمل في القطاع المصرفي بلغت 05% ، في حين أن الأغلبية العظمى منهم لم ولا يشغلون مناصب في أي مؤسسة بنكية . وهذا يعود ربما لصعوبة تقلد منصب مواز للتدريس بالجامعة وما تتطلبه هذه المهنة من مجهودات كبيرة لا يجد الأستاذ معها وقتا زائدا عن الحاجة يسمح له بالعمل في إحدى البنوك الإسلامية . إضافة إلى قلة البنوك سواء الإسلامية منها أم التقليدية محليا نظرا لعدم انفتاح الجهاز المصرفي الجزائري على الخارج والقطاع الخاص إلا مؤخرا فقط ، حيث لا يوجد بالسوق المحلية من البنوك الإسلامية إلا بنك البركة الجزائري .

وعموما ورغم قلة الخبرة التي يمتلكها أفراد العينة فيما يخص التأليف عن المصرفية الإسلامية ، الإشراف على المذكرات حولها أو العمل في إحدى المؤسسات المصرفية الإسلامية ، إلا أن أغلبهم - كما أظهرت ذلك النتائج والنسب في الجداول - يمتلكون رصيدا معرفيا كافيا

حصلوه من خلال المطالعات حول المصرفية الإسلامية وآليات عملها أو المشاركة في المنتقيات التي تنظم حولها يمكنهم من فهم هذا النظام وبالتالي تكوين نظرة حوله إما بالإيجاب أو السلب مقارنة مع النظام التقليدي .

الجدول رقم 13: يوضح صورة المصارف الإسلامية عموماً لدى المبحوثين.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
صورة إيجابية	58	96.66%
صورة سلبية	02	3.33%
المجموع	60	100%

لتحديد طبيعة الصورة الذهنية التي يحملها الأساتذة المبحوثون عن المصارف الإسلامية عموماً وقبل الدخول في الجزئيات المتعلقة بهذه الصورة (الخدمات ، الثقة ، المستقبل ...) ، قمنا بطرح سؤال على أفراد العينة يحتمل إجابتين هما : صورة سلبية أم إيجابية عن المصارف الإسلامية ، فكانت النتائج وبنسبة الأغلبية الساحقة لصالح الاحتمال الثاني . وبهذه النتيجة وقبل معرفة الجزئيات المتعلقة بطبيعة الصورة نكون قد عرفنا بشكل عام طبيعة هذه الصورة ، لكن ورغم هذه النسبة العالية من الأساتذة ممن يحملون صورة إيجابية عن المصارف الإسلامية في عموماً فإن ذلك لا يعني - كما سنرى لاحقاً - أن النتائج المتعلقة بالجزئيات الأخرى المحددة لطبيعة الصورة الذهنية ستصب وتبرز هذه النسبة الكبيرة . فقد تكون الصورة المحمولة في عموماً إيجابية وفي إحدى جزئياتها سلبية .

الجدول رقم 14: يوضح رأي المبحوثين حول مكانة المصارف الإسلامية في السوق المالية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	36	60%
لا	18	30%
لا أدري	06	10%
المجموع	60	100%

لتحديد جزئيات الصورة الذهنية لدى المبحوثين عن المؤسسات المعنية قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات التي تتضمن مؤشرات تمكننا من تحديد طبيعة هذه الصورة في مجملها ، وقد كانت البداية مع سؤال حول المكانة التي يتمتع بها النظام المصرفي الإسلامي في السوق المالية باعتباره منافسا بارزا للنظام المصرفي التقليدي ، حيث أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت 60% يرون أن المصارف الإسلامية مؤسسات تتمتع بمكانة هامة في السوق المالية ، في حين أن نسبة 30% يرون عكس ذلك و10% أجابوا بلا أدري ذلك يعود ربما لعدم امتلاكهم المعلومات الكافية والمعطيات اللازمة للإجابة على هذا السؤال . لكن بالمقارنة بين النسبتين الأولى والثانية يمكن أن نقول أن الأغلبية من الأساتذة المبحوثين يرون أن المصارف الإسلامية تتمتع بمكانة هامة في السوق المالية ، وهذا أول مؤشر على إيجابية الصورة الذهنية التي يحملونها عن هذه المؤسسات .

الجدول رقم 15: يوضح مستوى المكانة التي تحتلها المصارف الإسلامية في السوق المالية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
على المستوى المحلي	02	3.33%
على المستوى الإسلامي	40	66.66%
على المستوى العالمي	18	30%
المجموع	60	100%

بطرحنا لهذا التساؤل حول مستوى المكانة التي تتمتع بها المصارف الإسلامية أردنا التعرف على حدود هذه المكانة فكانت النتائج كالتالي :

- 66.66% من المبحوثين يرون أن المصارف الإسلامية تتمتع بمكانة هامة على مستوى العالم الإسلامي وهذا بالنظر إلى إقدام العديد من الدول الإسلامية على تبني هذا الشكل من المصارف إما كلياً أو جزئياً .

- كما بلغت نسبة الأساتذة الذين يرون أن هذه المكانة الهامة تعدت حدود العالم الإسلامي لتبلغ كافة الدول خصوصاً الغربية المتأثرة بشكل كبير من الأزمة الراهنة ما دفعها للتطلع إلى دراسة المصرفية الإسلامية وإمكانية تبنيها كبديل عن نظامها المصرفي الربوي المنهار.

- أما نسبة الذين يرون أن مكانة المصرفية الإسلامية لها مكانة هامة على المستوى المحلي فكانت ضعيفة مقارنة مع النسبتين الأولى والثانية ، حيث قدرت ب 3.33% ، وهذا مرده ربما لحدثة هذا الشكل من المصارف في السوق المالية المحلية . هذه الأخيرة التي لم تعرف إنشاء سوى مصرف إسلامي واحد فقط هو بنك البركة .

الجدول رقم 16: يوضح رأي المبحوثين في القوة التنافسية للمصارف الإسلامية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	40	66.66%
لا	20	33.33%
المجموع	60	100%

عززت النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه من الصورة الإيجابية العامة التي يحملها الأساتذة حول المصارف الإسلامية ، فقد بلغت نسبة من يرون أن هذه المؤسسات بآليات عملها المستندة للشريعة الإسلامية تملك قوة تنافسية في السوق المالية 66.66% في مقابل 33.33% ممن يرون عكس ذلك . وما يؤكد هذه القوة التنافسية عمليا هو الانتشار المستمر الذي يعرفه هذا الشكل من المصارف ووضعها القوي في السوق خاصة مع الأزمة المالية الراهنة مقارنة مع المصارف التقليدية التي تعيش أزمة حادة وانحسارا حادا أثر كثيرا على صورتها وقدرتها التنافسية . فضلا على أن المصارف الإسلامية لم تسجل حالات إفلاس خلال الأزمة الراهنة عكس البنوك التقليدية التي انهار وأفلس الكثير منها .

الجدول رقم 17: يرصد مكانة المصارف الإسلامية مقارنة مع التقليدية لدى المبحوثين.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
مكانة أحسن	48	80%
المكانة نفسها	07	11.66%
مكانة أدنى	05	8.66%
المجموع	60	100%

تعتبر المصارف الإسلامية المنافس الأبرز والمرشح بقوة لخلافة المصارف التقليدية خاصة وأنها ومنذ إنشائها وهي في انتشار مستمر على المستويين الدولي والإسلامي ، ومنه فإن مكانتها حتى وإن لم تكن تضاهي أو تفوق مكانة المصارف التقليدية في الدول الغربية فليس الأمر كذلك عندما يتعلق الأمر بالعالم الإسلامي ، أين تتمتع المصرفية الإسلامية بمكانة هامة سواء في سياسات الدول أو في الأوساط الأكاديمية والمفكرين ، وهذا ما يظهر جليا في النتائج أعلاه ، فبنسبة بلغت 80% يرى الأساتذة المبحوثون أن مكانة المصارف الإسلامية عندهم هي أحسن من مكانة البنوك التقليدية ، كما بلغت نسبة الأساتذة الذين تتساوى لديهم مكانة المصارف الإسلامية والتقليدية 11.66% ، أما الذين يرون أن مكانة البنوك التقليدية عندهم هي أحسن من الإسلامية فلم تتعدى 8.66% . وهذا المؤشر بدوره إن دل على شيء إنما يدل على الصورة الإيجابية التي يحملها الأساتذة المبحوثون أغلبهم عن المصارف الإسلامية .

الجدول رقم 18: يبين هل تقدم المصارف الإسلامية بتقديم جميع الخدمات المصرفية التقليدية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

بعد رصد المكانة التي تتمتع بها المصارف الإسلامية في السوق المالية ومقارنتها مع مكانة البنوك التقليدية عند الباحثين انتقلنا لمحور آخر يتعلق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية للوقوف على مدى توافقتها مع المعايير المالية الدولية المعمول بها . ومدى إشباعها لحاجيات المتعاملين معها، وقد أظهرت النتائج المتعلقة بالسؤال حول توفر المصارف الإسلامية على جميع الخدمات المصرفية التقليدية أن نسبة 70% من الباحثين يرون أنها تتوفر على جميع الخدمات التقليدية حتى وإن لم تكن مطابقة لها تماما باعتبار المصارف الإسلامية تقدم خدمات تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية إلا أنها تحقق إشباعا فيما يخص الخدمات المتوفرة . أما نسبة الذين يرون عكس ذلك فقد بلغت 30% ، وذلك إما لنقص المعلومات الكافية أو أنهم يحملون صورة سلبية عن المصارف الإسلامية .

الجدول رقم 19: يبين هل تتميز المصارف الإسلامية بتقديم خدمات مصرفية إضافية .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	48	80%
لا	12	20%
المجموع	60	100%

أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن الأغلبية من الأساتذة الباحثين يجمعون على أن المؤسسات المصرفية الإسلامية إضافة إلى اشتغالها وتقديمها لجميع الخدمات المصرفية التقليدية بصيغة إسلامية ، فهي بالإضافة إلى ذلك تقوم بتقديم خدمات إضافية تنفرد بها عن المصارف التقليدية نذكر منها : الخدمات الاجتماعية ، القرض الحسن ، المزارعة ، المساقاة ... والتي تساهم في تسهيل المعاملات المالية للمتعاملين من جهة وتحقيق جانب من الربح المشروع من جهة أخرى ، هذا إضافة إلى إقبال المصارف الإسلامية على تقديم جملة من الخدمات الاجتماعية والتكافلية بطريقة مجانية لصالح الفئات المحرومة والفقيرة ، وهذا ما يضيف على نشاط المصارف الإسلامية الطابع الإنساني بعيدا عن هدف الربح فقط . وبهذا نصل إلى نتيجة واستنادا إلى هذه النسب المرتفعة أن الصورة التي يحملها هؤلاء الأساتذة حول الخدمات المصرفية الإسلامية فيما يخص الإشباع هي صورة إيجابية تدعم في مجملها الصورة الإيجابية العامة لهم عن المصارف الإسلامية كما رأينا سابقا .

الجدول رقم 20: يوضح توافق الخدمات المصرفية الإسلامية مع المعايير الدولية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	38	63.33%
لا	22	36.66%
المجموع	60	100%

إن اشتمال المصارف الإسلامية على جميع الخدمات المصرفية التقليدية وتميزها بخدمات إضافية أخرى وللوقوف على جودة هذه الخدمات دفعنا للتساؤل حول توافق هذه الخدمات مع المعايير الدولية المعمول بها في هذا الشأن ، فكانت النتائج كالتالي :

- بينت النتائج أن نسبة 63.33% من الأساتذة يرون أن الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية هي خدمات تتوافق مع المعايير الدولية في هذا المجال ، وبالتالي فهذه المؤسسات لها القدرة على المنافسة في الأسواق المالية المحلية والدولية .
- بلغت نسبة الأساتذة الذين يرون العكس 36.66% ، وهي نسبة معتبرة تجعلنا لا نعمم النتيجة الأولى بأن الخدمات المصرفية الإسلامية تتوافق فعلا مع المعايير الدولية وبالتالي أن هناك بعض النقائص التي تعاني منها ما ينقص من قدرتها على المنافسة في الأسواق .
- لكن ورغم هذه النسبة المعتبرة إلا أن النسبة الأولى مرتفعة بحيث يمكن القول أن الصورة التي يحملها أفراد العينة كذلك في هذا الجانب كذلك إيجابية في عمومها بتحفظ نسبي .

الجدول رقم 21: يوضح إن كان للمصارف الإسلامية أهدافا خارجة عن الربح .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	55	%91.66
لا	05	%08.33
المجموع	60	%100

كان يهدف طرح هذا التساؤل على المبحوثين لمعرفة آرائهم حول ما إذا كان للمصارف الإسلامية في إطار معاملاتها مع عملائها أهداف خارجة عن الربح المادي الذي يعتبر جوهر النشاط المالي والمصرفي خصوصا بالنسبة للمصارف التقليدية التي تتعامل وفق أساليب للتمويل لا تتحمل ولا تتقاسم فيها الخسارة مع العملاء ، وهذا ما لا نجد مع المصارف الإسلامية التي تنتهج أساليب لاربوية وتشارك فيها العميل في الربح والخسارة معا ، وهذا ما عبر عنه المبحوثون حيث فاقت نسبة من يرون منهم أن هذه المؤسسات لا تهدف فقط إلى تحقيق الربح فقط على حساب عملائها 91% ، وهي نسبة مرتفعة جدا تؤكد أن للمصارف الإسلامية فعلا أهداف أخرى بالموازاة مع تحقيق جانب من الربح باعتبارها مؤسسات ربحية .

الجدول رقم 22: يوضح هل تمتلك المصارف الإسلامية الحصانة ضد الأزمات المالية .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	58	96.66%
لا	02	3.33%
المجموع	60	100%

لقد أثبتت الأزمة المالية الراهنة عجز المؤسسات المصرفية التقليدية الربوية على الصمود في وجه الأزمات ، وهذا ما جعلنا نتطلع إلى معرفة آراء الباحثين بخصوص امتلاك المصارف الإسلامية الحصانة ضد الأزمات المالية والاقتصادية التي تهمز السوق المالية ، فكانت النتائج وبنسبة 98% تؤكد أن المصارف الإسلامية وباستنادها لأحكام الشريعة الإسلامية في معاملاتها وعدم التعامل بالفوائد الربوية هي تمتلك الحصانة ضد الأزمات التي تعصف بالسوق المالية والمصرفية بين الحين والآخر. وبذلك فالمصارف الإسلامية تعتبر في نظر الأكاديميين والمختصين في الاقتصاد أبرز بديل عن المصارف الربوية المنهكة بسبب الأزمة الأخيرة ، حيث أثبتت صمودها بشكل بارز جلب انتباه حتى الدول الغربية التي أقبلت على فتح فروع لها تقدم خدمات مصرفية إسلامية مع إقبال العديد من الجامعات الغربية على تدريس الاقتصاد الإسلامي وتطبيق آلياته لتدعيم نظامها المصرفي المنهار .

الجدول رقم 23: يوضح مستوى الحصانة ضد الأزمات المالية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
حصانة قوية	34	56.66%
حصانة متوسطة	20	33.33%
حصانة ضعيفة	06	10%
المجموع	60	100%

أظهرت النتائج الخاصة بمستوى الحصانة الذي تتمتع به المؤسسات المصرفية الإسلامية ضد الأزمات المالية حسب أفراد العينة أن نسبة 56.66% منهم يعتبرون مستوى الحصانة قويا، في حين بلغت نسبة من يرون أن مستوى الحصانة هو مستوى متوسط لا يقي هذه المؤسسات من بعض الأزمات المالية الحادة 33.33%، أما نسبة الأساتذة الذين يعتبرون مستوى الحصانة ضعيفا فكانت ضئيلة وقدرت ب 10%. وإذا أردنا استخلاص نتيجة عامة حول مستوى الحصانة الذي تتمتع به المصارف الإسلامية حسب الباحثين فهو مستوى يمكننا أن نعتبر آراء الباحثين كانت إيجابية في عمومها (استنادا إلى النتائج في الجدول أعلاه) وهذا مؤشر آخر يدعم الصورة الإيجابية العامة التي يحملها الباحثون عن المصارف الإسلامية .

الجدول رقم 24: يوضح مستوى الحصانة مقارنة مع المصارف التقليدية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
حصانة أقوى	55	91.66%
حصانة مساوية	02	3.33%
حصانة أقل	03	05%
المجموع	60	100%

إذا كانت المصارف الإسلامية تتمتع بمستوى عال من الحصانة ضد الأزمات المالية، فإن هذا يدفعنا إلى التساؤل حول مقارنة هذا المستوى مع المصارف التقليدية ، فجاءت النتائج مؤكدة أن الأساتذة المبحوثين وبنسبة بلغت 91.66% يرون أن المصارف الإسلامية هي مؤسسات مالية تتمتع بمستوى حصانة ضد الأزمات المالية يفوق ذلك الذي تتمتع به المصارف التقليدية ، في حين بلغت نسبة من يساوي بين المستويين 3.33% ، و05% ممن يرون أن المصارف التقليدية هي الأحسن من المصارف التقليدية ضد الأزمات المالية ، لكنها تظل نسبة منخفضة وضيئلة جدا مقارنة مع النسبة الأولى . ومنه يمكن القول أن ثقة الأساتذة المبحوثين في المصرفية الإسلامية كنظام له آليته المستندة إلى أحكام الشريعة الإسلامية في عمومها هي ثقة عالية تعزز الصورة الإيجابية التي يحملونها عن هذا الشكل من المصارف .

الجدول رقم 25: يبين هل تمتلك المصارف الإسلامية القدرة على تجنب السوق المالية أزمات حادة.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	52	86.66%
لا	08	13.33%
المجموع	60	100%

يرى الباحثون و بنسبة بلغت 86% أنه إذا ما تم تبني المصارف الإسلامية بدل التقليدية في السوق المالية العالمية فإن من شأن هذا أن يجنب السوق المالية المحلية والإسلامية أزمات حادة مثل الأزمة الأخيرة ، وذلك لطبيعة نشاط هذه المؤسسات المستند لأحكام الشريعة الإسلامية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح بالطرق الربوية غير الشرعية والتي لا تراعي فيها سوى مصلحتها دون مصلحة متعامليها ، لكنها تشارك المتعاملين معها في الربح والخسارة من خلال اعتماد وتطبيق أساليب تمويل خاصة بها تساهم من خلالها في تحقيق الربح وتنمية المجتمع ومساعدة الفئات المحرومة والفقيرة من جهة أخرى وهذا ما لا تقوم به المصارف التقليدية .

الجدول رقم 26: يبين امتلاك المصارف الإسلامية القدرة على المنافسة مستقبلا.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	54	90%
لا	06	10%
المجموع	60	100%

أوضحت النسب المحصل عليها في الجدول أعلاه أن الأغلبية العظمى من الأساتذة الباحثين هم متفائلون إزاء مستقبل المصارف الإسلامية وقدرتها على المنافسة مستقبلا في السوق المالية الدولية ، خصوصا مع تراجع المصرفية التقليدية واقتناع الدول الغربية بضرورة إيجاد نظام مصرفي بديل عن النظام المنهار من شأن آلياته أن تجنب السوق المالية اضطرابات وأزمات مالية حادة ، وليس هذا النظام سوى النظام المصرفي الإسلامي بمؤسسات التي تعرف انتشارا متواصلا على المستويين الإسلامي والدولي ، في حين بلغت نسبة المتشائمين بمصير هذه المؤسسات 10% وهي نسبة منخفضة مقارنة مع الأولى ما يجعلنا نقول أن نظرة الأساتذة لمستقبل المصارف الإسلامية هي نظرة إيجابية بدورها تدعم هي كذلك الصورة الإيجابية العامة للمبشرين عن المصارف الإسلامية.

الجدول رقم 27: يوضح إمكانية اعتماد المصارف الإسلامية كبديل عن المصارف التقليدية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	57	95%
لا	03	05%
المجموع	60	100%

إذا كانت الأغلبية من المبحوثين متفائلين إزاء مستقبل المصارف الإسلامية وقدرتها على المنافسة في السوق المالية مستقبلا في ظل تراجع المصرفية التقليدية وتزعزع صورتها ، فقد أظهرت النتائج أن الأمر كذلك بخصوص إمكانية اعتماد هذا الشكل من المصارف مستقبلا لا من طرف الدول الإسلامية فقط وإنما من طرف الدول الغربية التي تعتمد على النظام المصرفي التقليدي الذي يسعى إلى تحقيق أرباح ربوية على حساب المتعاملين ، حيث بلغت نسبة الأساتذة الذين يرون أنه من الممكن اعتماد وتبني المصرفية الإسلامية كبديل عن النظام المصرفي الربوي مستقبلا 95% وهي نسبة مرتفعة جدا تعبر عن الصورة الإيجابية والنظرة التفاؤلية التي يحملها أغلبية أفراد العينة عن المصارف الإسلامية ومستقبلها الواعد في ظل الإقبال المتزايد على تبنيها والعمل بآلياتها الكفيلة بحفظ توازن السوق المالية ، ومراعاة مصالح البنك والمتعاملين معا . أما نسبة المتشائمين من مستقبل المصارف الإسلامية في هذا الإطار فكانت نسبة ضئيلة لم تتجاوز 05% .

الجدول رقم 28: يبين كيفية اعتماد المصارف الإسلامية كبديل عن المصارف الربوية .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
إنشاء فروع إسلامية داخل المصارف التقليدية	14	23.33%
تحول المصارف الربوية تدريجياً إلى إسلامية	38	63.33%
تحول المصارف الربوية كلياً إلى إسلامية	08	13.33%
المجموع	60	100%

بالنسبة للشكل والكيفية التي سيتم وفقها اعتماد المصارف الإسلامية كبديل عن المصارف التقليدية اقترحنا على الباحثين ثلاثة أشكال وكيفيات لهذا التحول ، التحول الأول يكون بإنشاء فروع تقدم خدمات مصرفية إسلامية داخل البنوك الربوية ، والاقتراح الثاني شمل التحول التدريجي لهذه الأخيرة إلى بنوك إسلامية ، أما الاقتراح الأخير فيكون بالتحول الكلي للمصرفية الإسلامية ، فكانت النسبة الكبيرة 63.33% لصالح الاقتراح الثاني القاضي بالتحول التدريجي والمرحلي نحو العمل وفق المصرفية الإسلامية ، أما النسبة الثانية 23.33% لصالح الاقتراح الأول الداعم لإنشاء فروع داخل البنوك التقليدية تقدم خدمات مصرفية ومالية إسلامية ، وأخيراً نسبة 13.33% كانت للاقتراح الأخير الداعم لفكرة التحول الكلي إلى المصرفية الإسلامية . وإذا أردنا تفسير ارتفاع النسبة الخاصة بالاقتراح الثاني يمكن القول أن الأساتذة يميلون لهذه الكيفية للتحول إلى المصرفية الإسلامية باعتبار أن عملية التحول تحكمها جملة خطة وفق مراحل تتركز على جملة من الإجراءات التي تضمن تحولاً ناجحاً للمصرفية الإسلامية (تدريب الكادر البشري على العمل بالنظام الجديد ، تحديد قائمة للخدمات المصرفية التقليدية التي لا تتوافق مع الشريعة الإسلامية ...) أي أن عملية التحول تتطلب وقتاً كافياً يضمن لها النجاح والتكيف التدريجي للمتعاملين مع هذا الشكل من المصارف ، كما أن إدارة البنك كذلك يكون لها الوقت الكافي للتعريف بأنشطتها وخدماتها الجديدة لمعاملتها .

الجدول رقم 29: يوضح استشراف المبحوثين لمستقبل المصارف الإسلامية .

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
تبني كافة الدول الإسلامية للمصرفية الإسلامية	35	58.33%
تبني الدول الغربية للمصارف الإسلامية كلياً	05	8.33%
تبني الدول الغربية للمصارف الإسلامية جزئياً	20	33.33%
المجموع	60	100%

من خلال النسب المحصل عليها في الجدول أعلاه يتضح أن الأساتذة المبحوثين يحملون نظرة تفاؤلية إزاء مستقبل المؤسسات المصرفية الإسلامية ، حيث تنبأ 58.33% منهم أن هذا الشكل من المصارف سيتم تعميم التعامل به في كافة الدول الإسلامية ، باعتبار هذه الأخيرة هي المجال الخصب لنشاط المصارف الإسلامية نظراً لعقيدة المسلمين التي تنبذ التعامل بالربا والفوائد الربوية ، حيث يشعر عدد كبير من المسلمين بالحرج في تعاملهم مع المصارف التقليدية التي تتعامل بالفوائد الربوية ما يجعلهم يقبلون على المصارف الإسلامية في تعاملاتهم المصرفية والمالية. كما أن نسبة قدرت ب 33.33% يرون أن المصارف الإسلامية سيتم تبنيها والتعامل بآلياتها جزئياً في الدول الغربية مقابل نسبة 8.33% ممن يرون أن الدول الغربية ستتحول كلياً للعمل بالمصرفية الإسلامية ، وهذا الانخفاض في النسبة الأخيرة ربما يفسره صعوبة تحقق مثل هذا الهدف خاصة والدول الغربية هي دول لا تدين الإسلام وهي متساهلة مع قضية الفوائد الربوية التي لا تشكل عائقاً في المعاملات المصرفية . غير أن الدول الغربية كما يرى ذلك الأساتذة ستقبل على التعامل بالمصرفية الإسلامية ولو عن طريق إنشاء فروع داخل المصارف التقليدية تقدم خدمات مصرفية إسلامية .

2-2-04 النتائج العامة للدراسة بعد استعراض النسب في الجداول والتعليق عليها

وتفسيرها يمكننا استخلاص جملة من النتائج العامة التي تقدم في مجملها إجابات على التساؤلات الفرعية التي بدورها ستقدم إجابة على التساؤل الرئيسي للبحث. هذه النتائج نستعرضها تبعا لتساؤلات الدراسة الخمسة، كما يلي:

❖ كشفت الدراسة أن أهم مصدر اعتمد عليه الأساتذة في تكوين صورة ذهنية عن

المصارف الإسلامية هي المطالعات التي تلقوها عن المصرفية الإسلامية، في حين أن المصادر الأخرى (التدريس، الإشراف على المذكرات والرسائل، الملتقيات...).

كانت مساهمتها محدودة، ويظهر ذلك من خلال النسب المحصل عليها الآتية:

- 91.66% من الأساتذة المبحوثين كانت لهم قراءات عن المصرفية الإسلامية.

- 83.33% منهم لم يؤلفوا عن المصارف الإسلامية .

- 58.33% من المبحوثين لم يشرفوا على مذكرات حول المصرفية الإسلامية .

- 66.66% لم يشاركو في ملتقيات عن المصارف الإسلامية .

- 61.66% لم يشغلوا مناصب في القطاع المصرفي .

❖ تتمتع المؤسسات المصرفية الإسلامية بمكانة هامة لدى المبحوثين ويظهر ذلك من

خلال النسب المحصل عليها:

- 60% من الأساتذة المبحوثين يرون أن المصارف الإسلامية تتمتع بمكانة هامة في

السوق المالية .

- 66.66% منهم يرون أن هذه المكانة تشمل الدول الإسلامية، و 30% على المستوى

الدولي .

- 66.66% منهم يرون أن للمصارف الإسلامية قوة تنافسية .

- 80% من المبحوثين يرون أن مكانة المصارف الإسلامية هي مكانة أحسن عندهم من مكانة

المصارف التقليدية .

❖ تتمتع الخدمات المصرفية الإسلامية بصورة ذهنية إيجابية لدى المبحوثين ويبرز ذلك من خلال النسب الآتية :

- 80% من الأساتذة يرون أن المصارف الإسلامية تتوفر على جميع الخدمات المصرفية التقليدية (بصبغة إسلامية) ، أي أن هناك إشباعا لحاجات المتعاملين .

- 80% منهم كذلك يرون أن المؤسسات المصرفية الإسلامية تتميز عن التقليدية بخدمات مصرفية إضافية .

- 63.33% من المبحوثين يرون أن هذه الخدمات تتوافق مع المعايير الدولية.

❖ يرى المبحوثون أن المصارف الإسلامية تتمتع بحصانة قوية ضد الأزمات المالية، وأنها قادرة على تجنب السوق المالية هذه الأزمات إذا اعتمدت كبديل عن المصارف التقليدية، والنسب التالية تبرز ذلك :

- 96.66% من الأساتذة يرون أن المصارف الإسلامية تمتلك الحصانة ضد الأزمات المالية.

- 56.66% يعتبرون هذه الحصانة قوية .

- 91.66% يرون أن حصانة المصارف الإسلامية ضد الأزمات أقوى منها لدى المصارف التقليدية.

- 86.66% يرون أنها قادرة على تجنب السوق المالية أزمات حادة .

❖ يحمل أفراد العينة نظرة استشرافية إيجابية عن مستقبل هذه المؤسسات ، ويتجلى ذلك في النسب الآتية :

- 90% منهم يرون أن هذه المؤسسات لديها القدرة على منافسة المصارف التقليدية مستقبلا .

- 95% يرون بإمكانية اعتمادها كبديل عن المصارف التقليدية .

الخاتمة

الخلاصة : لقد حاولنا من خلال إجراء هذه الدراسة الميدانية واستجابة لحملة من الأسباب، الإجابة على تساؤل يتعلق بطبيعة الصورة الذهنية التي يحملها نخبة من أساتذة العلوم الاقتصادية عن المؤسسات المصرفية الإسلامية، التي تستند في معاملاتها إلى قواعد الشريعة الإسلامية، هذا التساؤل الذي يكتسي أهميته ربما من الظروف الخاصة التي تمر بها السوق المالية الدولية وإفلاس العديد من كبريات المصارف العالمية الربوية، ما طرح بقوة فكرة البديل عن هذا النظام المصرفي الربوي العاجز عن تجنيد السوق المالية أزمات حادة مثل الأزمة الأخيرة.

وقد أظهرت النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية أن هذه المؤسسات تتمتع بصورة إيجابية لدى الأساتذة الباحثين، سواء فيما يتعلق بالخدمات المصرفية، الحصانة ضد الأزمات أو مستقبل هذه المؤسسات وامتلاكها المؤهلات للمنافسة في السوق مستقبلاً. ولاشك أن مثل هذه النتيجة تجعلنا نتنبأ بمستقبل جيد للمصرفية الإسلامية كبديل عن النظام المصرفي الربوي الذي أمهكته الأزمة المالية الأخيرة، ومهدت لمزيد من الاهتمام والإقبال على تبني المصرفية الإسلامية على المستويين النظري والعملي، وذلك عن طريق التحول الكامل للمصرفية الإسلامية أو على الأقل إنشاء فروع إسلامية داخل المصارف التقليدية، إضافة إلى إقبال المؤسسات البحثية الغربية على تدريس الاقتصاد الإسلامي. هذا ورغم هذه النظرة التفاؤلية من طرف المختصين إزاء مستقبل هذا الشكل من البنوك، يبقى على هذه المؤسسات المزيد من الجهود في سبيل تعميم التعامل بخدماتها في كافة الدول الإسلامية وغزو الأسواق المالية الدولية. ولعل الظروف الحالية التي تمر بها الأسواق المالية العالمية هي الفرصة المواتية لتحقيق خطوة هامة نحو تحقيق هذا الهدف، خصوصاً والجهود الفكرية حول المصرفية الإسلامية كبديل عن التقليدية قد تعززت على مستوى الدول الإسلامية والغربية حتى. وأخيراً نأمل أن تكون هذه الدراسة الميدانية قد نجحت في تحديد صورة المصرفية الإسلامية لدى الأساتذة الباحثين، دراسة

قد تفقد أهميتها مع تغير الصورة التي يحملها الأساتذة نحو هذا الشكل من المصارف.
وسواء كان هذا التغير نحو الإيجاب أو السلب، فإنه يحتم ضرورة إجراء دراسة ميدانية
أخرى قد تكون هذه الدراسة هي المنطلق لذلك.

قائمة المراجع

01- المراجع باللغة العربية

1-01 الكتب:

- 01- أحمد النجار : عن البنوك الإسلامية: ماذا قالوا؟ القاهرة، اتحاد البنوك الإسلامية، 1982.
- 02- أبو بكر بن محمد الحسيني الشافعي: كفاية الأخبار ، الجزء 01،
- 03- ابن سعد ، الطبقات الكبرى ، ج1 ، دار بيروت للطباعة ، بيروت 1960.
- 04- أبو بكر أحمد الحسين بن علي البيهقي - مطبع مجلس دائرة المعارف العثمانية بجيدر باد الدكن - الهند - ط1. 1325هـ.
- 05- ابن قدامى، المعنى، ج5 ، ط3 ، القاهرة دار المنار ، 1947.
- 06- ابن ماجة القزويني ، سنن ابن ماجة ، القاهرة ، مطبعة عيسى الباي الحلبي ، 1953
- 07- ابن تيمية: مجموع فتاوى ابن تيمية- مكتبة المعارف، المغرب.
- 08- أحمد عيسى عاشور، الفقه الميسر في العبادات والمعاملات، القاهرة، دار الاعتصام، 1979، ط4.
- 09- أحمد عثمان، منهج الإسلام في المعاملات المالية، القاهرة، 1978.
- 10- إبراهيم إمام : العلاقات العامة والمجتمع ، ط2 ، القاهرة ، مكتبة الأنجلومصرية 1967.
- 11- أيمن منصور ندا: الصورة الذهنية والإعلامية ، المدينة برس 106، ط1 ، القاهرة 2003.
- 12- أحمد بن مرسلي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال . ديوان المطبوعات الجامعية . الجزائر. 2005.
- 13- جمال صليبا : المعجم الفلسفي ج1 ، الشركة العالمية للكتاب ، لبنان ، 1994م.

- 14- حسين محمد علي ، المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة ، القاهرة، مكتبة الأنجلومصرية ، 1976
- 15- لارامي / ب فالي : البحث في الاتصال عناصر منهجية . ترجمة أ.د/ فضيل دليو وآخرون . ط 2 . مخبر علم الاجتماع الاتصال - قسنطينة - . 2009.
- 16- محسن الخضيرى : البنوك الإسلامية ، دار الحرية القاهرة ، ط 1 ، 1990.
- 17- محمد حسين الداري ، حسين محمد سمحان : المصارف الإسلامية الأسس العلمية والتطبيقات العملية ، دار المسيرة ، ط 2، 2008.
- 18- محمد مصطفى الحسيني، الفقه الإسلامي في أحكام العقود ، القاهرة 1980.
- 19- محمد الشحات الجندي، عقد المراجعة بين الفقه الإسلامي والتعامل المصرفي - دار النهضة ، القاهرة ، 1986.
- 20- محمد ناجي الجوهر : وسائل الاتصال في العلاقات العامة ، مكتبة الرائد العلمية ، ط 1 ، عمان ، 2000.
- 21- محمد يوسف: فن العلاقات العامة. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة ، 2002،
- 22- مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية . مؤسسة الوراق - عمان- ط 1، 2000.
- 23- منصور زيد المطيري: الصياغة الإسلامية لعلم الاجتماع - الدواعي والإمكانيات. كتاب الأمة رقم 33 . مركز البحث والمعلومات . وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية . قطر . 1413 هـ.
- 24- ناصر غريب: أصول المصرفية الإسلامية ، دار أوللو ، القاهرة ، ط 1 1996.
- 25- سيد الهواري، مامعنى بنك إسلامي ، القاهرة ، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية ، 1982.

- 26- سيد سابق، فقه السنة . القاهرة ، دار التراث ، 1988 .
- 27- عبد القادر طاش ، صورة الإسلام في الإعلام الغربي ، الزهراء للإعلام العربي ، 1993 ، ط2 .
- 28- عبد الحميد المغربي وصفاء الشريبي، الإدارة الإستراتيجية للبنوك الإسلامية ، مطبوعات المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب ، البنك الإسلامي للتنمية ، جدة ، 2004 .
- 29- عبد المجيد حمود البعلي : المدخل لفقه البنوك الإسلامية ، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية ، 1983 ،
- 30- عبد السميع المصري : المصرف الإسلامي علميا وعمليا ، مكتبة وهبة ، القاهرة ، ط1 ، 1988 .
- 31- علي عبد القادر، فقه المضاربة ، مطبوعات الشركة الإسلامية للاستثمار ، 1981 .
- 32- علي جمال عوض ، عمليات البنوك من الواجهة القانونية ، القاهرة ، دار النهضة العربية .
- 33- علي عوجة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية.عالم الكتاب، القاهرة ،
- 34- فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 1999م .
- 35- غسان قلعاوي:المصارف الإسلامية ضرورة عصرية لماذا؟ وكيف؟ دارالمكتبي، ط1، 1988 .

2-01- الرسائل و المذكرات:

- 01- أحمد تمام ، المحافظة على رأس المال في الفكر الإسلامي ، مذكرة ماجستير غير منشورة كلية التجارة جامعة الأزهر . 1975.
- 02- أميرة مشهورة: دوافع وصيغ الاستثمار في الاقتصاد الإسلامي رسالة دكتوراه - جامعة القاهرة .
- 03- الأنصاري "العلاقة بين الكفاية المهنية لدى البنوك وبعض السمات الشخصية"، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة الأزهر، 1983م.
- 04- الغريب ناصر : التمويل بالمشاركة ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة .
- 05- جميل أحمد : الدور التنموي للبنوك للإسلامية ، رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر - 2006.
- 06- جهيدة زبيدة ، صورة المؤسسة الخدمية لدى جمهورها الخارجي ، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري. 2010
- 07- سمير رمضان الشيخ ، التطوير التنظيمي في البنوك الإسلامية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة بسوهاج ، جامعة أسيوط 1994
- 08- عادل حسيني علي رضوان ، مذكرة ماجستير ، البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق ، جامعة الأمير عبد القادر 1996.
- 09- صليحة العابد ، الصورة النمطية للمرأة في الصحافة النسوية الجزائرية ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري ، 2003
- 10- خلف سليمان النمري: شركة الاستثمار الإسلامية ، مذكرة ماجستير ، جامعة أم القرى- مكة ، 1983.

3-01- القواميس والموسوعات :

- 01- الموسوعة العربية الميسرة ، دار الشعب ومؤسسة فراكين للطباعة و النشر، ط2، 1972.
- 02- منير البعلبكي ، المورد ، دار العلم للملايين ، بيروت ، 1983.
- 03- ابن منظور الأفرقي ، لسان العرب ، دار بيروت للطباعة والنشر ، بيروت.
- 04- دائرة المعارف لأعمال البنوك المالية ، بوستن ، 1962.
- 05- الموسوعة العلمية والعملية للبنوك الإسلامية ، القاهرة ، اتحاد البنوك الإسلامية ، 1980.

4-01- البحوث :

- 01- الصديق محمد الضرير، أشكال الاستثمار في البنوك الإسلامية، بحث مقدم لندوة الاستثمار بجدة المنعقدة في الفترة من 1 - 12 ديسمبر 1980.
- 02- كنيفر : صراع العالم حول السلطة - نقلا عن بحث الدكتور أحمد النجار : البنوك الإسلامية وأثرها في الاقتصاد الوطني - مجلة المسلم المعاصر ، العدد 24، 1980.

02- المراجع باللغة الأجنبية :

1-02- الكتب :

-

1- Jones . Jerre : public relations for the design professional, new York, me Graw hill book company . 1980.

2- Canfield Bertrand : public relations principles. Cases and problem sixth edition. home wood. Illions Richard d, irwin inc .1973.

3- Cultip ,Scott and Ralf Tolol : human relations in organization. Minnesota west publishing company 1978 .

4- Kenneth Boulding : the image, university of Michigan press , 1956.

5- Maurice Angers , initiation pratique a la methodologie des sciences humaines , Casbah université alger , edition CECINC . Qebec , 1997.

6- Jefkins Frank : planned press and public relations . London , international text book company limited , 1997

02-2 - القواميس :

1- Webster's new collegiate dictionnary .spring field .mass M:G AND C . 1997.

03 مواقع الانترنت:

01- <http://alhadhariya.net/dataarch/dr-falsafyyah/index57.htm>

02- <http://knol.google.com>

03- <http://.arabcheart.com>

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة منتوري قسنطينة
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية
قسم علوم الإعلام والإتصال

استمارة استبيان حول موضوع :

الصورة الذهنية للمؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة العلوم الاقتصادية
- دراسة ميدانية في بعض جامعات الشرق الجزائري -

في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال
تخصص - العلاقات العامة -

إشراف : أ د / فضيل دليو

إعداد الطالب : جنيح أمين

السنة الجامعية : 2010 - 2011

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التخصص المذكور أعلاه والموسومة ب
: صورة المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى أساتذة العلوم الاقتصادية ، ولتحقيق
أهداف البحث اقترحت مجموعة من الأسئلة في شكل استمارة استبيان ، لذلك نرجو منكم
أن تجيبوا على الأسئلة المطروحة . تأكدوا أن الإجابات ستكون محل سرية تامة ولن
تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

نشكر لكم تعاونكم مسبقا .

- ضع علامة (x) في الخانة المناسبة .

بيانات شخصية :

01- الجنس : ذكر أنثى

02- الدرجة العلمية : أستاذ (ة) مساعد (ة)

أستاذ (ة) محاضر (ة)

أستاذ (ة) التعليم العالي

03- مكان العمل : - جامعة جيجل

- جامعة منتوري قسنطينة

- جامعة سوق أهراس

مصادر تكوين الصورة :

04- هل درست أو تدرس مقاييس حول البنوك الإسلامية ؟

نعم لا

05- هل قرأت من قبل عن المصرفية الإسلامية ؟

نعم لا

05-1- في حالة الإجابة بنعم حدد : - قراءات كثيرة

- قراءات متوسطة

- قراءات قليلة

06- هل سبق لك أن نشرت مؤلفاً حول المصارف الإسلامية؟
نعم لا

06-1 في حالة نعم حدد: كتاب مقال
أخرى تذكر:

07- هل أشرفت أو تشرف على مذكرات حول المصارف الإسلامية؟
نعم لا

07-1 في حالة نعم حدد: دكتوراه
ماجستير
ليسانس

08- هل سبق لك أن شاركت في ملتقيات ومؤتمرات حول المصارف الإسلامية؟
نعم لا

09- هل شغلت أو تشغل منصبا في أي من المصارف التقليدية أو الإسلامية؟
نعم لا

- طبيعة الصورة الذهنية:

03-1 مكانة المصارف الإسلامية:

10- ما هي صورة المصارف الإسلامية عموماً لديك؟

صورة إيجابية
صورة سلبية

11- هل تعتقد أن المصارف الإسلامية تتمتع بمكانة هامة في السوق المالية؟
نعم لا

- 11-1- في حالة نعم حدد : - على المستوى المحلي
- على مستوى العالم الإسلامي
- على المستوى العالمي

12- هل تعتقد أن المصارف الإسلامية تملك قدرة تنافسية عالية في السوق المالية؟
نعم لا

13 - ماهي مكانة المصارف الإسلامية لديك مقارنة مع المصارف التقليدية ؟
مكانة أحسن
نفس المكانة
مكانة أدنى

03-2 صورة الخدمات المصرفية (الجودة والإشباع) :

14- تقوم المصارف الإسلامية بتقديم جميع الخدمات المالية والمصرفية التقليدية ؟
نعم لا

15- هل تتميز المصارف الإسلامية بتقديم خدمات مصرفية إضافية ؟
نعم لا

16- هل تتوافق الخدمات المصرفية الإسلامية مع المعايير المالية الدولية ؟
نعم لا

17- هل تملك المصارف الإسلامية أهداف خارجة عن الربح ؟
نعم لا

18- هل تملك المصارف الإسلامية الحصانة ضد الأزمات المالية والإقتصادية؟

نعم لا

18-1- في حالة الإجابة بنعم حدد مستوى الحصانة :

حصانة قوية جدا

حصانة متوسطة

حصانة ضعيفة

18-2 حدد مستوى الحصانة مقارنة مع المصارف التقليدية :

حصانة أقوى

حصانة مساوية

حصانة أقل

19- هل تملك المصرفية الإسلامية القدرة على تجنب السوق المالية أزمات حادة مثل الأزمة الراهنة؟

نعم لا

04- مستقبل المصارف الإسلامية (استشراف):

20- هل تملك المصارف الإسلامية القدرة على منافسة البنوك الربوية مستقبلا؟

نعم لا

21- هل يمكن اعتماد المصارف الإسلامية كبديل عن المصارف الربوية مستقبلا؟

نعم لا

21-1- في حالة الإجابة بنعم حدد :

- إنشاء فروع إسلامية داخل المصارف الربوية
- تحول المصارف الربوية تدريجيا إلى إسلامية
- تحول المصارف الربوية كليا إلى إسلامية

22- ما هو استشرافك لمستقبل المصارف الإسلامية ؟

- تبني كافة الدول الإسلامية للمصرفية الإسلامية
- تبني الدول الغربية للمصارف الإسلامية جزئيا
- تبني الدول الغربية للمصارف الإسلامية كليا

بسم الله الرحمن الرحيم

(عقد مضاربة)

إنه في يوم / / 14 هـ الموافق / / 200م تحرر هذا العقد بمدينة _____ بين كل من
1-المصرف.....الإسلامي:

و يمثله السيد / _____ طرف أول
2-السيد /----- طرف

ثاني

و مقره -----
و الذي يقر بأهلية الكاملة للتصرفات المالية عن نفسه و بصفته.

تعهد

لما كانت أحكام الشريعة الإسلامية الغراء قد أوضحت أن من بين الإستثمارات الحلال المضربة الشرعية
وهي شركة من شركات الفقه الإسلامي و تتكون من طرفين :
المال من جانب العمل من جانب آخر ، وصاحب المال يسمى (رب المال) و القائم بالعمل و الاستثمار يسمى
(المضارب) ، ولما كان المصرف الفلاحي الإسلامي و يمثله السيد /----- طرف
أول يرغب في إستثمار أمواله بطريق المضاربة الشرعية - وحيث أن الطرف الثاني شركة /منشأة غرضها ---

----- ترغب في تمويل :-----

----- (بنظام المضاربة الإسلامية) و انه قد أتضح من
الدراسات أن إجمالي الأرباح المنتظرة في هذا المجال تبلغ % سنويا بإذن الله.
فقد اتفق الطرفان على أن يقوم الأول بتمويل الثاني بمبلغ ----- فقط (-----) بصفة
البنك في هذه الحالة (رب المال).

ويقوم الطرف الثاني باستثمار هذا المال هذا المال طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية في الغرض المتفق عليه و الذي لا
يخرج من النعهد الوارد بهذا العقد بصفته في هذه الحالة (مضارب). و قد اتفق الطرفان على ما يأتي:

1) يعتبر التمهيدي السابق جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد.

2) مدة هذا العقد.....

بعده . . .

الطرف ثاني

الطرف أول

3) اتفق الطرفان على أن يكون حجم التمويل الذي يقدمه البنك في حدود مبلغ ----- (و فقط وقدره)-----

-----.

و أي تجاوزات لهذا المبلغ أو تجديد لمدة العقد يجب أن يكون بموجب إتفاق جديد يقره الطرفان. على انه في

حالة التجديد فيجب أن يتم ذلك في مدة أقصاها ----- قبل تاريخ انتهاءها العقد.

4) اتفق الطرفان على أن يلتزم الطرف الثاني بنظام المضاربة وفق القواعد الشرعية على أن يلتزم الطرف الثاني باستخدام المبالغ المشار إليها في البند الثالث في عملياته و نشاطه الواردة مصدر هذا العقد فقط و إن يكون عمله في إطار أحكام الشريعة الإسلامية الغراء.

5) ما يقوم به البنك من خدمات مصرفية لقاء أجر يعتبر من المصاريف الفعلية التي تخصم من الربح قبل توزيعه و يلتزم الطرف الثاني بأن تتم كافة العمليات المصرفية بهذا النقد لدى المصرف الإسلامي.

6) اتفق الطرفان على ان يكون توزيع الأرباح الناتجة من عملية المضاربة المذكورة كما يلي :

أ- المضارب ----- (ب) لرب العمل -----

7) اتفق الطرفان على أنه في حالة الخسارة لا قدر الله يتحملها البنك (رب المال) و يكفي الضارب (الطرف الثاني) خسارة جهده ما لم يثبت أن الطرف الثاني (المضارب) قد أساء الاستعمال أو قصر في حفظ المال أو خالف ما اشترط عليه رب المال . وفي هذه الحالة يلتزم الطرف الثاني (المضارب) بضمان الخسارة الناتجة عن ذلك .

8) من المتفق عليه بين الطرفين أنه في حالة التزام الطرف (المضارب) بضمان المال شرعا على نحو ما تم توضيحه بالبند السابع فإن كفيله في الضمان -----

9) يتعهد المضارب بموافاة المصرف بأية ضمانات إضافية فور طلبها (في حالة ما يرى البنك أن الضمانات المقدمة إليه غير كافية) و ذلك في خلال أسبوع واحد من تاريخ طلبها بخطاب موصى عليه.

10) يتعهد المضارب بمسؤوليته التامة عن المواصفات الخاصة بالمبلغ موضوع المضاربة و أن يتحرى الدقة الكاملة عند شرائها و إتباع الأساليب العلمية في عمليات التخزين و التسويق.

بعده ...

الطرف ثاني

الطرف أول

11) يتعهد المضارب بإمساك سجلات منتظمة خاصة بهذه العملية و يتعهد بتمكين مندوبي المصرف (رب المال) من الإطلاع على السجلات المذكورة و إجراء المراجعة المستندية و الحسائية و الجر ديق على أن يتم ذلك بدون أي إعتراض من المضارب.

12) يتعهد الطرف الثاني (المضارب) بإعداد قائمة المركز المالي و حسابات متاجرة و تقرير عن سير العمل و تصريف البضائع موضوع المضاربة و ذلك للتأكد من صحة المركز المالي المذكور و أن أموال المضاربة مستخدمة في الغرض المتفق عليه.

13) يتعهد الطرف الثاني (المضارب) بضرورة سداد قيمة المستحق للطرف الأول (رب المال) في المواعيد المتفق عليها، فإن التأخر في تقديم المركز المالي أو التقرير الدوري عن موعده للمحاسبة تخفض حصته في الأرباح بنسبة مدة التأخير منسوبة إلى مدة المضاربة.

14) يتعهد الطرف الثاني (المضارب) بعدم إجراء أي رهن أو اختصاص على أحد أصوله إلا بعد الحصول على موافقة كتابية من البنك.

15) عند نشوء خلاف بين الطرفين في أمر يقدر عليه في هذا العقد أو في تفسيره أو تأويله أو تنفيذه يصعب حله و ديا يعرض على محكمين ملتزمين بالشريعة الإسلامية و يكون حكم المحكمين سواء صدر بالإجماع أو بالأغلبية حكما نهائيا و ملزما للطرفين.

و يتم اختيار المحكمين على النحو التالي:

= حكما يختاره الطرف الأول، و حكم يختاره الطرف الثاني باختيار محكمة أو إذا اختلف المحكمان المختاران في اختيار الحكم المرجح إختارت هيئة الرقابة الشرعية بالبنك حكما من الطرف الثاني أو الحكم الأرحح حسب الحالة. 16) كل نزاع ينشأ بين الطرفين في تفسير أو تأويل أو تنفيذ هذا العقد و كل ما لم يرد ذكره يتم فيه وفقا لأحكام القوانين و الأعراف التجارية النافذة في الجزائر و ما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية. 17) تحور هذا العقد من نسختين بيد كل طرف نسخة للعمل بموجبه.

طرف ثاني

طرف أول

بسم الله الرحمن الرحيم

(عقد مشاركة)

إنه في يوم / / 14 هـ الموافق / / 200م تحور هذا العقد بمدينة _____ بين كل من

1- المصرف.....الإسلامي:_____

و يمثل السيد /_____ طرف أول

2- السيد /_____

و مقره _____ طرف ثاني

الذي يقر بأهلية الكاملة للتصرفات المالية عن نفسه و بصفته.

مقدمة :

بناء على الطلب المقدم من الرف الثاني للطرف الأول المؤرخ في / / 14 هـ الموافق / / 200م للتعاون على أساس
مشاركة الطرفين في عملية -----

و على أساس الدراسات التي تمت بين ممثلي الطرفين فقد اتفق الطرفان على ما يلي:

- 1) تعتبر هذه المقدمة جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد.
- 2) اتفق الطرفان على أن يكون حجم المشاركة بينهما في حدود مبلغ ----- دينار.....).
- تكون حصة الطرف الأول % أي مبلغ -----
- تكون حصة الطرف الثاني % أي مبلغ -----
- 3) يتعهد الطرف الثاني بتحويل كافة حساباته و كذلك كافة الإيرادات الخاصة بنشاطاته المختلفة إلى حساب خاص يفتح باسمه لدى البنك (طرف الأول).
- 4) يلتزم الطرفان بتوزيع صافي عائد عطية المشاركة على النحو التالي :
= يتعهد الطرف الأول بالقيام بتقديم كافة الخدمات المصرفية التي يحتاجها الطرف الثاني بالأجور المحددة بالمصرف لهذه الخدمات .
= يتعهد الطرف الثاني بقيامه بالادارة و العمل نظير ----- % من صافي عائد العملية
= يوزع باقي العائد بعد ذلك بنسبة حصة مشاركة كل من الطرفين في رأس المال المشاركة .
- 5) عند حدوث خسارة لا قدر الله تكون نسبة مشاركة كل من الطرفين ما لم يثبت أن القائم بالعمل و الادارة قصر او أساء الاستعمال أو خلف الشروط المتفق عليها فإنه يتحمل الخسارة حينئذ .
- 6) يلتزم الطرف الأول بتنفيذ هذا الاتفاق إعتباراً من / / 14 هـ الموافق / / 200 م و يظل سارياً حتى -----

و للطرفي الحق في تجديد أو تمديد هذا الاتفاق لمدة أو مدد أخرى يتفق عليها فيما بينهما .

بعده...

الطرف ثاني

الطرف أول

- 6) اتفق الطرفان على أن يكون للطرف الأول الحق في مراجعة دفاتر و حسابات و مستندات العملية موضوع العقد و الموجودة لدى الطرف الثاني بواسطة مندوبين من قبله و في أي وقت شاء.
- 7) للطرف الأول الحق في أن يحفظ أو يحتجز تحت يده أي مبالغ أو أوراق أو مستندات قابلة للتظهير أو أموال أو مستندات مالية خاصة بالطرف الثاني في حيازة المصرف أو تحت تصرفه أو عملائه في حالة تأخر الطرف الثاني عن سداد نصيب الطرف الأول في الميعاد المحدد للمشاركة كما أن الحق في الرجوع على كافة أموال الطرف الثاني بطريق الحجز ضماناً لأموال الطرف الأول و حقوقه.
- 8) اتفق الطرفان على أن يودع الطرف الثاني المبالغ التي يتسلمها من الجهات الملتزمة بها و التي تستحق من العملية موضوع التعاقد في حساب المشاركة، ولذلك فيلتزم الطرف الثاني بأن يختار الجهات التي تستحق قبلها مبالغ بتحويل قيمتها إلى المصرف مباشرة، فإن لم يتخذ الطرف الثاني هذا الإجراء من جانبه يكون للمصرف الطرف الأول حق الاتصال مباشرة بهذه الجهات و مطالبتها بما هو مستحق قبلها سواء ودياً أو قضائياً.
- 9) يقر الطرف الثاني بتحملة و حده أي مسؤوليات أو غرامات أو عقوبات في حالة مخالفته للقانون التجاري دون أن يكون له الحق في الرجوع على الطرف الأول في هذا الشأن
- 11) عند نشوء خلاف بين الطرفين في أمر لم ينص عليه في هذا العقد أو في تفسيره أو تأويله أو تنفيذه و يصعب حله ودياً يعرض على محكمين ملتزمين بالشريعة الإسلامية و يكون حكم المحكمين سواء صدر بالإجماع أو بالأغلبية حكماً نهائياً

و ملزما للطرفين.

و يتم اختيار الحكمين على النحو التالي:

= حكما يختاره الطرف الأول، وحكم ا يختاره الطرف الثاني باختيار محكمة أو إذا اختلف الحكمان المختاران في اختيار الحكم

المرجح إختارت هيئة الرقابة الشرعية بالبنك حكما من الطرف الثاني أو الحكم الأرجح حسب الحالة.

12) كل نزاع ينشأ بين الطرفين في تفسير أو تأويل أو تنفيذ هذا العقد و كل ما لم يرد ذكره يتم فيه وفقا لأحكام القوانين و

الأعراف التجارية النافذة في الجزائر و ما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية.

13) تحرر هذا العقد من نسختين بيد كل طرف نسخة للعمل بموجبه.

الطرف ثاني

الطرف أول

بسم الله الرحمن الرحيم

المصرف..... الإسلامي (عمليات إستراد)

عقد بيع بالمراجحة

في يوم / / 14 هـ الموافق / / 19م بمدينة بسكرة - الجزائر

حور هذا العقد بين كل من:

أولا : المصرف الإسلامي الفلاحي و يمثله في هذا

العقد.....

طرف

أول بصفته بائعا.

ثانيا: السيد /

.....

و مقره :..... طرف ثاني / بصفته

مشتريا

و أقر الطرفان بصفتهما و أهليتهما القانونية للتعاقد و اتفقا على ما يلي :

1- باع الطرف الأول للطرف الثاني القابل لذلك البضاعة المبين أوصافها وكمياتها بطلب
الشراء رقم () بتاريخ () و المرفق بهذا العقد و الذي يعتبر هو و وعد
الشراء الموقعان من الطرف الثاني جزءا لا يتجزأ من هذا العقد .

2- حدد الثمن الإجمالي للبضاعة بمبلغ :.....دج
(فقط.....)

متضمنا الثمن الأساسي و المصاريف المدفوعة من الطرف الأول مضافا اليه ربحا قدره
.....دج

(فقط.....) و يتعهد الطرف الثاني بسداد الثمن الإجمالي المشار اليه على النحو التالي
:

.....
.....
.....

3- تم التوقيع على هذا العقد من قبل الطرفين المنوه عنهما بالبندين أولا وثانيا بعد التأكد من
حياسة الطرف الأول لهذه البضاعة .

4- اتفق الطرفان على أن يكون التسليم هو ميناء الوصول ومن ثم فإن أجور التفريغ والرسوم
الجمركية و مصاريف نقل البضاعة من الميناء الى مخازن المشتري والتخليص عليها لا تدخل ضمن
الثمن الإجمالي للبضاعة المشار اليها بالبند الثاني من هذا العقد و يتحملها الطرف الثاني
(المشتري وحده) و لا يحسب لها نسبة أو مقدار في الربح .
بعده.....

5- يتعهد الطرف الثاني بتسليمه لكافة المستندات المتعلقة بالبضاعة محل هذا العقد من الطرف
الأول كما يتعهد بتسليمه للبضاعة المتعلقة بهذه المستندات و ذلك بمجرد تفريغها بجهة الوصول و
يكون مسؤولا عن تأخير التسليم
و ما يترتب على ذلك من أضرار .

6 - في حالة امتناع الطرف الثاني من تسليم المستندات الواردة ذكرها في البند السابق أو تسليم
البضاعة فإنه يعتبر ناقضا لوعده و حينئذ فإنه من حق الطرف الأول بيعها و استفتاء حقوقه من الثمن و
ان قل الثمن عن مستحقات الطرف الأول كان له أن يرجع على الطرف الثاني (المشتري) بمقدار ما

تحمله من خسائر فعلية تترتب على ذلك وان زاد ثمن البضاعة عن مستحقات الطرف الأول كانت هذه الزيادة خالصة له باعتباره مالكا لها .

7- يوقع الطرف الثاني على ائصال امانة بكامل قيمة البضاعة مقابل تسلمه لها أو لمستندات الشحن ووصول المتعلقة

بها و تنتهي مسؤولية الطرف الأول بتسلم العميل لمستندات الشحن ووصول البضاعة و تقع مسؤولية تخزين البضائع وفقا للأصول الفنية على عاتق الطرف الثاني وحده ولا يحق له الرجوع على الطرف الأول عن النتائج التي قد تترتب على مخالفة ذلك.

8- يلتزم الطرف الثاني بأن يقدم أي ضمانات إضافية يقبلها المصرف (في حالة ما يرى المصرف أن الضمانات المقدمة إليه غير كافية) وذلك غضون أسبوع واحد من تاريخ إخطاره بخطاب موصى إليه ودون أن يكون له أدنى حق في الاعتراض أو التسوية.

9- كل ما لم يرد ذكره في هذا العقد يخضع للقوانين والأعراف التجارية النافذة بدولة الجزائر و بما لا يتعارض من أحكام الشريعة الإسلامية و عقد تأسيس الطرف الأول، من اختصاص المحاكم الجزائرية.

10- حرر هذا العقد من نسختين بيد كل طرف نسخة للعمل بموجبها.

الطرف الأول بصفته

" المشتري "

الطرف الأول بصفته

" البائع "

بسم الله الرحمن الرحيم

المصرف..... الإسلامي (حالة إحتياج الفلاح للتمويل المصرفي)

عقد بيع بالسلم

في يوم / / 14 هـ الموافق / / 19م بمدينة بسكرة - الجزائر

حرر هذا العقد بين كل من:

أولا : رب السلم (المسلم) المصرف..... الإسلامي و يمثله

السيد / طرف أول / بصفته مشتري

ومقره طرف ثاني / بصفته بائع

و أقر الطرفان بصفتهما و أهليتهما القانونية للتعاقد و اتفقا على ما يلي :

1) رأس مال السلم :

اسلم الطرف الأول للطرف الثاني مبلغا قدره.....

..... ثمنا للمسلم فيه.

2) المسلم فيه :.....(العدد أو المقدار).....

.....(الجودة أو النوعية).....

.....(معلومات أخرى حول المسلم فيه).....

3) يتعهد الطرف الثاني بتسليم السلعة في يوم / / 14 هـ الموافق / / 19 م

.....بالعنوان التالي:.....

(محلات الطرف الثاني، أو مخازن الطرف الأول، حسب الإتفاق).

4) اتفق الطرفان أنه في حالة عدم وفاء الطرف الثاني بما ورد في البنك الثالث فالطرف الأول بالخيار حينئذ بين

أ- أن يصبر حتى ترد البضاعة.

ب- أن يطلب من الطرف الثاني دفع القيمة. (ملاحظة شطب العبارة الزائدة)

5) أي نزاع ينشأ بخصوص هذا العقد يكون من اختصاص محاكم الجمهورية الجزائرية.

.....بعده.....

6) كل ما لم يرد ذكره في هذا العقد يخضع للقوانين والأعراف التجارية النافذة بالجمهورية الجزائرية و بما

لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية و عقد تأسيس الطرف الأول و من اختصاص المحاكم الجزائرية.

7) حرر هذا العقد من نسختين بيد كل طرف نسخة للعمل بها.

الطرف الثاني بصفته

الطرف الأول بصفته

" البائع "

" المشتري "

من فتاوى مجمع الفقه الإسلامي - بمنظمة المؤتمر الإسلامي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد خاتم النبيين و على آله وصحبه.

قرار بشأن

حكم التعامل المصرفي بالفوائد

و حكم التعامل بالمصارف الإسلامية

أما بعد: فإن مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنبثق عن بمنظمة المؤتمر الإسلامي في دورة انعقاد مؤتمر الثاني بجدة من 10-16 ربيع

الثاني هـ، الموافق 22-27 ديسمبر 1985 م.

بعد أن عرضت عليه بحوث مختلفة في التعامل المصرفي المعاصر.

و بعد التأمل فيما قدم و مناقشته مناقشة مركزة أبرزت الآثار السيئة لهذا التعامل على النظام الاقتصادي العالمي

وعلى استقراره في دول العلم الثالث، وبعد التأمل فيما جره هذا النظام من خراب نتيجة إعراضه عما جاء في كتاب

الله من تحريم الربا جزئياً وكلياً تحريماً واضحاً بدعوته إلى التوبة منه، و إلى الاقتصار على استعادة رؤوس أموال القروض دون زيادة ولا نقصان قل أو كثر، وما جاء من تهديد بحرب مدمرة من الله و رسوله للمرابين.

قرر:

أولاً- أن كل زيادة (أو فائدة) على الدين الذي حل أجله و عجز المدين عن الوفاء به مقابل تأجيله، و كذلك

الزيادة

(أو الفائدة) على القرض منذ بداية العقد:هاتان الصورتان ربا محرم شرعاً.

ثانياً- أن البديل الذي يضمن السيولة المالية و المساعدة على النشاط حسب الصورة التي يرتضيها الإسلام-هي

التعامل وفقاً للأحكام الشرعية -ولا سيما ما صدر عن هيئات الفتوى المعنية بالنظر في جميع أحوال التعامل التي

تمارسها المصارف الإسلامية في الواقع العملي.

ثالثاً- قرار المجمع التأكيد على دعوة الحكومات الإسلامية إلى تشجيع المصارف الإسلامية القائمة، و التمكين لإقامتها

في كل بلد إسلامي لتغطي حاجة المسلمين كي لا يعيش في تناقض بين واقعه و مقتضيات عقيدته

و الله أعلم

الملخص بالعربية

الملخص :

أدت الأزمة المالية الأخيرة إلى زعزعة صورة النظام المصرفي التقليدي لدى المختصين في الاقتصاد، الذين شرعوا في البحث عن آليات أخرى تحفظ التوازن الاقتصادي وتجنب الأسواق المالية الدولية أزمات حادة. وفي مقابل انهيار وإفلاس العديد من كبريات المصارف التقليدية عبر العالم لم تتأثر المصارف الإسلامية بالتداعيات السلبية لهذه الأزمة، الشيء الذي لفت انتباه المختصين نحو هذا الشكل من المصارف التي أثبتت حصانتها ضد أزمة الرهون العقارية التي كانت السبب المباشر في الأزمة الأخيرة، وذلك بحكم استناد معاملاتها لقواعد الشريعة الإسلامية التي تحرم الفوائد الربوية. وبذلك فقد تغيرت صورة المصارف الإسلامية لدى الأكاديميين الذين أقبلوا على تنظيم العديد من الملتقيات والفعاليات الفكرية لدراسة إمكانية اعتمادها كبديل عن المصارف الربوية المفلسة. وبغية تحديد طبيعة هذا التغير في الصورة الذهنية التي يحملها الأساتذة المختصون في العلوم الاقتصادية قمنا بإجراء دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الموزعين على ثلاث أقسام للعلوم الاقتصادية بثلاث جامعات من الشرق الجزائري هي: جامعة جيجل - جامعة قسنطينة - جامعة سوق أهراس .

وترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها في مايلي :

- ✓ رصد المكانة التي تتمتع بها المؤسسات المصرفية الإسلامية لدى الباحثين.
- ✓ محاولة التعرف على قدرة المصارف الإسلامية على مقاومة الأزمات المالية .
- ✓ محاولة رصد توجهات الأكاديميين الجزائريين نحو النظام المصرفي الإسلامي.
- ✓ محاولة التنبؤ بمستقبل المصارف الإسلامي وإمكانية اعتمادها كبديل عن المصارف التقليدية.

ولتحقيق هذه الأهداف ورصد الصورة الذهنية للمصارف الإسلامية لدى الباحثين وضعنا جملة من التساؤلات هي كالاتي:

6. ما هي مصادر الصورة الذهنية عند أفراد العينة محل الدراسة ؟
 7. ما هي مكانة المصارف الإسلامية في السوق المالية المحلية والدولية (القدرة التنافسية)؟
 8. ما هي صورة الخدمات المصرفية الإسلامية (إشباع الرغبات، الجودة..) ؟
 9. هل تملك المصرفية الإسلامية الحصانة والقدرة على مقاومة الأزمات المالية والاقتصادية ؟
 10. ما هو مستقبل المصارف الإسلامية في ظل التحديات القائمة ؟
- ولإجراء الدراسة الميدانية اتبعنا جملة من الإجراءات المنهجية كان أهمها:

المنهج : اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح بالمعاينة ، وذلك لاتساع مجتمع البحث المكون من أساتذة العلوم الاقتصادية في ثلاث جامعات .

العينة : كانت عينة الدراسة عينة عمدتي حصصية، حيث اخترنا من كل جامعة 20 مفردة، ومنه يكون عدد مفردات العينة الإجمالي 60 مفردة .

أدوات جمع البيانات : استعنا في جمع البيانات بأداة استمارة الاستبيان التي قسمناها إلى ثلاثة محاور رئيسة هي كالآتي :

- ◀ المحور الأول : يضم البيانات الشخصية للمبحوثين.
- ◀ المحور الثاني : يهدف لمعرفة مصادر تكوين الصورة الذهنية لدى الأساتذة المبحوثين
- ◀ المحور الثالث : يتعلق بتحديد طبيعة الصورة الذهنية (الخدمات ، الحصانة ضد الأزمات ومستقبل المصارف الإسلامية).

وبعد جمع البيانات وتحليلها خلصنا إلى جملة من النتائج كانت كالآتي :

- ❖ تتمتع المصارف الإسلامية بمكانة هامة لدى المبحوثين.
- ❖ تتمتع المصارف الإسلامية بصورة إيجابية لدى أفراد العينة.
- ❖ يعتقد المبحوثون بامتلاك المؤسسات المصرفية الإسلامية الحصانة ضد الأزمات المالية.
- ❖ يحمل المبحوثون نظرة إيجابية إزاء مستقبل المصارف الإسلامية.

الملخص بالفرنسية

Résumé

La dernière crise financière a secoué l'image du système bancaire traditionnel aux yeux des économistes. Les spécialistes de l'économie se sont alors mis à la recherche de mécanismes alternatifs qui permettent de maintenir l'équilibre économique et éviter aux marchés financiers internationaux des crises aiguës. Alors que plusieurs banques géantes se sont écroulées de par le monde, les banques islamiques étaient loin d'être touchées des répercussions négatives de cette crise. C'est ce qui a attiré l'attention des spécialistes sur ce type de banques qui a prouvé une immunité face à la crise hypothécaire des subprimes qui a déclenché la dernière crise financière. Cette immunité provient de l'application des règles de la Charia musulmane qui prohibe les intérêts.

Ainsi, l'image des banques islamiques a changé aux yeux des spécialistes académiques. Ils ont donc organisé un grand nombre de colloques et symposiums pour étudier la possibilité d'adopter le système bancaire islamique comme alternative aux banques opérant à base d'intérêts qui se sont trouvées en banqueroute.

Dans l'intention de déterminer la nature de ce changement selon la conception des enseignants spécialisés en sciences économiques, nous avons procédé à une étude de terrain ayant pour société étudiée un échantillon d'enseignants de trois départements de sciences économiques de trois universités de l'est algérien: l'université de Jijel, l'université de Constantine et l'université de Souk-Ahras.

La présente étude vise à atteindre des objectifs que l'on peut résumer ainsi:

- cerner le rang qu'occupent les institutions bancaires islamiques chez la société étudiée;
- tenter de voir à quel point les banques islamiques sont capables à résister aux crises financières;
- tenter de reconnaître les points de vue des spécialistes académiques algériens vis-à-vis du système bancaire islamique;
- tenter de prédire l'avenir des banques islamiques et la possibilité de les adopter comme alternative aux banques traditionnelles;

Afin d'atteindre ces objectifs et de reconnaître la conception que se font les spécialistes académiques des banques islamiques, nous nous sommes posé la problématique dont un ensemble de questions, savoir:

- Quelles sont les sources d'une telle conception chez les membres de la société étudiée?
- Quelle place occupent les banques islamiques au marché financier local et international (la compétitivité)
- Sous quelle forme se manifeste les services bancaires islamiques (satisfaction des besoins, qualité, ...)?
- Les institutions bancaires islamiques sont-elles suffisamment immunisées est capables à résister aux crises financières et économiques?
- Quel est l'avenir des banques islamiques face aux enjeux en cours?

Pour réaliser l'étude de terrain susvisée, nous avons suivi un ensemble de procédures méthodologiques, notamment:

La méthode: Vu l'étendue de la société soumise à l'étude consistant en enseignants de sciences économiques de trois universités, nous avons adopté la méthode d'échantillonnage.

L'échantillon: nous avons opté pour un échantillon élu en lots, en choisissant 20 individus de chaque université; soit 60 individus au total.

Outils de collecte de données:

Nous avons utilisé un questionnaire lors de la collecte de données. Ce questionnaire a été réparti en trois axes principaux:

- premier axe: comprend les données personnelles des individus étudiés;
- deuxième axe: vise à déterminer les sources de la conception chez les enseignants soumis à l'étude;
- troisième axe: consiste à déterminer la nature de la conception susvisée (services, l'immunité contre les crises et l'avenir des banques islamiques)

Une fois les données réunies et analysées, nous avons pu tirer les résultats suivants:

- les banques islamiques occupent une place importante chez les individus étudiés;

- elles sont d'une image positives aux yeux des individus étudiés;
- les individus étudiés croient que les institutions bancaires islamiques disposent d'une immunité contre les crises financières;
- les individus échantillonnés ont un point de vue positif vis-à-vis de l'avenir des banques islamiques.

الملخص بالإنجليزية

Summary:

The last financial crisis has led to a destabilization of the traditional banking system in the belief of economists, who had begun to search for other mechanisms as to maintain the economic equilibrium and help the international financial markets avoid severe crises. While many of the major traditional banks across the world have collapsed and fallen in bankruptcy, the Islamic banks have not been affected by the negative repercussions for this crisis. This fact drew the attention of the professionals towards this form of banks that have proved their

immunity against the mortgage crisis, the direct cause of the recent crisis, by virtue of basing its dealings with the rules of the Islamic law, which prohibits usury interest. Thus, the academics have changed their image about the Islamic banks and have turned to the organization of many meetings and intellectual events to study the possibility of adopting the Islamic banks' system as an alternative to usury-based bankrupt banks. In order to determine the nature of this change in the mental image of the professors specialized in economic science, we have conducted a field study on a sample of teachers distributed on three departments of Economic Sciences in three universities from the east of Algeria. Those universities are: the University of Jijel, the University of Constantine, and the University of Souk Ahras.

This study aims at achieving a number of objectives that can be summarized as follows:

- Monitor the status enjoyed by the Islamic banking institutions by the respondents.
- Try to identify the ability of Islamic banks to withstand the financial crises.
- Try to monitor the trends of the Algerian academics towards the Islamic banking system.
- Attempt to predict the future of Islamic banking and the possibility of adopting it as an alternative to the traditional banks.

To achieve those objectives and monitor the mental image of Islamic banks in the respondents's, we have a number of questions to answer, questions which are as follows:

- What are the sources of the mental image for the members of the sample under study?
- What is the status of Islamic banks in the domestic financial market and international ones (competitive ability)?
- What is the image of Islamic banks's services (satisfaction of desires, quality, ..)?
- Do Islamic banks have the immunity and resilience to the financial and economic crises?
- What is the future of Islamic banks in the light of the actual challenges?

To make a field study, we have taken a number of methodological procedures the most important of which are :

Approach: In our study ,we adopted the approach of the survey sample, and that for the broad research community composed of professors of economics at three universities.

Sample: The samples of the study was intentional and proportional, where we have chosen from each university 20 terms, and the total number of samples is 60 terms.

Means of collecting the data: we used data collection tool in the form of a the questionnaire that we have divided into three main axes that are as :

• Axis I: includes personal data of respondents.

• Axis II: aims at determining the sources of the mental image for the teachers under study.

• third axis: devoted to the determination of the nature of the mental image (of services, immunity against crises and the future of Islamic banks).

After data collection and analysis, we concluded a number of results that are as follows:

- Islamic banks have an important place in the respondents' consideration.
- Islamic banks have a positive image in the belief of the members of the sample.
- Respondents believe in the possession by the Islamic banking institutions of the immunity against financial crises.
- Respondents hold a positive view about the future of Islamic banks.