

مصطلحات الاتصال الجماهيري في اللغة العربية:

تعريب أم تغريب؟

الدكتور عصام سليمان موسى

جامعة اليرموك

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

ولقد كان اختراع المطبعة في القرن الخامس عشر (في ألمانيا) إيذاناً ببدء عصر جديد، على نطاق واسع لم يسبق له مثيل. غير أن اختراع الأجهزة الإلكترونية، كالتلفزيون والهاتف، في منتصف القرن الماضي، قد أعطى دفعة قوية لصناعة الاتصال الجماهيري، بما أتاحتها الاختراعات الجديدة من إمكانية لنقل الرموز (مثل اللغة) بسرعة عبر الأثير مباشرة. ونجم عن تلك الاختراعات تطوير الإذاعة والتلفاز. هاتان الوسيلتان الإعلاميتان اللتان انتشرتتا انتشاراً واسعاً بين الناس قاطبة.

علم الاتصال الجماهيري

لقد أدى تطور الاتصال الجماهيري، وشيوع استعمالها بين الناس، إلى نشوء ظاهرة الاتصال الجماهيري. ولقد أصبحت هذه الظاهرة في القرن الحالي محط أنظار الدارسين والباحثين المختصين، تعبيراً عن اهتمامهم بوسائل الإعلام، وبما

تخلفه من آثار اجتماعية ونفسية مختلفة على المتلقين. ولهذا الغرض، أنشئت كليات ودوائر الإعلام والصحافة في الدول الغربية، وخاصة أميركا، لدراسة تلك الظاهرة وتدريسها. ويدرس علم الاتصال الجماهيري حالياً باعتباره أحد ميادين العلوم السلوكية الإنسانية والاجتماعية. ويُعرّف البحث في الاتصال الجماهيري بأنه الدراسة العلمية لسلوك الاتصال الجماهيري عند الإنسان، هذه الدراسة التي تتم، في الأغلب، في أحوال تستدعي جمع المعلومات الكمية (quantitative) من مصادرها الأولية، بما يعالج أوضاع المرسل الإعلامي ووسائل الإعلام، ومضمونها من الرسائل والجمهور المتلقي^(١).

الاتصال الجماهيري في الوطن العربي

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

وبسبب انتشار الوسائل الإعلامية في أقطار الوطن العربي، خاصة منذ منتصف القرن الحالي، كان لا بدّ 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 أرجاء الوطن العربي^(٣).

مشكلة تعريب المصطلحات

تواجه الدارس العربي، الباحث والطالب والقارئ على حد سواء، لدى الاطلاع على أبحاث الاتصال الجماهيري وكتبه التي تصدر باللغة العربية، وتدرس في الجامعات والمعاهد، مشكلة بارزة، تتجلى في عدم وجود مصطلح موحد متفق عليه. ويؤدي هذا إلى استعمال مصطلحات متباينة للمصطلح الأجنبي الواحد بين

الكتاب العرب أنفسهم، وإلى تباين استعمال المصطلح الواحد عند الكاتب نفسه في بعض الأحيان.

ويبدو أن هذه المشكلة جزء من مشكلة أكبر وأعم، لا تنحصر في علم الاتصال الجماهيري، بل تتعداه إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية كافة في الوطن العربي. فالمصطلحات التي تستعمل في تدريس هذه المواد "تختلف من بلد إلى آخر، بل من جامعة إلى أخرى"^(٤).

إن تفاقم المشكلة على هذا النحو، يؤدي - في أبسط الأحوال - إلى إيجاد التشويش والتشتت الفكري عند القارئ. بل إن تعدد المصطلحات المستعملة في الكتاب الواحد وتباينها بالنسبة إلى المصطلح الأجنبي الواحد، قد يدفع القارئ إلى الاستهانة بما يقرأ أو يتعلم. ولذا فلا بد من معالجة المشكلة بإيجاد 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 إتاحة الفرصة لهم للإدلاء بدلوه في هذا المجال، ودعوتهم إلى المساهمة بما قد يتجمع لهم من آراء حول المصطلحات المناسبة، ضمن قواعد عامة تتبناها مجامع اللغة العربية.

أهداف الدراسة ومنهجها

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

وستتم مناقشة هذه المصطلحات بالرجوع إلى تعاريفها الأصلية باللغة الإنجليزية، حيثما تستدعي الضرورة ذلك. كذلك، سيتم ترجيح أحد المصطلحات، أو اقتراح البديل المناسب له، بالرجوع إلى المعاجم العربية المختلفة، للاهتمام بالمعاني التي تقدمها

لذلك المصطلح. وسيعتمد هذه الترجيح على المنطقات والقواعد العامة التي يهتدي بهديها مجمع اللغة العربية الأردني^(٦).

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

المصطلحات ومناقشتها

١. اتصال وتواصل

تميل غالبية الباحثين العرب الى استعمال كلمة الاتصال للتدليل على مقابلتها الإنجليزية (Communication). غير أن بعض الباحثين لا يميزون بين مصطلحي "اتصال" و"تواصل"، فنجد أن أحدهم يقول مثلاً: "وبالرغم من أن منهج "الاتصال" أو "التواصل" في البحث..."^(٧). وفي الحقيقة، فإن هنالك فرقاً بين المصطلحين. ولقد ناقش هذه المسألة الباحثان غسان يعقوب وجوزف طبش في كتابهما "سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الإنسانية"، 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" إلى حدوث المشاركة في الفعل بين الطرفين، ويكون نقيض "تواصل" في تهاجر وتنافر وتقاطع. ويعني الوصال الرغبة في إقامة العلاقات مع الآخر، وعادة تكون هذه العلاقة ذات طابع جنسي أو عاطفي. إن "التواصل" يعني إذن استمرار العلاقة المتينة بين الاثنين، أو بتعبير آخر، انفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.... في "الاتصال"، هناك رغبة من أحد الطرفين باتجاه

الآخر، وهذا الآخر قد يستجيب ويتفاعل مع تلك الرغبة، أو قد يرفض وينغلق. أما في التواصل، فإن التفاعل أو الرغبة في المشاركة تحدث من كلا الطرفين. وإذا بحثنا في موضوع الاتصال والتواصل من الناحية الاجتماعية والعلمية، فإننا نلاحظ أن حياتنا المعاصرة... تقوم على الاتصال وليس على التواصل. إن وسائل الإعلام... تفرقنا يومياً في خضم الأنباء المحلية والعالمية، وتغزونا من كل حذب وصوب، وكأننا جهاز استقبال في معظم الأحيان. نحن على اتصال دائم بالعالم كله ولكن من طرف واحد...^(٨).

وبناء على هذه المناقشة، فإن استعمال مصطلح الاتصال - كما في الاتصال الجماهيري- يفي بالغرض العلمي، على أساس أن العلاقة القائمة بين المرسل والمستقبل هي علاقة أحادية، تقوم على توجيه الرسائل إلى المتلقين، وأن دور هؤلاء، في الأغلب، يقتصر على استقبال المعلومات التي تبثها وتنتشرها وسائل الإعلام. لكن هذا لا ينفي حدوث التفاعل والمشاركة، فيتحول الاتصال إلى عملية تواصل. وهكذا يصبح التواصل هو الهدف الذي نسعى إليه من تحقيق الاتصال.

٢. اتصال وجاهي

يستعمل الباحثون العرب مصطلح "الاتصال بين فردين" أو "الاتصال الشخصي" أو "الاتصال المواجهي" للتعبير عن المقابل الإنجليزي لمصطلح (Interpersonal Communication). ومن الأمثلة على ذلك قول الدكتورة جيهان رشتي: "والاتصال بين فردين أو الاتصال الشخصي هو العملية التي تحدث يومياً 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، أن 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 إلى استعمال مصطلح ثالث للمصطلح الأجنبي نفسه، غير المصطلحين السابقين اللذين استعملتهما، وفي مكان آخر من كتابهما، هو "الاتصال المواجهي"^(١٠).

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

وواضح أن كلمة "شخصي" هي ترجمة لكلمة (Personal) الإنجليزية - وهي لذلك لا تقي بالغرض المقصود منها في هذا المجال، ذلك أن الكلمة المقصودة هي (Interpersonal).

ولتحديد معنى المصطلح بدقة، فإن الباحث (بارنلند) يقول إن هذا النوع من الاتصال يحدث حين يلتقي شخص بآخر، أو أكثر، وجهاً لوجه، فيتبادلون الرموز (اللفظية وغير اللفظية) والمعلومات، مباشرة دون وسيط آلي، فيحدث التفاعل بينهم، لأنهم أعطوا جُلَّ انتباههم لبعضهم لبعض^(١٤).

وبناء على هذا، فإن المصطلحات السابقة الذكر جميعاً، باستثناء مصطلح الاتصال المواجهي، لا تؤدي إلى إعطاء المعنى المناسب الذي يتوافق مع هذا التعريف.

أما مصطلح الاتصال المواجهي، فيظل أقربها وأنسبها لإعطاء المعنى المناسب، على الرغم من التحفظ عليه، بسبب عدم سهولة لفظه. وهذا يترك المجال مفتوحاً لاقتراح مصطلح جديد، قد يكون أكثر مناسبة من سابقه، وهو مصطلح "الاتصال الوجيه". ومما يعزز من صحة هذا المصطلح وملاءمته أكثر من غيره، اعتماد المحاكم الأردنية لتعبير "وجيهي"، لدى نشر المذكرات التي تتعلق

ببعض الدعاوى في الصحف المحلية، على نحو يكاد يكون يومياً. ومن مثل ذلك ما يرد في نص الحكم على النحو التالي: "... فإن الحكم الذي سيصدر في الدعوى يعتبر بمثابة الوجيه، أو يكون "قراراً وجاهياً بحق المدعي وبمثابة الوجيه بحق المدعى عليه".

ومن ناحية لغوية، فإننا نقول في اللغة العربية "واجه فلان فلاناً"، أي لقيه وجاهاً ومواجهة. وفي معجم "متن اللغة" فإن كلمة (واجهه) تعني قابله، أي لقيه وجهاً لوجه، ولقيه وجاهاً ومواجهة، كذلك، فإن معجم "محيط المحيط" يذكر ما يلي: "واجهه مواجهة ووجاهاً أي قابل وجهه بوجهه، ويقال لقيه مواجهة ووجاهاً".

من هنا، فإن شيوع استعمال تعبير "وجيه" في المصطلح المعمول به في القضاء الأردني، وبسبب صحة استعمال القاموس لهذا المصطلح، وقربه من المعنى الذي حدده (بارنلند) أكثر من بقية المصطلحات، فإنني أرى استعمال مصطلح "الاتصال الوجيه"، ليعنى ذلك الاتصال الذي يحدث وجاهياً، أي حين يقابل المتصلون (المرسلون والمتلقون) بعضهم وجهاً 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 "رجع الصدى أو التأثير المرتد"^(١٨).

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

وفي اللغة العربية، فإن "المعجم الوسيط" يبين أن (الراجعة) تعني نوعاً من الحمى تذهب وترجع. وفي معجم متن اللغة تعني (الراجعة): "الناشئة من نواشغ الوادي أي المجرى من مجاريه... والناقة تباع بثمن ويشترى بثمنها مثلاً، فالثانية

راجعة ورجعية". وفي معجم "محيط المحيط"، يعني رجع الصدى "ما يردده عليك المكان الخالي إذا صوّت فيه".

بالمقابل، فإننا نكتشف في "المعجم الوسيط" (رَجَع) بمعنى "جواب الرسالة". وفي تقديري أن هذا هو المصطلح الذي نريده في اللغة العربية، خاصة أن معناه يتفق تماماً مع التعريف السابق.

٤. متصل

يستعمل بعض الباحثين العرب مصطلح "القائم بالاتصال" ^(٢٠) لمقابلته الإنجليزي (Communicator) - للشخص الذي يبادر إلى تبادل الرموز والمعلومات مع الآخرين، سواء أكان ذلك الشخص مرسلًا أم مستقبلًا.

وفي هذا الصدد، فإن معجم "محيط المحيط" يبين أن "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) إلى "اتجاه الإنسان لنسبة صفات إلى شخص معين باعتماد الطبقة أو الفئة التي ينتمي إليها ذلك الشخص" ^(٢١). ومن مثل هذا، اعتبار أن جميع الإيرلنديين يتصفون بطبع متفجر، أو أن السود كسالى. وعلى الرغم من أن مثل هذه التعميمات تحظى بقبول الناس لها، إلا أنها ليست صحيحة.

وفي مواجهة هذا المصطلح، نلاحظ تخبطاً واضحاً عند الباحثين الإعلاميين العرب. فمنهم من يستعمل "صور منطبعة"^(٢٢)، أو "الأنماط الجاهزة الجامدة"^(٢٣) أو "القوالب المطبوعة"^(٢٤) أو "أنواع الاستريو"^(٢٥).

وفي اعتقادي أن المصطلح المناسب لهذا التعبير هو "الصورة النمطية"، على أساس أن هذه تعني أن المرء يحمل صورة في ذهنه تجعله يعمل على تنميط الأشياء، أو الأشخاص، ضمن قوالب تعبيرية جاهزة. ومما يعزز هذا الاعتقاد أن 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 إلى معرفة واسعة فتدفع بصاحبها إلى التتميط، فإن الثانية تكون، للمعنى الذي تمثله، أوسع وأشمل، وتعتمد في تشكيلها على معلومات وافية.

خاتمة

تتميز المصطلحات التي أوردناها (الاتصال، التواصل، الاتصال الجاهي، الرجع، المتصل، الصورة النمطية) بدقة معناها الذي تمثله، باقترابها كثيراً من المعنى الحقيقي للمصطلح الأجنبي، علاوة على أنها نابعة من التراث القاموسي الصحيح. وبالإضافة إلى هذا، فإن استعمال مصطلح مثل "الرجع" أو "المتصل" يؤدي إلى اقتصاد في الألفاظ، إذ يتم استعمال كلمة واحدة بدلاً من كلمتين اثنتين (تغذية راجعة، وقائم بالاتصال) لكل منهما، وهذه دلائل ناصعة على تميز لغتنا وجزالة ألفاظها.

إن العبرة التي يمكن أن 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، تعبيراً صحيحاً ودقيقاً. ومن هنا تأتي ضرورة قيام المجمع العربية بالتعاون مع الجهات المختصة، مثل الجامعات للعمل على إيجاد المصطلحات المناسبة، وتعميمها في قوائم على المعاهد الإعلامية 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 الإعلامي الجديد. الكويت: سلسلة عالم المعرفة، ١٩٨٥: ص ٢٤٠.

(٤) د. محمود إبراهيم. "تعريب العلوم الإنسانية"، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد المزدوج ٥-٦، ١٩٧٩، ص ٤٦.

(٥) د. عبدالكريم خليفة. "دور التراث العلمي في تعريب العلوم والتقنيات"، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد المزدوج ٣-٤، ١٩٧٩، ص ٧.

(٦) د. محمود السمرة. "تجربة مجمع اللغة العربية الأردني في تعريب العلوم"، مجلة مجمع اللغة العربية الأردني، العدد المزدوج ١٥-١٦، ١٩٨٢، ص ١٠٠، حيث يتم ذكر المنطلقات التي يهتدي بها مجمع اللغة العربية الأردني في التعريب، كما استنتجها الباحث من الممارسات العلمية وهي:

١- أن يكون المقابل العربي معبراً تعبيراً دقيقاً عن المصطلح الأجنبي.

٢- أن يكون المقابل العربي معبراً عن الوظيفة التي يدل عليها المصطلح الأجنبي، إذا كان النقل الدقيق لألفاظه يخرج به، في العربية، عن وظيفته.

٣- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الأجنبي عربياً تراثياً، كلما كان ذلك ممكناً.

٤- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الأجنبي هو المصطلح الأجنبي، مع تحويل يجعل له جرساً عربياً، إذا أعيانا وضع المقابل العربي بطريقة من الطرق السابقة.

٥- أن يكون المقابل العربي للمصطلح الأجنبي هو نفسه، إذا كان من الشيع والذبيوع بحيث أصبح علماً.

(٧) د. زكي الجابر. "نظرية الاتصال والتكامل العربي"، مجلة شؤون عربية، العدد ١٧، ١٩٨٢، ص ٢١١.

- (٨) د. غسان يعقوب وجوزيف طبش. سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الإنسانية. بيروت، دار النهار للنشر، ١٩٧٩، ص ١١-١٢.
- (٩) د. جيهان رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام. القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٥، ص ١٠٩.
- (١٠) المصدر السابق، ص ٥٥١.
- (١١) د. إبراهيم إمام. الإعلام والاتصال بال جماهير. الجيزة، ١٩٨١، ص ٢٨.
- (١٢) د. أحمد بدر، الاتصال بال جماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية. الكويت، وكالة المطبوعات، ١٩٨٢، ص ٢٣٠.
- (١٣) المصدر السابق، ص ٥٧.
- (١٤) Barnlund. Dean, ed. **Interpersonal Communication: Survey and Studies**, Boston: Houghton Mifflin Co., 1968, p.6.
- (١٥) د. إبراهيم إمام، مصدر سابق، ص ١٣٣.
- (١٦) د. غسان يعقوب وجوزيف طبش، مصدر سابق، ص ٦٦.
- (١٧) وارن أجي، فيليب اولت، ايدوين ايمري. وسائل الإعلام: صحافة، إذاعة، تلفزيون. ترجمة ميشيل تكللا. القاهرة: مكتبة الوعي العربي، ١٩٨٤، ص ٢٠.
- (١٨) د. جيهان رشتي، مصدر سابق، ص ١٢٣.
- (١٩) 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.
- (٢١) 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. أحمد بدر، مصدر سابق، ص ١٣٣.
- (٢٤) د. أحمد بدر، مصدر سابق، ص ١٣٠.