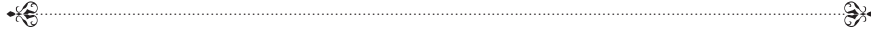


توظيف اللغة الفصيحة عند العاملين
في المكاتب الأمامية لتطوير المؤسسات الفندقية
في كربلاء المقدسة

المدرس المساعد
سمير خليل شَمطو
كلية العلوم السياحية - جامعة كربلاء



Employment of Formal Language by the Front Desk Employees to develop Hotels in Karbala



Assist. Lecturer. Sameer Khaleel Eshmoto

College of Islamic Sciences

University of karbala

Abstract

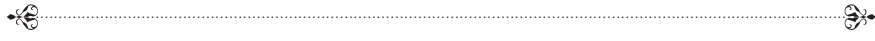
Hotels and the other establishments are the central pillar that provide accommodation for the development of tourism. Researchers say that one room in a hotel generates one chance for a job in hotels field and 1.75 in the tourism and the others fields. Statistics say tourism provides jobs directly or indirectly to more than 200.000.000 persons in the world. Expectations say these statistics might go higher in the next few years. Tourism is capable to provide more than %10.3 from the total salaries of the global employment. The World Tourism Organization estimates that tourism owns %75 of the total global jobs and positions especially in the hotels. The Front Desk of the Hotels represents the first impression of the place for the tourist. Therefore, the Front Desk employees are the key to build bridges of trust, amiability, and connection between the guests and the staff. For Arabs, it is hard for the tourist to understand the colloquial language the residents of another country speak; therefore he repeats the sentence many times meaninglessly because he uses a colloquial form he is not familiar with. Hence, he uses the formal language to avoid difficulties during the process of connection. Here lies the importance of this research; the problem is the language is the most common means of communication between a tourist and the employee who offers the services. The language then is either positive or negative while delivering the services. Any of colloquial common words have more than one meaning for the receiver; in other words the tourist. Each word might have more than one meaning. Moreover, slang languages create problems in the communication process among people in general, but it is more visible for the tourists who come from another countries. Because Arabs are the main concern of the research, the real problem appears as a result of different colloquial forms, a difficulty in communication among the Arabs appears.





توظيف اللغة الفصيحة عند العاملين

في المكاتب الأمامية لتطوير المؤسسات الفندقية في كربلاء المقدسة



المدرس المساعد

سمير خليل شُطُو

كلية العلوم السياحية - جامعة كربلاء

المستخلص

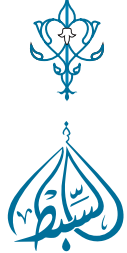
تعدّ المؤسسات الفندقية دعامة رئيسة، وركيزة سائدة لإزدهار الحركة السياحية، وأشار الباحثون إلى أن الغرفة الفندقية الواحدة تولد فرصة عمل واحدة في القطاع الفندقي و ١,٧٥، فرصة عمل في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.

وتشير الإحصاءات إلى 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.

وتشير الدراسات إلى أن السياحة لها القدرة على توفير أكثر من ٣,١٠٪ 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 يكون العاملون في تلك المكاتب مفتاح الاتصال لبناء جسور الود والثقة والتواصل بين العاملين والضيوف، غير أنه يصعب على الإنسان العربي فهم العامية الدارجة كما يتحدثها أهلها في بلد آخر، فيلجأ إلى اللغة الفصيحة لمواجهة الموقف، ويكرر الجملة أو السؤال مرات عديدة كأنها 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 أوسلبياتها مباشرة عند تقديم الخدمة، وتكمن المشكلة في أن العديد من الكلمات العامية الشائعة الاستخدام في الإتصال تحمل





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

وخلص البحث إلى 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.

معانٍ مختلفة عند المتلقي، إذ تكون للمفردة الواحدة معانٍ متعددة في تفسيرها، فضلاً عن أن اللهجات العامية المختلفة تؤدي إلى 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 إلى 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 إلى 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.





العالمية، إنّ 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 يكون العاملون في تلك المكاتب هم مفتاح الاتصال لبناء جسور الود والثقة والتواصل بين العاملين والضيوف، وأنّ من الصعب على الإنسان العربي فهم العامية الدارجة كما يتحدثها أهلها في بلد آخر، فيلجأ إلى اللغة الفصيحة^(٤) لإيضاح الموقف، ويكرر الجملة أو السؤال مرات عدة كأنها 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 الفصيحة، 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 إلى مدينة كربلاء المقدسة، وفق منهجية العينة العشوائية البسيطة التي توفر لكل فرد فرصة الاختيار بصورة مكافئة لأيّ فرد آخر من دون تحيّز أو تدخل من قبل الباحث.

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.

المقدمة

يمتلك النشاط السياحي الإمكانية لتوليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي نفسه، إذ تمتد هذه الإمكانية إلى القطاعات الأخرى الساندة للنشاط السياحي. ولما كانت المؤسسات الفندقية تعدّ الدعامة الرئيسة والركيزة الساندة لإزدهار الحركة السياحية، لذا أشار الباحثون إلى أن الغرفة الفندقية الواحدة تولد فرصة عمل واحدة في القطاع الفندقي و١،٧٥ فرصة عمل في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى^(١).

وتشير الإحصائيات إلى 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. وتشير الدراسات إلى أن السياحة لها القدرة على توفير أكثر من ٣،١٠٪ من إجمالي أجور العاملين في العالم^(٢).

وقد سجل عدد العاملين في قطاع السياحة الاتحاد الأوربي (٩) مليون شخص، أي (٦٪) من مجموع الأشغال، وتقدّر منظمة السياحة





أولاً: أهمية البحث

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

ثالثاً: فرضية البحث

إيجاد أرضية مشتركة أو لغة مشتركة هي اللغة الفصيحة التي يعرفها جميع العرب والمسلمين، وتعزيز الدعوة إلى 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 للسياح الوافدين إلى 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)، وإنهاءً بالخاص (الجزئيات)، لذلك استخدمنا المنهج الاستنباطي في البحث عن طريق الإطلاع على مجموعة من المصادر الخاصة بالمكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية.

ثانياً: مشكلة البحث

لما كانت اللغة هي 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 الشائعة الإستخدام في الإتصال تحمل معانٍ مختلفة عند المتلقي، إذ تكون للمفردة الواحدة معانٍ متعددة في تفسيرها، فضلاً عن أن اللهجات العامية المختلفة تؤدي إلى 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 إلى عدم فهم العربي لأخيه العربي الآخر.





ونتيجة لإعتدال 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، وإنهاءً 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 ليحدّدوا 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^(٥). وكذلك يقول أحد الباحثين: «ومثل اللهجات التي في حذف بعض حروف الكلمة، وهذا ما يسمى بالخلخانية وذلك أن أهل عُمان يحذفون بعض الحروف دون علة صرفية فيقولون في (ما شاء الله) (ما شا الله) بحذف الهمزة»^(٦).





واختفى استعماله أمام هذا الكلام العامي»^(٩). ثم يقرر هؤلاء المختصون إننا يجب أن نتبع الفصحى ونبذ 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»^(١٠).

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. ولعل 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»^(١١).

وتركزت دراسة المحدثين على اللهجات المحلية، ما جعلها تمتاز بالاستقلالية والإنفصال

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 إلى هذا بقوله: «أسلم الفرز النوعي الذي سلكه النحاة في تصنيف اللهجات إلى نوعين: الأول: وهو اللهجات الفصيحة، والثاني: الفصيحة التي تنزل منزلة أدنى من الأولى لإشتهاها على سمة لغوية فارقة هي مستقبحة ومذمومة لدى اللغويين»^(٧).

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»^(٨).

أشار العلماء القدماء إلى 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





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 إلى 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)»^(١٤).

إنّ قلب الهمزة عيناً ظاهرة لهجية عند عامة العراقيين كما في «جَار: رفع صوته مع تضرّع واستغاثة. وأبدل: عامة العراقيين العين من الهمزة، فقالوا: جَعَرَ لصوت الحيوان دون تحديد، ويستعملونه على الأغلب نبزاً لصوت الرجل المستنكر، والمصدر في إستعمالهم جعير»^(١٥).

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

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 إلى 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 إلى 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 إلى موطنه حتى بين أبناء المنطقة الواحدة تتكلمها فيما بينها لتقضي بها حواراتها، لكن سرعان ما نهرع إلى العربية الفصحى إذا ما أُلجئنا إليها في المناسبات والمواطن التي تستدعي ذلك»^(١٢).

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»^(١٣).





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»^(١٧).

إن الوظيفة الأساسية للمكتب الأمامي في الفندق هي تسهيل ودعم المعاملات الخاصة بالضيف لحصوله على خدمات الفندق خلال فترة إقامته.

وتتضم 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).

أهل حلب وريفها. إذ يسقطون بعض حروف الحلق من كلمات معينة كقولهم (أربين) بدل (أربعين)، و(رو) بدل (روح)^(١٦).

(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 الرئيسي





المبحث الثاني:

الاتصال 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 ذات الوقت 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:

والإتصال في الأصل؛ كلمة لاتينية Communis التي تعني في اللغة الإنكليزية Common 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^(١٨).

والإتصال في العربية يشير إلى (البلاغ) أو (الإخبار) و(الربط) و(إقامة الصلة) و(التتابع) و(الإستمرار) أي التواصل، وهذه المعاني اللغوية تحمل في طياتها المعاني الإصطلاحية لعملية الإتصال^(١٩).

ويعرّف الإتصال بأنه: (نقل المعاني وتبادلها بأي أسلوب يفهمه أطراف الإتصال ويتصرفون وفقه بشكل سليم)^(٢٠). وأما الإتصال كمفهوم عام فهو (عملية التفاهم بين البشر، أو حتى بين البشر وغيرهم من المخلوقات، بأي وسيلة من الوسائل سواء كانت اللغة أو الإيحاء أو الإشارة أو الحركة أو الضوء أو غير ذلك من الوسائل، لتحقيق هدف عام أو خاص)^(٢١).

(٢) عناصر الإتصال^(٢٢):

- أ. المتصل: الشخص أو الجماعة التي تبادى بإرسال الرسالة.
- ب. الرسالة: محتوى الرسالة ومضمونها.
- ج. وسيلة الاتصال: الوسيلة المستخدمة لإيصال الرسالة إلى المستقبل.
- د. المستقبل: الشخص أو المتصل به.
- هـ. الإستجابة: يعكسها المستقبل.





هذه العوامل إلى ثلاثة أنواع من المعوقات هي:

أ. المعوقات الفردية: إن الأفراد مختلفون، وتنعكس مثل هذه الاختلافات على طريقة فهم اللغة المستخدمة بينهم، بل على طريقة استخدام اللغة ذاتها، والرغبات والميول الفردية، والقدرة على الفهم، وعامل الخوف الذي يعترى بعض الأفراد في إرسال المعلومات الواجب إرسالها^(٢٥).

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 مرؤوسة تنفيذ بعض الأعمال ويختار في فهمها بسبب الغموض في المعنى^(٢٦).

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.

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^(٢٣):

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.

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

د. 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^(٢٤).

وهناك العديد من العوامل التي تحول دون إتمام عملية الإتصالات بفاعلية كبيرة، وترجع





الإشكاليات في الإتصال بين الناس. وعلى سبيل المثال؛ إن قارنا اللهجة العراقية والشامية والمصرية بما يقابلها في الفصح، فسيتبين لنا ذلك كما في الجدول رقم (١).

لكن يلاحظ أن نفس الرموز قد تحمل معانٍ 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.

ج. المعوقات الميكانيكية: عدم وجود قنوات فعالة، وهذه المعوقات يمكن إجمالها بما يلي (٢٧):

• الهيكل التنظيمي: مجموعة العلاقات بين جميع مكوناته.

• المسؤولية الوظيفية: عدم رغبة كل فرد في المنظمة في إجراء الإتصالات اللازمة، ويرجع ذلك إلى عدم وجود وظيفة خاصة بالاتصالات يشرف عليها شخص مسؤول.

د. 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 إلى اللغة الفصيحة، والتي يفهمانها.

وإذا ما أردنا أن نقارن اللهجات العامية المختلفة وقارنها بما يقابلها في اللغة الفصيحة، فس نجد أن اللغة الفصيحة تحل العديد من





جدول (١) مقارنة بعض مفردات اللهجة العراقية والشامية والمصرية باللغة الفصيحة

ت	الكلمة الفصيحة	اللهجة العراقية	اللهجة الشامية	اللهجة المصرية
١	فَم	حَلِگ	تَم	بُوء
٢	أَتَمَّنِي	بَلَكِي	بَرَكِي	يَارِيَت
٣	رِجْلُكَ	رِجْلُكَ	إِجْرَكَ	رِجْلُكَ
٤	أَنْظُرُ	بَاوَع	شَوْف	بُصْ
٥	مَا بِك	إِشْبِيك	شَوْبَاك	مَالِك
٦	كَيْفَ حَالِكَ	إِشْلُونَاك	كَيْفَاك	إِزْيَاك
٧	جَيِّدٌ أَوْ بَخِيرٌ	زَيْن	إِمْنِيحٌ أَوْ إِمْلِيحٌ	كُوَيْسٌ
٨	إِجْلِسْ	أُكْعِدْ	إِبْرَكَ	أُءَعِدْ
٩	هَذَا	هَذَا أَوْ هَايَ	هَيْدَا	دَوَّتْ
١٠	لِ (لَامِ التَّمَلُّكِ)	مَالَتْ	لِأَلُو	بِتَاع
١١	المِخْلَلَات	طُرْشِي	كَبِيْس	مِخْلَل
١٢	انظُرْ	شَوْف	لَيْك	بُصْ
١٣	مِثْلُ هَذَا	مِثْلُ هَذَا	هُوَ زَاتُو	زِيَّ كِدَه
١٤	السَّائِقِ	سَايِقِ	شَوْفِير	أُسْطَه

(*) الجدول من إعداد الباحث.

وهناك مفردات تختلف في معانيها بين شرق الوطن العربي وغربه وجنوبه، فعلى سبيل المثال، ما يبيّنه الجدول التالي:

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 الخليجيون على السائق (ادريول).



جدول (٢) مقارنة بعض مفردات اللهجة العراقية والشامية والليبية واليمينية باللغة الفصيحة

اللهجة اليمنية	اللهجة الليبية	اللهجة الشامية	اللهجة العراقية	الكلمة الفصيحة
الحجرب	الدليح	الجبيس	الرگي	البطيخ (الأحمر)

(* الجدول من إعداد الباحث).

ويطلق اللبنانيون لفظة (قارمة أو آرمة) على (اللافتة) والتي ينطقونها العراقيون (القُطعة أو اللافتة)، ويلفظها الأردنيون (گارمة).

ويطلق أهل مصر (طلمبة أو طرمبة) على (المضخات الكهربائية) بينما يطلق أهل الشام (طلمبة أو طرنبة) على محطات تزويد الوقود. وإذا طلب منك العراقي الجلوس فيقول لك (أُكْعِدْ) وأما الليبي فيقول (كَمْبِز).

وإذا أردت أن تقول (قِطَّة) وهي لفظة فصيحة لأنثى القط، فإنها تعدّ لفظاً قبيحاً في ليبيا الذين يطلقون عليها (إِبْسِيَّة)، ويطلق عليها المصريون (بِسَّة)، والعراقيون يقولون: (بَزْوَنَة).

و(المطبخ) عند الجزائريين (كوجينة) 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).

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 (شِلَّة) فتعني عند المصريين (الصُحبة أو مجموعة الأصدقاء)، وعند العراقيين فتعني (نوع من الأكلات الشعبية).

وكذلك يطلق أهل الشام (فَرّوج) على الدجاجة، ويطلق عليها المصريون (فَرّخه).

وتعني كلمة (ماشي) عند اليمانيين (الرفض)، وأما العراقيين فتعني (عدم الممانعة). كما وأن أهل اليمن يستخدمون (أم) كأداة للتعريف، فإن أراد أحدهم أن يقول (المدرسة) فيلفظها (أمدرسة)، وكذلك يلفظ (البيت) بـ(أمبيت) و(السيارة) بـ(أمسيارة).





المبحث الثالث:

واقع اللغة الفصيحة 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 إلى مدينة كربلاء المقدسة، على وفق منهجية العينة العشوائية البسيطة التي توفر لكل فرد الفرصة للإختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر من دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث. ونتيجة دراسة واقع العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية والسياح الوافدين لمدينة كربلاء المقدسة أظهرت النتائج التي نستعرضها وفقاً لجدول متخصصة. فتمثلت عينة البحث بالجدول التالي:

الدينية، فضلاً عن التقاليد والعادات التي يتمتع بها المجتمع الكربلائي.

كما وتمثلت نسبة السياح من الذكور ٦٣٪، والأنثى ٣٧٪، وكانت جنسية السياح وفقاً للجدول رقم (٤).

إستثمر الباحث 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 رقم (٥).

جدول (٣) المبحوثين (*)

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

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

يلاحظ من الجدول أن نسبة العاملين الذكور تشكل ١٠٠٪ ولم يشكل العنصر النسوي أي رقماً، ويرجع السبب في ذلك لخصوصية المدينة



جدول (٤) جنسية السياح (*)

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

(*) المصدر: استناداً إلى الإِستبيان، والجدول من إعداد الباحث.

جدول (٥) التحصيل الدراسي للمبحوثين (*)

ت	التحصيل الدراسي	العاملون	السياح	
			الذكور	الأنث
١	الإعدادية	٣٩	٧	٢
٢	الدبلوم	٣١	١٦	٣
٣	البكلوريوس	٢٨	٣٤	٢٧
٤	الدراسات العليا	٢	٦	١
	المجموع	١٠٠	٦٣	٣٧

(*) المصدر: استناداً إلى الإِستبيان، والجدول من إعداد الباحث.

ولذلك لا بدّ من إلزام المؤسسات الفندقية بتعيين الكوادر السياحية التخصصية وعلى الخصوص من حملة شهادة البكلوريوس السياحية.

وانحصرت أعمار العاملين في المكاتب الأمامية والسياح وفق الجدول رقم (٦).

وفيما يخص اللغات التي يجيدها العاملون والسياح فتمثل بالجدول رقم (٧).

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 البكلوريوس فتمثلت نسبتهم ٢٨٪، وكذلك الحاصلين على الشهادات العليا بنسبة ٢٪. ومعنى ذلك أن المكاتب الأمامية يفتقر عاملها إلى الشهادة الجامعية، وعلى الخصوص الكوادر المتخصصة.



جدول (٦) 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 إلى الإستبيان، والجدول من إعداد الباحث.

جدول (٧) اللغات التي يتقنها المبحوثون (*)

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

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



وكانت إجابة العاملين على تفضيلهم استخدام اللغة الفصحى للتواصل مع السياح في تقديم الخدمات لهم فكانت النسبة ٧٪ من العاملين يفضلون اللغة الفصحى في الإتصال حياً 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 الفصحى 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 ينحسر على الذكور فقط، ولذلك يفضلن الأناث لهجاتهم 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:

يوضح الجدول أن عاملاً واحداً في فنادق المدينة يتحدث الإنكليزية فضلاً عن لغته العربية الأصلية، وكذلك (١٣) عاملاً يتحدثون الفارسية نتيجة الإتصال مع الجامعات السياحية الدينية الإيرانية عبر سنوات العمل، ولم يتسن 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) سائحاً اللغة الإنكليزية فضلاً عن لغته الأم، و(٤٠) سائحاً 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 إلى سنوات التعامل والإتصال مع تلك الجنسيات، ولم تتأتى من دراسة، فضلاً عن أن السبب الرئيس في ذلك يعود إلى القنوات الإعلامية الفضائية المتنوعة في عروض المسلسلات العربية والمدبلجة.



جدول (٨) نتائج إستبيان العاملين (*)

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

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



جدول (٩) نتائج استبيان السياح (*)

ت	الموضوع	عدد الإجابات		
		كلا	كلا مطلقاً	نعم نعم إلى حد ما
١	أتحدث اللغة الفصحى في حياتي اليومية	١٠٠	-	١
٢	أستخدم اللغة الفصحى أثناء ممارستي المهنة	٧٩	-	١٨
٣	أشعر بالحنج 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 بالحنج 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 بقومي العربية	٩	٦	٧٦
١٣	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصحى	-	-	١٠٠
١٤	تشعني 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 محرجة بسبب مفردات لهجتي العامية	٦٤	٣٣	١

(*) المصدر: استناداً إلى الاستبيان، والجدول من إعداد الباحث.



بالجمود فكانت النسبة ٥٦٪ ونسبة ٣٩٪ إلى حدّ ما، بينما لم يشعر بالجمود والتقيّد ٤٪ وسائح واحد لم يشعر مطلقاً.

إنّ 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 إلى حد ما بنسبة ١٥٪.

ويرجع السبب في ذلك إلى 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 أنّ نسبة الشعور بالخجل من قبل السياح نتيجة استخدام بعض مفردات اللهجة العامية التي تعكس معنى مغايراً عند المتلقي فسجلت ٤٤٪، والخجل إلى حدّ ما ٣٪. إلا إنّ عدم الشعور بالخجل سجل نسبة ٤٨٪، والنسبة بشكل مطلق سجلت ٥٪.

ونجد أيضاً، أنّ 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 إلى أنّ الإعلام له دوراً سلبياً في تشجيع

يلاحظ من الجدول أنّ ١٠٠٪ من السياح لا يتحدّثون اللغة الفصيحة في حياتهم اليومية، غير أنّ ١٨٪ منهم يستخدمها في حياته المهنية و٣٪ إلى حدّ ما، بينما لا يستخدموها في حياتهم المهنية بنسبة ٧٩٪.

كما يلاحظ أنّ نسبة ١١٪ من السياح لا يشعرون بالخجل نتيجة استخدامهم اللغة الفصيحة، وأنّ ٤٩٪ أكدوا عدم الشعور بالإطلاق، بينما يشعر بذلك ٣١٪ من السياح، و٩٪ إلى حدّ ما، غير أنّ ٨١٪ لا يرغبون التحدث باللغة الفصيحة، و٢٪ لا يرغبون بشكل مطلق، إلا أنّ ٩٪ يرغبون بذلك و٨٪ إلى حدّ ما.

وأما التفضيل بالتحدث باللغة العامية عوضاً عن اللغة الفصيحة فالنسبة تمثل ٧٧٪ و٣٪ إلى حدّ ما ويرجع السبب في ذلك إلى رغبة السياح إلى عرض لغته العامية التي يعدّها تراثه وتقليده وثقافته التي لا يتخلى عنها ويسعى إلى 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 إنّ شعور السياح بأنّ اللغة الفصيحة تقيّد لهم أو تشعرهم





الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات:

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 إلى اللغة الفصيحة التي تحل العديد من الإشكاليات في الإتصال بين الناس.

يدعو المحدثون إلى استبدال الفصحى باللهجة العامية، بحجة أن العامية أسهل نطقاً وتداولاً بين الناس، أو دراستها لمعرفة قواعدها الخاصة كونها لغة الإستعمال اليومي لدى الناس.

إن المكتب الأمامي للمؤسسة الفندقية يمثل أول وآخر اتصال للضيف بالفندق، كما يعدّ المحرك الرئيس للتحكم ببقية خدمات الفندق، فضلاً عن توجيه بقية الأقسام في تقديم الخدمات إلى الضيوف.

تشكل مشاعر العاملين تجاه السياح أساس روح الضيافة من مشاعر الود والإحترام، يؤدي الإتصال المباشر عن طريق اللغة إلى التعبير عن تلك المشاعر بين الضيف والمستقبل.

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.

التحدث باللغة الفصيحة ونسبة ١١٪ إلى حدّ ما، وأن نسبة ١٧٪ أشارت إلى رفض دوره السلبي، وبنفس النسبة رفضوا بشكل قاطع. على الرغم من أن نسبة ٨٩٪ من السياح يفهمون اللهجات العامية للدول العربية، و١١٪ يفهمونها إلى حدّ ما عن طريق سفر السياح إلى 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 و٦٪ لا يؤمنون بذلك وبشكل مطلق، وأن ٧٦٪ يؤمنون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم العربية، ونسبة ٩٪ يؤمنون إلى حدّ ما.

كما وأن ١٠٠٪ من السياح أشاروا إلى تأثير العمالة الأجنبية في ضعف اللغة الفصيحة. كما تأثرت لهجة السياح العامية بالمفردات الأجنبية بنسبة ١٤٪، وبنسبة ٢٣٪ إلى حدّ ما، غير أن ٢١٪ لم تتأثر، و٤٢٪ لم تتأثر مطلقاً.

وأما المواقف المحرجة التي تعرض لها السياح نتيجة استخدام المفردات العامية، فسائحان تعرضا إلى حدّ ما، وسائح واحد تعرّض إلى تلك المواقف، بينما لم يتعرّض ٦٤٪ إلى تلك المواقف، ونسبة ٣٣٪ لم يتعرضوا مطلقاً لتلك المواقف المحرجة.





ثانياً: التوصيات

إن اللغة العامية مربكة، وتمتاز بالضيق والأفق المحدود في الإستعمال، لذلك نساهم مع الدعوات إلى تشجيع الناس على إيجاد لغة مشتركة يستطيع الجميع فهمها والتخاطب عن طريقها، وهي اللغة الفصيحة وفي المجال السياحي، وعلى الخصوص في القطاع الفندقية.

حثّ 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 مواطنيها مدينة كربلاء المقدسة.

لما كانت حاجة المؤسسات الفندقية إلى 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.

تولي وزارة السياحة والآثار إهتمامها بإصدار تعليماتها بإلزام المؤسسات الفندقية بتعيين موظف واحد على الأقل من خريجي الكليات

أن ٧٩٪ من العاملين يشعرون بالخجل 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 بالخجل نتيجة استخدامهم اللغة الفصيحة، وأن ٤٩٪ أكدوا عدم الشعور بالإطلاق.

إن نسبة ٥٦٪ من العاملين يفضلون التحدث باللهجة العامية على اللغة الفصيحة. و٧٧٪ من السياح يفضل التحدّث باللغة العامية عوضاً عن اللغة الفصيحة. كما وأن ٨١٪ من السياح لا يرغبون التحدث باللغة الفصيحة.

أن نسبة ١٠٠٪ لا تفضل مطلقاً القراءة باللغة العامية، بل أن نسبة ١٠٠٪ من العاملين تفضل القراءة باللغة الفصيحة ٧٧٪.

إن الإعلام له دوراً سلبياً في تشجيع التحدث باللغة الفصيحة فسجلت النسبة ٤٧٪، وأشار ٥٥٪ من السياح إلى دور الإعلام السلبي.

وأن ٨٢٪ يشعرون بأن اللغة الفصيحة تشعرهم بقوميتهم العربية، بينما ٧٦٪ من السياح يؤمنون بذلك.





٧. وليد العناني، التباين وأثره في تشكيل النظرية اللغوية العربية، دار جرير، عمّان، ٢٠٠٩، ص ٨٢.
٨. ت. م. جونسون، دراسات في لهجات شرقي الجزيرة العربية، ترجمة: أحمد الضبيب، جامعة الرياض، الرياض، ١٩٧٥، ص ٩.
٩. رجب عبد الجواد إبراهيم، معجم لغة العامّة في تاج العروس، مكتبة الآداب، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٨.
١٠. عبد القادر عبد الجليل، البنية اللغوية في اللهجة الباهلية، دار صفاء، عمّان، ٢٠١١، ص ٦٢.
١١. عبد الغفار حامد هلال، اللهجات العربية نشأة وتطوراً، ط ٢، مكتبة وهبة، القاهرة، ١٩٩٣، ص ٦.
١٢. يحيى المباركي، أثر اختلاف اللهجات العربية في النحو، دار النشر للجامعات، القاهرة، ٢٠٠٧، ص ٥.
١٣. الترجمان، عباس، ملامح اللهجة النجفية إصولها وآدابها، دار الأضواء، بيروت، ٢٠٠٢، ص ٦.
١٤. اللهجات العربية نشأة وتطوراً، ص ٣٩٢.
١٥. السامرائي، إبراهيم، العربية تأريخ وتطور، مكتبة المعارف، بيروت، ١٩٩٣، ص ٨٩.
١٦. مر الدقاق، حرف الراء دراسة صوتية مقارنة، موقع ألكتروني، ملتقى أهل التفسير.
١٧. السعيد، عصام حسن، إدارة المنظمات الفندقية، ط ١، دار الراء للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠٠٨، ص ٧١.
١٨. انظر: محمود عودة، أساليب الإتصال والتغيير الإجتماعي، ط ٢، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٨٩، ص ٨. نقلاً عن: د. محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال السياحية المتخصصة بما يسهم في تطوير المؤسسات الفندقية عن طريق تنوع الخدمات وجودتها، وعلى الخصوص النجاح في عمليات الإتصال مع الضيوف.
- 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، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٣، ص ١٤٣.
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، ص ٢.
٣. علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية علوم الإقتصاد وعلوم التسيير، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، ٢٠٠٢، ص ٤٠.
٤. اللغة الفصيحة هي اللغة التي تنزل منزلة أدنى من اللغة الفصحى (اللغة الفصيحة النقية).
٥. ابن دريد، جمهرة اللغة، دائرة المعارف، حيدر آباد، ١٣٤٤هـ، ج ١ ص ٥.
٦. محمد سالم محيسن، المقتبس من اللهجات العربية والقرآنية، المكتبة الأزهرية، القاهرة، ص ٤٢.





٢٨. (*) تقع مدينة كربلاء المقدسة في وسط العراق، وعلى بعد ١٠٥ كم إلى الجنوب الغربي من العاصمة بغداد.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

١. ابن دريد، جمهرة اللغة، دائرة المعارف، حيدر آباد، ١٣٤٤ هـ، ج ١.
٢. د. بشير العلاق، العلاقات العامة الدولية، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٠.
٣. السامرائي، إبراهيم، العربية تأريخ وتطور، مكتبة المعارف، بيروت، ١٩٩٣.
٤. سحر وهبي، دراسات في الإتصال، ط ١، القاهرة، ١٩٩٦.
٥. ت.م. جونسون، دراسات في لهجات شرقي الجزيرة العربية، ترجمة: أحمد الضبيب، جامعة الرياض، الرياض، ١٩٧٥.
٦. جيمس ف. هوج، إنتشار وسائل الإعلام - الوصول العالمي وقوة الصورة، ترجمة: حامد يوسف سليمة، الكويت، مجلة الثقافة العالمية، العدد ٧١، تموز ١٩٩٥.
٧. رجب عبد الجواد إبراهيم، معجم لغة العامّة في تاج العروس، مكتبة الآداب، القاهرة، ٢٠٠٨.
٨. فهد بن سعود العثيمين، الإتصالات الادارية، ط ٣، دار يثرب للنشر والتوزيع المدينة المنورة، ١٤٢٥ هـ.
٩. د. محمد جاسم فلحي، مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، محاضرات موجزة.
١٠. د. محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمّان، ٢٠١١.

- ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمّان، ٢٠١١، ص ٧٦.
١٩. الهيتي، هادي نعمان، الإتصال الجماهيري - المنظور الجديد، دار الشؤون الثقافية العامة - الموسوعة الصغيرة، العدد ٤١٢، بغداد، ١٩٩٨، ص ٩.
٢٠. العلاق، بشير، العلاقات العامة الدولية، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمّان، ٢٠١٠، ص ٦٤.
٢١. فلحي، محمد جاسم، مقدمة في العلاقات العامة والرأي العام، محاضرات موجزة، ص ٢٢.
٢٢. وهبي، سحر، دراسات في الإتصال، ط ١، القاهرة، ١٩٩٦، ص ١١٢.
٢٣. انظر: سلطان، محمد صاحب، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمّان، ٢٠١١، ص ١٧٢.
٢٤. العثيمين، فهد بن سعود، الإتصالات الادارية، ط ٣، دار يثرب للنشر والتوزيع المدينة المنورة، ١٤٢٥ هـ، ص ٣٩.
٢٥. 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.
٢٦. حكيم، شرين بنت عبد المجيد عبد الحميد، معوقات الإتصال، ورقة بحثية لمادة الإتصال - مرحلة الدكتوراه في التربية والتخطيط، جامعة أم القرى - كلية التربية - قسم الإدارة التربوية والتخطيط، ١٤٣٠ هـ، ص ٤.
٢٧. انظر: جيمس ف. هوج، إنتشار وسائل الإعلام - الوصول العالمي وقوة الصورة، مصدر سابق، ص ١٢٣ - ١٢٤.





الواقع وآفاق المستقبل، بحث مقدم في ندوة (الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة العربية السعودية)، ١٤٢٢هـ.

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 الإدارة التربوية والتخطيط، ١٤٣٠هـ.

١١. محمد سالم محسن، المقتبس من اللهجات العربية والقرآنية، المكتبة الأزهرية، القاهرة.

٢١. محمود عودة، أساليب الإتصال والتغير الإجتماعي، ط ٢، ذات السلاسل، الكويت، ١٩٨٩.

١٣. د. مثنى طه الحوري وأ.إسماعيل الدباغ، إقتصاديات السفر والسياحة، ط ١، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.

١٤. عباس الترجمان، ملامح اللهجة النجفية إصولها وآدابها، دار الأضواء، بيروت، ٢٠٠٢.

١٥. عبد الغفار حامد هلال، اللهجات العربية نشأة وتطوراً، ط ٢، مكتبة وهبة، القاهرة، ١٩٩٣.

١٦. عبد القادر عبد الجليل، البنية اللغوية في اللهجة الباهلية، دار صفاء، عمان، ٢٠١١.

١٧. عصام حسن السعيد، إدارة المنظمات الفندقية، ط ١، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.

٨١. 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.

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 إلى مدينة كربلاء المقدسة.

راجين التفضل بالإجابة خدمة للبحث العلمي ولكم فائق الشكر والتقدير.

ثانياً: البحوث والرسائل والأطاريح:

١. علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية علوم الإقتصاد وعلوم التسيير، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، ٢٠٠٢.

٢. الشيخ عبدالرحمن عبدالقادر فقيه، الأثر الإقتصادي للسياحة في المملكة العربية السعودية



أولاً: العاملين في المكاتب الأمامية للمؤسسات الفندقية:

الجنس: ذكر أنثى

التحصيل الدراسي: الإعدادية دبلوم بكالوريوس دراسات عليا

اللغات التي يجيدها: العربية الإنكليزية الفارسية لغة أخرى

اللهجات العامية العربية التي يجيدها: أ..... ب..... ج.....

ما الأسباب التي أدت إلى تعلمك اللهجات العامية العربية؟

هل تفضل استخدام اللغة الفصيحة للتواصل في عملك؟ نعم كلا

ت	الموضوع	كلا	كلا مطلقاً	نعم	نعم إلى حد ما
١	أتحدث اللغة الفصيحة في حياتي اليومية				
٢	أستخدم اللغة الفصيحة أثناء ممارستي المهنة				
٣	أشعر بالخجل من استخدامي 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	تشعري 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 والزوار في مدينة كربلاء المقدسة:

الجنس: ذكر أنثى الجنسية

التحصيل الدراسي: الإعدادية دبلوم بكالوريوس دراسات عليا

اللغات التي يجيدها: العربية الإنكليزية الفارسية لغة أخرى

اللهجات العامية العربية التي يجيدها: أ..... ب..... ج.....

ما الأسباب التي أدت إلى تعلمك اللهجات العامية العربية؟

هل تفضل استخدام اللغة الفصيحة للتواصل في عملك؟ نعم كلا

ت	الموضوع	كلا	كلا مطلقاً	نعم	نعم إلى حد ما
١	أتحدث اللغة الفصيحة في حياتي اليومية				
٢	أستخدم اللغة الفصيحة أثناء ممارستي المهنة				
٣	أشعر بالخجل من استخدامي 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 بقوميتي العربية				
١٣	وجود العمالة الأجنبية من أسباب ضعف اللغة الفصيحة				
١٤	تشرني 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				



الإمامة العامة لعبد الحسين بن علي القاسمي
مركز كربلاء للدراسات والبحوث

The secretariat-general for holy Hussein
shrine
Karbala's center for studies and
Research

Alssebt

concerned with the civilizational, and cultural heritage of the holy
city of karbala

Issued by
Karbala's center for studies and Research

Issue NO. One

First year - June 2015 - Shaaban- 1436 A.H.