معايير تحديد القيمة الاقتصادية للغة العربية ووسائل تعزيزها فى السوق الدولية للغات

د . رضا فتحي علي المنسي

أستاذ الاقتصاد والمالية العامة المساعد / جامعة شقراء

دكتوراه الاقتصاد والمالية العامة/ جامعة المنصورة

ملخص البحث

لفت البحث الانتباه إلى بعد جديد لا يمكن الحفاظ على اللغة العربية إلا بتفعيله وهو القيمة الاقتصادية لهذه اللغة، وأثبت أن الواقع الراهن يعكس ترتيباً متأخراً للغة العربية فى « قائمة الشروط الاقتصادية « رغم ترتيبها المتقدم فى « قائمة المعايير الثقافية « . وقد حرص البحث من أجل الوصول إلى ذلك على توضيح ملامح وحدود القيمة الاقتصادية للغة العربية، والتعرف على أسباب ومظاهر المفارقة القائمة بين قيمتها الثقافية المرتفعة وقيمتها الاقتصادية المنخفضة، وتحديد عوامل تعزيز القيمة الاقتصادية لهذه اللغة فى السوق الدولية للغات.

سيكون البحث بلا شك نواة لفك عقدة الاستغراب تجاه هذه النوعية من الدراسات الجديدة والهامة فى الوقت نفسه. ولا يعني ذلك أن البحث حاول تفسير كل شيء بناءً على مبدأ واحد، فالاختزال الاقتصادي لم يكن مقصوداً، وإنما المقصود تعويد أنفسنا على النظر من منظور آخر ليس من أجل الترف العلمي ولكن للأهمية العملية لهذا المنظور. ومن هنا يدعو البحث إلى تشكيل رؤية جديدة للحفاظ على اللغة العربية وتطويرها ونشرها تتمثل فى العمل على رفع قيمتها الاقتصادية فى السوق الدولية للغات وعدم الاقتصار على التغني بقيمتها الثقافية المرتفعة.

وتطرق البحث إلى الدور الهام للحكومات فى دعم القيمة الاقتصادية للغة العربية من خلال عدم ترك اللغة كلية للقطاع الخاص وآليات السوق الحرة التي وإن كانت تصلح للسلع التقليدية إلا أنها تفضي باللغة العربية إلى خطر مؤكد. فالاستثمار فى اللغة يحتاج من أجل تطويرها للسير فى أحيان كثيرة ضد منطق السوق إذا كان لا يعد بتحقيق ربح ولكنه هام من أجل صقل اللغة وتحسينها. ولن يقوم بالاستثمار فى هذه الحالة إلا الدولة. فرغم أن كاتب البحث من مناصري السوق الحرة « المنضبطة « إلا أن بحثه الماثل يخلص إلى قناعة مؤداها ضرورة تدخل الدولة فى سوق اللغة.

Research Summary

Criteria for determining the economic value of the Arabic language and means of promoting it in the international language market

Dr . Reda Fathi Ali El-Mansi

Search drew attention to a new dimension cannot be maintained on the Arabic language, which only enabled this economic value of this language, and it proved that the current reality reflects the late arrangement of the Arabic language in the "list of economic conditions," despite advanced arranged in a "cultural norms" list. The research was keen for access to it to illustrate the features and limitations of the economic value of the Arabic language, and to identify the causes and manifestations of the paradox between the high cultural value of low economic value, and determining enhance the economic value of this language in the international market for Languages factors.

Search will undoubtedly break the nucleus surprising knots towards this kind of new and important studies at the same time. That does not mean that research tried to explain everything based on one principle. Economic reductionism was not intentional, but rather is intended to accustom ourselves to consider from another perspective rather than for scientific luxury but the practical importance of this perspective. Hence the search for the formation of a new vision to preserve the Arabic language, development and dissemination is to work on the lifting of economic value in the international market for languages and not only the cultural mantras at their high calling.

Turning research into the important role of governments in supporting the economic value of the Arabic language through The role of governments in the need not to leave the Language Faculty of the private sector and free market mechanisms which, although they serve traditional sting but they lead in Arabic to the uncertain risk. Investing in language needs in order to develop them to walk often against the logic of the market if it is not a profit but important in order to refine the language and improved. The investment will not in this case, but the state. Although the Starter search of supporters of the free market "disciplined" but that his research concludes that lies to the conviction of the need for the effect of state intervention in the language market.

المقدِّمة

أصبحت دراسة الظواهر الاقتصادية فى أجواء العلوم الأخرى ودراسة التحليل الاقتصادي لهذه العلوم مسألة مُثيرة للاهتمام بقدر ما هي مُثيرة للاستغراب، ويندرج موضوع هذا البحث ضمن هذه الحقول. فاقتصاديات الصحَّة واقتصاديات التعليم واقتصاديات الثقافة واقتصاديات اللغة ... الخ تُعدُّ ميلادًا جديدًا لمخاض عسير من فرضيات شقَّت طريقها بصعوبة نحو إثبات وجودها وصحَّتها، كما أثارت فى البداية شكوكًا وتساؤلات إلى أن استقرَّت نظريات تحتضن هذه العلوم المُستحدثة.

وقد كثرت فى الآونة الأخيرة دعوات الحفاظ على اللغة العربية. وتستند هذه الدعوات فى معظمها إلى دعوات عاطفية تُكثر من الثناء على جماليات لغة الضاد باعتبارها لغة القرآن الكريم. ويلفت هذا البحث الانتباه إلى بُعد جديد لا يُمكن الحفاظ على اللغة العربية إلا بتفعيله، وهو القيمة الاقتصادية لهذه اللغة. فإذا كانت دعوات المُحافظين على اللغة العربية لا تهتمُّ إلا بإطراء وتمجيد الترتيب المُتقدِّم للغة العربية فى « قائمة المعايير الثقافية » ، فإنَّ هذا البحث يلفت النظر إلى أنَّ الحفاظ على اللغة العربية لا يكون فعَّالًا إلا بتفعيل البُعد الاقتصادي من خلال العمل على رفع قيمتها الاقتصادية فى السوق الدولية للغات، وتوافُق ترتيبها فى « قائمة الشروط الاقتصادية » مع تصنيفها فى « قائمة المعايير الثقافية » . وسيُثبت البحث أنَّ الواقع الراهن يعكس ترتيبًا مُتأخِّرًا للغة العربية فى « قائمة الشروط الاقتصادية » رغم ترتيبها المُتقدِّم فى « قائمة المعايير الثقافية » .

إنَّ هذا البحث غير معنيٍّ بالخوض فى مسألة قيمة اللغة العربية من ناحية كونها لغة ذات خصائص مُتميِّزة تتمثَّل فى ثراء

مُفرداتها وغنى تراكيبها وجمالية تعبيرها وقدسيتها بوصفها لغة القرآن الكريم، أو من ناحية دورها التاريخي الحضاري القديم، ومن ثَمَّ صلاحيتها لكلِّ زمانٍ ومكان، فهذه أمور بديهية مُتَّفَق عليها. وتتمثَّل إشكالية البحث فى المُفارقة القائمة بين القيمة الثقافية المُرتفعة للغة العربية وقيمتها الاقتصادية المُنخفضة فى السوق الدولية للغات.

ويقوم البحث على عددٍ من الفروض وهي:

١- اللغة العربية لها قيمة اقتصادية يُمكن تحديدها وقياسها.

٢- اللغة العربية لها سوق، ولكنَّها تختلف من عدَّة جوانب عن أسواق السلع التقليدية.

٣- انخفاض القيمة الاقتصادية للغة العربية فى السوق الدولية للغات مُقارنة بلغات أقل حجمًا فى جماعتها اللغوية.

٤- تُوجد وسائل مُحدَّدة يُمكن من خلالها تعزيز ورفع القيمة الاقتصادية للغة العربية فى السوق الدولية للغات.

إنَّ إدخال اللغة فى الدراسات الاقتصادية فى البلاد العربية هو أمرٌ غريب وجديد، ولكنَّه فى الوقت نفسه هامٌ ناهيك عن أنَّه مُمتع. « فهناك حقيقة هامَّة تجدر الإشارة إليها، وهي أنَّ البحوث والدراسات فى اقتصاد اللغة تكاد تكون مُنعدمة فى الدول النامية، رغم أنَّ الاهتمام بهذا المجال قد بدأ قبل ثلاثة عقود تقريبًا فى العديد من الدول المُتقدِّمة، ولا تزال البحوث والدراسات فى هذا المجال تتزايد باطراد، والدليل على ذلك إنشاء مجموعات بحثية لدى مُختلف أقسام الاقتصاد فى الجامعات ومراكز البحوث فى هذا الموضوع[١] ".

وإذا كان البحث يتناول فكرة جديدة على ساحة الأدب الاقتصادي فى الدول العربية، إلا أنَّه لا يُحاول تفسير كلِّ شيء بناءً على مبدأ واحد، فالاختزال الاقتصادي لم يكن مقصودًا، وإنَّما المقصود تعويد أنفسنا على النظر من منظور آخر ليس من أجل الترف العلمي ولكن للأهمية العملية لهذا المنظور.

وسينهج البحث -كي يُوضِّح إشكاليته ويُثبت صحة فروضه- مزيجًا من المنهجين الاستنباطي والاستقرائي. ويتمثَّل دور المنهج الاستنباطي فى السعي نحو توضيح ملامح وحدود القيمة الاقتصادية للغة العربية فى ضوء أدبيات اقتصاد اللغة، أمَّا دور المنهج الاستقرائي فيتمثَّل فى استقراء واقع اللغة العربية؛ للوصول إلى بناء نظري يتعلَّق بملامح وخصائص سوق اللغة العربية ووسائل تعزيز قيمتها الاقتصادية.

وسيتمُّ تقسيم البحث إلى ثلاثة مباحث: نتناول فى الأوَّل: معايير تحديد القيمة الاقتصادية للغة العربية، وفي المبحث الثاني: نسعى إلى تحديد ملامح وخصائص سوق اللغة العربية، أمَّا المبحث الثالث: فيتناول وسائل تعزيز القيمة الاقتصادية للغة العربية فى السوق الدولية للغات.

(١) محمد مراياتي، « تأثير اللغة فى النمو الاقتصادي والاجتماعي فى الدول العربية »، ٢٠٠٦، ص: ١.

المبحث الأوَّل
معايير تحديد القيمة الاقتصادية للغة العربية

يُمكن وصف الشيء بأنَّ له قيمة اقتصادية إذا أمكن للاقتصاد أن يصفه ويقيسه. واللغة ليست قيمة فى حدِّ ذاتها، وإنَّما تنطوي على قيمة. فهي أداة تنطوي على تسهيل تلبية خيارات الأفراد وتوسيع مجال الفعل لديهم. فإذا كانت النقود وسيط التبادل فإنَّ اللغة تُسهل التبادل؛ وبالتالي تُضيف اللغة قيمة إلى حائزيها تحتاج إلى وضع معايير لتحديدها(١).

ويُبيِّن « لينين » صلة اللغة بتشكيل الكيان الواحد للمجتمع عن طريق إسهامها فى اقتصاد السوق، وتمكين الأمَّة من عمليات البيع والشراء والأخذ والعطاء، قائلًا: « اللغة هي الأداة الأساسية للتعامل الإنساني، ووحدة اللغة وتطوُّرها هو أحد الظروف الأكثر أهمية من أجل تعامُل تجاري حرٍّ بالفعل وواسع النطاق على المستوى الذي تتطلَّبه الرأسمالية الحديثة، ومن أجل التجميع الحرِّ والعريض لكلِّ السكان من مختلف الطبقات، وأخيرًا من أجل إقامة ارتباط بين السوق وكلِّ مالك كبيرًا كان أو صغيرًا بائعًا أو مُشتريًا »(٢).

وتُعدُّ مسألة القيمة من المسائل التي تعرَّضت لاختلافات فى الرؤى بين المذاهب والمدارس الاقتصادية المُختلفة، كما تعرَّضت لتطوُّرات تاريخية منذ « آدم سميث » مرورًا بالنيوكلاسيك إلى أن استقرَّت فى معناها المعاصر « بالثمن السوقي » . ونحتاج لفهم قيمة اللغة إلى العودة إلى الجذور، ومُحاولة فهم هذه القيمة من خلال تمييز « آدم سميث » بين قيمة الاستعمال وقيمة المُبادلة:

أوَّلًا: قيمة استعمال اللغة:

كما أنَّ قيمة استعمال التفاحة تتمثَّل فى المنفعة التي تمنحها لآكلها، فإنَّ قيمة استعمال اللغة تعني منفعتها بالنسبة لحائزيها. وتأتي منفعة اللغة من كون الاتصال بالآخرين مسألة هامَّة جدًا بالنسبة للأفراد، وتُعدُّ اللغة إلى حدٍّ بعيد نظام الاتصال

(١) انظر فى معنى ذلك:

Conard (Andrew W.) & Fishman (Joshua A.), " English as aWorld Language: The Evidence ", 1977, pp. 4 FF.

(٢) لينين، ملاحظات انتقادية حول المسألة الاقتصادية، ٢٠٠٦، ص: ١-٢.

الأكثر كفاءة الموجود تحت تصرُّف البشر أو بالأحرى الذي اخترعه البشر. وقد فهم المُستشار الألماني الأسبق (ويلي براندت) ذلك فقال: « إذا أردتُ أن أبيعـك بضاعتي يجب أن أتحدَّث لغتـك، وإذا أردتَ أن تبيعني بضاعتـك فعليك أن تتحدَّث بالألمانيـة »[١].

واللغة بوصفها لغة أُمًا Primary Language لها قيمة استعمال بالنسبة لجماعتها اللغوية تفوق قيمة الاستعمال لأيَّة لغة أخرى، مهما كان صغر حجم الجماعة اللغوية لهذه اللغة؛ لأنَّها تُعبِّر عن ذات وهوية الجماعة وتاريخها وثقافتها. ومن هنا لا مجال للمُقارنة بين قيمة الاستعمال للغة الأُمِّ وقيم الاستعمال لغيرها من اللغات الأجنبية، فاللغة الأُمُّ لها قيمة استعمال لا نظير لها بالنسبة لجماعتها اللغوية أيًا كان عدد أفراد هذه الجماعة وأيًا كان وضع قيمتها التبادُلية فى السوق الدولية للغات.

وتتوقَّف قيمة استعمال لغة ما على عاملين هما: مجال اللغة، ومحتواها:

١- مجال اللغة:

مجال اللغة هو عدد مُتكلِّميها. فكلَّما زاد عدد الأفراد الذين يُمكن أن يتفاعل معهم الفرد عن طريق لغة ما كلَّما ازدادت منفعتها لهذا الفرد؛ لأنَّ كلَّ مُتكلِّم يزيد من مجمل التفاعلات المفيدة المُمكنة؛ ومن ثَمَّ تُوجد علاقة طردية بين حجم الجماعة اللغوية وقيمة الاستعمال للغتها.

وتجد هذه العلاقة ترجمتها عند وجود جماعتين لغويتين مُتجاورتين أ ، ب. فبافتراض أنَّ حجم الجماعة اللغوية للجماعة (أ) أكبر من حجم الجماعة اللغوية للجماعة (ب) فإنَّ عدد الأفراد من الجماعة (ب) الذين سيتعلَّمون لغة الجماعة (أ) سيكون أكبر من عدد الأفراد من الجماعة (أ) الذين سيتعلَّمون لغة الجماعة (ب). ففي دولتي ألمانيا وهولندا مثلًا نجد أنَّ عدد الأفراد الهولنديين الذين يتحدَّثون الألمانية أكبر من عدد الأفراد الألمان الذين يتحدَّثون الهولندية[٢].

ويكون هذا التفسير أكثر وضوحًا بالنظر إلى الجماعات اللغوية الصغيرة. فالجماعة اللغوية التي تتكوَّن من فردين تُتيح لكلِّ واحد منهما تبادُلًا لغويًا مع مُتكلِّم واحد آخر. والجماعة المُكوَّنة من ثلاثة أفراد تُمكِّن كلَّ فرد من الاختيار بين مُتكلِّمَيْن آخرين. والجماعة اللغوية المُكوَّنة من عشرة مُتكلِّمين تعني تسعة مُتحدِّثين مُمكنين

(١) سعيد أحمد بيومي، « اللغة العربية والنشاط الاقتصادي »، ٢٠٠٦، ص: ١.

(٢) لمعرفة المزيد من الأمثلة عن هذه المعادلة لجماعات لغوية مُتجاورة انظر:
Lazear (Edward P.), " Culture and Language ", 1999, pp. 97 FF.

لكلِّ فرد ... وهكذا. والاتصال اللغوي يخدم أغراضًا مُتنوّعة من بينها إقامة علاقات اقتصادية، والفُرص لعضو جماعة لغوية من عشرة أفراد تكون أفضل من فُرص عضوي جماعة لغوية من فردين؛ أي: أنَّ لغة العشرة أكبر منفعة لأفراد جماعتها اللغوية من لغة الاثنين لفردي جماعتها اللغوية.

جدول رقم (١)

حجم الجماعة اللغوية كلغة أُمٍّ وعدد الدول الناطقة

لأكبر عشر لغات فى العالم فى عام ٢٠١٨

م	اللغة	عدد الدول الناطقة بها	حجم الجماعة اللغوية بالمليون
١	الصينية	٣٧	١٢٨٤
٢	الإسبانية	٣١	٤٣٧
٣	الإنجليزية	١٠٦	٣٧٢
٤	العربية	٥٧	٢٩٥
٥	الهندية	٥	٢٦٠
٦	البنغالية	٤	٢٤٢
٧	البرتغالية	١٣	٢١٩
٨	الروسية	١٩	١٥٤
٩	اليابانية	٢	١٢٨
١٠	لغة الأردو	٦	١١٩

Source: Matt Rosenberg, " Top 10 Most Popular Languages, 2018.

جدول رقم (٢)

حجم الجماعة اللغوية كلغة أُمٍّ

لأكبر عشر لغات فى العالم فى عام ٢٠٠٩

م	اللغة	عدد المتحدثين كلغة أم
١	الصينية*	٩٣٧,١٣٢,٠٠٠
٢	الإنجليزية	٣٢٢,٠٠٠,٠٠٠
٣	الإسبانية	٣٣٢,٠٠٠,٠٠٠
٤	الروسية	١٧٠,٠٠٠,٠٠٠
٥	الفرنسية*	٧٩,٥٧٢,٠٠٠
٦	البرتغالية	١٧٠,٠٠٠,٠٠٠
٧	العربية*	١٧٤,٩٥٠,٠٠٠
٨	البنغالية	١٨٩,٠٠٠,٠٠٠
٩	الهندية	١٨٢,٠٠٠,٠٠٠
١٠	اليابانية	١٢٥,٠٠٠,٠٠٠

* اللغات الصينية والفرنسية والعربية بلهجاتها المختلفة.

Source: The Summer Institute for Linguistics (SIL) Ethnologue Survey 1999)).فوفقًا للجدول رقم (١) تكون اللغة الإنجليزية أعلى قيمة استعمال بالنسبة لجماعتها اللغوية كلغة أُمٍّ من اللغة العربية بالنسبة لجماعتها اللغوية؛ لأنَّ حجم الجماعة اللغوية للغة الإنجليزية أكبر من حجم الجماعة اللغوية للغة العربية. فبمُقارنة اللغة كلغة أُمٍّ بالنسبة لجماعتها اللغوية بغيرها من اللغات بالنسبة للجماعة نفسها فإنَّ لغة الأُمِّ تكون لها قيمة استعمال لا نظير لها؛ لأنَّها تُعبِّر عن هوية هذه الجماعة وانتمائها إلى المجتمع الإنساني. فاللغة العربية كلغة أُمٍّ بالنسبة لجماعاتها اللغوية تكون أعلى قيمة استعمال من اللغة الإنجليزية بالنسبة للجماعة اللغوية للغة العربية، رغم أنَّ حجم الجماعة اللغوية للغة الإنجليزية أكبر من حجم الجماعة اللغوية للغة العربية. ومن هنا نستطيع أن نخلص إلى أنَّ الفروق

بين قيم الاستعمال للغات المُختلفة لا تظهر إلا بمقارنة الجماعات اللغوية بعضها ببعض بالنسبة للغة كلِّ جماعة، وليس مقارنة اللغات المختلفة بالنسبة لجماعة لغوية واحدة.

وبمقارنة البيانات الورادة فى الجدولين (١) و (٢) نجد أنَّ اللغة العربية حازت ترتيبًا متقدمًا كلغة أُمٍّ فى عام ٢٠١٨ مقارنة بعام ٢٠٠٩، فى حين تأخَّر ترتيب اللغة الإنجليزية.

وتظهر مسألة « لغز القيمة » فى اللغة بشكل أكبر. فقيمة الاستعمال للغة بالنسبة لجماعتها اللغوية كقيمة استعمال الماء بالنسبة للإنسان، رغم أنَّ القيمة التبادُلية للماء فى السوق لا تكاد تُذكر. فالقيمة التبادُلية للغة جماعتها اللغوية تتكوَّن من فردين تكاد تكون معدومة، إلا أنَّ قيمة استعمالها بالنسبة لجماعتها اللغوية كقيمة استعمال الماء بالنسبة للإنسان.

وتخضع قيمة استعمال اللغة مثلها مثل السِّلَع التقليدية لقانون تناقص المنفعة الحَدِّيَّة. فالمنفعة الحَدِّيَّة التي ينالها فردان لجماعة لغوية تتكوَّن منهما فقط من انضمام فرد ثالث إليهما تكون أكبر من المنفعة الحَدِّيَّة التي تعود عليهما من انضمام فرد رابع، وهكذا. وبذلك فإنَّ المنفعة الكلية التي تعود على الجماعة اللغوية ككلٍّ من انضمام فرد جديد تزيد بطريقة تناقصية؛ وبالتالي فإنَّ تأثير حجم الجماعة اللغوية على قيمة الاستعمال للغة يتناقص بازدياد عدد مُتكلِّمي هذه اللغة. وبذلك يكون الفرق فى قيمة اللغة الاستعمالية بين جماعة لغوية تتكوَّن من ١٠٠ ألف فرد وجماعة لغوية تتكوَّن من مليون فرد، يكون أكبر أهمية من الفرق بين جماعة لغوية تتكوَّن من مليون فرد وجماعة لغوية تتكوَّن من عشرة ملايين فرد رغم أنَّ النسبة بين الجماعتين فى الحالتين واحدة وهي ١ : ١٠. ومن هنا تكون الفائدة التي تعود على الجماعة اللغوية للغة العربية من انضمام فرد جديد تكون أكبر من الفائدة التي تعود على الجماعة اللغوية للغة الإنجليزية من انضمام فرد جديد إليها؛ لأنَّ الجماعة اللغوية للغة العربية أصغر من الجماعة اللغوية للغة الإنجليزية. ولا ينطبق ذات المبدأ بالضرورة على الفرد المنضمِّ للجماعة اللغوية ذاته والذي يكتسب اللغة باعتبارها لغة ثانية؛ لأنَّ المنفعة التي تعود عليه من اللغة ترتبط بعوامل مُتعدِّدة خلاف حجم الجماعة اللغوية والتي من أهمِّها القيمة الاقتصادية للغة على النحو الذي سنتناوله فيما بعد.

٢- مُحتوى اللغة:

فى الواقع لا يتمُّ ترجمة كلِّ شيء إلى أيَّة لغة؛ وبالتالي لا نستطيع أن نتكلَّم عن كلِّ شيء فى كلِّ اللغات. ويرجع ذلك إلى التفاوت النسبي فى مُحتوى اللغات وثرائها اللغوي وتلبيتها لوظائف الاتصال المُتطوِّرة؛ وبالتالي تفاوت القيمة الاستعمالية لها.

ويَعتبر الدكتور يوسف الحوراني اللغة العربية هي أفضل نظام لغوي لدراسة دور اللغة فى تنظيم ذهن الفرد باعتبارها الوريث الشرعي للغتين السامية والأكادية، حيث يرى أنَّ اللغة العربية جاءت وارثة لمجموع التجارب اللغوية لدى الساميين الغربيين الشماليين من فينيقيين وآراميين، بدءًا من « أضنة « فى الشمال حتى الحجاز فى الجنوب. كما هي الوارثة للنظام الذهني اللغوي للأكاديين، ما دامت قواعد اللغة الأكادية موجودة بمُجملها ضمن قواعد اللغة العربية. وما هو زيادة أو دقَّة فى العربية ليس سوى نتاج تطوُّر استمرَّ بعد توقُّف الأكادية. وانتظام اللغة العربية فى القالب الأكادي كان مُوائمًا لمُفرداتها من حيث الصرف والنحو وروابط الجملة وعلائقها بالضمائر. ووفق هذا القالب كانت الأكثر انضباطًا وخبرة تطوُّرية بين رفيقاتها الساميات، سواء منها الشرقية أو الغربية. وما امتازت به من فصاحة والتزام بحركات الإعراب، يحملنا على الافتراض بأنَّها كانت تلتزم الحركات المقطعية الأكادية؛ لأنَّ المقطعية وحدها كانت تُلزم الكاتب بالمُحافظة على الحركات الصوتية، بينما الأبجدية كانت تترك للقارئ تقدير هذه الحركات ومعها حركات المدِّ التي لا تُكتب بدورها فى النصوص الأبجدية القديمة لدى الساميين[١].

وفي الواقع فإنَّ وراثة اللغة العربية للغات السامية واللغات الأكادية يجعل لها قيمةً ثقافية مُرتفعة، وفي تصوُّرنا أنَّ للغة العربية قيمةً ثقافية لا نظير لها فى اللغات الأخرى؛ لأنَّها اللغة التي استوعبت كلام اللّه -عزَّ وجلَّ-، وتكفَّل بحفظها بحفظه للقرآن الكريم. ولكن ترتبط قيمة الاستعمال للغات ليس بقيمتها الثقافية بقدر ارتباطها بقُدرة اللغة واستيعابها لمُتطلبات الاتصال الحديث والمُتطوِّرة. فاللغة العربية وإن كانت فى تصوُّرنا أعلى قيمة ثقافية من اللغة الإنجليزية، إلا أنَّ الأخيرة تمنح حائزيها منفعة أكبر لاستحداث اللغة الإنجليزية لمُفردات تُواكب التطوُّرات العلمية والتكنولوجية والاتصالية، وهو ما يجعلها لغة مرنة ومُتطوِّرة، وهو ما تفتقده اللغة العربية إلى حدٍّ كبير.

(١) د/ يوسف الحوراني، « حصار اللغة العربية «، ٢٠٠٢، ص: ٣٤.

ولا ترتبط مُرونة اللغة وتطوُّرها وبالتالي ثراء مُحتواها باللغة ذاتها بقدر ارتباط ذلك بمدى التطوُّر العلمي والتكنولوجي لجماعتها اللغوية، وإلا فاللغة العربية فى ذاتها من أكثر اللغات قُدرة على التطويع. وستظلُّ الفجوة بين اللغتين العربية والإنجليزية من ناحية ثراء المحتوى وتطوُّره مُستمرَّة طالما ظلَّت الفجوة العلمية والتكنولوجية بين جماعتي اللغتين قائمة. وهي الفكرة نفسها التي يطرحها صمويل هنتنغتون فى كتابه « صدام الحضارات » من أنَّ توزيع اللغات وتزايد انتشارها أو تناقُصه مُرتبط بتوزيع القُوى[١]. ولا يُؤدِّي التعريب - فى تصوُّرنا - إلى محو هذه الفجوة أو حتى تقليصها، ولكن يُمكن وصف دوره بأن يجعل اللغة العربية تسير لاهثة خلف اللغة الإنجليزية مع استمرارية الفجوة. ومع ذلك لن يقوم التعريب بهذا الدور الضعيف إلا بفهمه كما فهمه الدكتور كمال بشر[٢]* عندما قال: بأنَّ التعريب الذي نقصده فى المجمع هو تعريب الفكر. علينا أن نُفكِّر فى المواد العلمية تفكيرًا عربيًا. فإذا فكَّرت عربيًا أخرجت الكلام عربيًا كتابة ونُطقًا[٣].

ثانيًا: القيمة الاقتصادية للغة:

بداية نُشير إلى أنَّ قيمة اللغة تكمن فى أنَّها أحد الجوانب التي تُعزِّز من نموِّ رأس المال البشري الذي أصبح يُمثِّل الركيزة الأساسية للتنمية فى العصر الحديث. وإذا كان رأس المال المادي يُستهلك بالاستعمال فإنَّ رأس المال البشري ينمو ويزداد بالاستعمال، فاللغة تتميَّز بارتفاع قيمتها بزيادة استعمالها[٤].

ونعني بالقيمة الاقتصادية للغة قيمتها السوقية أو التبادُلية. فالقيمة الاقتصادية للغة هي قيمة هذه اللغة بالمقارنة باللغات الأخرى فى الأسواق المختلفة. فإذا كانت قيمة استعمال اللغة العربية لا تجد مجالها إلا بالمقارنة بين جماعتين لغويتين مُختلفتين، فإنَّ القيمة الاقتصادية للغة لا تجد مجالها إلا فى حالة كونها لغة أجنبية Secondary Language يتمُّ طلبها من قِبَل الآخرين؛ أي: لا يتمُّ الحديث عن القيمة الاقتصادية إلا فى سوق تعلُّم اللغة الأجنبية، وهو السوق الدولية للغات.

(١) صمويل هنتنغتون، صدام الحضارات، ١٩٩٩، ص: ٩٨- ١٠٦.
(٢) الأمين العام الأسبق لمجمع اللغة العربية بمصر.
(٣) د/ كمال بشر، « لغتنا العربية .. إلى أين؟ »، ٢٠٠٢، ص: ١١.
(٤) د/ محمود محمد الدمرداش، « اللغة العربية والتوجُّه نحو اقتصاد قائم على المعرفة : الفرص والتحديات »، ندوة « اللغة العربية والعلوم » بمناسبة اليوم العالمي للغة العربية ، كلية التربية – جامعة شقراء، (المملكة العربية السعودية: الدوادمي ٢٠١٥).

جدول رقم (٣)

حجم الجماعة اللغوية كلغة أُمٍّ وكلغة ثانية وكإجمالي

لأكبر عشر لغات فى العالم فى عام ٢٠٠٩

م	اللغة	عدد المتحدثين كلغة أم	عدد المتحدثين كلغة ثانية	عدد المتحدثين الإجمالي
١	الصينية*	٩٣٧,١٣٢,٠٠٠	٢٠,٠٠٠,٠٠٠	٩٥٧,١٣٢,٠٠٠
٢	الإنجليزية	٣٢٢,٠٠٠,٠٠٠	١٥٠,٠٠٠,٠٠٠	٤٧٢,٠٠٠,٠٠٠
٣	الإسبانية	٣٣٢,٠٠٠,٠٠٠	٢٠,٠٠٠,٠٠٠	٣٥٢,٠٠٠,٠٠٠
٤	الروسية	١٧٠,٠٠٠,٠٠٠	١٢٥,٠٠٠,٠٠٠	٢٩٥,٠٠٠,٠٠٠
٥	الفرنسية*	٧٩,٥٧٢,٠٠٠	١٩٠,٠٠٠,٠٠٠	٢٦٩,٥٧٢,٠٠٠
٦	البرتغالية	١٧٠,٠٠٠,٠٠٠	٢٨,٠٠٠,٠٠٠	١٩٨,٠٠٠,٠٠٠
٧	العربية*	١٧٤,٩٥٠,٠٠٠	٢١,٠٠٠,٠٠٠	١٩٥,٩٥٠,٠٠٠
٨	البنغالية	١٨٩,٠٠٠,٠٠٠		١٨٩,٠٠٠,٠٠٠
٩	الهندية	١٨٢,٠٠٠,٠٠٠		١٨٢,٠٠٠,٠٠٠
١٠	اليابانية	١٢٥,٠٠٠,٠٠٠	٨,٠٠٠,٠٠٠	١٣٣,٠٠٠,٠٠٠

* اللغات الصينية والفرنسية والعربية بلهجاتها المختلفة.

Source: The Summer Institute for Linguistics (SIL) Ethnologue Survey (1999).

وبالنظر إلى الجدول رقم (٣) نجد أنَّ عدد المُتحدِّثين الإجمالي للغة لا يعكس بالضرورة انتشارها كلغة أجنبية (ثانية) فى السوق الدولية للغات. فاللغة الصينية وإن كانت فى المرتبة الأولى عالميًا وفقًا لعدد المُتحدِّثين الإجمالي لها، إلا أنَّها تأخَّرت إلى المرتبة السادسة من ناحية طلب الآخرين من غير جماعتها اللغوية عليها كلغة أجنبية. كما يتبيَّن من الجدولين أنَّ عدد المُتحدِّثين باللغة كلغة أُمٍّ لا يُمثِّل عاملًا حاسمًا من عوامل تعزيز القيمة الاقتصادية للغة، فرغم أنَّ اللغة الصينية هي الأولى عالميًا من حيث عدد المُتحدِّثين بها كلغة أُمٍّ إلا أنَّ قيمتها الاقتصادية التي تظهر من طلب الآخرين عليها كلغة أجنبية تأخَّرت كثيرًا مُقارنة بغيرها من اللغات.

وهنا يُمكن وضع حدود بين قيمة الاستعمال للغة والقيمة الاقتصادية لها، فقيمة الاستعمال للغة باعتبارها لغة أُمًا كما تبيَّن تتناسب تناسُبًا طرديًا مع عدد المُتحدِّثين بها كلغة أُمٍّ، وتزيد بمُعدَّل مُتناقص وفقًا لقانون تناقُص المنفعة الحَدِّيَّة مع كلِّ مُتحدِّث جديد، كما أنَّ قيمة الاستعمال للغة باعتبارها لغة أُمًا تكون أكبر من قيمة الاستعمال لأيَّة لغة أخرى باعتبارها لغة ثانية أيًا كان الفارق فى عدد المُتحدِّثين بين اللغتين. أمَّا مجال القيمة الاقتصادية للغة فلا يظهر إلا باعتبارها لغة أجنبية. ولا تعكس القيمة الاقتصادية للغة بالضرورة قيمة الاستعمال لها، ولا تُمثِّل عوامل تحديد قيمة الاستعمال للغة بالضرورة عوامل تحديد للقيمة الاقتصادية لها:

١- فاللغتان الإنجليزية والعربية وإن كان ترتيبهما الثاني والسادس على الترتيب من ناحية عدد المُتحدِّثين بهما باعتبار كلٍّ منهما لغة أُمًا، والثاني والسابع من حيث عدد المُتحدِّثين الإجمالي بهما، إلا أنَّ هذا الترتيب يتغيَّر عند النظر إليهما من ناحية طلب الآخرين عليهما كلغة أجنبية إلى المركزين الأوَّل والخامس على الترتيب، ويظهر هذا الفارق بشكل كبير كما أوضحنا منذ قليل بالنسبة للغة الصينية. ومن هنا تكون فُرص القيمة الاقتصادية للغتين الإنجليزية والعربية التي ترتبط بعدد المُتحدِّثين بهما كلغة أجنبية حاليًا أعلى من فُرص قيمة الاستعمال لهما والتي ترتبط بحجم جماعتهما اللغوية الإجمالي. ويختلف الوضع كثيرًا بالنسبة للغة الصينية، حيث لا تعكس القيمة الاقتصادية المُنخفضة لها فى سوق اللغات الأجنبية قيمة الاستعمال المُرتفعة لها المرتبطة بعدد المُتحدِّثين الإجمالي لها. وكلُّ ذلك يُبيِّن أنَّ عوامل تحديد القيمة الاقتصادية للغة ما تختلف عن عوامل تحديد قيمة الاستعمال لهذه اللغة.

٢- بمقارنة اللغتين الإنجليزية والعربية نجد أنَّ عدد المُتحدِّثين بهما كلغة أُمٍّ هو ٣٢٢ مليون و ١٧٤ مليون على الترتيب؛ أي: أنَّ الفارق بينهما هو ٤٦٪، فى حين نجد أنَّ عدد المُتحدِّثين بهما كلغة أجنبية هو ١٥٠ مليون و ٢١ مليون على الترتيب؛ أي: أنَّ الفارق بينهما هو ٨٦٪، وهو ما يدلُّ على أنَّ الفارق بين اللغتين كلغة أجنبية أكبر من الفارق بين اللغتين كلغة أُمٍّ، وهو ما يُشير إلى حظِّ اللغة الإنجليزية الأوفر من اللغة العربية فى السوق الدولية للغات وهو ما يُؤشِّر لارتفاع القيمة الاقتصادية للأولى عن الثانية.

ونخلص ممَّا سبق إلى أنَّ عدد المُتحدِّثين الإجمالي للغات المُختلفة لا يُؤشِّر بالضرورة على التفاوت بين اللغات المُختلفة من ناحية قيمتها الاقتصادية فى السوق

الدولية للغات، وأنَّ عوامل تحديد قيمة الاستعمال للغة ما – خاصة عدد المُتحدِّثين الإجمالي بها أو ثراءها ومُحتواها – لا تُمثِّل بالضرورة عواملَ لتحديد القيمة الاقتصادية لهذه اللغة. ولذلك ترتبط القيمة الاقتصادية بعوامل أخرى تُحدِّدها لا تتعلَّق باللغة ذاتها بقدر تعلُّقها بمُتغيِّرات خارج اللغة والتي يتمثَّل أهمُّها فى عومل سياسية أو ثقافية أو اقتصادية ... الخ. ولن يتضح ذلك إلا بالنظر أكثر تفصيلاً لسوق اللغة، وهو سوق الطلب عليها باعتبارها لغة أجنبية.

المبحث الثاني

ملامح وخصائص سوق اللغة العربية

تُوصف اللغة العربية فى التعبير الدارج بأنَّها " بنت سوق "، حيث نشأت وترعرعت بين أحضان التجارة، وهي الحرفة الرئيسية - بعد الرعي - التي كان العرب يلتمسون بها أسباب الرزق، وكان لها أثرٌ بالغ فى مُضاعفة أغراض اللغة العربية، وتنمية ثروتها اللفظية والدلالية، من خلال التعامُلات التجارية التي كانت تُجرى سواء بين القبائل فى أرجاء الجزيرة العربية بعضها والبعض، أو عن طريق احتكاكهم بالشعوب المُجاورة لهم فى قوافـل رحلاتهم التجارية الموسمية، ومنها رحلتا الشتاء والصيف. وممَّا يدلُّ على توسُّع العرب فى المسائل الاقتصادية، كثرة ألفاظ اللغة العربية الدالَّة على المال، فإنَّ منها بضعة وعشرين اسمًا، لكلٍّ منها معنًى من المعاني الاقتصادية التي ترجع إلى الاستثمار وغيره، منها : التلاد (المال الموروث)، والركاز (المال المدفون)، والضمار (المال لا يُرجى)، والطارف (المال المُستحدث)، والتالد (المال القديم)، ونحو ذلك من أسماء النقود وأنواعها من الذهب والفضة[١].

كما كانت للعرب أسواقٌ يعقدونها لا بغرض التجارة وتبايع السلع وحدها بل كانت محفلًا تُعرض فيه أيضًا فنون القول على كلِّ شكل ولون، وتُطرح القضايا والموضوعات الأدبية واللغوية للتناقُش والتباحُث، على غرار ما يحدث فى بعض المُنتديات والصالونات الثقافية المُعاصرة، ويتسابق أهل اللغة من ثَمَّ فى عرض حصيلتهم اللغوية والبلاغية – شعرًا ونثرًا – على النقَّاد والجمهور. وكانت هذه الأسواق تستغرق أشهر العام بصورة دورية ومُتتابعة، فيُعقد سوق " دومة الجندل " فى ربيع الأوَّل، وسوق " هجر " فى ربيع الآخر، وسوق " عمان " فى جمادى الأولى، وسوق " المشقر " فى جمادى الآخرة ، وســـوق " صحار " فى رجب، وسوق " الشحر " فى شعبان، وسوق "صنعاء" فى النصف الثاني من رمضان، وسوق " عكاظ " – وكانت أكبر أسواق العرب وأجلَّها شأنًا – فى ذي القعدة ، وسوقا " ذي المجاز ومجنة " قرب أيَّام موسم الحج فى ذي الحجة، وسوق " حجر " فى المحرم[٢].

ولسوق اللغة التي تتحدَّد فيها القيمة الاقتصادية للغات خصائص تختلف فى جوانب منها عن خصائص أسواق السلع التقليدية. وتتمثَّل أهمُّ هذه الخصائص فى الخصائص الآتية:

(١) جرجي زيدان، تاريخ آداب اللغة العربية، ص: ٢.
(٢) محمود شكري الألوسي، بلوغ الأرب فى معرفة أحوال العرب، ص: ٢.

١- وجود طلب مُتنامٍ على اللغة العربية لا يُواجه بالعرض الكافي:

« إنَّ النظر للغات بوصفها سلعًا أمرٌ مُسوغ بما أنَّ اكتسابها بوصفها لغات أجنبية يتطلَّب نفقات فى العادة على المُستويين الفردي والاجتماعي. وتُمثِّل هذه النفقات الأساس الاقتصادي لصناعة كاملة: ناشرين، ودور طباعة، ومدارس لغات، واستديوهات تسجيل مواد سمعية وبصرية، ومنتجين لبرامج تعليم اللغة بالحاسب ... الخ. وهناك لغات مُختارة قليلة يُمكنها على نحو واضح أن تُعزِّز صناعة كهذه، وهي تلك اللغات التي يُوجد عليها طلب واسع النطاق، وهي اللغات ذات القيمة من الناحية الاقتصادية. ومن هنا يُمكننا أن نحصل على مُؤشِّر على القيمة الاقتصادية للغة ما، وهو عدد المهنيين الذين تُتيح لهم مجالًا للتكسُّب. فمن بين الآلاف الكثيرة للغات فى العالم هناك عددٌ قليل هو الذي يُوفِّر الأساس لصناعة لغوية. وهذه الحقيقة تعكس السمة العامة لسوق اللغات، فهي بطبيعتها سوق ضيِّقة نوعًا ما، والمُتعاملون فيها قلَّة، وهي - فى الواقع - يُسيطر عليها عددٌ قليل من كبار المنتجين. فكما هي الحال فى كثير من الصناعات الأخرى فإنَّ السوق الحرة بشكل كامل مجرَّد افتراض نظري.

وتسلك اللغات سلوكًا يُشبه كثيرًا سلوك السلع الأخرى فى الأسواق، حيث إنَّ الطلب المتنامي يُؤدِّي إلى تزايد المبيعات أو ارتفاع الثمن أو كليهما. وسلعة اللغة – على خلاف السلع التقليدية – تتميَّز بعدم نفاد المخزون لدى مُنتجيها، فمُدرِّس اللغة لا يخسر ما يكتسبه الدارس. وعلى رغم أنَّ المُشتري يدفع من أجل أن يكتسب اللغة، فليس هذا هو ما يُمكن أن يعرضه البائع، ولكن يعرض خدماته أو منتجاته التي تدخل فيها هذه الخدمات، والتي تُحوِّل السلع غير المادية إلى سلع مادية (كتُب دراسية على سبيل المثال). ويُمكن القول: بأنَّ العارض لديه شيء يُريد العميل أن يحصل عليه، ومن هنا فالتعامل بينهما يتطلَّب سلعة (كتبًا أو برامج أو ... الخ) تتضمَّن فى طيَّاتها الخدمة التي يُقدِّمها العارض »[(١)].

وفي الواقع لا تُوجد معلومات تُؤكِّد وجود شركات عربية تتخصَّص فى تصنيع وعرض اللغة العربية فى السوق الدولية للغات، رغم الطلب المُتنامي عليها فى السوق الدولية للغات لأسباب مُعظمها ثقافي. وما تناله اللغة العربية من جماعتها اللغوية هو وجود دعم محدود لها من بعض الحكومات العربية ينقصه البُعد الإستراتيجي والحس الاقتصادي.

(١) منقول بتصرف من: فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ٢٠٠٠، ص: ١٠٥ وما بعدها.

ومن هنا تُظهر المُؤشرات المبدئية وجود طلب على اللغة العربية لا يُواجه بالعرض الكافي؛ لضعف تصنيع اللغة العربية على خلاف الصناعة الضخمة للغة الإنجليزية.

٢- احتكار اللغة الإنجليزية للسوق الدولية للغات:

كلَّما تعلَّم الأفراد لغة ما أصبحت اللغة مُفيدة، وكلَّما كانت اللغة مُفيدة رغب الأفراد فى تعلُّمها. والمكانة البارزة التي أحرزتها اللغة الإنجليزية فى القرن العشرين بوصفها اللغة الأجنبية الأولى فى السوق الدولية لتعلُّم اللغات الأجنبية تظهر هذه العلاقة بدرجة أكثر وضوحًا. فليست الخصائص الكامنة فى اللغة الإنجليزية هي المسئولة عن انتشارها فى العالم، بل قيمتها الاستعمالية الكبيرة التي كانت تزداد باطراد أثناء عرضها فى سوق اللغات الأجنبية. ويجب ألا يُفهم من هذا أنَّ الإنجليزية قد وصلت إلى هذه المكانة نتيجة لقوى السوق الحرة. فهذا يُشبه الادِّعاء بأنَّ مجموعة الشركات مُتعدية الجنسية قد نشأت على نحو تلقائي. والبلاد المُتحدِّثة بالإنجليزية فى مجموعها هي اليوم إلى حدٍّ بعيد أكبر سوق مُستوردة فى العالم، ونسبة البريد العالمي الذي يُكتب بالإنجليزية تُقدر بسبعين فى المائة، كما أنَّ ثمانين فى المائة من كلِّ المعلومات المُخزَّنة فى بنوك المعلومات مُخزَّنة بالإنجليزية. ولذلك فإنَّ الوعي الاقتصادي وحده هو الذي يجعل البلاد المُصدِّرة فى العالم غير المُتحدَّثة بالإنجليزية تُفضِّل الإنجليزية على كلِّ اللغات الأجنبية الأخرى. والطلب الناشئ بالتالي على تعلُّم الإنجليزية تُغذِّيه عمليات صناعية على المُستوى العالمي بدورة رأسمال سنوية تُقدَّر بحوالي ستة مليارات جنيه إسترليني[١].

٣- طبيعة ميزان مدفوعات السلع والخدمات اللغوية:

إنَّ الجماعات اللغوية قد يكون لديها فائضٌ أو عجزٌ على مُستوى سوق اللغة الدولية. وكلَّما كانت الجماعة اللغوية أقلَّ قدرة على تصدير لغتها كانت مُجبرة أكثر على استيراد لغات أخرى. وهذا يعني أنَّه كلَّما فاقت إيرادات السلع والخدمات التصديرية فى بلد ما النفقات اللازمة للسلع والخدمات المُستوردة فإنَّه يُوجد فائض فى ميزان المدفوعات اللغوي، والعكس صحيح. ومن المُؤكَّد أنَّ الميزة التنافسية للغة العربية بصفتها لغة أجنبية فى السوق الدولية للغات مُنخفضة إلى حدٍّ كبير؛

(١) منقول بتصرف من:
McCallen (Brian), English: A World Commodity, 1989, p. 116.
والبيانات منقولة من:
فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ٢٠٠٠، ص: ١٠٧.

لانخفاض قيمتها الاستعمالية. وهذه النظرة المبدئية تُرجِّح وجود عجز كبير فى ميزان المدفوعات اللغوي فى البلاد العربية، وإن كانت هذه النظرة تحتاج إلى توثيقها ببيانات غير مُتوفِّرة حتى الآن حتى على المستوى الرسمي.

٤- سوق اللغة سوق ناقصة:

إنَّ مناهج تعليم اللغة الأجنبية فى المدارس فى البلاد العربية - وحتى فى مدارس اللغات الأجنبية - مسألة قرارات سياسية؛ وبالتالي لا وجود لسوق حرَّة كاملة يحكمها العرض والطلب لتعلُّم اللغات الأجنبية.

ومن جهة أخرى لا تتوافق الحاجات اللغوية – فى العادة - مع الطلب الفعلي على اللغات. وهذا يتَّضح كثيرًا فى البلاد العربية حيث يُقبل القليل من الأفراد على تعلُّم لغة أجنبية خلاف لغة الأم، مع أنَّ الحاجات اللغوية للعالم العربي لتعلُّم لغة أجنبية تفوق بكثير الطلب الفعلي. وبالتالي يجب أن يحذر القائمون على الصناعة اللغوية من أن يُخطِّطوا عرضهم لسلعة اللغة وتغليفها وتسويقها استنادًا إلى الحاجات اللغوية، بل إلى الطلب المُحتمل. وعليهم الاستفادة من الطريقة التي تُسوَّق بها المُنتجات الزراعية، حيث يتمُّ الإنتاج استنادًا إلى المبيعات المُحتملة فقط.

ويُؤدِّي الطلب المُوجَّه فى سوق اللغة - من جهة ثالثة - إلى تشوُّهات واضحة. ونجد مثالًا واضحًا على ذلك فى الصين. ففي الخمسينات وبداية الستينات - من القرن الماضي - كانت الروسية هي اللغة الأجنبية الأولى فى السوق الصينية. ولكن بعد حدوث خصومة بين الجارين الاشتراكيين أصبح الإنفاق على إعداد المُترجمين والمُترجمين الفوريين وأساتذة الجامعة للغة الروسية استثمارًا فيه شيء من المُجازفة. فكثير من المهنيين المُؤهَّلين لم يعد الطلب عليهم كما كان سابقًا فى الأسواق. وقد نُقل مُدرِّسو الروسية فى الجامعة إلى وظائف إدارية أو إلى أقسام أخرى. ومع عام ١٩٨٠ أصبحت أقسام اللغة الروسية فى الجامعة الصينية لديها من المُدرِّسين أكثر ممَّا لديها من الطلاب. وفي غضون تلك الفترة طُوِّعت مناهج اللغة الأجنبية للاحتياجات اللغوية الفعلية المُتمثِّلة فى الأساس فى اللغة الإنجليزية؛ وتحوَّلت اللغة الإنجليزية لأن تكون اللغة الأجنبية الأولى فى السوق الصينية للغات الأجنبية بدلًا من الروسية[1].

(1) Coulmas (Florian), " The Economics of Language in the Asian Pacific ", 1991, pp. 45 FF.

٥- مدى وجود تقلُّبات فى سوق اللغة:

لا تكون التقلُّبات فى سوق اللغة بسُرعة التقلُّبات فى سوق العملة الأجنبية؛ لأنَّ التغيُّرات فى تقييم اللغات لا تحدث على نحو مُباغت كما يُمكن أن يُلاحظ فى بعض الأحيان فى حالة العُملات، وإن كانت أنماط التحوُّل فى تقييم اللغات ذات طبيعة أكثر بقاءً أو تأثيرًا من بقاء وتأثير ارتفاع وانخفاض أثمان العُملات(١).

عوامل تعمل ضد العوامل الاقتصادية فى سوق اللغة:

قد تُوجد فى سوق اللغة بعض العوامل التي تعمل ضد العوامل الاقتصادية، وأهمُّ هذه العوامل:

١- قد يزداد الوعي باللغة من قِبَل أفراد جماعتها اللغوية بوصفها مُرتبطة بهويتهم أو لها قيمة ثقافية مُرتفعة. والقيمة الثقافية للغات لا ترتبط على نحو سببي بالقيمة الاقتصادية لها، فالقيمة الثقافية للغة الأُمِّ بالنسبة للأفراد قد تكون أكثر أهمية من إمكاناتها الاقتصادية. وهذه الرابطة تُقاوم فى العادة العوامل الاقتصادية، وتضمن بقاء اللغات تحت ظروف مُعاكسة سياسيًا واقتصاديًا.

فكلُّ لغة بالنسبة لم يكتسبوها بوصفها لغة أُمًا هي لغة ذات قيمة مُرتفعة، بل لا غِنى عنها. ولا أهمية لما إذا كانت تُدرس أو لا تُدرس بوصفها لغة أجنبية من قِبَل الآخرين؛ لأنَّها لا تُدخل أصحابها فى الجماعة اللغوية المُعيَّنة فحسب، بل تُدخلهم فى المجتمع الإنساني مُتيحة لهم التعبير عن انطباعاتهم حول العالم. وهذا المنطق يدعونا إلى التأكيد على ما افترضناه من قبل بأنَّ جميع اللغات ذات قيمة مُتساوية لجماعتها اللغوية باعتبارها لغة أُمًا، وأنَّ الفروق فى القيمة تُصبح ظاهرة فقط فى سوق اللغات الأجنبية.

٢- يُمكن أن تكون معرفة لغة نادرة وغير مهمَّة اقتصاديًا ذات قيمة اقتصادية بالنسبة للفرد باعتباره يحوز موردًا نادرًا. فعلى الرغم من أنَّ اللغة العبرية ليست لها قيمة تبادُلية فى مصر، إلا أنَّ معرفة أحد المصريين بهذه اللغة قد يعود عليه بقيمة اقتصادية مُرتفعة؛ لحيازته موردًا نادرًا.

على أنَّ هذه العوامل – وغيرها – التي قد تعمل ضد العوامل الاقتصادية ليس لها وزنٌ يُذكر على مستوى السوق الدولية للغات. ويتَّضح دورها فقط على مستوى الأسواق المحلية والوطنية.

(١) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ٢٠٠٠، ص: ١١٧.

المبحث الثالث

وسائل تعزيز القيمة الاقتصادية للغة العربية في السوق الدولية للغات

تبدو اللغة العربية فى كثير من المناطق فى خطر، ففي كردستان العراق يتمُّ منع تدريس اللغة العربية، وقد يصل الأمر إلى فرض عقوبات على مَن ينطق بها، بينما تنتشر اللغتان الإنجليزية والفرنسية فى لبنان بقوة، وفي الأردن فإنَّ رمز البلاد الملك عبد الله الثاني يُعتبر أبرز مثال للشخصية الناجحة التي تُتقن اللغة الإنجليزية، وفي مصر تنتشر الدعوات لاستخدام اللغة المصرية حتى تمَّ اعتمادها ونشرها عبر موقع ويكيبديا، فيما تُهيمن اللغة الفرنسية على ألسنة سكان المغرب العربي[١].

وتتطلَّب اللغة نفقات استثمارية كبيرة تعجز السوق الخاصة عن توفيرها. إلا أنَّ تحليل البُعد الاقتصادي للغة ليس بهذه السهولة. فقد يُصبح ضخُّ أموال عامة فى بعض اللغات خيارًا غير رشيدٍ وفقًا لآلية « النفقة – العائد « ؛ لأنَّ هذا الاستثمار قد لا يُحقِّق أو يَعد بتحقيق عوائد اقتصادية مُناسبة فى حالة انخفاض القيمة الاقتصادية للغة فى السوق الدولية للغات. ويصعب على الدولة حين ذلك إيجاد مُبرِّر اقتصادي لدافعي الضرائب لضخِّ أموال فى لغة لا تَعد بتحقيق عائد مُناسب. وهنا يظهر البُعد الآخر وهو القيمة الثقافية للغة كمُبرِّر لهذا القرار الذي يسير فى اتجاه مضاد لمنطق السوق[٢].

إنَّ نظرتنا فى استغلال البُعد الاقتصادي للغة للحفاظ عليها تنطلق من كون اللغة تحتاج - مثلها مثل الأدوات المالية وعناصر الإنتاج - إلى تطويع وصقل وتحسين لمصلحة زيادة الإنتاجية. وما من شكٍّ فى أنَّ ذلك سيحتاج إلى نفقات. ولن يتمَّ التضحية بهذه النفقات – باعتبارها نفقات إجراءات – إلا بعد توقُّع عوائد من ورائها.

وبناءً عليه فإنَّ اللغات يُمكن أن تُعدَّ مشروعات استثمار رأسمالي بالمعنى الحقيقي لكلمة مشروع. فالاستثمار فى اللغة يُؤدِّي إلى رفع القيمة الاقتصادية لها؛ ممَّا يُعزِّز من قيمتها التبادُلية فى السوق الدولية للغات.

---

(١) منقول بتصرف من: « زيد بنيامين، خبراء: ضعف الاستثمار وقلّة الإقبال يُعجّلان « وفاة اللغة العربية" مع عدم توفيرها مفردات عصرية للمصطلحات اليومية « ، ٢٠١٠م.

(٢) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٢٨٣- ٢٨٤.

وتحتاج مُعظم الاستثمارات اللغوية إلى التدخُّل المُباشر من الدولة؛ لأنَّ هذه الاستثمارات تحتاج إلى نفقات ضخمة يعجز القطاع الخاص عن الوفاء بها، يُضاف إلى ذلك أنَّ الدولة تُراعي القيمة الثقافية للغة حتى وإن سارت فى بعض الأحيان فى اتجاه مضاد لقوى السوق، على عكس القطاع الخاص الذي يسير فى اتجاه قوى السوق حتى ولو أدَّى الأمر إلى تلاشي وزوال بعض اللغات.

لذلك يُعدُّ التدخُّل المباشر من الدولة فى سوق اللغة هو الأصل، والسوق الحرة هي الاستثناء. وفي أحيان كثيرة تقوم الدولة بالإنتاج والتبادُل بنفسها وفقًا لقوى السوق.

ومن أهمِّ الاستثمارات التي تُساهم فى تحسين الانتفاع اللغوي: تصنيف المعاجم، برامج مُعالجة النصوص، والترجمة الآلية، والذكاء الصناعي، وبشكل مُحدِّد إنشاء نظم المعلومات وبنوك المعلومات، وتحسين الاتصال بين الإنسان والآلة بتطويع لغات الكمبيوتر للغات الإنسانية، وتعليم اللغة الأم، والترجمة[١].

لذلك سنتناول تباعًا أهمَّ هذه الأوجه مع التركيز على اللغة العربية؛ لنخلص إلى أنَّ الاستثمار اللغوي يُؤدِّي إلى تحسين الوضع الاقتصادي للغة العربية فى السوق الدولية للغات، وبالتالي ترتفع قيمتها الاقتصادية؛ كي تتوافق مع قيمتها الثقافية المُرتفعة. وبذلك يتحقَّق الوضع الأمثل للغة العربية الذي يتوافق ويتقارب فيه ترتيبها فى قائمة الشروط الاقتصادية مع تصنيفها فى قائمة المعايير الثقافية[٢]؛ ممَّا يضمن لها الاستمرار والتطوُّر:

أولًا: الاستثمار المُعجمي:

تتطلَّب المعاجم استثمارات أكثر ضخامة من مُعظم الكتب، ولكنَّها تَعِد أيضًا بدخل أكبر وأكثر بقاء. وتقوم معاجم اللغة الواحدة بدور رئيس لفهم الجماعات اللغوية وتقديرها لذاتها؛ لأنَّها ببساطة تُساعد بشكل كبير على التوحيد اللغوي. وتُجسِّد معاجم اللغة الواحدة اللغة وتُحوِّلها إلى أشياء؛ لتُصبح بالتالي ملكًا ماديًا مُحتملًا لكلِّ فرد فى الجماعة اللغوية. ولا يقوم بالاستثمار المُعجمي فى معظم الأحيان إلا الأفراد، فهو يتمُّ دون مساعدة من القطاع العام بله عن مشاركته. يضاف إلى ذلك أنَّ

(١) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٣٠٥.
(٢) لمعرفة المقصود بقائمة الشروط الاقتصادية وقائمة المعايير الثقافية، انظر رسالتنا فى الدكتوراة: د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٧٩- ٨٠.

المعاجم هي أكثر مجالات تشييء اللغة احتياجًا إلى نفقات مالية، وبالتالي يُمكن أن يُعتبر هذا جزءًا مكونًا من - ومؤشِّرًا على - قيمتها[١].

وتتعدَّد الأسواق فى حالة المعاجم ثنائية أو مُتعدِّدة اللغة. وبناءً عليه فهناك سوقان لمعاجم كلِّ زوج من اللغات، يختلفان فى الحجم، حسب التفاوت النسبي فى القيمة الاقتصادية لكلِّ لغة من اللغتين. فسوق معجم « إنجليزي - عربي » أكبر حجمًا وأكثر فاعلية من سوق معجم « عربي - إنجليزي » للقيمة الاقتصادية التي تتفوَّق بها اللغة الإنجليزية على اللغة العربية.

ويُعدُّ معجم « إنجليزي - عربي » هو « معجم ترجمة إلى الداخل » ، ومعجم « عربي - إنجليزي » هو « معجم ترجمة إلى الخارج » بالنسبة للمُتحدِّثين الأصليين للغة العربية. وتُوجد منفعة تعود على كلٍّ من اللغتين العربية والإنجليزية من جرَّاء هذه المعاجم، على الرغم من كثافة الشبكة المعجمية لمعاجم الترجمة إلى الداخل عنها فى معاجم الترجمة إلى الخارج. ففي طرف اللغة العربية تُقدِّم معاجم الترجمة إلى الداخل أدوات مُساعدة للمُترجمين، وتُمثِّل إثراء وإغناءً للغة العربية. وفي طرف اللغة الإنجليزية، نجد أنَّ الزيادة الكبيرة فى معاجم الترجمة إلى الداخل بالنسبة للجماعة اللغوية للغة العربية تُعدُّ دليلًا على أنَّ الترجمة من اللغة الإنجليزية إلى العربية ستكون أعظم طلبًا، وتعد - فى الوقت نفسه - مُؤشِّرًا لارتفاع القيمة الاقتصادية للغة الإنجليزية، ومن ثَمَّ تصير المصدر لأكبر عدد من معاجم الترجمة إلى الداخل[٢].

ثانيًا: الكفاءة فى تخصيص الموارد المُخصَّصة لتعليم اللغة الأم:

إنَّ تعليم اللغة الأُمِّ فى البلاد العربية (اللغة العربية) هو تعليم مُؤسَّسي يعتمد على الدولة ولا يُترك - غالبًا - للقطاع الخاص. فمن المألوف أنَّ التلاميذ يتعلَّمون اللغة العربية بدءًا من الصف الأوَّل فى المدرسة الابتدائية وحتى الصف الأخير فى المدرسة الثانوية، ومن هنا فالوقت الذي يُنفق فى هذا المقرَّر أكبر من الوقت الذي يُنفق فى أيِّ مُقرَّر آخر. يُضاف إلى ذلك الكليات والأقسام المُتخصِّصة فى فقه اللغة، ككلية دار العلوم بالقاهرة، وأقسام اللغة العربية فى العديد من الكليات. ويُموَّل النظام المدرسي ويُدار من خلال المُوازنة العامة، والمُدرِّسون مُوظَّفون حكوميون. وإذا كان لا

(١) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٣٠٨.
(٢) د/ المرجع السابق، ص: ٣٠٩.

يتوافر لدينا إحصائية وافية لعدد مُدرّسي اللغة العربية فى العالم العربي، إلا أنَّهم سيكونون عددًا كبيرًا ولا شكَّ. وما دام كلُّ هؤلاء المُدرِّسين مُسجَّلين فى كشف رواتب القطاع العام فإنَّ تعليم اللغة الأم هو - إلى حدٍّ بعيد - أعلى عامل نفقة للنفقات العامة المُتَّصِلة باللغة[١].

على أنَّ جدوى تخصيص إيرادات لتعليم اللغة الأم يتوقَّف على كفاءة النظام التعليمي فى الخيار الأمثل بين بدائل طُرق التدريس. وتعليم اللغة الأم وإن كان يُمثِّل هدفًا قوميًا لكلِّ البلاد العربية، إلا أنَّ بنت الشـاطئ (الدكتورة: عائشة عبد الرحمن) تُؤكِّد أنَّ التلميذ فى البلاد العربية كلَّما سار خطوة فى تعلُّم اللغة العربية ازداد بها جهلًا:

كلُّ درس يتلقَّاه أبناؤنا فى لغتهم العربية، ينأى بهم عنها. ونرى اللغات الأخرى يتعلَّمها أبناؤها فى مدارسهم العامة، فيكسبون من كلِّ درس معرفة جديدة بأسرار لغتهم[٢].

ويُحذِّر الدكتور حسين نصار من الفجوة الكبيرة بين واقع طُرق تدريس اللغة وبين الاحتياجات الاتصالية الفعلية:

العناية الآن تكاد تقتصر على تعليم التلميذ القواعد، وتختبره فى حفظها. ولكنَّه يسقط سقوطًا شنيعًا عندما يستعملها[٣].

وإذا تعدَّدت آراء اللغويين حول السبب الكامن وراء هذه الفجوة، إلا أنَّ الرأي الغالب عند اللغويين هو أنَّ السبب يعود إلى طُرق تدريس اللغة العربية فى البلاد العربية، لا إلى اللغة ذاتها. ودون الدخول فى تفاصيل الجدل الثائر حول هذه النقطة، نُؤكِّد على أنَّه أيًا كانت الأسباب المُؤدِّية إلى ذلك، فإنَّه يترتَّب على هذه الفجوة وجود فاقد فى النفقات التي تُخصَّص لتعليم اللغة العربية لعدم توظيفها التوظيف الأمثل عن طريق اختيار طُرق تدريس رشيدة تُنتج سلعًا لغوية تُناسب مُتطلَّبات الاتصال الحديثة[٤].

(١) المرجع السابق، ص: ٣٠٩- ٣١٠.
(٢) د/ عائشة عبد الرحمن، لغتنا والحياة، بدون تاريخ، ص: ١٩١.
(٣) د/ حسين نصار، اللغة العربية وتحديات عصر العولمة، ٢٠٠٠، ص: ٢٥.
(٤) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٣١١.

ويُبدي الخُبراء مُلاحظاتهم على « دلائل قوية « تقول: إنَّ اللغة العربية هي لغة فى طريقها إلى الاختفاء، بالقول: إنَّ استخدام اللغة العربية الفصحى فى الإعلام أو التربية، أو فى خطابات المناسبات العامة بين فترة وأخرى لا يعني أنَّها اللغة الأم للمُتحدِّث بها، خصوصًا فى دول خليجية مثل قطر والإمارات التي تعتمد على اللغة الإنجليزية بقوة فى كلِّ المجالات الاقتصادية والتجارية وحتى على صعيد الحياة العامة وشراء الاحتياجات العائلية اليومية.

ويُعلِّق أستاذ اللغة العربية فى جامعة أوكسفورد « كليف هولز « بالقول: إنَّ « غالبية الطلبة العرب يعتقدون أنَّ تعلُّم اللغة العربية شيء غير منطقي، ولا يمتُّ للواقع العملي بصلة، خصوصًا فى الأجواء العالمية المتاحة حاليًا، حيث يتمُّ تفضيل الإنجليزية.

وما يزيد من صعوبة الأمر أنَّ تعلُّم اللغة العربية نفسها يُعدُّ مهمَّة مُستحيلة لدى غالبية هؤلاء الطلبة لصعوبتها من ناحية، وقلَّة وجود استثمارات عربية فى التعليم تزيد من كفاءة وتقدُّم وسائل التعليم فى المنطقة التي تتحدَّث بها. ويقول هولز: إنَّ « قلَّة استثمار الحكومات العربية يعني أنَّ تعليم اللغة سيكون سيئًا، دون أن ننسى أنَّ فى دول الخليج عدد الغربيين والآسيويين يفوق بكثير عدد الناطقين باللغة العربية ".

فى المقابل قال تقرير صحفي نُشر فى أبي ظبي: إنَّ عدد المُنتمين إلى قسم اللغة العربية فى جامعة الإمارات خلال عام ٢٠١٠ م بلغ خمسة أشخاص فقط، فى رقم هو الأقل فى تاريخ الجامعة، ووصف التقرير ذلك أنَّه « يعكس واحدًا من أهمِّ المخاوف التي تعيشها الأمَّة" بحسب « توم هاندلي « فى صحيفة ناشونال الإنجليزية[1].

« وتُعدُّ مصر من الدول الرائدة فى تخصيص إيرادات كبيرة لتعليم اللغة الأم، عن طريق وزارة التربية والتعليم والحملة الضخمة لمحو الأمية. وهذه الحملة تحكمها فى تصوُّرنا عوامل سياسية على حساب الجدوى الاقتصادية. فلا تزال القيمة الاقتصادية للغة العربية مُنخفضة فى السوق الدولية للغات. وهي تحتاج بالتالي فى المرحلة الأولى إلى التركيز على الاستثمارات التي تُساهم فى صقل اللغة وتحسين الانتفاع بها؛ كي ترتفع قيمتها الاقتصادية، كتصنيف المعاجم، والترجمة، وبرامج مُعالجة النصوص، والذكاء الصناعي ... الخ، خاصة إذا علمنا أنَّ هذه المجالات

(١) منقول بتصرف من: زيد بنيامين، خبراء: ضعف الاستثمار وقلّة الإقبال يُعجّلان « وفاة اللغة العربية " مع عدم توفيرها مفردات عصرية للمصطلحات اليومية، ٢٠١٠م.

الأخيرة لا تأخذ من الحكومة المصرية حيز الاهتمام المناسب مثل الذي تمنحه دولة مثل إسرائيل للغتها العبرية مثلاً. وتوجيه الحكومة جزءًا كبيرًا من الأموال المُخصَّصة للغة إلى حملات محو الأمية على حساب زيادة الاستثمار فى هذه المجالات يُعدُّ بمثابة زيادة فى إنتاج لغة رديئة واهتمام بالكمِّ على حساب الكيف. وفي تصوُّرنا فإنَّ ثلاثين فى المئة من الشعب المصري يمتلكون لغة جيدة يستطيعون بها المنافسة فى السوق الدولية للغات يُعدُّ أكثر نفعًا للغة العربية من تسعين فى المئة يمتلكون لغة رديئة لا تستجيب لمُتطلَّبات الاتصال الحديثة، ولا يستطيعون المُنافسة بها فى السوق الدولية للغات.

وإذا كانت القيمة الثقافية للغة العربية هي التي دفعت الحكومة المصرية إلى هذا الخيار وضخِّ الكثير من الأموال المُخصَّصة للغة فى برامج محو الأمية، فلا يُمكن القول: بأنَّ السير ضد منطق السوق فى هذه الحالة بدافع من القيمة الثقافية للغة العربية أدَّى إلى خفض قيمتها. إذ إنَّ سير السياسة اللغوية ضد منطق السوق فى بعض الأحيان لا يكون الهدف منه إلا الحفاظ على القيمة الثقافية للغة. وإذا كان خيار الحكومة المصرية السابق بدافع الحفاظ على القيمة الثقافية للغة العربية، إلا أنَّ عدم تأثير هذا الخيار إيجابيًا فى رفع القيمة الاقتصادية لها لا يكمن فى هذا الدافع النبيل فى ذاته، بل يكمن فى عدم الاختيار الأمثل لأولويات الاستثمارات اللغوية التي تُوجَّه إليها النفقات العامة المُخصَّصة للغة حتى وإن سارت ضد منطق السوق.

وربَّما يُواجَه هذا التحليل بانتقادات اللغويين والمُحافظين والاشتراكيين الذين سيعتبرونه بمثابة بيان سام ضد الطبقات الفقيرة من الشعب التي من حقِّها تعلُّم لغتها (لغة الكتابة) من خلال الدعم الحكومي بحملات محو الأمية. إلا أنَّ الاعتبارات الاقتصادية المُتعلِّقة باللغة تجعل من هذه الانتقادات دعوة عاطفية لا تلتفت إلى التطوُّرات الحديثة المُتسارعة فى الاقتصاد العالمي. ففتح الحدود بين الدول للعبور الحرِّ للسلع اللغوية، والتطوُّر السريع لثورة المعلومات والاتصالات يجعل من صقل اللغة العربية مطلبًا حتميًا وأوليًا؛ حتى لا تتخلَّف عن مُجاراة هذه الثورة، وتعجز عن تلبية الحاجات الاتصالية المستقبلية، وبالتالي تنخفض قيمتها الاقتصادية فى السوق الدولية للغات.

يُضاف إلى ذلك أنَّ القيمة الثقافية والاقتصادية للغة لا ترتبط بالضرورة بكثرة السلع اللغوية المُنتجة بقدر ارتباطها بجودة هذه السلع. وإنفاق مُعظم الأموال

المُخصَّصة للغة على برامج محو الأمية على حساب الاستثمارات التي تصقل وتُحسّن من اللغة فى ذاتها، وإن كان يُؤدِّي إلى انتشار لغة الكتابة بدرجة أكبر، إلا أنَّه لا يُؤدِّي بالضرورة إلى رفع القيمة الثقافية للغة فى ذاتها فى الوقت الذي يُؤدِّي فيه إلى انخفاض قيمتها الاقتصادية «[١].

ثالثا: التمويل الكافي للترجمة:

إذا اعتبرنا اللغة بمثابة ثروة اجتماعية فإنَّ الترجمة يجب أن تُفهم باعتبارها استثمارًا طويل الأمد؛ من أجل الحفاظ على قيمتها أو زيادتها. وحيث إنَّ كلَّ ترجمة إلى لغة تُضيف قيمة إليها فإنَّه يُمكن النظر إلى مجمل كلِّ الترجمات إلى لغة ما باعتباره مُؤشِّرًا آخر على قيمتها. وفضلاً عن ذلك فإنَّ حركة الترجمة إلى لغة ما تكشف عن مقدار العمل النوعي الذي يُمكن لمجتمع أن يُخصِّصه لهذا النوع من المهن. وضمان قابلية الترجمة المُتبادلة من دون قيود للغة ما، عن طريق التوحيد والابتكار المُستمر للمُصطلحات، يُحقِّق أكبر فائدة للاقتصاد القومي الذي يعتمد عليها. واللغة التي لا تُهيِّء نفسها بسهولة للترجمة من اللغات الأعلى تطوُّرًا لن تحظى إلا بتقدير ضئيل، مثلها مثل العُملات غير القابلة للصرف[٢].

إنَّ إجمالي ما يُترجمه العالم العربي فى حدود ٣٠٠ كتاب وهو أقلُّ من خُمس ما تُترجمه اليونان. والإجمالي التراكمي لكلِّ ما ترجمناه منذ عصر المأمون إلى الآن فى حدود عشرة آلاف كتاب، وهو يُساوي ما تُترجمه إسبانيا حاليًا فى عام واحد[٣]. وهذا الانكماش الفكري فى نقل معارف الآخرين يأتي فى الوقت الذي نعجز فيه عن إنتاجه ذاتيًا.

والواقع أنَّ الأكاديميين المُتخصِّصين فى معظم البلاد العربية لا يضمنون لأنفسهم حياة كريمة من احترافهم لمهنة الترجمة؛ فالمُقابل غير مُجزٍ، فى الوقت الذي لا يجد فيه المُترجم مَن ينشر له نتاجه إلا بصعوبة كبيرة. لذلك لا بُدَّ من أن تتدخَّل الحكومات العربية فى هذا المجال الهام الذي يصقل اللغة العربية ويُحسِّنها. وقد بدأت دولة الكويت أخذ زمام المبادرة فى هذا المجال بالفعل. « ولها تجربة ناضجة للترجمة العلمية عالية النوعية فى الوطن العربي، وهي تجربة مجلة « العلوم « التي تصدر

(١) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص: ٣١١- ٣١٢.
(٢) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ٢٠٠٠، ص: ١٠٢ وما بعدها.
(٣) د/ نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ٢٠٠١، ص: ٢٩.

عن مؤسَّسة الكويت للتقدُّم العلمي، والتي تُعتبر بمعظمها ترجمة للمجلة الأمريكية Scientific American . فوجود التمويل الكافي لإصدار هذه المطبوعة بصورة لائقة ووفق المعايير العالمية، إضافة إلى توفُّر الحوافز المادية المناسبة لاستقطاب أفضل المُترجمين العلميين من جميع الأقطار العربية، ولتشغيل جهاز تحريري مُتخصِّص على أعلى مستوى، كلُّها ساهمت فى نجاح منقطع النظير، وفي الفائدة الكبيرة التي قدَّمتها وتُقدِّمها هذه المجلة لعملية ترجمة العلوم ونشرها بالعربية. وتُعلِّق الدكتورة: تغريد نصر أصفر على هذه التجربة الرائدة:

وقد لا نكون مُبالغين إذا قلنا: أنَّ هذه المجلة مُنفردة قدَّمت من الفائدة للمشتغلين والمهتمين بالعلوم فى الوطن العربي ما يفوق كلَّ ما قدمته الإصدارات العلمية المترجمة وكلَّ مؤتمرات ولجان التعريب وقراراتها وتوصياتها مجتمعة[١].

وهي بلا شكٍّ خطوة هامة فى مجال تحسين وصقل اللغة العربية؛ من أجل مُواكبة التطوُّرات العلمية الحديثة، إلا أنَّها ما تزال خطوة واحدة فى بداية الطريق، تحتاج إلى تكملتها بضخِّ الأموال فى الاستثمارات اللغوية الأكثر حداثة كبرامج مُعالجة النصوص، والذكاء الصناعي، وتطويع لغات برامج الكمبيوتر السريعة التغيُّر للغة العربية. إلا أنَّه ينبغي أن يسبق – أو يرافق – الاستثمارات اللغوية الأكثر حداثة وجود استثمارات فى البنية التحتية للغة، والتي من أهمِّها: المعاجم، وتعليم اللغة الأم، ... الخ[٢].

رابعًا: التعريب والمُعالجة:

يتَّجه الاقتصاد عالميًا نحو اقتصاد مبنيٍّ على المعرفة. وتُعدُّ « نظرية النمو الجديدة » من النظريات الاقتصادية الحديثة التي تصف هذا التوجُّه. وتُبيِّن هذه النظرية أهمية المعرفة العلمية والتِّقانية فى النمو المُستدام، ومن ثَمَّ فى توليد فُرص العمل، وزيادة دخل الفرد، وفي التنويع الاقتصادي. كما تتَّجِه المجتمعات نحو ما يُسمَّى « بمجتمع المعلومات » .

وستكون الجهود والاستثمارات الكبيرة التي تُوجِّهها الدول العربية للتوجُّه نحو « مجتمع المعلومات » غير مُجدية إذا لم يُرافقها وجود المعرفة والمعلومات العلمية

(١) د/ تغريد نصر أصفر، تعريب التعليم الجامعي، ٢٠٠٠، ص ٢٠٣.
(٢) د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة، ٢٠٠٥، ص ٣٠٧- ٣٠٨.

والتقانية باللغة العربية؛ لكي تكون فى متناول الفرد العربي، فلن يقوم مجتمع المعلومات فى الدول العربية بدون وجود معرفة باللغة العربية[١].

وحيث إنَّ اللغة هي وعاء المعرفة العلمية والتقانية، لذلك فإنَّ دور اللغة العلمية والتقانية فى تحسين مردود القوى العاملة (أي: باللغة الأم) يتعاظم بدرجة كبيرة مع التوجُّه نحو الاقتصاد المبنيِّ على المعرفة. وتُعدُّ الترجمةُ العلمية من وسائلِ إغناء اللغة العلمية والتقانية للقوى العاملة؛ أي: من وسائل النهوض الاقتصادي والاجتماعي[٢]. وما من شكٍّ فى أنَّ التعريب يُعدُّ أحد أهمِّ الوسائل التي يُمكن أن تصقل اللغة الأم باللغة العلمية والتقانية بدلًا من سيطرة اللغة الإنسانية والأدبية عليها.

« ويجب أن يكون لكلِّ حكومة برامج لدعم استعمال اللغة الوطنية داخليًا، ودعم استعمالها لدى الدول الأخرى؛ أي: تصدير اللغة الوطنية، وهذا ما يسعى له العديد من دول العالم، وعائدات ذلك كعائدات استعمال نقد دولة ما من قِبَل الدول الأخرى. إنَّ الدول التي تتداول بعُملة غير العُملة الوطنية وبلُغة علمية وتقانية غير اللغة الوطنية تخضع لتبعيَّة اقتصادية تُؤدِّي إلى جمود وعدم تطوُّر العُملة الوطنية واللغة الوطنية. وإنَّ إيجاد وتوزيع النقد دون التداول به وظيفيًا كإيجاد التعليم ونشر العلوم والتقانية بغير لغة القوى العاملة، ومن ثَمَّ عدم تداول العلوم والتقانية من قِبَل هذه القوى. إنَّ تطوير التعليم فقط (وضمنًا: الإقلال من الأمية) لا يُؤدِّي بالضرورة إلى النمو والتنمية، خلافًا للانطباع العام السائد. المطلوب هو محو « الأمية الوظيفية للغة « . فالأمية الوظيفية للغة (عدم تداول العلوم والتقانية ضمن كلِّ قطاع وبين القوى العاملة فيه) تجلب خسائر للأعمال تُقدَّر ببلايين الدولارات سنويًا (تقرير Beton and Noyelle OECD). التعليم شرطٌ لازم للنمو ولكن غير كافٍ كإيجاد النقد وعدم تداوله. والاستثمار فى التعليم الذي لا يُرافقه استثمار فى تداوله من قِبَل القوى العاملة هو استثمار ذو مردود ضعيف على النمو «[٣].

ويُعدُّ توجيه رأس المال نحو الاستثمار فى مشاريع مُعالجة اللغة العربية له عائد كبير للمُستثمر نفسه وللغة أيضًا؛ وذلك للأسباب الآتية:

١- قابلية هذه الاستثمارات للنمو؛ نظرًا لاتساع سوق اللغة العربية فى المنطقة العربية، وتزايُد الطلب على برامج المُعالجة اللغوية.

(١) محمد مراياتي، تأثير اللغة فى النمو الاقتصادي والاجتماعي فى الدول العربية، ٢٠٠٦، ص: ١- بتصرف.
(٢) المرجع السابق، ص: ١.
(٣) المرجع السابق، ص: ٥.

٢- تفاعل الثقافة العربية والإسلامية مع ثقافات العالم المُختلفة عبر شبكة الإنترنت، وتنامي رغبة المُستخدم العربي فى إثبات ذاته من خلال لغته العالمية، وإقبال غير العرب على برامج تعلُّمها.

٣- قدرة ومرونة اللغة العربية، وهي السلعة فى هذا الوضع، على استيعاب التقنيات المُختلفة لتعدُّد خصائصها وتفرُّدها، ممَّا يجعلها حقلًا خصبًا للدراسات التنظيرية اللغوية بصفة عامة، ممَّا يضمن رواجًا لها فى حركة البيع والشراء عند الطلب وتناميًا فى وسائل العرض[١].

خامسًا: دعم التصدير اللغوي:

قلَّة قليلة من اللغات هي التي تُصدَّر من البلد أو الإقليم الذي تُتحدَّث فيه محليًا إلى الأجزاء الأخرى من العالَم. والعمل على تصدير لغة مُعيَّنة يحتاج لإعانات مالية ضخمة عن طريق مِنَح من الدولة صاحبة اللغة. ونعتقد أنَّ اللغة العربية من أوائل اللغات التي لديها المقدرة الذاتية على التصدير إلى الخارج بجوار الإنجليزية والفرنسية والألمانية، إلا أنَّ اللغة العربية هي أكثر هذه اللغات تصديرًا للتقدير الفكري والثقافي - خاصة فى الدول الإسلامية فى جنوب شرق آسيا وإفريقيا - ومن أقلِّها تصديرًا لدوافع اقتصادية[٢].

ولقد تأكَّد من الصفحات السابقة عدم كفاية البُعد الفكري والثقافي لإعطاء اللغة قيمة اقتصادية يُعتد بها فى السوق الدولية للغات. وإدراك ألمانيا لذلك جعلها تُخصِّص خمسين فى المئة من الميزانية الثقافية لوزارة الخارجية لترويج اللغة الألمانية فى الخارج. وجعلت ميشيل جوبير وزير التجارة الخارجية الفرنسية الأسبق صريحًا عندما حدَّد « بيع « اللغة الفرنسية باعتبارها إحدى أولوياته. وتستخدم الولايات المتحدة على الأقل خمس هيئات مختلفة للترويج للإنجليزية هي: وكالة التنمية الدولية (AID) ووكالة الإعلان الأمريكية (VSIA) وفرق السلام (peaceCorps) وإدارة الدولة (SD) وإدارة الدفاع (DD). وبإقامة المجلس البريطاني British Council (بميزانية سنويَّة حوالي مائتي مليون جنيه إسترليني)، وكذلك إقامة مؤسَّسة فعَّالة للغاية لتنفيذ سياسة نشر لغتها المدعومة ببرامج تعليم اللغة فى هيئة الإذاعة البريطانية المدعومة ماليًا من القطاع الحكومي. وبرامج سلسلة «

(١) سعيد أحمد بيومي، اللغة العربية والنشاط الاقتصادي، ٢٠٠٦، ص: ٣.
(٢) د/ رضا المنسي، ٢٠٠٥، التحليل الاقتصادي للثقافة، ص: ٣١٥.

الإنجليزية من خلال الإذاعة والتلفزة « تصل إلى جمهور أكبر من جمهور أي برامج لغة أخرى فى العالَم[١].

وإذا قارنَّا اهتمام البلاد العربية بدعم لغتها ضد هيمنة اللغات الأخرى بدولة مثل اليابان لوجدنا فارقًا كبيرًا. « إذ تُولي اليابان اهتمامًا كبيرًا للترجمة الآلية؛ من أجل كسر عُزلتها اللغوية بعد أن أيقنت أنَّ مصيرها فى عصر المعلومات يتوقَّف على نجاحها فى التصدِّي لهيمنة اللغة الإنجليزية فى تكنولوجيا المعلومات عمومًا والإنترنت بصفة خاصة. ولذلك تسعى اليابان لتزعم الدول غير الناطقة بالإنجليزية؛ من أجل تكوين « حلف لغوي « للدفاع عن مصير اللغات القومية ضد الخصم اللغوي الأمريكي «[٢].

(١) تم جمع هذه البيانات من كل من:

فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ٢٠٠٠، ص: ١٤٥ وما بعدها.

Conard (Andrew W.) & Fishman (Joshua A.), 1977, English as a World Language: The Evidence pp. 3 FF.

(٢) بتصرف من: د/ نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات، ٢٠٠١، ص: ٢٩.

النتائج والتوصيات

نُلاحظ من الصفحات السابقة أنَّ اللغة العربية إذا كانت تحتلُّ ترتيبًا مُتقدِّمًا فى قائمة المعايير الثقافية لقيمتها الثقافية المرتفعة التي لا نظير لها باعتبارها لغة القرآن، إلا أنَّ هذا الترتيب المُتقدِّم وإن كان يضمن لها الاستمرار، فإنَّه لا يضمن لها التطوُّر والانتشار. ويخلص البحث إلى أنَّ ترتيب اللغة العربية وفقًا لقيمتها الاقتصادية -أي: قيمتها التبادلية فى الأسواق مقارنة باللغات الأخرى- هو الذي يكفل انتشار اللغة العربية، ويُمثِّل حافزًا كبيرًا للاستثمار فيها؛ لما يَعِدُه من تحقيق عوائد تُؤدِّي فى النهاية إلى تطوُّرها. ومن ثَمَّ يدعو البحث إلى تشكيل رؤية جديدة للحفاظ على اللغة العربية وتطويرها ونشرها تتمثَّل فى العمل على رفع قيمتها الاقتصادية فى السوق الدولية للغات، وعدم الاقتصار على التغنِّي بقيمتها الثقافية المرتفعة.

وبنظرة على فروض البحث التي افترضها فى مُقدِّمته يتوصَّل البحث إلى النتائج الآتية:

١- نجد أنَّ البحث استطاع بالفعل أن يُثبت وجود قيمة اقتصادية للغة العربية يُمكن تحديدها وقياسها.

٢- وأثبت البحث كذلك أنَّ اللغة العربية لها سوق تختلف فى عدَّة جوانب عن أسواق السلع التقليدية.

٣- ومن خلال استقراء واقع القيمة الاقتصادية للغة العربية فى السوق الدولية للغات أثبت البحث انخفاضًا كبيرًا لهذه القيمة مقارنة بلغات أخرى أقلَّ حجمًا فى الجماعة اللغوية.

٤- كما أنَّ البحث أبرز وسائل عملية مُحدَّدة يُمكن من خلالها تعزيز ورفع القيمة الاقتصادية للغة العربية فى السوق الدولية للغات.

ومن توصيات البحث:

١- أهمية تفعيل الاقتصاديين للبُعد الاقتصادي للغة العربية فى الدراسات الاقتصادية؛ لأنَّه مجال لا يزال مُستجدًا على ساحة الأدب الاقتصادي فى البلاد العربية.

٢- ضرورة وعي اللغويين والمُثقَّفين لأهمية القيمة الاقتصادية للغة العربية فى تطويرها ونشرها، وعدم اقتصارهم على تمجيد قيمتها الثقافية المرتفعة.

٣- ويأتي دور الحكومات فى ضرورة عدم ترك اللغة كلية للقطاع الخاص وآليات السوق الحرة التي وإن كانت تصلح للسلع التقليدية إلا أنَّها تُفضي باللغة العربية إلى خطر مُؤكَّد. فالاستثمار فى اللغة يحتاج من أجل تطويرها للسير فى أحيان كثيرة ضد منطق السوق إذا كان لا يَعِد بتحقيق ربح، ولكنَّه هامٌ من أجل صقل اللغة وتحسينها. ولن يقوم بالاستثمار فى هذه الحالة إلا الدولة. فرغم أنَّ كاتب البحث من مُناصري السوق الحرة « المُنضبطة « إلا أنَّ بحثه الماثل يخلص إلى قناعة مُؤدَّاها ضرورة تدخُّل الدولة فى سوق اللغة.

والحمدُ للّهِ ربِّ العالَمين.

قائمة المراجع

أولًا: باللغة العربية:

- د/ تغريد نصر أصفر، « تعريب التعليم الجامعي « ، مجلة عالم الفكر، ع ٣، يناير/ مارس ٢٠٠٠، ص: ١٩٣- ٢٢١.

- جرجي زيدان، تاريخ آداب اللغة العربية، منقولًا من: سعيد أحمد بيومي، « اللغة العربية والنشاط الاقتصادي « ، ص: ٢.

- د/ حسين نصار، « اللغة العربية وتحديات عصر العولمة « ، مجلة العربي، ع ٥٠٣، أكتوبر ٢٠٠٠م، ص: ٢٣- ٢٦.

- د/ رضا المنسي، التحليل الاقتصادي للثقافة (رسالة دكتوراة)، إشراف: أ. د/ أحمد جمال الدين موسى، قسم الاقتصاد والمالية العامة- كلية الحقوق/ جامعة المنصورة، ٢٠٠٥.

- زيد بنيامين، « خبراء: ضعف الاستثمار وقلّة الإقبال يُعجّلان وفاة اللغة العربية مع عدم توفيرها مفردات عصرية للمصطلحات اليومية « ، الإثنين ١٢ جمادى الأولى ١٤٣١هـ - ٢٦ أبريل ٢٠١٠م.

http://www.alarabiya.net/articles/2010/04/26/106895.html

- سعيد أحمد بيومي، « اللغة العربية والنشاط الاقتصادي « ، ديوان العرب، ١٦ يونيو ٢٠٠٦.

http://www.diwanalarab.com/spip.php?article4795

- صمويل هنتنغتون، صدام الحضارات، ترجمة: طلعت الشايب، كتاب سطور، ط ٢، ١٩٩٩م- ورد فى: د. وليد أحمد العناتي، اللغة والعولمة لغة عالمية أم لغات متعددة؟ بدون دار نشر.

- د/ عائشة عبد الرحمن، لغتنا والحياة، القاهرة، دار المعارف، ط ٢، بدون تاريخ.

- د/ فؤاد بوعلي، « اللغة والعائد الاستثماري « ، شبكة البصرة، ٢٠١٣، ص: ٢.

http://www.albasrah.net/pages/mod.php?mod=art&lapage=../ar_articles_2013/1113/fo2ad_211113.htm

- فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة/ د. أحمد عوض، عالم المعرفة، ع ٢٦٣، نوفمبر ٢٠٠٠.

- د/ كمال بشر، « لغتنا العربية .. إلى أين؟ « ، جريدة آفاق عربية، ع ٥٤٨، ١٤/ ٣/ ٢٠٠٠، ص: ١١.

- لينين، ملاحظات انتقادية حول المسألة الاقتصادية، منقولًا عن: سعيد أحمد بيومي، اللغة العربية والنشاط الاقتصادي، ٢٠٠٦، ص: ١-٢.

- د/ محمد عبد الحي، اللغة العربية بين الخطر الخارجي والتهميش الداخلي، الموقع الإلكتروني لمركز الجزيرة للدراسات، ٢٣/ ٤/ ٢٠٠٩.

- محمد مراياتي، « تأثير اللغة فى النمو الاقتصادي والاجتماعي فى الدول العربية « ، مجلة المعلوماتية، ع ٩، تشرين الثاني ٢٠٠٦.

http://infomag.news.sy/index.php?id=131&inc=issues/showarticle&issuenb=9

- محمود شكري الألوسي، بلوغ الأرب فى معرفة أحوال العرب، منقولًا من: سعيد أحمد بيومي، « اللغة العربية والنشاط الاقتصادي « ، المرجع السابق، ص: ٢.

- د/ محمود محمد الدمرداش، « اللغة العربية والتوجُّه نحو اقتصاد قائم على المعرفة: الفرص والتحديات»، ندوة « اللغة العربية والعلوم» بمناسبة اليوم العالمي للغة العربية، كلية التربية – جامعة شقراء، (المملكة العربية السعودية: الدوادمي ٢٠١٥).

- د/ نبيل علي، « الثقافة العربية وعصر المعلومات « ، عالم المعرفة، ع ٢٧٦، ديسمبر ٢٠٠١.

- د/ وليد أحمد العناتي، « اللغة والعولمة « ، بحث غير مشار فيه إلى تاريخ نشر أو دورية.

- يوسف الحوارني، « حصار اللغة العربية « ، مجلة العربي، ع ٥٢٢، مايو ٢٠٠٢، ص: ٣٠- ٣٤.

ثانيًا: باللغات الأجنبية:

- Conard) Andrew W & (.Fishman (Joshua A.), English as a World Language: The Evidence, in: Joshua A. Fishman & Robert L. Cooper & Andrew W. Conard (eds), The Spread of English, Rowley, Mass.: Newbury House, 1977, pp. 3- 76.

- Coulmas (Florian), " The Economics of Language in the Asian Pacific ", Journal of Asian Pacific Communication, Vol. 2, 1991, pp. 45- 67.

- Internet World Stats, http://www.internetworldstats.com/stats7.htm, 2010.

- Lazear, (Edward P.), " Culture and Language ", Journal of Political Economy, Vol. 107, December. 1999, pp. 95-126.

- LECLERC Jacques, » La mort des langues « dans L'aménagement linguistique dans le monde, Québec, TLFQ,Université Laval, 31/12/200139kb, 2001.

ورد فى: د/ محمد عبد المحي، اللغة العربية بين الخطر الخارجي والتهميش الداخلي، الموقع الإلكتروني لمركز الجزيرة للدراسات، ٢٣/ ٤/ ٢٠٠٩.

- McCallen) Brian, English: A World Commodity, London: The Economist Intelligence Unit Ltd., 1989.

- Pelikan (Pavel), " Evolution, Economic Competence and the Market for Corporate Control ", Journal of Economic Behavior and Organization, Vol. 12, 1989, pp. 279 - 303.

- Matt Rosenberg, " Top 10 Most Popular Languages, " ،www. thoughtco.com, Retrieved 17-7-2018. Edited.

- The Summer Institute for Linguistics (SIL) Ethnologue Survey, 1999, <http://www2.ignatius.edu/faculty/turner/languages.htm>.