


الاستثمار في اللغة العربية: مجالاته وعائداته

أ. ياسين بوارس،


ج/مولود معمري، تيزي-وزو

الملخص: يعرض هذا البحث موضوع الاستثمار في اللغة العربية من حيث مجالاته وعائداته في تحديده لمفهوم الاستثمار بشكل عام، والاستثمار في اللغة بشكل خاص، وتحديد الانتماء العلمي لمبحث الاستثمار في اللغات، باعتباره مبحثاً علمياً اقتصادياً من جهة، ولسانياً من جهة أخرى، ثم تحديده مجالات الاستثمار في اللغة العربية، بما فيها التعليم، والبحث العلمي، والترجمة والإعلام، والتجارة الدوليّة، وهي المجالات التي تقوم أساساً على وظيفيّة اللغة ما يجعلها سوقاً استثمارية لتوظيف اللغات في تحقيق العائدات والأرباح.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار، اللغة، العربية، المجال، العائد.

Abstract: This paper deals with the topic of investment in the Arabic language in terms of fields and revenues. Its aim is to give a definition to the concept of investing in general, and investing in the language in particular, as well as to determine the scientific affiliation of the Study of investing in languages; since it's considered a scientific and



economic study, on one hand and a linguistic one on the other hand. Then, the focus was on the fields of investing in Arabic language, including education, scientific research, translation, media, and international commerce. which are the fields mainly based on the language functionality, so as to become an investment market for the use of languages to achieve revenues and profits.

مقدمة: تُعدُّ اللُّغة -فضلا عن كونها وسيلة تواصل- وسيلة لتنمية الاقتصاد في المجتمعات، وهي بذلك تُعادلُ منزلة رؤوس الأموال النّقدية أو العينية التي تُستثمر في تنميته؛ باعتبار أن كلاً منهما (اللُّغة والمال) أداتان لتحقيق العائدات والأرباح التي تزداد فرصها كلما ازداد الاستثمار فيهما واتّسع مجاله. وتوضح العلاقة بين رأس المال واللُّغة في علم الاقتصاد الذي يُعنى بعلميتي الإنتاج والتوزيع، في وظيفة كلٍ منهما في زيادة الإنتاج ورؤوس الأموال، طالما أن هذا هو الهدف الحقيقيُّ للاقتصاد الذي يهدف بدوره إلى زيادة الإنتاج لتغطية الطلب. وتتجاوز بهذا وظيفة اللُّغة في التواصل إلى وظيفتها في تنمية الاقتصاد، ما جعلها تُعدُّ أحد الموارد الاقتصادية التي يمكن استثمارها في تنمية الاقتصاد في المجتمعات.

وينطبق الأمر نفسه على اللُّغة العربية في الوطن العربي، الذي تعاني بلدانه عجزا اقتصاديا جزئيا أو كليا في الإنتاج وتغطية الطلب؛ ما جعلها تعتمد على الاستيراد بالعملة الصعبة



في تغطية هذا العجز؛ وهذا راجع إلى قلة الموارد الاقتصادية - على اختلاف طبيعتها في كل دولة - المستثمرة لتنمية الاقتصاد من جهة، ومحدودية الاستثمار في هذه الموارد من جهة أخرى. وينطبق هذا على اللغة العربية ورأس المال البشري الناطق بها، اللذان يعرفان محدودية الاستثمار فيهما في دول الوطن العربي، رغم ما لهما من أهمية في القطاع الاقتصادي، ودور في تنمية الاقتصاد؛ حيث يمكن استثمار اللغة العربية والناطقين بها في زيادة الإنتاج وتغطية الطلب، وتحقيق العائدات والأرباح وتنمية الاقتصاد العربي، وهذا في توظيفهما في مجالات الاستثمار الكفيلة بتحقيق هذا الهدف. وهو ما نهدف إليه بالتحديد في هذا البحث من خلال تحديدها لمفهوم الاستثمار بشكل عام والاستثمار في اللغة بشكل خاص، وتحديد انتمائه العلمي باعتباره مبحثاً علمياً اقتصادياً من جهة ولسانياً من جهة أخرى، ثم بيان مجالات الاستثمار في اللغة العربية وعائدات هذا الاستثمار على الوطن العربي.

أولاً- مفهوم الاستثمار في اللغة: ارتبط مفهوم الاستثمار بعلم الاقتصاد، الذي يهتم بدراسة عمليتي الإنتاج والتوزيع، حيث دلّ من خلاله على توظيف رأس المال النقدي (المال) أو العيني (المباني المؤسسات، الآلات، اليد البشرية، حقول النفط، الأراضي) بهدف تحقيق العائد أو الربح، أو زيادة الإنتاج ولهذا عرّف الاستثمار في هذين النوعين من رأس المال، بأنه "توظيف

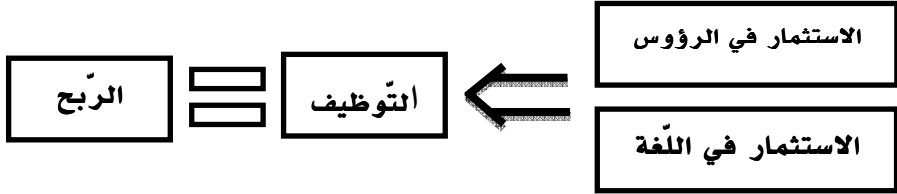


المال بهدف تحقيق العائد أو الدّخل أو الربح. (حردان طاهر حيدر، 1997، ص13) ويحدّد هذا التّعريف مفهوم الاستثمار بأداته وهدفه، بما لا يمنع أيّ أداة تتّفق مع رأس المال في تحقيق الرّبح أو العائد من أن تأخذ مفهوم الاستثمار وهو ما يوضّح لنا العلاقة بين الاستثمار في رأس المال والاستثمار في اللّغة؛ إذ إنّهُ لَمَّا كانت اللّغة إحدى الإمكانيات التي يمكن استغلالها في تحقيق العائد أو الرّبح، اتّفق الاستثمار في اللّغة مع الاستثمار في رؤوس الأموال في الهدف، واختلفا في الأداة، ومن هنا أمكننا تعريف الاستثمار في اللّغة بأنّه توظيف اللّغة في زيادة الإنتاج وتحقيق العائدات والأرباح، من خلال تسخيرها وتسخير الألسنة البشرية النّاطقة بها في تحقيق هذا الهدف.

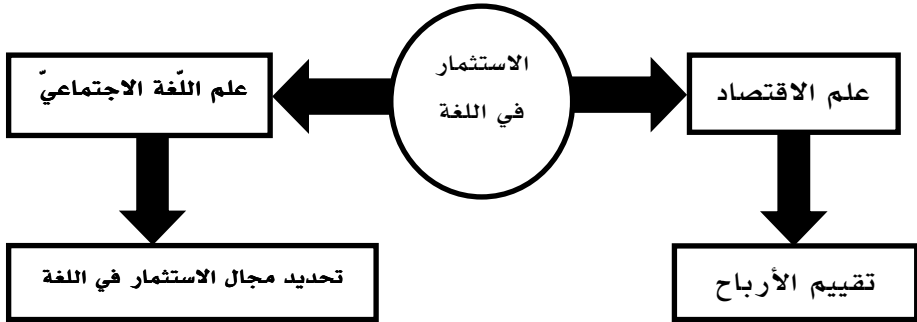
ويتّضح من كلّ التّعريفين أنّ ما يجمع بين مفهومي الاستثمار في رأس المال والاستثمار في اللّغة هو استلزام الاستثمار لتوظيفهما أداتين لتحقيق العائد والرّبح، وكذلك هدف الاستثمار فيهما؛ حيث يستلزم الاستثمار في كليهما التوظيف في مجالات الاستثمار، وهدف الاستثمار في كلّ منهما هو تحقيق العائد والرّبح. أمّا ما يفرّق بين مفهومي كلّ منهما فهي أداة الاستثمار التي تتمثّل في النّوع الأول من الاستثمار في رؤوس الأموال وفي النّوع الثاني في اللّغة، وعلى اختلاف طبيعتهما فإنّ كلّ منهما يعدّ أداة استثمارية وموردا من الموارد الاقتصادية التي يمكن



على أساسها تحقيق الأرباح وزيادة رؤوس الأموال. وهو ما يمكن تمثيله بالترسيمة الآتية:



ويمكن بهذه العلاقة التي تجمع بين مفهومي الاستثمار في رؤوس الأموال والاستثمار في اللغة، عدُّ الاستثمار في اللغة مصدرا من مصادر الدخل وموردا من الموارد الاقتصادية، كما يمكن تصنيفه مبحثا علمياً مشتركاً بين علم الاقتصاد وعلم اللغة الاجتماعي، ويكون الجامع بينهما هو الموضوع الذي هو الاستثمار في اللغة، حيث يُعنى الأولُ منهما فيه بتقييم الأرباح والإنتاج الذي يوفره الاستثمار في اللغة في حين يُعنى الثاني بتحديد مجالات





الاستثمار فيها؛ من خلال رصد وظائف اللغة داخل المجتمع (لغة تواصل/تعليم/لغة رسمية/وطنية/أجنبية). وهو ما يمكن توضيحه بالترسيمة الآتية:

ثانياً- الاستثمار في اللغة العربية: مجالاته وعائداته: مثل

ما انطبق مصطلح الاستثمار بمفهومه على توظيف اللغة بصفة عامة في تحقيق العائدات والأرباح، ينطبق مصطلحا ومفهوماً على توظيف اللغة العربية بصفة خاصة في تحقيق هذا الهدف، على أساس أنها إحدى الإمكانيات التي يمكن لدول الوطن العربي توظيفها في مجالات الاستثمار، لتحقيق العائدات والأرباح وزيادة الإنتاج، في ظل اقتصاد الاستيراد الذي تعتمد عليه لتغطية العجز الاقتصادي. "وهناك عدة مؤشرات تدل على أن اللغة العربية تصدر الرتب ضمن اللغات الكونية الكبرى، وتجعل منها سلعة مربحة، لا مبخوسة، كما ينظر إلى ذلك البعض وأن موجباتها أكثر من نواقصها. ضمنها أن رقميتها في تحسن وتزايد مستمرين، مما يؤكد حيويتها، وأنها لغة الإعلام الدولية، بفضائيات عربية واسعة الانتشار، والتأثير في الإعلام العربي والدولي، مثل الجزيرة وأبو ظبي والعربية، والحرّة، وأ.ر.ت، وم.ب.س... إلخ. وتسجل الصحف المعربة أرقام المبيعات المرتفعة التي تصل إلى أربعة أضعاف مبيعات الصحف باللغات الأجنبية على الأقل. فهناك من المؤشرات القويّة، ما يدل على أن اللغة العربية سلعة مُربحة، ومنتوج مستقبلي في عالم



المعلومات والاقتصاد المعرفي، وأن تدبير شؤونها ينبغي أن يأخذ بعين الاعتبار هذا المعطى." (الفاسي الفهري عبد القادر، 2012، ج1، ص21). الذي يؤكد فاعلية اللغة العربية في تنمية الاقتصاد العربي في حال توظيفها في مجالات الاستثمار التي تعود على المجتمع العربي بالعائدات الاقتصادية.

ويُقصدُ بمجال الاستثمار الميدان/القطاع الذي يمكن توظيف المال/اللغة فيه، لتحقيق العائد أو الربح، باعتبار أن الهدف من الاستثمار هو تحقيق هذا الهدف. وتختلف مجالات الاستثمار بين رؤوس الأموال واللغة باختلاف الوظائف والأدوار التي يؤديها كل منهما في المجتمع؛ حيث نجد رؤوس الأموال إذا كانت نقدية فوظيفتها المبادلات التجارية، ومجال الاستثمار فيها يكون أوسع باعتبارها وسيلة مبادلات أما إذا كانت عينية/ممتلكات (مؤسسات، بناء، أراضي، حقول نפט، يد عاملة، طائرات) فوظيفتها خدماتية، ومجال الاستثمار فيها لتحقيق الربح يكون في توفير الخدمات حسب حاجات السوق والطلب في حين نجد أن اللغة في المجتمع، تتجاوز وظيفتها التواصلية إلى التعليم، والبحث العلمي، والترجمة والإعلام، والتجارة، وهي المجالات التي تقوم على وظيفة اللغة، وتعد السوق الاستثمارية في اللغات.

ويتم تقييم العائد الاقتصادي للاستثمار في الأموال النقدية أو العينية بالربح والخسارة، من خلال القيمة النقدية التي



يضيفها توظيف هذه الأموال إلى رأس المال المُستثمر، بعد انقضاء مدّة الاستثمار؛ لأنّ توظيف الأموال للحصول على الأرباح، يشترط "التخلّي عنها في لحظة زمنيّة معيّنة، ولفترة زمنيّة معيّنة؛ بقصد الحصول على تدفّقات ماليّة مستقبلية، تُعوّض عن القيمة الحالية للأموال المُستثمرة وتعوّض عن كامل المخاطرة الموافقة للمستقبل." (حردان طاهر حيدر، 1997، ص13) ويتّضح بهذا أنّ عائدات الاستثمار في الأموال يتمّ تقييمها اعتماداً على القيمة النقديّة، أو العائد الذي يضيفه الاستثمار إلى رأس المال المُستثمر أو إلى المُستثمر في حدّ ذاته، والمدّة التي تمّ فيها توظيف هذه الأموال في الاستثمار، بحيث كلّ ما كانت القيمة النقديّة التي يضيفها الاستثمار إلى رأس المال المُستثمر أكبر، ومدّة الاستثمار أقلّ كان الرّبح أوفر وأسرع والعكس صحيح، وبهذا فالقيمة النقديّة المُضافة إلى رأس المال تُقيّم وفترة الرّبح، ومدّة الاستثمار تُقيّم سرعة الرّبح. وحينما نأتي إلى الاستثمار في اللّغة بصفة عامّة والعربيّة بصفة خاصّة، فإنّ تقييم الاستثمار فيها يكون كذلك اعتماداً على تقييم مداخل الاستثمار في اللّغة والقيمة النقديّة التي يضيفها هذا الاستثمار في اللّغة إلى رؤوس الأموال أو ميزانيّة الدّول؛ حيث تكون فيها مدّة الاستثمار مؤشراً على سرعة الرّبح، وقيمة العائد مؤشراً على وفترة الرّبح.



1- التعليم: يُعدّ التعليم مجالاً للاستثمار في اللغة، باعتباره مؤسسة قاعدية تقوم أساساً على وظيفية اللغة في هذا المجال، الذي يُعدّ بالنسبة للفرد وسيلة لتحصيل المعرفة العلمية، وتطوير الذات فكرياً واجتماعياً، في حين يمثّل بالنسبة للدول والمجتمعات وسيلة لتحقيق التقدم العلمي وتطوير المجتمع وذلك في اعتماد التعليم وسيلة لتحقيق هدفين أساسيين هما: أولاً: توطين المعرفة العلمية، وثانياً: توفير اليد العاملة المؤهلة لتسيير القطاعات الاقتصادية في المجتمع، بما فيها قطاع الزراعة وقطاع الصحة وقطاع الهندسة وقطاع الصناعة.

1-1 توطين المعرفة العلمية: يُقصد بتوطين المعرفة العلمية، هو نشرها بين جميع أبناء الوطن حتى تكون مُلكاً أكبر عدد من أفرادهم. ويتمّ تحقيق هذا الهدف في الدول والمجتمعات، باستثمار لغة جامعة بين أبنائها في التعليم، تمنح الفرصة نفسها لجميع أفرادها في تحصيل المعرفة العلمية، وتُمكن من نشر هذه المعرفة على نطاق واسع من المجتمع؛ وهو ما لا تحقّقه لغة أجنبية عنه مهما كان تفوقها العلمي؛ لأنّ اللغة الجامعة والعملة الوطنية لهما الدور نفسه؛ باعتبارهما رمزا للوحدة الوطنية، فإذا كانت المعاملة التجارية داخل الوطن لا تتمّ إلا بوحدة العملة الوطنية، فكذلك التواصل الاجتماعي أو العلمي على مستوى الوطن لا تحقّقه إلا لغة وطنية جامعة/مشتركة، "وإذا كانت العملة الوطنية من



مقومات السيادة الوطنية ولا يمكن أن تحل محلها عملة أجنبية؛ فإن اللغة الوطنية كذلك هي من أهم أدوات تعزيز المواطنة." (صليبه نجوى، 2015) ولا يمكن أن تحل محلها لغة أجنبية تحقق هذه الوطنية، أو تضمن التواصل الاجتماعي والعلمي أو توطئ المعرفة العلمية، في استثمارها اقتصادياً في التعليم لتحقيق هذا الهدف.

وقد نجحت الدول المتقدمة في استثمار لغاتها في توطئ المعرفة العلمية، ما جعلها تتحوّل في ظرف وجيز إلى مجتمعات منتجة للمعرفة، وذلك بعد علمها يقيناً أن "الاستثمار في اللغة الوطنية، يعني الاستثمار في توطئ الصناعة، والتجارة، والتقنية، والمعارف المختلفة، ولا يمكن أن يتحقّق أي نجاح إلا بإتقان اللغة الوطنية، وتوظيفها، وتفعيلها في جميع المجالات." (صليبه نجوى، 2015) التي يمكن أن تُستثمر فيها اللغة وتُوظف بشكل يعود على المجتمع بتحقيق المنفعة أو العائد المادي. "وقد أثبتت تجارب هذه الأمم أن تحقيق التنمية، والتقدم العلمي والتكنولوجي، والحد من التبعية، يتطلب استيعاب المعرفة وتوطئها والإبداع فيها باللغة الوطنية الجامعة، حتى ولو كان عدد مستعمليها قليلاً، وما حقّقه كوريا الجنوبية، وإيرلندا، وإسرائيل على سبيل المثال يؤكد المقولة السابقة." (ولد خليفة محمد العربي، ج 1، 2012) كما يدحض فرضية أن نشر المعرفة وتوطئها في مجتمع من المجتمعات، يمكن أن



يتحقق بلغة يُشترط فيها الاتصاف بالعلمية فحسب، بغض النظر عن صفتها أو علاقتها بالمجتمع.

1-2 توفير اليد العاملة المؤهلة لتسيير القطاعات الاقتصادية

في المجتمع: تسعى الدول لتوفير اليد العاملة المؤهلة لتسيير القطاعات الاقتصادية بما فيها قطاع الزراعة وقطاع الصحة وقطاع الهندسة والبناء وقطاع الصناعة، في توجيه تخصصات تعليمها عامة والتعليم العالي خاصة نحو هذه القطاعات؛ لتحقيق الاكتفاء الذاتي من حيث الإنتاج؛ حيث "تضع هذه الدول خططها بعيدة المدى، على أسس من استثمار نتائج التعليم في إزالة الأمية الوظيفية في قطاعات الإنتاج، وهو ما جعل السياسة اللغوية في بعض الدول المتقدمة ضمن مسؤوليات وزارة المالية." (درّاج أحمد، 2007) ولضمان الدول أكثر عدد من المؤهلين لتسيير هذه القطاعات، تعمل على الاستثمار في لغاتها في نشر المعرفة العلمية؛ حتى يحظى جميع أبنائها بنفس الفرصة في امتلاك المعرفة العلمية المؤهلة، على أساس أن التعليم بلغة أجنبية مهما كان تفوقها العلمي، يعد من جهة زيادة في تكلفة التأهيل العلمي لليد العاملة، ومن جهة ثانية تبيداً وتضييعاً للطاقة البشرية التي يمتلكها المجتمع في التأهيل العلمي؛ بسبب حاجز اللغة الأجنبية التي لا تتاح ملكتها إلّا لقلّة من أبنائه، أو تفرض عليهم المرور بمرحلتين في التحصيل العلمي، أولاً: تعلّم اللغة الأجنبية وثانياً: تعلّم المعرفة



العلمية، وعادة ما يضيع جهد معظم المتعلمين في المرحلة الأولى، وهو ما يزيد في تكلفة التعليم، ويعمل على تعطيل جزء من أفراد المجتمع عن تحصيل المعرفة العلمية المؤهلة.

ويتضح بهذا أن الاستثمار في اللغة الأجنبية في التعليم مكلف من جهة وغير مربح من جهة ثانية؛ إذ يقلل التعليم باللغة الأجنبية من مردودية التعليم في تخريج اليد العاملة المؤهلة؛ ما يضطر المجتمع إلى اللجوء في تغطية الطلب على القطاعات الاقتصادية إلى استيراد اليد العاملة أو المنتجات الاستهلاكية بالعملة الصعبة الباهظة الثمن، وهو ما تعيشه دول الوطن العربي؛ حيث تظهر مؤشرات العجز فيها في ما يتعلق بكل من قطاع الزراعة، وقطاع الصحة، وقطاع الصناعة، وقطاع الهندسة، على مستوى الإنتاج أو اليد العاملة، في ما يلي:

- تحول الوطن العربي إلى سوق لترويج السلع الأجنبية الصينية والأوروبية والأمريكية؛ بدل تحوُّله إلى سوق منافس؛

- عجز معظم دول الوطن العربي عن تحقيق اكتفائها الذاتي في المواد الغذائية الأساس؛ (ينظر: المنظمة العربية للتنمية الزراعية، 2013، ص30).

- عجز دول الوطن العربي عن تغطية حاجيات قطاع الصحة من الأدوية والأطباء والمستشفيات؛ ما جعلها تلجأ إلى استيراد الأدوية بالعملة الصعبة، وخدمات الأطباء الأجانب بأثمان باهظة؛



- لجوء دول الوطن العربي إلى اليد العاملة الأجنبية الباهظة الثمن، وتسليمها كبرى المشاريع والمنشآت الضخمة (آبار النفط، والجسور العملاقة، والأنفاق، والعمارات السكنية، والملاعب، والعمارات الشاهقة، وخطوط السكك الحديدية، والطرق... إلخ) إلى الشركات الأجنبية، بالعملة الصعبة.

وكل هذه المؤشرات وغيرها دليل على العجز الاقتصادي لدول الوطن العربي، الذي ترتبط أسباب العجز فيه، باللغة المستثمرة في التعليم العالي العربي؛ حيث يتم تعليم التخصصات العلمية المفتوحة على القطاعات الاقتصادية، بما فيها قطاع الزراعة، والصحة، والصناعة، والهندسة، باللغة الأجنبية (الإنجليزية/الفرنسية) بدل اللغة العربية، وهو ما ابتعد بالتعليم في الوطن العربي عن تحقيق هدفه الحقيقي من توطين المعرفة العلمية، وتوفير اليد العاملة المؤهلة لتسيير هذه القطاعات، مع العلم أن الاستثمار في اللغة الأجنبية في تحقيق هذين الهدفين مكلف من جهة، وأقل عائد من جهة ثانية من الناحية الاقتصادية؛ إذ إن المعرفة العلمية التي يتم نشرها باللغة الأجنبية تتطلب أموالاً باهظة، تُنفق على تعليم اللغة الأجنبية أولاً، ثم إن مستوى انتشار المعرفة في المجتمع يظل محدوداً على عدد أفراد الذين حصلوا ملكة اللغة الأجنبية، وهو ما يقلل من نسبة تأهيل اليد العاملة، وبالتالي قلة الإنتاج والخدمات. "كما أنه لا أحد برهن على الفوائد الاقتصادية الجماعية



لاختيار اللغة الأجنبية لهذه الوظائف الامتيازية؛ بل إن المؤشرات العامة تدل على أن العربية، هي اللغة ذات الفوائد الاقتصادية والتواصلية على أرضها، وإن كان هذا لا يتنافى ودعمها بلغات أخرى، وفي طليعتها الإنجليزية، والفرنسية، والألمانية" (الفاصي الفهريّ عبد القادر، 2012، ج1، ص17-18) باعتبارها لغات ذات قيمة اقتصادية عالية في سوق اللغات الذي يعتمد فيه بعضها بعضاً في التبادل المعرفي، ويتمّ دعم العربية أو غيرها من اللغات من هذا التبادل المعرفي عن طريق الأبحاث العلمية والترجمة، لتوطين المعرفة العلمية في البلدان العربية باللغة العربية.

ويتنافى إذن التعليم باللغة الأجنبية علمياً مع شرط توطين المعرفة العلمية، وبناء مجتمع العلم والمعرفة، على أساس أن هذا الهدف يتحقق بلغة نابغة من المجتمع، جامعة بين أبنائه على مستوى التواصل الاجتماعي أو العلمي. كما يتنافى اقتصادياً مع تأهيل اليد العاملة بأقل تكلفة؛ على أساس أن المعرفة العلمية التي يتمّ تعليمها باللغة الأجنبية تتطلب أموالاً باهظة، تُنفق على تعليم اللغة الأجنبية أولاً. وتفادياً لما وقعت فيه دول الوطن العربي، "أتجه العالم المتقدم كله نحو تعظيم العائد الاقتصادي لاستخدام اللغة الأم، بعد أن أثبتت أحدث النظريات الاقتصادية... أن الاستثمار في تعليم اللغة الأصلية في المجالات التكنولوجية، يعد استثماراً مثالياً طويل الأجل تتعاظم



فوائده كلما أحسنت المؤسسات التعليمية والثقافية إدارته واستشراف أهميته" (درّاج أحمد، 2007) وهذا بعلم دول العالم المتقدم يقينا أنّ الاستثمار في اللّغة الوطنيّة في توطين المعرفة وتأهيل اليد العاملة وتوفيرها، أجدى من الاستثمار في اللّغة الأجنبيّة مهما كان تفوّقها العلميّ.

ويمكن على هذا الأساس رصد العائد الاقتصادي لاستثمار دول الوطن العربيّ اللّغة العربيّة في مجال التّعليم، في ما يلي:

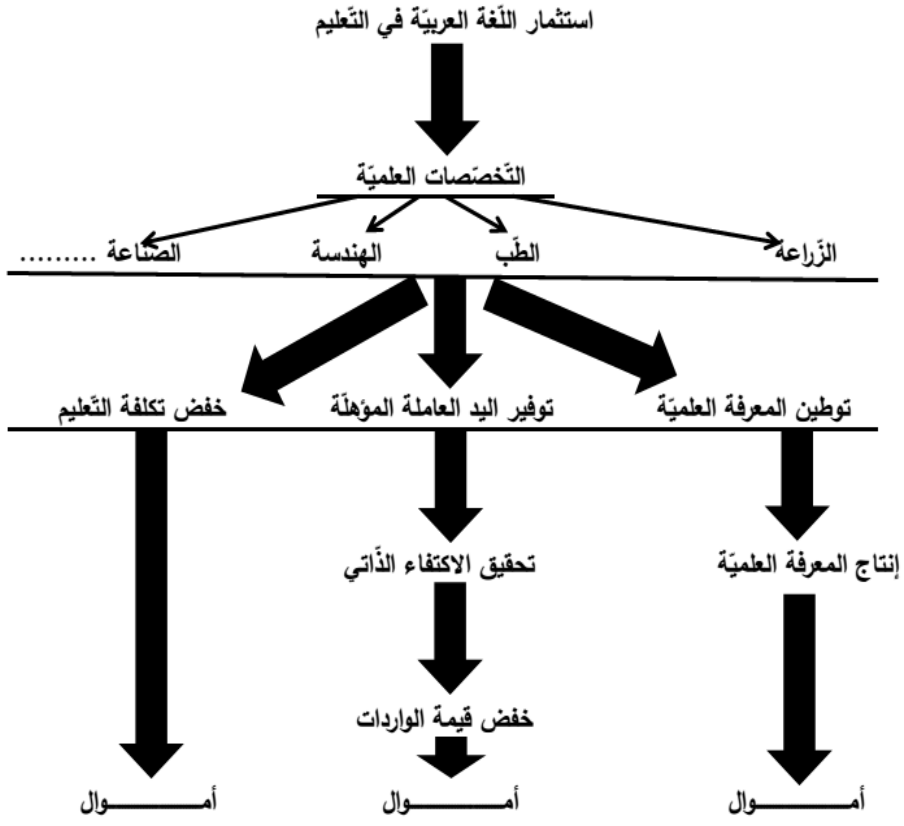
- توطين المعرفة العلميّة؛

- خفض تكلفة التّعليم وتأهيل اليد العاملة، بربح تكلفة تعليم اللّغة الأجنبيّة؛

- توفير اليد العاملة المؤهّلة لزيادة الإنتاج؛

- تحقيق الاكتفاء الذاتي لخفض قيمة الواردات.

وتعدّ هذه العائدات الاقتصادية لاستثمار اللّغة العربيّة في مجال التّعليم، على خلوها من الإحصاءات النقديّة، ذات عائد اقتصاديّ نقديّ عال، لما تلعبه اللّغة العربيّة من دور في خفض تكلفة التّعليم وتوفير اليد العاملة المؤهّلة، وهو ما لا يعجز عن تحقيقه الاستثمار في اللّغة الأجنبيّة في هذا المجال، الذي يتطلّب باللّغة الأجنبيّة أموالاً باهظة في تعليم اللّغة الأجنبيّة، وإجراء التّربصات العلميّة خارج البلدان العربيّة بالعملة الصّعبة؛ كما يقلّل من مردودية التّعليم في تخريج اليد العاملة المؤهّلة.



2- البحث العلمي: يُعدّ البحث العلميّ أحد مجالات الاستثمار في اللّغات، وسوقاً من الأسواق الاستثمارية فيها، لِمَا للبحث العلميّ من دور في إنتاج المعرفة العلمية، ذات العائد الاقتصاديّ العاليّ في السّوق المحليّة والعالميّة؛ ولِمَا للغة فيه من دور في تعزيز البحث العلميّ في المجتمع، وزيادة فرص العمل فيه، إضافة إلى توفير الأسواق المحليّة والعالميّة؛ حيث يمكن اعتبار المناطق النّاطقة بلغة من اللّغات سوقاً لترويج الإنتاج العلميّ أو الأدبيّ لهذه اللّغة، وتحقيق العائد الاقتصاديّ من استثمارها



في مجال البحث العلمي وإنتاج المعرفة. وهذا بناء على "أنّ اللغة الوطنية ثروة اقتصادية، وأنّ تراكم المعرفة بها يعادل تراكم الثروة المادية في باطن الأرض أو على ظهرها، وفي خزائن البنوك الوطنية. وهذا هو الأساس الذي تعتمد عليه الدول المتحضرة، التي تعرف أن العلم والبحث العلمي قاطرة التقدم لأي مجتمع" (درّاج أحمد، 2007) يعتمد لغته في ممارسة التعليم والبحث العلمي من أجل توطين المعرفة وإنتاجها في آن واحد باعتبار أن توطين المعرفة يجعل كل فرد من أفراد المجتمع، له قابلية تطوير تلك المعرفة التي حصلها لإنتاج معرفة جديدة تُعدّ مورداً مالياً في عرضها في السوق العلمية.

- وبناء على هذا يمكن تمثّل مُجمَل عائدات الاستثمار في اللغة عامة واللغة العربية خاصة في مجال البحث العلمي في ما يلي:
- زيادة فرص العمل وتوفير مناصب شغل لخريجي جامعات الوطن العربي، وهو ما يعني تحويل رأس المال البشري من حالة استهلاك إلى حالة إنتاج للمعرفة؛
 - زيادة الإنتاج العلمي للغة العربية، وهو ما يزيد من قيمتها العلمية في السوق المحليّة والعالميّة ويزيد من فرص الربح في الاستثمار فيها؛



- توفير الأسواق المحليّة والعالميّة للإنتاج العلميّ باللّغة العربيّة؛

ويُقدّر عدد الناطقين باللّغة العربيّة بـ 6,66% من سكان العالم، ما يعني اتّساع السّوق العالميّة للاستثمار في اللّغة العربيّة في مجال البحث العلميّ وإنتاج المعرفة، مقارنةً بغيرها من اللّغات التي تعرف انتشاراً محدوداً في العالم ما يجعل الاستثمار فيها في مجال البحث العلميّ أقلّ عائداً، لكون إنتاجها العلميّ يعرف محدوديّة الطّلب في الأسواق العالميّة، ما يقلّل من قيمة مبيعاتها ومن هذه اللّغات الألمانيّة 2.77%، والفرنسيّة 3.05%، والبنغاليّة 3.19% والبرتغاليّة 3.26%، والرّوسيّة 3.95%، وغيرها من اللّغات التي تعرف انتشاراً محدوداً من الكرة الأرضيّة، خلافاً للّغات ذات الانتشار الواسع، والتي هي اللّغة الإنجليزيّة 25%، ولغة الماندرين الصّينيّة 18.05%، واللّغة الهنديّة 11.51%، واللّغة العربيّة، (ينظر: موقع قناة RT Arabic، 2015) ما يجعلها ذات عائداً اقتصاديّ أكبر من غيرها في استثمار اللّغات في مجال البحث العلميّ.

وإذا اعتبرنا أنّ الاستثمار في اللّغة العربيّة في مجال البحث العلميّ، ذو عائداً اقتصاديّ عالٍ، فإنّ ارتفاع نسبة الأرباح في استثمار اللّغة العربيّة في هذا المجال يرتبط بما يلي:



- توسيع مجالات البحث العلمي باللّغة العربيّة على مختلف تخصصات العلوم الإنسانيّة والطبيعيّة؛

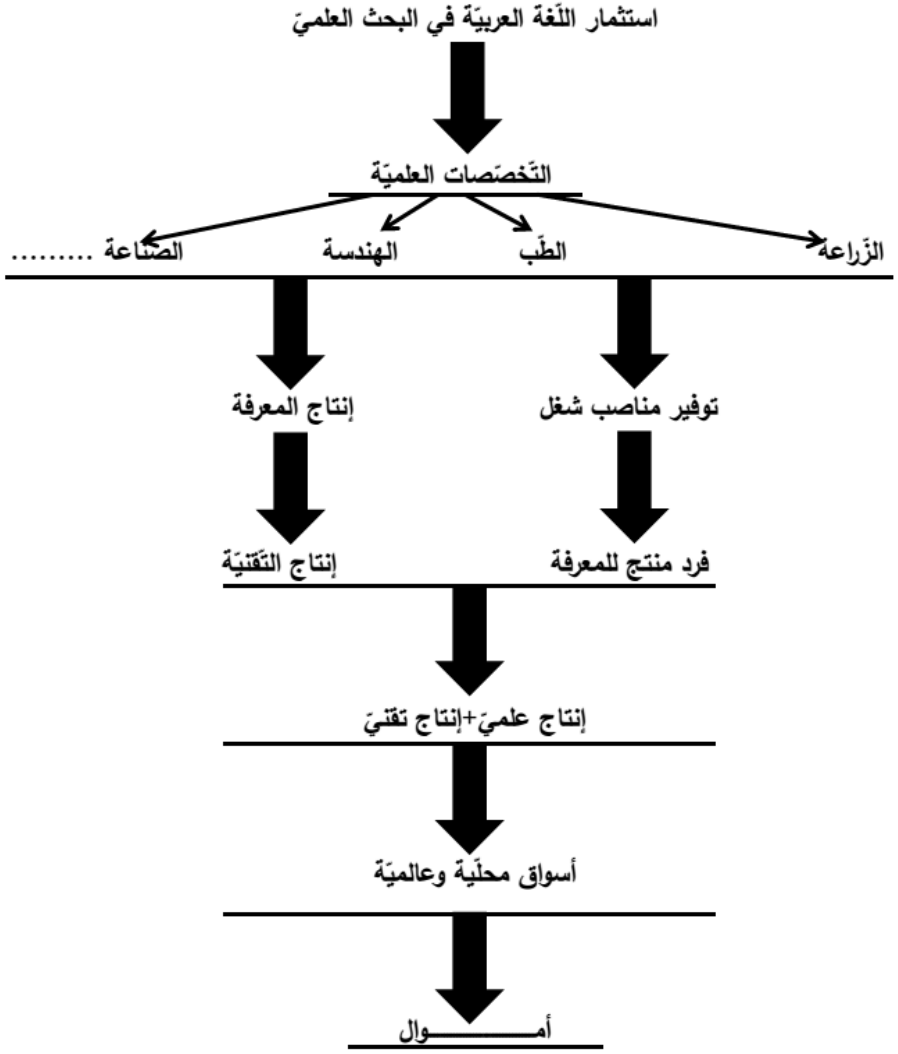
- تركيز البحث العلميّ باللّغة العربيّة على التّخصصات ذات الطّلب المتزايد في الأسواق المحليّة أو العالميّة، بما فيها علوم الزراعة، والطّب والهندسة، والصّناعة.

وإذا كانت فرص الرّبح وارتفاع نسبة الأرباح في استثمار اللّغة في مجال البحث العلميّ ترتبط بتوسيع مجالات البحث العلميّ، وممارسته في التّخصصات العلمية ذات الطّلب المتزايد والمقروئيّة العالية، فإنّ سرعة الرّبح في استثمار اللّغة في هذا المجال، ترتبط بتطوير آليات البحث العلميّ وأدواته؛ وفقاً لما يلي:

- توفير مؤسّسات البحث العلميّ، وتشجيع البحث العلميّ الفرديّ والجماعيّ؛

- تأمين أدوات البحث العلميّ باللّغة العربيّة ورقياً وإلكترونيّاً، بما فيها المصادر والمراجع والمعاجم والقواميس والموسوعات العلميّة؛

- اعتماد النّشر الورقيّ والإلكترونيّ.





3- الترجمة: نعتبر الترجمة مجالاً للاستثمار في اللغات، بعدد حركة الترجمة في بلد ما سوقاً استثمارية لتوظيف اللغة الهدف في تحقيق العائدات والأرباح، التي تزداد فرصها وسرعتها كلما اتسعت مجالات الترجمة وآلياتها؛ حيث يكمن دور توظيف اللغة الهدف في مجال الترجمة في زيادة فرص العمل في المجتمع، وزيادة الإنتاج العلمي للغة الهدف، وهو ما يزيد من قيمتها العلمية في السوق المحلية والعالمية، إضافة إلى خفض تكلفة تحصيل المعرفة العلمية. وبناء على هذا يمكن تمثيل مجمل عائدات الاستثمار في اللغة عامة واللغة العربية خاصة في مجال الترجمة في ما يلي:

- زيادة فرص العمل لخريجي الجامعات، وهو ما يعني نقل الفرد من حالة استهلاك إلى حالة إنتاج؛

- نقل المعرفة العلمية التي لا تتوفر عليها اللغة الهدف، بدل الانتقال إلى اللغة المصدر لتحصيلها، وهو ما يكلف ميزانية المجتمعات خسائر مالية معتبرة، ما يعني خفض تكلفة تحصيل المعرفة العلمية؛

- زيادة الإنتاج العلمي للغة الهدف، وهو ما يزيد من قيمتها العلمية في السوق المحلية والعالمية ويزيد من فرص الربح في الاستثمار فيها؛

ويظهر بهذا أن الاستثمار في اللغة في مجال الترجمة، استثمار ذو عائد اقتصادي عال، تعود فوائده على المجتمع واللغة



في آن واحد، لما يقدّمه استثمار اللّغة في هذا المجال للمجتمع من زيادة في فرص العمل، وخفض تكلفة تحصيل المعرفة العلميّة، ولما يضيفه للّغة المستثمرة في حدّ ذاتها من قيمة علميّة، تحتاج اللّغة إلى سنوات من البحث والإنتاج العلميّ لتحصيلها "فحيثما اعتُبرت اللّغات ثروات اجتماعيّة، فإنّ التّرجمة يجب أن تُفهم باعتبارها استثماراً طويلاً الأمد؛ من أجل الحفاظ على قيمتها أو زيادتها. وحيث إنّ كلّ ترجمة إلى لغة تضيف قيمة إليها، فإنّه يمكن النّظر إلى مجمل كلّ التّرجمات إلى لغة ما، باعتباره مؤشّراً آخر على قيمتها" (كولماس فلوريان، 2000، ص95) في سوق اللّغات الذي تزداد فيه اللّغة قيمة، وتزداد فرص الرّبح في الاستثمار فيها، بقدر ما تضيفه لها التّرجمة من معرفة علميّة.

وبالنّظر إلى وظيفة اللّغة العربيّة في المجتمع العربيّ، نجد استثمارها في مجال التّرجمة أضحى مطلباً اقتصادياً وعلمياً في آن واحد؛ "حيث تشكّل العربيّة الأداة الأولى للتّواصل، والأداة الأساس لتحديد هويّة العربيّ ودينه، وبالانطلاق من دور اللّغة العربيّة ووظيفتها داخل المجتمع العربيّ، فإنّه يتحتم على كلّ القوى الثّقافيّة، والسيّاسيّة، والاجتماعيّة في العالم العربيّ -السيّاسيّة منها والمدنيّة- أن تعمل على دعم حركة التّرجمة، والإسهام في تفعيلها على المستويات كلّها. فالترجمة إلى العربيّة إغناء لها وتعزيز لبنائها؛ طالما أنّ ما يُترجم، يعبر عنه باللّغة العربيّة، وأنّه مؤهل لأن يدخل في أساس بناء الهويّة



العربية" (بركة بسّام، 2012، ص9-10) لأنّ ما يُترجم إليها وإن لم يكن ينتمي إليها من خلال الابتكار، أمكنه أن ينتمي إليها عن طريق اللّغة العربيّة.

ويمكن على هذا الأساس عدّ الاستثمار في اللّغة العربيّة في مجال التّرجمة، استثماراً ذا عائد اقتصاديّ عالٍ، يتمثّل في زيادة فرص العمل لخريجي الجامعات في الوطن العربي، بما يعني تحويل الفرد العربي من مستهلك إلى منتج للمعرفة، وكذلك زيادة الإنتاج العلميّ للّغة العربيّة، ما يزيد من قيمتها العلميّة في السّوق المحليّة والعالميّة، إضافة إلى نشر المعرفة العلميّة في المجتمع العربيّ وتوطينها فيه بدل نقله إلى اللّغة المصدر لتحصيلها، وهو ما يكلف ميزانية الدّول العربيّة خسائر مائة معتبرة في نقل المجتمع بأكمله إلى اللّغة الأجنبيّة مصدر المعرفة العلميّة.

ويشترك بهذا استثمار اللغة العربية في مجال الترجمة مع استثمارها في مجال البحث العلميّ في العائد الاقتصادي، باعتبارهما إنتاجاً علمياً يقوم أساساً على توظيف اللّغة ورأس المال البشريّ؛ حيث يسهم كلّ منهما في زيادة فرص العمل في المجتمع، والإنتاج العلميّ للّغة العربية ما يزيد من قيمتها العلميّة في الأسواق المحليّة والعالميّة، كما يشترك استثمارها في التّرجمة مع استثمارها في التّعليم في خفض تكلفة نشر المعرفة العلميّة وتوطينها في المجتمع؛ حيث توفّر التّرجمة على المجتمع الانتقال كلياً إلى اللّغة المصدر لتحصيل هذه



المعرفة. والترجمة بهذا - وإن كانت مساهمتها تتم بشكل غير مباشر على عكس التعليم تبقى إحدى الوسائط التي تُعتمد في إنتاج المعرفة العلميّة ونشرها وتوطينها في المجتمع، إذا كانت وفق تخطيط يتماشى وحاجيات البحث العلميّ.

وإذا اعتبرنا أنّ الاستثمار في اللغة العربيّة في مجال البحث العلميّ، ذو عائد اقتصادي عال، فإن ارتفاع نسبة الأرباح في استثمار اللّغة العربيّة في هذا المجال يرتبط بما يلي:

- توسيع مجالات إلى اللّغة العربيّة على مختلف تخصصات العلوم الإنسانيّة والطبيعيّة؛

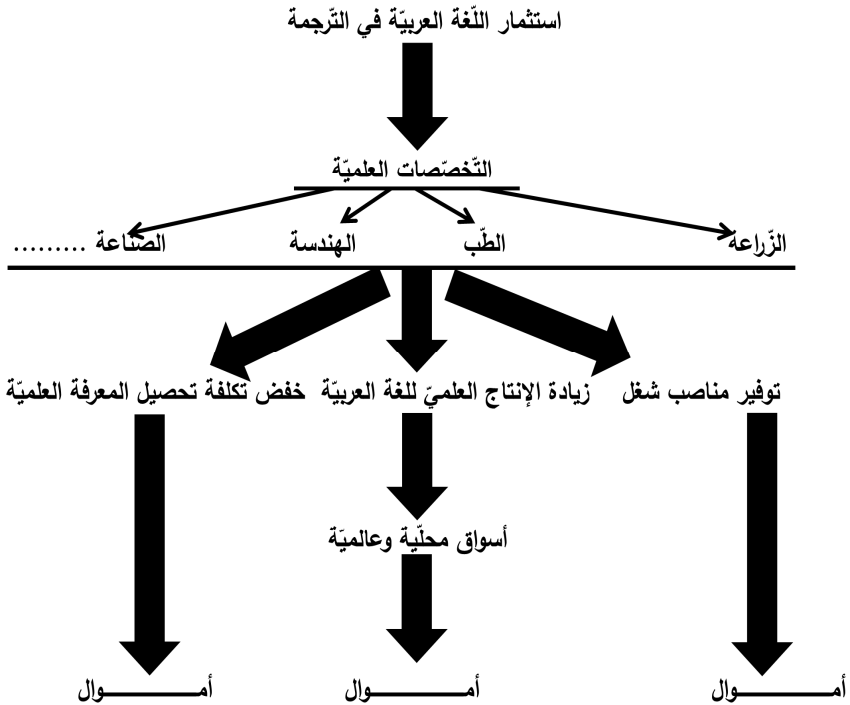
- تركيز الترجمة إلى اللّغة العربيّة على التّخصصات ذات الطّلب المتزايد في الأسواق المحليّة أو العالميّة، بما فيها علوم الزراعة، والطّب والهندسة، والصّناعة.

وإذا كانت فرص الرّبح وارتفاع نسبة الأرباح في استثمار اللّغة في مجال الترجمة ترتبط بتوسيع مجالات الترجمة، وممارستها في التّخصصات العلميّة ذات الطّلب المتزايد والمقروئيّة العالية، فإن سرعة الرّبح في استثمار اللّغة في هذا المجال، ترتبط بتطوير آليات الترجمة وأدواتها، وفقاً لما يلي:

- توفير مؤسّسات التّرجمة؛ وتشجيع الترجمة الفرديّة والجماعيّة؛



- تطوير التّرجمة الآليّة من اللّغات المصدر إلى اللّغة العربيّة؛
- تأمين أدوات التّرجمة بما فيها المعاجم والقواميس والبنوك المصطلحيّة لمختلف العلوم؛
- توجيه خريجي أقسام التّرجمة وأقسام اللّغات الأجنبيّة نحو ترجمة الكتب العلميّة في بحوثهم الأكاديميّة؛
- تشجيع التّرجمة الثنائيّة بين خريجي أقسام اللّغة العربيّة وأقسام اللّغات الأجنبيّة على ترجمة الكتب العلميّة.





4-الإعلام: يمثّل الإعلام بشتى أنواعه المكتوب والمسموع والمرئي سوقاً استثمارية لتوظيف اللغة في تحقيق العائدات والأرباح؛ حيث يكمن دوره في المجتمعات في تزويد الأفراد بالأخبار المحليّة والدوليّة كما يُعدّ سوقاً ترويجية للمنتوجات المحليّة والأجنبيّة، في حين يكمن دور اللغة فيه، في توسيع دائرة النّشر الإعلاميّ وزيادة عدد الجماهير الإعلامية قُراءً ومستمعين ومشاهدين، ما يزيد من فرص عرض المنتج وتسويقه عبر الإشهار أو الإعلان المصاحب للبرنامج الإعلاميّ أو لمقال الصحيفة الإعلامية. وهذا بعلمنا أنّ ما يهمّ المستثمر في الإعلام، هو زيادة عدد المشاهدين أو القراء لزيادة فرص عرض المنتج وتسويقه، فإنه "ليس غاية الإعلاميّ البحث عن متعة المتلقي أو تنمية ذوقه الجمالي، بل غايته مقتصرة على البحث عن ذروة المشاهدة الكبرى، بما تدرّه من أرباح مرتبطة بالإعلانات، ما يوضّح أنّ الإعلاميّ لا يضع في اهتماماته المشاهد، بل الهدف هو الوصول إلى أكبر عائد من المكاسب المالية" (الحقيوي سليمان، 2011) التي تحقّقها الإعلانات والإشهارات في عرض المنتوجات على الجماهير الإعلامية وتسويقها، وهو ما تزيد لغة البرنامج الإعلاميّ من فرصه؛ بحيث كلّ ما كانت لغة البرنامج/المقال موافقة للغة المشاهد/المستمع/القارئ، زاد عدد المشاهدين/المستمعين/القراء، وزادت معه فرص عرض



المنتج وتسويقه وزادت معه فرص الربح، والعكس صحيح.

مثلاً توضّحه الترسّيمة الآتية:

لغة البرنامج الإعلامي = لغة - المستمع - زيادة عدد - المشاهدين
 - القارئ - المشاهد - زيادة العرض الإشهاري للمنتج ⇨ زيادة تسويق المنتج ⇨ زيادة الأرباح.

لغة البرنامج الإعلامي ≠ لغة - المستمع - نقص عدد - المشاهدين
 - القارئ - المشاهد - نقص العرض الإشهاري للمنتج ⇨ نقص تسويق المنتج ⇨ نقص الأرباح.

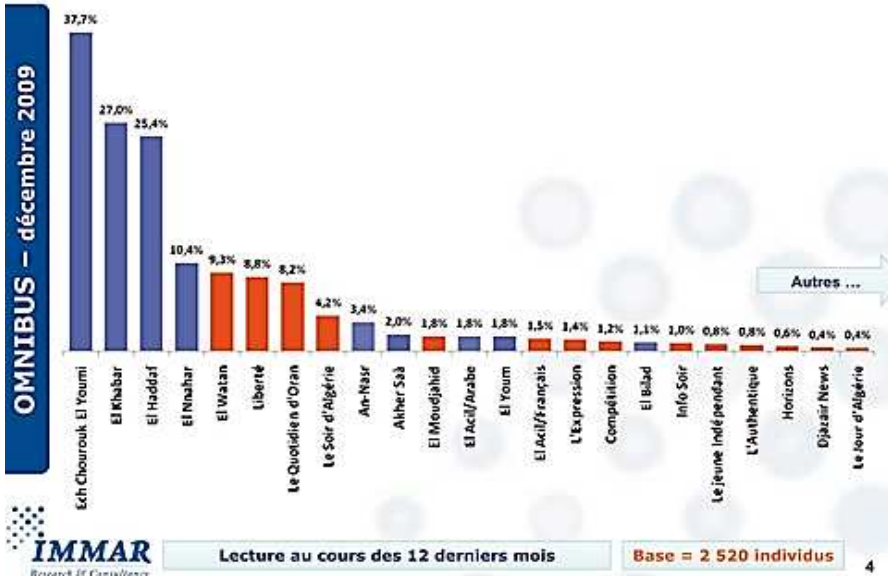
ويتفاوت الإعلام المقروء، والمسموع، والمرئي في عدد الجماهير الإعلامية، ما يجعله يتفاوت في نسب الأرباح في استثمار اللغة في هذا المجال؛ حيث نجد الإعلام المرئي أكثر جماهيرية من النوعين الآخرين (المقروء والمسموع) ما يجعله أفضل مجال لاستثمار اللغة.

وتمثّل اللغة العربية لسان 422000000 نسمة (أربع مئة واثنين وعشرين مليون) من سكان العالم ما يجعلها بالنسبة للمستثمرين في مجال الإعلام العربيّ وتسويق المنتجات، أداة استثمارية مربحة، على خلاف الاستثمار في اللغات الأجنبية في الإعلام العربيّ؛ حيث عائده الاقتصادية أقل بكثير من عائده الاستثمار في اللغة العربية في هذا المجال. وتؤكد مقروئية الصحف الجزائرية المكتوبة باللغة العربية هذه الحقيقة الاقتصادية؛ حيث عدد قرّاء الصحف المكتوبة بالعربية، ظلّ يشهد ارتفاعاً مضاعفاً مقارنة بعدد قرّاء الصحف المكتوبة باللغة



الفرنسية؛ الذي ظلّ يشهد انخفاضا ملحوظا، نحو ما يوضّحه الرّسم البيانيّ الآتي (بوكروح عبد الوهاب، 2010):

Pénétration de la presse quotidienne nationale en Algérie



ويوضّح الرّسم البيانيّ الارتفاع الحاصل في عدد قرّاء الصّحف الجزائرية المكتوبة باللّغة العربية مقارنة بالانخفاض الحادّ في عدد قرّاء الصّحف المكتوبة باللّغة الفرنسية؛ حيث تأتي كل من جريدة الشروق والخبر والهداف والنهار في المراتب الأولى، بنسب مقروئية عالية تصل على التوالي إلى 37,07%، و27%، و25% و10,04%، في حين تأتي كل من جريدة الوطن والحرية ويومية وهران وتاريخ الجزائر في المراتب الدنيا، بنسب مقروئية منخفضة تصل على التوالي إلى 09,03% و08,08%، و08,02%، و04,02%. ومثلما انطبق الأمر على

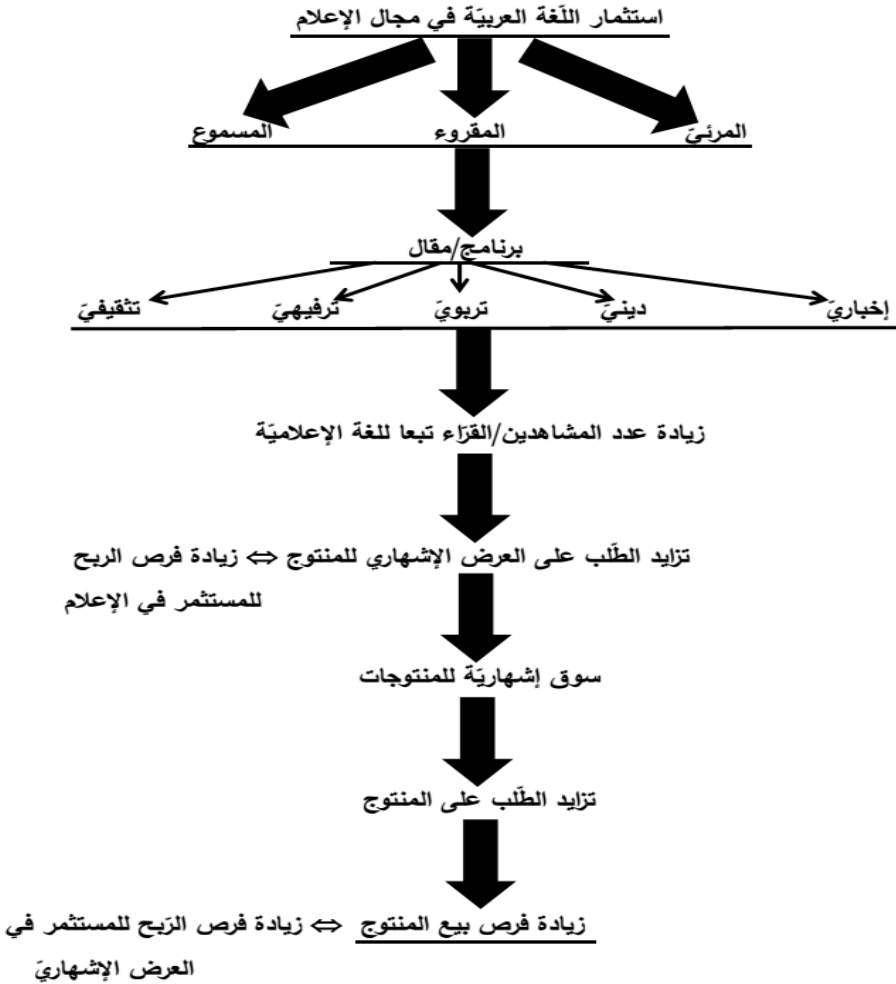


الصّحف الجزائريّة ينطبق على الصّحف العربيّة عامّة؛ ما يؤكّد أنّ الاستثمار في اللغة العربيّة في مجال الإعلام العربيّ المقروء، ذو عائد اقتصاديٍّ أفضل بكثير من عائد الاستثمار في لغة أجنبية في هذا المجال.

وينطبق الأمر نفسه على مجاليّ الإعلام العربيّ المسموع والمرئيّ؛ حيث الاستثمار في اللغة العربيّة في مجال الإعلام المرئيّ خاصّة ذو عائد اقتصاديٍّ عالٍ، جعل كبار المستثمرين في الإعلام يؤسّسون عدّة قنوات ناطقة باللّغة العربيّة، منها الإخبارية كالجزيرة الإخبارية، والجزيرة الرّياضية، وأبو ظبيّ، والعربيّة، والحرّة، والدينيّة كقرا، والرّسالة، ومكّة، والرّحمة، وتربويّة كطيور الجنّة، وتثقيفيّة كناشيونال جيوغرافيك (National Geographic) وترفيهيّة كسبيس تون (Spaceton) وم.ب.س (MBC) وغيرها من القنوات الناطقة باللّغة العربيّة. ويترجمون بعض البرامج الإعلامية بما فيها الأفلام والمسلسلات خاصّة، من اللّغة الهنديّة، والتركيّة، والصينيّة، والإنجليزية، والفرنسيّة، إلى اللّغة العربيّة، إمّا لضيق سوق العرض الإعلاميّ للغة الإنتاج؛ بسبب قلّة الناطقين بها كترجمة الأفلام والمسلسلات من اللّغة التركيّة والفرنسيّة إلى اللغة العربيّة وإمّا لتوسيع السّوق الإعلامية لهذه البرامج خارج لغات الإنتاج في استثمار اللغات ذات الرّأس المال البشريّ الهائل



في توسيع هذه السوق الإعلامية، مثل نقل الأفلام والمسلسلات من اللغة الإنجليزية والهندية إلى اللغة العربية. وبعلمنا أن العائدات الاقتصادية للاستثمار في مجال الإعلام بأنواعه تكون في العروض الإشهارية المصاحبة للبرامج الإعلامية والإعلانات المصاحبة لصفحات الجرائد، حيث كلما كان البرنامج/الصفحة ذا مشاهدة/مقروئية عالية، زادت نسبة الطلب على العرض الإشهاري للمنتوج المراد تسويقه من خلال هذا البرنامج/الصفحة، وزادت معه بذلك نسب أرباح المستثمر في هذا البرنامج/الصفحة. ويكون الاستثمار في اللغة العربية في هذا المجال باعتبارها ذات رأس مال بشري يأتي في المرتبة الرابعة عالمياً بنسبة 6,66% في توظيفها أداة إعلامية لزيادة فرص عدد المشاهدين/القراء للبرنامج/الصفحة؛ لزيادة الطلب على العرض الإشهاري للمنتوج، وهو ما يزيد من فرص الربح بالنسبة للمستثمر في مجال الإعلام، كما يزيد من فرص الربح بالنسبة للمستثمر في العرض الإشهاري، وهو ما يمكن تمثيله بالترسيمة الآتية:



5- التجارة الدولية: تعدّ التجارة الدوليّة مجالاً من مجالات الاستثمار في اللغة، باعتبار اللغة فيها أداة تجارية لتسويق المنتج في الأسواق المحليّة والعالميّة؛ ولهذا يضرّض قانون المبادلات التجاريّة بين دولتين مختلفتين لغويّاً أن تكون لغة



المبادلات التجارية وتسويق المنتج واستخدامه أو استهلاكه هي لغة المُستورد؛ وهذا لتحقيق التوازن بين كلفة المنتج وقيّمته الحقيقية؛ لأنّ المنتوجات التي تُسَيَّرها لغة المُصدِّر تكلف أكبر من قيمتها، أو ذات تكلفة عالية؛ إذ تفرض على المُستورد تعلُّم لغة المنتج لمعرفة طرق استخدامه أو استهلاكه، أو تحدُّ من وظيفيته في الاستخدام والاستهلاك، وكلا الأمرين يُعدّان زيادة في تكلفة المنتج؛ باعتباره في الأوّل يفرض تعلُّم لغة تسيير المنتج ما يزيد من تكلفته، وفي الثاني يفرض شراء وظيفة واحدة أو أكثر للمنتج بتكلفة عدّة وظائف.

وينطبق هذا الأمر على المنتوجات التي تستوردها دول الوطن العربي من الدول الأجنبية بتسيير اللغات الأجنبية؛ مثل الهواتف والحواسيب وغيرها من المنتوجات الإلكترونيّة، والتي لا تستخدم في الوطن العربي إلا في حدود ضيقة هي الاتّصال، في حين يستخدم كلّ منهما في البلدان المصدّرة لهذا المنتج في التّعليم، والبحث العلميّ، والتّجارة، وتسديد الفواتير، وكشف أرصدة الحسابات البريديّة والبنكيّة، وتحويل الأموال، وترتبط محدوديّة استخدام هذين الجهازين وتوظيفهما في الوطن العربي باللّغة الأجنبية التي تسيّر وظائفهما في المجتمع العربيّ.

ويتّضح بهذا أنّ المفارقات الاقتصادية التي يصنعها ترك الاستثمار في اللّغة العربيّة في مجال التّجارة العالميّة،



والاستثمار في اللغات الأجنبية في هذا المجال، يؤدي بميزانيات الدول العربية إلى دفع تكاليف باهظة على المنتج يصل في بعض الأحيان إلى ضعف قيمته الحقيقية، ويكلفها خسائر مالية معتبرة، على أساس أن تحليل مثل هذه الحالة التجارية التي قد تدفع فيها كل جهة تكلفة تعلم لغة الجهة الأخرى؛ حتى تُصدر إليها يؤدي إلى النتائج الآتية (ينظر: مراياتي محمد، 2006):

- إن معرفة الدولة المُصدرة لغة الدولة المستوردة ضرورية، باعتبارها ذات عائد اقتصادي في عملية التبادل التجاري وتسويق المنتج، مثلها مثل تكلفة النقل أو الشحن مثلاً؛

- تُعدّ الدولة التي تستثمر في تعلم لغة المُصدر - لتستورد لا تُصدر - هي الخاسرة في هذه المبادلات التجارية؛

(تخسر تكلفة تعلم اللغة الأجنبية أو الترجمة + كلفة المنتج = زيادة في كلفة المنتج ≠ قيمة المنتج الحقيقية).

- تُعدّ الدولة التي تنجح في إقناع الدول الأخرى بتعلم لغتها؛ لكي تصدر إليهم هي الرابحة ربحاً مضاعفاً؛

(تربح تكلفة تعلم لغات المُستوردين للمنتج أو كلفة الترجمة + كلفة المنتج).

- إن الترجمة وتعلم اللغة العلمية الأجنبية مع عدم انتشار لغة العلم والتقانة في المجتمع بلغة الأم، يفيد في الاستيراد (فائدة منقوصة)؛ ولكنه يترافق مع ضعف في التصدير، فهو إذاً استثمار لفائدة الدول المُصدرة. ومن المعلوم أن المجتمعات غير العلمية هي مجتمعات مستوردة تتفاقم فيها البطالة، إذ إن



فرص العمل تتناسب طرْدًا مع الفرق بين الصادرات والواردات (التصدير-الاستيراد)؛ بحيث كلما زاد الاستيراد زادت حدة البطالة، وكلما قلَّ الاستيراد زادت فرص العمل.

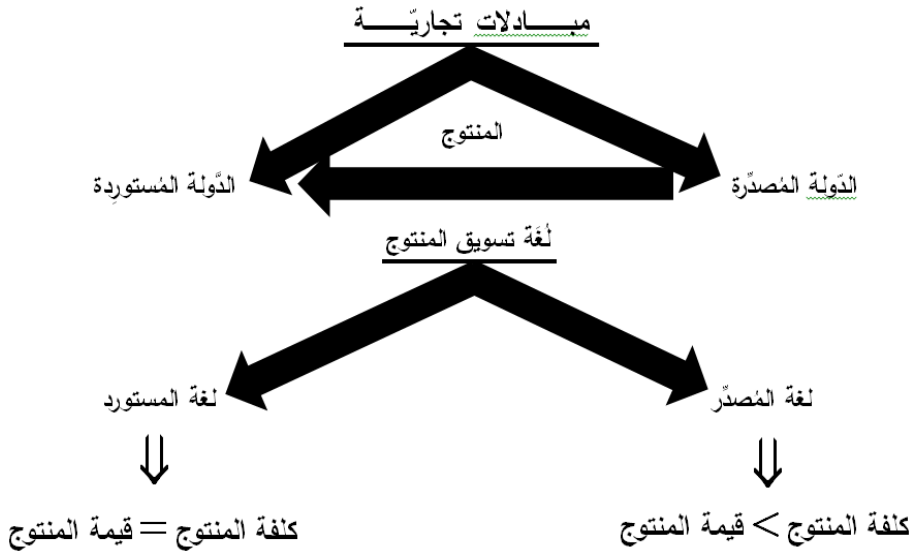
وتنطبق النتيجة الأولى على الصين مثلاً؛ حيث اتَّجهت في بحثها عن أسواق خارجية في مجال التجارة الدولية، نحو الاستثمار في اللغات واللغة العربية خاصة في تسويق منتجاتها؛ ما جعلها في ظرف وجيز تتحوّل إلى أكبر متعامل تجاري مع الدول الأجنبية ودول الوطن العربي، وسوقاً منافساً للأسواق العالمية في الوطن العربي؛ في استثمارها اللغة العربية في تسويق منتجاتها الإلكترونية خاصة باللغة العربية، ما أدى بها إلى زيادة عدد مبيعاتها، وكثرة الطلب على منتجاتها، ومن بين هذه المنتجات التي تمت برمجتها باللغة العربية على مستوى التسويق أو الاستخدام: الحواسيب ولواحقها والبرامج الحاسوبية، والهواتف النقالة، والألواح الإلكترونية، وألعاب الأطفال، وأجهزة التبريد والتكييف، وأجهزة التلفاز والراديو، ومؤقتات الصلاة، وغيرها من المنتجات الإلكترونية ذات الطلب المتزايد في الأسواق العربية.

وتنطبق النتيجة الثانية والرابعة على دول الوطن العربي الذي تدفع فيه دوله في الاستيراد ضعف القيمة الحقيقية للمنتجات المستوردة؛ حيث تتعلّم اللغات الأجنبية وترجم لغة تسويق المنتجات الأجنبية إلى العربية بهدف الاستيراد؛ ما يكبد ميزانياتها خسائر مالية معتبرة في التجارة العالمية؛ ويقلل من فرص العمل في بلدانها؛ لاعتماد اقتصادها على الاستيراد



في تغطية العجز بدل الإنتاج. أما النتيجة الثالثة فتنتطبق على الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية التي تفرض منتوجاتها على المستوردين تعلم لغاتها، ما يجعلها دوما رابحة في المعاملات التجارية العالمية.

وتؤكد هذه المفارقات أن استثمار المجتمع العربي في اللغة العربية في مجال التجارة الدولية، ذو عائد اقتصادي عالٍ يتمثل في خفض تكلفة المنتج، وزيادة وظيفيته في الاستخدام والاستهلاك، إذا ما وضعت اللغة العربية شرطا لاستيراده من البلدان المصدرة، فيما تزيد اللغة الأجنبية من قيمة تكلفة المنتج، وتحد من انتشاره واستخدامه في المجتمع العربي؛ في فرضها تعلم لغة المنتج أو المصدر. وهو ما يمكن تمثيله بالترسيمة الآتية:





خاتمة:

تعرّضنا في هذا البحث لموضوع الاستثمار في اللغة العربية، من حيث مجالاته وعائده الاقتصادية على المُستثمر في هذه اللغة، وعلى خلو هذه الدِّراسة من الإحصاءات النّقدية التي تُقيّم هذا العائد النّقدِيّ، لعدم وجود دراسة إحصائية -في حدود ما نعلم- للباحثين العرب أو الباحثين في علم الاقتصاد، تتقصى بالأرقام عائِدات الاستثمار في اللغة العربية، فإنّ جملة النتائج المتوصل إليها في هذا البحث هي:

- يرتبط الاستثمار في رؤوس الأموال لتحقيق العائدات والأرباح بتوظيفها في مجالات الاستثمار؛ ما يعني أنّ الاستثمار في اللغة العربية كذلك، يرتبط بتوظيفها في المجالات التي تقوم على وظيفيتها، بما فيها التعليم والبحث العلمي والترجمة والإعلام والتجارة العالمية باعتبارها أسواقا استثمارية لتوظيف اللغة في تحقيق الهدف ذاته (العائدات والأرباح)؛

- يُشكّل موضوع الاستثمار في اللّغات مبحثا علمياً مشتركاً بين علمي الاقتصاد وعلم اللغة الاجتماعي؛ حيث يُعنى الأول منهما بتحديد قيمة أرباح الاستثمار في اللغة، ويعنى الثاني بتحديد دور اللغة في المجتمع؛ لتحديد مجالات الاستثمار فيها؛

- تأتي اللغة العربية في المرتبة الرابعة عالمياً من حيث عدد النّاطقين بها بنسبة 6,66% من سكان العالم، ما يعني أنّها إلى جانب رأس المال البشريّ الذي تملكه، موردٌ من الموارد



الاقتصادية الهامة، وأنّ الاستثمار فيها صار مطلباً علمياً واقتصادياً في آن واحد؛ لما للاستثمار في اللغة العربية من دور في التنمية الاقتصادية للمجتمع العربي، والتخلص من اقتصاد الاستيراد؛

- تزداد فرص الربح في استثمار اللغة العربية في توسيع مجالات الاستثمار فيها، أما سرعة الربح في الاستثمار فيها فترتبط بتطوير آليات البحث العلمي والترجمة؛

- يفيد استثمار الدول العربية في اللغة الأجنبية في مجال التعليم فائدة منقوصة، باعتباره يُحدّ من انتشار المعرفة وتوطينها في المجتمع، ويزيد من كلفة تأهيل اليد العاملة، ويقلل من مردودية التعليم. ويُعدّ اعتماد معظم دول الوطن العربي على الاستيراد في تغطية العجز الاقتصادي، مؤشراً على هذه الفائدة المنقوصة لهذا الاستثمار؛

قائمة المصادر والمراجع:

1- بركة، بسام (2012). الترجمة إلى العربية ودورها في تعزيز الثقافة وبناء الهوية. مجلة تبين. 1 ص 90-96. قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

2- حردان، ظاهر حيدر. (1997). مبادئ الاستثمار. عمان.

3- الحقيوي، سليمان. (2011). الخطاب السينمائي المترجم: إشكالات اللغة والتلقي. مجلة الرافد. 186. تم استرجاعه في [09-2015] على الرابط [http://arrafid.ae/arrafid/p29_6-2011.html].

4- درّاج، أحمد (2007) العائد الاقتصادي للغة الأصلية. تم استرجاعه في [2015-08-30] على الرابط



[<http://www.muslim.org/vb/showthread.php?269168>].

5- الفاسيّ الفهريّ، عبد القادر. (2012). اللّسان العربيّ الجامع: بين التّمسك والتّنوع والتّعدّد. النّدوة الدّوليّة حول التّعدّد اللّسانيّ واللّغة الجامعة. الجزائر.

6- كولماس، فلوريان. (2000). اللّغة والاقتصاد. (تر: عوض أحمد). في سلسلة عالم المعرفة. الكويت: عالم المعرفة.

7- مرياتي، محمد. (2006). تأثير اللّغة في النّمواقتصاديّ والاجتماعيّ في الدّول العربيّة-الجزء الثّاني. مجلّة المعلوماتيّة. 10. الجمعية العلميّة السّوريّة للمعلوماتيّة، تم استرجاعه في [09-11-2015] على الرابط [<http://infomag.news.sy/index.php?inc=>].

8- المنظّمة العربيّة للتنميّة الزراعيّة. (2013). أوضاع الأمن الغذائيّ العربيّ 2013. السّودان: جامعة الدّول العربيّة.

9- ولد خليفة، محمد العربي. (2012). كلمة رئيس المجلس الأعلى للغة العربيّة. النّدوة الدّوليّة حول التّعدّد اللّسانيّ واللّغة الجامعة. الجزائر.

10- بوكروح، عبد الوهاب. (2010-04-04). الشّروق .. الأولى، الأوسع انتشارا والأكثر تأثيرا في الشارع الجزائري، الشّروق أون لاين. تمّ استرجاعه في [2015-09-08] على الرابط [<http://www.echoroukonline.com/ara/?news=50367>].

11- صليبه، نجوى. (29 أيار (ماي) 2015). الاستثمار في اللغة العربيّة .. ثروة. صحيفة تشرين أون لاين. تم استرجاعه في [08-18-2015] على الرابط [<http://tishreenonline.sy/index.php>].

12- موقع قناة RT Arabic. (2015-06-27). ترتيب لغات العالم من حيث الانتشار، تمّ استرجاعه في [2015-09-01] على الرابط [<http://arabic.rt.com/news/786982->].