

توظيف اللغة الفصيحة عند العاملين
في المكاتب الأمامية لتطوير المؤسسات الفندقية
في كربلاء المقدسة

م.م. سمير خليل شُطُو

جامعة كربلاء - كلية العلوم السياحية

٢٠١٤

المستخلص

تعدّ المؤسسات الفندقية دعامة رئيسة، وركيزة سائدة لإزدهار الحركة السياحية، وأشار الباحثون الى أن الغرفة الفندقية الواحدة تولد فرصة عمل واحدة في القطاع الفندقي و١،٧٥ فرصة عمل في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى. وتشير الإحصائيات الى أن قطاع السياحة في العالم يوظف بشكل مباشر وغير مباشر أكثر من (٢٠٠) مليون عامل في أنحاء العالم، مع توقعات إرتفاع هذه الحصيلة في السنوات القادمة. كما وإن السياحة لها القدرة على توفير أكثر من ١٠،٣% من إجمالي أجور العاملين في العالم. وتقدّر منظمة السياحة العالمية، إنّ للسياحة ما يقارب (٧٥%) من مجموع مناصب الشغل وخاصة قطاع الإيواء.

وتمثل المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية الإنطباع الأول لصورة المكان الذي يحلّ فيه السائح، لذا فإن العاملين في تلك المكاتب هم مفتاح الاتصال لبناء جسور الود والثقة والتواصل بين العاملين والضيوف، وإن من الصعب على الإنسان العربي فهم العامية الدارجة كما يتحدثها أهلها في بلد آخر، فليجأ إلى اللغة الفصيحة لمواجهة الموقف، ويكرر الجملة أو السؤال مرات عدّة كأنما يترجمه إذا ما تحدّث بالعامية، وفي هذا إضاعة للجهد وهدر للوقت، ومن هنا تأتي أهمية البحث. وأما مشكلة البحث، تكمن في أن اللغة من أبرز الوسائل المستخدمة في الاتصال بين السائح ومقدّم الخدمة السياحية، لذا تظهر إيجابيات اللغة أو سلبياتها مباشرة عند تقديم الخدمة، وتكمن المشكلة في أن العديد من الكلمات العامية الشائعة الإستخدام في الإتصال تحمل معانٍ مختلفة عند المتلقي، إذ تكون للمفردة الواحدة معانٍ متعددة في تفسيرها، فضلاً عن أن اللهجات العامية المختلفة تؤدي الى العديد من الإشكالات في الإتصال بين الناس عموماً، وبين سياح الدول المختلفة على وجه الخصوص، إذ إن الإشكالية الحقيقية في اللهجات العربية تظهر نتيجة تباين هذه اللهجات التي أدت الى صعوبة فهم العربي لأخيه العربي الآخر.

وتأتي فرضية البحث في إيجاد أرضية مشتركة أو لغة مشتركة هي اللغة الفصيحة التي يعرفها جميع العرب والمسلمين، وحثّ العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية على زيادة مهارة الإتصال وكيفيته ومكوناته وأهميته، عن طريق القيام ببرامج للتوعية اللغوية عامة بإشراف الهيئات المشرفة على النشاط السياحي. كما وأن البحث يهدف إلى التعرف على إختلاف المعاني وتفسير اللهجات المحلية المختلفة للسياح الوافدين الى مدينة كربلاء المقدسة، وأوجه الإختلاف في المواقف الإتصالية وإنعكاساتها السلبية في التعامل بين العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية مع الضيوف، والعمل على

تصحيح العملية الإتصالية عن طريق إستخدام العاملين للغة الفصيحة من أجل أن تساهم في نجاح الإتصال بين العاملين والسياح.

جاءت هيكلية البحث بثلاثة مباحث؛ إذ جاء المبحث الأول (مدخل مفاهيمي)، والمبحث الثاني (الإتصال واللهجات العامية العربية ومقارنتها)، والمبحث الثالث (واقع اللغة الفصيحة عند العاملين والسياح في مدينة كربلاء المقدسة).

وخلص البحث الى استنتاجات من أهمها؛ هجر أبناء اللغة العربية لغتهم الأم التي تمثل لغة القرآن الكريم، إذ إن نسبة ٧% من العاملين يفضلون اللغة الفصيحة في الإتصال حباً لقوميتهم وإنتمائهم، والنسبة الباقية من العاملين يفضلون اللغة العامية. وأما السياح فإن نسبة الذين يفضلون التحدّث باللغة الفصيحة ٢٣%، والنسبة الباقية منهم يفضلون التحدّث باللهجة العامية العراقية، رغبة منهم في تعلم ثقافة اللغة المحلية العراقية من جهة، والشعور بالإستمتاع أثناء التحدّث بها.

ومن أهم التوصيات التي خلص إليها البحث؛ يجب أن تتلقى الكوادر السياحية المتخصصة عبر مراحل دراستهم الجامعية مادة اللغة العربية على مدى المراحل الدراسية الأربعة. فضلاً عن اللغتين الإنكليزية والفارسية. وتركيز إهتمام المعنيين بالشأن السياحي في دعم اللغة الفصيحة كوسيلة إتصال متقنة بين العاملين في المكاتب الأمامية والضيوف، فضلاً عن إقامة الدورات للتوعية في زيادة مهارة الإتصال عن طريق برامج التوعية اللغوية.

Abstract

The hotel establishments pillar boss, Dolly pillar of the burgeoning tourist traffic, the researchers pointed out that the hotel room per generate one job opportunity in the hotel sector and 1.75 jobs in the tourism sector and other sectors. Statistics indicate that the tourism sector in the world employs directly and indirectly more than 200 million workers around the world , with high expectations of this outcome in the coming years . Studies show that tourism has the potential to provide more than 10.3 % of the total wages of workers in the world. The World Tourism Organization estimates , The Travel approximately (75%) of the total jobs and private sector accommodation.

The front offices of the institutions of the hotel first impression of the image of the place that solves the tourist , so the workers in those offices call key to building bridges of friendship and trust and communication between employees and guests, but it is difficult for Arab human understanding colloquial dialect as spoken by people in another country, he resorts to the language eloquence to face the situation , and repeats the sentence or question many times, if interpreted as if speaking colloquially, and in this waste of effort and a waste of time, hence the importance of research. The research problem, is that the language of the

most used means of communication between the tourist and the Service Provider tourist , so show the pros Language Omyatea directly at the service, and the problem is that many slang words commonly used in communication carry different meanings at receiver, as are for a single per multiple meanings in their interpretation, as well as the dialects of different lead to many problems in communication between people in general, and among the tourists of different countries, in particular, since the problem in real Arabic dialects appear as a result of variation of these dialects that led to the difficulty of understanding the Arab to his brother, the other Arab.

The hypothesis search to find common ground or common language is the language eloquence that are known to all Arabs and Muslims , and urged the workers in the front offices of the institutions of the hotel to increase the skill of communication and quality of its components and its importance, by doing programs for awareness linguistic general supervision bodies overseeing the tourism activity . As that research aims to identify the difference meanings and interpretation of local dialects different for tourists coming to the holy city of Karbala , and differences in attitudes connectivity and its negative repercussions on the treatment of workers in the front offices of the institutions of the hotel with guests , and work to correct the communication process through the use of employees of the language of eloquence in order to contribute to the success of communication between workers and tourists.

The structure of the research in three sections ; there came the first section (entrance conceptual), and the second section (the front offices of the institutions of the hotel , and the third section (Contact and slang Arabic and compared) , and the fourth section (the reality of language eloquence when workers and tourists in the holy city of Karbala) .

The research found the conclusions of the most important ; abandoned children of the Arabic language to their mother tongue, which represents the language of the Koran , as the 7% of workers prefer fluent in the language of love to call their nationality and affiliation , and the remaining percentage of workers prefer slang. As the proportion of tourists who prefer to converse in fluent 23% , and the rest of them prefer to speak vernacular Iraqi , in their desire to learn the local language of the Iraqi culture on the one hand , and the feeling of enjoying it while talking.

One of the main recommendations of the research; should receive specialized cadres tourist through the stages of their university studies, Arabic language over the four grades. As well as English and Persian. And focus the attention of people concerned with tourism in the eloquent language support means connected between an elaborate front- office workers and guests, as well as the establishment of courses to raise awareness of the increasing skill of communication through language awareness programs.

المقدمة

يملك النشاط السياحي الإمكانية لتوليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي نفسه، إذ تمتد هذه الإمكانية الى القطاعات الأخرى الساندة للنشاط السياحي. ولما كانت المؤسسات الفندقية تعدّ الدعامة الرئيسة والركيزة الساندة لإزدهار الحركة السياحية، لذا أشار الباحثون الى أن الغرفة الفندقية الواحدة تولد فرصة عمل واحدة في القطاع الفندقي و ١,٧٥ فرصة عمل في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى^(١). وتشير الإحصائيات الى أن قطاع السياحة في العالم يوظف بشكل مباشر وغير مباشر أكثر من (٢٠٠) مليون عامل في أنحاء العالم، مع توقعات إرتفاع هذه الحصيلة في السنوات القادمة. كما وإن السياحة لها القدرة على توفير أكثر من ١٠,٣% من إجمالي أجور العاملين في العالم^(٢). وقد سجل عدد العاملين في قطاع السياحة الاتحاد الأوربي (٩) مليون شخص، أي (٦%) من مجموع الأشغال، وتقدر منظمة السياحة العالمية، إن للسياحة ما يقارب (٧٥%) من مجموع مناصب الشغل وخاصة قطاع الإيواء^(٣).

وتمثل المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية الإنطباع الأول لروح الضيافة الذي يتلقاه السائح، لذا إن العاملين في تلك المكاتب هم مفتاح الاتصال لبناء جسور الود والثقة والتواصل بين العاملين والضيوف، وأن من الصعب على الإنسان العربي فهم العامية الدارجة كما يتحدثها أهلها في بلد آخر، فيلجأ إلى اللغة الفصحى^(*) لإيضاح الموقف، ويكرر الجملة أو السؤال مرات عدة كأنما يترجمه، وفي هذا إضاعة للجهد وهدر للوقت.

لقد طالب العديد من الباحثين بإيجاد أرضية مشتركة أو لغة مشتركة تكون الأساس في تخاطب وتواصل الجميع، ما يسهل عملية التفاهم والاتصال فيما بينهم، وهذه اللغة المشتركة هي اللغة الفصحى، التي يعرفها جميع العرب.

تم توزيع إستمارة الاستبيان البحثية على (١٠٠) موظف من موظفي المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية، ووزعت (١٠٠) إستمارة بحثية على السياح العرب الوافدين الى مدينة كربلاء المقدسة، وفق منهجية العينة العشوائية البسيطة التي توفر لكل فرد فرصة الاختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر من دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث.

أولاً : أهمية البحث :

نظراً لإستقبال مدينة كربلاء المقدسة الملايين من السياح والزوّار من جميع دول العالم سنوياً وعلى الخصوص الوافدين من الدول العربية، وتمثل اللغة من أبرز المجموعات المستخدمة في الإتصال. ولما كانت اللهجات المحلية تتباين من دولة الى أخرى، وأصبح العديد من أبناء العربية لا يستطيعون فهم المفردات والعبارات التي ينطقها أخوانهم من البلدان العربية الأخرى، لذا يتطلب الأمر أن يتحدث العاملون في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية باللغة الفصحى التي تنزل المنزل الأدنى من اللغة الفصحى (اللغة الفصحى النقية).

ثانياً : مشكلة البحث :

لما كانت اللغة هي المستخدمة في الاتصال بين السائح ومقدم الخدمة السياحية، لذا تظهر إيجابيات اللغة أوساليباتها مباشرة عند تقديم الخدمة، وتكمن المشكلة في أن العديد من الكلمات الشائعة الإستخدام في الإتصال تحمل معانٍ مختلفة عند المتلقي، إذ تكون للمفردة الواحدة معانٍ متعددة في تفسيرها، فضلاً عن أن اللهجات العامية المختلفة تؤدي الى العديد من الإشكالات في الإتصال بين الناس عموماً، وبين سياح الدول المختلفة على وجه الخصوص. إذ إن الإشكالية الحقيقية في اللهجات العربية تظهر نتيجة تباين اللهجات التي أدت الى عدم فهم العربي لأخيه العربي الآخر.

ثالثاً : فرضية البحث :

إيجاد أرضية مشتركة أو لغة مشتركة هي اللغة الفصيحة التي يعرفها جميع العرب والمسلمين، وتعزيز الدعوة الى تشجيع الناس على إيجاد لغة مشتركة يستطيع الجميع فهمها والتخاطب عن طريقها. وكذلك حتّ العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية على زيادة مهارة الإتصال وكيفيته ومكوناته وأهميته، عن طريق القيام ببرامج توعية عامة بإشراف الهيئات المشرفة على النشاط السياحي.

رابعاً : هدف البحث :

يهدف البحث إلى التعرف على إختلاف المعاني والتفسير للهجات المحلية المختلفة للسائح الوافدين الى مدينة كربلاء المقدسة، وأوجه الإختلاف في المواقف الإتصالية وإنعكاساتها في التعامل بين العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية مع الضيوف، والعمل على تصحيح عملية الإتصال عن طريق إستخدام العاملين للغة الفصيحة من أجل أن تسهم في نجاح الإتصال بين العاملين والسياح.

خامساً : منهجية البحث :

لما كان البحث يعتمد على تحليل الأمور بدءاً من العام (الكليات)، وإنتهاءً بالخاص (الجزئيات)، لذلك استخدمنا المنهج الاستنباطي في البحث عن طريق الإطلاع على مجموعة من المصادر الخاصة بالمكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية. ونتيجة لإعتماد البحث على دراسة المعلومات من واقعها الحالي بغية التعرف على المواقف الإتصالية السلبية التي يتعامل بها العاملون في المؤسسات الفندقية عموماً، والعاملون في المكاتب الأمامية على الخصوص مع الضيوف، فإننا اتبعنا المنهج التحليلي والإستقرائي عن طريق متابعة الحقائق وترتيبها، بدءاً من الخاص، وإنتهاءً بالعام. فاستخدمنا المنهجية في ملاحظة الواقع عن طريق الاستبانة.

سادساً : هيكلية البحث :

تأسيساً على ما سبق جاء البحث كما يأتي:

المبحث الأول : مدخل مفاهيمي :

١. اللغة الفصيحة واللهجة العامية.

٢. المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية.

المبحث الثاني : الإتصال واللهجات العامية العربية ومقارنتها.
المبحث الثالث : واقع اللغة الفصيحة عند العاملين والسياح في مدينة كربلاء المقدسة.
الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول

مدخل مفاهيمي

١. اللغة الفصيحة واللهجة العامية :

إستخدم القدماء لهجة أو لساناً - وهم يقصدون بها مقصداً مختلفاً تماماً عما أراد به الباحثون المحدثون. إذ تحدث القدماء عن اللهجات في إطار اللغة الفصحى، وذكروها ليحددوا الألفصح والأكثر استعمالاً، لتكون الفصحى لغة صافية لا شائبة فيها.

وأما المحدثون فقد استخدموا مفهوم اللهجة استخداماً يختلف تماماً عن القدماء، وقصدوا به هذه الفوضى اللغوية التي تسمى باللهجات العامية، وحاولوا أن يجعلوا لها علاقة باللهجات القديمة، فذكروا على سبيل المثال إن الجيم المتداولة في كلام العامة تشبه الجيم التي تلفظها تميم " فأما بنو تميم فإنهم يلحقون (القاف بالكاف) فتلفظ جيماً فيقولون : (الگوم) يريدون القوم ... وهذه لغة معروفة في بني تميم"^(٤). وكذلك يقول أحد الباحثين: "ومثل اللهجات التي في حذف بعض حروف الكلمة، وهذا ما يسمى بالخلخانية"^(٥) وذلك أن أهل عُمان يحذفون بعض الحروف دون علة صرفية فيقولون في (ما شاء الله) (ما شا الله) بحذف الهمزة"^(٥). ولو تتبع الدارسون ما ذكره المهتمون باللغة الفصحى سيجدون إشارات كثيرة لهؤلاء في التمييز بين العربية الفصحى كلغة عالية وبين لهجات القبائل العربية الأخرى كونها أدنى مرتبة من هذه التي نزل بها القرآن. ونتيجة للإهتمام باللغة الفصحى ولهجاتها، ظهر لدى الباحثين إتجاهان في تصنيف هذه اللهجات. ويشير أحد الباحثين الى هذا بقوله: "أسلم الفرز النوعي الذي سلكه النحاة في تصنيف اللهجات الى نوعين: الأول: وهو اللهجات الفصيحة، والثاني: الفصيحة التي تنزل منزلة أدنى من الأولى لإشتغالها على سمة لغوية فارقة هي مستقبحة ومذمومة لدى اللغويين"^(٦). ويؤكد باحث آخر إهتمام العلماء القدماء بالظواهر اللهجية فيقول: "لقد سجل علماءنا القدماء قدراً كبيراً من ظواهر اللهجات العربية القديمة، وتطرقوا إليها في بحوثهم اللغوية، وكانت دراستهم حولها داخلة ضمن دراسة اللغة الفصحى"^(٧).

أشار العلماء القدماء الى مفهوم العامي في إستعمالاتهم ووضحوا معناه "والعامي من الكلام ما نطق به هؤلاء العامة على غير سنن الكلام العربي، والعامية هي لغة العامة وهي خلاف الفصحى ... وقد سار هذا الكلام العامي وانتشر في المجتمع اللغوي، فلم يجد هؤلاء اللغويون بداً من رصده والتنبيه عليه، وبيان الكلام العربي الصحيح الذي توارى واختفى استعماله أمام هذا الكلام العامي"^(٨). ثم يقرر هؤلاء

المختصون إننا يجب أن نتبع الفصحى وننبذ هذه اللغات أو اللهجات، وتعليل ذلك "كلام العامة الذي شاع فيه (اللحن) في الأصوات، والصرف، والنحو، والدلالة، حكم عليه القدماء بأنه خطأ يجب نبذه والإعتصام بالفصحى ولا شيء سواها"^(٩).

أما المحدثون المعاصرون فتباينت الأسباب التي من أجلها درسوا اللهجات العامية، واهتموا بتوثيقها - ولا يختص بحثنا بمناقشة الأسباب - ولكن يمكننا أن نقول إجمالاً : أن هناك إتجاهين سائدين في هذه الدراسات؛ الأول: يريد أن يجعل هذه اللهجات أمراً واقعاً بقوة، ما يمكنها أن تكون بديلاً للفصحى، وهو ما رفضه أكثر الدارسين العرب حفاظاً على اللغة الفصحى. والثاني: إتجاه حاول أن يجد روابط مشتركة في اللهجات العامية واللغة العربية الفصيحة، كون الأخيرة تحوي على لهجات مختلفة. ولعلّ اللهجات أو مصطلح اللهجات لم يظهر إلا في دراسة المحدثين، بقول أحد الباحثين: "لم يظهر مصطلح اللهجات واضحاً إلا في العصر الحديث الذي برزت فيه دراسة اللهجات واعتنى بها كثيراً"^(١٠). وتركزت دراسة المحدثين على اللهجات المحلية، ما جعلها تمتاز بالإستقلالية والإنفصال عن اللغة الفصحى، وهؤلاء المحدثين تأثروا بالدراسات الغربية في مجال اللهجات، والجدير بالذكر إنّ القدماء نجدهم ينطلقون في دراسة اللهجات من أرضية وفكر مختلف تماماً عن المحدثين، إذ تهدف دراسة القدماء الى تخليص الفصحى من الغريب والحوشي الذي دخلها. بيد أن الباحثين المحدثين لم يجدوا فرقاً كبيراً في مشكلة اللهجات، فهي نفسها عند القدماء والمحدثين، ولكن الجديد عند المحدثين، أو عند أكثرهم، هي الدعوات الى الإهتمام بالفصحى كلغة مشتركة، وهي دعوة نجدها مثبتة في كتبهم المختلفة، فيقول أحد الباحثين : "وقد نجم عن بعض ذلك إستقلال كل لسان بلهجته التي تنسبه الى موطنه حتى بين أبناء المنطقة الواحدة تتكلمها فيما بينها لتقضي بها حوائجها، لكن سرعان ما نهرع الى العربية الفصحى إذا ما أجبنا إليها في المناسبات والمواطن التي تستدعي ذلك"^(١١). وهناك من يرى أن اللهجات تختلف عن الفصحى في عدم مراعاتها للإعراب أو تحريك أواخر الكلمات، فيرى أحد الباحثين "لا شك إنّ اللهجة النجفية لهجة عربية إلا أنها تختلف عن الفصحى في تغيير بعض مخارج الحروف، وحذف إعراب الكلمات، شأنها شأن جميع اللهجات العربية الدارجة، وذلك للتخلص من قيود الإعراب وسهولة النطق"^(١٢). وحاول باحثون آخرون ربط اللهجات المحلية بإصول لهجية عربية فصيحة، وهي محاولة لتكريس العاميات التي انتشرت في البلاد العربية قاطبة، مما كرّس وقوى هذه اللهجات، وأصبح العديد من أبناء العربية لا يستطيعون فهم العديد من المفردات والعبارات، على الرغم من أن الذي ينطقها عربي مثلهم؛ "بل إنّ في الأقليم الواحد كجمهورية مصر العربية تنقسم فيه لغة المحادثة الى ألوان شتى من اللهجات المحلية نتيجة لإختلاف البيئات فينطق بعضهم (يقول)، ينطقها آخرون (يثول)، وآخرون (يجول)، ويعبر بعضهم عن السيارة بكلمة (كومبيل) وبعضهم (أتومبيل) وبعض ثالث (ترمبيل)، وساقية المياه يسميها بعضهم (تابوت)، وبعضهم (طبلية)، وبعضهم (حلزونة)، وبعضهم (حلوقة)"^(١٣).

إنَّ قلب الهمزة عيناً ظاهرة لهجية عند عامة العراقيين كما في "جَارَ : رفع صوته مع تضرّع واستغاثة. وأبدل عامة العراقيين العين من الهمزة، فقالوا : جَعَرَ لصوت الحيوان دون تحديد، ويستعملونه على الأغلب نبزاً لصوت الرجل المستكر، والمصدر في إستعمالهم جعير" (١٤). وهذا التغيير ليس حصراً على العراقيين، بل نجد مثلاً له عند أهل الشام، إذ نجدهم يسقطون بعض الحروف وذلك في "ما نسمعه في اللهجات العربية المعاصرة لدى جماعات من أهل حلب وريفها. إذ يسقطون بعض حروف الحلق من كلمات معينة كقولهم (أربين) بدل (أربعين)، و(رو) بدل (روح)" (١٥).

٢. المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية :

هي أول وأكثر وآخر الأقسام التي يتعامل معها الضيف، إذ إن موظفي المكاتب الأمامية لهم إتصال مباشر وتعامل مع الضيف، فهو يمثل الواجهة الأمامية للفندق. وإن الضيف يتعامل مع المكتب الأمامي للمؤسسة الفندقية لإجراء التسكين والإستعلام عن خدمات الفندق ولإجراء عمليات المغادرة، فالمكتب الأمامي يمثل أول وآخر اتصال للضيف بالفندق. ويعدّ قسم المكاتب الأمامية الموجه الرئيس للتحكم ببقية خدمات الفندق، فضلاً عن تنظيم بقية الأقسام. ولذا تصرف غالباً أموالاً كثيرة على ديكورات وأثاث المكتب الأمامي، فضلاً عن عملية اختيار وتدريب العاملين، لأن العاملين في المكتب الأمامي يكونون على اتصال مباشر مع الضيوف. إذ يمثل المكتب الأمامي مجموعة المكاتب الأمامية المواجهة لمقدمة الفندق. إذ إعتادت الفنادق أن تضع (الكاونتر) في مقدمة الصالة الرئيسة للفندق، ومجاور للمدخل الرئيس لضيوف الفندق، وفي مكان واضح ويشرف على حركة دخول وخروج الضيوف وبالقرب من مصاعد الضيوف. ويعدّ قسم المكاتب الأمامية المركز الرئيس لإدارة وتشغيل المؤسسة الفندقية، فضلاً عن توقف نجاحها أو فشلها إلى حد كبير عليه. وتعرّف المكاتب الأمامية بأنها: "هي المكاتب التي تقوم باستقبال وتأمين الإقامة وإدامة الاتصال بالضيوف وذلك لتوفير الرفاهية خلال إقامتهم بالمنظمة والفندق وهي المغادرة بتوديعهم بشكل جيد" (١٦).

إن الوظيفة الأساسية للمكتب الأمامي في الفندق هي تسهيل ودعم المعاملات الخاصة بالضيف لحصوله على خدمات الفندق خلال فترة إقامته. وتضم المكاتب الأمامية الأقسام الداخلية ؛ مدير المكاتب الأمامية، مساعد مدير المكاتب الأمامية، الاستقبال (Reception)، الإستعلامات (Information)، الهاتف (Telephone)، الخدمة الموحدة (Standard Service)، الحجز (Booking)، أمناء الصندوق (F.O Cashier).

المبحث الثاني

الإتصال واللهجات العامية العربية ومقارنتها

إرتبطت حياة الإنسان بالعيش في جماعات تتصف بالنمو والتطور من جهة، وإرتباط الجماعات بشبكة دقيقة مترابطة تأخذ صورتها في شكل أفعال وأقوال تؤثر في الجماعة وتتأثر بها من جهة أخرى. وينتج عنها تحقيق الفهم والإفهام والتواصل الإجتماعي، ونقل المشاعر والأحاسيس.

وتشكل مشاعر العاملين تجاه السياح أساس روح الضيافة كما في مشاعر الود والإحترام، وهي في الوقت نفسه تعكس مستوى الخدمة ونوعية الإستقبال من الإدارة السياحية للسياح. وما الضيافة إلا علاقة بين الضيف والمضيف، ترتبط بالإستقبال والترفيه للضيوف والزوار، أو الغرباء، في المؤسسات الفندقية أو المنتجعات، أو أماكن الجذب السياحي لتقديم الخدمات للمسافرين والسياح. ويؤدي الإتصال الدور البارز في تبادل المشاعر والود والإحترام بين الضيف والمستقبل.

١. مفهوم الإتصال :

الإتصال في الأصل؛ كلمة لاتينية Communis تعني في اللغة الإنكليزية Sharing أي مشترك أو إشتراك، فحينما نحاول أن نتصل أو نتواصل فإننا نحاول أن نؤسس إشتراكاً مع شخص أو مجموعة من الأشخاص، إشتراكاً في المعلومات أو الأفكار أو الإتجاهات^(١٧). والإتصال في العربية يشير الى (البلاغ) أو (الإخبار) و(الربط) و(إقامة الصلة) و(التتابع) و(الإستمرار) أي التواصل، وهذه المعاني اللغوية تحمل في طياتها المعاني الإصطلاحية لعملية الإتصال^(١٨).

ويعرّف الإتصال بأنه: (نقل المعاني وتبادلها بأي أسلوب يفهمه أطراف الإتصال ويتصرفون وفقه بشكل سليم)^(١٩). وأما الإتصال كمفهوم عام فهو (عملية التفاهم بين البشر، أو حتى بين البشر وغيرهم من المخلوقات، بأي وسيلة من الوسائل سواء كانت اللغة أو الإيماءة أو الإشارة أو الحركة أو الضوء أو غير ذلك من الوسائل، لتحقيق هدف عام أو خاص)^(٢٠).

٢. عناصر الاتصال^(٢١):

- أ- المتصل : الشخص أو الجماعة التي تبادل بإرسال الرسالة.
 - ب- الرسالة : محتوى الرسالة ومضمونها.
 - ت- وسيلة الاتصال : الوسيلة المستخدمة لإيصال الرسالة الى المستقبل.
 - ث- المستقبل : الشخص أو المتصل به.
 - ج- الإستجابة : يعكسها المستقبل.
- وتأسيساً على ما تقدّم، تعدّ اللغة أهم قناة للإتصال الشخصي المباشر، وبمقتضى ذلك يمكن تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجهاً لوجه وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة. ومن أهم تلك المزايا^(٢٢):

أ. تتيح الفرصة الكافية للإستفسارات والإيضاحات بين أطراف الاتصال، مما يعطي فرصة أكبر لوحدة الفهم.

ب. تمكين كل طرف من أطراف الإتصال على تلقي الفعل الفوري لحديثه لدى الطرف الآخر.

ت. وسيلة لتعبير الأفراد عن أنفسهم وما بذلجاتهم، مشافهة أكثر من قدرتهم على ذلك بأية وسيلة مكتوبة.

ث. تتيح فرصة كافية لتبادل المشاعر، وتوفير أساس للفهم والثقة المتبادلة بين أطراف الاتصال.

٣. معوقات الاتصال :

تعني جميع المؤثرات التي تمنع عملية تبادل المعلومات أو تعطلها أو تأخر إرسالها أو تشوه معانيها أو تؤثر في كميتها، أي كل عائق يقلل من فاعلية الاتصالات أي لا يجعلها تحقق الغرض المطلوب منها بالدرجة المناسبة^(٢٣). وهناك العديد من العوامل التي تحول دون إتمام عملية الاتصالات بفاعلية كبيرة، وترجع هذه العوامل الى ثلاثة أنواع من المعوقات هي:

أ. المعوقات الفردية : إن الأفراد مختلفون، وتتعكس مثل هذه الاختلافات على طريقة فهم اللغة المستخدمة بينهم، بل على طريقة إستخدام اللغة ذاتها، والرغبات والميول الفردية، والقدرة على الفهم، وعامل الخوف الذي يعتري بعض الأفراد في إرسال المعلومات الواجب إرسالها^(٢٤).

ب. معوقات اللغة : تعدّ اللغة وسيلة التفاهم والتعبير في الاتصال، فعلى سبيل المثال؛ إن العبارات التي يستخدمها الطبيب والصيدلي تختلف عن العبارات التي يستخدمها الإداري، كما وأن الفارق الوظيفي له الأثر في إعاقة الاتصال، فلغة الوزير تختلف عن لغة رئيس القسم، إذ إن عدم وضوح المعنى في ذهن السامع يعدّ مشكلة تعيق عملية الاتصالات، وعلى الخصوص عندما يطلب الرئيس من مرووسة تنفيذ بعض الأعمال ويختار في فهمها بسبب الغموض في المعنى^(٢٥). وتعتمد اللغة على استخدام الرموز وترتيب الكلمات والمعاني المتفق عليها والمرتبطة بها. وهذا هو الهدف من عملية الاتصال، ويدخل ضمن الرموز، الإشارات المتعارف عليها وحركة الجسم والوجه واليدين وكذلك شدة نبرات الصوت. لكن يلاحظ أن نفس الرموز قد تحمل معان مختلفة مما يؤدي أحياناً إلى عدم فهم نفس المعنى الذي قصده أحد طرفي الاتصال. أما في حالة استخدام الكلمات التي يرتبط بها أكثر من معنى.

ت. المعوقات الميكانيكية : عدم وجود قنوات فعالة، وهذه المعوقات يمكن إجمالها بما يلي^(٢٦):

- الهيكل التنظيمي : مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته.
- المسؤولية الوظيفية : عدم رغبة كل فرد في المنظمة في إجراء الاتصالات اللازمة، ويرجع ذلك الى عدم وجود وظيفة خاصة بالاتصالات يشرف عليها شخص مسؤول.

٤. مقارنة اللهجة العامية :

عندما يتحدث عربي من المغرب بلهجته المحلية مع عربي من العراق - على سبيل المثال - بلهجته المحلية هو الآخر، تكون النتيجة أنهما لا يفهمان بعضهما البعض مطلقاً. لقد أصبح الوضع الاتصالي هنا مغلقاً على الفهم. ولا تحل إشكالية العراقي والمغربي إلا بلجوئهما الى اللغة الفصيحة، والتي يفهمانها. وإذا ما أردنا أن نقارن اللهجات العامية المختلفة وقارنها بما يقابلها في اللغة الفصيحة، فسنجد أن اللغة الفصيحة تحلّ العديد من الإشكاليات في الإتصال بين الناس. وعلى سبيل المثال؛ إن قارنا اللهجة العراقية والشامية والمصرية بما يقابلها في الفصحى، فسيبيّن لنا ذلك كما في الجدول التالي:

جدول (١) (*)

مقارنة بعض مفردات اللهجة العراقية والشمالية والمصرية باللغة الفصيحة

ت	الكلمة الفصيحة	اللهجة العراقية	اللهجة الشامية	اللهجة المصرية
١.	قَم	حَلِگ	تِم	بوء
٢.	أَتَمَنَى	بَلَكِي	بركي	ياريت
٣.	رَجَلَكْ	رَجَلَكْ	إَجْرَكْ	رِگَلَكْ
٤.	أُنْظُرْ	بَاوِع	شوف	بُصْ
٥.	ما بِكْ	إِشْبِيكْ	شوباك	مَالَكْ
٦.	كيف حالك	إِشْلُونَكْ	كِيفَكْ	إِرْيَاكْ
٧.	جيد أو بخير	زين	إِمنِيح أو إِمْلِيح	كوَيَسْ
٨.	إِجْلِسْ	أُكْعِدْ	إِبْرِكْ	أُءَعِدْ
٩.	هذا	هَذَا أو هَايَ	هيدا	دَوَّتْ
١٠.	لِ (لام التملك)	مَالَتْ	لِأَلُو	بِتَاع
١١.	المخللات	طُرْشِي	كَبِيِسْ	مِخَلَّلْ
١٢.	انظر	شوف	لِيَكْ	بُصْ
١٣.	مِثْلُ هذا	مِثْلُ هَذَا	هو زاتو	زِي كِدَه
١٤.	السائق	سايِقْ	شوفير	أُسْطَه

(*) الجدول من إعداد الباحثين.

ويلاحظ في الجدول الفرق الكبير في التفسير للمعنى المراد لكلمة معينة في ثلاث دول، مع الأخذ بعين الاعتبار بوجود معانٍ أخرى في دول أخرى. فمثلاً في النقطة (١٤) فضلاً عن ما ذكر، يطلق الخليجيّون على السائق (ادريول).

وهناك مفردات تختلف في معانيها بين شرق الوطن العربي وغربه وجنوبه، فعلى سبيل المثال مقارنة بعض مفردات اللهجة العراقية والشامية والليبية واليمنية باللغة الفصحى، كما يلي :

الكلمة الفصحى	اللهجة العراقية	اللهجة الشامية	اللهجة الليبية	اللهجة اليمنية
البطيخ (الأحمر)	الرگي	الجبيس	الدليع	الححب

وتختلف بعض المفردات في اللهجة العراقية عن اللهجة اللبنانية، وعلى سبيل المثال أن كلمة (مبسوط) تعني في اللهجة العراقية (المضروب؛ أي المتعرض للضرب)، ولكنها تعني (المسرور) في اللهجة المصرية وكذلك في اللهجة السعودية. وكلمة (حرامي) تعني عند العراقيين (السارق أو اللص) بينما في اللهجة اللبنانية فإنها تعني (موصل الكهرباء). وكلمة (شلة) فتعني عند المصريين (الصُحبة أو مجموعة الأصدقاء)، وعند العراقيين فتعني (نوع من الأكلات الشعبية). وكذلك يطلق أهل الشام (فروج) على الدجاجة، ويطلق عليها المصريون (فَرْخَه).

وتعني كلمة (ماشى) عند اليمنيين (الرفض)، وأما العراقيين فتعني (عدم الممانعة). كما وأن أهل اليمن يستخدمون (أم) كأداة للتعريف، فإن أراد أحدهم أن يقول (المدرسة) فيلفظها (أَمدرسة)، وكذلك يلفظ (البيت) بـ(أَمبيت) و(السيارة) بـ(أَمسيارة).

ويطلق اللبنانيون لفظة (قارمة أو آرمة) على (اللافتة) والتي ينطقها العراقيون (القُطعة أو اللافتة)، ويلفظها الأردنيون (كأرمة). ويطلق أهل مصر (طلمة أو طرمبة) على (المضخات الكهربائية) بينما يطلق أهل الشام (طلمة أو طرنبة) على محطات تزويد الوقود. وإذا طلب منك العراقي الجلوس فيقول لك (أُكْعِدْ) وأما الليبي فيقول (كَمْبِز).

وإذا أردت أن تقول (قطة) وهي لفظة فصيحة لأنثى القط، فإنها تعدّ لفظاً قبيحاً في ليبيا الذين يطلقون عليها (إِسِيْنَة)، ويطلق عليها المصريون (بِسَة)، والعراقيون يقولون : (بَزَوْنَة). و(المطبخ) عند الجزائريين (كُوجِيْنَة) والتي تعني عند العراقيين نوع من أنواع الدجاج (كوجن). كما وأن العراقيين يطلقون لفظة (قُنْدَرَة) على (الحذاء)، بينما يطلق عليها المصريون لفظة (كزمة) والخليجيون (جوتي).

المبحث الثالث

واقع اللغة الفصحى عند العاملين والسياح في مدينة كربلاء المقدسة^(**)

تم توزيع الاستبانة البحثية على (١٠٠) موظف من موظفي المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية. ووزعت (١٠٠) إستمارة بحثية على السياح العرب الوافدين الى مدينة كربلاء المقدسة، على وفق منهجية العينة العشوائية البسيطة التي توفر لكل فرد الفرصة للإختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر من دون تحيز أو تدخّل من قبل الباحث. ونتيجة دراسة واقع العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية والسياح الوافدين لمدينة كربلاء المقدسة أظهرت النتائج التي نستعرضها وفقاً لجداول متخصصة. فتمثلت عينة البحث بالجدول التالي:

جدول (٢) المبحوثين^(*)

ت	العينة	الذكور	الأناث	المجموع
١.	العاملون	١٠٠	-	١٠٠
٢.	السياح	٦٣	٣٧	١٠٠

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

يلاحظ من الجدول أن نسبة العاملين الذكور تشكل ١٠٠% ولم يشكل العنصر النسوي أي رقماً، ويرجع السبب في ذلك لخصوصية المدينة الدينية، فضلاً عن التقاليد والعادات التي يتمتع بها المجتمع الكريائي. كما وتمثلت نسبة السياح من الذكور ٦٣% ، والأناث ٣٧%، وكانت جنسية السياح وفقاً للجدول التالي:

جدول (٣) جنسية السياح^(*)

ت	العينة	لبنان	سوريا	البحرين	عُمان	قطر	المجموع
١.	الذكور	٢٧	٥	٢٢	٦	٣	٦٣
٢.	الأناث	١٥	٤	١٤	٣	١	٣٧
	المجموع	٤٢	٩	٣٦	٩	٤	١٠٠

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

إستثمر الباحثان زيارة الوافدين لكربلاء المقدسة، فكانت النسبة الأعلى للعينة من الجنسية اللبنانية، إذ إنها تمثل مطلب البحث في اختلاف اللهجات المحلية، فضلاً عن وجود الجنسية السورية ضمن العينة المدروسة والتي تمثل اللهجة الشامية. وأما التحصيل الدراسي للعينة المدروسة من العاملين والسياح، تتمثل بالجدول التالي:

جدول (٤) التحصيل الدراسي للمبحوثين^(*)

ت	التحصيل الدراسي	العاملون	السيّاح	
			الذكور	الأنثى
١.	الإعدادية	٣٩	٧	٢
٢.	الدبلوم	٣١	١٦	٣
٣.	البكالوريوس	٢٨	٣٤	٢٧
٤.	الدراسات العليا	٢	٦	١
	المجموع	١٠٠	٦٣	٣٧

(*) المصدر: استناداً إلى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

ويلاحظ من الجدول أن النسبة الأعلى من العاملين في المكاتب الأمامية في فنادق كربلاء المقدسة حاصلين على شهادة الإعدادية وتمثلت بنسبة ٣٩% ، وتليها نسبة حاملي شهادة الدبلوم في العلوم المختلفة وتمثل ٣١%. وأما الحاصلين على الشهادة الجامعية البكالوريوس فتمثلت نسبتهم ٢٨%، وكذلك الحاصلين على الشهادات العليا بنسبة ٢%. ومعنى ذلك أن المكاتب الأمامية يفتقر عاملها إلى الشهادة الجامعية، وعلى الخصوص الكوادر المتخصصة. ولذلك لا بدّ من إلزام المؤسسات الفندقية بتعيين الكوادر السياحية التخصصية وعلى الخصوص من حملة شهادة البكالوريوس السياحية. وانحصرت أعمار العاملين في المكاتب الأمامية والسيّاح وفق الجدول التالي :

جدول (٥) أعمار المبحوثين^(*)

ت	العمر/ سنة	العاملون الذكور	السيّاح	
			الذكور	الأنثى
١.	٢٥ - ٢٠	٧٤	١٢	٧
٢.	٣٠ - ٢٦	١٣	٩	٣
٣.	٣٥ - ٣١	٤	٣	٢
٤.	٤٠ - ٣٦	٦	٦	-
٥.	٤٥ - ٤١	٣	١١	١٣
٦.	٥٠ - ٤٦	-	١٥	٩
٧.	أكبر من ٥٠	-	٧	٣
	المجموع	١٠٠	٦٣	٣٧

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

وفيما يخص اللغات التي يجيدها العاملون والسياح فتمثل بالجدول التالي:

جدول (٦) اللغات التي يتقنها المبحوثون (*)

ت	المبحوثون اللغة	العربية	الإنكليزية	الفارسية	الأخرى
١.	العاملون	١٠٠	١	١٣	-
٢.	السياح	١٠٠	١١	٤٠	١٦

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

يوضح الجدول أن عاملاً واحداً في فنادق المدينة يتحدث الإنكليزية فضلاً عن لغته العربية الأصلية، وكذلك (١٣) عاملاً يتحدثون الفارسية نتيجة الإتصال مع المجاميع السياحية الدينية الإيرانية عبر سنوات العمل، ولم يتسنى لهم دراسة اللغة الفارسية، ولذا يستحسن أن تدرس الكوادر السياحية المتخصصة اللغة الفارسية لتكون لغة سائدة في عملية الإتصال مع السياح فضلاً عن اللغة الإنكليزية التي ترافق المعلومات والبيانات التي يحتويها جواز السفر على الأقل. ويلاحظ من الجدول أن الوافدين السياح يتحدث (١١) سائناً اللغة الإنكليزية فضلاً عن لغته الأم، و(٤٠) سائناً يتحدث اللغة الفارسية وهم جميعاً من أهل الخليج العربي، وكذلك (١٦) يتحدثون اللغات الأخرى، إذ إن (٧) سائح لبنانيين يتحدثون الفرنسية، و(٩) يتحدثون الأوردو من أهل الخليج.

وأما اللهجات العامية العربية التي يجيدها العاملون، فأظهر الإستبيان أن ١٠٠% من العاملين يتحدثون اللهجة العامية اللبنانية والخليجية، ويرجع السبب في ذلك الى سنوات التعامل والإتصال مع تلك الجنسيات، ولم تتأتى من دراسة، فضلاً عن أن السبب الرئيس في ذلك يعود الى القنوات الإعلامية الفضائية المتنوعة في عروض المسلسلات العربية والمدمجة.

وكانت إجابة العاملين على تفضيلهم استخدام اللغة الفصيحة للتواصل مع السياح في تقديم الخدمات لهم فكانت النسبة ٧% من العاملين يفضلون اللغة الفصيحة في الإتصال حباً لقوميتهم وإنتمائهم من جهة، ورغبة في سلامة الاتصال بينهم وبين السياح وتبادل التفاهم لتقديم الخدمات دون تشويش. وأما نسبة ٩٣% الباقية من العاملين يفضلون اللغة العامية. وأما السياح فإن نسبة الذين يفضلون التحدث باللغة الفصيحة ٢٣% وهم الذكور من السياح، والسبب في ذلك إن العاملين في المؤسسات الفندقية في مدينة كربلاء من العاملين الذكور، بل إن العاملين في القطاع الفندقي يكاد ينحصر على الذكور فقط، ولذلك يفضلن الأنثى لهجاتهن العامية للاتصال فيما بينهن. والنسبة الباقية التي تمثل ٧٧% فإنهم يفضلون التحدث باللهجة العامية العراقية، رغبة منهم في تعلم ثقافة اللغة المحلية العراقية من جهة، والشعور بالإستمتاع أثناء التحدث بها.

وكانت نتائج الإستبيان الخاصة بالعاملين وفقاً لما يلي :

جدول (٧) نتائج إستبيان العاملين(*)

ت	الموضوع	عدد الإجابات		
		نعم الى حد ما	نعم	كلا مطلقاً
١.	أتحدث اللغة الفصحى في حياتي اليومية	١	—	٩٩
٢.	أستخدم اللغة الفصحى أثناء ممارستي المهنة	٧	—	٩٣
٣.	أشعر بالخجل من إستخدامي اللغة الفصحى	١٤	٧٩	٧
٤.	أرغب في التحدث باللغة الفصحى	٦٥	٧	٢٢
٥.	أفضل التحدث باللهجة العامية الدارجة عوضاً عن الفصحى	٩	٥٦	٣٤
٦.	اللغة الفصحى وسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل	١٣	١٥	٧٢
٧.	اللغة الفصحى وسيلة مناسبة للحوار في المجال السياحي	١٣	١٥	٧٢
٨.	أشعر بالخجل من بعض مفردات لهجتي العامية بسبب تفسير معناها المغاير للمعنى الذي أقصده عند المتلقي	٩	٥٣	٣٧
٩.	أفضل القراءة باللغة العامية على اللغة الفصحى	—	—	١٠٠
١٠.	أفضل القراءة باللغة الفصحى على اللغة العامية	—	١٠٠	—
١١.	للأعلام دور سلبي في تشجيع التحدث باللغة الفصحى	٢٧	٤٧	١٩
١٢.	أؤمن بأن اللغة الفصحى تشعرني بقوميّتي العربية	٧	٨٢	٣
١٣.	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصحى	—	١٠٠	—
١٤.	تسرعني اللغة الفصحى بالجمود والتقيّد	٤٤	٤٦	—
١٥.	أفهم معاني مفردات اللهجات المحلية للدول العربية	١٩	٨١	—
١٦.	تتأثر لهجتي العامية بالمفردات الأجنبية	١٨	٩	٥٤
١٧.	تعرضت لمواقف محرّجة بسبب مفردات لهجتي العامية	١١	—	٤٣

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

يلاحظ من الجدول أن ٩٩% من العاملين لا يتحدثون اللغة الفصحى في حياتهم اليومية، إلا أن ٧% منهم يتحدثونها في حياته العملية. وذات النسبة تمثلت بعدم شعور العامل بالخجل من جراء إستخدامه اللغة الفصحى، غير أن ٧٩% منهم يشعرون بالخجل، و ١٤% يشعرون بالخجل الى حد ما، ويرجع

السبب في ذلك عدم تعود العاملين على إستخدامها، ولذا نسبة ٥٦% في تفضيلهم التحدث باللهجة العامية على اللغة الفصيحة، و٩% فضلوا ذلك الى حد ما، ونسبة عدم التفضيل جاءت ٣٤%، وعدم التفضيل مطلقاً جاء بنسبة ١%. كما وإن شعورهم بأن اللغة الفصيحة تقيدهم أو تشعرهم بالجمود فكانت النسبة ٤٦% ونسبة ٤٤% الى حد ما.

كما ويلاحظ أيضاً، أن نسبة ٢٢% منهم لا يرغب التحدث باللغة الفصيحة، و٦% من العاملين رفضوا بشكل مطلق التحدث بها. وفي ذات الوقت نجد أن ٧% يرغبون التحدث بها وارتفاع نسبتهم الى ٦٥% لتلك الرغبة الى حد ما. وهذا يعني أن هناك إستعداداً لتلك الشريحة أن تطلق العنان في عملية الاتصال مع السياح باستخدام اللغة الفصيحة، على الرغم من أن عدم استخدامها في الحياة اليومية والمهنية أدى الى عدم قبول اللغة الفصيحة كوسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل بشكل عام، والعمل السياحي بشكل خاص، إذ جاءت النسب متشابهة. فقد تمثل الرفض من كون اللغة الفصيحة وسيلة ٧٢% والقبول بها كوسيلة ١٥% والقبول بها الى حد ما بنسبة ١٣%.

أما نسبة الشعور بالخلل من قبل العاملين من جراء إستخدامهم بعض مفردات اللهجة العامية نتيجة تفسيرها المغاير عند المتلقي فسجلت ٥٣% ، والخلل الى حد ما ٩%. كما وأن عدم الشعور بالخلل سجل نسبة ٣٧%، وعامل واحد لم يشعر من عاميته ومفرداتها بالخلل مطلقاً. ومن الملاحظ أيضاً، أن نسبة ١٠٠% لا تفضل مطلقاً القراءة باللغة العامية، بل أن نسبة ١٠٠% من العاملين تفضل القراءة باللغة الفصيحة.

كما يلاحظ من الجدول، أن الإعلام له دوراً سلبياً في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة فسجلت النسبة ٤٧% ونسبة ٢٧% الى حد ما، وأن نسبة ١٩% أشارت الى رفض دوره السلبي، و٧% رفضوا بشكل قاطع هذه الفكرة. على الرغم من أن نسبة ٨١% من العاملين يفهمون اللهجات العامية للدول العربية، و١٩% يفهمونها الى حد ما، جاء عن طريق الاتصال مع سياح تلك الدول والسفر، فضلاً عن متابعة البرامج والمسلسلات العربية على القنوات الفضائية، والمسلسلات المدبلجة عربياً.

ونلاحظ في الجدول أن نسبة ٨% من العاملين لا يؤمنون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم و٣% لا يؤمنون بذلك وبشكل مطلق، وأن ٨٢% يشعرون بأن اللغة الفصيحة تعزز إنتمائهم الى قوميتهم العربية، ونسبة ٧% يؤمنون الى حد ما. كما وأن ١٩% من العاملين لم تؤثر لغتهم العامية بالمفردات الأجنبية وأن ٥٤% لم تتأثر مطلقاً، بينما تأثرت تلك اللغة بالمفردات الأجنبية بنسبة ٩%، ونسبة ١٨% الى حد ما. وأما المواقف المخرجة التي تعرض لها العاملون نتيجة استخدامهم للمفردات العامية فكانت النسبة ١١% الى حد ما، بينما لم يتعرض ٤٣% الى تلك المواقف، ونسبة ٤٦% لم يتعرضوا مطلقاً لمثل تلك المواقف المخرجة.

وأما نتائج الإستبيان الخاصة بالسياح وفقاً لما يلي :

جدول (٨) نتائج إستبيان السياح^(*)

ت	الموضوع	عدد الإجابات		
		كلا	كلا مطلقاً	نعم الى حد ما
١.	أتحدث اللغة الفصحى في حياتي اليومية	١٠٠	-	١
٢.	أستخدم اللغة الفصحى أثناء ممارستي المهنة	٧٩	-	١٨
٣.	أشعر بالخجل من إستخدامي اللغة الفصحى	١١	٤٩	٣١
٤.	أرغب في التحدث باللغة الفصحى	٨١	٢	٩
٥.	أفضل التحدث باللهجة العامية الدارجة عوضاً عن الفصحى	١٩	١	٧٧
٦.	اللغة الفصحى وسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل	١٩	-	٦٦
٧.	اللغة الفصحى وسيلة مناسبة للحوار في المجال السياحي	١٩	-	٦٦
٨.	أشعر بالخجل من بعض مفردات لهجتي العامية بسبب تفسير معناها المغاير للمعنى الذي أقصده عند المتلقي	٤٨	٥	٤٤
٩.	أفضل القراءة باللغة العامية على اللغة الفصحى	-	١٠٠	-
١٠.	أفضل القراءة باللغة الفصحى على اللغة العامية	-	-	١٠٠
١١.	للأعلام دور سلبي في تشجيع التحدث باللغة الفصحى	١٧	١٧	٥٥
١٢.	أؤمن بأن اللغة الفصحى تشعرني بقوميّتي العربية	٩	٦	٧٦
١٣.	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصحى	-	-	١٠٠
١٤.	تشعرني اللغة الفصحى بالجمود والتقيّد	٤	١	٥٦
١٥.	أفهم معاني مفردات اللهجات المحلية للدول العربية	-	-	٨٩
١٦.	تتأثر لهجتي العامية بالمفردات الأجنبية	٢١	٤٢	١٤
١٧.	تعرضت لمواقف محرّجة بسبب مفردات لهجتي العامية	٦٤	٣٣	١

(*) المصدر: استناداً الى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحثين.

يلاحظ من الجدول أن ١٠٠% من السياح لا يتحدثون اللغة الفصحى في حياتهم اليومية، غير أن ١٨% منهم يستخدمها في حياته المهنية و ٣% الى حدّ ما، بينما لا يستخدموها في حياتهم المهنية بنسبة ٧٩%. كما يلاحظ أن نسبة ١١% من السياح لا يشعرون بالخجل نتيجة استخدامهم اللغة الفصحى، وأن ٤٩% أكدوا عدم الشعور بالإطلاق، بينما يشعر بذلك ٣١% من السياح، و ٩% الى حدّ ما، غير أن ٨١% لا يرغبون التحدث باللغة الفصحى، و ٢% لا يرغبون بشكل مطلق، إلا أن ٩% يرغبون بذلك

و٨% الى حدّ ما. وأما التفضيل بالتحدث باللغة العامية عوضاً عن اللغة الفصيحة فالنسبة تمثل ٧٧% و٣% الى حدّ ما ويرجع السبب في ذلك الى رغبة السياح الى عرض لغته العامية التي يعدها تراثه وتقليده وثقافته التي لا يتخلّى عنها ويسعى الى تعزيزها في أماكن القصد السياحي التي يسافر إليها. ولكن ١٩% من هؤلاء السياح لم يفضلوا التحدث بالعامية الدارجة وسائح واحد لم يفضل بشكل مطلق، رغبة منهم في التعلم من الآخرين العادات والتقاليد والثقافة عن طريق لغة السكان المحليين. على الرغم من إن شعور السياح بأن اللغة الفصيحة تقيدهم أو تشعرهم بالجمود فكانت النسبة ٥٦% ونسبة ٣٩% الى حدّ ما، بينما لم يشعر بالجمود والتقيّد ٤% وسائح واحد لم يشعر مطلقاً.

إن عدم قبول اللغة الفصيحة كوسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل بشكل عام، والمجال السياحي بشكل خاص، سجّل نسباً متشابهة، فقد تمثل الرفض من كون اللغة الفصيحة وسيلة ١٩% والقبول بها كوسيلة ٦٦% والقبول بها الى حدّ ما بنسبة ١٥%. ويرجع السبب في ذلك الى صعوبة تعامل سكان المشرق العربي مع سكان مغربه بوسيلة اللهجة العامية لصعوبة فهمها من قبل الطرفين، لذا تجد اللغة الفصيحة محلها في عمليات الإتصال. ونجد أن نسبة الشعور بالخل من قبل السياح نتيجة استخدام بعض مفردات اللهجة العامية التي تعكس معنى مغايراً عند المتلقي ف سجلت ٤٤% ، والخل الى حدّ ما ٣%. إلا إن عدم الشعور بالخل سجل نسبة ٤٨%، والنسبة بشكل مطلق سجلت ٥%. ونجد أيضاً، أن نسبة ١٠٠% من السياح لا تفضل مطلقاً القراءة باللغة العامية، والنسبة ذاتها ١٠٠% تفضل القراءة باللغة الفصيحة.

كما يلاحظ من الجدول، أشار ٥٥% من السياح الى أن الإعلام له دوراً سلبياً في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة ونسبة ١١% الى حدّ ما، وأن نسبة ١٧% أشارت الى رفض دوره السلبي، وبنفس النسبة رفضوا بشكل قاطع. على الرغم من أن نسبة ٨٩% من السياح يفهمون اللهجات العامية للدول العربية، و ١١% يفهمونها الى حدّ ما عن طريق سفر السياح الى الدول العربية المختلفة، وكذلك متابعة البرامج والمسلسلات العربية على القنوات الفضائية، والمسلسلات المدبلجة عربياً. ومن الملاحظ أيضاً، أن نسبة ٩% من السياح لا يؤمنون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم و ٦% لا يؤمنون بذلك وبشكل مطلق، وأن ٧٦% يؤمنون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم العربية، ونسبة ٩% يؤمنون الى حدّ ما. كما وأن ١٠٠% من السياح أشاروا الى تأثير العمالة الأجنبية في ضعف اللغة الفصيحة. كما تأثرت لهجة السياح العامية بالمفردات الأجنبية بنسبة ١٤% ، وبنسبة ٢٣% الى حدّ ما، غير أن ٢١% لم تتأثر، و ٤٢% لم تتأثر مطلقاً.

وأما المواقف المخرجة التي تعرض لها السياح نتيجة استخدام المفردات العامية، فسائحان تعرضا الى حدّ ما، وسائح واحد تعرّض الى تلك المواقف، بينما لم يتعرّض ٦٤% الى تلك المواقف، ونسبة ٣٣% لم يتعرضوا مطلقاً لمثل تلك المواقف المخرجة.

الاستنتاجات والتوصيات

(١) الاستنتاجات :

- أ- أصبح العديد من أبناء العربية لا يستطيعون فهم العديد من المفردات والعبارات، على الرغم من أن الذي ينطقها عربي مثلهم. ولا تحل تلك الإشكالية إلا باللجوء الى اللغة الفصيحة التي تحلّ العديد من الإشكاليات في الإتصال بين الناس.
- ب- يدعو المحدثون الى استبدال الفصحى باللهجة العامية، بحجة أن العامية أسهل نطقاً وتداولاً بين الناس، أو دراستها لمعرفة قواعدها الخاصة كونها لغة الإستعمال اليومي لدى الناس.
- ت- إن المكتب الأممي للمؤسسة الفندقية يمثل أول وآخر اتصال للضيف بالفندق، كما وبعدّ المحرك الرئيس للتحكم ببقية خدمات الفندق، فضلاً عن توجيه بقية الأقسام في تقديم الخدمات الى الضيوف.
- ث- تشكل مشاعر العاملين تجاه السياح أساس روح الضيافة من مشاعر الود والإحترام، يؤدي الإتصال المباشر عن طريق اللغة الى التعبير عن تلك المشاعر بين الضيف والمستقبل.
- ج- إن ٩٩% من العاملين لا يتحدثون اللغة الفصيحة في حياتهم اليومية، إلا أن ٧% منهم يتحدثونها في حياته المهنية. وأن ١٠٠% من السياح لا يتحدثون اللغة الفصيحة في حياتهم اليومية، غير أن ١٨% منهم يستخدمها في حياته المهنية.
- ح- أن ٧٩% من العاملين يشعرون بالخلل من إستخدامهم اللغة الفصيحة، وإن ٢٢% منهم لا يرغبون التحدّث باللغة الفصيحة. ويشعر ٤٦% بأن اللغة الفصيحة تقيدهم أو تشعرهم بالجمود. بينما يشعر السياح بالجمود والتقيّد باستخدام اللغة الفصحى بنسبة ٥٦%. أما السياح فإن نسبة ١١% منهم لا يشعرون بالخلل نتيجة استخدامهم اللغة الفصيحة، وأن ٤٩% أكدوا عدم الشعور بالإطلاق.
- خ- إن نسبة ٥٦% من العاملين يفضلون التحدث باللهجة العامية على اللغة الفصيحة. و ٧٧% من السياح يفضل التحدّث باللغة العامية عوضاً عن اللغة الفصيحة. كما وأن ٨١% من السياح لا يرغبون التحدث باللغة الفصيحة،
- د- أن نسبة ١٠٠% لا تفضل مطلقاً القراءة باللغة العامية، بل أن نسبة ١٠٠% من العاملين تفضل القراءة باللغة الفصيحة. ٧٧%
- ذ- إن الإعلام له دوراً سلبياً في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة فسجلت النسبة ٤٧%، وأشار ٥٥% من السياح الى دور الإعلام السلبي.
- ر- وأن ٨٢% يشعرون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم العربية، بينما ٧٦% من السياح يؤمنون بذلك.

(٢) التوصيات :

- أ- إن اللغة العامية مريكة، وتمتاز بالضيق والأفق المحدود في الإستعمال، لذلك لا بدّ من المساهمة في الدعوة الى تشجيع الناس على إيجاد لغة مشتركة يستطيع الجميع فهمها والتخاطب عن طريقها، وهي اللغة الفصيحة وفي المجال السياحي، وعلى الخصوص في القطاع الفندقي.
- ب- حتّ الجهات الحكومية المشرفة على النشاط السياحي ومنظمات المجتمع المدني المعنية في إقامة دورات توعية للعاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية لزيادة مهارة الإتصال من جهة، والعمل على التكلم باللغة الفصيحة من جهة أخرى، فضلاً عن المعرفة المقارنة باللهجات العامية الدارجة للبلدان العربية وعلى الخصوص البلدان التي يزور مواطنوها مدينة كربلاء المقدسة.
- ت- لما كانت حاجة المؤسسات الفندقية الى الكوادر السياحية المتخصصة والتي تمتلك المقومات اللغوية السليمة، لذا يستوجب أن تتلقى تلك الكوادر عبر مراحل دراستهم الجامعية مادة اللغة العربية على مدى المراحل الدراسية الأربعة. فضلاً عن اللغتين الإنكليزية والفارسية.
- ث- أن تولي وزارة السياحة والآثار إهتمامها بإصدار تعليماتها حول إلزام المؤسسات الفندقية بتعيين موظف واحد على الأقل من خريجي الكليات السياحية المتخصصة بما يسهم في تطوير المؤسسات الفندقية عن طريق تنوع الخدمات وجودتها، وعلى الخصوص النجاح في عمليات الإتصال مع الضيوف.
- ج- تركيز إهتمام المعنيين بالشأن السياحي في دعم اللغة الفصيحة كوسيلة إتصال متقنة بين العاملين في المكاتب الأمامية والضيوف، فضلاً عن إقامة الدورات للتوعية في زيادة مهارة الإتصال عن طريق برامج التوعية اللغوية.

الهوامش :

(١) انظر : د. مثنى الحوري وآخر، إقتصاديات السفر والسياحة، ط١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٣، ص١٤٣.

(٢) الشيخ عبدالرحمن عبدالقادر فقيه، الأثر الإقتصادي للسياحة في المملكة العربية السعودية الواقع وآفاق المستقبل، بحث مقدم في ندوة (الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة العربية السعودية) ، ١٤٢٢هـ ، ص٢.

(٣) علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية علوم الإقتصاد وعلوم التسيير ، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، ٢٠٠٢، ص٤٠.

(*) اللغة الفصيحة هي اللغة التي تنزل منزلة أدنى من اللغة الفصحى (اللغة الفصيحة النقية).

(٤) ابن دريد، جمهرة اللغة، دائرة المعارف، حيدر آباد، ١٣٤٤ هـ، ج ١ ص٥.

- (*) الخلخانية : من السرعة في الكلام وما يترتب على ذلك من سقوط الحروف وتقصير الحركات. يقال رجل لخلخاني وامرأة لخلخانية إذا كانا لا يفصحان.
- (٥) محمد سالم محيسن، **المقتبس من اللهجات العربية والقرآنية**، المكتبة الأزهرية، القاهرة، ص ٤٢.
- (٦) وليد العناني، **التباين وأثره في تشكيل النظرية اللغوية العربية**، دار جرير، عمان، ٢٠٠٩، ص ٨٢.
- (٧) ت. م. جونسون، **دراسات في لهجات شرقي الجزيرة العربية**، ترجمة: أحمد الضبيبي، جامعة الرياض، الرياض، ١٩٧٥، ص ٩.
- (٨) رجب عبد الجواد إبراهيم، **معجم لغة العامة في تاج العروس**، مكتبة الآداب، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٨.
- (٩) عبد القادر عبد الجليل، **البنية اللغوية في اللهجة الباهلية**، دار صفاء، عمان، ٢٠١١، ص ٦٢.
- (١٠) عبد الغفار حامد هلال، **اللهجات العربية نشأة وتطوراً**، ط ٢، مكتبة وهبة، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٦.
- (١١) يحيى المبارك، **أثر إختلاف اللهجات العربية في النحو**، دار النشر للجامعات، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٥.
- (١٢) عباس الترجمان، **ملاحح اللهجة النجفية إصولها وآدابها**، دار الأضواء، بيروت، ٢٠٠٢، ص ٦.
- (١٣) اللهجات العربية نشأة وتطوراً، ص ٣٩٢.
- (١٤) إبراهيم السامرائي، **العربية تأريخ وتطور**، مكتبة المعارف، بيروت، ١٩٩٣، ص ٨٩.
- (١٥) عمر الدقاق، **حرف الراء دراسة صوتية مقارنة**، موقع ألكتروني، ملتقى أهل التفسير.
- (١٦) عصام حسن السعيد، **إدارة المنظمات الفندقية**، ط ١، دار اليازة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨، ص ٧١.
- (١٧) انظر: محمود عودة، **أساليب الإتصال والتغيير الإجتماعي**، ط ٢، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٨٩، ص ٨. نقلاً عن: محمد صاحب سلطان، **العلاقات العامة ووسائل الإتصال**، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١١، ص ٧٦.
- (١٨) هادي نعمان الهيتي، **الإتصال الجماهيري - المنظور الجديد**، دار الشؤون الثقافية العامة - الموسوعة الصغيرة، العدد ٤١٢، بغداد، ١٩٩٨، ص ٩.
- (١٩) د. بشير العلاق، **العلاقات العامة الدولية**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠، ص ٦٤.
- (٢٠) د. محمد جاسم فلحي، **مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام**، محاضرات موجزة، ص ٢٢.
- (٢١) سحر وهبي، **دراسات في الإتصال**، ط ١، القاهرة، ١٩٩٦، ص ١١٢.
- (٢٢) انظر: د. محمد صاحب سلطان، **العلاقات العامة ووسائل الاتصال**، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١١، ص ١٧٢.
- (٢٣) فهد بن سعود العثيمين، **الإتصالات الادارية**، ط ٣، دار يثرب للنشر والتوزيع المدينة المنورة، ١٤٢٥هـ، ص ٣٩.
- (٢٤) انظر: جيمس ف. هوج، **إنتشار وسائل الإعلام - الوصول العالمي وقوة الصورة**، ترجمة : حامد يوسف سليمة، الكويت، مجلة الثقافة العالمية، العدد ٧١، تموز ١٩٩٥، ص ١٢٣ - ١٢٤.
- (٢٥) شرين بنت عبد المجيد عبد الحميد حكيم، **معوقات الإتصال**، ورقة بحثية لمادة الإتصال - مرحلة الدكتوراه في التربية والتخطيط، جامعة أم القرى - كلية التربية - قسم الادارة التربوية والتخطيط، ١٤٣٠هـ، ص ٤.
- (٢٦) انظر: جيمس ف. هوج، **إنتشار وسائل الإعلام - الوصول العالمي وقوة الصورة**، مصدر سابق ، ص ١٢٣ - ١٢٤.
- (**) تقع مدينة كربلاء المقدسة في وسط العراق، وعلى بعد ١٠٥ كم إلى الجنوب الغربي من العاصمة بغداد.

المصادر

أولاً : الكتب :

١. إبراهيم السامرائي، العربية تأريخ وتطور، مكتبة المعارف، بيروت، ١٩٩٣.
٢. ابن دريد، **جمهرة اللغة**، دائرة المعارف، حيدر آباد، ١٣٤٤ هـ، ج ١.
٣. ت.م جونسون، **دراسات في لهجات شرقي الجزيرة العربية**، ترجمة: أحمد الضبيب، جامعة الرياض، الرياض، ١٩٧٥.
٤. جيمس ف. هوج، **إنتشار وسائل الإعلام - الوصول العالمي وقوة الصورة**، ترجمة : حامد يوسف سليمة، الكويت، مجلة الثقافة العالمية، العدد ٧١، تموز ١٩٩٥.
٥. د. بشير العلاق، **العلاقات العامة الدولية**، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠.
٦. د. مثني طه الحوري وأ. إسماعيل الدباغ، **إقتصاديات السفر والسياحة**، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
٧. د. محمد جاسم فليحي، **مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام**، محاضرات موجزة.
٨. د. محمد صاحب سلطان، **العلاقات العامة ووسائل الإتصال**، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١١.
٩. رجب عبد الجواد إبراهيم، **معجم لغة العامة في تاج العروس**، مكتبة الآداب، القاهرة، ٢٠٠٨.
١٠. سحر وهبي، **دراسات في الإتصال**، ط ١، القاهرة، ١٩٩٦.
١١. عباس الترجمان، **ملاحم اللهجة النجفية أصولها وآدابها**، دار الأضواء، بيروت، ٢٠٠٢.
١٢. عبد الغفار حامد هلال، **اللهجات العربية نشأة وتطوراً**، ط ٢، مكتبة وهبة، القاهرة، ١٩٩٣.
١٣. عبد القادر عبد الجليل، **البنية اللغوية في اللهجة الباهلية**، دار صفاء، عمان، ٢٠١١.
١٤. عصام حسن السعيد، **إدارة المنظمات الفندقية**، ط ١، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.
١٥. فهد بن سعود العثيمين، **الإتصالات الادارية**، ط ٣، دار يثرب للنشر والتوزيع المدينة المنورة، ١٤٢٥ هـ.
١٦. محمد سالم محيسن، **المقتبس من اللهجات العربية والقرآنية**، المكتبة الأزهرية، القاهرة.
١٧. محمود عودة، **أساليب الإتصال والتغيير الإجتماعي**، ط ٢، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٨٩.
١٨. هادي نعمان الهيتي، **الإتصال الجماهيري - المنظور الجديد**، دار الشؤون الثقافية العامة - الموسوعة الصغيرة، العدد ٤١٢، بغداد، ١٩٩٨.
١٩. وليد العناني، **التباين وأثره في تشكيل النظرية اللغوية العربية**، دار جرير، عمان، ٢٠٠٩.
٢٠. يحيى المباركي، **أثر إختلاف اللهجات العربية في النحو**، دار النشر للجامعات، القاهرة، ٢٠٠٧.

ثانياً : البحوث والرسائل والأطاريح :

١. علي موفق، **أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني**، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية علوم الإقتصاد وعلوم التسيير ، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، ٢٠٠٢.
٢. الشيخ عبدالرحمن عبدالقادر فقيه، **الأثر الإقتصادي للسياحة في المملكة العربية السعودية الواقع وآفاق المستقبل**، بحث مقدم في ندوة (الأثر الإقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة العربية السعودية) ، ١٤٢٢ هـ.
٣. أ.د. فرحان السليم، **اللغة العربية ومكانتها بين اللغات**، بحث غير منشور.
٤. شرين بنت عبد المجيد عبد الحميد حكيم، **معوقات الإتصال**، ورقة بحثية لمادة الإتصال - مرحلة الدكتوراه في التربية والتخطيط، جامعة أم القرى - كلية التربية - قسم الادارة التربوية والتخطيط، ١٤٣٠ هـ.

الملحق (إستمارة استبيان)

تحية طيبة واحترام

بين يديكم الكريمة استمارة استبيان خاصة بالبحث الموسوم (توظيف اللغة الفصيحة عند العاملين في المكاتب الأمامية لتطوير المؤسسات الفندقية في كربلاء المقدسة)، وتتيح هذه الإستمارة للباحثين دراسة اللغة الفصيحة وأهميتها في الإتصال بين العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية والسياح الوافدين الى مدينة كربلاء المقدسة. راجين التفضل بالإجابة خدمة للبحث العلمي ولكم فائق الشكر والتقدير.

أولاً : العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية :

- ١- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
- ٢- التحصيل الدراسي : ☐ الإعدادية ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
- ٣- اللغات التي يجيدها ☐ العربية ☐ الإنكليزية ☐ الفارسية ☐ لغة أخرى
- ٤- اللهجات العامية العربية التي يجيدها :
أ-
ب-
ت-

٥- ما الأسباب التي أدت الى تعلمك اللهجات العامية العربية ؟

٦- هل تفضل إستخدام اللغة الفصيحة للتواصل في عملك؟

ت	الموضوع	كلا	كلا مطلقاً	نعم	نعم الى حد ما
١.	أتحدث اللغة الفصيحة في حياتي اليومية				
٢.	أستخدم اللغة الفصيحة أثناء ممارستي المهنة				
٣.	أشعر بالخجل من إستخدامي اللغة الفصيحة				
٤.	أرغب في التحدث باللغة الفصيحة				
٥.	أفضل التحدث باللهجة العامية الدارجة عوضاً عن الفصيحة				
٦.	اللغة الفصيحة وسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل				
٧.	اللغة الفصيحة وسيلة مناسبة للحوار في المجال السياحي				
٨.	أشعر بالخجل من بعض مفردات لهجتي العامية بسبب تفسير معناها المغاير للمعنى الذي أقصده عند المتلقي				
٩.	أفضل القراءة باللغة العامية على اللغة الفصيحة				
١٠.	أفضل القراءة باللغة الفصيحة على اللغة العامية				
١١.	للأعلام دور سلبي في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة				
١٢.	أؤمن بأن اللغة الفصيحة تشعرني بقوميّتي العربية				
١٣.	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصيحة				
١٤.	تشعرني اللغة الفصيحة بالجمود والتقيّد				
١٥.	أفهم معاني مفردات اللهجات المحلية للدول العربية				
١٦.	تتأثر لهجتي العامية بالمفردات الأجنبية				
١٧.	تعرضت لمواقف محرّجة بسبب مفردات لهجتي العامية				

ثانياً : السياح والزوّار في مدينة كربلاء المقدسة :

١. الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
٢. الجنسية :

٣. التحصيل الدراسي : ☐ الإعدادية ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا
٤. اللغات التي يجيدها ☐ العربية ☐ الإنكليزية ☐ الفارسية ☐ لغة أخرى
٥. اللهجات العامية العربية التي يجيدها :
ث-
ج-
ح-

٦. ما الأسباب التي أدت الى تعلمك اللهجات العامية العربية ؟
٧. هل تفضل إستخدام اللغة الفصيحة للتواصل في عملك؟

ت	الموضوع	كلا	كلا مطلقاً	نعم	نعم الى حد ما
١.	أتحدث اللغة الفصيحة في حياتي اليومية				
٢.	أستخدم اللغة الفصيحة أثناء ممارستي المهنة				
٣.	أشعر بالخجل من إستخدامي اللغة الفصيحة				
٤.	أرغب في التحدث باللغة الفصيحة				
٥.	أفضل التحدث باللهجة العامية الدارجة عوضاً عن الفصيحة				
٦.	اللغة الفصيحة وسيلة مناسبة للحوار في مجال العمل				
٧.	اللغة الفصيحة وسيلة مناسبة للحوار في المجال السياحي				
٨.	أشعر بالخجل من بعض مفردات لهجتي العامية بسبب تفسير معناها المغاير للمعنى الذي أقصده عند المتلقي				
٩.	أفضل القراءة باللغة العامية على اللغة الفصيحة				
١٠.	أفضل القراءة باللغة الفصيحة على اللغة العامية				
١١.	للأعلام دور سلبي في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة				
١٢.	أؤمن بأن اللغة الفصيحة تشعرني بقوميّتي العربية				
١٣.	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصيحة				
١٤.	تشرعني اللغة الفصيحة بالجمود والتقيّد				
١٥.	أفهم معاني مفردات اللهجات المحلية للدول العربية				
١٦.	تتأثر لهجتي العامية بالمفردات الأجنبية				
١٧.	تعرضت لمواقف محرّجة بسبب مفردات لهجتي العامية				