

المضامين الاجتماعية للهدية دراسة ميدانية في مدينة الموصل

م.م. أميرة وحيد خطاب^(*)

المقدمة

الهدية رسالة تحمل في طياتها الكثير من المعاني الاجتماعية والنفسية التي تعزز الروابط الاجتماعية وتعمقها بين الأقارب والأصدقاء ، كما انها ظاهرة لها رموزها ومضامينها الاجتماعية على مختلف المستويات ومختلف المجتمعات الشرقية أم الغربية ، منذ قدم التاريخ وليومنا هذا ، ومع وجود هذا الاختلاف في شكلها ونوعها وتاريخها إلا أنها تعد رمزاً أو تعبيراً واحداً بوصفها إحدى وسائل التعبير عن المشاعر الصادقة التي نكنها لأشخاص يتمتعون بمكانة وقرب اجتماعي مثل الأقرباء والأصدقاء - مع الأخذ بالحسبان أن المضمون المصلحي والقرب الاجتماعي هو الآخر غاية في تقديم الهدية ولذلك وقع الاختيار على الهدية لتكون موضوع بحثنا .

وقد قسم البحث إلى قسمين : الجانب النظري ويختص بتحديد الإطار العام للبحث ويتضمن مبحثين . أما الجانب الميداني فقد اختص بتوضيح الإجراءات المنهجية للبحث وبعد ذلك يأتي ملخص النتائج .

(*) مدرس مساعد - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب / جامعة الموصل.

المبحث الأول : الإطار العام للبحث

أولاً : تحديد موضوع البحث

الهدية بأنواعها وأشكالها كافة وسيلة لتقوية العلاقات الاجتماعية وواسطة للتقرب وإقامة هذه العلاقات وتقويتها لأنها وإن كانت تتعلق في جانب منها بمسألة الحب والتقدير والاحترام المتبادل بين الأفراد والعوائل كتقليد اجتماعي إلا أنها في جانب آخر ذات طبيعة اقتصادية الغاية منها الكسب والربح المادي فضلاً عن تحقيق مكاسب اجتماعية منها أو العكس ، ذلك باعتبار النظرة إليها أو بمعناها الحقيقي عطاء اقتصادي ذا مضمون اجتماعي 000 فالبعض يعدها واجباً اجتماعياً (أصولياً) ومسؤولية يجب تأديتها كونها تزرع في النفس الشعور بالرضا والسرور لمن قدمت له الهدية . وتكون طرائق تقديم الهدية بحسب القائم بتقديم الهدية والمهدى إليه من حيث ارتباطها بالمكانة الاجتماعية ، قرب ، بعد ، قوة درجة الارتباط والتقارب الاجتماعي وضعفه وبعده على التوالي ، وبالإمكانات المادية وبالشكل الذي يؤدي إلى بلوغ الهدف وهو إرضاء الطرفين بأداء الأصول والعرف والواجب الاجتماعي ، وبالتالي تسهم في توثيق العلاقات الاجتماعية بين الناس .

ثانياً: أهمية البحث

تبرز أهمية البحث في توضيح فكرة مفادها :

" إن الهدية يمكن أن تكون احد العوامل التي تقوي العلاقات الاجتماعية وتقرب المسافات الاجتماعية بين أفراد المجتمع. فجاءت هذه الدراسة لتوضيح المضمون الاجتماعي والاقتصادي للهدية في المجتمع وتوضيح الدوافع والحاجات والرغبات التي يكتسبها الفرد من خلال دخوله في تأسيس علاقات وتواصل

اجتماعي مع الآخرين في مثل هذا التفاعل الاجتماعي التبادلي وتأتي أهمية البحث في هذا المجال بسبب ندرة الدراسات الاجتماعية حوله.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على ما يأتي :

- 1 - معرفة متغير مهم من متغيرات حياتنا الاجتماعية .
- 2 - معرفة النظرة إلى الهدية من الناحية التاريخية كونها تقليداً موروثاً منذ القدم .
- 3 - معرفة الدلائل الاجتماعية والاقتصادية للهدية .
- 4 - معرفة إيجابيات الهدية وسلبياتها بوصفها ظاهرة اجتماعية متبعة تحكمها العادات والتقاليد – الأصول – العرف .
- 5 - معرفة نوع الهدية المتداولة باختلاف المناسبة والدرجة والمكانة الاجتماعية والمستوى الاقتصادي للمتفاعلين ضمن إطار هذه الظاهرة الاجتماعية .

المبحث الثاني

أولاً: تحديد المفاهيم

الهدية: عرف الكثيرون الهدية كلُّ حسب وجهة نظره ، أما المعنى اللغوي للهدية فإنها لفظة مشتقة من الجذر اللغوي (هـ ، د ، ي) ، يقال : هدَّى العروس

إلى بعلها: أهداها و- الهدية إلى فلان وله ، أتحفه بها إكراماً له ، ويقال: فلان يُهدّي للناس: إذا كان كثير الهدايا⁽¹⁾.

والهدية ما أتحتت به ويقال أهديت له ، والتهادي أن يهدي بعضهم إلى بعض وفي الحديث (تهادوا تحابوا) والجمع هدايا⁽²⁾.

أما اصطلاحاً: فإن الهدية بوجه عام ما يقدم للغير من متاع أو مال عن طيب خاطر⁽³⁾.

وقد عرف (موس) الهدية أو المنحة بوصفها تمثل حقيقة اجتماعية كلية تنطوي على مختلف القيم الاجتماعية ذات الدلالات الدينية والقانونية والأخلاقية والاقتصادية⁽⁴⁾.

أما التعريف الإجرائي للهدية وبحسب ما نجد في هذا البحث إنها:

وسيلة وأداة للتعبير عن اهتمام المُهدّي بالمهدى إليه اهتماماً معنوياً ومادياً لكسب المحبة والمودة بين الطرفين ومحاولة تعزيز العلاقات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع بشكل عام، وبين الأفراد والأسر بشكل خاص.

(1) إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، المكتبة الإسلامية ، استانبول – تركيا ، ج 1 ، 2 ، بدون سنة الطبع ، ص 978 .

(2) ابن منظور جمال الدين الأنصاري ، لسان العرب ، ج19 ، دار المصرية للتأليف ، مصر ، ص 233 .

(3) إبراهيم مذكور ، معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، مصر ، 1975 ، ص 630 .

(4) قيس النوري ، مدارس الانثروبولوجيا ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، بغداد ، 1991 ، ص 341 .

ثانيا : الهدية في المفهوم الاجتماعي والديني

ان الإنسان بطبيعته اجتماعي ، كثير الاتصال بمن حوله ليتولد لديه علاقات وروابط تجمعها بالآخرين ، وهذا يتطلب وسائل وآليات . ويمكننا اعتبار الهدية والإهداء إحدى هذه الوسائل للاتصال والتواصل مع الآخرين 0000 وعليه فإن الهدية بوصفها ظاهرة اجتماعية لا يمكن تحديدها بوقت أو تاريخ معين لظهورها، إلا أننا يمكننا القول عنها إنها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالفرد والأسرة والمجتمع 00 واحد ظواهر الاتصال الاجتماعي. إن فكرة تقديم الهدايا والقرابين تطورت من حيث الأسلوب والمضمون عبر مراحل التطور الديني والاجتماعي ، وبالشكل الذي ما تزال تشكل ركناً أساسياً من الطقوس والشعائر في الأديان المعاصرة ، فالنذور والذبائح (القرابين) ما تزال معمول بها حتى اليوم ، والهدية في بعض المجتمعات واجب اجتماعي ، ديني يؤدي إغفاله إلى عقوبات مادية ومعنوية⁽⁵⁾ .

ومن أشهر الأساليب التي كانت تستخدمها الشعوب البدائية لتبادل الثروات ما يسمونه أسلوب (الهدايا الملزمة) وهو أسلوب كان يجب على كل عشيرة أن تقدم إلى طائفة من العشائر الأخرى هدايا من الأشياء التي تملكها ملكاً جماعياً في مناسبات دينية واجتماعية معينة (الولادة ، الختان ، الزواج ، حلول عيد ديني 000 الخ⁽⁶⁾ .

(5) إبراهيم مدكور ، معجم العلوم الاجتماعية ، مصدر سابق ، ص 630 .

(6) علي عبد الواحد وافي، غرائب النظم والتقاليد والعادات، دار نهضة مصر، القاهرة، بدون سنة طبع،

من أهم أشكال هذا النظام وأكثر انتشاراً هي الكولا ، الوازي ، البوتلاتش، ففي نظام الكولا مثلاً كانت الأشياء التي كانت فيها المهادة أو المبادلة هي الأساور والعقود وقد كانت هاتان السلعتان من أجل الثروات ، وأكبرها قيمة عند هذه القبائل. أما نظام البوتلاتش فقد كان ينتهز رئيس العشيرة مناسبة دينية أو أسرية اجتماعية كحلول عيد ديني أو الولادة أو الختان أو الزواج أو الوفاة أو الوشم (الذي كان يعد لديهم من الشعائر الدينية) أو تشييد ضريح أو بناء منزل أو اجتماع العشائر للتشاور في أمر هام أو خروج العشيرة للصيد 000 ينتهز مناسبة من هذه المناسبات فيقيم مأدبة يدعو إليها رؤساء العشائر المرتبطة معها عشيرته برابطة المصاهرة⁽⁷⁾.

وبلغ تطور تبادل الهدايا أعلى درجات تعقيده في مجتمعات جزر بولينيزيا حيث يكون دافع الجاه والاحترام الاجتماعي أهم عامل لتوجيه هذه الظاهرة وفي بعض أجزاء هذا الإقليم يتم تبادل أنواع مختلفة من السلع بين الرؤساء وأتباعهم بحيث إن الجانب الاقتصادي لهذه العملية يتجسد بشكل يميزه عن جانبها الاجتماعي⁽⁸⁾. وفي مجتمع (ما نغايا) في ذلك الإقليم تتحدد مكانة الأسرة الاجتماعية بقيمة الهدايا التي تقدمها بمناسبة زواج بناتها أو ضخامة الولائم التي تقام حينذاك. أما الرد على هذه الحفاوة والتكريم فيأتي من أسرة العريس في وقت لاحق، ويتضمن هذا الرد عادة كميات أكثر وأثمن من الهدايا كشرط لاحتفاظ أهل العريس بمكانتهم الاجتماعية وإلا انخفضت هذه المكانة ، هذه الهدايا والولائم المتكافئة هي العنصر الرئيس في طقوس الزواج في جميع ثقافات بولينيزيا⁽⁹⁾.

(7) علي عبد الواحد وافي، غرائب النظم والتقاليد والعادات، المصدر السابق نفسه ، ص 155 .

(8) قيس النوري ، الأنثروبولوجيا الاقتصادية ، مطبعة التعليم العالي ، الموصل ، 1989 ، ص 128 .

(9) المصدر نفسه ، ص 128 .

ما ذكرناه آنفاً جاء مطابقاً مع أول من تقدم بنظرية حول الهدية وأهميتها في الشعوب البسيطة ، وهو (مارسيل موس) من خلال دراسة انثروبولوجية عن بعض قبائل الهنود الحمر التي تعيش في الجزء الشمالي من أمريكا والذي حاول الباحث توضيح الأسس العامة التي تستند عليها عملية تبادل الهدايا التي كانت ذات طبيعة دائرية تبدأ بالأخذ والعطاء وإعادة الدفع وتستمر هذه الدورة من دون توقف ، وهذه الأبعاد الثلاثة لا تنبع من التبادل الاقتصادي أو المنفعة الاقتصادية بل من الالتزام الكامن في العقل البشري الذي يفرض العطاء والأخذ وإعادة الدفع وهكذا⁽¹⁰⁾.

وبذلك عبّرت الهدية بمفهومها أعلاه إلى أن قبولها أعطى مكانة الإلزام والالتزام وبالشكل الذي اوجب ردها في مناسبات أخرى (كهدايا) بزيادة في كميتها وقيمتها كأسلوب ضبط وتواصل في العلاقات الاجتماعية من خلال هذه الظاهرة ، وتعبير أدق فإن الهدايا والهدايا الملزمة أدت إلى هدفين الأول: اجتماعي 000 قوة في العلاقات والتقارب الاجتماعي والثاني اقتصادي ويمكن النظر إليها في أنها 000 ذات بعد اقتصادي وفائدة ومضمون اجتماعي من خلال :

أ - سهلت عملية التبادل أو التداول بين الجماعات البدوية / الريفية القديمة ذلك كونها لم تكن تعرف نظم التبادل الأخرى ، ويتضح هذا من اختيار المهدي لسلعة ما أو فائض غير متوفر لدى المهدي إليه .

ب - عدّت الهدايا نوعاً من الادخار الإجباري وان كان غير مقصود ؛ لأنّ ما يقدمه المهدي يحصل عليه غداً على صورة أحسن مادياً واجتماعياً كما تقضي التقاليد

(10) قيس النوري ، مدارس الانثروبولوجيا ، مصدر سابق ، ص 341 .

والعادات المرعية 00 إذن فقد استرد المُهدي ما يقدمه وما قدمه على شكل هدية أخرى وغنم فوّه تقديراً أدبياً ومادياً حيث جامل وانتفع معاً⁽¹¹⁾.

ثالثاً : الهدية في المنظور الإسلامي

مع كون الهدية لا تختلف في مضمونها وأدائها كواجب اجتماعي وديني وحضاري حديث إلا أن التعبير عنها والتأكيد عليها جاء مختلفاً باختلاف المجتمعات في الأداء وبحسب الموارد المتاحة ، وكون مجتمع الدراسة فيه اختلاف من الناحية الدينية والمستويات الاقتصادية والأنماط الاجتماعية والريفية والحضرية 00 إلا أننا لا بد من التعرف على هذه الظاهرة في الدين الإسلامي الحنيف لأنّ مجتمع البحث بأغلبه المطلقة ذو ثقافة عربية إسلامية . لقد حث الدين الإسلامي على الهدية وقد ذكر القرآن الكريم ان النبي سليمان عليه السلام ردّ هدية بلقيس ملكة سبأ التي أرسلتها لتكون بداية تحاور معه عليه السلام ، وقال " انكم بهديتكم تفرحون "⁽¹²⁾.

كما أن الشريعة الإسلامية أمرت بها وبينت الحكمة منها وعد الإسلام الهدية من وسائل التكافل الاجتماعي التي تحقق للمجتمع روابط الألفة فقال عليه الصلاة والسلام (تهادوا تحابوا) وعن عائشة رضي الله عنها قالت : (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقبل الهدية ويثيب عليها ولا يقبل الصدقة) وهي الحل الأمثل للقضاء على البغضاء التي تحملها القلوب على بعضها البعض وبذلك فالهدية تعمل

(11) صلاح الفوال ، البناء الاجتماعي للمجتمعات البدوية ، دار الفكر العربي ، الجزائر ، 1983 ، ص 157.

(12) الآية (35) من سورة (النمل) .

على تقوية البناء الاجتماعي وتجعله قوياً متراسماً لا تعمل فيه عوامل الهدم ولا تنال منه معاول التخريب⁽¹³⁾.

وقد اكتسب الناس في تبادل الهدايا نوعاً من التقاليد والعادات والأعراف بحيث غدت وكأنها جزء من حياتنا الاجتماعية.

رابعاً : المناسبات التي تقدم فيها الهدايا

إن لكل مجتمع مجموعة من العادات والتقاليد المختلفة التي تميزه عن غيره من المجتمعات، ومن ضمن هذه العادات عادة تبادل الهدايا في المناسبات المختلفة ومن هذه الهدايا:

هدايا الزواج، هدايا زيارة المريض، هدايا السفر، هدايا الختان، ولنأخذ هدايا الخطوبة مثلاً:

يعدّ هذا النوع من الهدايا تعبيراً عن طلب المودة والمحبة، عند الرفيحين تلزم الخاطب بأن لا يدخل بيت خطيبته "بيد فارغة" وهو تعبير كنائي عن خلو اليد من الهدية فقد ترسل هدايا عينية أو نقدية تقررها العادات تبعاً للمناسبات المختلفة فترسل الهدايا إلى الخطيبة في المواسم والأعياد كموسم رأس السنة الهجرية وعاشوراء والمولد النبوي الشريف، وأول رمضان، وعيد الفطر المبارك، وعيد الأضحى. ويراعى أن تكون الهدايا مناسبة لما يتطلبه الموسم الخاص الذي سترسل فيه، ففي عيد الفطر مثلاً يرسل أهل الخاطب إلى أهل الخطيبة، الكعك والبسكويت والفواكه والطيور وإلى جانب هذه الهدايا يذهب الخاطب بنفسه لإعطاء الخطيبة "عيدتها" وهي مبلغ من النقود يليق بمقام الخاطب، وفي هذا المقام يقولون

(13) عبد الله ناصح علوان، التكافل الاجتماعي في الإسلام، ط6، دار السلام، القاهرة، 2001، ص 84.

"الهدية على قدر معطيها" وهناك من يقدم لخطيبته زيادة على العيدية النقدية قطعة من الحلبي كخاتم مثلاً أو قرط من الذهب أو قطعة من القماش لعمل الملابس تأخذها الخطيبة معها إلى منزل الزوجية⁽¹⁴⁾.

وهناك مناسبات أخرى تقدم فيها الهدايا من أجل جلب المحبة وإنشائها ولتثبيت الصحبة والعشرة والمرؤة بين الناس مثل هدايا الوالدين ، إذ يهب احدهما احد أبنائه عطية دون إخوانه وهدية العيد (العيدية) وهي إعطاء الأطفال مبلغاً بسيطاً من النقود في أيام العيد عند زيارتهم لبيوت الأقارب ، فضلاً عن هدايا النجاح التي تقدّم للطلاب بسبب النجاح في مراحل الدراسة .

الجانب الميداني

الفصل الثاني : الإجراءات المنهجية للبحث

أولاً : منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التحليلية – الانثربولوجية 000 واتبعنا منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة .

ثانياً : عينة البحث :

قمنا باستخدام العينة العشوائية غير القصدية في المجتمع ، وهذا يقلل من إمكانيات التحيز الذي قد يتدخل في اختيار العينة .

(14) فوزية دياب ، القيم والعادات الاجتماعية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 1980 ، ص 279

ثالثاً : فرضيات البحث :

- 1 - تعد الهدية ظاهرة ايجابية .
- 2 - تعمل الهدية على تقوية العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع .
- 3 - تقاس الهدية بقيمتها المعنوية أكثر من قيمتها المادية .
- 4 - تشكل الهدية عبئاً اقتصادياً على المهدي .
- 5 - هناك علاقة بين الهدية والمكانة الاجتماعية .

رابعاً : مجالات البحث

- 1 - المجال المكاني : تعد مدينة الموصل المكان الذي اجري فيه البحث .
- 2 - المجال البشري : تعد عينة البحث من الذكور والإناث والتي بلغت (100) مبحوثاً وتعد مدينة الموصل مجالاً بشرياً للبحث .
- 3 - المجال الزمني : استغرق وقت إجراء البحث من الفترة 2007/5/14 إلى الفترة 2007/10/14 .

خامساً : الوسائل الإحصائية

النسبة المئوية : $\frac{\text{الجزء}}{\text{الكل}} \times 100$

الوسط الحسابي : $\text{س} = \frac{\text{مج س ك}}{\text{مج ك}}$

الفصل الثالث : عرض متغيرات البحث وتحليلها

المبحث الأول : عرض البيانات الأولية وتحليلها

أولاً : الجنس

الجدول (1) يوضح متغير الجنس

الجنس	العدد	%
ذكر	54	54
أنثى	46	46
المجموع	100	100

من خلال الإجابات الواردة في الاستمارة الاستبائية تبين أن الدراسة اشتملت على كلا الجنسين من الذكور والإناث في تبادلهم للهدايا إلا أن النسبة الأكبر هم من الذكور وكما هو واضح في الجدول (1) ويمكن عزو ذلك إلى كون الرجل مسؤولاً اجتماعياً ومادياً عن شراءها ، كما أن عينة البحث كانت عشوائية غير قصدية .

ثانياً: العمر

الجدول (2) يوضح متغير العمر للمبحوثين

الفئات	المجموع	%
24-15	15	15
34-25	29	29
44-35	33	33
54-45	18	18
64-55	5	5
المجموع	100	100

يتوضح من الجدول (2) توزيع المبحوثين بحسب العمر ، وتشير البيانات

إلى ان الهدية لا تقتصر على عمر معين وان تبادلها يشمل الفئات العمرية

كافة 000 إلا أننا يمكن الإشارة إلى أن القسم الأكبر من الذين يتبادلون الهدايا هم من الفئة العمرية (35-44) وبنسبة تصل إلى 33% .

ثالثا : الحالة التعليمية

الجدول (3) يوضح الحالة التعليمية للمبحوثين

المستوى التعليمي	العدد	%
ابتدائية	17	7
متوسطة	1	1
ثانوية	15	15
معهد	3	3
جامعية	54	54
ماجستير	10	10
المجموع	100	100

يظهر من معطيات الجدول (3) ان النسبة الأكبر من المبحوثين يحملون شهادة جامعية وهذه الفئة لديها القابلية والاستعداد لبيان دور الهدية في بناء العلاقات الاجتماعية وبالتالي إمكانية إيصال رسالة الهدية إلى المجتمع بشكل أفضل . وهنا تشير الدراسة إلى أنها أجريت في الجامعة .

رابعا : الحالة الاجتماعية

الجدول (4) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثين

الحالة الاجتماعية	العدد	%
أعزب	33	33
متزوج	65	65
أرمل	2	2
المجموع	100	100

تعد الحالة الاجتماعية من المؤشرات المهمة التي يمكن من خلالها معرفة الصفات التي يجب أن تؤخذ بعين الحسبان عند اختيار نوع الهدية المراد تقديمها ، كما ان الحالة الاجتماعية للمبحوثين ، والتي تضمنتها الاستمارة الاستبائية تشير إلى أن النسبة الأكبر منهم من المتزوجين وذلك بنسبة 65% ومن ثم يأتي العزاب بنسبة 33% ويأتي الأرامل بدرجة اقل بنسبة 2% كما هو موضح في الجدول (4) ويمكن القول إن الحالة الاجتماعية هذه ترتبط ارتباطاً مهماً بتقديم الهدية حيث لا يقتصر تقديمها على حالة اجتماعية معينة بل ان جميع هذه الحالات إلا أن النسبة الأكبر هم من المتزوجون ونوع الهدية تختلف من حالة اجتماعية إلى أخرى.

خامسا : الدخل الشهري

الجدول (5) يوضح الدخل الشهري للمبحوثين

مقدار الدخل بالآلف	العدد	%
174-75	27	31
274-175	19	22
474-275	18	21
574-475	13	15
674-575	9	10
المجموع	86	100

يتضح من الجدول (5) ان 31% من أفراد العينة كان راتبهم الشهري يتراوح بين (174-75) و 22% منهم راتبهم الشهري يتراوح بين (274-175) وان 21% منهم راتبهم الشهري يتراوح بين (474-275) ألف دينار وان 15% منهم راتبهم الشهري يتراوح بين (574-475) ألف دينار و 10% منهم راتبهم الشهري يتراوح بين (674-575) ألف دينار.

أما بقية أفراد العينة والبالغ عددهم 14 فردا فهم من الطلبة الذين ليس لديهم دخل شهري.

سادسا : المهنة

الجدول (6) يوضح المهن التي يزاولها المبحوثون

المهنة	العدد	%
حرة	41	41
وظيفية	45	45
طلبة	14	14
المجموع	100	100

ولمعرفة طبيعة المهن التي يمارسها أفراد العينة تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من المعلومات العامة الواردة في استمارة البحث ، وتبين أن 41% من أفراد العينة يعملون في مهن حرة مقابل 45% يعملون في مهن وظيفية . أما نسبة الطلبة فكانت 14% ومن الجدير بالذكر أن طبيعة المهنة تنعكس على تفكير الفرد وطريقة التعامل مع الآخرين وبالتالي يتحكم حتى في اختيار نوع الهدية وكيفية النظر إليها كونها مفيدة أو غير مفيدة .

المبحث الثاني : عرض البيانات الاختصاصية وتحليلها

أ- محور اجتماعي

1- هل الهدية ظاهرة ايجابية أو سلبية

الجدول (7) يوضح هل أن تبادل الهدايا ظاهرة ايجابية أم سلبية

الإجابة	العدد	%
ايجابية	80	80
سلبية	20	20
المجموع	100	100

في عرض نتائج السؤال الأول هل أن تبادل الهدية ظاهرة ايجابية أم سلبية ، فإن الجدول (7) يبيّن أن معظم المبحوثين رأوا بأنها ظاهرة ايجابية بنسبة 80% أما البقية فإنهم رأوا بأنها سلبية 20% .

الجدول (8) يوضح التسلسل المرتبي لأسباب ايجابية الهدية

الأسباب	ك	%	م
تعمل على غرس المحبة	67	37	1
تعبيراً عن الاهتمام بالمهدى اليه	42	24	2
تؤدي إلى التكافل الاجتماعي	36	20	3
تعمل على تقوية صلة الرحم	33	19	4

أما أسباب كونها ظاهرة ايجابية وبعد حصر الإجابة من خلال الاستمارة الاستبائية فإن معظم المبحوثين يرون وبحسب الجدول (8) بأنها وبالتراتب من أعلى إلى أسفل : النسب.

أ - تعمل على غرس المحبة بين أفراد المجتمع والعوائل بنسبة 37% من المجموع واحتلت المرتبة الأولى ضمن التسلسل المرتبي .

ب - ان الهدية تعبير عن الاهتمام بالمهدي اليه من قبل المهدي ، بمعنى أن الهدية تعبر عن المكانة الشخصية والاجتماعية بين القائمين بالظاهرة وجاءت هذه الإجابة في المرتبة الثانية بنسبة (24%) عن الأولى، لأنها تؤدي بالنتيجة إلى غرس المحبة والتواصل مع الآخرين في تقديمهم أو قبولهم الهدية وقد نرى ابتسامه رضا أو نسمع كلمة استحسان من شخص نالت إعجابه الهدية التي قدمت له، وهذا الشعور بالفرح يغرس المحبة بين الأفراد .

ج - ومع كون الهدية مادية ورمزية اجتماعية إلا أنها في الوقت نفسه تؤدي دوراً اقتصادياً مهماً للمستفيد منها ذلك بسبب كونها تؤدي إلى التكافل الاجتماعي – بمعنى آخر فإن الهدية تدخل ضمن العطاء المادي الذي يدعم الأفراد والعوائل مادياً وخاصة تلك التي في مستوى اقتصادي يحتاج إلى الدعم المادي - وجاءت هذه الفقرة في الوظيفة والدور بالمرتبة الثالثة في نظر المبحوثين وبنسبة 20% .

د - وللهدية مسوغاتها الأخرى من حيث صلة وتواصل العلاقات الاجتماعية بين الأفراد المتعاطين لها حيث تعمل إلى جانب الوظائف والأهداف أعلاه إلى تقوية العلاقات الاجتماعية بشكل عام وصلة الرحم بشكل خاص بين الأقارب . وان كانت كل الأسباب والأهداف أعلاه تؤدي بالنتيجة النهائية إلى حقيقة مؤداها الصلة والتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والعوائل إلا أن تسلسل درجة أهمية هذه الفقرة جاء في المرتبة الرابعة في حقل التسويغات الايجابية بنسبة 19% حيث تزداد الزيارات بين العوائل وذلك لتقديم الهدية في المناسبات الاجتماعية فتزداد بذلك صلة الرحم التي أوصى بها الرسول الكريم

(صلى الله عليه وسلم) في كثير من أحاديثه الشريفة ، وهذا يؤثر بشكل أو بآخر في درجة القرابة.

مما تقدم فإن الحقيقة الواضحة التي يمكن استنتاجها من البيانات السابقة تؤكد صدق فرضية بحثنا القائل بأن الهدية ظاهرة ايجابية .

إلا أن بعض المبحوثين عدّوا الهدية ظاهرة سلبية وكانت التسويغات التي تقصدنا حصرها في حدود معينة في البحث – كون الهدية ظاهرة سلبية فإن مراتب هذه التسويغات تؤشر الآتي :-

الجدول (9) أسباب سلبية الهدية

الجدول (9) يوضح أسباب سلبية الهدية

م	%	العدد	الأسباب
1	60	12	تقليد اجتماعي سيئ
2	35	7	مسألة تحتاج إلى وقت للشراء
3	30	6	تحيرني مسألة الثمن والذوق

أ - إن الهدية تقليد اجتماعي سيء ، سبب جاء في المرتبة الأولى وبنسبة 60%
لانه يجبر الفرد على الالتزام بواجب الرد انطلاقاً من القاعدة الاجتماعية
– الأصولية – كل مفروض يعد غير مرغوب – بذلك فإن الهدية تعد بحسب
وجهة نظر هذه الفئة مرفوضة وغير مرغوب فيها .

ب - أما السبب الآخر في سلبية الهدية والذي يأتي في المرتبة الثانية بنسبة 35% من
مجموع الذين نظروا إلى الهدية نظرة سلبية ، فهو أن هدية تحتاج إلى وقت
لشرائها ومن ثم أخذها إلى المهدي اليه وخاصة تلك التي تخص بزيارة العوائل
لبعضها . وهذا يعني ان في مجتمعنا هناك من العوائل أو الأفراد من التزموا

الجانب الذي يعيش حالة من ضعف العلاقات الاجتماعية غير الرسمية بين العوائل والأسر والأفراد، ولعل ذلك كون هذه الأسر ذات سمات عائلية حضرية – ضعيفة في تفاعلها الاجتماعي مع الآخرين والأقارب وان إعطاءهم أو تقديمهم للهدايا ضعيف .

ج هناك من أبدا المقولة الآتية " تحيرني مسألة الثمن والذوق " التي احتلت نسبته 30% فقد لا تعجب الطرف المستفيد من الهدية . كما قد يسبب عدم تقديم الهدية أو ردها بعض الخلافات بين العوائل ونجد في نفوس بعض أفرادها عتباً، وقد لا يكون لفظياً بل فعلياً بعدم رد الهدية مستقبلاً.

ثانياً : الهدية والعلاقات الاجتماعية

الجدول (10) يوضح أثر الهدية في تقوية العلاقات الاجتماعية

الإجابة	العدد	%
نعم	93	93
لا	7	7
المجموع	100	100

العلاقات الاجتماعية هي علاقات بين الأفراد وجماعات اجتماعية بوصفهم حاملين مختلف أنواع النشاط ويمتازون بمواقع وادوار اجتماعية في حياة المجتمع⁽¹⁵⁾.

ويمكن توطيد هذه العلاقات الاجتماعية من خلال بعض الممارسات البسيطة بين أفراد المجتمع وبأسلوب تقديم الهدية، وظهر من خلال بيانات الجدول (10) ان 93% من المبحوثين يؤكدون على أهمية الهدية في تقوية العلاقات الاجتماعية،

(15) ج . اوسيبوف ، أصول علم الاجتماع ، ترجمة سليم توما ، دار التقدم ، موسكو ، 1990 ، ص 136 .

ويتفق هذا في نفس المبحوثين وتوجهاتهم وكما أسلفنا في الجدول (8) وتحليلاتها. أما نسبة 7% فلا يؤيدون أهمية الهدية في العلاقات الاجتماعية ، وقد تبين من خلال البيانات صدق فرضيتنا القائلة بأن الهدية تقوي العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في المجتمع .

ثالثاً : الفئات التي تحرص على إهدائها في المناسبات الاجتماعية

الجدول (11) يوضح الفئات التي حرص المبحوثون على إهدائهم

المرتبة	%	العدد	الفئات
1	30	57	الأقارب
2	30	56	الأصدقاء
3	16	30	جميع الفئات المذكورة
4	13	25	الجيران
5	6	11	لمن لديه مصلحة معهم
6	2	4	رب العمل
7	2	3	المسؤولون

أما الفئات التي يحرص المبحوثون على إهدائهم الهدايا فتنتقل وبشكل مرتبي من الأعلى إلى الأدنى من الأقارب ومن ثم الأصدقاء – الجيران ومن ثم تأتي الفئة التي تصرح وبشكل علني لمن لديه مصلحة معهم ورب العمل والمسؤولين أخيراً .

معنى ذلك أن مجتمعاتنا هي مجتمعات ذات سمات اقرب إلى المجتمع المحلي – حيث التفاعل الاجتماعي من خلال تقديم الهدايا مع الأقارب والأصدقاء وتصل نسبة ذلك إلى 30% ينظر الجدول (11). وهذا يعني في الوقت نفسه أن الهدية بينهم تعكس حالة الالتزام والارتباط العائلي الذي يترجم بتقديم الهدية بوصفها جزءاً من الواجب والأصول الاجتماعية.

أي أن الهدية هي واحدة من الظواهر والأفعال الاجتماعية التي تكتسب السمة الرسمية في المجتمعات أو المؤسسات أو التنظيمات الرسمية ، إذ يقل تداول الهدايا كلما اكتسبت المؤسسة السمة الرسمية مثل : رب العمل أو المسؤولون .

وهذا ينقلنا إلى تصرفات المبحوثين أو شعورهم في حالة عدم تلقيهم الهدية حيث الجدول (12) .

رابعاً : تصرف المبحوثين في حالة عدم تلقيهم الهدية

الجدول (12) يوضح تصرف المبحوثين في حالة عدم تلقيهم الهدية

المرتبة	%	العدد	الإجابة
1	62	72	تعذر من لم يقدم هدية
2	28	33	اشعر بالحزن والأسف
3	10	12	تقاطع من لم يقدم هدية

كانت الإجابات بحسب التسلسل المرتبي فيه ثلاث مراتب هي:

الأول: تعذر من لم يقدم هدية، وبلغت بنسبة من أجاب بهذه الإجابة 62% وذلك بسبب بعض الظروف التي يمر بها من ينتظر من ه أن يقدم هدية مثل الظروف الاقتصادية والاجتماعية الصعبة لعدد غير قليل من أبناء المجتمع والبعد المكاني بين الأقارب.

كما أن هذا التعذر يعود إلى انه مسألة متعلقة بالفروق الفردية بين أفراد المجتمع أولاً وثانياً انه متعلق بالالتزام الاجتماعي المعنوي للهدية، فالأمر متعلق بكونها رمزاً، أكثر من كونها مادة .

الثاني: يشعر المبحوثون بالحزن والأسف بنسبة 28% في حالة عدم تلقيهم هدايا في مناسباتهم من معارفهم وأقاربهم، ويرون في ذلك عدم اهتمام من هؤلاء الأقارب

والأصدقاء، وهذا دليل آخر على قوة هذه الظاهرة في التواصل والانتظار من الآخرين في تقوية العلاقات والتواصل الاجتماعي وإلا لما الاكتراث والاهتمام والشعور بالحزن وخيبة الأمل في حالة عدم تلقي الفرد الهدية.

الثالث: بل يصل الحال لدى البعض بنسبة 10% من المبحوثين إلى حد التقاطع في العلاقات وضعفها في حالة عدم ورود الهدايا من الأشخاص والعوائل التي من المتوقع أن يقدموا الهدية .

خامساً: إذا كنت مدين بهدية فهل تحرص على تقديم هدية مقابلة لها

الجدول (13) يوضح قيمة رد بالهدية

قيمة الهدية	العدد	%
أكثر منها	98	56
مساوية لها في القيمة	32	18
أفكر في شيء مادي لا يمتلكه ذلك الشخص	45	26
المجموع	175	100

الجدول (13) يوضح قيمة الهدية وبحسب وجهة نظر المبحوثين

وهي كما يأتي:

إن أكثر من نصف عدد المبحوثين 56% يرون أن قيمة الهدية المقدمة تكون أكبر من تلك التي قُدمت لهم . أما نسبة 18% من المبحوثين فهم يحاولون إعطاء هدية مساوية لها في القيمة ، أما نسبة 26% من المبحوثين فهم يحاولون عند رد الهدية شراء حاجة مادية على سبيل المثال في مناسبات الانتقال من منزل إلى آخر فيحاول الأقارب شراء شيء مادي لا يمتلكه ذلك الشخص .

ويتضح من خلال هذا الجدول المثل القائل (كل شيء دين حتى دموع العين) فالهدية يجب أن يقابلها هدية مقابلة لها . وبهذا فإن الهدية وتبادلها تسير مسار الايجابية من كون المبحوث يرد بأعلى قيمة نزولاً إلى المساوية لها .

سادساً : أسباب التهادي بين الناس

الجدول (14) يوضح سبب التهادي

الإجابة	العدد	%
تقليد اجتماعي	76	52
سنة نبوية شريفة	70	48
المجموع	146	100

أما أسباب تهادي الهدية في المجتمع ، فنؤشر في الإجابة على هذا السؤال المخصص لها خطين اجتماعيين:

أ - إن نسبة 52% من أفراد العينة يحاولون رد الهدية وذلك لأنها تقليد اجتماعي متوارث في المجتمع فهي من صنع الماضي. وهنا يظهر الأخذ بمبدأ القائل (الواجب واجب) وهو تعبير يراد به بيان وجوب الالتزام بتطبيق ومراعاة الأصول المرعية لدى المجتمع وتقال العبارة في المناسبات التي تقتضي ذلك بحزم وجدية . إذ أن الواجب يقتضي عمل الأمر أو الشيء المطلوب ولا مناص من التهاون أو التقاعس أو التعاضي ولا جدال في مثل ذلك أي لا بد من القيام بما تعارف عليه الناس من ايجابيات كالزيارة في حالة المرض أو التعزية في حالة الوفاة والتهنئة في الفرح ، والمساعدة في حالة الضيق ، وغير ذلك⁽¹⁶⁾.

(16) عبد الله أمين أغا ، معجم الإتياع الدارج في لهجات الموصل ، مركز دراسات الموصل ، الموصل ،

ب - أما القسم الآخر من المبحوثين فقد كانت نسبتهم 48% وهم يعدّون سبب رد الهدية هو سنة نبوية شريفة عملاً بقوله "صلى الله عليه وسلم" (تهادوا تحابوا) وهم بذلك يحرصون على التهادي الذي يقوم بوظيفة اجتماعية.

المحور الاقتصادي

أ - شراء الهدية والمشاكل المادية

الجدول (15) يوضح شراء الهدية لأكثر من شخصين يسبب مشاكل مادية

قيمة الهدية	العدد	%
نعم	53	53
لا	47	47
المجموع	100	100

فضلاً عمّا ذكرناه آنفاً من إيجابيات الهدية وأهميتها اجتماعياً بوصفها تقليداً دينياً واختلاف مستوياتها ومراتبها إلا أنها مع ذلك لها مشاكلها المادية وكلفتها بالنسبة للذي يقوم بإهدائها .

ففي فقرة شراء الهدية ومشاكلها المادية وقياسها الاجتماعي فإن شراء الهدية لأكثر من شخصين يسبب مشاكل مادية لدى أكثر من نصف المبحوثين وحسب وجهة نظرهم ، الجدول (15) حيث بلغت نسبتهم 53% وقد يعود السبب في ذلك إلى محدودية الدخل المادي لمعظم المبحوثين وكذلك ارتفاع أسعار السلع المتوفرة، وهي بذلك تشكل عبئاً اقتصادي على المهدي.

أما النسبة الأخرى والتي بلغت 47% من المبحوثين فإنهم لا يجدون الإحراج من الناحية المادية ولا تسبب لهم المشاكل ولا يكتثرون أهمية في حال شرائهم الهدية

لأكثر من شخصين في شهر واحد ، وهذا شيء طبيعي لان بعض أفراد العينة من ذوي الدخل الجيد .

أي أن الدخل الجيد يؤثر وبشكل فعال في التهادي بين أفراد المجتمع .

ب- هل تقاس الهدية بقيمتها المعنوية أكثر من قيمتها الاقتصادية

الجدول (16) يوضح أن قياس الهدية مادياً ومعنوياً

الإجابة	العدد	%
معنوياً	94	94
مادياً	6	6
المجموع	100	100

في هذا الجدول نتوصل إلى أن نسبة 94% من المبحوثين يعدّون الهدية بقيمتها المعنوية وليست المادية فقد يكون اختيار هدية بسيطة تعكس انطباعاً لدى المهدي إليه بأنك لم تنساه بغض النظر عن قيمة الهدية المادية ، ولا بد من الإشارة إلى نقطة مهمة وهي شكل الهدية وتغليفها فالتغليف المتقن يحافظ على شكل الهدية وقيمتها المعنوية والمادية .

أما نسبة قليلة من أفراد العينة بلغت 6% فيعدّون للهدية قيمة اقتصادية أكثر منها معنوية وقد يكون ذلك لحاجة الأفراد إلى تلك المبالغ النقدية التي تصل اليهم من خلال الهدية .

نستنتج من البيانات السابقة صحة فرضيتنا القائلة إن الهدية تقاس بقيمتها

المعنوية .

ج- الهدية بوصفها نوعاً من المساعدة الاقتصادية

الجدول (17) يوضح أن تقديم الهدايا يعد نوعاً من المساعدة الاقتصادية

الإجابة	العدد	%
نعم	79	79
لا	21	21
المجموع	100	100

والنتيجة النهائية فإن أغلب المبحوثين يرون أن قيمة الهدية في معناها الاجتماعي بغض النظر عن كونها مادية ومكلفة اقتصادياً ، إلا أن نسبة كبيرة بلغت 79% من أفراد العينة يعدّون الهدية نوعاً من المعونة الاقتصادية تقدّم إلى من يحتاج مساعدة من الأقارب بصورة خاصة ، وذلك يعود إلى أن أفراد العينة من ذوي الدخل الجيد فهم يرغبون في تقديم الهدايا في كل مناسبة بوصفها نوعاً من المساعدة ، خاصة للأفراد الذين ليس لديهم قدرات مادية وقد تقدم هذه المساعدات كنفوذ في حالات معينة وهذا ما بيّنه الجدول الآتي :

الجدول (18) يوضح تقديم الهدية كنفوذ في المناسبات

الإجابة	العدد	%
العزاء	56	56
الزواج	44	44
المجموع	100	100

تبين من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 56% من أفراد العينة يقدمون التعزية نقوداً ، أما نسب 44% يقدمون الهدية نقوداً في مناسبة الزواج، وتعد هذه الهدية نوعاً من المعونة الاقتصادية للشباب الذين يبدأون حياتهم الزوجية. أما بعض أفراد العينة فيقدمون الهدايا غير النقدية كالتحف والساعات وما إلى ذلك من

الهدايا العينية لتبقى ذكرى عند المهدي اليه تعبيراً عن تلك المناسبة التي قدمت له الهدية فيها.

وهنا لابد من الإشارة إلى أن الهدية تختلف باختلاف الوضع الاقتصادي والمعاشي للأسر، ففي فترة الحصار التي كان يعاني منها الشعب العراقي تبين من خلال البحث الذي قدمه الباحث احمد حسن أن أفراد عينة بحثه الموسوم بـ (دور الأسرة في ترشيد الاستهلاك / دراسة ميدانية في مدينة الموصل) يفضلون تقديم الهدايا نقوداً في المناسبات الاجتماعية كافة وذلك للارتفاع أسعار الهدايا العينية نتيجة تلك الظروف وذلك بنسبة 68%⁽¹⁷⁾.

د – هل تعدّ الهدية إلى الموظفين نوعاً من الرشوة

الجدول (19) يوضح هل أن الهدية نوع من الرشوة إذا قدمت إلى الموظفين

الإجابة	العدد	%
نعم	65	65
لا	10	10
أحياناً	25	25
المجموع	100	100

تبين من خلال بيانات الجدول (19) أن نسبة (65%) من المبحوثين يعدّون الهدية المقدمة إلى الموظفين نوعاً من الرشوة لأن هذه الهدية تُكوّن علاقات اجتماعية تقوم على النحو المادي (المالي) وهي علاقات ذات طبيعة سلبية قائمة على أساس المصلحة مما لا يمنح العلاقات الاجتماعية صفة الاستمرار وتنتهي هذه

(17) احمد حسن حسين ، دور الأسرة في ترشيد الاستهلاك ، دراسة ميدانية في مدينة الموصل ، مجلة آداب الرفدين ، جامعة الموصل ، كلية الآداب ، العدد 31 ، 1998 ، ص 324 .

العلاقة بمجرد زوال السبب ، وبذلك فالهدية المقدمة إلى الموظف ناحية سلبية وغير مقبولة من المجتمع الموصل الذي لديه وازع ديني وقيمي جيد .

أما نسبة قليلة من أفراد العينة فلا يعدون الهدية المقدمة إلى الموظف نوعاً من الرشوة وذلك بنسبة 10% في حين أن 25% من أفراد العينة يعدّون الرشوة أحياناً نوعاً من الهدية لان فيها فائدة أو تحقق مصالحهم وعندما يتعلق الأمر بقضايا ابعدهم من مصالحهم يعدّونها رشوة .

هـ - هل أن الهدية المقدمة إلى شخص ترتبط بمكانته الاجتماعية

الجدول (20) يوضح هل أن الهدية ترتبط بالمكانة الاجتماعية للفرد

الإجابة	العدد	%
نعم	54	54
لا	46	46
المجموع	100	100

المكانة الاجتماعية هي ما يصل اليه الفرد من تقدير واحترام وهيبة اجتماعية ويحصل الإنسان على هذه المكانة من خلال الثروة التي يملكها أو الثقافة أو الوظيفة، وتلعب هذه المكانة دوراً في حياة الإنسان فعندما يختار الهادي إلى المهدي اليه هدية لابد من أن تناسب مكانته الاجتماعية ، بحيث تكون باهظة الثمن لبيان المكانة الاجتماعية الراقية للمهدي اليه.

وفي الوقت نفسه تعد الهدية التي يقدمها شخص إلى آخر وسيلة للتباهي والتفاخر بأنه ذو مكانة اجتماعية عالية وانه يستطيع تقديم هدية ذات مستوى عالٍ.

وتبين من خلال إجابة المبحوثين أن 54% من المبحوثين يوضحون أن الهدية المقدمة إلى شخص ترتبط بمكانته الاجتماعية ، بينما نسبة 46% من المبحوثين لا يعدونها مرتبطة بالمكانة الاجتماعية. ومن خلال البيانات السابقة تبين صدق فرضيتنا بأن الهدية لها علاقة بالمكانة الاجتماعية.

ملخص النتائج

- 1 - إن الهدية ظاهرة ايجابية بنسبة 99% وذلك لأنها تعمل على غرس المحبة بين الأفراد كما إنها تُعبر عن الاهتمام بالمهدى اليه كما إنها تؤدي إلى التكافل الاجتماعي وتقوي صلة الرحم بين الأقارب وقد تحقق صدق فرضيتنا القائلة بأن الهدية ظاهرة ايجابية .
- 2 - نستنتج من الدراسة الميدانية أن الهدية تزيد من قوة وترابط العلاقات الاجتماعية حيث إن 93% من أفراد العينة يرون أن الهدية تزيد من قوة العلاقات الاجتماعية واستمرارها وبذلك فقد تحقق صدق فرضيتنا بأن الهدية تعمل على تقوية العلاقات الاجتماعية بين الأفراد.
- 3 - أما عن تصرفات المبحوثين في حالة عدم تلقيه هدية من أقاربه ومعارفه فكان 62% منهم يعذرون كل من لم يقدم لهم الهدية وكانت نسبة 28% منهم يشعرون بالحزن والأسف بينما 10% منهم يقاطعون من لم يقدم لهم هدية.
- 4 - أما رد الهدية بما يساويها فكانت بنسبة 18% ، وبنسبة 56% من المبحوثين يحاولون تقديم هدية أكثر مما قدّم لهم من الناحية المادية و 26% يحاولون شراء شيء مادي لا يمتلكه ذلك الشخص.

- 5 - بلغت نسبة سبب التهادي بين الناس بوصفه تقليداً اجتماعياً متوارثاً 52% ، أما السبب الثاني بوصفه عملاً بقول الرسول الكريم " صلى الله عليه وسلم ": (تهادوا تحابوا) فبنسبة 48%.
- 6 - نستنتج من خلال البحث إن شراء الهدايا لأكثر من شخصين في الشهر يسبب مشاكل مادية وذلك بنسبة 53% ، وهكذا تحقق صدق فرضيتنا القائلة بأن الهدية تشكل عبئاً اقتصادياً على المهدي.
- 7 - توصلت الدراسة إلى أن 94% من المبحوثين أجابوا بأن الهدية تقاس بقيمتها المعنوية وليست بقيمتها المادية، وبذلك فقد تحقق صدق فرضيتنا القائلة بأن الهدية تقاس بقيمتها المعنوية.
- 8 - تعد الهدية نوعاً من المساعدة الاقتصادية وذلك لمن يحتاج إلى مساعدة خاصة في مناسبات الزواج ، وبذلك فإن للعامل الاقتصادي أهمية في التهادي.
- 9 - كما أن الهدية المقدمة إلى الموظفين تعد نوعاً من الرشوة، وذلك بنسبة 65% .
- 10 - ترتبط الهدية بالمكانة الاجتماعية للفرد وذلك بنسبة 54% وهكذا تحقق صدق فرضيتنا القائلة بأن هناك علاقة بين الهدية والمكانة الاجتماعية.

*Abstract**Social Implications of Gift**(A Field Study in Mosul)**Amira Wahid Khatab^(*)*

Gift is a message with many social implications. It maintains and deepens social ties among friends and relations. It is a phenomenon with many tokens and social implications on the various levels in the western and eastern communities from the past up to the present day. It strengthens social and economic ties among individuals. This paper is analytical, normative, and anthropological study. It follows the approach of social survey by collecting samples.

The study has come up with the following results:

1. Gift is a positive phenomenon 99%. It deepens love among individual and expresses care with the person to whom the gift is

(*) Dept. of Sociology – College of Arts / University of Mosul.

presented. It strengthens social contact and the spirit of help among relatives.

2. As an interested social custom, gift amounted to 52%, while its amount estimated at 48% among those who motivated by the Prophet (PBUH) urging them on keeping gifts exchange.

3. Gift is a type of economic help for those who need it in occasions like marriage. Hence it plays an important economic role.