

الاستثمار التركي للغة العربية في مجال الإعلام
Turkish Investment in the Arabic Language in the Media

د. بن الدين بخول

قسم اللغة العربية / جامعة حسيبة بن بوعلي / الشلف

trezel@live.fr

أ. سامية برفالفي

قسم اللغة العربية / جامعة مولود معمري، تيزي-وزو، الجزائر

sadjia28@outlook.fr

تاريخ القبول: 2019/08/23

تاريخ الإيداع: 2019/07/29

ملخص باللغة العربية:

موضوع الاستثمار من الموضوعات المهمة، و تكمن أهميته في كل مجال من مجالات الحياة المختلفة (الاقتصاد، السياسة، الاجتماع، الثقافة والتعليم...). ارتأت تركيا الاستثمار في إحدى الأوراق الرابحة وهي اللغة العربية في ما يسمّى بالاستثمار اللغوي؛ ذلك لما آلت إليه هذه اللغة والتقدم الملحوظ الذي شهدته ومرتبها الرابعة عالمياً خير دليل على ذلك. لقد أدركت تركيا جيداً الدور الحضاري الذي تنشده، خاصة وأن اللغة العربية لغة استيعاب الحضارات وكان لها الفضل على الغرب، يقول لويس ماسينيون (Louis Massignon): "اللغة العربية هي التي أدخلت في الغرب طريقة التعبير العلمي وهي أنقى اللغات فقد تفرّدت في طريق التعبير العلمي والفني". ولما كانت وسائل الإعلام أكثر الوسائل المتاحة للتأثير على أكبر عدد ممكن من المتلقين وبالتالي أكثر مجال تحقيقاً للعائدات والربح الطائل، استثمرت تركيا فيه. الكلمات المفتاحية: الاستثمار؛ الإعلام؛ اللغة؛ التبليغ؛ الترجمة؛

Abstract

The subject of investment proved to be an important subject in the different areas of life (economy, politics, society, culture and education ...). Turkey has decided to invest in one of the "winning" cards, namely, the Arabic language in the so-called language investment. The present state of the language, its remarkable progress and its fourth ranking globally are a striking proof .

Turkey has been well aware of the cultural role it seeks, especially that the Arabic language is a language which embraced civilizations and has been credited with benefit to the West. Louis Massignon says: "Arabic is the language that introduced in the West the method of scientific expression and is the purest language for its uniqueness in the scientific and artistic expression".

As the media were the most available means to influence the largest possible number of recipients and thus the most lucrative area for profitable returns, Turkey invested in them.

key words: Investment; Information; Language; Reporting; Translation;

مقدمة:

تعد اللغة أداة للتواصل بين أفراد المجتمع الواحد، وبين الشعوب المختلفة وكانت العربية رمزا للهوية العربية الإسلامية، وقد حملت من الخصائص ما جعلها لغة الضاد المميزة لغة القرآن الكريم التي انتشرت بالمشافهة أولا، ثم جاءت الكتابة لتحافظ على قواعدها وضوابطها لضمان بقائها.

وقد مرت اللغة العربية بعدة أزمات نتيجة تأثرها بالأوضاع السياسية والاجتماعية العامة في الوطن العربي، وعلى الرغم من ذلك لم يمسه سوء، بل بالعكس عمدت دول كثيرة لاستثمارها لأسباب أو لأخرى، لا لشيء إلا لأنها لغة القرآن ولغة التفاعل بين الدول العربية الإسلامية.

وقد رأت بعض الدول العربية ضرورة إدراجها في سياستها اللغوية، لنفس تلك الأسباب أو غيرها، ولعل تجربة الصين أولى التجارب الناجحة، وحتى اليهود تعلموها وأتقنوها، وتتبعوا خفاياها، وإن كان لأسباب أخرى. كما نجد التجربة الماليزية، مساعي ألمانيا، فرنسا، وتركيا خاصة، هذه الأخيرة التي استثمرت في اللغة، وربطت ذلك بالاقتصاد والعامل الديني، فقد فهمت هي والدول السابقة أهمية اللغة العربية بعد الحراك اللغوي، وانتشارها في سائر دول العالم حتى في أمريكا، والتي أدرجتها ضمن اللغات الست المعمول بها في الكونغرس.

فإلى أي مدى اعتمدت تركيا عليها؟ وما مفهوم الاستثمار؟ وما علاقة ذلك باللغة؟ ولماذا ركزت تركيا على الإعلام؟ وهل وُفقت في ذلك؟

مجموعة تساؤلات سنحاول الإجابة عليها من خلال ورقتنا البحثية هذه، مسلطين الضوء على الهدف من وراء استثمار اللغة وتوظيفها في زيادة الإنتاج، وتحقيق العائدات والأرباح من خلال تسخيرها وتسخير الألسنة البشرية الناطقة بها في تحقيق هذا الهدف.

مفهوم الاستثمار:

لغة: أثمر الشجر، خرج ثمره، والثمر: حمل الشجر وأنواع المال، والجمع ثمار، وثمر ماله: نمّاه، يقال: ثمر الله مالك؛ أي: كثّره، وأثمر الرجل: كثّر ماله.
وجاء في الذكر الحكيم: ﴿فَعَبَّرَ اللَّهُ أَلْبَنِي حَكْمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ مُنَزَّلٌ مِنْ رَبِّكَ بِالْحَقِّ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ﴾ الأنعام 141

كما يطلق على المال المستنفذ، في مثل قوله تعالى: ﴿وَكَانَ لَهُ ثَمَرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا﴾ الكهف 34
والثامر: كل شيء خرج ثمره، وأرض ثميرة وثمراء: كثيرة الثمر.
وثمر ماله: نمّاه وكثّره، وأثمر الرجل وثمر، ويقال لكل نفع يصدر عن شيء ثمرته، كقولك: ثمرة العلم: العمل الصالح وثمره العمل الصالح الجنة.
الخلاصة: ثمرة الشيء، منفعته وما تولّد منه، وصيغة (استفعل) تفيد طلب الفعل، فيكون معنى استثمار الموارد طلب الحصول على ثمرتها ومنفعتها ونماءهم من المجاز: الثمر (أنواع المال المثمر المستفاد)

وقرأ أبو عمر (وكان له ثمر) وفسره بأنواع المال. والثمر (الذهب والفضة)
ومن المجاز: الثمرة من اللسان: طرفه.
والثمراء: الأرض كثيرة الثمر.
ويقال لكل نفع يصدر عن شيء: ثمرته، كقولك ثمرة العلم العمل الصالح.
وثمرة العمل الصالح الجنة¹.
وجاء في لسان العرب: ثمر: الثمر: حمل الشجر، وأنواع المال والوالد: ثمرة القلب.
والثمر: أنواع المال.
وأثمر الشجر: خرج ثمره... وقيل الثامر الذي بلغ أن يثمر.
وقيل الثامر: كل شيء خرج ثمره.
والثمر: المال المثمر. وثمر ماله: نمّاه.
ويقال ثمر مالك؛ أي كثّره. وأثمر الرجل: كثّر ماله².
اصطلاحاً: هو عبارة عن رأس المال المستخدم في إنتاج أو توفير الخدمات أو السلع... أو هو في الاقتصاد إنفاق المال في وجه من الوجوه، قصد الحصول على دخل، كإنشاء مصنع أو شرائه، أو شراء أسهم أو سندات، وغير ذلك من وجوه الاستغلال³.

وقد ينطبق هذا المفهوم المادي أيضا على الاستثمار في اللغة العربية، وهذا حق مشروع لكل من يريد استثمار ماله بغية تنميته، وبعضهم بذلوا مالهم ووضعوه في خدمة اللغة العربية ولكن بنية الاستثمار في الإنسان، وهو استثمار لا تظهر فوائده أو نتائجه إلا على المدى الطويل، ليس على المستثمر وحسب بل على المجتمع ككل.

استثمر العرب قديماً في اللغة العربية، ووظفوا المال من أجل تعليمها ونشر أديها وعلومها وثقافتها، وحمايتها، وينقسم هذا الاستثمار إلى قسمين:

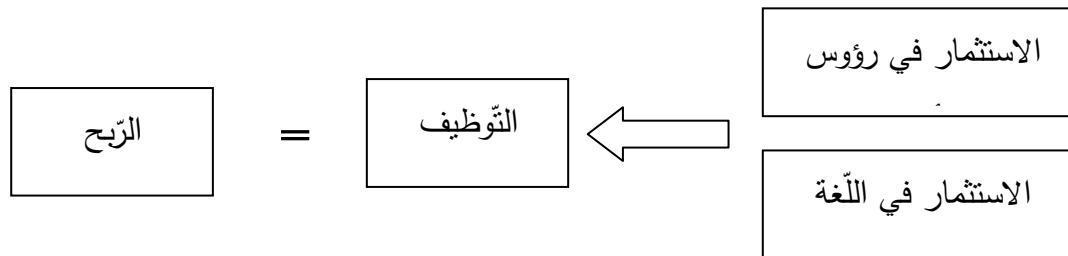
1- استثمار لا يُرجى من ورائه نفع مادي.

2- استثمار يهدف أصحابه إلى تمييز مالهم.

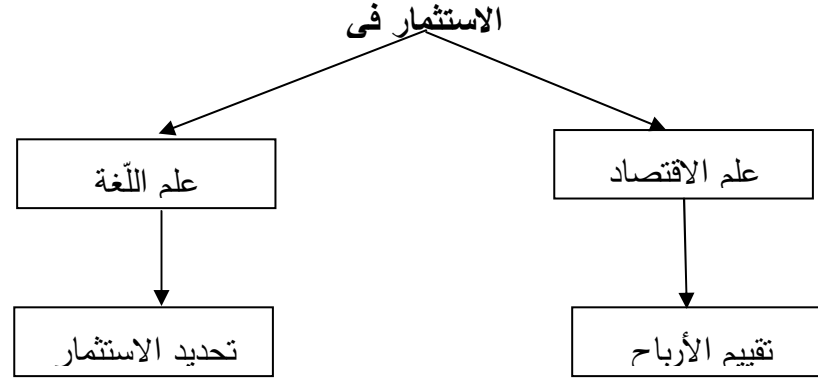
وما يهتمنا في بحثنا هذا النوع الثاني منه، ولهذا نجد الفضائيات الأجنبية التي تُبث من عواصم غربية، وتوجه للعالم العربي، والتي تحترم اللغة العربية في كل برامجها على تنوعها ويحرص القائمون عليها أن تكون اللغة سليمة؛ كونها تخاطب المشاهد العربي، وأن الرسالة الإعلامية موجّهة إلى جميع العرب دون استثناء، على عكس القنوات الفضائية العربية، التي تعتمد العاميات السائدة في بلدانها.

ومهما يكن فإن الغربيين في إعلامهم الموجه إلى العالم العربي يحترمون اللغة العربية وبخاصة وأنهم أدركوا ما لهم من تأثير على العرب المنهزين بالنموذج الحياتي الغربي، وبهذا تتعرض المجتمعات العربية لغزو ثقافي كاسح، انعكس من خلال المسلسلات الأجنبية المدبلجة باللغة العربية، التي تبثها الفضائيات العربية، وتلقى إقبالاً واسعاً لدى مشاهديها، والتي سعت الدول العربية إلى دبلجتها أو ترجمتها لغرض تجاري بحت، الذي يجلب الربح السريع، فالقصد هنا واضح، وهو الزواج التجاري الواسع، وقد أقبلت القنوات الفضائية العربية على شرائها وكان لاستعمال الفصحى الدور الكبير في انتشارها؛ كونها لغة جامعة بين المجتمعات العربية.

ومن هنا تظهر العلاقة بين مفهومي الاستثمار في رأس المال والاستثمار في اللغة، وما يجمع بينهما هو استلزام الاستثمار لتوظيفها من أجل تحقيق العائد والربح، وكذا الفرق الذي يكمن في أداة الاستثمار وإن كانت النتيجة واحدة، مثلما تشير إليه الترسيم الآتية:



وحسب الترسّيمة أعلاه يظهر أنّ الاستثمار في المجالين يُعدّ مورداً من موارد الاقتصاد وهو بهذا مبحث علمي مشترك بين علم الاقتصاد وعلم اللغة الاجتماعي، والذي يجمع بينهما هو الاستثمار في اللغة، ولكلّ مفهوم مجاله، فالأول يعنى بتقييم الأرباح، أمّا الثاني فيعنى برصد وظائف اللغة المختلفة في المجتمع. الخطاطة الآتية توضّح ذلك:



ثمّة مؤشرات قوية تدلّ على أنّ "اللغة العربية سلعة مربحة، ومنتوج مستقبليّ في عالم المعلومات والاقتصاد المعرفي، وأنّ تدبير شؤونها ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار هذا المعطى"⁴ ما يؤكد فعالية اللغة العربية في تنمية الاقتصاد العربيّ عند استعماله في مجالات الاستثمار التي تعود على المجتمع العربيّ بالفائدة الاقتصادية ونريد هنا بمجال الاستثمار الميدان أو القطاع الذي يمكن توظيف المال/اللغة فيه لتحقيق العائد أو الربح المطلوب.

اتخذت تركيا الإعلام وسيلة فاعلة تستثمر اللغة من خلاله، لتحقيق الربح، وهي بذلك تضرب عصفورين بحجر واحد، تربط استثمار اللغة بجانبين أساسيين أو مبدئين هما أكثر ما تؤمن بهما، وهما الاقتصاد والدين، ومجالات الاستثمار على هذا تختلف بين رؤوس الأموال واللغة باختلاف الوظائف والأدوار، التي يؤديها كلّ منهما في المجتمع، فرؤوس الأموال إذا كانت نقدية فوظيفتها واضحة، هي المبادلات التجارية وبالتالي مجالها واسع وربحها يرتبط بالضرورة بالمجال على غرار المعاملات العينية (ممتلكات مؤسسات، بناء، حقول بترول..). إذ الوظيفة هنا خدمانية، فيما يتحقّق الربح أو قل يرتبط تحقيق الربح فيها بمدى توفير الخدمات حسب متطلبات السوق وحاجته، بيد أنّ اللغة (وظيفتها) تتجاوز وظيفة التواصل إلى التعليم والبحث العلمي، والترجمة والإعلام والتجارة، ومن هنا التركز علمها كونها السوق الاستثمارية في اللغات...

كيف اهتمت تركيا باللغة العربية؟ ما الوسائل التي اعتمدها من أجل تحقيق مساعيها؟
هما السؤالان المهمان.

أول اهتمام تركيا باللغة كان من خلال إدراجها في التعليم بطريقة اختيارية، ثم انتشرت أكثر فأكثر فذاع صيتها لدى فئة المسلمين أولاً -لعامل ديني-، ثم توسعت رقعة استعمالها على كل المستويات التعليمية، وبعد أن كانت حكراً على فئة قليلة، أصبح لها أخصاؤها الأكفاء وشكلت العمود الفقري للرابط جناحي جسد الحضارة الإسلامية: العرب والأتراك، على حدّ تعبير محمد نور النمر.

وهكذا تسجل اللغة العربية حضورها تاريخياً في المجتمع التركي، فتحت تركيا معاهد خاصة لتعليمها منذ عام ألفين وثلاثة (2003) إلى جانب لغات أخرى، كالروسية والفارسية والعبرية والصينية، وتقرّر دراسات ميدانية أنّ اللغة العربية هي التي عرفت إقبالاً أكثر، فتغيّرت نظرة الأتراك لها، وإن كان الجانب الديني الأقوى والأهم، وتليه العلاقات التجارية مع الدول العربية التي عرفت مؤخراً انتعاشاً ملحوظاً.

أضف إلى ذلك اهتمام تركيا بمجال السياحة الذي عرف قفزة نوعية عندما أدركت طبيعة الدور الحضاري الذي تنسده، ومن هنا وضعها المناهج اللغة العربية هي الأولى من نوعها تجسّدت من خلال اتخاذ وزارة التربية الوطنية التركية قراراً عام 2011، يقضي بتدريس اللغة في المدارس الابتدائية والثانوية كلغة أجنبية اختيارية/الزامية على غرار اللغات الأجنبية.

وموضوع الاستثمار في اللغة، من الموضوعات المهمة، وتكمن أهميته في كلّ مجال من مجالات الحياة (الاجتماعي، التعليمي، السياسي، الاقتصادي والثقافي) والكلّ يعلم ما للغة من دور في ربط وشائج الاتصال بين العملية الاستثمارية وتحقيق الربح، فيما يتمّ التفكير، ثمّ التخطيط والتفاهم والتبادل، وباختلاف مجالاتها تختلف تبعاتها ونتائجها، وهي تحقّق ربحاً ونفعاً على جميع مجالات الاستثمار وأرباحها قد تكون مادية أو معنوية، يُتوصّل إليها عن طريق الدراسة العلمية لها.

وانطلاقاً من هذا ارتأينا البحث في ماهية الاستثمار اللغوي والمكاسب التي يحقّقها على مستوى الفرد والمجتمع والدولة ككلّ، من ثمّ فوائده في مختلف المؤسسات والمنظمات والهيئات في مجال الاقتصاد والتعليم والثقافة، ومنه تبيان واقع اللغة العربية مع التطور الذي عرفته أساليب الاتصال بما يواكب متطلبات الاستثمار، وما يكفل التكيف مع تقلباته في جميع مجالات الحياة المختلفة، لضمان مستقبل مشرق لها على الساحة المحلية والعالمية على حدّ سواء.

وقد نجحت الدّول المتعدّدة في استثمار اللّغات في توظيف المعرفة العلميّة، ما جعلها تتحوّل وفي ظرف وجيز جداً إلى مجتمعات منتجة للمعرفة، وذلك بعد علمها يقيناً أنّ "الاستثمار في توظيف الصّناعة والتّجارب التّقنيّة، والمعارف المختلفة، ولا يمكن أن يتحقّق أيّ نجاح إلاّ بإتقان اللّغة الوطنيّة، وتوظيفها وتفعيلها في جميع المجالات"⁵ بحيث يمكن أن نستثمر فيها اللغة وتوظّف بشكل يعود على المجتمع بتحقيق المنفعة أو العائد المادّي فيها إلاّ باللّغة الجامعة بقدر عدد النّاطقين باللّغة العربيّة بنسبة 6,66% من سكّان العالم، ومن هنا اتّساع السوق العالميّة للاستثمار في اللّغة العربيّة في مجال البحث العلميّ وإنتاج المعرفة.⁶ (بنظر موقع قناة RT Arabic 2015).

والأمر الذي يجعلها ذات عائد اقتصادي أكبر من غيرها في استثمار اللّغات في مجال البحث العلميّ، ومنه ارتفاع نسبة الأرباح في استثمار اللّغة بمجموعة من النّقاط هي:

- توسيع مجالات البحث العلميّ باللّغة العربيّة؛
- تركيز البحث العلميّ باللّغة العربيّة على التّخصّصات ذات الطّلب المتزايد في الأسواق محليّاً وعالميّاً؛
- سرعة الرّبح في استثمار اللّغة يرتبط بتطوير آليات البحث العلميّ وأدواته، وأهمّ آلية يمكنها أن تحقّق ذلك، وفي أقصر وقت ممكن آلية التّرجمة، إذ تعدّ التّرجمة أبرز مجال للاستثمار في اللّغات، وهي بحقّ سوق استثماريّة لتوظيف اللّغة الهدف في تحقيق العائدات والأرباح، التي تزداد فرصها وسرعتها بحسب اتّساع مجالات التّرجمة وآلياتها.

اللّغة العربيّة في الإعلام التّركي:

تسهم اللّغة بقدر كبير في التّنشئة الاجتماعيّة، والأمر نفسه مع الإعلام، إذ تؤدّي دوراً مهماً في ترقية لغة الطّفل؛ نظراً لما للإعلام من تأثير قوي وسريع في القارئ والمشاهد وبخاصّة الطّفل لما يملكه من قدرات على الحفظ، وتكرار المسموع بصورة عجيبة وسريعة وعفوية فالإعلام عمل على توجيه وتنميط هذا الطّفل، الذي يسهّل على الإعلام إحداث التّغيير فيه وقد يشكّل هذا في حدّ ذاته خطراً عليه.

ويستعين الإعلام بكلّ ما يملكه من أجهزة فعّالة، ولغة جميلة وجذّابة، وصوّر رائعة وخادعة تسعى إلى كسب أكبر عدد ممكن من المتابعين مهما كانت فئتهم العمريّة، ولعلّ فئة الصّغار هم الأكثر انجذاباً ومتابعة، لذلك يصنّف الإعلام ضمن السّلطة الرّابعة، التي لها التأثير في البلدان، والتي تستعمل سلاحاً فعّالاً وخطيراً هو سلاح الفكر والدّعاية، وإن كان دور الإعلام هو العمل على ترقية اللّغة، إلاّ أنّه في عصر لقت فيه العربيّة شهرة، ما جعلها تتصدّر اللّغات الأخرى، وتكون لها مكانة لدى غير النّاطقين بها، الذين سعوا إلى نشره، وأدرجوها حتّى في برامجهم

وسياساتهم اللغوية، ليس حباً فيها أو دفاعاً عنها، بل لأنهم وعوا أهمية الاعتماد عليها في كل مجالات الحياة؛ لما ستجلبه لهم من أرباح طائلة من وراء استعمالها. وقد اعتمدها بعض الدول الغربية لغة أجنبية أولى في برامجها الدراسية، وأخرى أدرجتها في المعاملات الرسمية، مثلما فعلت أمريكا عند إدخالها ضمن اللغات الست المعمول بها في الكونغرس، كيف لا وقد أصبح عدد الناطقين بها عبر العالم في تزايد مستمر، وتركيا كغيرها من الدول الغربية فهمت أنها العول إذا أرادت الوقوف باقتصادها، وقد وعت ما للإعلام من دور في مجال ترقيتها.

استغلت تركيا بالتالي كل الآليات، وكل الوسائل المتاحة لها من أجل ذلك، فمثلما استغلت أو استثمرت في اللغة العربية لسبب ديني بادئ الأمر، ها هي تجد مجالاً آخر يستدعي منها التركيز على ذات اللغة لأسباب اقتصادية بحتة، ركزت اهتمامها على الإعلام من خلال الشاشة الصغيرة في الآونة الأخيرة، لما رأت نسبة المشاهدة لمنتوجها السينمائي قد ارتفع، ولا زال في ارتفاع متزايد، فمن منّا لا يتذكر بداية الأفلام التركية في كل المجتمعات العربية وبالأخص عندنا بالجزائر، من منّا لا يتذكر مهند ونور، يحيى ومليح، من ينكر من مسلسل حريم السلطان من آثار على المشاهد الجزائري على وجه الخصوص، والمشاهد العربي على وجه العموم؛ لأنّ التلفاز له وظائفه المعروفة من إخبار وتسويق وترقية، وتقديم بذلك خدمات اجتماعية وسياسية ومذهبية وثقافية وتربوية وتعليمية.

لا يمكن الاستهانة بالدور الذي يلعبه التلفاز في المجال الاقتصادي من خلال ما يحققه من ربح، إلى جانب خدماته الاجتماعية، فهو أحد الوسائل الاقتصادية الفعالة، وهو أكثر المؤسسات الإعلامية شمولية من حيث الوظائف وتأثيراً، وهو أيضاً كما لا يخفى على أحد من بين وسائل الإعلام الأكثر جماهيرية، يظهر تأثيرها في اللغة والسلوك، وكانت أولى الوسائل المعتمدة من الأتراك لتحقيق هذا التأثير، وبالتالي بلوغ الهدف المتوخى، وهو كسب الربح من وراء استعمال اللغة العربية كوسيلة لتحقيق الربح الطائل، الترجمة أولاً، بالحفاظ على الصورة والصوت وتمير شريط أسفل الصورة يترجم اللغة الأصلية.

واعتمدت بعدها الدبلجة الآلية لتسويق منتوجها السينمائي باللغة العربية لا باللغة الأصلية لما رأت الإقبال الهائل على مسلسلاتها وأفلامها، وأن أكبر نسبة مشاهدة تعود إلى الدول العربية، فهي بهذا وجدت الطريقة المثلى لنشر بضاعتها، وتحقيق الأرباح الطائلة من وراء ذلك، وقد أشار الأستاذ "عبد الجليل مرتاض" في مقال له في اليوم الدراسي الموسوم "دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية": «بالنسبة لأثر التبليغ الشفهي، فإنه أبلغ إقناعاً وأكثر تأثيراً، وليكون بهذا المعنى، فإنه لا بدّ من مراعاة عدّة معطيات ضمنية:

- 1- دواعي التّبيّغ.
 - 2- موضوع التّبيّغ.
 - 3- قصديّة التّبيّغ.
 - 4- تهيئة محيط التّبيّغ.
 - 5- التّرابط الضّمّني الموضوعي، العاطفي، الوطني، الدّيني، السّياسي، الإيديولوجي والإنساني...
 - 6- التّفاهم المتبادل.
 - 7- قابلية الإرسال والاستقبال.
 - 8- معرفة درجة أو مستوى متلقّي التّبيّغ.
 - 9- تركيز المرسل على مصطلحات معيّنة، ذات تأثير أكثر على المتلقّي، وتكون هذه العناصر اللّغويّة التي تؤدّي إلى تأويلات دلالية متباينة اتّجاه المبلّغ إليهم⁷ إضافة إلى معطيات أخرى أوردها الكاتب في ذات السّياق، تبرز فيها أهميّة اللّغة وأثر التّبيّغ الشّفويّ، ونحن نعيش في عالم بلا حواجز، يستلزم منّا مواجهة التّحدّيات العصريّة. إنّ وسائل الإعلام كما سبق ذكره من أهمّ أساليب التّنشئة الاجتماعيّة والتّنمية اللّغويّة بعد الأسرة والمدرسة، ومن هنا يُفهم سبب تركيز الإعلام التّركي عليها.
- وقد سعت تركيا لتحقيق الرّبح الطّائل من خلال عائداتها النّاجمة عن استغلال الإعلام من أجل تحقيق أهدافها في ظرف قياسي، فهمت أنّ ما تنتجه من أفلام بقيمة فنيّة عالميّة لا يجلب لها أرباحاً ما لم يعتمد إلى استعمال اللّغة الهدف الأكثر انتشاراً في الآونة الأخيرة، وهي اللّغة العربيّة، فهمت أنّه من خلال ما تنتجه من برامج (مسلسلات وأفلام وأفلام كارتون) بإمكانها تحقيق ربح مادّي ضخم، لهذا عمدت إلى ترجمة ما تنتجه إلى اللّغة العربيّة أو اعتماد آلية الدّبلجة باللّغة العربيّة، وكلتا الآليتين لقيتا ترحيباً وانتشاراً واسعاً في سائر البلدان العربيّة، وإن كانت تقنية أو آلية الدّبلجة الأكثر سهولة لتلقّي المشاهد أو السّامع الصّورة والصّوت في الأسواق محليّاً وعالميّاً في آن واحد، وباللّغة التي يفهمها، ومن منّا لا يتذكّر يحيى وليس ومهند ونور، وحريم السّلطان، ووادي الذّئاب، وزهرة الثّالوث، والغراب وغيرها من الأفلام والشّخصيات البارزة (الأبطال) التي أدّت أدواراً بارعة، ولقت ترحيباً من الأوساط العالميّة لشهرتها وسهولة التّجاوب معها، إلّا أنّ آلية التّرجمة هي الأكثر تأثيراً؛ كونها تمكّن المستقبل للصّورة والصّوت، وهو يتعرّض لقراءة الشّريط أسفل الشّاشة الذي ينقل له اللّغة الأصل إلى لغته، فيتعلّم بذلك تلك اللّغة وعن غير قصد بفعل المراس والتّكرار، وتنشأ عنده لغة ثانية اكتسبها عن طريق التّرجمة.

أهمية الترجمة:

يقصد بالترجمة «نقل الألفاظ والمعاني والأساليب من لغة إلى أخرى، مع المحافظة على التكافؤ»⁸ ومن هنا يجب مراعاة اللغة المنقول منها والمنقول إليها، ومعرفة أساليب تواصل الشعوب، وكذا الاطلاع على ثقافات الأمم الأخرى، إذ تتجاوز اللغة كونها أداة للتواصل وحسب، لتكون الوعاء الفكري لتلك الثقافات على تنوعها، «وقد أصبحت الترجمة حقلاً حساساً وعلمياً من العلوم الهامة التي تدرّس، وازدادت الحاجة إلى الترجمة والمترجمين، وذلك لأهميتها في ربط جسور التفاهم بين الدول في شتى بقاع الأرض، إذ أصبح لا يمكن لأمة من الأمم أن تنأى بنفسها عن معطيات الحضارة الأخرى المتعددة المصادر للغات»⁹

أضف إلى ذلك عامل الانفتاح على الشعوب، والذي يزيل الحدود ليلعب دوراً حضارياً كبيراً في التقريب بين الشعوب و«أبرز دور للترجمة يتضح في التفاعل الثقافي، وحتى يكون هذا التفاعل مع الآخر فاعلاً ومؤثراً ينبغي معرفة الذات كمعرفتنا للآخر، والترجمة تقوم بهذا الدور من خلال تعريفنا بما يكون عند الطرفين، وهي تعمل على أن ندرك ذاتنا عن طريق إدراك الآخر لنا، ونقل تصورات الآخر عنا»¹⁰

مفهوم الدبلجة:

هي الترجمة السمعية، مأخوذة من اللغة الفرنسية Doublage وهي مسح كامل للصوت فقط، وإعادة إنتاج الفيلم بالقصة نفسها والسيناريو نفسه، ولكن بلغة أخرى، وهو مصطلح تلفزيوني يستخدم عند تعريب إنتاجات تلفزيونية (أفلام، مسلسلات وأفلام وثائقية) والفيلم المدبلج يستعمل عوض الفيلم المعرب، وفيها قد يُعمد إلى نقل البرنامج إلى العربية، إما نقلاً حرفياً مع الحفاظ على النسخة الأصلية، بحيث يحتفظ بالعنوان وأسماء الشخصيات والأماكن، أو دبلجتها مع شيء من التحوير والتغيير، كتغيير أسماء الشخصيات والأماكن، لتصبح أسماء عربية.

لم تطرح المسألة قبلاً عندما كانت المجتمعات العربية محافظة على هويتها، رافضة الانصياع وراء ما يسقى بالعولمة، ولكن الأمر اليوم غير الأملس، فالمتتبع لتأثير الإعلام بين الماضي والحاضر يلحظ فروقاً كبيرة، ولأسباب عديدة، منها أن المجتمعات في الماضي كانت متمسكة بعاداتها وتقاليدها، ومحافظة على أصالتها، وكانت الروابط الأسرية، وكذا المعاملات متينة، أضف إلى ذلك عدم توفر الوسائل التكنولوجية مثلما هو الآن.

وكانت البرامج تخضع للغربة، إذ كان اختيار البرامج الإعلامية المستوردة أكثر نضجاً ومسؤولية مما هو عليه اليوم، وكانت أيضاً تخضع للرقابة التي تسهر على أن تكون البرامج المستوردة متجانسة والعرف العربي والديني، ومناسبة للفئات العمرية، ولكن الأمر اختلف مع

متطلّبات العصر، وبعد أن كان التّلفزيون مصدراً خالصاً للتّرفيه، تحوّل تدريجيّاً إلى حضور طاغ مخرب في حياة الأسرة¹¹.

لم يكن موضوع الدّبلجة مطروحا في سابق من الزّمان، وقد تسلّلت إلى الشّاشة العربيّة بخطى محتشمة، لم تُبْهِر اهتمام وانتباه المشاهد، ولم تكن كلّ البرامج على اختلافها و تنوعها مدبلجة، تواجدت بصفة مكثّفة في ما بعد إلى درجة " أن شاستنا أصبحت تُضاهى بثقافة بصريّة هجينة، تجمع بين وجه غير عربيّ ولسان - عربيّ الهوى - بلهجة قُطريّة / إقليمية " (12) أوّل ما بدأت الدّبلجة في الوطن العربيّ كانت عبر أفلام هوليوود المدبلجة إلى الفرنسيّة في دول المغرب العربيّ أمّا دول المشرق فقد قامت بدبلجة أفلام و مسلسلات الأطفال باللّغة العربيّة الفصحى (الكويت، الأردن و الخليج) في ثمانينات القرن الماضي.

و أكثر مجال شملته الدّبلجة في الوطن العربيّ، المسلسلات الأجنبيّة الوافدة من دول غربيّة كأمریکا و البرازيل على سبيل المثال و لكنّ أكثرها تغلغلا و أبرزها من حيث الانتشار و نسبة المشاهدة العالية المسلسلات التّركيّة التي نجحت في منبتها و لاقت رواجاً و ترحيباً في البلدان العربيّة خاصّة بعد الدّبلجة.

و لم يقتصر التأثير على المشاهدة فقط بل ظلّ البعض مشدوداً إلى الشّاشة الصّغيرة ينتظر بشوق مواعيد المسلسلات التي كان يتمها مع شخصياتها ذات أسماء معرّبة صنعت الحدث و جعلت قلوب العرب تتعلّق بها و تردّها و تتشبه بها، علقت بأذهانها إلى درجة أنّه يتمّ تغيير اسم الفنّان التّركي أو تعريبه لا يلقى ذلك استحساناً لديهم، مثل: اسم "مهند" الذي ارتبط بمسلسل "العشق الممنوع" و الذي تحوّل في مسلسل آخر إلى اسم عربيّ هو "خليل" في مسلسل "ميرنا و خليل" فلم يلق ذات الاهتمام...

و مهما يكن، فإنّ الدّبلجة نقلت لنا واقعا معيشيّاً أجنبيّاً لا صلة له بواقعنا الثّقافيّ و الاجتماعيّ، اقتحم الغرب حياتنا عبر الشّاشة الصّغيرة عن طريق اللّغة / اللّهجة أحيانا عندما يختار المترجم عمدا لهجة تتماشى و البلد و الأهواء التي يصدر إليها إنتاجه السينمائيّ؛ لأنّ المسألة اقتصادية بحتة، و ليس اعتباراً توجّه الأتراك إلى الاستثمار في هذا المجال؛ فتلك ورقة مُزيحة لا محالة، و تطوّر الدّبلجة ثقافيّاً و تاريخيّاً كان في ما مضى ضرورة بعد مُضيّ عهد السينما الصّامتة؛ إذ مع تجشّين السينما النّاطقة وُجدت صيغ عدّة لنقل الصّورة مع الصّوت و لم يكن ذلك بالشّكل المباشر أوّلاً فقد اعتمدت أمريكا العناوين التي كانت تُعرّض بين القينيّة و الأخرى بعد بعض المقاطع أو إيراد تعليقات يسهل ترجمتها أو نقلها كتابة بعد ذلك من اللّغة الأصل (الإنكليزيّة) إلى اللّغة المُستهدفة، إلى أن ارتبط الصّوت بالصّورة في عشرينيّات القرن الماضي و لم يخضّ فيها إلاّ الدّول الكبيرة التي كان بإمكانها مجابهة عائق التكاليف الباهضة.

جاء في مقال "مجلة القافلة - العدد 57" الحديث عن تاريخ الترجمة و أُشير فيه إلى خريطة الترجمة الفيلمية و التلفزيونية في العالم و كذا الأجزاء الثلاثة الرئيسية لها و هي: دُول لغة المصدر و دُول الدبلجة و دول الترجمة المكتوبة، يشرح فيه أن أمريكا لم يكن مشكل الترجمة مطروحا لديها، فهي التي كانت تُنتج أفلامها و بلغتها و إن حَدَثَ و استوردت أفلاما أجنبية عمِدت إلى الترجمة المكتوبة، و لجأت دُول أوربية كبيرة إلى خِيَارِي الدبلجة و الترجمة المكتوبة (ألمانيا، إيطاليا، إسبانيا، ...) و لقد طغى بعد ذلك خيار الترجمة المكتوبة أمام تراجع الدبلجة لاعتبارات مختلفة لعل أهمها داعي العولمة، بَيَدَ أَنَّ الدُول الصغرى و كذا العبيبة مالت إلى الدبلجة و أول عمل ربّما تشير إليه المصادر، تمّ دبلجته إلى العربية في 1974، المسلسل الكرتوني "سندباد" الموجّه للأطفال، قام بدبلجته المنتج و المُخرِج اللبّاني "نقولا أبو سمح" و الذي دُبِلجَت على يده لاحقا مسلسلات مكسيكية و برازيلية.

أما الإنتاج التركي المدبّج، فهو في تزايد مستمرّ نظرا للتفاعل الكبير من قِبَل العَرَب لُقْرَب بيئتهما من حيث العادات و التقاليد و البُعد الدبّي، إلّا أَنَّ ظاهرة الاختلاف اللّهجيّ / اختيار أكثر من لهجة في الدبلجة كان تأثيره سلبيا على نوع المنتج و على لغة المستهدف.

ويظلّ التّلفاز واقعا ثقافيا واجتماعيا في العالم الغربيّ والعربيّ، وإن كان العرب حديثي التّعامل معه، إلّا أنّهم لم يتمكنوا من تحقيق تقدّم ملحوظ، وبخاصّة في ظلّ عالمية اللّغة العربية، التي كانت بوابة انتقال الحضارات الغربية، وثقافات الدُول المتطورة لتغزو السّوق العربية عبر اقتصادها، ومن خلال الإعلام و الصّحافة أولا قبل أن تنتشر عبر وسائل أخرى.

كانت تركيا ذكية في مسعاها، فقد غزت السّوق العالمية من خلال منتوجها السينمائي فاستثمرت إذن اللّغة العربية نظرا لعالميتها من أجل تحقيق أرباح طائلة، أو عائدات لا يستهان بها، ويظهر بهذا أنّ الاستثمار في اللّغة في مجال الترجمة استثمار ذو عائد اقتصادي عال تعود فوائده على المجتمع واللّغة ما يضيف للّغة المستثمرة في حد ذاتها قيمة علمية.

تحتاج اللّغة إلى سنوات من البحث والإنتاج العلميّ لتحصيلها، "فحيثما اعتبرت اللّغات ثروات اجتماعية، فإنّ الترجمة يجب أن تفهم باعتبارها استثماراً طويل الأمد، من أجل الحفاظ على قيمتها/زيادتها، وحيث إنّ كلّ ترجمة إلى لغة تضيف قيمة إليها، فإنّه يمكن النّظر إلى مجمل كلّ التّرجمات إلى لغة ما باعتباره مؤشراً آخر على قيمتها"⁽¹³⁾ في سوق اللّغات التي تزداد فيه اللّغة قيمة، وبالتالي تزداد فيه فرص الرّيح في الاستثمار فيها، أضف إلى ذلك المعرفة العلمية.

تفطّنت إذن تركيا إلى هذه النّقطة، وركّزت جهودها على استثمار اللّغة في مجال الترجمة الذي أضفى طلباً اقتصادياً وعلمياً في آن واحد، إلى جانب نشر المعرفة العلمية وهذا يعني

بالضرورة أنّ الاستثمار في اللغة العربية في مجال البحث العلمي ذو عائد اقتصادي عال ومن خلاله ترتفع نسبة الأرباح.

والإعلام المكتوب والمسموع منه، والمرئي أصبح سوقاً استثمارية لتوظيف اللغة في تحقيق العائدات والأرباح، ويكون للغة فيه دور تزويد الأفراد بالأخبار، ويعدّ سوقاً ترويجياً للمنتجات المحلية والأجنبية، وتلعب اللغة دور توسيع دائرة النشر الإعلامي، وزيادة عدد الجماهير (قراءً ومستمعين ومشاهدين) الأمر الذي يزيد من فرص عرض المنتج وتسويقه عبر الإشهار والإعلان المصاحب للبرنامج الإعلامي، بحسب ذكاء المنتج وأفاق بيع الإنتاج.

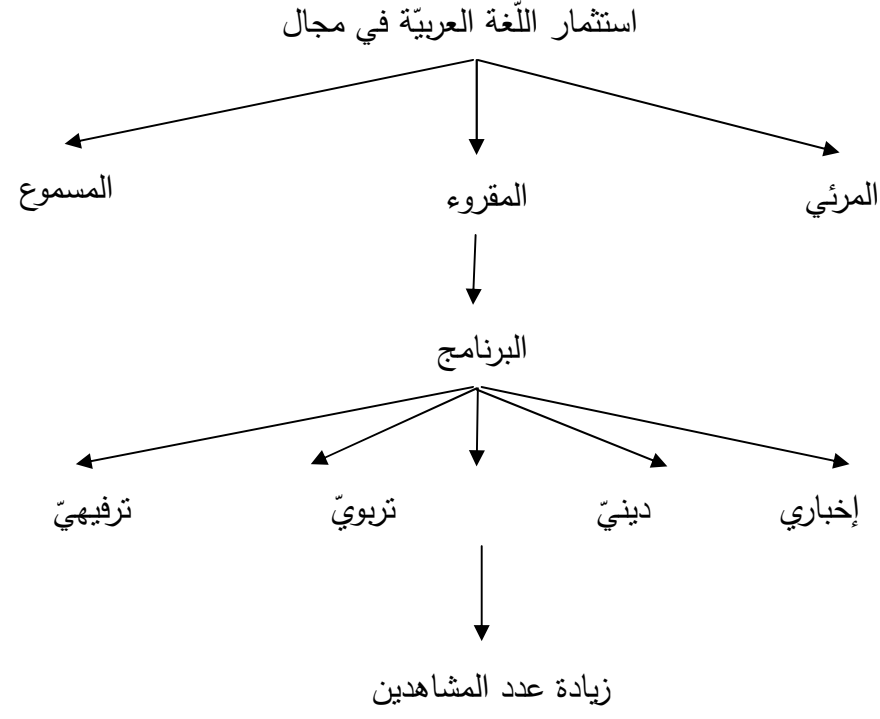
وما يهم المستثمر ليس عرض المنتج وحسب، بل ما يهّمه زيادة نسبة المشاهدة لزيادة فرص عرض المنتج وتسويقه، وإن كان دور الإعلامي سابقاً هو تحقيق المتعة (متعة المتلقي وكذا تنمية ذوقه الخيالي) فإنّ دوره الآن وهدفه البحث عن ذروة المشاهدة، وكيفية تحقيق أعلى نسبة مشاهدة، الأمر الذي يؤديّ به إلى تحقيق عائدات طائلة/ الوصول إلى أكبر عائد من المكاسب المالية.

والإحصاءات الأخيرة تدلّ على أنّ أربعمئة واثنين وعشرين مليون (422000000) نسمة ينطقون بالعربية، وهو عدد هائل، لهذا سعت تركيا هذا المسعى، ليس حباً في اللغة العربية وحسب، بل لما يجزّه لها استعمال هذه اللغة من أرباح وعائدات، لرفع اقتصادها، ما لم تجده في استثمارها للغات الأجنبية، لم تحقق لها ربحاً كبيراً.

ظهرت برامج تلفزيونية تركية تعتمد اللغة العربية أداة لنقل معارفها، والتعريف بحضارتها نذكر على سبيل المثال قناة قناة TRT العربية، وهي قناة تركية على قمر نايل سايت، ناطقة باللغة العربية، تبثّ الأخبار عن تركيا والعالم، وتعرّف بالثقافة التركية (العادات والتقاليد والعرف) من خلال البرامج الوثائقية التركية والرحلات، وما زاد القناة قيمة علمية اشتغال إعلامية عربية سفيرة لغتها، تتقنها وتحسن نقلها، وهذه الصحفية جزائرية الجنسية، تدعى "مديحة علالو"، وهي تقدم برنامجاً ثريا اسمه "موزاييك"، والذي مثلما ينص عليه العنوان لوحه فنية، تجمع وجوه الحضارة التركية، وقد حقّق البرنامج نسبة مشاهدة عالية جدا، ولقى ترحاباً في الدول العربية، فكان عاملاً آخر اعتمده تركيا لغرض نفعي من خلال استثمار اللغة العربية دائماً.

وبقى «التلفاز كوسيلة إعلامية مرئية تتسم بخصائص وسمات تختلف عن الوسائل الإعلامية الأخرى، ولا سيما أنّ التطورات التقنية في مجال تكنولوجيا الاتصال صاحبها تطورات اجتماعية وثقافية، دفعت علماء الاجتماع وخبراء الإعلام لإعداد أبحاث للتعرف عن طبيعة هذه الوسيلة»⁽¹⁴⁾ ويشير أصحاب المقال إلى أبرز خصائص هذه الوسيلة التي تجمع الصوت

والصّورة والحركة، وبالتالي درجة التّأثير تكون أكثر قوّة من غيرها من الوسائل، فهي تجذب المشاهد وتشدّ انتباهه لوقت أطول.



فالاستثمار في اللّغة من خلال التّخطيط يؤكّد على حقيقة لا مفرّ منها، وهي أنّ اللّغة المستثمرة حققت عائداً تجاريّاً، وكأنّ اللّغة المستثمرة في الإعلام أصبحت الآن وطيدة الصّلة بالتّجارة الدّوليّة، إذا رأينا أنّها تروّج لبيع منتج ثقافيّ، والذي هو بمثابة تسويق أيّ سلعة أو منتج في السّوق محليّاً أو عالميّاً.

الخاتمة: كان بحثنا حول استثمار الأتراك للغة العربية في الإعلام، وما توصلنا إليه من خلال دراستنا:

- ارتباط الاستثمار في رؤوس الأموال بتحقيق العائدات، مثله مثل الاستثمار في اللغة العربية الذي حقق لتركيا أرباحاً طائلة من خلال توظيفها في عملية الترجمة الآلية أو الدبلجة، من خلال الإنتاج السينمائي خاصة؛
 - البحث في الاستثمار في اللغات مبحث علمي مشترك بين علمي الاقتصاد وعلم اللغة الاجتماعي؛
 - من خلال آخر الإحصائيات تأتي اللغة العربية في المرتبة الرابعة عالمياً من حيث عدد الناطقين بها، بنسبة 6,66% من سكان العالم؛
 - ارتباط نسبة الرّبح فيها بتطوير آليات البحث العلمي والترجمة.
- الهوامش:**

- ¹ - محمد بن عبد الرزاق المرتضى الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تخ: إبراهيم التريزي، التراث العربي، وزارة الإعلام، الكويت: 1972، ج: 10، مادة نمر، ص 329-336.
- ² - جمال الدين بن أبي الفضل محمد بن مكرم، لسان العرب، د. ط. بيروت: 2010، مج 4، باب الرّاء، فصل النّاء، ص 106-107.
- ³ - سليمان الحقوي "الخطاب السنيمائي المترجم: إشكالات اللغة والتلقي" مجلة الرافد، 2011، ص 24
- ⁴ - عبد القادر الفاسي الفهري "اللسان العربي الجامع: بين التمسك والتنوع والتعدد" الندوة الدولية حول التعدد اللساني واللغة الجامعة، الجزائر: 2012، ص 21.
- ⁵ - صليبية نجوى "الاستثمار في اللغة العربية ثروة" صحيفة تشرين أون لاين. تم استرجاعه في: 18-08-2015 على الرابط [http://tishreenonline.sy/index, php]
- ⁶ - ينظر موقع قناة RT arabic في 27-06-2015. على الرابط [http://arabic.rt.com/News/786982]
- ⁷ - ينظر: عبد الجليل مرتاض "الخطاب الشفهي وأثره في المتلقي" كتاب دور وسائل الإعلام في نشر اللغة العربية (عدد خاص بأعمال يوم دراسي). الجزائر: 2004، المجلس الأعلى للغة العربية، ص 89-106.
- ⁸ - سعيدة كيجل، تعليمية الترجمة دراسة تحليلية تطبيقية، ط 1. عمان: 2009، عالم الكتب الحديث، ص 21.
- ⁹ - سليمان العباس، الترجمة نافذتنا على العالم، دط. عمان: 2000، جامعة الزرقاء الأهلية، ص 160.
- ¹⁰ - رولا حسن، دور الترجمة في إقامة الحوار مع الآخر المختلف. من موقع <http://www.alsabaah.iq/ArticleShow.aspx?ID=146321> بتاريخ 20-10-2010، في الساعة 18:54.
- ¹¹ - ماري وين وعبد الفتاح الصبيحي، الأطفال والإدمان التلفزيوني، دط. الكويت: 1999، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ص 22.
- ⁽¹²⁾ <https://qafilah.com/ar/> الدبلجة 18h50 à 15/08/2017
- ⁽¹³⁾ - كولماس فلوريان، اللغة والاقتصاد، تر: عوض أحمد، دط. الكويت: 2000، عالم المعرفة، ص 95.

⁽¹⁴⁾ خديجة زبار الحمداني ومحمد ضياء الدين خليل إبراهيم "اللّغة العربيّة في وسائل الإعلام المرئية -التلفاز أنموذجا- آثار ومتطلّبات" كتاب المؤتمر. دبي: 2015، المجلس الدّولي للّغة العربيّة، ص318.