

NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR

AL-AKHBAR

(Analisis Morfologis dan Semantik)



Oleh :

Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S. Hum

NIM : 13.205.100.28

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk Memenuhi Salah Satu

Syarat guna Memperoleh Gelar Magister dalam Ilmu Agama Islam Program

Studi Agama dan Filsafat Konsentrasi Ilmu Bahasa Arab

YOGYAKARTA

2015

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S. Hum
NIM : 1320510028
Jenjang : Magister
Program Studi : Agama dan Filsafat
Konsentrasi : Ilmu Bahasa Arab

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Saya yang menyatakan,



Balkis Aminallah NM, S. Hum

NIM: 1320510028

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S. Hum
NIM : 1320510028
Jenjang : Magister
Program Studi : Agama dan Filsafat
Konsentrasi : Ilmu Bahasa Arab

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Saya yang menyatakan,



Balkis Aminallah NM, S. Hum

NIM: 1320510028



KEMENTERIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA
YOGYAKARTA

PENGESAHAN

Tesis berjudul : NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR AL-AKHBAR
(ANALISIS MORFOLOGIS DAN SEMANTIK)
Nama : Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S.Hum.
NIM : 1320510028
Program Studi : Agama dan Filsafat
Konsentrasi : Ilmu Bahasa Arab
Tanggal Ujian : 18 Maret 2015

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister
Humaniora (M.Hum).

Yogyakarta, 15 April 2015



Direktur,
Prof. Dr. H. Noorhardi, M.A., M.Phil., Ph.D.

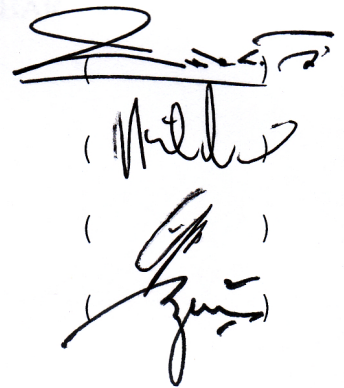
NIP. 19711207 199503 1 002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis berjudul : NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR AL-AKHBAR
(ANALISIS MORFOLOGIS DAN SEMANTIK)
Nama : Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S.Hum.
NIM : 1320510028
Program Studi : Agama dan Filsafat
Konsentrasi : Ilmu Bahasa Arab

telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. Moch Nur Ichwan, M.A.
Sekretaris : Dr. Mutiullah, M.Hum.
Pembimbing/Penguji : Prof. Dr. H. Sugeng Sugiyono, M.A.
Penguji : Dr. Hisyam Zaini, M.A.



diuji di Yogyakarta pada tanggal 18 Maret 2015

Waktu : 12.30-13.30
Hasil/Nilai : 88,00 /A-/3,50
Predikat Kelulusan : ~~Memuaskan~~ / Sangat Memuaskan / Cum Laude*

* Coret yang tidak perlu

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR

***AL-AKHBAR* (Analisis Morfologis dan Semantis)**

yang ditulis oleh :

Nama : **Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S. Hum**
Nim : 1320510028
Jenjang : Magister (S2)
Konsentrasi : Ilmu Bahasa Arab

saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Humaniora.

Wassalamu'alaikum. wr.wb.

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Pembimbing,



Prof. Dr. Sugeng Sugiyono, M.A

NIP: 19540712 198203 1 010

Motto:

وَمِنْ ءَايَاتِهِ ۚ خَلَقُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَآخْتَلَفُ الْأَسْتِڪُمُ وَالْوَانِكُمْ ۚ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَلَمِينَ

Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui.

(Q.S: Ar-Ruum: 22)

*Perubahan tidak mengenal berhenti. Saat kau menghentikan
perubahanmu sendiri, maka sama saja kamu sudah berakhir.*

(Anonim)

Persembahan Untuk:

➤ *Kedua Orang Tuaku*

➤ *Adik-adikku*

➤ *Almamaterku*

ABSTRAKSI

Neologi adalah pembetulan istilah baru atau istilah lama dengan makna baru. Teori ini terbagi menjadi lima macam dan lima belas kaidah, diantaranya adalah 1) neologi fonetis, yang terdiri dari: a) *ibdāl*; b) *al-qalbu al-makāni*; c) *al-tamāsul*; d) *al-tabāyun*; e) *al-iqḥām*. 2) neologi morfologis, yang terdiri dari: a) *al-isytiqāq*; b) *al-naḥt*; c) *al-tarkīb*; d) *al-mu‘jamah*. 3) neologi semantis, yang terdiri dari: a) *majāz*; b) *tarjamah ḥarfiah*. 4) neologi spontanitas, yang terdiri dari: a) *al-irtijāl ḥaqīqī*; b) *al-irtijāl al-itbā‘*. 5) neologi peminjaman, yang terdiri dari: a) *dakhīl*; b) *mu‘arrab*.

Neologi banyak ditemukan dalam media massa seperti surat kabar. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian neologi kata teknologi yang terdapat pada surat kabar elektronik *al-Akḥbār*. Surat kabar *al-Akḥbār* dipandang representatif jika digunakan sebagai objek material dalam penelitian yang berkaitan neologi kata teknologi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis morfologis dan semantis. Sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif, yaitu suatu metode yang berusaha menjelaskan secara detail dan rinci pada setiap data yang ada.

Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

(1) pola pembentukan neologi kata teknologi dalam surat kabar *al-Akḥbār* mengacu pada: a) neologi morfologis, yang berupa : neologi derivatif berjumlah 27 kata, neologi komposisi berjumlah 4 kata; b) neologi semantis, yang berupa : neologi metaforis berjumlah 19 kata, dan neologi translasi yang berjumlah 16 kata. c) neologi peminjaman, yang berupa : neologi asing yang berjumlah 47 kata, dan neologi arabisasi yang berjumlah 4 kata. (2) jika dilihat secara morfologis, kosakata *al-Akḥbār* terbagi menjadi dua, yaitu *ism jāmid* yang berwazn pada (فَاعِلَةٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلَةٌ) dan *ism musytaq* yang berwazn pada: a) (مُفَعَّلٌ، مَفْعُولٌ، مَفْعَلٌ، فَاعِلَةٌ، مُفَعَّلٌ، مُفَعَّلٌ) *ism fā‘il*; b) (مُفَعَّلٌ، مَفْعُولٌ، مَفْعَلٌ، فَاعِلَةٌ، مُفَعَّلٌ، مُفَعَّلٌ) *ism maf‘ūl*; c) (فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ) *ṣifāḥ musyabbahah*; d) (فَعْلٌ) *ṣiḡah mubālāghah*; e) (أَفْعَلٌ) *ism tafḍīl*; f) (مَفْعَلٌ، مَفْعُولٌ، مَفْعَلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ) *ism zamān wa al-makān*; g) (فَاعِلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ) *ism ‘ālah*; h) (مَفْعَلٌ) *maṣḍar mīmī*; i) (فَعْلٌ+يَةٌ، فَعْلٌ+يَةٌ، فَعْلٌ+يَةٌ، فَعْلٌ+يَةٌ، فَعْلٌ+يَةٌ، فَعْلٌ+يَةٌ) *maṣḍar ṣinā‘i*; j) (فَعْلٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ) *maṣḍar gairu sulāsi*. Jika dilihat secara semantik, kosakata *al-Akḥbār* mengalami perubahan makna berupa penyempitan makna, perluasan makna, metaforis, penurunan makna, dan peningkatan makna. Dari kelima fenomena tersebut, yang paling banyak ditemukan adalah penyempitan makna. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia keilmuan khususnya ilmu Linguistik. Neologi merupakan teori yang sangat diperlukan dalam ilmu linguistik, karena dengan mengetahui kaidah neologi, para penutur bahasa dan para linguist dapat menjaga kemurnian bahasanya dari pengaruh unsur-unsur asing yang dapat merusak struktur bahasa.

Kata Kunci : Neologi, *al-Akḥbār*, Analisis Morfologis-Semantik.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>ta'</i>	t	Te
ث	<i>sa'</i>	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	j	Je
ح	<i>ḥa</i>	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>kha'</i>	kh	Ka dan ha
د	<i>dal</i>	d	De
ذ	<i>zal</i>	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>ra'</i>	r	Er
ز	<i>zai</i>	z	Zet
س	<i>sin</i>	s	Es
ش	<i>syin</i>	sy	Es dan Ye
ص	<i>ṣad</i>	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>ḍad</i>	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>ṭa'</i>	ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	<i>za'</i>	z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'ain</i>	... '.....	Koma terbalik di atas
غ	<i>gain</i>	g	Ge
ف	<i>fa'</i>	f	Ef
ق	<i>qaf</i>	q	Ki
ك	<i>kaf</i>	k	Ka
ل	<i>lam</i>	l	El
م	<i>mim</i>	m	Em
ن	<i>nun</i>	n	En
و	<i>wau</i>	w	We
ه	<i>ha'</i>	h	Ha
ء	<i>hamzah</i>	... ' ...	Apostrop
ي	<i>ya'</i>	y	Ye

II. Konsonan Rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

نَزَّلَ ditulis *nazzala*

عِدَّةٌ ditulis *'iddah*

III. *Ta' marbūṭah* di akhir kata:

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هِبَةٌ ditulis *hibah*

جَزِيرَةٌ ditulis *jazīrah*

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نِعْمَةُ اللَّهِ	ditulis	<i>ni'matullāh</i>
------------------	---------	--------------------

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>zakāat-fitri</i>
-------------------	---------	---------------------

IV. Vokal dan Diftong

Vokal bahasa Arab, sebagaimana vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong).

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda *syakl* atau *harakat* transliterasinya sebagai berikut:

Vokal pendek:

_____ (fathah) ditulis *a* contoh ضَرَبَ ditulis *ḍaraba*

_____ (kasrah) ditulis *i* contoh فَهِمَ ditulis *fahima*

_____ (dammah) ditulis *u* contoh كُتِبَ ditulis *kutiba*

Vokal panjang:

Fathah + Alif	ditulis	ā
جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	ditulis	ā
يَسْعَى	ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	ditulis	ī
كَرِيمٌ	ditulis	<i>karīm</i>
Dammah + wawu' mati	ditulis	ū
فُرُوضٌ	ditulis	<i>furūd</i>

Vokal Rangkap atau Diftong

Diftong dalam bahasa Arab yang lambangnya merupakan gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu sebagai berikut

Fathah + ya' mati	ditulis	āi
بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu' mati	ditulis	au
قَوْلٌ	ditulis	<i>qaulun</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٢﴾ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ﴿٣﴾ مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ ﴿٤﴾
إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ﴿٥﴾ أَهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ﴿٦﴾ صِرَاطَ
الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ﴿٧﴾

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul *Neologi Kata Teknologi dalam Surat Kabar Al-Akhbār (Analisis Morfologis dan Semantik)*, sebagai syarat untuk menyelesaikan kuliah Strata Dua (S2) pada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah menerangi dunia dengan risalah kerasulannya.

Penulis menyadari bahwa proses penulisan tesis ini bukanlah hal yang mudah, namun berkat pertolongan Allah SWT serta bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis dapat menyelesaikan tesis dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini tidak lupa penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. bapak Prof. Drs. H. Akh Minhaji, M.A, Ph. D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, beserta para staffnya,
2. bapak Prof. Noorhaidi Hasan, selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
3. bapak Dr. Moch Nur Ichwan, M.A dan bapak Dr. Mutiullah, M. Hum, selaku ketua dan sekretaris Program Studi Agama dan Filsafat,
4. bapak Prof. Sugeng Sugiyono, M.A, selaku pembimbing yang telah berkenan menjadi pembimbing skripsi maupun tesis penulis. Penulis haturkan banyak terimakasih karena telah meluangkan banyak waktunya untuk membimbing penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik,
5. kedua orang tuaku, ayah dan ibu yang telah merawat, mendidik, dan membesarkan putrinya dengan penuh kasih sayang. Demikian besar jasa dan pengorbanan yang diberikan kepada putrinya hingga tak kan terbalaskan dengan apapun juga,
6. adik-adikku Him Rokhmatul Azizah, Muhammad Khasanal Hamman dan Muhammad Syafi'i yang telah mendukung kakaknya untuk menuju kesuksesan,
7. suamiku mas Ibnu Hanif S.T, terimakasih telah memberikan motivasi kepada penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini. Penulis haturkan banyak terimakasih pula atas segala pengertian dan bantuannya,

8. sahabat-sahabatku Zuhreni, Ayu, Kiki, Nana, Shofa yang telah menjadi saudara dalam berbagi suka maupun duka. Kalian semua adalah sahabat terbaik yang telah mewarnai hidupku,
9. teman-teman IBA '13 : Hana, Anisa, Hasanah, Niswah, Nurul, Tika, Uyunk, Afif, Dwi, Isyqie, Adi, Ahdi, Syaiful, Hanani, Reisyaf, Dinul, Muadz, Ja'far, Sofhi, Roro, dan Siman. Terimakasih atas kebersamaannya dalam menuntut ilmu di pascasarjana selama dua tahun,
10. teman-teman Ahlul Jannah (AJE) : Alvin, Faiz, Abdul, Khazin, Isyqie, dan Anisa. Semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga, dan
11. bapak kos dan keluarga, terimakasih atas kebaikannya selama penulis bertempat tinggal disana.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis memohon, semoga segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan tesis ini mendapatkan balasan yang berlipat dari-Nya. Terdapat sebuah peribahasa yang mengatakan “*tiada gading yang tak retak*”, dan tidak ada yang sempurna di dunia ini. Demikian halnya dengan penulisan tesis ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima segala saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi khazanah keilmuan khususnya dalam bidang Linguistik Arab. Amin.

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Penulis,

Balkis Aminallah NM, S. Hum

NIM 1320510028



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN DIREKTUR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI	xxii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Kerangka Teoritis	11
F. Metode Penelitian	17
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II : PERKEMBANGAN NEOLOGI DAN KAIDAHNYA	23
A. Neologi dan Perkembangannya	23
1. Neologi Menurut Ulama Klasik	31
2. Neologi Menurut Ulama Modern	32

3. Tokoh-tokoh Neologi	33
B. Kaidah-kaidah Neologi	35
1. Neologi Fonetis	35
2. Neologi Morfologis	40
3. Neologi Semantis	48
4. Neologi Spontanitas	50
5. Neologi Peminjaman	51
 BAB III : KLASIFIKASI DAN POLA PEMBENTUKAN NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR <i>AL-AKHBĀR</i>	 54
A. Definisi Surat Kabar	54
B. Gambaran Umum <i>Al-Akhbār</i>	56
1. Sejarah <i>al-Akhbār</i>	56
2. Deskripsi <i>al-Akhbār</i>	57
C. Klasifikasi Neologi Teknologi	65
 BAB IV : ANALISIS MORFOLOGIS DAN SEMANTIS TERHADAP NEOLOGI KATA TEKNOLOGI DALAM SURAT KABAR <i>AL- AKHBĀR</i>	 108
A. Analisis Morfologis Terhadap Surat Kabar <i>al-Akhbār</i>	108
B. Analisis Semantis Terhadap Surat Kabar <i>al-Akhbār</i>	137
 BAB V : PENUTUP	 163
A. Kesimpulan	163
B. Saran	166
 DAFTAR PUSTAKA	 168

LAMPIRAN-LAMPIRAN	172
A. Glossary Kosakata Neologi Teknologi dalam Surat Kabar Elektronik <i>al-Akhbār</i>	172
B. Surat Kabar <i>al-Akhbār</i> bulan Oktober-November 2015	177

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bahasa merupakan alat komunikasi manusia dalam kehidupan sehari-hari yang berfungsi sebagai sarana dalam penyampaian ide, perasaan dan keinginan manusia. Tidak ada satu pun kegiatan manusia yang tidak menggunakan bahasa. Mulai dari bangun tidur sampai akan tidur manusia berbahasa, bahkan terkadang disaat tidur pun manusia masih berbahasa. Bahasa merupakan salah satu unsur kebudayaan yang selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, bahasa tidak bersifat statis melainkan bersifat dinamis.

Kedinamisan bahasa disebabkan bahasa merupakan hasil ciptaan manusia. Manusia merupakan makhluk kreatif yang dapat menciptakan istilah baru saat ia berhasil menemukan hal-hal yang baru. Oleh karena itu bahasa akan mengalami perkembangan secara terus-menerus sesuai dengan perkembangan daya pikir manusia dan kebutuhan bahasa baru di dalam kehidupannya.¹

Bahasa disebut dinamis karena ia dapat berubah-ubah sesuai konteks yang melatarbelakanginya. Perubahan terhadap bahasa terjadi di berbagai tatarannya, seperti fonologis, morfologis, sintaksis, semantik, dan leksikon. Di antara semua tataran tersebut, perubahan yang paling tampak jelas adalah perubahan leksikon.² Misalnya, pada suatu waktu terdapat kosakata baru, tetapi terdapat juga kosakata

¹ Taufiqurrochman. *Leksikologi Bahasa Arab*. Malang: UIN Malang Press. 2008. hlm 93.

² Abdul Chaer dan Leoni Agustina. *Sosiolinguistik, Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2010. hlm 13.

lama yang tidak dipergunakan lagi atau kosakata lama tersebut berubah maknanya.

Faktor perubahan yang terjadi dalam tataran bahasa, sangat erat hubungannya dengan perkembangan suatu peradaban, semakin tinggi suatu peradaban maka semakin banyak pula bangsa lain yang menggunakan kosakatanya. Perubahan bahasa dialami oleh hampir semua bahasa termasuk bahasa Arab. Adanya interaksi antara bangsa Arab dengan bangsa-bangsa lain dalam berbagai bidang menyebabkan bahasa Arab dipengaruhi dan diperkaya oleh berbagai bahasa di dunia, seperti bahasa Rusia, Jerman, Itali, Spanyol, Yunani, Turki, Melayu, Sanskerta, Perancis dan bahasa Inggris.³

Bahasa Inggris merupakan bahasa yang diakui secara internasional dan digunakan oleh hampir seluruh bangsa Barat. Sebagaimana yang telah diketahui bersama, bahwa bangsa barat merupakan bangsa maju yang dapat menciptakan berbagai produk baru bagi kehidupan manusia. Produk-produk baru tersebut diciptakan oleh bangsa Barat menggunakan bahasa Inggris sebagai pemberian identitasnya. Kebutuhan terhadap identitas ini kemudian memunculkan istilah dan nama baru untuk menunjukkan produk baru tersebut.⁴

Bangsa Arab merupakan salah satu bangsa yang menjadi konsumen produk-produk Barat, Oleh karena itu tak dapat dipungkiri jika kemudian bangsa Arab berusaha mencari kosakata baru sebagai identitas produk tersebut. Di dalam ilmu linguistik kajian yang membahas tentang perubahan kosa kata baru di dalam

³ Faniya Mabadi 'Abd al-Rahman, *al-Dakhil fi Lughah al-Arabiyah al-Hadisah wa Lahjatiha* (al-Madinah al-Munawaroh, 1975). hlm 4.

⁴ Taufiqurrochman. *Leksikologi Bahasa Arab..* hlm 106.

suatu bahasa disebut neologi. Neologi yaitu menggunakan kosakata baru atau penggunaan makna baru bagi kosakata yang telah ada. Di dalam bahasa Arab terdapat tiga proses serapan dalam pembentukan kosa kata baru, yaitu *dakhīl*, *taulīd*, dan *ta'rib*.

Menurut Syauqi Daif sebagaimana dikutip oleh Abdul Malik, ketiganya yaitu *dakhīl*, *taulīd* dan *ta'rib* memiliki pengertian yang berbeda-beda. *Dakhīl* adalah kata-kata asing yang dipergunakan oleh orang-orang Arab dan belum menjadi bahasa Arab baku. *Taulīd* merupakan istilah yang berasal dari bahasa Arab sendiri yang mengalami perubahan dan tidak diketahui oleh orang-orang terdahulu, sehingga disebut kata-kata yang baru muncul atau lahir. Sedangkan *ta'rib* adalah pembentukan kata dalam bahasa Arab setelah dipindahkan dari bahasa asing kedalam bahasa Arab.⁵ Terlepas dari definisi tersebut, teori neologi akan lebih jelas dipahami jika mengacu pada kerangka teori yang diajukan oleh Ibrahim Ibn Murad. Ia mengajukan lima macam neologi, yaitu : neologi fonetis, neologi morfologis, neologi semantis, neologi spontanitas, dan neologi peminjaman.⁶

Era modern adalah era dimana peradaban Barat menjadi lakon dan menentukan konstelasi dunia. Hal ini dikarenakan peradaban Barat cukup maju di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Ia menciptakan dan menemukan hal-hal baru yang kemudian muncul istilah baru. Maka, sebuah bangsa yang belum bisa melakukan hal serupa berusaha menyeimbangi dan mengikutinya dengan cara

⁵ Abdul Malik. *Arabisasi dalam Bahasa Arab*, dalam Jurnal Adabiyat No.2. th 2009. hlm 263-265.

⁶ Ibrahim Ibn Murad, *Muqaddimah Linazariyyati al-mu'jamah*, (Tunish, Dar al-Gharib al-Islami, 1997, hlm 136-162.

menyerap kosakata baru dari sebuah produk tersebut, demikian halnya dengan bangsa Arab. Penyerapan terhadap bahasa Inggris menempati urutan terbanyak dalam bahasa Arab terutama pada bidang teknologi, hal ini dikarenakan hampir semua produk teknologi yang lahir dari Barat sebagian besar menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa internasional. Adanya kosakata Inggris yang masuk dalam bahasa Arab dalam bidang teknologi menyebabkan munculnya istilah baru dalam bahasa Arab. Istilah baru tersebut dibentuk berdasarkan dua hal, yakni: 1) pembentukan istilah baru dengan cara menyerap kosakata asing secara langsung dan; 2) pembentukan istilah baru dengan cara memberi makna baru bagi kosakata yang telah ada.

Atas dasar fakta tersebut maka penulis tergugah untuk melakukan penelitian terhadap neologi kosakata asing dengan objek penelitian surat kabar elektronik *al-Akhabār*. *Al-Akhabār* merupakan surat kabar elektronik yang menggunakan bahasa Arab sebagai media dalam penyampaian beritanya. Ia memuat banyak berita dari berbagai macam bidang, diantaranya bidang teknologi, politik, budaya, ekonomi. Bahasa Arab yang terdapat dalam surat kabar elektronik *al-Akhabār* banyak menyerap kosakata bahasa Inggris. Penyerapan inilah yang menimbulkan pembentukan istilah-istilah baru yang disebut neologi. Adanya proses neologi pada kosakata Arab dapat terlihat dari beberapa contoh di bawah ini :

a. Contoh Neologi *Dakhīl*

No	Bahasa Inggris	Bahasa Arab	Transliterasi
1	<i>Iphone</i>	أيفون	<i>Ayfūn</i>
2	<i>Google</i>	غوغل	<i>Gūgīl</i>
3	<i>Tablet</i>	التابلت	<i>Al-tābīlīt</i>

b. Contoh Neologi *Ta'rīb* (Arabisasi)

No	Bahasa Inggris	Bahasa Arab	Transliterasi
1	<i>SmartPhone</i>	الهواتف الذكية	<i>Al-hawātifu al-zakiyyah</i>
2	<i>Glasses</i>	نظارة	<i>Nizōrotun</i>
3	<i>Electronics Consumer</i>	الإلكترونيات الاستهلاكية	<i>Al-iliktirūniyātu al-istihlākiyyah</i>

Dua contoh diatas merupakan contoh neologi peminjaman (*at-tauīd bi al-iqtirāḍi*) yang terdapat dalam surat kabar *al-Akhbār*. Tabel pertama berisi kosakata yang berkaidah *dakhil*, yaitu pembentukan kata baru dengan cara menyerap kosakata asing sesuai dengan bentuk aslinya dan tanpa merubah wazan. Kata (أيفون, غوغل, التابلت) merupakan kata asing yang berasal dari bahasa Inggris, yakni “*iphone, google, tablet*”. Sedangkan tabel kedua berisi kosakata yang berkaidah *ta'rīb*, yaitu pembentukan kata baru dengan cara meminjam

kosakata asing, tetapi bentuknya diubah dahulu mengikuti wazn Arab. Kata (الإلكترونيات الاستهلاكية, نظارة, الهواتف الذكية) merupakan kata asing yang berasal dari bahasa Inggris, yakni “*Smartphone, Glasses, Electronics Consumer*”. Berbeda dengan tabel pertama, tabel kedua memuat kosakata berwazan Arab meskipun kata tersebut berasal dari bahasa asing.

Neologi peminjaman (*at-taulīdi bi al-Iqtirādi*) merupakan salah satu bagian dari lima macam neologi yang telah dikemukakan oleh Ibrahim Ibn Murad. Selainnya terdapat empat macam neologi yang perlu dibahas lebih lanjut, yaitu neologi fonetis, neologi morfologis, neologi semantis, dan neologi spontanitas. Maka, hadirnya tesis ini berusaha menjawab dan meneliti kajian neologi tersebut secara keseluruhan.

Surat kabar Arab yang dipilih adalah surat kabar elektronik sebagai objek penelitian ini, karena tidak memungkinkan untuk mengumpulkan dalam bentuk surat kabar cetak. Surat kabar elektronik yang dijadikan sebagai objek penelitian ini adalah *Al-Akhhbār* yang memuat kolom berita bidang teknologi. Selanjutnya kosakata yang terdapat dalam surat kabar elektronik *Al-Akhhbār* akan diteliti menggunakan analisis morfologis dan semantis.

B. RUMUSAN MASALAH

Penelitian terhadap neologi yang terdapat di dalam surat kabar elektronik *Al-Akhhbār* dilakukan selama dua bulan, yaitu bulan Oktober-November 2014 dan dibatasi pada bidang teknologi. Adapun rumusan masalah yang akan dicari jawabannya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola pembentukan neologi kata teknologi yang terdapat dalam surat kabar *al-Akhbār*?
2. Bagaimana proses morfologis dan proses semantis terhadap neologi kata teknologi yang terdapat dalam surat kabar *Al-Akhbār*?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui pola pembentukan neologi kata teknologi dalam surat kabar *al-Akhbār*, dan
2. untuk mengetahui proses morfologis dan proses semantik terhadap neologi teknologi dalam surat kabar *al-Akhbār*.
3. untuk mengetahui sejauhmana bahasa Arab dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan bahasa dalam bidang teknologi.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di dalam pengembangan teori linguistik khususnya linguistik Arab.
2. Secara praktis tulisan ini dapat memperkaya wawasan keilmuan di bidang linguistik khususnya yang berkaitan dengan bidang neologi, serta diharapkan menjadi model penelitian linguistik, khususnya didalam mengaplikasikan teori-teori linguistik dalam linguistik Arab.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Setelah melakukan penelusuran, penulis menyimpulkan bahwa kajian mengenai neologi masih sangat jarang ditemukan di perpustakaan maupun di internet, meski demikian bukan berarti kajian-kajian yang bertemakan neologi tidak ada. Kajian tersebut ada tetapi memang masih sedikit. Berikut adalah kajian tentang neologi yang telah ditemukan oleh penulis, diantaranya :

1. Buku yang ditulis oleh Abdul Al Salim Mukarram yang berjudul *Al-Ta'rib Fī Turās al-Lugawī; Maqāyīshu Wa 'Alāmātuḥu*. Diterbitkan oleh Alam al-Kutub, Kairo, tahun 2001. Buku tersebut membahas tentang makna *ta'rib*, kriteria *ta'rib* dalam sintaksis Arab, serta membahas neologi dan langkah-langkah perbaikan bahasa Arab dimasa sekarang.
2. Buku yang ditulis oleh Hilmy Khalil yang berjudul *Al-Muwalad Fi Al-'Arabiyah; Dirōsah Fī Numuwwi Al-Lughah Al-'Arabiyah Wa Taṭawwurihā Ba'da Al-Islām*. Diterbitkan oleh *Dār an Nahḍah al 'Arabiyah*, cet II, thn 1985. Buku tersebut lebih banyak menyoroti aspek historis bagi pertumbuhan dan perkembangan bahasa Arab, selain itu ia juga membahas contoh-contoh neologi yang pernah ada sepanjang sejarah bahasa Arab diberbagai bidang seperti agama, politik, tasawuf, ilmu kalam, pengetahuan ilmiah, ekonomi dan sosial. Didalamnya juga dibahas usaha-usaha para linguis dan lembaga kebahasaan di negara-negara Arab dalam menyikapi fenomena neologi.
3. Tesis yang berjudul *Neologi dalam Bahasa Arab; Kajian Morfologis, Sintaksis, dan Semantik terhadap Istilah Komputer dan Internet dalam*

Bahasa Arab Modern, ditulis oleh Musthofa mahasiswa Pascasarjana Program Studi Agama dan Lintas Budaya, minat Kajian Timur Tengah, Universitas Gajah Mada. Tesis ini mengkaji istilah-istilah komputer dan Internet dalam bahasa Arab modern, yang memfokuskan pada bidang morfologis, sintaksis dan semantik.

4. Tesis yang berjudul *Arabisasi Kosakata Asing; Analisis Fonologi dan Morfologi pada Kosakata Serapan dari Bahasa Inggris dalam Kamus al-Maurīd: Qamus ‘Arabī-Inkilizī*, ditulis oleh Asna Andriani mahasiswa Pascasarjana Program Studi Agama dan Filsafat, Kosentrasi Ilmu Bahasa Arab, UIN Sunan Kalijaga. Tesis ini mengkaji kosakata serapan (arabisasi) yang terdapat dalam kamus *Al-Maurīd*: yaitu kamus Arab-Inggris.
5. Artikel yang berjudul *Arabisasi dalam Bahasa Arab*, ditulis oleh Abdul Malik dalam jurnal *Adabiyat*, Vol. 8, No.2, 2009. Artikel ini mengkaji *ta‘rīb* secara umum yang ditinjau dari segi historisnya. Artikel ini cukup sistematis, namun ia kurang memfokuskan terhadap apa yang dikaji.
6. Skripsi yang berjudul *Neologi Bentuk dalam Media Cetak Berbahasa Perancis (Sebuah Analisis Morfologis)* , ditulis oleh Widya Pramudita, 2007 mahasiswa Universitas Gajah Mada. Skripsi ini meneliti neologi yang terdapat pada media cetak berbahasa Perancis, analisis yang digunakan dalam penelitian neologi ini adalah analisis morfologis yang dihubungkan dengan bidang sosiolinguistik.

Keenam tulisan di atas memang mengkaji neologi, namun semuanya memiliki perbedaan jika dibandingkan dengan tema neologi yang akan dibahas dalam penelitian ini. Letak perbedaan tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Jika Abdul Al Salim Mukarram mengkaji bagaimana proses arabisasi, pengertian serta kriterianya, maka peneliti tidak membahas hal-hal yang berhubungan dengan kriteria arabisasi. Meskipun didalam buku tersebut terdapat pembahasan tentang neologi, namun pembahasan tersebut berbeda dengan pembahasan neologi yang akan dilakukan oleh peneliti, sebab peneliti tidak hanya membahas tentang definisi neologi saja.
- 2) Jika Hilmy Khalil lebih banyak menyoroti aspek historis bagi pertumbuhan dan perkembangan bahasa Arab dan pembahasannya cenderung melebar ke berbagai bidang seperti politik, tasawuf, agama, pengetahuan ilmiah, dan umum maka tema kajian ini fokus pada kosakata Arab yang ada pada surat kabar elektronik *Al-Akhbār*.
- 3) Jika Musthafa meneliti neologi bahasa Arab dengan menekankan kajian Morfologis, Sintaksis, dan Semantik yang terdapat pada Istilah Komputer dan Internet dalam Bahasa Arab Modern, maka penelitian ini menekankan kajian kosakata Arab dengan pendekatan morfologis dan semantis saja. Selain itu penelitian ini hanya fokus terhadap istilah-istilah teknologi yang ada pada surat kabar elektronik *Al-Akhbār*.
- 4) Jika Asna Andriani meneliti arabisasi kosakata asing dengan menekankan kajian fonologis dan morfologis pada kata serapan bahasa Inggris dengan objek materialnya kamus *al-Maurīd* , maka penelitian ini menggunakan

pendekatan morfologis dan semantis dengan surat kabar elektronik *Al-Akhbār* sebagai objek materialnya. Selain itu, penelitian neologi tidak hanya fokus terhadap arabisasi saja, namun juga membahas *dakhīl* dan *taufīd* pula.

- 5) Jika Abdul Malik mengkaji Arabisasi ditinjau dari segi historisitasnya dan kajian ini bersifat sangat umum, maka penelitian ini adalah penelitian sinkronik, yaitu hanya terfokus pada waktu tertentu.
- 6) Jika Widya Pramudita meneliti neologi yang terdapat pada media cetak berbahasa Perancis dan penelitiannya cenderung melebar ke bidang sosiolinguistik, maka penelitian ini meneliti neologi pada media elektronik berbahasa Arab, selain itu, penelitian ini hanya terfokus pada bidang linguistik saja.

Dari pemaparan tentang perbedaan diatas, dapat disimpulkan belum ada kajian atau penelitian yang membahas seperti penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

E. KERANGKA TEORITIS

Manusia merupakan makhluk hidup yang dianugerahi kemampuan berbahasa oleh Allah. Berbahasa merupakan kebutuhan pokok bagi manusia untuk dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesamanya. Tanpa bahasa manusia tidak dapat mengutarakan keinginan dan aspirasinya, hal inilah yang menyebabkan kehidupan manusia terhenti dan tidak berkembang.

Sebaliknya, adanya bahasa manusia menjadi makhluk kreatif yang dapat menciptakan hal-hal baru disekelilingnya.

Bahasa merupakan langkah awal bagi perkembangan peradaban manusia. Peradaban manusia mengalami perkembangan, kemajuan, atau kepunahan. Begitu halnya dengan sebuah bahasa, ia tumbuh, kemudian berkembang, bahkan punah jika para penuturnya tidak menggunakannya lagi. Hal ini senada dengan perkataan Udh Kholil Abu Udh dalam bukunya yang berjudul “*Al-Taṭawwuru al-Dalālī baina Lugati al-Syi‘ri al-Jāhili wa Lugati al-Qur‘āni al-Karīmi*”, ia mengatakan bahwa perkembangan bahasa merupakan perkara yang pasti terjadi seiring dengan perkembangan kehidupan manusia itu sendiri. Selain itu, bahasa bisa berkurang maupun bertambah, pertambahan dan pengurangan bahasa disebabkan oleh faktor perubahan budaya manusia itu sendiri. Perubahan bahasa merupakan sebuah fenomena sosial dan tidak ada seorangpun dari manusia yang dapat mencegahnya. Perubahan bahasa terjadi pada tataran apa saja, seperti fonologi, semantik maupun kosakatanya.⁷ Ilmu yang membahas tentang perubahan makna kosakata atau munculnya kosakata baru yang disebabkan oleh masuknya bahasa asing kepada bahasa asli di dalam ilmu linguistik disebut neologi.

Pembicaraan tentang neologi di wilayah Arab telah ada sejak masa Klasik. Pada mulanya bangsa Arab Klasik pada Masa Jahili sangat selektif terhadap bahasa asing yang masuk kedalam bahasa Arab, karena mereka lebih mengutamakan kemurnian bahasa Arab yang terbebas dari pengaruh bahasa

⁷ Udh Kholil Abu Udh, *At-Taṭawwuru al-Dalālī; Baina Lugati as-Syi‘ri al-Jāhili wa Lugati al-Qur‘āni al-Karīmi*, (Urdun: Maktabah al-Manār, 1985) cet ke-1, hlm 45.

asing. Namun sejak agama Islam lahir dan menyebar ke seluruh penjuru dunia, maka bercampurlah bangsa Arab dan non Arab sehingga menjadi kesatuan ummat, yaitu ummat muslim. Interaksi bangsa Arab dan non Arab menyebabkan percampuran pula terhadap bahasa Arab dengan bahasa asing.⁸ Abdul al-Salim Mukarrom mengatakan bahwa fenomena neologi muncul ketika terjadi kontak bahasa antara bahasa Arab dengan bahasa asing. Kontak bahasa inilah yang menyebabkan banyaknya kosakata asing yang masuk dalam percakapan bahasa Arab, terutama saat sebelumnya mereka tidak memiliki pengetahuan tentang kosakata tersebut dalam bidang tertentu, seperti ekonomi, politik, sosial,⁹ dan teknologi.

Usaha untuk memberikan definisi neologi telah banyak dilakukan oleh para linguis diantaranya Peter Salim dalam karyanya *Kamus Inggris-Indonesia Kontemporer*, ia mengartikan neologi yaitu: n.1. pemakaian kata-kata baru atau kata-kata lama dengan arti baru; n.2. kata-kata atau ungkapan baru atau kata-kata lama dengan ungkapan baru.¹⁰ Sedangkan Abu Mansur Muhammad Bin Ahmad al-Azhari dalam kamusnya *Tahzību al-Lughah*, mengartikan neologi sebagai *al-muwallad*, yaitu kalimat atau kosakata yang baru dibentuk dan tidak pernah ada sebelumnya.¹¹ Pengertian neologi di dalam *Lisān al-‘Arab* tak jauh berbeda dengan kamus *Tahzību al-Lughah*, hanya saja ia menambahkan bahwa seorang

⁸ Abdul Salim Mukarram, *at-Ta‘rib fi al-Turast al-Lugawiy; Maqayisuhu Wa ‘Alamatuhu* (Kairo: Alam al-Kutub, 2000). hlm 30.

⁹ Abdul Salim Mukarram, *at-Ta‘rib ..* hlm 60.

¹⁰ Peter Salim, *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*, (Jakarta: Modern English Press, 1991) cet ke 6. hlm 1244.

¹¹ Abu Mansur Muhammad Bin Ahmad al-Azhari, *Mu‘jam Tahzību al-Lughah*, (Libanon: Dār al-Ma‘rifah, 2001), cet ke-1. Jilid kaf-ya. hlm 3951.

muwallad adalah seseorang yang dilahirkan ditengah-tengah keluarga Arab, tumbuh besar di dalamnya, serta berkelakuan sesuai dengan budaya Arab.¹²

Lain halnya dengan Doktor Wafi, ia memisahkan antara *mu'arrab* dan *muwallad*. Pemisahannya adalah sebagai berikut : *mu'arrab* merupakan istilah bagi bangsa Arab fusha yang mengalami proses *dakhīl*. *Dakhīl* adalah kosakata asing yang masuk kedalam bahasa Arab, dan digunakan oleh bangsa Arab fusha baik itu pada masa jahiliyah, maupun masa sesudah islam. Sedangkan *muwallad* adalah kosakata asing yang digunakan oleh orang-orang *muwallidīn*¹³ dan belum diterjemahkan ke dalam bahasa Arab.¹⁴ Jadi menurut Doktor Wafi definisi antara *muwallad* dan *dakhīl* adalah sama, yaitu kosakata asing yang digunakan oleh bangsa Arab, hanya saja yang membedakan antara keduanya adalah kurun waktu penggunaannya, jika *dakhīl* digunakan oleh bangsa Arab masa klasik yakni zaman jahiliyah dan awal-awal masa islam, maka *muwallad* digunakan oleh bangsa Arab era modern.

Pada dasarnya neologi itu lebih luas daripada *dakhīl* dan *ta'rīb*, karena *ta'rīb* dan *dakhīl* merupakan bagian dari neologi. Teori tentang *dakhīl* telah dibukukan oleh ulama balaghah terkenal, yaitu Jahiz lewat karyanya yang berjudul "*al-Bayān wa Tabyīn*". Ia mengatakan bahwa fenomena *dakhīl* merupakan bukti bahwa di dalam bahasa terdapat unsur yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi, dan terkadang *dakhīl* menyebabkan terjadinya

¹² Ibnu Manẓur, *Lisān al-'Arab* (Libanon: Dār al-kutub al-ilmiyah, 2009), cet ke-2, jilid kha, da, za. hlm 575.

¹³ Ilmuan modern menyebut bangsa Arab fusha adalah mereka, bangsa Arab Badui yang tinggal di Jazirah Arab sampai pertengahan abad ke empat hijriah, dan bangsa Arab Mesir sampai akhir abad kedua Hijriah, sedangkan selain keduanya disebut sebagai bangsa *Muwallidīn*, meskipun mereka asli keturunan Arab.

¹⁴ Abdul Salim Mukarram, *at-Ta'rīb*, hlm 59.

kerusakan dalam struktur kebahasaan.¹⁵ *Dakhīl* dianggap merusak struktur kebahasaan karena ia mengadopsi kosakata asing secara langsung tanpa menyesuaikan terlebih dahulu dengan kaidah bahasa Arab yang ada. Hal ini berbeda dengan *ta'rib*, yaitu pengambilan kosakata asing dengan terlebih dahulu dikaidahkan sesuai dengan aturan struktur bahasa Arab. Menurut Jauhari dalam karyanya yang berjudul "*Al-Ṣoḥāḥu*", *ta'rib* adalah pelafalan oleh bangsa Arab terhadap kosakata asing sesuai kaidah bahasa Arab, dalam artian kosakata asing tersebut diterjemahkan dan diucapkan dalam bahasa Arab.¹⁶ Oleh karena itu *ta'rib* perlu dilakukan agar bahasa Arab selalu terjaga, baik dalam kaidahnya maupun dalam kosakatanya.

Neologi juga berkaitan dengan adanya pergeseran semantik (*semantic change*), Cohen melalui sebuah karyanya yang berjudul "*Diversity of Meaning*", bertanya "apakah makna itu berubah?", ia pun menjawab "perubahan makna ada pada kosakata itu sendiri, perubahan ini disebabkan oleh fenomena perkembangan bahasa yang terjadi sepanjang waktu sehingga kosakata tersebut memiliki makna lain dan menjelaskan ide yang berbeda dari ide sebelumnya."¹⁷ Terdapat sebab-sebab yang melatarbelakangi terjadinya perubahan makna suatu kata. Menurut Ahmad Mukhtar Umar, sebab-sebab perubahan makna adalah sebagai berikut : 1) adanya kebutuhan terhadap makna baru, 2) adanya perkembangan sosial dan budaya, 3) adanya perasaan emosional dan kejiwaan, 4)

¹⁵ *Ibid*, hlm 32-33

¹⁶ Abdul Salim Mukarram, *at-Ta'rib*, hlm 29.

¹⁷ Cohen, "*Introduction to Historical Linguistics*" dalam Ahmad Muhtar Umar, *Ilmu al-Dalālah*, Kairo: 'Alam al-Kutub, 1998, hlm 235.

adanya penyimpangan bahasa, 5) adanya pergeseran ke makna majazi, 6) adanya kreatifitas dan inovasi dalam berbahasa.¹⁸

Farid 'Iwad Haidar juga membagi sebab-sebab perubahan makna menjadi enam bagian, diantaranya : 1) adanya perubahan sosial dan budaya, 2) adanya kebutuhan terhadap makna baru, 3) banyaknya penggunaan kosakata yang berkaitan, 4) faktor psikologis, terbagi menjadi dua yakni a) optimisme dan pesimisme, b) buruknya makna suatu kosakata, 5) faktor kebahasaan, 6) faktor historis dan kultural.¹⁹ Meskipun pembagian yang dilakukan oleh Ahmad Mukhtar Umar dan Farid 'Iwad Haidar tampak terlihat berbeda, namun pada hakikatnya keduanya memiliki poin-poin yang sama. Neologi muncul dilatarbelakangi oleh sebab-sebab tersebut, diantaranya adanya perkembangan dibidang sosial dan budaya, serta adanya kebutuhan terhadap makna baru.

Definisi tentang neologi akan terjawab jika diaplikasikan pada teori Ibrahim bin Murad, ia membagi neologi menjadi lima macam, dan disetiap macamnya terdiri kaidah-kaidah yang berjumlah lima belas, yaitu : 1) neologi fonetis (*al-tauḥīd al-ṣawṭī*) memiliki lima kaidah, diantaranya : a) *al-ibdāl*; b) *al-qalbu al-makānī*; c) *al-tamāsul*; d) *al-tabāyun*; e) *al-iqḥāmu*. 2) neologi morfologis (*al-tauḥīd al-ṣarfī*) memiliki empat kaidah, diantaranya : a) *al-isytiqāq*; b) *al-naḥṭu*; c) *al-tarkībī*; d) *al-mu'jamah*. 3) neologi semantis (*al-tauḥīd al-dalālī*), memiliki dua kaidah, diantaranya : a) *al-majāz*; b) *al-tarjamah al-ḥarfīyah* atau *al-naskhi*. 4) neologi spontanitas (*al-tauḥīd bi al-irtijālī*) memiliki

¹⁸ *Ibid*, hlm 237-242.

¹⁹ Farid Iwad Haidar, *Ilm al-Dalālāh; Dirōsah naẓoriyah wa taṭbīqiyah*, Kairo: Maktabah al-Adab, 2005, hlm 87-97.

dua kaidah, diantaranya : a) *al-irtijālu al-ḥaqīqī*, b) *al-itbā'u*. 5) neologi peminjaman (*al-taūfīdi al-Iqtirāḍi*) memiliki dua kaidah, diantaranya : a) *dakhīlan*; b) *mu'arraban*.²⁰

Stephen Ullmann melalui bukunya yang berjudul “*Word and Their Use*” mengatakan bahwa kajian neologi merupakan bagian dari kata-kata konvensional. Ia membagi neologi menjadi tiga macam, yaitu : a) neologi fonetis (*al-taūfīdi al-ṣauṭī*); b) neologi sintatik (*al-taūfīdi al-naḥwī*); c) neologi semantis (*al-taūfīdi al-ma'nawī*).²¹ Tampaknya pembagian neologi yang dikemukakan oleh Stephen Ullmann memiliki beberapa kesamaan dengan pembagian neologi Ibrahim Ibn Murad, yakni neologi semantis dan neologi fonetis. Untuk selanjutnya, penulis akan meneliti neologi teknologi dalam surat kabar elektronik *Al-Akḥbār* dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Ibrahim Ibn Murad, mengingat kerangka teori yang diajukan olehnya lebih detail dan lengkap.

F. METODE PENELITIAN

Bahasa Arab terkenal kaya dengan kosakatanya, kosakata tersebut sebagian besar berasal dari bahasa Arab asli, tetapi sebagian lainnya berasal dari bahasa lain yang telah diserap. Oleh karena itu, penelitian ini berkaitan dengan pembentukan kosakata baru dalam bahasa Arab, maka data-data yang akan digunakan sebagai sumber penelitian ini adalah data-data berbahasa Arab maupun bahasa Inggris yang bisa mendukung dalam proses penelitian.

²⁰ Ibrahim Ibn Murad, *Muqaddimah Linazoriyyati al-mu'jamah*, (Tūnis: Dār al-garīb al-islāmi, 1997). hlm 136—162.

²¹ Buku ini telah diadaptasikan oleh Kamal Basyār, *Daur al-kalimah fī al-lughah*, (Kairo: Dār al-garīb, tt. hlm 91—92.

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian tesis ini adalah penelitian pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang memusatkan kajiannya pada data-data pustaka, baik data primer maupun sekunder.

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : *data primer*, yaitu berupa teks surat kabar elektronik *Al-Akhhbār* di bidang teknologi selama dua bulan berturut-turut, yaitu bulan Oktober dan November 2014. Sedangkan data sekundernya adalah semua tulisan, baik buku, makalah atau yang lainnya yang terkait dengan teori neologi. Data sekunder itulah nantinya yang akan memperkuat analisis kajian terhadap data primer.

3. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan morfologis dan semantis. Morfologi adalah cabang ilmu bahasa yang mengkaji tentang perubahan kata-kata, sedangkan pendekatan morfologis adalah pendekatan kebahasaan yang mengkaji bentuk kata berdasarkan struktur maupun perubahan kata tersebut, baik itu berupa pengurangan atau penambahan (huruf), dan perubahan ini berpengaruh terhadap makna kata tersebut.²²

Selain pendekatan morfologis, penelitian ini juga menggunakan pendekatan semantis. Menurut John Loyn & Fodor, semantik adalah cabang ilmu

²² Muhammad Muhammad Dawud, *al-‘Arabiyyah wa ‘Ilm al-Lughah al-Hadis*, Kairo : Dar Gharib, 2001, hlm 53—106.

bahasa yang mengkaji tentang makna, pada dasarnya makna bahasa dibagi menjadi tiga, yaitu makna fungsional (fonetik, morfologi, sintaksis), makna leksikal, dan makna kontekstual. Dari ketiganya, yang akan menjadi pembahasan dalam tesis ini adalah makna leksikal, yaitu makna yang terdapat pada kata itu sendiri.²³ Kedua pendekatan tersebut digunakan dalam penelitian ini, karena pada dasarnya dalam proses neologi tidak bisa terlepas dari aspek morfologis dan semantisnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak, yaitu metode yang memperoleh data dengan cara menyimak penggunaan suatu bahasa. Metode ini tidak hanya digunakan untuk bahasa lisan saja, namun berlaku juga untuk bahasa tulis.²⁴ Sedangkan teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah teknik simak bebas libat cakap, maksudnya peneliti hanya mengamati penggunaan bahasa oleh informan.²⁵

Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara mengunduh file surat kabar Arab *al-Akḥbār* khusus bidang teknologi selama dua bulan, yaitu bulan Oktober dan November 2014. Adapun cara yang ditempuh adalah (1) membaca surat kabar yang dijadikan sumber data dengan cermat, (2) menandai kosakata yang mengandung neologi dalam bidang teknologi, (3) data tersebut kemudian ditulis dengan mencatat kata-kata yang mengandung neologi tersebut, (4) data

²³ *Ibid*, lihat saja hlm 179—184.

²⁴ Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa; Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005, hlm 92—93.

²⁵ *Ibid*, hlm 93.

yang diambil dari surat kabar diberi kode sesuai kode pengunduhannya, seperti *al-Akhbār/8 Oktober 2014/2413: (آيفون ٦ بلس ماله وما عليه)* artinya surat kabar *Al-Akhbār* terbit 8 Oktober 2014, no judul dari tulisan tersebut adalah 2413 dan dengan judul *(آيفون ٦ بلس ماله وما عليه)*, (5) neologi yang sudah ditemukan diklasifikasi sesuai jenisnya, misalnya apakah ia termasuk bentuk neologi fonetis, neologi morfologis, neologi semantis, neologi spontanitas, atau neologi peminjaman.

5. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya penelitian mengenai kebahasaan dapat dilakukan secara diakronis dan sinkronis. Penelitian diakronis adalah sebuah penelitian kebahasaan yang dilakukan selama berbagai kurun waktu, oleh karenanya penelitian ini biasa disebut dengan penelitian historis, yaitu penelitian yang mengambil data-datanya dari berbagai masa. Misalnya penelitian terhadap perkembangan kebahasaan dari masa jahili, masa islam, sampai masa modern.²⁶ Sebaliknya, penelitian sinkronis adalah penelitian kebahasaan yang dilakukan hanya terbatas pada waktu dan tempat tertentu saja. Penelitian ini mendeskripsikan data-datanya secara lengkap dan jelas, oleh karenanya penelitian ini biasa disebut juga sebagai penelitian deskriptif.²⁷ Adapun penelitian terhadap neologi ini bersifat sinkronis, karena penelitian ini terbatas pada kurun waktu tertentu saja.

²⁶ Muhammad Muhammad Dawud, *al-‘Arabiyyah..*, hlm 97.

²⁷ *Ibid*, hlm 95.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode padan *intralingual*. Padan merupakan kata yang bersinonim dengan kata *banding* dan sesuatu yang dibandingkan mengandung makna adanya keterhubungan sehingga *padan* disini diartikan sebagai hal menghubungkan; sedangkan *intralingual* mengacu pada unsur-unsur yang berada di dalam bahasa.²⁸

Setelah melalui tahap pengumpulan data dengan langkah-langkah diatas, untuk selanjutnya semua data yang telah diidentifikasi dan diklasifikasi tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan yang telah dipilih, yaitu pendekatan morfologis dan semantis.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penelitian ini adalah sebuah penelitian yang membahas “*Neologi Kata Teknologi dalam Surat Kabar al-Akhbār (Analisis Morfologis, dan Semantik)*”. Adapun sistematika pembahasan ini mencakup :

Pertama: pendahuluan, yang didalamnya menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Kedua, neologi dan perkembangannya, yaitu berisi tentang perkembangan neologi, definisi neologi menurut para ulama, serta tokoh-tokoh yang membahas neologi. Pada bab ini dicantumkan juga kaidah-kaidah pembentukan neologi

²⁸ Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa.....*, hlm 117.

yang dikemukakan oleh Ibrahim bin Murad sebagai dasar pijakan dalam menganalisis surat kabar *al-Akhbār*.

Ketiga, klasifikasi neologi kata teknologi dan pola pembentukannya. Didalamnya menguraikan pengertian surat kabar, awal mula kemunculannya, kegunaan surat kabar, serta deskripsi yang berhubungan dengan surat kabar *al-Akhbār*. Dalam bab ini dicantumkan juga hasil klasifikasi neologi teknologi yang ada pada surat kabar *al-Akhbār* berdasarkan kaidah-kaidah yang telah ditentukan oleh Ibrahim Ibn Murad.

Kempat, analisis morfologis dan semantis terhadap neologi teknologi pada surat kabar *al-Akhbār*. Didalamnya menguraikan analisis morfologis dan semantik terhadap neologi kata teknologi dalam surat kabar *al-Akhbār*.

Kelima. Kesimpulan yang menguraikan hasil penelitian, saran-saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka, dan lampiran surat kabar *al-Akhbār* selama bulan Oktober dan November 2014.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah terhadap penelitian neologi kata teknologi dalam surat kabar *al-Akhbar*, maka penulis menyimpulkan penelitian tersebut sebagai berikut ini :

1. Pola pembentukan neologi teknologi pada surat kabar *al-Akhbar* diantaranya mengacu pada kaidah neologi berikut ini :
 - 1) Neologi Morfologis yang terdiri dari :
 - 1.1. Neologi derivatif. Terdapat 27 kata yang termasuk neologi derivatif dalam surat kabar *al-Akhbar*.
 - 1.2. Neologi komposisi. Terdapat 4 kata yang termasuk neologi komposisi dalam surat kabar *al-Akhbar*.
 - 2) Neologi semantis yang terdiri dari :
 - 2.1. Neologi metaforis. Terdapat 19 kata yang termasuk neologi metaforis (*majaz*) dalam surat kabar *al-Akhbar*.
 - 2.2. Neologi translasi. Terdapat 16 kata yang termasuk neologi translasi (*tarjamah harfiah*) dalam surat kabar *al-Akhbar*.

3) Neologi peminjaman yang terdiri dari :

3.1. Neologi asing. Terdapat 47 kata yang termasuk neologi asing (*dakhil*) dalam surat kabar *al-Akhbar*.

3.2. Neologi arabisasi. Terdapat 4 kata yang termasuk neologi arabisasi (*ta'rib*) dalam surat kabar *al-Akhbar*.

2. Jika dilihat secara morfologis kosakata *al-Akhbar* terbagi menjadi dua macam, yaitu kata benda infleksi (*ism jamid*) dan kata benda derivatif (*ism musytaq*).

a. Kata benda infleksi (*ism jamid*). Kosakata yang termasuk *ism jamid* zat diantaranya berwazn pada : (فَاعِلَةٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعَالَةٌ) seperti pada kata (سَحَابَةٌ، شَاشَاتٌ، لَوْحٌ، بُرْصَةٌ، نَافِذَةٌ). Sedangkan *ism jamid* yang berupa *masdar sulasi mujarrad* diantaranya berwazn pada: (فَاعِلٌ، فَعَالٌ، فَعْلٌ، فَعْلٌ) seperti pada kata (جَهَازُ السِّيْدِي، الْمَهْرُ سَاعَةٌ) (نَقَالَةٌ، صِنَاعَةٌ، الْمَحْمُولُ).

b. Kata benda derivatif (*ism musytaq*). Berikut wazn *ism musytaq* dalam surat kabar *al-Akhbar* : 1) *ism fa'il* berwazn pada (فَاعِلٌ، فَاعِلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ، فَعْلٌ، فَعْلَةٌ) seperti pada kata (مُنُونٌ، طَائِرَةٌ، مُبْتَكِرٌ، مُنْخَصَصٌ) (شَاحِنٌ); 2) *ism maf'ul* berwazn pada (مَفْعُولٌ، مَفْعُولَةٌ، مَفْعُولٌ، مَفْعُولَةٌ) seperti pada kata (مُحْتَبَرٌ، مُقَدَّرَةٌ، مُنَبَّهٌ، مَحْمُولٌ); 3) *sifah musyabahah* berwazn pada (فَعِيلٌ، فَعِيلَةٌ) seperti pada kata (بَرِيدٌ، ذَكِيَّةٌ); 4) *sigah mubalagah* berwazn pada (فَعَالٌ) seperti pada kata (جَوَالٌ); 5) *ism tafdil* berwazn

pada (أَفْعَلٌ) seperti pada kata (أَمْضَى); 6) *ism al-zaman wa al-makan* berwazn pada (مَفْعَلٌ, مَفْعَلٌ) seperti pada kata (مَشْهَدٌ, مَوْقِعٌ); 7) *ism 'alah* berwazn pada (فَاعُولٌ, مَفْعَلٌ, فَعَالَةٌ, فَعَالٌ) seperti pada kata (جِهَازٌ), (حَاسُوبٌ, مِئْصَةٌ, مَلَفٌ, نِقَالَةٌ); 8) *masdar mimi* berwazn pada (مَفْعَلٌ) seperti pada kata (مَوْقِعٌ); 9) *masdar sina'i* yang berwazn pada (فَعْلٌ, إِفْعَالٌ, إِفْعَالٌ, تَفْعِيلٌ, فَعْلَةٌ, إِفْعَالٌ, فَعَالٌ) seperti pada kata (الشبكات الاجتماعية, إذاعية) (إِمْكَانِيَّةٌ, الأجهزة الرقمية, الساعات التَّقْلِيدِيَّةُ, صَبْدِيلِيَّةُ); 10) *masdar gairu sulasi* yang berwazn pada (تَفَاعُلٌ, إِفْعَالٌ, تَفْعِيلٌ, إِفْعَالٌ) seperti pada kata (اشعارات, تحديث, اتصال, تَرَامُن).

Jika dilihat secara semantis, kosakata *al-Akhbar* mengalami pergeseran makna berupa penyempitan makna, perluasan makna, metaforis, penurunan makna, dan peningkatan makna.

- Penyempitan makna seperti pada kata (تَطْبِيقٌ, مَبْتَكِرٌ, مَدُونٌ, لَوْحٌ, مَكْتَفٌ, مَنَبَةٌ) (صِبْغَةٌ, مَنَصَةٌ, صَامِتٌ, بِرْمَجِيَّةٌ, مَوْقِعٌ, تَشْكِيلَةٌ, اشعارات).
- Perluasan makna seperti pada kata (اتصال, نقالة, مساعد, فيروس, محلل) (إذاعية).
- Metaforis adalah seperti pada kata (شاشات, مزودة, خلوي, جوال, شاحن, نافذة) (ملقات, سحابة, حاسوب).
- Penurunan makna seperti pada kata (الأوامرُ, الهواتف الذكيَّة, المَهْرُ ساعة) (الصوتية).

- e. Peningkatan makna seperti pada kata (مَقَالَةٌ, تَسْوِيقٌ, مُطَوَّرٌ, مُسَاعِدٌ).

Diantara kelima pergeseran makna tersebut, penyempitan makna merupakan fenomena pergeseran makna yang paling banyak ditemui pada kosakata teknologi dalam surat kabar *al-Akhbar*.

B. SARAN-SARAN

Setelah penulis melakukan kajian terhadap neologi teknologi pada surat kabar *al-Akhbar*, maka menurut penulis ada beberapa hal dalam teori neologi yang perlu dikaji lebih mendalam, diantaranya adalah :

Pertama, dalam teori neologi yang digunakan oleh Ibrahim ibn Murad terdapat lima kaidah neologi, diantaranya : neologi fonetis, neologi morfologi, neologi semantis, neologi spontanitas, dan neologi peminjaman. Diantara kelima kaidah neologi tersebut yang paling banyak dijumpai adalah neologi morfologi, neologi semantis dan neologi peminjaman. Sedangkan neologi fonetis dan neologi spontanitas jarang sekali dijumpai pada penelitian-penelitian terdahulu. Oleh karena itu penulis menyarankan bagi peneliti yang tertarik untuk meneliti masalah neologi, hendaknya mencari kata-kata yang mengalami proses neologi fonetis dan spontanitas.

Kedua, selain Ibrahim ibn Murad terdapat beberapa tokoh lain yang mengkaji seputar neologi, seperti Hilmi Khalil, Ali Abdul Wahidi al-Wafi dan lain sebagainya, maka penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk

melakukan penelitian dengan mengangkat tokoh-tokoh tersebut sebagai pembahasan dalam tema neologi.

Penelitian ini bukanlah penelitian yang sempurna. Keterbatasan waktu, referensi dan ketajaman analisis yang dimiliki peneliti turut andil di dalamnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku-buku

- Abbas Nadwi, Abdullah, *Learn The Language of the Holy Qur'an*, Cet ke-4, Bandung: Mizan, 1994.
- Anis, Ibrahim, *Dalalah al-Alfaz*, Mesir: Maktabah Anglo Mesir, 1984.
- Aziz, Muhammad Hasan Abdul, *al-Ta'rib fi al-Qadim wa al-Hadis*, Kairo: Dar Fikri al-Arabi, 1990.
- 'Akasyah, Muhammad, *al-Tahlil al-Lugawi Fi Dou'i 'Ilmi al-Dalalah; Dirasah Fi al-Dalalah al-Sautiyah wa al-Sarfiyah wa al-Nahwiyah wa al-Mu'jamiyah*, Kairo: Dar an-Nasr al-Jami'at, 2005.
- Basyar, Kamal, *Daur al-kalimah fi al-lugah*, Kairo: Dar al-garib, tt.
- Biagi, Shirley, *Media Impact; Pengantar Media Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Chaer, Abdul. *Morfologi Bahasa Indonesia; Pendekatan Proses*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- _____, dan Leoni Agustina. *Sosiolinguistik, Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- _____, *Linguistik Umum*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Darwisy, Abdullah, *Dirasat Fi 'Ilmi al-Sarfi*, Makkah: Maktabah Thalib al-Jami'i, 1987.
- Dayah, Fayiz Al, *Ilmu Al-Dalalah Al-Arabi Al-Nadariyyah Wa Al-Tatbiqi*, Damaskus: Dar al-fikr, 1996.

- Dimiyati, Muhammad Afif al-Din, *Muhadarah fi 'Ilmi al-Lughah al-Ijtima'iyah*, Surabaya: Dar al-ulum al-lugawiyah, 2010.
- Dawud, Muhammad Muhammad, *al 'Arabiyah wa 'Ilmu al Lughah al Hadis*, Kairo: Dar Garib, 2001.
- Dayyab, Hifni Bek, et.al., *Qawa'idu Lugati al-'Arabiyah*, Terj Chatibul Umam, Cet ke-3, Jakarta: Darul Ulum Press, 1991.
- Galayaini, Mustafa al, *Jami al-Durus al-Arabiyah*, Beirut : Maktabah al-'Asriyah, 1993.
- _____, Mustafa al, *Tarjamah Jami'u durusi al-Arabiyah*, Terj. Mohammad Zuhri, Semarang: al-Syifa, 1992.
- Gie, The Liang, *Pengantar Filsafat Modern*, Yogyakarta: Andi, 1996.
- Haidar, Farid Iwad, *Ilm al-Dalalah; Dirosah nazoriyah wa tatbiqiyah*, Kairo: Maktabah al-Adab, 2005.
- Husnain, Salahuddin Solih, *al-Dalalah wa al-Nahwa*, tanpa kota: Maktabah Adab, 2005.
- Ibrahim, Majdi Ibrahim Muhammad, *Buhus wa Dirosat fi 'Ilmi Lughah; al-Sarfu, al-Ma'ajimu, al-Dalalah*, Kairo: Maktabah Nahdah al-Masriyah, tt.
- Khalil, Hilmi, *al Muwallad fi al 'Arabiyah; Dirasah Fi Numuwwi al-Lughah al-'Arabiyah wa Tatawwuriha ba'da al-Islam*, Beirut: Dar Nahdah al-'Arabiyah, t.t.
- Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa; Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005.

- Murad, Ibrahim Ibn, *Muqaddimah Linazoriyyati al-mu'jamah*, Tunis: Dar al-garib al-islami, 1997.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Pateda, Mansoer, *Semantik Leksikal*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Parera, JD, *Teori Semantik*, Jakarta, Erlangga, 2004.
- Qalyubi, Syihabuddin, *Ilmu Uslub; Stilistika Bahasa dan Sastra Arab*, Yogyakarta: Karya Media, 2013.
- Rahman, Faniya Mabadi 'Abd ar, *al-Dakhil fi Lughah al-Arabiyah al-Hadisah wa Lahjatiha*, al-Madinah al-Munawaroh, 1975.
- Rajihi, Abduh ar, *al-Tatbiq al-Sarfi*, Kairo: Dar al-Ma'rifat al-Jami'iyah, t.t.
- Salim Mukarram, Abdul, *al-Ta'rib fi al-Turast al-Lugawiy; Maqayisuhu Wa 'Alamatuhu*, Kairo: Alam al-Kutub, 2000.
- Schulz, Eckehard, *a Student Grammar of Modern Standard Arabic*, cet ke-3, Cambridge: University Press, 2006.
- Sugiyono, Sugeng, *Lisan dan Kalam; Kajian Semantik dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta, Suka Press, 2009.
- Taufiqurrochman, *Leksikologi Bahasa Arab*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Umar, Ahmad Muhtar, *Ilmu al-Dalalah*, Kairo: 'Alim al-Kutub, 1998.
- Udah, Uдах Kholil Abu, *Al-Tatawuru al-Dalali; Baina Lugati al-Syi'ri al-Jahili wa Lugati al-Qur'ani al-Karimi*, Urdun: Maktabah al-Manar, 1985.
- Wafi, Ali Abd al-Wahid, *Ilmu Lughah*, Kairo : Dar an-Nahdah, 1962.

Ziyad, Hakim Malik Az, *Al-Taraduf Fi al-Lughah*, Bagdad : Maktabah Al-Wataniyah, 1980.

2. Jurnal dan Penelitian

Malik, Abdul, *Arabisasi dalam Bahasa Arab*, dalam Jurnal Adabiyat No.2. th 2009.

3. Kamus

Muhammad, Abu Mansur bin Ahmad al-Azhari, *Mu'jam Tahzibu al-Lughah*, cet ke-1, Libanon: Dar al-Ma'rifah, 2001.

Manzur, Ibnu, *Lisan al-'Arab*, Libanon: Dar al-kutub al-ilmiyah, 2009.

Majma' al Lughah al 'Arabiyyah, *al Mu'jam al Wasit*, Turki: Maktabah al Islamiyah, 1972.

Wehr, Hans, *a Dictionary of Modern Written Arabic*, New York: Spoken Language Services, 1976.

Salim, Peter, *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*, cet ke 6, Jakarta: Modern English Press, 1991.

4. Internet

http://www.qou.edu/arabic/magazine/openEdu/issued2_3/research9.htm

www.marefa.org/index.php/صحيفة

www.kotobarabia.com

<http://www.al-akhbar.com/about>

www.kamus.com

<http://vxnetlux.org/lib/aas10.html>

**GLOSSARY KOSAKATA NEOLOGI TEKNOLOGI DALAM
SURAT KABAR ELEKTRONIK *AL-AKHBAR***

BULAN OKTOBER-NOVEMBER 2014

Istilah Inggris	Istilah Arab
<i>Smartwatch</i>	المهر ساعة
<i>Apple</i>	آبل
<i>Iphone</i>	الآيفون
<i>Mickeymouse</i>	ميكي ماوس
<i>Smartphone</i>	الهواتف الذكية
<i>Radiophone</i>	الراديو المحمول
<i>CD</i>	جهاز السي دي
<i>Walkman</i>	وكمان
<i>Alarm</i>	المنبه
<i>Recorder</i>	مسجل الصوت
<i>Technology</i>	التكنولوجيا
<i>Quantified self</i>	الذات المقدرة كمياً
<i>Connecticut</i>	كونيتيكت
<i>Windows</i>	نافذة
<i>Copy</i>	نسخة
<i>Internet</i>	إنترنت
<i>Email</i>	البريد الإلكتروني
<i>Sms</i>	رسائل الهاتف
<i>Sound intructions</i>	الأوامر الصوتية
<i>Assistant</i>	مساعد
<i>Traditional watch</i>	الساعات التقليدية

<i>Keyboard</i>	كيبورد
<i>Android</i>	أندرويد
<i>Music</i>	موسيقي
<i>Instant</i>	فوري
<i>Blogger</i>	مدون
<i>Creator</i>	مبتكر
<i>Marketing</i>	تسويق
<i>Airplane</i>	طائرة
<i>Youtube</i>	يوتيوب
<i>Plastic</i>	بلاستيكية
<i>Megapixel</i>	ميغابيكسل
<i>Update</i>	تحديث
<i>Ampere</i>	أمبير
<i>Automatic</i>	أوتوماتيكية
<i>Application</i>	تطبيق
<i>Notifications</i>	اشعارات
<i>Series</i>	تشكيلة
<i>Website</i>	موقع
<i>Portable</i>	نقالة
<i>Screen</i>	شاشات
<i>Service</i>	خدمة
<i>Social network</i>	الشبكات الاجتماعية
<i>Digital device</i>	الأجهزة الرقمية
<i>Microsoft</i>	مايكروسوفت
<i>Computer</i>	حاسوب

<i>Microsoft office</i>	مايكروسوفت أوفيس
<i>Article</i>	مقالة
<i>Mobile</i>	الموبايل
<i>Alternative options</i>	الخيارات البديلة
<i>WhatsApp</i>	الواتساب
<i>Slimness</i>	نحافة
<i>Samsung</i>	سامسونغ
<i>Software</i>	برمجية
<i>Silent</i>	الصامت
<i>Microfon</i>	مايكروفونين
<i>Taxi</i>	التاكسي
<i>Music</i>	موسيقي
<i>Google</i>	غوغل
<i>Battery</i>	بطارية
<i>Charger</i>	شاحن
<i>Ipad</i>	آيباد
<i>Industry</i>	صناعة
<i>Deflation</i>	انكماش
<i>Analys</i>	محلل
<i>Samsung</i>	سامسونغ
<i>Strategy</i>	ستراتيجية
<i>Twitter</i>	تويتر
<i>Alumunium</i>	الألمنيوم
<i>Synchronizing</i>	تزامن
<i>Stock</i>	سهم

<i>Bourse</i>	بورصة
<i>Capasitator</i>	مكثف
<i>Ericson</i>	إريكسون
<i>Mediafirst</i>	ميديا فيرست
<i>Facebook</i>	فيسبوك
<i>Decoration</i>	ديكور
<i>Huwawe</i>	هواوي
<i>Drugstore</i>	صيدلية
<i>Handphone</i>	جوال
<i>Productivity</i>	إنتاجية
<i>Tablet</i>	اللوحي
<i>Celluler</i>	خلوي
<i>Developer</i>	مطورين
<i>Conferensi</i>	مؤتمرة
<i>Panasonic</i>	باناسونيك
<i>Design</i>	تصميم
<i>Scenario</i>	السيناريو
<i>Instagram</i>	إنستغرام
<i>Capturing selfie</i>	التقاط السيلفي
<i>Operating system</i>	نظام التشغيل
<i>Intel</i>	إنتل
<i>Specialized</i>	متخصص
<i>Bluetooth</i>	بلوتوث
<i>Provided</i>	مزودة
<i>Consumen</i>	مستهلك

<i>Laboratoriums</i>	مختبرات
<i>Connection</i>	اتصال
<i>Television</i>	التلفزيون
<i>Video</i>	الفيديو
<i>Instant chatting</i>	الدردشة الفورية
<i>Video call</i>	مكالمات الفيديو
<i>Virus</i>	الفيروس
<i>Anti virus</i>	مضاد الفيروسات
<i>Zip</i>	سحابة
<i>Folder</i>	ملفات
<i>Capcity</i>	إمكانية
<i>Social network</i>	التواصل الاجتماعي
<i>Skype</i>	سكايب
<i>Gigabyte</i>	جيجابايت
<i>Galaxi Tab</i>	الغالكسي تاب
<i>Camera</i>	الكاميرا
<i>Flash</i>	فلاش
<i>Platform</i>	منصة
<i>Ampere</i>	أمبير
<i>Taxi</i>	سيارات الأجرة
<i>Broadcast</i>	إذاعية
<i>Company</i>	شركة

1 Oktober 2014.

بل تطلب يدنا... والمهر ساعة



حمزة حرقوص

حانت ساعة آبل... والساعة، حسب الشركة، أصدق إنباءً من الآيفون. خرج الرئيس التنفيذي لآبل تيم كوك ليقول: «لا تشتري الآيفون إلا والساعة معه». في الخفاء، تطلب آبل يدنا جميعاً، والساعة مهرها، والهدف هو القرب من حياتنا اقتراب المعصم إلى الساعة.

خاطب تيم كوك جمهوراً من المنبهرين، معتمداً كل عوامل الدهشة. لسان حاله: «ستجدون ما لم تبحثوا عنه مسبقاً. بدل الكلام، أرسلوا إلى ساعات الآخرين قلباً زهرياً يدقّ على وقع نبضاتكم. اعرفوا كيف تبدو الكرة الأرضية من الفضاء، وانظروا إلى الأسفل، حيث الساعة، لتروا كيف يبدو القمر إن نظرتم إلى الأعلى. دعوا يدَيَّ «ميكى ماوس» تحلّ محلّ عقارب الساعة.»

انتهى الخطاب. الكلّ يمّني النفس بها. وقد تثبت الأيام أن بتر هينلاين، الذي تُنسب إليه أول ساعة يد، هو مدين لـ«آبل» وغيرها من صانعي الساعات الذكية في استمرار هذا الاختراع قرناً آخر على الأقل، خصوصاً أنّ الهواتف الذكية قد أكلت بشراسة من حصة الساعات

كوسيلة لمعرفة الوقت، إذ بحسب إحصاء من «YouGov» عام 2011، كان 60% ممن أعمارهم بين 16 و34 يفضلون الهاتف لتحديد الزمن. الساعة كانت على طريق الإراديو المحمول، جهاز السبي دي المحمول («ووكمان» وأترابه)، و المنته، و مسجل الصوت، والكاميرات الصغيرة، التي أصبحت كلّها في عداد الضحايا التي حلت مكانها الهواتف الذكية.

رحلة الوصول إلى يدك

أمّا لماذا أعيد إحياء الساعة حصراً، ولماذا دخلتها التقنية؟ الجواب بسيط: «أبل تطلب يدك». الموجة الآتية في التكنولوجيا هي موجة «الذات المقدرة كمياً» (Quantified Self) «، حيث يُراد لهذه الأجهزة أن تجمع كلّ ما يمكنها عن جسم الإنسان، من نوعية الهواء الذي يتنشق، إلى دقات قلبه، ونمط حركته ورياضته، والسعرات الحرارية التي يصرفها، والأماكن التي يتردد إليها، ولذلك هدف أساسي مُعلن هو تحسين نوعية الحياة، وحث الإنسان على الاعتناء بصحته. وهو ما لا يمكن تحقيقه كاملاً، بالاعتماد على هاتف يوضع معظم الوقت في الجيب أو على الطاولة، ولذلك كانت الساعة. هذا الهدف لن تحققه أبل وحدها. هي تضع الأرضية الخصبة لمعرفة ما يفعله الإنسان من مشي أو وقوف أو ركض، وتفتح الباب أمام الشركات المطوّرة كي تبني برامج تستفيد من هذه المعلومات.

من اليوم، لن تضطرّ كلّ شركة مهتمة بالوصول إلى حدّ المعصم إلى أن تبني سواراً خاصاً بها. أبل قامت بذلك العبء عوضاً عن الجميع، وأصبحت هي الوسيط في علاقة الشركات والمطوّرين من جهة والأفراد من جهة أخرى. على أنّه لا يُتوقع أن تبقى أبل على الحياد، إذ إنّ سبيلها إلى النجاح يمر عبر حماية زبائنّها من وحش الشركات اللاهثة وراء تعقب البشر، والتي تبحث عن استفادة أخرى، غير تقديم النصائح الصحية للمستخدمين. ولأنّ العين على ذلك كبيرة، كان أول الغيث بعد إعلان الساعة استجواب لآبل من قبل النائب العام في ولاية «كونيتيكت» الأميركية حول كيفية حمايتها لما تحصل عليه من معلومات

نافذة على آيفون

من جهة أخرى، لا يمكن إغفال أنّ لساعة آبل خدمات في مجالات أخرى. فقد أريد لها أن تكون نافذة المستخدم على الآيفون، الذي، بالمناسبة، لا تعمل من دونه في نسخها الأولى ولا يمكنها الاستغناء عنه للاتصال بالإنترنت أو بالـ GPS وبالاتّكاء عليه، تعطيك قائمة المواعيد، وإمكانية تصفح البريد الإلكتروني ورسائل الهاتف. ويمكنها تلقّي الأوامر الصوتية عبر المساعد الشخصي الذكي «سيري»، وكذلك يمكن عبرها تلقّي اتصالات الآيفون.

وفي الواقع، فإنّ نسبة تشابه ساعة آبل مع الساعات التقليدية هي نفسها نسبة تشابه الآيفون مع الهواتف من قبله. بمعنى آخر، الوقت هو مجرد خدمة من بين الكثير من خدمات الساعة، وكذلك كانت وظيفة الاتّصال في الآيفون. وبما أنّ كلّ هذه الخدمات ستعمل على شاشة صغيرة، فقد صمّمت آبل واجهة مستخدم جديدة، تعتمد على لمس الشاشة من جهة وعلى نابض (أو زنبرك) يمكن تحريكه للتنقل أو لتكبير ما يظهر على الشاشة من جهة أخرى.



وللمفارقة، لا يوجد في الساعة كيبورد، كما في الساعات الأخرى العاملة على أندرويد، إذ الاعتماد هو على الصوت في إدخال النصوص.

أكلت الهواتف الذكية من حصة الساعات كوسيلة لمعرفة الوقت

وإلى ذلك، توفر الساعة إمكانية التحكم في موسيقى الآيفون وتخوّلك أخذ الصور من كاميرا الآيفون من خلال الساعة، وتسهّل عملية الدفع من الساعة نفسها في المحال التي تتوافق مع خدمة Apple Pay. ورغم أنّه لا كلام عن البطارية، يُتوقّع أن يضطرّ الشخص إلى وضع الساعة يومياً على الشاحن، وهذا ما قد يُحسب سلباً على آبل.

هل تشتري الساعة؟

السؤال الذي قد تسأله لنفسك عند هذه المرحلة: «هل أشتري ساعة آبل عندما تنزل إلى السوق عام 2015؟». أسباب التريث أكثر من أسباب التعجيل في ذلك.

فإن كان لديك آيفون 5 أو ما بعده، وكانت الساعة بالنسبة لك موضة اعتدت تجديدها كل فترة، بسعر يتجاوز 350 دولاراً، فلا بدّ أنّها مرشحة لتكون ساعتك المقبلة، خصوصاً أنّها تأتي بأسوارة يمكن تغييرها كلّ فترة. ولكن في المقابل، عليك أن تتوقّع أنّك تستخدم منتجاً أولاً لم تجرّ تجربته على نطاق واسع بعد. وهو ما سيلبث أن يصبح ضعيفاً بالمقارنة مع النسخ القادمة من المنتج. هكذا كانت الحال مثلاً مع أوّل نسخة من «آيباد»، التي يندر استخدامها، بينما ما زالت الشركة توصل التحديثات إلى «آيباد 2» رغم صدور ثلاث نسخ بعده. وهكذا كانت حال أوّل آيفون أيضاً.

أمّا الرادع الآخر لعدم اقتناء الساعة في الأصل فهو نفسي - اجتماعي. فملحظات البعد عن الهاتف أصبحت تتسم بالإنتاجية والتركيز والتفاعل مع الآخرين. وهذا ما قد لا نرغب في خسارته باستحضار التكنولوجيا إلى شيء لا يفارق الجسم. فمن قال إنّنا نريد تنبيهاً عبر اهتزازات تجتاح اليد كلّما أرسل أحدهم رسالة؟ ومن قال إنّنا نحتاج في بعدنا عن

الهاتف إلى مرسال يوصل إليه أوامرنا؟ أليس الكسل في الوصول إليه
نعمة للمستقلين في كثير من الأحيان؟!

الجواب على آبل

من جهتي، أجد نفسي من فئة المترئين، ولا أرى أنني اليوم أريد هذه
الساعة التي عوضاً عن أن تربك الوقت، تجعلك تفقد الإحساس به
عندما تندمج معها. بل إن الساعة الوحيدة التي لفتت انتباهي في
السنوات الأخيرة هي ساعة اسمها «Durr» ، ليس لديها واجهة أصلاً
لتربك الوقت. هي قطعة مدوّرة موضوعة على سوار، ترسل اهتزازاً
واحداً كل خمس دقائق، فقط لإشعارك بمرور الزمن، وكأنه وخزة ضمير
كي تستثمره في أفضل شكل ممكن. وعليه، فإنّ الجواب الذي أراه
على مهر آبل طلباً للوصول إلى أيدينا، وعبرها إلى كلّ حركاتنا وأوقاتنا
في الوقت الحاضر، هو وضعها على لائحة الانتظار، مع جملة جنبها: «ما
هكذا تورد الإبل يا آبل.»!

تكنولوجيا

العدد ٢٤٠٨ الأربعاء ١ تشرين الأول ٢٠١٤

8 Oktober 2014.

ايفون ٦ بلس ما له وما عليه

يسود اعتقاد في قطاع صناعة الهواتف المحمولة بأن الشركات التي تصنع هواتف متفاوتة المواصفات والأسعار تمنحها المرونة في الأسواق، لكن اصدار شركة أبل لهاتف ايفون ٦ وايفون ٦ بلس أكسبها من جديد الرهان، ورغم سيل الشائعات عن عيوب في التصنيع، وأثبت صحة تمسكها بطرح أجهزة ذات تقنية عالية غالية الثمن

بسام القنطار

على الرغم من الدعاية المضادة غير المسبوقة حول عيوب تصنيع هاتف ايفون ٦، بين قائل بسهولة انحنائه اذا تعرض لضغط اثناء وضعه في الجيب، ومنتقد لادائه، يتوقع ان تكون خطوة طرح الهاتف الجديد في الصين الاختبار الاكثر جدية حول نسبة المبيعات التي ستحققها أبل في أكبر سوق للهواتف المحمولة في العالم، علماً ان نسبة الطلب على هاتف ايفون ٦ في الدول المتقدمة لا يزال ضمن اعلى مستوياته، برغم الانكماش المحدود الذي ظهر عقب انتشار شائعة قابلية الهاتف للانشاء.

وتراهن أبل على ارقام النتائج الفصلية لنمو مبيعات هاتفها العالية التقنية في الصين بما يقرب من ضعف توقعات المحللين. وفي حال نجاح هذا الرهان تكون أبل قد ربحت المعركة في مواجهة منافستها الكورية الجنوبية سامسونغ، التي تتبنى استراتيجية طرح أجهزة تغطي كل الفئات السعرية.

وتقول أبل ان عدداً قليلاً جداً من المستخدمين ابلغ أن هاتف ايفون ٦ بلس الجديد ينثني داخل جيوبهم عند جلوسهم لفترة طويلة، لكن الشركة قالت انها على استعداد لابدال الهاتف الذي يتعرض لهذا الخلل، واضطرت لاحقاً الى تسريب فيديو يظهر الاختبارات التي اجرتها حول قدرة هيكل الهاتف على تحمل الضغط لترد على الشائعات التي استهدفتها.

وانتشر على موقع تويتر وسم #bendgate أشار فيه المستخدمون الى أن هاتف آيفون ٦ بلس، ومع حفاظه على أداء مهماته، ينحني على نحو بسيط من وسطه أو أعلاه.

وبينما يبدو أن هاتف «آيفون 6» لا يعاني هذه المشكلة، قد يكون هيكل الألمنيوم في هاتف آيفون 6 بلس الذي يأتي بشاشة قياس 5.5 بوصات، السبب في الانحناء.

تقول آبل ان عدداً قليلاً من المستخدمين أبلغ عن انثناء الجهاز

وقال مندوب مكتب الدعم التابع لـ«آبل» إن هواتف «آيفون» المنحنية ستستبدل بعد أن تجتاز عملية فحص بصري تعرف باسم «الفحص الميكانيكي البصري Visual Mechanical Inspection»، وذلك قبل أن تقرر الشركة ما إذا كانت الكفالة تغطي المشكلة.

وشكا بعض المستخدمين من أن هاتف آيفون 6، يسبب جذب خُصَل من الشعر عند وضع الجهاز بالقرب الرأس أثناء إجراء المكالمات الهاتفية. وأعرب المستخدمون عبر تويتر عن انزعاجهم، عبر وسم #hairgate وتزامن انتشار الشائعات حول آيفون ٦ بلس مع شكاوى من المستخدمين انتقدوا فيها فقدانهم تغطية شبكة الإنترنت على هواتفهم، عقب تحديث نظام التشغيل إلى IOS 8، وسرعان ما سحبت الشركة تحديث IOS 8.1 واستبدلته بتحديث IOS 8.2 لسد هذه الثغرة. وادت هذه المشكلات الى تعرض آبل لخسارة في قيمتها السوقية بلغت 23 مليار دولار بسبب تراجع سعر سهم الشركة في البورصة، وتراجعت أسهم آبل في بورصة وول ستريت بنسبة 3,81 في المئة لتصل إلى 97,87 دولارا للسهم الواحد.

وفقدت آبل بذلك 4 في المئة من قيمة أسهمها في أسبوع واحد، متراجعة بذلك عن رقم قياسي حققته بداية الشهر الماضي وهو 103,74 للسهم الواحد.

ودفعت مشكلة الانحناء في هاتف آيفون 6 بلس العديد من الشركات المناسبة والمستخدمين إلى السخرية من آبل، لكن رهان هذه

الشركات على تراجع مبيعات الشركة لم يكن في محله، إذ لا يزال يسجل اقبال غير مسبوق على اقتناء الهاتف الجديد .
في المقابل، يقول انصار هاتف آيفون ٦ ان المعالج السريع A8 الذي يعمل بتقنية 64 بت، يجعل أداء الهاتف ممتازاً، وخصوصاً الانتقال بين التطبيقات واستخدامها بسرعة فائقة، ووجد المستخدمون المولعون بهاتف آيفون ان نسخته السادسة تتضمن بطارية عالية الاداء مقارنة بالنسخ السابقة. فعند الاستخدام المكثف الذي يشمل الاتصال وتشغيل الألعاب والتطبيقات وتشغيل مقاطع الفيديو والصوت والتصفح، استمرت البطارية إلى ما يقارب ١٢ ساعة، وهذه المدة دليل على تحسن في البطارية بخلاف بطارية آيفون 5 إس. وأشار تقرير جديد الى أن شركة أبل قد تتمكن من بيع أكثر من 200 مليون وحدة من هاتفيها آيفون 6 وآيفون 6 بلس في سنة 2015 المالية التي بدأت في أكتوبر الجاري وتنتهي في سبتمبر من العام المقبل.

ووفقا لمصادر موقع Digitimes التقني، فإن مبيعات الشركة من هاتفيها وساعتها الذكية الأولى التي لم تطلق بعد في الأسواق قد تصل إلى 250 مليون وحدة في نهاية السنة المالية للشركة، على أن تبيع 40 مليون وحدة فقط من الساعة، و 200 مليون من الهاتفين، إضافة إلى الملايين العشرة التي أعلنت بيعها في أول أيام طرح آيفون 6 بإصداره في الأسواق منتصف الشهر الماضي.

وأشار التقرير إلى أن طلبات شراء الهاتف تجاوزت 50 مليون طلب للربع الأول من العام المقبل، لافتا إلى أن الشركة تمكنت من بيع قرابة 21 مليون وحدة من الهاتف في أول أسبوعين من طرحه، وقبل إطلاقه في السوق الصينية.

وتكافح السلطات الصينية سوقاً سوداء لهواتف آيفون 6، فيما اضطرت إلى الإعلان الاسبوع الماضي بأنها منحت ترخيصاً لشركة «أبل» يتيح للأخيرة بيع هواتفها الذكية في البلاد لأول مرة.

وأعلنت وزارة الصناعة وتكنولوجيا المعلومات الصينية على موقعها الإلكتروني أن هاتفي آبل الجديدين يمكن أن يطرحا للبيع في الصين بعدما حصلت الشركة على رخصة للجهاز لاستخدامه في شبكات

الاتصالات اللاسلكية في البلاد. وأوضحت الوزارة أنها أعطت الموافقة لهاتف «آي فون 6» بعدما عالجته «آبل» مخاطر أمنية محتملة كان من الممكن أن تسمح بتسريب بيانات شخصية.

ويعمل مهربون متخصصون على إدخال هواتف «آيفون 6» الى مختلف الاسواق في آسيا وأفريقيا لبيعها هناك بأسعار مرتفعة، الامر الذي دفع العديد من الدول الى التعجيل في اجراءات اجازة البيع على نحو رسمي.

وأعلنت العديد من السلطات الجمركية بينها الجمارك اللبنانية أنها تمكنت من مصادرة مئات الاجهزة من طراز «آيفون 6» كانت معدة للتهريب عبر المنافذ الحدودية.

ويتدفق المستهلكون على متاجر آبل في مختلف أنحاء العالم لشراء الهاتف الذي يتضمن الكثير من المزايا، التي لا تتوافر غالباً في طرازات أخرى من الهواتف الذكية.

وتجري عمليات تهريب آيفون 6 من مختلف أنحاء العالم، بما في ذلك الولايات المتحدة وأستراليا، إلا أن الكمية الأكبر تهرب من هونغ كونغ، التي تعد المصدر الأهم لهواتف «آيفون» المهربة .
وتقول المعلومات إن أسعار «آيفون 6» المهرب تسجل مستويات مرتفعة وقياسية مقارنة بأسعار بيعه في المتاجر المرخصة، التي هي أعلى أصلاً من النسخ السابقة لجهاز «آيفون» .
ويصل سعر هاتف «آيفون 6» في لبنان الى ٩٥٠ دولاراً، فيما يصل سعر «آيفون 6 بلس» الى ١٢٠٠ دولار.

للاطلاع على مبيعات الأيفون-نظرة على اداء الجهاز الأيفون في السوق انقر هنا

يمكنكم متابعة بسام القنطار عبر <http://about.me/bassam.kantar> |

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٣ الأربعاء ٨ تشرين الأول ٢٠١٤

منصة ميديافيرست



كشفت إريكسون عن منصتها ميديافيرست (Ericsson MediaFirst) ، وهي منصة جديدة متكاملة تعتمد على السحابة وتدعم كل أشكال المحتوى وشبكات توصيله. ومن شأن هذه المنصة أن تعيد صياغة ملامح تجربة التلفزيون برمتها، وتحقق رؤية إريكسون المستقبلية بنقل هذه التجربة إلى السحابة، والتي أعلنت عنها مطلع العام الجاري، الأمر الذي يتيح للمستهلكين الاستمتاع بالبرامج التلفزيونية على كل الأجهزة. وعززت منصة ميديافيرست التلفزيونية ببرمجيات محددة مصممة خصيصاً للمحتوى الإعلامي تتيح تطوير وإدارة وإيصال الجيل التالي من محتوى التلفزيون المدفوع.

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٣ الأربعاء ٨ تشرين الأول ٢٠١٤

الرعاية الصحية من فيسبوك



تعتزم فيسبوك أن تتبع خطى قريناتها من شركات التقنية في وادي السيليكون مثل أبل وغوغل، حيث تخطط لأولى خطواتها في مجال الرعاية الصحية.

وتبحث الشركة إنشاء «مجموعات دعم» على الانترنت تربط مستخدمي موقع فيسبوك الذين يعانون أمراضا مختلفة، كما يدرس فريق صغير تطبيقات «رعاية وقائية» جديدة من شأنها مساعدة الناس على تحسين أساليب حياتهم.

وقد يعزز تخفيف فيسبوك سياستها التي تطلب من المستخدمين استخدام أسمائهم الحقيقية من الخطط الصحية للشركة. وما زال من غير الواضح ما إذا كانت فيسبوك ستعدل على المحتوى الذي يجري مشاركته.

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٣ الأربعاء ٨ تشرين الأول ٢٠١٤

15 Oktober 2014

جايتركس 2014... بطاقة اعتماد الى التكنولوجيا



حضور حاشد يتزايد عاماً بعد عام

معرض جيتكس ٢٠١٤. الحدث الذي يختتم غداً الخميس في دبي، بات يشكل بطاقة اعتماد لشركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ليس في منطقة الخليج العربي فحسب بل في دول جنوب آسيا وصولاً الى الشرق الاوسط وشمال افريقيا

بسام القنطار

دبي | مع تفوق معدل نمو سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منطقة الشرق الاوسط على المعدل العالمي، باتت قيمة سوق التكنولوجيا في المنطقة على عتبة الـ ١٥ مليار دولار عام ٢٠١٤ ويتوقع ان تصل الى ٢٠ ملياراً في ٢٠٢٠.

انعكاس هذا النمو يبدو جلياً في معرض «اسبوع جيتكس للتقنية ٢٠١٤» الذي افتتح الأحد الماضي نسخته الـ ٣٤ في مركز دبي التجاري العالمي بمشاركة قياسية لاكثر من ٣٧٠٠ شركة من ٦١ دولة، في حين يتوقع ان يزور المعرض ما يزيد على ١٠٠ ألف زائر من اكثر من ١٥٠ بلداً. ويعد المعرض أكبر حدث في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وجنوب آسيا .

يبدو واضحاً ان مؤسسات القطاعين العام والخاص لدول مجلس التعاون الخليجي هي التي تعطي المعرض ثقله النوعي، حيث تمتد اجنحتها بيكورها الفاخر على الاف الامتار. لكن اللاعبين الكبار حضروا جميعهم الى جيتكس ٢٠١٤ من مايكروسوفت الى سامسونغ مروراً بأوراكيل وسيسكو وصولاً الى هواوي الصينية. وفي مؤشر واضح الى دور هذا المعرض المحوري في الحصول على عقود الانفاق على مشاريع البنية التحتية من القطاع الحكومي التي تتزامن مع استثمارات اقليمية واسعة في التقنيات الذكية، اختارت شركة اريكسون السويدية ان تشارك في جيتكس هذا العام بعد غياب دام خمس دورات متتالية.

حكومة دبي «الذكية»

حفل افتتاح المعرض رعاه حمدان بن محمد بن راشد، ولي عهد دبي، وجال على اقسام المعرض الذي توزع على فئات: التقنيات الذكية، الحوسبة السحابية، البيانات الكبيرة، والقدرات التنقلية. وتشارك في المعرض مئات المؤسسات الحكومية الاتحادية والمحلية وشركات القطاع الخاص في الإمارات. وكل هذه الجهات اطلقت خدمات الكترونية وتطبيقات ذكية، خلال الحدث، حيث كشفت وزارة العمل الإماراتية عن تشغيلها طائرة استطلاع ذكية من دون طيار يستعان بها اثناء التفتيش في مساكن العمالة الاجنبية. وشاركت مؤسسة دبي للإعلام، تحت مظلة حكومة دبي الذكية، حيث اطلقت تطبيقات إلكترونية جديدة، مع استحداث نموذج جديد لمشاهدة المحتوى حسب الطلب، في مقابل النموذج التقليدي القائم على بث المواد التلفزيونية عبر الأقمار الاصطناعية. وعرض سوق دبي المالي نسخة تجريبية من تطبيقه الجديد للإطلاع على تفاصيل محفظة الأسهم. وأعلنت محكمة أبوظبي المتنقلة عن تقديمها خدمة المأذون الإلكتروني لتيسير معاملات الزواج، فضلا عن الصيدلية الذكية ونظام العلاج الطبيعي الذكي الذي أطلقه جناح هيئة الصحة في دبي. وتم تقديم خدمة جديدة من مركز خدمات وزارة الداخلية الاماراتية (Info Gate) تمكن الشخص من إنهاء معاملاته عبر مكالمة مرئية. وأطلق برنامج الشيخ زايد للإسكان تطبيق «مسكني الافتراضي» في المعرض. ويعرض النموذج الواقعي لحكومة دبي استخدامات نظارات غوغل والساعة الذكية في تنفيذ الخدمات المحملة تطبيقاتهما عليهما، اضافة الى الخدمات المشتركة مثل تطبيق الدفع عبر الهواتف (mPay)، و mdubai، وهويتي MyID وغيرها.

إريكسون وشبكات الجيل الرابع

يزداد طلب مستخدمي الحزمة العريضة في الخلوي على خدمات الوصول السريع والتلقائي الى محتوى الصورة مثل التلفاز والفيديو. وبدا واضحاً من خلال معرض جيتكس ٢٠١٤ ان كل الشركات العالمية الرائدة في تقديم هذه التقنية تتنافس من أجل كسب العقود مع شركات الاتصالات الوطنية، وهذا ما نجحت به إريكسون التي اعلنت انها وقعت عقوداً مع كل من شركة اتصالات الاماراتية وشركة بتلكو البحرينية وشركة STC السعودية وريد تليكوم الباكستانية التي اختارت حلول إريكسون لتوفير خدمات الجيل الرابع وغيرها من الحلول لتعزيز تجربة الزبائن في خدمات النطاق العريض عبر الهواتف الخلوية . وتقوم شركات تشغيل وتجميع المحتوى الأفضل بتوفير محتوى متميز على سلسلة متنوعة من الأجهزة. ويتوقع أن تصل الاشتراكات في بيانات الخلوي الى ٤.٢ مليار مشترك بحلول ٢٠١٨.

باتت قيمة سوق التكنولوجيا في المنطقة على عتبة الـ ١٥ مليار دولار عام ٢٠١٤ بمشاركة لأكثر من ٣٧٠٠ شركة من ٦١ دولة، ويتوقع ان يزور المعرض أكثر من ١٠٠ ألف زائر كما يتوقع أن تتضاعف حركة تبادل البيانات عبر الخلوي ١٢ مرة بحلول العام ٢٠١٨، متمثلة بشكل رئيسي في الاطلاع على المرئيات.

وتواجه شركات تشغيل شبكات الخلوي تحدياً في تلبية توقعات المستهلكين على أن يتم الموازنة بين اقتصاديات الشبكات الخاصة بهم ويجاد فرص جديدة لزيادة الإيرادات.

وتعمل تقنية الجيل الرابع في جميع أنحاء العالم على ترسيخ الأساس لهذا الاكتشاف في مجال تبادل المرئيات. واعتباراً من بداية العام ٢٠١٣ تم نشر ١٤٥ شبكة LTE تجارية في 66 دولة. بالإضافة الى ذلك، تكفلت ٣٨١ شركة تشغيل الخدمات بإنشاء شبكات بتقنية LTE في ١١٤ دولة. وأعلنت ٨٧ شركة تصنيع عن إنتاج 666 جهازاً تعمل بتقنية LTE، من بينها ٢٢١ هاتفاً ذكياً. وبحلول الربع الثالث من عام ٢٠١٢، اشترك أكثر من ٤٣ مليون مشترك في خدمات LTE.

وتعد السعة والمرونة التي توفرها تقنية البث LTE العامل الأقوى في

اختيار شركات التشغيل للشركات التي تقوم بتركيب البنية التحتية لشبكة الجيل الرابع وذلك لاستيعاب تأثير المحتويات الإعلامية، ومن ثم توفير فرص مهنية وخدمات جديدة في عصر وسائل إعلام الخلوي . ويتبين من مختلف اجنحة العرض ان الشركات التي تدعم تقنية البث LTE باتت تقدم مجموعة من الاستخدامات من خلال هذه التقنية مثل تدفق الفيديوها المباشر للمحتوى العالي الطلب مثل المباريات الرياضية المنقولة مباشرة والأحداث الإخبارية الهامة والبرامج التلفزيونية الشهيرة والفيديوهات والموسيقى والمطبوعات الإلكترونية وتحديثات البرمجيات والبث للطواري.

مايكروسوفت والتحول الرقمي

ركزت مايكروسوفت في أسبوع جيتكس للتقنية 2014 على مساعدة الشركات على تعزيز الإنتاجية بما يتماشى مع تحولات تقنية المعلومات، وتحديدًا الاستخدام الجوال وحوسبة السحاب والبيانات الكبيرة والشبكات الاجتماعية للشركات الكبيرة

وتقول مايكروسوفت إنها طورت عام ٢٠١٤ سيرفس برو 3 Surface Pro ومجموعة ابتكارات السحاب التي تتيح للمستخدمين القدرة على الوصول الى بياناتهم ودعم متطلبات العمل الجوال. وتعرض مايكروسوفت في جناحها في جيتكس حلولاً مبتكرة للإنتاجية لتمكين الناس والشركات من القيام بالكثير من المهام، ومع أوفيس 365 و أزيور وغي إم إس وإنتيون ونظام إدارة علاقات الزبائن CRM و Systems Centre ومايكروسوفت كلاود Microsoft Cloud

وسعت مايكروسوفت للرقى بنظام Enterprise Social الى مستويات عالية مع تطوير يامر Yammer ، وهو شبكة اجتماعية خاصة تسهل التدفق السلس للاتصال. كما عرضت الشركة جهاز Surface Pro 3 للتركيز على استخدامه ضمن الشركات بهدف سد الفجوة بين الكمبيوتر الدفتري واللوحى. وتضمن جناح الشركة احتضان العديد من الشركات الشريكة في تقديم الحلول بالاستناد لتقنية مايكروسوفت.

سيسكو ترفع شعار «إنترنت كل شيء»»

تشارك شركة سيسكو، ضمن فعاليات المعرض بحلول عالمية المستوى، تتعلق بتقنيات المجتمعات الذكية والمتصلة. وتعرض سيسكو حلولها بشأن المجتمعات الذكية والمتصلة، والحكومات الذكية، وقطاعات السياحة والضيافة والتجزئة الذكية، وذلك تحت مظلة شاملة ترفع شعار «إنترنت كل شيء». كما تعرض الشركة كيفية حماية الفرص التي تتيحها «إنترنت كل شيء» وتأمينها من الهجمات الافتراضية، بغية تمكينها من تحقيق أقصى إمكاناتها.

ومن المعلوم انه يجري تطوير المدن الذكية، من خلال «إنترنت الأشياء»، التي يمكن أن تخفض التكاليف وتحسن الإنتاجية وتزيد الإيرادات وتحسن منافع السكان في القطاعين العام والخاص. وتتوقع سيسكو أن تخلق «إنترنت الأشياء» قيمة ما قدر 19 تريليون دولار من القيمة على مستوى العالم، منها 4.6 تريليون دولار في القطاع العام، فيما يمكن للمدن وحدها تحقيق قيمة تبلغ 1.9 تريليون دولار من خلال مبادرات مثل المباني الذكية والمراقبة الذكية للغاز والمياه والمواقف الذكية للسيارات والإدارة الذكية للنفايات.

سامسونغ تطرح نظام إضاءة بتقنية LED

أطلقت شركة سامسونغ في معرض جيتكس ٢٠١٤ مجموعة من التقنيات والأجهزة بينها وحدات الإضاءة بتقنية LED التي تمتاز بكفاءة في استخدام الطاقة وفعالية في التكلفة. وكشفت سامسونغ النقاب عن سلسلة من مصابيح الاستبدال بتقنية LED بما فيها المصابيح متعددة الاتجاهات، بنظامي العاكس المكافئ بالألمونيوم PAR وMR، وأنابيب ECG / CCG بدرجة أقل من التوهج الكفؤ، سواء المصابيح الفلورية والهاالوجينية.

ولا تحتوي هذه الأنابيب الجديدة على مادة الزئبق، التي باتت محظورة بفضل اتفاقية دولية اقترتها الامم المتحدة، فضلاً عن أنها متوافقة مع معيار التقيد باستخدام مواد خطرة معينة ROHS ، ونظراً لكفاءتها في

الطاقة فهي تقلل انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون مما يجعلها أفضل مصدر للضوء بالنسبة للبيئة.

وستتيح سامسونغ لعملائها استبدال المصابيح القديمة والهالوجينية والفلورية فوراً واستخدام مصابيح عالية الكفاءة بتقنية LED . وتتمتع مصابيح LED بعمر يصل إلى 50000 ساعة بما يعادل معدل بقاء أطول بخمس مرات من الأنابيب الفلورية التقليدية، وتقلل الوقت المهدر في الصيانة. فاستهلاك الطاقة المنخفض في مصابيح LED يمكن أن يوفر للمستخدمين بما يصل إلى 54% من استهلاك الكهرباء دون المساس بجودة أداء الإضاءة، ويحقق المستوى نفسه من السطوع بالقدر نفسه الذي تحققه المصابيح الفلورية التقليدية، بل إنها تستهلك قدراً أقل من الطاقة. وإضافة إلى تقنيات الإضاءة حافظ جناح الشركة على عرض أحدث المنتجات على صعيد المنتجات المنزلية، ومنتجات الحلول المتعلقة بالمنشآت العامة بما فيها المطارات ومحطات المترو . وتقول سامسونغ أنها نجحت في تطوير تكنولوجيا Wifi بقوة اتصال تبلغ 60GHz، وهو ما يعني السماح بنقل 4.6Gp في الثانية، وهذا يعد أسرع بخمس مرات من الجيل الحالي من اتصالات الواي فاي. ما يعني إمكانية نقل فيلم فيديو بحجم 1 جيجا بايت خلال 3 ثواني. لكنها لم تعلن عن موعد وضع هذا التطوير في متناول المستهلكين.

يمكنكم متابعة بسام القنطار عبر <http://about.me/bassam.kantar> |

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤



تنافست شركتا الخلوي «اتصالات» و «دو» على عرض احدث الخدمات التي يقدمونها الى زبائنها في الامارات. واستعرضت شركة «دو» إمكانيات تقنية الجيل الرابع المتقدمة LTE-Advanced خلال معرض أسبوع جيتكس ٢٠١٤. وأعلنت الشركة تحقيق سرعة قصوى بلغت 900 ميغابت في الثانية، وهي الأعلى في العالم، وذلك باستخدام ثلاث قنوات ناقلية معززة بتقنية مايمو CC with MIMO 4x4.3 في المقابل اعلنت «اتصالات» انها توصلت الى تحقيق سرعة قصوى بلغت 700 ميغابت في الثانية. وقالت «دو» إن من شأن هذه التقنية أن تضمن للعملاء عند إطلاقها تجارياً سرعات فائقة.

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤

بولاريد تطلق «رينبو سيريز»



كشفت شركة بولاريد المتخصصة في مجال التصوير الفوري، النقاب عن مجموعتها الجديدة من الحاسبات اللوحية وكاميرات الفيديو الرياضية عالية الدقة والشواحن الخارجية، وذلك على خلال معرض جيتكس ٢٠١٤. واطلق بولاريد خلال مشاركتها في الحدث، مجموعتها الجديدة من الحواسيب اللوحية التي تضم سلسلة «رينبو سيريز» بحجم 7 بوصات Rainbow Series ، و«أيه دي يو تاب EDU Tab» بحجم 10.1 بوصات، إضافة إلى الحواسيب اللوحية من طراز «إنتل Intel». وقالت «بولارويد» إن جميع هذه النماذج تتوفر مع مساحة ذاكرة كبيرة وكاميرة أمامية وخلفية وتعمل بواسطة أنظمة التشغيل «أندرويد» و«ويندوز».

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤

يام المطورين



بالتزامن مع اسبوع جيتكس للتكنولوجيا ٢٠١٤ ، اقيمت فعاليات «أيام المطورين» و«جيتكس بعد الخامسة» و«لقاء المدونين» و«برنامج المدونين للحديث التقني»، بهدف زيادة الحضور من المدونين الإقليميين والعالميين.

كذلك شهد أسبوع جيتكس للتقنية تنظيم الدورة الثانية من «سلسلة مؤتمرات موبايل 360: الشرق الأوسط»، إلى جانب الدورة الرابعة من «معرض إنفوكوم الشرق الأوسط وأوروبا»، إضافة إلى مجموعة من المنتديات والندوات الحوارية. ويشارك في المعرض طلاب مبتكرون نجحوا اقناع لجنة من المختصين بالاقترحات التي قدموها.

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤

«باناسونيك» تعرض تقنية K4



كشفت «باناسونيك» الشرق الأوسط وأفريقيا لل تسويق عن أحدث ابتكاراتها في تقنية العرض بتقنية K4، وذلك خلال مشاركتها في «أسبوع جيتكس 2014». وقالت الشركة إن هذه الحلول الجديدة تشتمل على شاشة كبيرة احترافية للعرض بتقنية K LED LCD TV4، وشاشة تلفزيون K UHD4، والتي تضع «باناسونيك» من خلالها معايير جديدة لجودة الصورة والتصميم والمزايا الذكية.

وستشتمل المجموعة الاحترافية الجديدة على شاشات عرض بسعة 98 بوصة بتقنية TH-98LQ70. وتوفر مرونة بالاستخدام، إذ إنها تسمح للمستخدم أن يضع الشاشة بشكل أفقي أو عمودي بحسب رغبته.

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤

«أفايا» تطلق حلول الاتصالات



أطلقت شركة «أفايا»، المزود العالمي لحلول وخدمات الاتصالات، في أسبوع جيتكس 2014، مجموعة حلول أفايا للاتصالات الذكية Avaya SmartConnect والتي قالت إنها تجمع بين تقنيات وخدمات الارتقاء بالإنتاجية والتشاركية وحلول الشبكات الذكية. وتضم مجموعة الحلول الجديدة للاتصالات الذكية Avaya SmartConnect شبكة الاتصال VENA Fabric Connect، وحلول الفيديو الجوال التي تعمل بكبسة زر واحدة، ومحطة الخدمات الذكية الذاتية لتوفير الخدمات المالية والحكومية للعملاء أينما كانوا وعلى مدار الساعة. ويعتمد مركز دبي التجاري العالمي الذي استضاف الحدث انطلاقاً من حلول تقدمها «أفايا»

تكنولوجيا

العدد ٢٤١٩ الأربعاء ١٥ تشرين الأول ٢٠١٤

22 Oktober 2014

درونز... تجارة تشرّع سماء لبنان



دخلت الطائرة بدون طيار (الدرونز) المجال التجاري اللبناني من باب تغطية حفلات الأعراس في الهواء الطلق. وسريعاً سنشهد دخولها مجالات أخرى كالغطية التلفزيونية والإعلانات والإنقاذ، لكن كل ذلك يجري من دون أي قوانين تحكم عملها

حمزة حرقوص

«منذ أن اشترى جارنا طائرة بدون طيار للتصوير، ونحن نتحسّس سماءنا. مركبة هوائية جديدة دخلت الحيّ، صوتها لا يخفى على المارة، يمكنها التقاط ما يحلو لها من صور أو أفلام من عليائها. والـ zoom! zoom! لا ندرك وأدراكنا ما الـ zoom! لا نعلم إن كانت دقّته تصل إلى غرفة جلوسنا أو أنها تبقى عند حدود غرفة النوم في الطبقة الأخيرة. أسئلة جديدة بدأت تتبادر إلى الذهن لم نفكر بها سابقاً: هل، عندما اشترينا المنزل، حصلنا معه على ملكية هذا الفضاء فوقنا؟ وكيف يمكن وقف من يخترق عمداً هذا الفضاء؟»

قد لا ننتظر طويلاً لنرى هذا السيناريو واقعاً في كثير من مدننا. فنحن على أبواب «عصر الدرونز (أو الطائرات بدون طيار) التجارية»، وهو زمن

يشبه في تحدّياته زمن ما قبل دخول السيارات مرحلة الاستهلاك العام في القرن العشرين. حينها كانت المخاوف كثيرة من المتهورين في القيادة مثلاً، وكانت القوانين غائبة عن تنظيم السير والطرق ومنح رخص القيادة.

اليوم، يمكن لأيّ كان شراء طائرة كهذه من بعض المحالّ المختصة بأدوات التصوير مثلاً. طائرة PHANTOM 2 هي أكثرها رواجاً ويبدأ سعرها من حوالي 700 دولار. الرقم ليس كبيراً بالمقارنة مع ما بات ينفقه هواة التصوير على الكاميرات المتطورة وعدساتها. وفي الحالتين، هناك دافع مشترك له علاقة بوسائل التواصل والنشر الحديثة عبر الإنترنت، من يوتيوب إلى فايسبوك و إنستغرام، التي فتحت أمام الكثير من الهواة منصة سهلة لنشر الصور وأفلام الفيديو. وبالتالي زاد اهتمامهم بتطوير المحتوى الذي يبتونه هناك.

عشوائية المشهد اللبناني

في لبنان، دخلت الـ«درونز» إلى المجال التجاري من باب تغطية حفلات الأعراس في الهواء الطلق، وأصبحت هناك زاوية جديدة لتصوير المدعوين من الأعلى، تستقطب أموال المنظمين. المجال الدعائي أيضاً تأثر بها، وخاصة لجهة تصوير بعض المناطق السياحية. حتى إنّ هذه التقنية دخلت إلى نوادي هواة الطيران في لبنان، مثل RC Lebanon و«الحبل على الجرار» كما يقول المثل، فدخلوها مجالات أخرى كالغطية التلفزيونية والإعلانات والإنقاذ ليس إلا مسألة وقت. لكن كلّ ذلك يجري من دون أي قوانين تحدّد الصحيح من الخطأ. قد يكون الحد الأدنى لشراء طائرة كهذه لا يزال يحول دون توسيع رقعة المستخدمين إلى حدّ انتشارها بين العابثين. لكنّ هذا سيتلاشى في الأعوام المقبلة، كأي تكنولوجيا أخرى. وليست المشكلة في غياب القواعد المنظّمة أصلاً في القانون، فتلك حال معظم الدول الكبرى. لكن المستغرب في الحال اللبنانية هو أنّ العمل على قونة خاصة لـ«الدرونز» لم يثر بعد. وإن عدنا إلى قانون سلامة الطيران المدني، نرى أنّ هذه التقنية ينطبق عليها تعريف «المركبة الهوائية» التي هي، بحسب القانون، كل مركبة «تستطيع أن تستمد بقاءها من الجو من ردود فعل الهواء، غير تلك المنعكسة من سطح الأرض». وبالتالي

يسري عليها ما يسري على الطائرات الخاصة من حيث إلزامية تسجيلها في الدولة، وأن تكون لها جنسية معينة مثلاً. واستناداً إلى ذلك، فكلّ استخدامات الـ«درونز» من قبل الهواة والمحترفين في لبنان تُعدّ خرقاً للقانون!

المؤكّد أنّ التكنولوجيا هنا سبقت المشرّع، وأنّ بعض القوانين السارية ستصبح محلّ تندر بعد انتشار هذه التقنية على نطاق واسع، وأنّه لا نية ظاهرة لملاحقة من يعاكس هذه القوانين حالياً لأنّه أمر غير منطقي. لكن هذا لا يعني ترك الموضوع من دون تنظيم مُجدٍ على المدى البعيد، وخصوصاً في ضوء الحوادث الأخيرة التي حصلت بسبب الـ«درونز» حول العالم. إسقاط هذه الحوادث على الواقع اللبناني مخيف أيضاً. فلنتخيل لو أنّ حادثة تهريب موادّ مخدّرة إلى المساجين عبر طائرات كهذه تصل إلى باحة السجن وتعود إلى مطلقها حصلت مثلاً في سجن رومية بدلاً من سجن في ساو باولو البرازيلية. أو لنفترض أنّ حادثة إدخال «درونز» تحمل شعارات استفزازية إلى ملعب كرة القدم حصلت بين فريقَي النجمة والأنصار بدلاً من صربيا وألبانيا. ولننظر مثلاً لو وصلت طائرة كهذه إلى بعد مئات الأمتار عن طائرات تجارية تقلّ مسافرين إلى مطار بيروت كما جرى في مطار نيويورك، ماذا كان سيحدث؟ هذه الأمثلة المفترضة تؤدّي إلى خلاصة واضحة: يجب أن تكون هناك أماكن محرّمة على الـ«درونز». وبرغم أنّ القانون اللبناني ينصّ على أنّه «للمحافظة على السلامة العامة، يعين وزير النقل الخطوط التي يرى من المناسب أن تتبعها الطائرات في سيرها»، فإنّ آياً من هذا لم يحدث حتى الآن مع الـ«درونز».

رسم طرق الـ«درونز»

عالمياً، هذا ما يعمل عليه بعض خبراء التصميم والتخطيط العمراني، مثل «ميتشيل سايبس» الذي قدّم أول نموذج لتنظيم تحليق الـ«درونز» فوق مدينة شيكاغو الأميركية. يقوم مخطّطه على أساس تقسيم المدينة إلى أربعة ألوان: المنطقة الخضراء حيث الـ«درونز» مسموحة بشكل عام، وهذا في المساحات المزروعة أو التي فيها بحيرات والتي تندر فيها التجمّعات وتغيب عنها المراكز الحسّاسة، المنطقة الصفراء حيث المباني السكنية التي يُمنع التحليق فوقها نهراً ويُسمح ليلاً على علوّ معين، المنطقة البرتقالية حيث يُمنع التحليق

ليلاً فقط نظراً الى وجود مراكز مراقبة للفضاء مثلاً، والمنطقة الحمراء التي يُمنع فيها تحليق الـ«درونز» بالكامل. وبحسب صحيفة «نيويورك تايمز»، فإن وكالة الفضاء الأميركية «ناسا» لديها مشروع مشابه يتضمن أيضاً تنظيم سير هذه الطائرات في السماء لتفادي الحوادث، كما يحصل مع الطائرات المدنية. والتحدّي الأكبر هنا أنّه لا يمكن إحصاء جميع المشغلين للطائرات والتواصل معهم دائماً لمنع الاصطدام أو حظر الدخول إلى المناطق المحرمة. لكن على الأقل، قد يفتح هذا النظام الباب مجدداً أمام تشريع الـ«درونز» لأسباب تجارية كتوصيل البضائع، وهو ما كانت السلطات الأميركية قد منعت شركات مثل أمازون من تنفيذه سابقاً.

متى يمكن إسقاطها؟

ولا تنتهي الإشكالية في دخول الأماكن الخاصة عند مسؤولية الدولة. فإحساس المواطن باختراق خصوصيته من الـ«درونز» قد يدفعه إلى أخذ المبادرة بالدفاع عن النفس عبر إسقاط هذه الطائرات في حال اقترابها منه، وهذا لم يعد ضرباً من الخيال، بل هو واقع أثبتته حوادث عدة، آخرها ما حدث في ولاية نيو جيرسي الأميركية من إسقاط رجل طائرة بدون طيار مجهزة بكاميرا حلقت فوق منزله. هناك حالات أكثر تطرّفاً مثل رجل في ولاية كولورادو دفع بلدته إلى التصويت على قانون يمنح 100 دولار لكل من يسقط طائرة توصيل من أمازون. أمّا بحسب القانون اللبناني مثلاً، ف«لا يجوز للطائرات التجول فوق الأملاك الخاصة بطريقة تعوق المالك عن استعمال حقه»، ولكن في الوقت نفسه، فإن «العبث بمركبة هوائية أو بأي جزء منها يخضع للعقوبة». فإذا عطفنا أول نص على حق الدفاع عن النفس نصل إلى خلاصة، وإذا نظرنا إلى النص الثاني، نصل إلى خلاصة معاكسة. فهل من المبرر للمالك إسقاط الطائرة؟ هذه الإشكالية هي موضع بحث قانوني أجري في جامعة ميامي الأميركية، خلاصته أنّه قد يُسمح بإسقاط الطائرة في حالات اتضحت فيها النية التجسّسية، ولكن يجب أخذ كل واقعة على حدة كي لا يتحوّل ذلك إلى أمر طبيعي يستهدف أيضاً طائرات تسييرها الدولة مثلاً.

في النهاية، قد لا يكون خطر ترك الـ«درونز» في لبنان على عشوائيتها

الحالية جلياً في الوقت الحاضر، لكن حين نرى في العقد المقبل توصيل النرجيلة إلى المنازل عبر الـ«درونز» التي تطوف بين الأبنية بدلاً من تنقلها بين السيارات، قد يستفيق المشرع إلى ضرورة القونة. وعندما تبدأ «عقيدة القلعة» بالظهور، حيث كل شخص يدافع عن ملكيته وكأنها قلعة ولو بمضاد طائرات منزلي، فسنبدأ بحلّ الموضوع «ربّما»، ولو من نهايته. نقول «ربّما» لأن عجلة القوانين في لبنان بطيئة إلى حدّ الموت، ولأنّ قانون سلامة الطّيران المعدّل عام 1955 والذي يعاقب من يسير الحمام الزاجل لمّا يُلغَ بعد... ف«بكّير على الدرونز»!

تكنولوجيا

العدد ٢٤٢٥ الأربعاء ٢٢ تشرين الأول ٢٠١٤

بريد المستقبل



في أواخر عام 2013، أعلنت شركة أمازون للتسوق عبر الإنترنت أنها ستوصل طلبات الزبائن باستخدام طائرات بدون طيار في غضون نصف ساعة من تلقي هذه الطلبات. وأعلنت الشركة أن برنامجها الجديد الذي تطلق عليه اسم «Prime Air» سوف يبدأ العمل به بشكل فعلي في غضون أربع إلى خمس سنوات.

بعد أشهر على إعلان أمازون، أعلنت خدمة البريد السريع «يو بي إس» في الولايات المتحدة، وشركة غوغل، وشركة «أس أف اكسبرس» الصينية أنهم بدأوا العمل على برامج مماثلة في غضون ذلك، بدأت شركة البريد العملاقة «دي إتش إل» تجربة محدودة لتوصيل الأدوية إلى المناطق التي يصعب الوصول إليها في ألمانيا.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٢٥ الأربعاء ٢٢ تشرين الأول ٢٠١٤

Note 4 في لبنان «طلقني يا Iphone»



فريد قمر

في تاريخها، لم تحلم سامسونغ بأفضل من هذا الظرف لإطلاق جهاز جديد في مجموعتها. غريمها التقليدي، آبل، يعاني حملة انتقادات هي الأسوأ على الإطلاق، حتى إن الشائعات تتحدث عن دور كبير للشركة الكورية في تضخيم تلك الانتقادات وتسويقها، ليبصر Note 4 النور في وقت يخسر فيه Iphone6 بريقه.

على عكس معظم وكلاء الشركات المصنعة للهواتف الذكية، تصر CTC على أن يكون لبنان على لائحة الدول الأولى التي يطلق فيها أي هاتف جديد، الأمر الذي شاهدناه مع إطلاق Galaxy S5 ، نشهده اليوم مع

Note 4، برغم أن السوق اللبنانية هي الأصغر بين أسواق المنطقة ومصابة أكثر من غيرها بداء التهريب، لكنها سوق قادرة على التفاعل السريع مع أي منتج جديد، سلباً أم إيجاباً، ويمكن اعتمادها لقياس نجاح أي منتج في المنطقة أو فشله.

ومن هنا يبدو لافتاً رد الفعل الأولي للكثيرين ممن تعرفوا إلى الجهاز الجديد في العرض الذي أقيم لإطلاقه قبل أيام، فقد اعتبر الجهاز بتقنياته Déjà vu ، إذ جمع كل التقنيات التي سبق أن شاهدناها في Nokia و LG وحتى في Note 3 ، ودمجها في جهاز أنيق . فالجهاز الجديد يأتي بتصميم جذاب يضفي بعض الرونق على الأجهزة الضخمة، والإطار الذي في الغالب يكون بلاستيكيًا يأتي اليوم معدنيًا، ليعطيه جمالاً وصلابة، أما الخلفية، فتأتي من الجلد الذي يضفي بعض الفخامة على الجهاز.

هذه الإضافات كانت ضرورية بعد الانتقادات الكثيرة التي ووجه فيها نوت ٣ واتهامه بأنه مصنوع من مواد رخيصة لا تتلاءم مع المواصفات الداخلية للجهاز ولا مع سعره، تلك الوصفات التي حافظت سامسونغ على معظمها مثل القلم الذكي، والتطبيقات الخاصة بسلسلة نوت . لكن الجديد هو الشاشة التي تأتي بتقنية Quad HD ما يعني أننا إذا قسمناها إلى أربع شاشات تكون كل واحدة منها HD ، وبالتالي هي من الشاشات الأفضل (لا الوحيدة) في السوق. وبرغم أن الشاشة تعاني ثغرة واضحة تتمثل بالفراغ بينها وبين الإطار الخارجي، ما يسمح بامتلائها بالغبار، الذي قد يؤثر في عمل الهاتف والشاشة على السواء، فإنها حازت الكثير من الجوائز بسبب نقاوة ألوانها وسطوعها.

«حماية المستهلك» تعول على «شطارة» المواطن لكشف الغش

والشاشة ليست التطور الوحيد في Note 4 ولا سيما أن سامسونغ أدركت أهمية المنافسة في ميادين لطالما عدت ثانوية، مثل البطارية التي عجزت عن جعلها تدوم أكثر، لكنها ابتكرت تقنية تسمح بأن تشحن بوتيرة أسرع، فيمكن شحنها بنسبة خمسين في المئة بوقت لا يتعدى العشرين دقيقة (أي نصف الوقت الذي يتطلبه نوت ٣). وكذلك الكاميرا الأمامية التي باتت أساسية لالتقاط السيلفي ، وهنا كان التحدي الكبير بأن تستطيع سامسونغ أن تزيد من قدرة الكاميرا

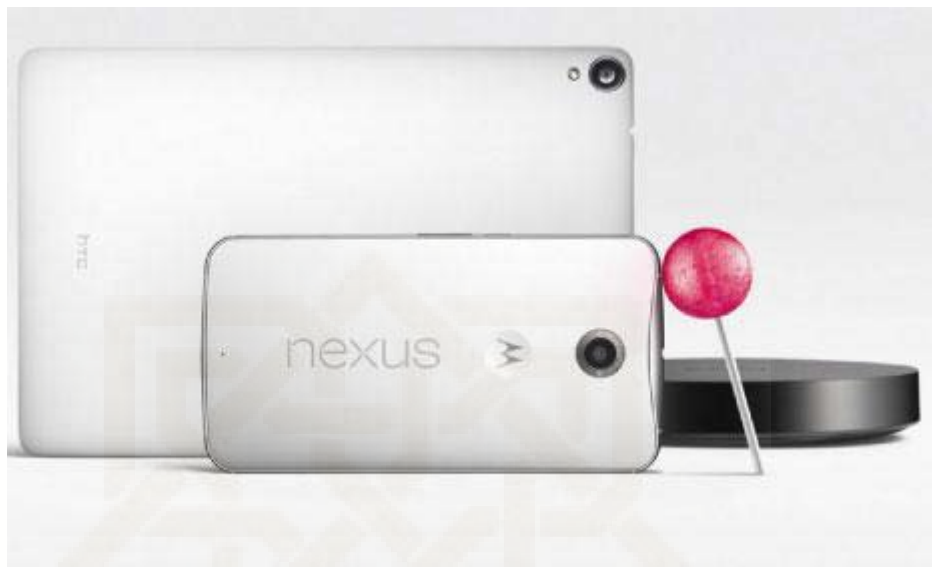
الأمامية من دون أن يؤثر ذلك في محادثات الفيديو أو السكايب التي تؤثر فيها سلباً الكاميرات التي تزيد دقتها على ٢ ميغابيكسل. فكان الابتكار بكاميرا بعدسة متحولة تستطيع أن تصور بدقة ٣.٧ ميغابيكسل أثناء التقاط الصور العادية لتتحول إلى ٢ ميغابيكسل في محادثات الفيديو. واستغنت كذلك عن الفلاش الأمامي باعتماد مقاسين مختلفين لفتحة العدسة، ما يسمح بوصول ضوء أكثر للكاميرا في الظلام. وهذه التقنيات الجديدة في الكاميرا تأتي مع حزمة كبيرة من التقنيات والبرامج التي تمكن من جعل الكاميرا عملية وفعالة أكثر من السابق، كاعتمادها زاوية التصوير العريضة التي تسمح بتصوير عدد أكبر من الأشخاص في صورة سيلفي واحدة. أما الكاميرا الخلفية، فتأتي بدقة 16 ميغابيكسل مع كامل التقنيات التي شاهدناها في S5. أما في تقنيات النوت، فلم نشهد أي شيء جديد يذكر، باستثناء سمات سيليكيت، التي تسمح باختيار عدد كبير من الصور وتخزينها بسهولة في مكان واحد من دون الحاجة إلى الخروج من الصفحات . أما من الداخل، فهو جهاز سريع جداً مع معالج رباعي بسرعة 2.7 GHz ومع ذاكرة عشوائية تبلغ 3 GB RAM.

لذلك لا شك في أن نوت ٤ هاتف ممتاز، بل هو الأفضل في فئة الغالبيت (بين الهاتف والتابلت) لكنه، شأن معظم أجهزة نوت، يقدم عشرات التقنيات المبتكرة التي لا يحتاجها المستهلك فعلياً. فهل يطيح Note4 منافسه الجديد iPhone 6 plus ؟ الحكم للأيام وحدها.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٢٥ الأربعاء ٢٢ تشرين الأول ٢٠١٤

نيكسس 6 و9 وجهاز استقبال



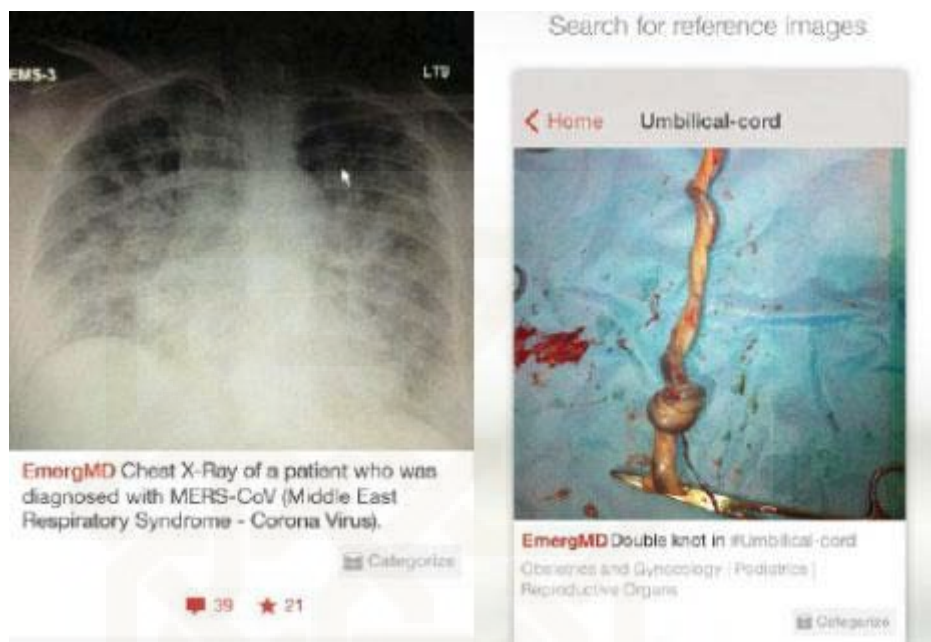
أعلنت غوغل طرحها ثلاثة أجهزة نيكسس تعمل بنظام التشغيل أندرويد، وهي جهاز استقبال رقمي للتلفزيون، وحاسوب لوحي، وهاتف ذكي. وصممت الأجهزة الجديدة لتحمل الـ تحديث الجديد لنظام التشغيل، المعروف باسم «أندرويد لولي بوب». ويعدّ مشغل نيكسس في تلفزيون أندرويد آخر محاولات غوغل لتقديم المزيد من الأجهزة الإلكترونية المستخدمة داخل المنزل.

ومشغل نيكسس هو جهاز استقبال تلفزيوني صنعتها شركة إيسوس، ويتضمن شريحة إنتل، وسيبلغ ثمنه حوالي 99 دولاراً عند طرحه في مطلع تشرين الثاني. والمشغل مزود بجهاز للتحكم عن بعد، وميكروفون داخلي. ويمكن استخدام جهاز الاستقبال نيكسس في تشغيل ألعاب الفيديو من خلال قطعة إضافية تلحق به، كما أعلنت غوغل أن شركات سوني، وشارب، وفيليبس ستصنع أجهزة تلفزيون تعمل بنظام أندرويد. وطرحت غوغل جهاز نيكسس 6، وهو هاتف ذكي صنعتها موتورولا. حجمه 15.2 سنتيمتراً، وفيه سماعتان أماميتان، وبطارية سعتها 3220 مليون أمبير/الساعة، يمكن شحنها جزئياً لمدة 15 دقيقة لتعمل لمدة ست ساعات. كذلك طرحت غوغل جهاز نيكسس 9، وهو حاسوب لوحي صنعتها شركة إتش تي سي. وصمم ليناسب التطبيقات الإنتاجية أكثر من الأجهزة السابقة التي تعمل بنظام أندرويد.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٢٥ الاربعاء ٢٢ تشرين الأول ٢٠١٤

إنستغرام للأطباء



أطلق الطبيب جوش لاندي، تطبيقاً جديداً للـ متخصصين في مجال الرعاية الصحية، يمكنهم من تشارك صور الحالات المرضية التي يعالجونها، وسوف يكون التطبيق متوافراً في عدد من الدول الأوروبية نهاية العام الجاري.

وصمم التطبيق الجديد ليتمكن الأطباء من تشارك صور المرضى فيما بينهم من ناحية، وبين دارسي كليات الطب من ناحية أخرى. ورفع أكثر من 150 ألف طبيب صوراً لحالات مرضية مع إخفاء بياناتهم الشخصية. ويخفي التطبيق أوجه المرضى أوتوماتيكياً، لكن المستخدمين عليهم حظر العلامات والأشكال التي تؤدي إلى تحديد الهوية، مثل الأوشمة.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٢٥ الاربعاء ٢٢ تشرين الأول ٢٠١٤

29 Oktober 2014

٢٠١٥ ... عام المجوهرات الذكية



تتنافس كبريات دور المجوهرات العالمية على ادخال التكنولوجيا في تصاميمها، من السوار الى العقد والخاتم والحلق، من دون ان ننسى الساعات والهواتف بتصاميم تحاكي العصر وتربط بين التكنولوجيا والمقتنيات الباهظة الثمن

بسام القنطار

تتناغم تصاميم المجوهرات الحديثة مع آخر ابتكارات التكنولوجيا. لم يعد الامر يقتصر على تزيين الهاتف بمجوهرات نادرة، بل بات الشغل الشاغل لمصممي المجوهرات ان تحاكي الاجهزة الذكية التي يقتها الرجال والنساء، وربط المجوهرات التي يضعونها للاستفادة من تطبيقات الاجهزة الذكية والتفاعل معها.

خاتم رنجلي الذكي

صممت شركة Ringly تطبيقاً جديداً يربط بين الخواتم الفاخرة والهاتف الذكي. ويمكن للتطبيق ان يعرض الاشعارات التي تأتي على الهاتف الذكي والمحدد مسبقاً ضمن التطبيق الموصول بالخاتم. وبذلك يمكن لواضع الخاتم في يده ان يترك هاتفه بعيداً عنه في اجتماع العمل وفي اللقاءات الرومنسية. ويتصل الخاتم بالهاتف الذكي عبر تقنية بلوتوث، حيث ترسل الاشعارات من خلال ذبذبات طفيفة او ومضات تنطلق عبر

الخاتم، ما يبقي الشخص على علم بالاشعارات التي ترد على الهاتف من دون الحاجة للنظر اليه. ويمكن من خلال التطبيق المصمم خصيصاً للخاتم ان تحدد الاشعارات المهمة وطريقة التفاعل معها . فعلى سبيل المثال، اذا كنت في اجتماع وتريد فقط ان ترد على اتصال هاتفى من الحبيب او الزوج الذي سيمر الى العمل لتنضم الى غداء رومنسي، يجري تلقين التطبيق بهذا الاشعار مسبقاً. ويمكن لبطارية الخاتم الذكي ان تعمل ثلاثة ايام من دون الحاجة الى شحنها. ويتوافر الخاتم بخمسة تصاميم مميزة لخمس مجوهرات، هي الجذع الأسود، الياقوت الوردي، قوس قزح سليكات الألمنيوم، والزمرد، وكلها مطلية بذهب عيار ١٨ قيراطا. ويمكن طلب هذا الخاتم عبر موقع الشركة على الانترنت <https://ringly.com> بسعر ١٩٥ دولاراً اميركياً من دون كلفة الشحن. لكن لن يكون متوافراً للتسليم قبل عام ٢٠١٥.

ساعة Creoir Ibis الذكية

تتيح ساعة Creoir Ibis للمستخدم تصميماً أكثر جاذبية من العديد من الساعات الذكية المتوافرة حالياً، التي اطلقتها شركة كريبور الفنلندية www.creoir.com ويشكو عشاق الموضة من ان معظم الساعات الذكية المطروحة حالياً في السوق غير جذابة من ناحية التصميم، وربما تحتاج إلى الاستفادة من تصميم ساعة Creoir Ibis التي تأتي بشاشة مزدوجة وهي مرصعة بالمجوهرات.

وصنعت الساعة الذكية من الكريستال والفولاذ المقاوم للصدأ، بتصميم مستوحى من طائر «أبو منجل». ويكمن اختلاف ساعة آيبيس في اعتنائها بالجانب التصميمي، بحيث تراعي متطلبات قطاع الساعات الذكية المتطور على نحو متسارع. وبناء على تقرير أصدرته ماركيتس آند ماركيتس للبحوث، بلغت عائدات سوق الأجهزة الإلكترونية القابلة للارتداء 2.5 مليار دولار في 2012، ومن المتوقع أن ترتفع لتتجاوز ١٥ مليار دولار بحلول عام 2018.

وتراهن الشركة المنتجة على أن الموضة ستكون المحفز الرئيس لتعزيز مبيعات الساعات الذكية، وبالتالي فهي تركز على تصاميمها كي تحصل

على مبيعات أكبر، ولا سيما أن ارتداء ساعات اليد يرتبط بالموضة أكثر من أي شيء آخر.

تتيح ساعة Creoir Ibis للمستخدم تصميمًا أكثر جاذبية من العديد من الساعات الذكية

ويعتقد بيكا فايرينين المدير التنفيذي لشركة كريبور أن العلامات التجارية الرياضية والموضة ستحفزان الطلب على الساعات الذكية، إذ إن ساعة آيبس تمثل المنتج العصري ويقول: «لكل علامة تجارية لغة التصميم الخاصة بها، لهذا فإننا نبدأ من الصفر لخلق منتج مصمم لكل زبون على نحو خاص ويمكننا الآن وبفضل خبرتنا أن نزود أصحاب العلامات التجارية الاستهلاكية، بكل ما يحتاجون إليه ليحصلوا على ميزة حقيقية عندما يدخلون فضاء الأجهزة الذكية»

وتتضمن هذه الساعة برامج محسنة تعمل على برنامج تشغيل أندرويد Android-وتستهلك طاقة أقل من غيرها، كما أنها تستخدم الصمام الثنائي العضوي الباعث للضوء OLED-، وخدمة البث اللاسلكي الفائق الدقة Wifi-، والبلوتوث والناقل المتسلسل USB-وتتميز الساعة بوجود بوصلة إلكترونية وجهاز استشعار للضوء، وتحتوي أيضاً على جهاز للتحكم عن بعد، وترسل إشارات مباشرة عبر الهاتف الذكي.

مجوهرات ضد التحرش

أطلقت شركة «كاف» الأميركية <https://cuff.io> ، مجموعة مجوهرات مزودة بخصائص تكنولوجية للنساء، للحماية من التحرش والاعتصاب، هي عبارة عن سوار، وقلادة، وأزرار أكمام مزودة بنظام تحديد المواقع، الذي يمكن أن يخبر أهلهم وأصدقاءهم بمكانهن وخط سيرهن . صمم جهاز CuffLinc بحجم صغير وبلون اسود ويتصل بالهاتف عبر تقنية بلوتوث، حيث يلصق بالمجوهرات، ويتصل بتطبيق يمكن من خلاله إرسال استغاثات لأشخاص بعينهم، وذلك يحدث عن طريق الضغط على «زر» فيها، سيكون مسؤولاً عن إرسال رسائل بطلب المساعدة، ويحدد مكان المستغيث، سواء كانت الاستغاثة تتعلق بتحرش جنسي أو بطارئ صحي أو بحادث سير، حيث يرسل الهاتف نداء الى الشخص او الاشخاص المحددين مسبقاً على التطبيق.

ولا يحتاج جهاز CuffLinc إلى شحن، إذ يعمل على بطارية تخدم عاما كاملا.

والى جانب الجهاز تقدم الشركة مجموعة من المجوهرات التي يُلصق الجهاز بها من العقد الى السوار والساعة، وتراوح اسعارها بين ٨٠ و١٥٠ دولارا، وستكون هذه المجوهرات متاحة في السوق بدءاً من اذار ٢٠١٥ ويمكن طلبها على نحو مسبق عبر موقع الشركة.

خواتم ألماس يابانية

عملت شركة يابانية لصناعة المجوهرات على الجمع بين خواتم الألماس التي تصنعها وتقنية الاتصال القريب المدى NFC. وستبدأ شركة «تي إس إل جيه» TSLJ «المشغلة لمتاجر «كور جويلز»» www.corejewels.tokyo بتلقي الطلبات لما قالت إنها أول منتجات الألماس من علامة تجارية تأتي مع تقنية الاتصال القريب المدى.



وقال ماسانوري يامازاكي، ممثل شركة « TSLJ هناك مقترحات لمواد قابلة للارتداء بتقنية NFC ومنتجات شبيهة بالألعاب مع التقنية، ولكننا ننتج أولى المجوهرات التي تدعم تقنية «NFC». وستتوافر المجوهرات التي تدعم تقنية الاتصال القريب المدى، والتي ستحمل اسم «ون One» بأسعار مختلفة تصل حتى 3,670 دولارات.

وسيكون في مقدور مرتدي هذه المجوهرات استخدام التقنية في إلغاء القفل عن بيانات خاصة مخزنة في خدمة التخزين السحابي، بما في ذلك الصور ومقاطع الفيديو، كما بإمكانهم استخدامها وسيلة في الوصول إلى بيانات المستخدمين الشخصية، بما في ذلك «الوصية»، وفقا لما قاله يامازاكي.

وتتوافق تقنية الاتصال القريب المدى المدمجة في المجوهرات مع الأجهزة التي تدعم هذه التقنية مثل أجهزة الحاسوب والهواتف الذكية العاملة بنظام التشغيل «أندرويد».

وأوضح يامازاكي أنّ من غير الممكن حاليا استخدام التقنية في خدمات المعاملات المالية الإلكترونية أو لفتح الهواتف الذكية، وهي المزايا التي قد تضاف في المستقبل.

وقالت الشركة إن في إمكان المجوهرات توفير وسيلة حديثة وفخمة للوصول وحفظ السجلات في العصر الرقمي. وستكون هذه المجوهرات متاحة في العاشر من كانون الأول المقبل.

مجوهرات «سي اس ار» البريطانية

قررت شركة «سي اس ار» البريطانية www.csr.com تحدي مفهوم الاتصال بين المجوهرات والأجهزة الذكية، فاختارت التعاون مع شركة سيليني، وهي إحدى أهم دور مصممي المجوهرات في بريطانيا . وأعلنت سيليني أخيرا مجموعة جديدة من مجوهرات تعمل بتقنية البلوتوث، وهي عبارة عن عقد يتغير لونه كلما تلقى الهاتف الخليوي أي إخطار أو رسالة عن طريق البلوتوث، كما صممت الشركة تطبيقاً يجعل هذا العقد يتغير مع تغير المزاج أو لون الملابس. وتأمل شركة «سي اس ار» ان تحل المجوهرات ذات تقنية البلوتوث مكان المجوهرات التقليدية لتصبح أكثر تفاعلية.

مجوهرات Zazzi وتبديل الصورة

كشفت علامة زازي Zazzi عن تشكيلة جديدة من المجوهرات الذكية، التي تشبه الساعات الذكية، ويمكنها التزامن مع الهواتف، وجعل المستخدمين على علم بالمكالمات والرسائل وباقي الاشعارات الواردة على الهواتف الخاصة بهم.

وتقول شركة FashionTEQ المصممة للعلامة التجارية Zazzi ان قراءة الاشعارات عن طريق الساعة او السوار يعد تصرفاً اكثر لياقة من قطع المحادثة مع شريك او زبون عمل للرد على الهاتف الخليوي .
كذلك صممت شركة www.fashionteq.com تطبيقاً على الهواتف الذكية لتغير تصميم المجوهرات بما يتلاءم مع المناسبات، حيث يحفل التطبيق بعشرات التصاميم التي يمكن اختيارها لتظهر على العقد بما يجعله قادراً على التكيف مع مختلف المناسبات.

Meet Zazzi - VO from FashionTEQ on Vimeo.

أندرويد ماسيا بـ 58 ألف دولار



أطلقت شركة «سافيلي» السويسرية لصناعة المجوهرات جوالاً مرصعاً بالماس، وطرحته بسعر 58 ألف دولار، وذلك في إطار أول تشكيلة لها من جوالات أندرويد المرصعة بالذهب والماس. وأطلق مؤسس الشركة المصمم أليساندرو سافيلي الجوال الفاخر مرصعاً بـ 395 ماسة بيضاء، ضمن تشكيلة جوالات «سافيلي» الفاخرة، التي ضمت 11 جوالاً، عُرضت حصرياً في متاجر «هارودز» في بريطانيا. وتتميز الجوالات الفاخرة بانحناءة تصاميمها، وأغطيته المصنوعة من الجلد الفاخر، والذهب الوردي عيار 18 قيراطاً، فضلاً عن تزيينات مميزة من السيراميك والأحجار الكريمة.

الحذاء الذكي

مع شريحة Ruby التي أنتجتها مختبرات iStrategy ، أصبح بإمكان الحذاء المصمم بشريحة ذكية ان يتفاعل مع الهاتف الجوال، حيث يجري تفعيل تطبيق على الهاتف بمجرد ان يجري الدوس ثلاث مرات متتالية على الارض. وبذلك يمكن اجراء مكالمات هاتفية او كتابة رسالة نصية.

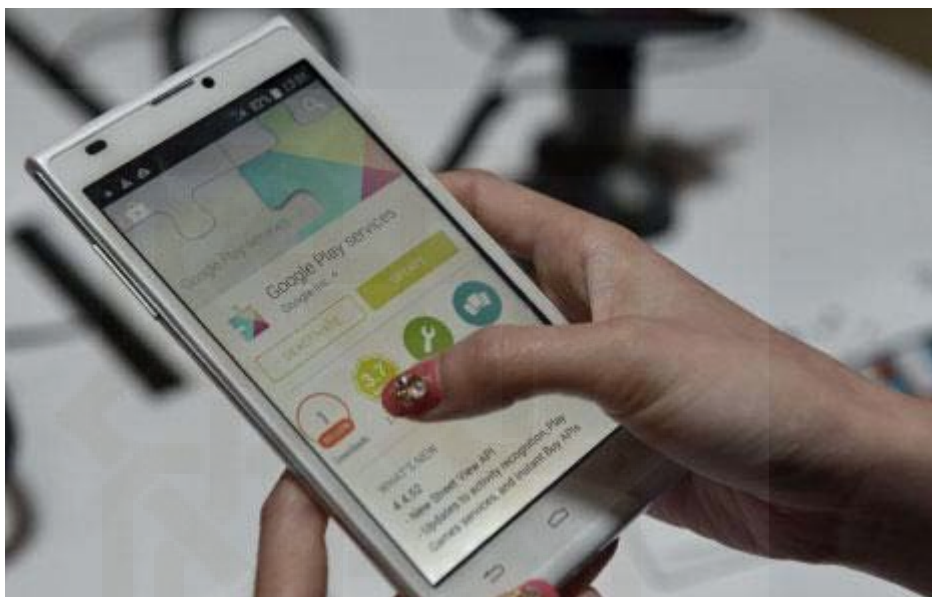
يمكنكم متابعة بسام القنطار عبر <http://about.me/bassam.kantar> |

تكنولوجيا

العدد ٢٤٣١ الأربعاء ٢٩ تشرين الأول ٢٠١٤

12 November 2014

الموقع لا يؤثر على عادات مستخدمي الإنترنت



يميل المستهلكون إلى الاستفادة من خدمات الإنترنت بطريقة متشابهة على الرغم من أن الأجهزة التي يعتمدونها تختلف (أ ف ب) بسام القنطار

أصدرت وحدة مختبرات إريكسون (كنسيومر لاب) تقريراً جديداً أظهر أن الفوارق تتلاشى بين تجربة الاتصال في العمل وفي الحياة الشخصية، وبين الأماكن الداخلية والخارجية، وذلك في ضوء إقبال المستهلكين على استخدام أجهزتهم النقالة. ويميل الناس إلى استعمال شاشات عدة للأجهزة للحصول على الخدمات والمحتوى من مصادر مختلفة، بغض النظر عن الزمان والمكان.

ومن المثير للاهتمام أن الدراسة أظهرت تشابهاً في النتائج بين الدول التي شملتها، والبالغ عددها 23 دولة، حيث يميل المستهلكون إلى أداء مهام مختلفة بغض النظر عن الموقع، سواء كان ذلك في الأماكن المغلقة كالمنزل أو المكتب أو المدرسة، أو في الهواء الطلق خلال التنقل. وتشير أبحاث وحدة مختبرات إريكسون إلى أن 12% من الموظفين يستخدمون الإنترنت للتسوق في العمل مرات عدة في الأسبوع، في حين يقوم 23% بأداء مهام مرتبطة بالعمل في المساء.

ومن الملاحظات الهامة الأخرى التي أوضحها التقرير أنه عندما يتزايد عدد المواقع التي يقوم فيها الناس بأداء المهام، يتزايد عدد الشاشات التي يستخدمونها.

وعلى سبيل المثال، 21% من المستهلكين الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية في موقع واحد يستعملون أكثر من شاشة. وترتفع هذه النسبة إلى 44% بالنسبة لأولئك الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية في ثلاثة مواقع على الأقل. من جهة أخرى، يميل الناس لتمضية قسم أكبر من وقتهم في الأماكن المغلقة، إذ تبلغ النسبة 7 في الداخل إلى 1 في الخارج، حيث يفضل معظمهم استخدام حلول الاتصال في الداخل. وعادة ما يقبل هؤلاء الناس على القيام بأنشطة مثل مشاهدة التلفزيون ومحتوى الفديو أو متابعة العمل أو الدراسة أو التسوق عبر الإنترنت في منازلهم.

يقضي الناس معظم وقتهم في الأماكن المغلقة، لذلك يحرصون على الاستثمار في تطوير تجربة الاتصال في هذه الأماكن

وأبدى المستهلكون استحساناً عالياً لتجربتهم في استخدام حلول الاتصال ضمن الأماكن المغلقة. ولكن على الرغم من ذلك، فهم على استعداد للاستثمار في تحسين الاتصال في الأماكن الداخلية على نحو أكبر. ويبدى حوالي 56% من المستهلكين حرصاً على إنفاق المزيد لتحسين الاتصال الداخلي، في حين أن 33% فقط على استعداد لإنفاق المزيد بهدف تحسين الاتصال في الهواء الطلق. في المقابل، تختلف مستويات الاستفادة من شتى أنواع تقنيات وحلول الاتصال وتوافرها ما بين البلدان، الأمر الذي يرجح أن يؤثر على طباع المستهلكين وأنواع الأجهزة التي يستخدمونها. مع ذلك، فإن الدراسة الحالية تسلط الضوء على ملامح العولمة في سلوك المستهلك ضمن المجال الرقمي .

كما تظهر الدراسة أن نسبة كبيرة من المستهلكين تميل إلى تصفح الإنترنت واستخدام الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الدردشة الفورية، في حين أن عدداً قليلاً منهم يتسوق عبر الإنترنت أو يجري مكالمات الفيديو. وعلى سبيل المثال، 89% من المستهلكين في البرازيل وكندا والولايات المتحدة يتصفحون الإنترنت، ويستخدم 83% الشبكات

الاجتماعية في الأرجنتين وأوروغواي، وبقراً ويرسل 77٪ رسائل البريد الإلكتروني في الدنمارك وألمانيا وإيطاليا وروسيا والمملكة المتحدة باستخدام أي جهاز على أساس أسبوعي.

وتخلص الدراسة إلى أن هنالك أدلة قوية على أن موقع المستهلكين ليس له تأثير يذكر على عاداتهم في استعمال الخدمات والأجهزة. في المقابل، يولي المستهلكون أهمية أكبر لحرية استخدام الأجهزة الرقمية في أي مكان وزمان لتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم.

يمكنكم متابعة بسام القنطار عبر <http://about.me/bassam.kantar> |

ما بعد الـ «Word»... كيف سيكتب البشر؟



أنجت شركة «مايكروسوفت» أكثر البرامج استخداماً حول العالم، وهو «Word»، ولكنها قد تفشل في الحفاظ على هذا العرش في السنين المقبلة، فما هو شكل المستقبل لمليار مستخدم، كلهم يريدون أن يكتبوا؟

إن كنت ممن عرفوا الحاسوب مع نهايات التسعينات أو بدايات الألفية الجديدة، فعلى الأغلب أن أول ما تفكر في إضافته إلى أي جهاز جديد هو حزمة «مايكروسوفت أوفيس» (Microsoft Office). «بعد خمسين سنة، قد تُدوّن مغامرات الحصول على هذا البرنامج ضمن التراث الشعبي لكل بلد. في بلاد الشام، مثلاً، معظم المستخدمين العاديين لم يفكروا به يوماً كمنتج مدفوع، إلّا إذا اعتبرنا ألف أو الألفي ليرة لبنانية التي تُدفع لمحلّ الـ CD على أنّها سعر للبرنامج وأنّ صاحب المحلّ يحولها لبيل غيتس آخر كل شهر بواسطة الـ «ويسترن يونيون».

تقريباً لم يكن أحدٌ يبالى إن كان هذا الـ CD يحمل إلى جانب الـ «أوفيس» المجاني فيروساً يحتاج جهازك أو أنّه مجرد «crack» طبيعي من «هاكر» لبق. كان السوريون عموماً أمهر هؤلاء الـ «هاكرز»، وكانت مجموعة الـ «DVDs» السورية التحضير تأتيك بما لذّ وطاب من البرامج، التي لو أردت شراء نسخها الأصلية لأنفقت عشرات الآلاف من الدولارات، ولو فحّصت ما فيها لرأيت الفيروس يتعايش مع مضاد الفيروسات بؤام كامل. ومن هذه الوجهة، لا ينقسم الأمر بين شمال العالم وجنوبه: الكل يقرصن، وروسيا والصين والولايات المتحدة في طليعة الدول حيث تنتشر القرصنة. و«أوفيس» على أعلى لائحة ما يريد الناس الحصول عليه مجاناً، وبالتالي مُقرصناً.

مع مرور الوقت، صمد الـ «وورد» (Word) «»، وهو معالج النصوص في «أوفيس»، كحوتٍ كبير، ابتلع كل البدائل التي طُرحت، وما زاده ذلك مع الوقت إلّا ضخامةً. راهنت مايكروسوفت على اعتياد مستخدميها، وخاصة المؤسسات حيث مصدر أرباحها، على هذا البرنامج، وعلى أنّ كلفة استبداله لا تقتصر على المال، بل على إعادة تدريب الطاقم البشري على أي بديل جديد. لكن ذلك لن يجدي على المدى البعيد. وإن بدا ما سيرد قريباً بعض الشيء، إلّا أن السطور الآتية هي نعي استباقي للـ «وورد» بشكله الحالي. بعد سنين، لن يخطر على بال الغالبية أن يثبتوا برنامجاً كهذا على حاسوبهم، وهو ما أراه خيراً سعيداً. ولدعم هذا التوقع، يمكن ملاحظة ست ظواهر تؤشر إلى ضمور الـ «وورد» في السنين المقبلة، بعد أن كان أمضى أسلحة «الأوفيس»:

الكتابة على السحابة

ما أصاب مايكروسوفت في مقتل في السنوات الأخيرة هو رواج الخدمات التي تخوّل الكتابة مباشرة من متصفح الإنترنت، مثل خدمة Google Docs التي تحفظ ما تكتبه تلقائياً على ما يعرف بالـ «سحابة»، أي على شبكة غوغل نفسها وليس على حاسوبك الخاص. هذه الخدمة تقوم على لاءات بسيطة: لا حاجة لتثبيت أو تحديث أي برنامج على الحاسوب، لا ضرورة لضغط زر «حفظ» إذ أن كل شيء محفوظ أوتوماتيكياً، ولا ضرورة لأن تحمل همّ نقل ملفاتك معك أينما ذهبت إذ يكفيك أن تفتح ما كتبته من أي متصفح على أي جهاز في أي وقت. كل ذلك كان عكس الـ «وورد»: فمن منا لم تذهب ساعات من عمله في لحظة انطفأ فيها الحاسوب فجأة، أو لأنّ فايروساً معيناً أتلّف ملفاً ما، أو لأنّه نسي أن يحمل جهاز الـ USB معه من المدينة الأخرى؟

الحاجة إلى التعاون

تغطّي الهواتف والألواح الذكية اليوم جزءاً كبيراً من حاجة الناس للتواصل والعمل ومايكروسوفت أتت متأخرة إلى هذه السوق لا يستطيع شخصان أن يعدّلا في الملف نفسه في الوقت نفسه في «الورد» على الحاسوب. يمكن لواحد فقط أن يكتب ما يريد ثم يُنبئ الآخر بأنّ الملف جاهز للتعديل، وهكذا دواليك. وهذا ما يؤثّر سلباً على الإنتاجية، وخاصة في الحالات التي يعمل فيها عدّة أشخاص على محتوى معين. خدمات مثل Google Docs و Quip سبقت مايكروسوفت بحل ذلك منذ عدّة سنوات، وأمّنت التعاون بين عدّة أشخاص في الوقت نفسه، سواء عبر المتصفح أو الهاتف.

موجة التخصص

لم يعد ينفع الـ «وورد» أن يبقى برنامجاً لكل شيء: لتدوين الملاحظات، لكتابة المقالات، لتحضير الأوراق البحثية، وحتى لقراءة الكتب. العصر يتّجه إلى التخصص، وكل مجال بات له عمالته الذين يبدأون بخدمة واحدة فقط، لكن يتقنونها. وهذه الحال مثلاً في برنامج كـ Evernote لتدوين الملاحظات من صور وكتابات يمكن البحث فيها بسرعة فائقة. وكذلك الحال مع برنامج Todoist، حيث تكتب لائحة المهام التي تنوي القيام بها، ولا شيء آخر هناك ليشتت انتباهك.

الموبايل أولاً

تغطّي الهواتف والألواح الذكية اليوم جزءاً كبيراً من حاجة الناس للتواصل والعمل عندما لا يكونون الى جانب الحاسوب. لكن مايكروسوفت أتت متأخرة جداً إلى هذه السوق، تماماً كما أتت متأخرة بنظام «ويندوز فون» لتواجه «iOS» من آبل و Android من غوغل. وحتى تاريخ كتابة هذه السطور، فإن الكتابة باللغة العربية على برنامج الأوفيس في أندرويد تظهر كل حرف على حدة، وهذا مجرد مؤشر على عدم نضوج البرنامج بعد على الهاتف.

المحتوى قبل التصميم:

على واجهة «الأوفيس» آلاف الخدمات الممكن استخدامها. لكن، في الحقيقة فإن الغالبية الساحقة من المستخدمين لا تستخدم إلا قلة قليلة منها، ولذلك بات المستخدمون الجدد يذهبون إلى حلول أخرى أكثر بساطة. في الإطار نفسه، تسود اليوم موجة ما يسمى بالـ «Distraction Free Writing»، أو الكتابة التي تركز على المحتوى، فأغلب المستخدمين باتوا يريدون التركيز على ما يكتبونه من دون أن يروا شيئاً آخر على الشاشة، وعدا الذين يحضرون ملفات كي تُطبع أو تُنشر، فلا ضرورة للغالبية أن يزخرفوا ما يكتبونه بتصاميم معقدة.

السعر:

ومن حيث النموذج الربحي، لا يزال «الأوفيس» يعيش في الماضي. فإما أن تدفع وتحصل على كل شيء أو ألا تدفع ولا تحصل على شيء. في معظم البرامج والخدمات الحديثة، يسود نموذج الـ «Freemium»، إذ أن هناك نسخة مجانية بالكامل ونسخة مدفوعة لمن يرغب في خصائص متقدمة تكون أكثر توجهاً للشركات. حتى أن «آبل» توفر اليوم حزمها iWork مجاناً بالكامل مع الأجهزة الجديدة. وبالتالي باتت مروحة الخيارات البديلة في اتساع يُنذر بتآكل حصة مايكروسوفت.

مايكروسوفت واللاحق بالركب:

تحوّلت مايكروسوفت من محتكر لأنظمة «الأوفيس» إلى من يحاول اللاحق بالركب في عصر السحابة، ومن حسن حظّها أن هذا السوق لم يُحتكر بعد من غيرها. ولكنّها لا تزال ثقيلة الخطى، يحدها عدد

المستخدمين الكبير، الذين لا يمكن تغيير كل شيء لهم بين ليلة وضحاها، وتحدثها بعض الشركات التي تريد الـ «وورد» من دون إنترنت، كي لا تذهب أسرارها للخارج. أمّا أمامها فـ «غوغل» التي تُشبه القرن الحادي والعشرين أكثر في حزماتها Google Docs ، وأمامها شركات أخرى ناشئة، مثل Quip ، التي أنشأها موظفون سابقون في غوغل وفايسبوك وياتوا يقارعون الكبار. وعلى هذا الطريق، أنشأت مايكروسوفت مؤخراً موقع Office.com ، الذي يعطي خدمة «الأوفيس» مجاناً من المتصفح، إلّا أن الخدمة أبطأ بعدة أضعاف مقارنة مع الحلول الأخرى. وبالرغم من أنها تُعلن عن إمكانية تعاون عدة أشخاص على ملف معين، إلّا أن ذلك غير متاح من الموبايل مثلاً. وإلى جانب ذلك، فتحت مايكروسوفت حزمة «الأوفيس» مجاناً على الهواتف والألواح الذكية، بعد أن كانت تطلب من المستخدمين أن يدفعوا لمجرد إجراء تعديل في ملف معين. والخطوة الأكثر دلالة هي أن هذا العملاق لجأ إلى التعاون مع شركة Dropbox ، التي تؤمن مزامنة الملفات بين عدة أجهزة عبر السحابة، لأنّ عدد مستخدميها أكبر بكثير من عدد مستخدمي سحابة مايكروسوفت (OneDrive). وضمن هذا التعاون، تحاول Dropbox أن تصلح ما عجزت عنه مايكروسوفت بأن تخوّل تعديل الملف نفسه على الحاسوب (وليس فقط على المتصفح) من قبل عدة أشخاص في الوقت ذاته، وإعطاء هؤلاء إمكانية إجراء محادثات تفاعلية إلى جانب الملف.

لمن المستقبل؟

إن قُدِّر لي أن أرسم ملامح معالج النصوص المستقبلي، لبدأت بمثال Evernote Context، وهو حصان Evernote للولوج إلى هذا السوق. ببساطة، تقوم فكرته على التالي: تبدأ بالكتابة كما اعتدت على المتصفح، ولكن مع الوقت تتعرّف الخدمة على الموضوع الذي تكتبه وتبدأ باقتراح روابط ذات علاقة من الإنترنت، ونصوص مرتبطة لك أو لمن تعاونت معهم سابقاً. حتى أنه إذا ذكرت شخصاً معيناً في النص، أتى لك بـ «بروفایل» هذا الشخص من موقع «LinkedIn»، كي تعرف ما هو جديده. نحن هنا أمام استخدام للذكاء الاصطناعي في خدمة الكاتب لتوسيع أفقه دون أن يغادر صفحة الكتابة. ما أريده من معالج النصوص

المستقبلي أن يبدأ من هنا، بأن يكون ذكياً وبسيطاً في الوقت ذاته، وهو ما فشل فيه الـ «وورد». لا أريد أن أرى الخيارات الجمّة بل أن يظهر ما أحجّاه تلقائياً عندما أحجّاه. أريد أن أتفاعل مع الآخرين حول كلّ جملة في النص، وأن يحاول البرنامج إفادتنا خلال النقاشات باقتراح ما قد يساعد على إثرائها. أريده أن يكون مفتوحاً، أي أن يحسن التفاعل مع الخدمات الأخرى، فعندما يحين وقت مواعي وأنا أعدّ نصّاً أتوقّع أن يأتي تنبيه منه بأن أكمل التعديلات لاحقاً. وإلى ذلك، أريد أن يعطيني تحليلات عن كيفية تفاعل الآخرين مع ملفّ أرسله إليهم: يهمني أن أعرف إن فتحوه أم لا، إن قرأوه أم لا، وإن أرسلوه لغيرهم أم احتفظوا به لأنفسهم. أريده أن يلفتني إلى نقاط ضعفي في الكتابة، وليس فقط إلى أخطائي اللغوية، وإلى مدى تشابه نصوصي مع نصوص أخرى كي لا أقع في فخّ التكرار.

ليست هذه بالأحلام، بل هي مجرد مكوّنات أراها لمعالج المستقبل، وهو ما لا أظنّ مايكروسوفت ولا حتى غوغل سيطوّرونه، والمجد هنا للشركات الناشئة، التي تبيعنا الأحلام الكبرى وليس فقط حزمة من البرامج. المجد سيكون لها لأنّها الأقدر على التغيير الجذري وأن تنقذ مليار مستخدم عالقين بين برائن القرن العشرين.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٤٢ الأربعاء ١٢ تشرين الثاني ٢٠١٤

19 November 2014

مواقع التواصل الاجتماعي: حماية الأطفال ممكنة

فريد قمر



يكفي أن يستمع أحدهم إلى الروايات المنقولة من مكتب مكافحة الجرائم الإلكترونية، حتى يدرك أن ما يجري على شبكات التواصل الاجتماعي يفوق التصور. تلك الشبكات باتت المكان الأخطر على الكرة الأرضية بالنسبة للأطفال، لا سيما أن المجرمين والمتحرشين يجولون من دون رقيب حقيقي، ولا يمكن إيقافهم عند حدود بلد أو منطقة، وأحياناً كثيرة لا يمكن للقانون أن يطاولهم. لكن رغم ذلك، تبقى الحماية ممكنة. هل يمكن منع الأطفال من مواقع التواصل؟ الأمر أقرب إلى الخيال، بل بات يشبه اليوم منع الأطفال من ركوب السيارات تجنباً لحوادث السير.

بل إن لهذا المنع مشكلات كبيرة تبدأ من الشعور بالدونية تجاه الأطفال الآخرين وتجعلهم متخلفين عن الثقافة التكنولوجية التي تعتبر قدراً لا يمكن تجنبه، لذلك لا بد من التعامل مع الأمر بمزيد من الحكمة. بداية يجب تحديد مكامن الخطر في الإنترنت، التي تتمثل بمعظمها في وسائل التواصل الاجتماعي لفيسبوك وواتساب بالإضافة إلى سكايب. هذه التطبيقات هي الأكثر جذباً لمجرمي الإنترنت بحيث يمكن استدراج الضحية وسرقة الصور وابتزازهم. ما يحتم على الأهالي منع أبنائهم من ان تكون لهم حسابات خاصة على هذه المواقع قبل سنتهم الثالثة عشرة، واستبدال ذلك بحساب مشترك للعائلة يضعون فيها صورهم وأخبارهم التي يوافقون عليها، وتخصيص أوقات محددة في اليوم

لاستخدام تلك الحسابات. أما في حال كانوا أكبر من ذلك فعلى الأهالي أن يضبطوا بأنفسهم بيانات الخصوصية كما هي الحال في فايسبوك، وإلغاء "قابلية الإضافة" أو أن يكونوا مرئيين من غرباء. وعليهم أن يحرصوا على ألا يضيفوا أي شخص لا يعرفونه شخصياً، والأهم أن يتناسب عمر هذا الشخص مع عمرهم لأن الكثير من المشكلات تحصل للأطفال مع مراقبين يكبرونهم ببضع سنوات. وذلك بالتأكيد مع الحرص على ألا يضعوا صوراً غير مناسبة على حساباتهم، ولا يضعوا أيّاً من معلوماتهم الشخصية الخاصة وتنقلاتهم على تلك الصفحات .

وإن كان الفايسبوك خطراً، فإن الخطورة الكبرى تكمن في واتساب وسكايب إذ يتمتع التطبيقان بقدر أكبر من الخصوصية، لذا لا بد من ألا يضيف الأطفال على هواتفهم أرقام أشخاص لا تعرفونهم أنتم، وألا يقوموا بإرسال أية صورة شخصية لهم عبر الواتساب لأي كان. وكذلك الأمر بالنسبة للسكايب الذي يجب أن يمتنعوا عن استخدامه في غرفهم الخاصة أو في مكان لا توجدون فيه. وعليهم أن يعرفوا أن المحادثة على الفراش أو بملابس النوم أو البحر غير مناسبة، بل ممنوعة، وكذلك فإن وقت المحادثة يجب أن يكون محدوداً ويعلمكم أيضاً. ولا مانع من رقابة من فترة لفترة على الحسابات .

وبما أنه للوعي الدور الأهم في القضية، على الأهل أن يتحدثوا مع أبنائهم عن مخاطر الإنترنت وأن يخبروهم بالمشاكل الكثيرة التي تحصل ووسائل الابتزاز، وإعلامهم بخطورة أن يرسلوا صوراً خاصة ومقاطع فيديو حتى لأقرب الأشخاص لهم وكيف يمكن أن تستخدم تلك الصور في غير مكانها، وعلى الأطفال أن يعرفوا أنه في حال وقعت أية مشكلة ومهما كبرت عليهم مصارحتهم، ولا يخافوا من العقاب لكي يتمكنوا من معالجة المشكلة وهذا ما سيفعلونه عندما يدركون أنهم سينالون منكم الدعم. ولأن الكثيرين من الأهالي غير ملمين بالإنترنت وطريقة ضبطه فإن طلب مشورة متخصص غير مكلفة وتستحق العناء، ويمكن أي متخصص أن يفعل خاصية رقابة الأهل parental control بدقائق معدودات وكذلك تغيير إعدادات أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٤٨ الأربعاء ١٩ تشرين الثاني ٢٠١٤

iPad Air 2 : خارج المنافسة



يمتاز iPad Air 2 بأنه أول جهاز من آبل يملك ذاكرة عشوائية بسعة 2 جيجابايت (Apple.com)

بعد شهر على إعلان شركة آبل الجيل الجديد من أجهزتها اللوحية من سلسلة "آيباد"، يتصدر الجهاز اللوحي iPad Air 2 القائمة مقارنة بمنافسيه، لدرجة دفعت بالخصوم إلى إعلان أن لا أحد يطمح إلى مقارنة منتجاته بـ iPad Air 2

بسام القنطار

النخافة ليست الميزة الوحيدة لجهاز iPad Air 2 مقارنة بجهاز عام 2013 من آبل، شاشته بقياس 9.7 إنش وسماكة 6.1 ميليمتر، جعلته أخف باثنين وثلاثين غراماً. وتقول آبل إنها استخدمت تقنية جديدة في صنع الشاشة ألغت فيها وجود أية فراغات للهواء. وتضمنت الشاشة تغليفاً مضاداً للانعكاس قالت الشركة إنه يُستخدم للمرة الأولى في حاسب لوحي.

وبذلك يكون iPad Air 2 أقل سماكة وأخف وزناً وأكثر قوة، وهو يعتبر الجهاز اللوحي الأقل سماكة في العالم مقارنة بأي جهاز لوحي متوفر في السوق العالمية، خصوصاً منافسه جهاز الغالكسي تاب أس والذي يأتي بسماكة 6.6 ملم من العملاق الكوري الجنوبي سامسونغ.

يعمل iPad Air 2 بمعالج آبل A8X الجديد بمعمارية 64 بت، الذي تمت صناعته خصيصاً للجهاز. ويحسب آبل، يُحسن المعالج أداء الحاسب اللوحي بشكل كبير، وبخاصة في ما يتعلق بأداء الرسوميات، إذ ذكرت الشركة أنه أسرع بـ 180 مرة مقارنةً بجهاز آيباد الأول الذي أعلن في أوائل عام 2010.

تحسنت الكاميرا في iPad Air 2 بشكل كبير، إذ يحمل الجهاز كاميرا خلفية بدقة 8 ميغابكسل قادرة على تسجيل فيديو عالي الوضوح بدقة 1080p إضافة إلى تسجيل الفيديو بالحركة البطيئة، وذلك بسرعة 120 إطار في الثانية بدقة 720p. كذلك هي تحمل Image Signal Processor وهو جزء من معالج آبل الجديد A8x بمستشعر iSight وفتحة العدسة f/2.4.

النحافة جاءت على حساب عمر البطارية بتراجع ساعة وأربعين دقيقة عن النسخة السابقة

أما بالنسبة إلى الكاميرا الأمامية التي تسميها آبل باسم FaceTime HD، فقد تم تحسين الحساس الخاص بها كي تصبح أكثر قدرة بنسبة 81 في المئة على امتصاص الضوء، كذلك جرى تحسين ميزة اكتشاف الوجه وطرح ميزات برمجة خاصة بالتقاط الصور الذاتية. وهناك خصائص التصوير السريع والتصوير البانورامي وتايم لابس وما زالت الكاميرا الخلفية لا تحمل فلاش LED.

ويمتاز iPad Air 2 بحساس البصمة Touch ID والذي طرحته آبل للمرة الأولى في هاتف "آيفون 5 إس"، وهو يتيح للمستخدم إلغاء تأمين الجهاز عبر تمرير بصمة الإصبع فوق الزر الرئيسي، كما يمكن استخدام

هذه الميزة من أجل الشراء عبر الإنترنت بواسطة خدمة Apple Pay. وتتوفر نسخة "واي فاي" من iPad Air 2 بأسعار 499 و 599 و 699 دولاراً أميركياً لسعات 16 و 64 و 129 جيجابايت. في حين تتوفر نسخة الجيل الرابع LTE بأسعار 629 و 729 و 829 دولاراً لسعات 16 و 64 و 128 جيجابايت.

وتسجل مبيعات iPad Air 2 نسبة قياسية بالمقارنة بالحاسب اللوحي iPad Mini 3 والذي يحمل شاشة "ريتينا" بقياس 7.9 إنش وكاميرا بدقة 5 ميغابيكسل. ويأتي الجهاز مزوداً بحساس البصمة Touch ID ، ويبدأ سعر الجهاز بـ 399 دولاراً لنسخة الواي فاي وبسعر 529 دولاراً لنسخة LTE ويتوافر بالفضي والرمادي والذهبي. كما تستمر آبل بطرح الجيل السابق من الجهاز "آيباد ميني 2" بسعر مخفض يبدأ بـ 299 دولاراً، بينما لا يزال حاسب "آيباد ميني" الأول متوفراً للبيع بسعر 249 دولاراً. التصميم الخاص بسلسلة iPad Air لم يختلف في نسخة iPad Air 2 باستثناء بعض الفروقات وأبرزها تقنية البصمة Touch ID التي أصبحت موجودة على زر القائمة الرئيسية والتي ظهرت أول مرة مع الآيفون 5 أس ومن ثم الآيفون 6 و الآيفون 6 بلس ومع نظام iOS 8 فإن تقنية البصمة أصبحت أكثر فائدة من ذي قبل، مثل دعم التطبيقات من الطرف الثالث لهذه البصمة وخاصة الشراء عبر مواقع الأنترنت. وفي التصميم الجديد يختفي زر تحويل الجهاز إلى الصامت، إذ استعيز عنه بالتعليق على زر خفض الصوت، أو من خلال منصة أدوات التحكم Control Center كذلك يلاحظ أن هنالك مايكروفونين، الأول موجود في مكان زر تحويل الجهاز إلى الصامت والآخر موجود بجانب الكاميرا الخلفية تماماً. وهذا يعني تسجيل الصوت أثناء تصوير الفيديو. ويمتاز iPad Air 2 بأنه أول جهاز من آبل يملك ذاكرة عشوائية بسعة 2 جيجابايت، كما أن هنالك مستشعر M8 والذي يضيف مقياساً للضغط الجوي وتقنية WiFi التي تم تطويرها لتصبح 802.11ac WiFi ودعم 20 نطاقاً من شبكات الجيل الرابع حول العالم بسرعات تصل إلى 150 ميغابت بالثانية. يملك iPad Air 2 درجة الوضوح نفسها الموجودة في النسخة السابقة، وهي ما تعرف بشاشة الـ HD بدرجة وضوح 1536 في 2048 وبكثافة بيكسلات 264 بيكسل لكل أنش، ولكن الفارق الايجابي لمصلحة الاصدار الجديد، هو إزالة الفراغ الموجود ما بين الشاشة وجسم الجهاز ودمج المستشعر بالشاشة نفسها، ومن المعلوم ان هذه الميزة قد

سبقّت آبل إليها شركة مايكروسوفت من خلال جهاز مايكروسوفت اللوحي سيرفس.

ويلاحظ تحسّن ملحوظ في الأداء وسرعة عالية في عمل التطبيقات والرسومات مع معالج الرسومات بسرعة 1.5 جيجاهرتز بثلاثة أنوية وبذاكرة عشوائية 2 جيجابايت بدلاً من 1 جيجابايت ومعالج الرسومات يدعم محرك Metal. تمتاز بطارية iPad Air 2 بأنها جاءت بقدرة 7340 ملي أمبير مقارنة بـ 8600 ملي أمبير، وهذا بسبب التراجع في السماكة، لكن معالج آبل الجديد يستهلك البطارية بشكل أقل بنسبة 20 في المئة، لكن ذلك لا يلغي أن النسخة السابقة من الجهاز تعمل بطاقتها ساعة وأربعين دقيقة أكثر من النسخة الجديدة، أي أنه في حال الاستخدام المكثف للألعاب فلن تصمد البطارية أكثر من 10 ساعات وعشرين دقيقة.

تكنولوجيا

العدد ٢٤٤٨ الأربعاء ١٩ تشرين الثاني

26 November 2014

UBER :

ثورة أمبراطورية التاكسي



عندما تلاحظ "أوبر" نمطاً معيناً في تحركاتك، قد تصبح هي من يسألك عما إذا كنت تنوي الذهاب إلى مكان معين أم لا

مع (Uber أوبر)، اقتحمت التكنولوجيا عالم "التاكسي"، وأصبح انتقال الركاب من مكان لآخر بكبسة زر على هاتف ذكي، وباتت الشركة تعلم عن الركاب ما لا يعلمه أقاربهم، صانعة امبراطورية بـ 18 مليار دولار. كيف اهتز عرشها؟

حمزة حرقوص

منذ بضع سنوات، كان عالم سيارات الأجرة أو التاكسي مستقرّاً ومملاً في الوقت نفسه. وقد يفاجأ البعض أنه منذ أواخر القرن التاسع عشر، حين صنعت أول سيارة تاكسي، كان "العداد" الأوتوماتيكي حاضراً لقياس المسافة التي تقطعها السيارة بهدف احتساب الأجرة. وهذا العداد، المسمى Taximeter، هو الذي أعطى التاكسي اسمها.

تطورات جزئية

وبالتالي، إذا وضعنا تطوّر السيارة نفسها جانباً، فإن كلّ ما شهده التاكسي منذ أكثر من قرن وحتى الأعوام القليلة الماضية كان بعض التطوّرات الجزئية، فلا ثورة حقيقية على هذا الصعيد طوال قرن بأكمله. بعض ذلك التطور تجلّى في تغيير نموذج العمل من سيارّة يملكها السائق إلى شركات تشتري سيارّات وتوظّف سائقين، تضمن تدريبهم، ويمكن مراجعتها إن أخطأوا. وكذلك كان دخول الهاتف الجوّال بشري خير للمستخدمين والسائقين، إذ يؤمّن الاتصال بسهولة لمن يريد حجز سيارّة، أو لمن يستفسر عن تأخر أخرى.

لكنّ السلبيات التي يراها الناس في التاكسي بقيت هي ذاتها منذ أمد بعيد. فحجز التاكسي ما زال يتطلّب الوقوف لوقت طويل كي تمرّ سيارّة بإمكانها الذهاب إلى حيث يريد الشخص. وفي حال الاتصال لحجز سيارّة، لا يعرف الشخص أين أصبح السائق ولا متى يصل، إلّا باتصالات متكرّرة ومضنية في معظم الحالات. وعندما يجد الرّاكب ضالّته، يتبع ذلك تفاوض مع السائق حول كيفية احتساب السعر. وبعدها يبدأ امتعاض بعض الرّكاب من السيارات ذاتها أو من تهوّر بعض السائقين أو من سوء اختيارهم لما يسمّونه موسيقى أو برامج إذاعية. وفي آخر الرحلة، يأتي وقت الحساب حيث يجمع الرّاكب كلّ تلك العملات الصغيرة من جيوبه حتى يكمل المبلغ المطلوب. وإذا كانوا عدّة رّكاب تتداخل عندها حسابات المبالغ مع توافر "الفكّة" أو الـ"فراطة" عند الرّكاب والسائق.

توسّعت "أوير" مع الوقت حول العالم، ووصلت إلى بيروت في تموز الماضي التي باتت أسرع مدن الشرق الأوسط نمواً وكذلك يتداخل مبدأ إظهار المروءة والكرم مع تاريخ التعاملات السابقة بين الرّكاب. كلّ هذا قد يثمر إن وصل الشخص إلى وجهته المقصودة، وليس إلى أول المتاهة المؤدية إلى الشارع الذي يريده.

فكرة بمليارات

هذا التعقيد حلّته شركة "أوير Uber"، ونتج عن ذلك تهمينها الحالي بأكثر من 18 مليار دولار. الفكرة بسيطة وذكية في الوقت نفسه: لم تشتتر "أوير" الآلاف من السيارات بل قدّمت نفسها كوسيط بين سائق السيارة والرّاكب. يتعاقد الأوّل معها ويستخدم الثاني برنامجها على الهاتف الذكي. والنتيجة؟ يفتح الرّاكب البرنامج الذي يحدّد موقعه

تلقائياً، ثم يطلب سياراً تأخذه من ذلك المكان. بإمكانه رؤية السعر التقريبي للرحلة، ويأتيه الرد مباشرة أن هذا السائق سيأتي ليقّله في غضون دقائق محددة.

يتابع الراكب تحرك السيارة القادمة على هاتفه حتى وصولها. للسائق دافع ليحرص على أن تكون الرحلة آمنة ولطيفة لأن الراكب يستطيع أن يقيمه في ثوانٍ على البرنامج مباشرة. ويمكن للأخير أن يحدد ما يريد سماعه من موسيقى عبر هاتفه من خلال خدمة Spotify. أما حين تنتهي الرحلة، فيظهر السعر النهائي. وبضغطة على الهاتف، يتم الدفع من البرنامج نفسه.

بنت "أوير" إمبراطوريتها في عالم التاكسي وأصبح هذا العالم مرادفاً لاسمها كما يترادف اسم غوغل مع عالم البحث. وفتحت الباب لمطوري البرامج كي يتفاعلوا مع خدمات الشركة. وهذا ما زاد الأخطبوط تغلغلاً. فبات بالإمكان الحجز في مطعم ما عبر تطبيق OpenTable ، وفي الوقت نفسه حجز سيارة إلى ذلك المطعم. وكذلك استفادت شركات الطيران وشركات تقييم الرحلات، مثل TripAdvisor ، والفنادق. وحتى البرامج التي تسجل فيها مذكراتك أدخلت خياراً لكي تعرف من "أوير" أين كنت اليوم وتسجل ذلك تلقائياً.

لكل شيء

أبهر هذا المبدأ المستخدمين، وتوسّعت "أوير" مع الوقت حول العالم، ووصلت إلى بيروت في تموز الماضي، ومنذ ذلك الوقت باتت بيروت أسرع المدن التي نمت فيها الشركة في الشرق الأوسط. نموذج "أوير" تبعته شركات عالمية أخرى مثل "Lyft" و "Sidecar" وكذلك بدأت نسخ محلية أو إقليمية بالظهور، كشركة "Careem" في الشرق الأوسط مثلاً.



وينجاحها هذا، أصبحت "أوبر" فكرة وليس شركة فقط، ونحن اليوم أمام طفرة اسمها "Uber for X" ، أي "أوبر" لكل شيء. وأبسط مثال على ذلك شركة Gofor لتوصيل طائرات تصوير (درونز) إلى مكانك، تتحكم بها من هاتفك. وعلى نطاق أوسع، هذه الطفرة هي جزء من موجة أكبر في مجال الشركات الوسيطة بين الأفراد من مقدمي الخدمات من جهة وبين طالبيها من جهة أخرى. ومثال على ذلك شركة Alfred التي تربط الأشخاص بآخرين يقومون بغسل ثيابهم وكيها، أو التبضع لهم من المتاجر، أو تنظيف منازلهم. وكل ذلك يمكن إدارته من برنامج للهاتف الذكي.

غزو للخصوصية الشخصية

لكنّ التحديّ الأبرز في هذه المسيرة المتصاعدة لـ "أوبر" كان "أوبر" نفسها: لم تكن أخلاقيات الشركة في العلن على قدر المتوقّع. وهو ما أثار ضجة كبرى في الوسط التكنولوجي. أساس ذلك أنّ هذه الشركة تعرف عن تحركات المستخدمين أكثر ممّا يعرف الكثير من أعزّ أقاربهم، وربط هذه المعلومات ببعضها وإفشاؤها قد يفضح أسرار المستخدمين . أساءت الشركة رسم صورتها الإعلامية. فتارة اعتبرت أنّ من حقّها أن

تسوّق لخدماتها بعرض تحرّكات بعض المشاهير في سيّاراتها، من دون إذنهم، على الملأ. وتارة أعرب أحد مسؤوليها عن رأيه بأنّ الحلّ الأمثل لمواجهة منتقدي الشركة من الصحفيين هو في توظيف من يبحث بالمقابل عن خبايا حياتهم الشخصية ويفضحها (ومن أكثر قدرة من "أوير" نفسها في هذا المجال). حتّى أنّ الشركة خرجت بمقالة على مدوّنتها (حذفها لاحقاً) تتفاخر فيها بأنّها حلّلت "داتا" التحرّكات (دون الأسماء) لمعرفة نسبة الأشخاص الذين يستخدمون "أوير" في ليالي الجمعة أو السبت ثمّ يستخدمونها للعودة إلى منازلهم في اليوم التالي، وفي هذا تطفل رديء على تفاصيل الحياة الشخصية.



كلّ ذلك انعكس قلّة ثقة عند الكثير من المستخدمين الذين لم ترضهم اعتذارات الشركة المتكرّرة، وطالبوها بتغييرات جذرية في الإدارة. وأصبحت "أوير" المثال على أنّه عندما تُبنى امبراطورية تكنولوجية تملك معلومات الناس، فهي عرضة لتَهتَزّ بتصرف طائش. وهي دليل حيّ على أنّ المستقبل هو لمن يثق الناس في حفاظه على خصوصيتهم . وبغض النظر عمّا ستحمل السنوات المقبلة لـ "أوير" وعن تذبذب سيطرتها على هذا السوق، هناك ضرورة للتفكّر بما هو التالي في هذا العالم الذي دخلته التكنولوجيا ولن تخرج منه قريباً. برأيي، في أعلى سلّم ما يجب أن يأتي هو أبحاث جديدة تمكّن الناس من ركوب هذه السيّارات عدّة مرّات دون أن تستطيع الشركات ربط هذه الرحلات ببعضها ولا باسم الشخص.

لكن، واقعياً، ففي أغلب الأحيان يفضّل الناس المزيد من الخدمات على المزيد من الخصوصية. وبالتالي قد نرى أنّ "أوير" ومثيلاتها تتّجه إلى الاستغلال الذكي لمعلومات المستخدمين، وإلى التعاون مع شركات تملك معلومات تفيدها، كـ "غوغل" مثلاً. فعندما تتأخّر على موعدك،

الذي تعرف مفكرة "غوغل" زمانه ومكانه، قد يأتيك اقتراح بأن تذهب بواسطة "أوير" اختصاراً للوقت.

وعندما تلاحظ "أوير" نمطاً معيناً في تحركاتك، قد تصبح هي من يسألك عما إذا كنت تنوي الذهاب إلى مكان معين أم لا. المخيف فعلاً هو أن تصبح السيارات الذاتية القيادة، والتي لا تحتاج إلى سائق، خياراً لمستخدمي "أوير". عندها، قد يصبح للسائقين نذآر يغلبونه: هو اللاشيء! فمن سيكون الأقرب ليربح قلوب الركاب؟

تكنولوجيا

العدد ٢٤٥٤ الأربعاء ٢٦ تشرين الثاني ٢٠١٤



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Balkis Aminallah Nurul Mivtakh, S. Hum
Tempat/tgl. Lahir : Padang Jaya/19 Agustus 1990
Nama Ayah : Muhammad Ma'ruf, S. Pd
Pekerjaan : PNS
Nama Ibu : Budiyeem
Pekerjaan : Wiraswasta

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SDN 10 Karang Pulau, lulus tahun 2002
- b. SLTP Terbuka 1 Maesan, lulus tahun 2005
- c. MA Darul Istiqomah, lulus tahun 2008
- d. S1 UIN Sunan Kalijaga, lulus tahun 2013
- e. S2 UIN Sunan Kalijaga, lulus tahun 2015

2. Pendidikan non Formal

- a. Pondok Pesantren Darul Istiqomah, lulus tahun 2008

C. Pengalaman Mengajar

1. MTS Darul Istiqomah, tahun 2008-2009
2. TPA Baitul Makmur Janti, tahun 2013
3. Guru BAQ SD Budi Mulia Dua Pandean Sari, tahun 2013-2014
4. Tutor SPA Indonesia, tahun 2013-2015
5. TPA Al-Hidayah Demangan, tahun 2015

D. Prestasi/Penghargaan

1. Juara I lomba MTQ, desa Karang Pulau

E. Pengalaman Organisasi

1. Divisi keputrian OSDI Darul Istiqomah, tahun 2006
2. Divisi kesehatan OSDI Darul Istiqomah, tahun 2006
3. Divisi Qiroah SPBA UIN Sunan Kalijaga, tahun 2010-2011
4. Anggota Alif UIN Sunan Kalijaga, tahun 2009

F. Minat Keilmuan : Bahasa dan Sastra Arab

G. Karya Ilmiah :

1. Penelitian :
 - a. Citra Perempuan dalam Novel *Lailatun Wahidah* Karya Kuwilit al-Khuriyyi (Analisis Feminisme)
 - b. Neologi Teknologi dalam Surat Kabar Elektronik *al-Akhbar* (Analisis Morfologis dan Semantis)

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Balkis Aminallah NM, S. Hum

NIM : 1320510028