

مصطلحات الاتصال الجماهيري في اللغة العربية: تعريب أم تفريب؟

للدكتور عصام سليمان الموسى
جامعة اليرموك

يقوم الاتصال الجماهيري بدور رئيسي في حياة الانسان الحديث . فعن طريق وسائله التي أصبحت بمتناول اليد، يتزود المرء بالمعلومات والأخبار، ويستمتع الى الموسيقى والأغاني، ويشاهد الأفلام والمسلسلات، ويقرأ الكتب والمجلات والصحف . ولذا، فانه من الصعب تخيل الحياة الحديثة دون وسائل الاعلام، هذه الوسائل التي تصلنا بالعالم وأحداثه، وتساعد في تنمية معارفنا، وتقدم لنا المادة الترفيهية فيمر الوقت خفيفا سريعا .

ولقد كان اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر (في ألمانيا) ايداناً ببدء عصر جديد، هو عصر الاتصال الجماهيري . وتميز العصر الجديد بانتشار المعرفة بفعل المطبعة على نطاق واسع لم يسبق له مثيل . غير ان اختراع الاجهزة الالكترونية، كالتلفزيون والهاتف، في منتصف القرن الماضي، قد أعطى دفعة قوية لصناعة الاتصال الجماهيري، بما اتاحته الاختراعات الجديدة من امكانية لنقل الرموز (مثل اللغة) بسرعة عبر الأثير مباشرة . ونجم عن تلك الاختراعات تطوير الاذاعة والتلفاز . هاتان الوسيلتان الاعلاميتان اللتان انتشرتا انتشارا واسعا بين الناس قاطبة .

علم الاتصال الجماهيري

لقد أدى تطور الاتصال الجماهيري، وشيوع استعمالها بين الناس، الى نشوء ظاهرة الاتصال الجماهيري . ولقد أصبحت هذه الظاهرة في القرن الحالي محط انظار الدارسين والباحثين المختصين، تعبيراً عن اهتمامهم بوسائل الاعلام، وبما تخلفه من آثار اجتماعية ونفسية مختلفة على المتلقين . ولهذا الغرض، انشئت كليات ودوائر الاعلام

والصحافة في الدول الغربية، وخاصة أميركا، لدراسة تلك الظاهرة وتدرسيها. ويدرس علم الاتصال الجماهيري حالياً باعتباره احد ميادين العلوم السلوكية الانسانية والاجتماعية. ويُعرف البحث في الاتصال الجماهيري بأنه الدراسة العلمية لسلوك الاتصال الجماهيري عند الانسان، هذه الدراسة التي تتم، في الاغلب، في أحوال تستدعي جمع المعلومات الكمية (quantitative) من مصادرها الأولية، بما يعالج أوضاع المرسل الاعلامي ووسائل الاعلام، ومضمونها من الرسائل والجمهور المتلقي^(١).

الاتصال الجماهيري في الوطن العربي

تأخر دخول الصحافة الى الوطن العربي بسبب ظروفه السياسية، حتى مطلع القرن الماضي^(٢). وفي القرن الحالي، اخذت محطات الاذاعة العربية في الانتشار اعتباراً من العشرينيات، ومحطات التلفزيون العربية اعتباراً من الخمسينيات.

وبسبب انتشار الوسائل الاعلامية في أقطار الوطن العربي، خاصة منذ منتصف القرن الحالي، كان لا بد من اهتمام المؤسسات الرسمية والجامعات العربية بتدريس مادة الاتصال الجماهيري. ولا يقل عدد الكليات والدوائر الجامعية والمعاهد العلمية التي تدرس الاتصال الجماهيري، عن خمس عشرة مؤسسة تنتشر في مختلف ارجاء الوطن العربي^(١).

مشكلة تعريب المصطلحات

تواجه الدارس العربي، الباحث والطالب والقارئ على حد سواء، لدى الاطلاع على ابحاث الاتصال الجماهيري وكتبه التي تصدر باللغة العربية، وتدرس في الجامعات والمعاهد، مشكلة بارزة، تتجلى في عدم وجود مصطلح موحد متفق عليه. ويؤدي هذا الى استعمال مصطلحات متباينة للمصطلح الاجنبي الواحد بين الكتاب العرب أنفسهم، والى تباين استعمال المصطلح الواحد عند الكاتب نفسه في بعض الاحيان.

ويبدو ان هذه المشكلة جزء من مشكلة أكبر وأعم، لا تنحصر في علم الاتصال الجماهيري، بل تتعداه الى العلوم الانسانية والاجتماعية كافة في الوطن العربي.

فالمصطلحات التي تستعمل في تدريس هذه المواد «تختلف من بلد الى آخر، بل من جامعة الى أخرى»^(٤).

ان تفاقم المشكلة على هذا النحو، يؤدي - في أبسط الأحوال - الى ايجاد التشويش والتشتت الفكري عند القارئ. بل ان تعدد المصطلحات المستعملة في الكتاب الواحد وتباينها بالنسبة إلى المصطلح الاجنبي الواحد، قد يدفع القارئ الى الاستهانة بما يقرأ أو يتعلم. ولذا فلا بد من معالجة المشكلة بايجاد المصطلحات العلمية المناسبة، وتعريبها... وتشذيبها، وتوحيدها، وجعلها حية نامية، تواكب تقدم العلم وخطواته الواسعة»^(٥). وهذا يحتم على الباحثين العرب ضرورة التصدي لهذه المشكلة من خلال اتاحة الفرصة لهم للدلاء بدلهم في هذا المجال، ودعوتهم الى المساهمة بما قد يتجمع لهم من آراء حول المصطلحات المناسبة، ضمن قواعد عامة تتبناها مجامع اللغة العربية.

اهداف الدراسة ومنهجها

في هذه الدراسة، سيتم ايراد عدد من الأمثلة، التي تؤيد ما ذهبنا إليه، ألا وهو وجود تباين في المصطلح العربي المستعمل في ابحاث الاتصال الجماهيري وكتبه الصادرة باللغة العربية، وأحيانا في البحث أو الكتاب الواحد.

وستتم مناقشة هذه المصطلحات بالرجوع الى تعاريفها الاصلية باللغة الانجليزية، حيثما تستدعي الضرورة ذلك. كذلك، سيتم ترجيح أحد المصطلحات، أو اقتراح البديل المناسب له، بالرجوع الى المعاجم العربية المختلفة، للاهتمام بالمعاني التي تقدمها لذلك المصطلح. وسيعتمد هذا الترجيح على المنطلقات والقواعد العامة التي يهتدي بهديها مجمع اللغة العربية الأردني^(٦).

أخيراً، فان هذه الدراسة ستقتصر على عدد محدود من مصطلحات الاتصال الجماهيري الاساسية. وهي لذلك لن تخرج عن ان تكون دراسة استكشافية أولية في الحدود المرسومة لها.

المصطلحات ومناقشتها

١ . اتصال وتواصل

تميل غالبية الباحثين العرب الى استعمال كلمة الاتصال للتدليل على مقابلتها الانجليزية (Communication). غير ان بعض الباحثين لا يميزون بين مصطلحي «اتصال» و «تواصل»، فنجد أن أحدهم يقول مثلاً: «وبالرغم من ان منهج «الاتصال» أو «التواصل» في البحث...»^(٧). وفي الحقيقة، فان هنالك فرقا بين المصطلحين. ولقد ناقش هذه المسألة الباحثان غسان يعقوب وجوزف طبش في كتابهما «سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الانسانية»، وعملا على تباين الفروق بين «اتصال» و «تواصل»، بموجب أسس لغوية وعلمية، على النحو التالي:

«نقول في اللغة العربية واصل وتواصل (فاعل، تفاعل) والمصدر هو «وصال» و «مواصلة». ويشير فعل «تواصل» الى حدوث المشاركة في الفعل بين الطرفين، ويكون نقيض «تواصل» في تهاجر وتنافر وتقاطع. ويعني الوصال الرغبة في اقامة العلاقات مع الآخر، وعادة تكون هذه العلاقة ذات طابع جنسي أو عاطفي. ان «التواصل» يعني اذن استمرار العلاقة المتينة بين الأثنين، أو بتعبير آخر، انفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.... في «الاتصال»، هناك رغبة من احد الطرفين باتجاه الآخر، وهذا الآخر قد يستجيب ويتفاعل مع تلك الرغبة، أو قد يرفض وينغلق. أما في التواصل، فان التفاعل أو الرغبة في المشاركة تحدث من كلا الطرفين. واذا بحثنا في موضوع الاتصال والتواصل من الناحية الاجتماعية والعلمية، فاننا نلاحظ ان حياتنا المعاصرة... تقوم على الاتصال وليس على التواصل. ان وسائل الاعلام... تفرقنا يوميا في خضم الانباء المحلية والعالمية، وتغزونا من كل حذب وصوب، وكأننا جهاز استقبال في معظم الاحيان. نحن على اتصال دائم بالعالم كله ولكن من طرف واحد...»^(٨).

وبناء على هذه المناقشة، فإن استعمال مصطلح الاتصال - كما في الاتصال الجماهيري - يفني بالفرض العلمي، على أساس ان العلاقة القائمة بين المرسل والمستقبل هي علاقة أحادية، تقوم على توجيه الرسائل الى المتلقين، وان دور هؤلاء، في الاغلب، يقتصر على استقبال المعلومات التي تبثها وتنشرها وسائل الاعلام. لكن هذا لا ينفي حدوث التفاعل والمشاركة، فيتحول الاتصال الى عملية تواصل. وهكذا يصبح التواصل هو الهدف الذي نسعى اليه من تحقيق الاتصال.

٢ . اتصال وجاهي

يستعمل الباحثون العرب مصطلح «الاتصال بين فردين» أو «الاتصال الشخصي» أو «الاتصال المواجهي» للتعبير عن المقابل الانجليزي لمصطلح (Interpersonal Communication). ومن الامثلة على ذلك. قول الدكتورة جيهان رشتي: «والاتصال بين فردين أو الاتصال الشخصي هو العملية التي تحدث يوميا حين نعطي ونتلقى أوامر، أو ندخل في مناقشة.... والاتصال الشخصي يحدث حينما يكون هناك تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر»^(٩). لقد استعملت هذه الباحثة مصطلحين مختلفين هما: «الاتصال بين فردين» و «الاتصال الشخصي» للتعبير عن المصطلح الأجنبي الواحد. والحقيقة، ان الباحثة قد نقلت بنفسها صحة استعمالها لمصطلح «الاتصال بين فردين»، حينما ذكرت في نهاية جملتها المقتبسة أن الاتصال قد يكون بين «أكثر» من شخصين. وتلجأ الباحثة الى استعمال مصطلح ثالث للمصطلح الاجنبي نفسه، غير المصطلحين السابقين اللذين استعملتهما، وفي مكان آخر من كتابهما، هو «الاتصال المواجهي»^(١٠).

ويستعمل الدكتور ابراهيم امام تعبير الاتصال الشخصي^(١١)؛ في حين يستعمل الدكتور أحمد بدر الاتصال المواجهي^(١٢)، والاتصال الشخصي^(١٣)، في الكتاب نفسه.

وواضح ان كلمة «شخصي» هي ترجمة لكلمة (Personal) الانجليزية - وهي لذلك لا تفي بالفرض المقصود منها في هذا المجال، ذلك ان الكلمة المقصودة هي (Interpersonal).

ولتحديد معنى المصطلح بدقة، فإن الباحث (بارنلند) يقول ان هذا النوع من الاتصال يحدث حين يلتقي شخص بآخر، أو أكثر، وجها لوجه، فيتبادلون الرموز (اللفظية وغير اللفظية) و المعلومات، مباشرة دون وسيط آلي، فيحدث التفاعل بينهم، لانهم أعطوا جُل انتباههم بعضهم لبعض^(١٤).

وبناء على هذا، فإن المصطلحات السابقة الذكر جميعا، باستثناء مصطلح الاتصال المواجهي، لا تؤدي الى اعطاء المعنى المناسب الذي يتوافق مع هذا التعريف.

أما مصطلح الاتصال المواجهي، فيظل أقربها وانسبها لاعطاء المعنى المناسب، على الرغم من التحفظ عليه، بسبب عدم سهولة لفظه. وهذا يترك المجال مفتوحا لاقتراح مصطلح جديد، قد يكون أكثر مناسبة من سابقه، وهو مصطلح «الاتصال الجاهي». وما يعزز من صحة هذا المصطلح وملاءمته أكثر من غيره، اعتماد المحاكم الأردنية لتعبير «وجاهي»، لدى نشر المذكرات التي تتعلق ببعض الدعاوى في الصحف المحلية، على نحو يكاد يكون يوميا. ومن مثل ذلك ما يرد في نص الحكم على النحو التالي: «... فإن الحكم الذي سيصدر في الدعوى يعتبر بمثابة الجاهي، أو يكون «قرارا وجاهيا بحق المدعي وبمثابة الجاهي بحق المدعى عليه».

ومن ناحية لغوية، فإننا نقول في اللغة العربية «واجه فلان فلانا»، أي لقيه وجاهها ومواجهة. وفي معجم «متن اللغة» فإن كلمة (واجهه) تعني قابله، أي لقيه وجها لوجه، ولقيه وجاهها ومواجهة، كذلك، فإن معجم «محيط المحيط» يذكر ما يلي: «واجهه مواجهة ووجاهها أي قابل وجهه بوجهه، ويقال لقيه مواجهة ووجاهها».

من هنا، فإن شيوع استعمال تعبير «وجاهي» في المصطلح المعمول به في القضاء الأردني، وبسبب صحة استعمال القاموس لهذا المصطلح، وقربه من المعنى الذي حدده (بارنلند) أكثر من بقية المصطلحات، فاني أرى استعمال مصطلح «الاتصال الجاهي»، ليعني ذلك الاتصال الذي يحدث وجاهيا، أي حين يقابل المتصلون (المرسلون والمتلقون) بعضهم وجها لوجه، أو مواجهة.

٣ . رجوع

ولتعريب مصطلح (Feedback)، يستعمل الباحثون العرب مصطلحات متعددة، مثل الصدى»^(١٥)، أو «التغذية الراجعة»^(١٦)، أو «التغذية الراجعة»^(١٧)، أو «رجوع الصدى أو التأثير المرتد»^(١٨).

ويعرف الباحث (شرام) مفهوم الـ (Feedback) بأنه رجوع المعلومات عن الرسالة الى المصدر الذي ارسلها^(١٩).

وفي اللغة العربية، فإن «المعجم الوسيط» يبين ان (الراجعة) تعني نوعا «من الحمى تذهب وترجع». وفي معجم متن اللغة تعني (الراجعة): «الناشغة من نواشغ الوادي أي المجرى من مجاريه... والناقة تباع بثمان ويشترى بثمانها، فالثانية راجعة ورجعية». وفي معجم «محيط المحيط»، يعني رجوع الصدى «ما يردده عليك المكان الخالي اذا صوت فيه».

بالمقابل، فاننا نكتشف في «المعجم الوسيط» (رَجَع) بمعنى «جواب الرسالة». وفي تقديري ان هذا هو المصطلح الذي نريده في اللغة العربية، خاصة أن معناه يتفق تماما مع التعريف السابق.

٤ . متصل

يستعمل بعض الباحثين العرب مصطلح «القائم بالاتصال»^(٢٠) لمقابله الانجليزي (Communicator) - للشخص الذي يبادر الى تبادل الرموز والمعلومات مع الآخرين، سواء أكان ذلك الشخص مرسلا أم مستقبلا.

وفي هذا الصدد، فإن معجم «محيط المحيط» يبين ان «المتصل» هو «ذو الاتصال».

وفي تقديري، أن «المتصل» هو المصطلح المناسب الواجب استعماله. وفي هذا المجال، يصبح «المتصل» الشخص الذي يرسل المعلومات والرموز، أو الشخص الذي يستقبلهما، سواء بسواء.

٥ . صورة نمطية

يشير مفهوم الـ (stereotype) الى « اتجاه الانسان لنسبة صفات الى شخص معين باعتماد الطبقة أو الفئة التي ينتمي اليها ذلك الشخص»^(٢١). ومن مثل هذا، اعتبار ان جميع الايرلنديين يتصفون بطبع متفجر، أو ان السود كسالى. وعلى الرغم من ان مثل هذه التعميمات تحظى بقبول الناس لها، الا انها ليست صحيحة.

وفي مواجهة هذا المصطلح، نلاحظ تخبطا واضحا عند الباحثين الاعلاميين العرب. فمنهم من يستعمل « صور منطبعة»^(٢٢)، أو « الأنماط الجاهزة الجامدة»^(٢٣) أو «القوالب المطبوعة»^(٢٤) أو «أنواع الاستريو»^(٢٥).

وفي اعتقادي ان المصطلح المناسب لهذا التعبير هو « الصورة النمطية»، على أساس ان هذه تعني ان المرء يحمل صورة في ذهنه تجعله يعمل على تنميط الاشياء، أو الأشخاص، ضمن قوالب تعبيرية جاهزة. ومما يعزز هذا الاعتقاد ان الـ (Stereotype) هي نوع من الـ (image)، أي الصورة العقلية التي يحملها المرء من شيء ما أو شخص ما. وفي حين أن الأولى تكون صورة ضعيفة باهتة لا تستند الى معرفة واسعة فتدفع بصاحبها الى التنميط، فإن الثانية تكون، للمعنى الذي تمثله، أوسع واشمل، وتعتمد في تشكيلها على معلومات وافية.

خاتمة

تميز المصطلحات التي أوردناها (الاتصال، التواصل، الاتصال الوجيه، الرجوع، المتصل، الصورة النمطية) بدقة معناها الذي تمثله، وباقتربها كثيرا من المعنى الحقيقي للمصطلح الاجنبي، علاوة على انها نابعة من التراث العربي القاموسي الصحيح. وبالإضافة الى هذا، فان استعمال مصطلح مثل «الرجوع» أو «المتصل» يؤدي الى اقتصاد في الالفاظ، اذ يتم استعمال كلمة واحدة بدلا من كلمتين اثنتين (تغذية راجعة، وقائم بالاتصال) لكل منهما، وهذه دلائل ناصعة على تميز لغتنا وجزالة الفاظها.

ان العبرة التي يمكن ان نخرج بها من استعراض هذه المصطلحات ومناقشتها، هي أن الباحثين العرب في ميدان الاتصال الجماهيري لا يبذلون الجهد الصادق في التنقيب

في المعاجم العربية عن مصطلحات محددة تعبر عن واقع المصطلح المراد تعريبه ، تعبيرا صحيحا ودقيقا. ومن هنا تأتي ضرورة قيام المجامع العربية بالتعاون مع الجهات المختصة، مثل الجامعات للعمل على ايجاد المصطلحات المناسبة، وتعميمها في قوائم على المعاهد الاعلامية العربية المختلفة للالتزام بها.

الهوامش

(1) Agee, Warren R., Phillip H. Ault, and Edwin Emery. *Introduction to Mass Communication*, New York: Harper & Row publishers. 1985, pp. 364-5.

- (٢) أديب مروة. الصحافة العربية: نشأتها وتطورها. بيروت: دار مكتبة الحياة، ١٩٦١، ص ١٤٢.
- (٣) د. مصطفى المصمودي. النظام الاعلامي الجديد. الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨٥، ص ٢٤٠.
- (٤) د. محمود ابراهيم. «تعريب العلوم الانسانية»، مجلة مجمع اللغة العربية الاردني، العدد المزدوج ١٩٧٩، ٦-٥، ص ٤٦.
- (٥) د. عبد الكريم خليفة. «دور التراث العلمي في تعريب العلوم والتقنيات»، مجلة مجمع اللغة العربية الاردني، العدد المزدوج ١٩٧٩، ٤-٣، ص ٧.
- (٦) د. محمود السمرة. «تجربة مجمع اللغة العربية الاردني في تعريب العلوم»، مجلة مجمع اللغة العربية الاردني، العدد المزدوج ١٩٨٢، ١٦-١٥، ص ١٠٠، حيث يتم ذكر المنطلقات التي يهتدي بها مجمع اللغة العربية الاردني في التعريب، كما استنتجها الباحث من الممارسات العملية وهي:
- ١- أن يكون المقابل العربي معبرا تعبيراً دقيقاً عن المصطلح الاجنبي.
- ٢- أن يكون المقابل العربي معبرا عن الوظيفة التي يدل عليها المصطلح الاجنبي، اذا كان النقل الدقيق لالفاظه يخرج به، في العربية، عن وظيفته.
- ٣- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الاجنبي عربياً تراثياً، كلما كان ذلك ممكناً.
- ٤- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الاجنبي هو المصطلح الاجنبي، مع تحوير يجعل له جرساً عربياً، اذا اعيانا وضع المقابل العربي بطريقة من الطرق السابقة.
- ٥- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الاجنبي هو نفسه، اذا كان من الشيعوع والذبيوع بحيث أصبح علماً.
- (٧) د. زكي الجابر. «نظرية الاتصال والتكامل العربي»، مجلة شؤون عربية، العدد ١٧، ١٩٨٢، ص ٢١١.
- (٨) د. غسان يعقوب وجوزف طبش. سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الانسانية. بيروت، دار النهار للنشر، ١٩٧٩، ص ١١-١٢.
- (٩) د. جيهان رشتي. الامس العلمية لنظريات الاعلام. القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٥، ص ١٠٩.
- (١٠) المصدر السابق، ص ٥٥١.
- (١١) د. ابراهيم امام. الاعلام والاتصال بالجمامير. الحيزة، ١٩٨١، ص ٢٨.
- (١٢) د. أحمد بدر. الاتصال بالجمامير بين الاعلام والدعاية والتنمية. الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٢، ص ٢٣٠.
- (١٣) المصدر السابق، ص ٥٧.

(14) Barnlund, Dean, ed. *Interpersonal Communication: Survey and Studies*. Boston: Houghton Mifflin Co., 1968, p.6.

- (١٥) د. ابراهيم امام، مصدر سابق، ص ١٣٣ .
(١٦) د. غسان يعقوب وجوزف طبش، مصدر سابق، ص ٦٦ .
(١٧) وارن أجي، فيليب اولت، ايلوين ايمري . وسائل الاعلام: صحافة، اذاعة، تلفزيون .
ترجمة ميشيل تكلا. القاهرة: مكتبة الوعي العربي، ١٩٨٤، ص ٢٠ .
(١٨) د. جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٢٣ .

(19) Schramm, Wilbur. **Men, Messages, and Media**. New york: Harper and Row Publishers, 1973, p. 51.

- (٢٠) د. جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٥٨ ؛
د. أحمد بدر، مصدر سابق، ص ٥٩ .

(21) porter, Richard E. "An Overview of Intercultural Communication," in **Intercultural Communication: A Reader**, Larry Samovar and Richard Porter, eds., Belmont: Wadsworth Publishing Co., 1972, p. 8.

- (٢٢) د. جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ٥٣٤ .
(٢٣) د. احمد بدر، مصدر سابق، ص ١٣٣ .
(٢٤) د. احمد بدر، مصدر سابق، ص ١٣٠ .