

واقع اللغة العربية في المؤسسات السياحية وأسباب تمكينها

The reality of the Arabic language in tourism establishments and the reasons for its empowerment

د. طيب نسالي* - Taieb Nassali

جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف (الجزائر)

nassali.doct@gmail.com

تاريخ النشر: 2026/06/07

تاريخ القبول: 2025/12/18

تاريخ الاستلام: 2023/09/17

ملخص:

تعد السياحة واجهة البلد، ونافذة على ثقافته وهويته، تستهوي كثيرا من محبي المتعة وجمال، والراغبين في استكشاف كل ما هو غريب وجديد، والسياحة عند كثير من البلدان مورد خصب يدر بالمال الوفير، ورافد اقتصادي لا ينضب معينه، ولها منافع جمة لعل من جملتها خدمة لغة البلد المضيف وثقافته، غير أن الذي يشيع في مؤسساتنا السياحية العربية - أو في بعضها على أقل تقدير - ظاهرة التغريب وغزو اللغات الأجنبية، في مقابل انزواء للعربية الفصحى من لغة التداول والتعامل المكتبي. يهدف هذا البحث إلى معرفة طبيعة الظاهرة وتشخيص دائها، ثم الخروج بمقترحات علاجية، علّها تكون مُعينا على مدّ العربية أسباب التمكين في ميدان السياحة والحياة عامة، إذ أثر البحث نتائج من أهمها أن عوامل النهوض باللغة العربية في ميدان السياحة متوقّرة ومتاحة، ولا ينقصها إلا قرار سياسي يلزم المؤسسات السياحية التعامل بها، وأيدي مخلصّة تسهر على خدمتها والذب عنها في الواقع العملي.

كلمات مفتاحية: اللغة العربية، اللغات الأجنبية، السياحة، الاقتصاد.

Abstract:

Tourism is the front of the country, and a window to its culture and identity, which attracts many lovers of pleasure and beauty, and those who want to explore everything that is strange and new. The language and culture of the host country, however, what is common in our Arab tourist institutions is the phenomenon of alienation and the invasion of foreign languages, in return for the withdrawal of classical Arabic from the language of circulation and office dealing.

This research aims to know the nature of the phenomenon and diagnose its disease, and then come up with treatment proposals, in the hope that it will be helpful in extending the Arabic causes of empowerment in the field of tourism and life in general. A politician who

obliges tourism institutions to deal with them, and sincere hands that watch over their service and defend them in practice.

Keywords: Arabic language, foreign languages, tourism, economy.

1 - مقدمة:

أصبح موضوع تعليم اللغات دائرة اهتمام العديد من المشتغلين في حقل اللسانيات التطبيقية، ذلك لكونه الميدان المرجو لاستثمار النتائج المحققة في مجال البحث اللساني النظري وتطبيق حصيلته معرفية، ومن جهة أخرى لتلبية حاجات السوق العالمية المتنامية، خاصة في مجالات السياحة والاقتصاد والعلوم التقنية وتبادل الخبرات، مع أنه لا يخفى على أحد عظيم دور اللغة الأم على الفرد والمجتمع في تقويم المنشأ وتوحيد صف الأمة، وحفظ ذاكرتها وربط حاضرها بماضيها، وما من محتل غزا شعبا من الشعوب إلا واجتهد في محو لغته وطمس هويته، لأنه يعلم أن هذا الشعب لا يزال حيّا ما تمسك بلغته وأصالته.

ومن تخطى لغته وتعلم لغة غيره كان مثله مثل شجرة اجتثت من أصل منبتها فما لها من قرار، لأن اللغة تُدرس في إطار حملتها الثقافية والقيمية والتاريخية، وبهذا تزاحم اللغة الغازية لغة المنشأ بما حوت فتجعل صاحبها - إن لم يكن متحصّنا - ينسلخ من دينه وأصالته وثقافته. واللغة العربية واحدة من اللغات التي تشهد مزاحمة شديدة من اللغات الأجنبية العالمية، لا سيما في مضمار السياحة الذي بدا يحظى باهتمام الكثيرين داخليا وخارجيا. فما سرّ الإجحاف الذي حاف بلغتنا العربية؟ وكيف لها أن تنبؤا مكائنها في عالم السياحة؟

وهذا البحث يحاول معرفة العوامل والأسباب التي جعلت العربية تحجم عن الاستعمال في المؤسسات السياحية العربية بملحقاتها على المستوى الرسمي والشعبي، ويقف على المقومات السياحية ومؤهللات الصدارة التي تزخر بها البلاد العربية في ظل المنافسة العالمية، ثم ينظر في السبل الكفيلة لجعل اللغة العربية لغة سياحية تنبؤا مكائنها بين اللغات العالمية.

2- مكانة اللغة العربية بين اللغات:

تحتل اللغة العربية مكانة محترمة في الأمم المتحدة لاعتمادها لغة رسمية ضمن ست لغات عالمية، فهي اليوم مصدر لهجات لحوالي ثلاث مائة وخمسين مليون نسمة⁽¹⁾، يتحدث بها ما يزيد عن 423 مليون عربي كلغة أم. وتعدّ من بين لغات العالم التي أصبحت تشهد إقبالا متزايدا على تعلمها وتعليمها في عديد دول، إذ تحتل المرتبة

الرابعة على الشبكة بخمسين ألف موقع، تمثل اللغة الأم في 22 دولة، ولغة أجنبية أولى في 26 دولة، ولغة أجنبية ثانية في 16 دولة، وفي فرنسا الآن تحتل اللغة الأجنبية الأولى مكان الإسبانية التي تراجعت، وهي اللغة الثانية التي يجري تدريسها إجباريا في معظم البلاد الإسلامية⁽²⁾، ذلك لمكانتها من العلاقات الاقتصادية والتجارية العالمية، ولكونها لغة الدين الإسلامي الذي يتدين به أكثر من مليار وستمائة مليون مسلم في العالم، لا يقيمون شعائره إلا بالعربية، فهذه الخصائص وغيرها جعلتها تحتل المرتبة الرابعة عالميا⁽³⁾.

غير أنه كما جاء في بعض الدراسات التي نشرتها منظمة الأمم المتحدة للعلوم والتربية والثقافة اليونسكو أصبحت العربية مهددة بالاستغناء عنها، على الرغم من تلك الخصائص التي منيت بها⁽⁴⁾، والسبب يعود لتفريط أهلها ومزاحمة اللغات الأجنبية لها حتى في عقر دارها، خاصة في مجال الصناعات المتطورة والتجارة الخارجية والسياحة.

2-1) علاقة اللغة بالسياحة:

عرفتها منظمة السياحة العالمية « بأنها نشاط من أنشطة الأشخاص المسافرين والمقيمين في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لما لا يزيد عن عام بغير انقطاع بغرض الترويج أو أية أغراض أخرى»⁽⁵⁾، وعرفها "هانزكير" (Hunziker) رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العلميين، و"كرفت" (Kraft) بأنها: « مجموعة الظواهر والعلاقات الناجمة عن السفر والبقاء بعيدا عن الوطن الأصلي، بقاء غير دائم وغير مرتبط بأي نشاط للكسب»⁽⁶⁾.

تعدّ السياحة واجهة البلد، ونافذة على ثقافته وهويته تستهوي كثيرا من محبي المتعة وجمال، وكذلك الراغبين في استكشاف كل ما هو غريب ومتميز، فيتأثرون بسحرها وينقلون شيئا من لغة البلد المضيف وثقافته إلى أوطانهم. والسياحة من جهة أخرى مورد ثري خصب بإمكانه أن يدر كثيرا من الأموال، ويكون رافدا اقتصاديا مهما، ويسدي عديد الخدمات إذا أحسن توظيفه. ولعل من الوسائل التي يحتاجها قطاع السياحة -والتي لا بدّ منها- الخدمة اللغوية، إذ بها تُمدّ جسور التواصل مع الآخرين⁽⁷⁾، وتصبح جولة السائح حلقاتها مرنة انسيابية. والذي يهمنا أن اللغة العربية أصبحت ضمن أعمال منظمة السياحة العالمية بعد أن أقرتها إلى جانب اللغات الأربع الأخرى المعتمدة رسميا داخل المنظمة، وهي: الإنجليزية، والفرنسية، والإسبانية، والروسية.

وهكذا أصبحت السياحة تشغل اهتمام الدول كنشاط اقتصادي حيوي ومربح، واكتسبت لغاتها صفة "لغة سياحية" مثل الانكليزية في مختلف أنحاء العالم، والإسبانية في شبه جزيرة إيبيريا وأمريكا اللاتينية، والصينية

واليابانية في جنوب شرق آسيا، والفرنسية في البلدان الفرنكوفونية مثل بلجيكا وسويسرا وكندا والمغرب العربي وبلدان إفريقية أخرى⁽⁸⁾.

2-2) اللغات واللهجات المستعملة في الجزائر:

الجزائر أمة تضم في نسيجها المتكامل عدة قوميات انصهرت تحت مظلة الوطن الواحد، وحافظت على تميزها الثقافي واللغوي، إذ تعدّ اللغة العربية اللغة الوطنية الأولى، والأمازيغية لغة وطنية ثانية بعد أن أقرها الدستور سنة 2004، وللعربية والأمازيغية لهجات وعاميات منتشرة في ربوع الوطن، بالإضافة إلى لغة المحتل اللغة الفرنسية وهي لغة رسمية وكانت معتمدة في دواوين الإدارة في قطاعات عدة لعقود من الاستقلال، والآن تزاوجها اللغة الإنجليزية اللغة العالمية الأولى في التعليم الابتدائي بعد قرار رئاسي حكيم سنة 2022.

2-3) بين الثنائية (التعددية) اللغوية والازدواجية:

يعرّف قاموس اللسانيات التعدّد اللغوي على أنه: «عندما تجتمع أكثر من لغة في مجتمع واحد أو عند فرد واحد ليستخدمها في مختلف أنواع التواصل، والمثال المشهور هو دولة سويسرا حيث الفرنسية والإيطالية والألمانية هي لغات رسمية بها»⁽⁹⁾. وإن شئت قلت مثاله في الجزائر العربية والأمازيغية والفرنسية، فالتعدد اللغوي إذاً «يدل على مجتمع يقرّ بوجود وتعايش لغتين أو أكثر من أجل تأمين حاجات التواصل بين أعضاء الجماعة»⁽¹⁰⁾. وقد تباينت الآراء في بيان حدّ مصطلح الازدواجية ومفهومه، وبدا في دراسات معظم اللغويين مختلطا بمصطلح "الثنائية اللغوية" (أو التعدد اللغوي) ومتداخلا معه فأطلق مصطلح الازدواجية على الثنائية والثنائية على الازدواجية⁽¹¹⁾. ونشأ من هذا الاختلاط والتداخل خلط المفهومين واختلاف واضح بشأن مكونات كل منهما، تظهر الازدواجية على أنها شكل من أشكال الصراع اللغوي الداخلي، أو التقابل اللغوي بين الفصحى والعامية، فهي بهذا المفهوم صراع داخلي، تتشكل فيه العاميات بوصفها تفرعات لهجية تناوئ الفصحى⁽¹²⁾.

الازدواجية اللغوية في مقدمة المعوقات التي تقف أمام تعلّم الفصحى أو اللغة المعيارية، من حيث هي خليط من العاميات تفرّعت عنها وتخالفها قليلا أو كثيرا، ولا تخضع لنظام صوتي أو نحوي معين ولا تكاد تستقر على نمط واحد، فالعربية الفصحى تقابلها عاميات كثيرة منتشرة في الوطن العربي، ولكل بلد عاميته الخاصة به، فأحيانا تجد المواطن الخليجي لا يفهم الجزائري إذا تحدث، بل ترى في البلد الواحد عاميات متوزّعة عبر ربوعه، فالعامية في الجزائر تختلف من شرقها إلى غربها ومن شمالها إلى جنوبها، ومن ماضيها إلى حاضرها، وبين شبابها وشيوخها، ولا تزال العامية تنأى عن الفصحى حتى يستعجم أهلها، وتجدد الإشارة هنا إلى التفريق بين مفهومين يلتبس أحدهما

بالآخر: اللهجة والعامية، فاللهجة هي نظام صوتي خاص للغة معينة كالإنجليزية البريطانية والإنجليزية الأمريكية مثلا، لا تختلفان إلا في بعض المواطن الصوتية والتلفظية، أو بعض الجوانب الدلالية، ولذا بأيّهما تحدثت يفهمك الآخر.

أما العامية -ويسمى بعضها المحكية- فهي خليط من الكلمات المحلية (الشعبية) والأجنبية لا يحدها نظام ولا تضبطها قاعدة، وأمام هذه التحديات يجد المتعلم نفسه مجبرا على التعامل مع مرجعين مختلفين (ازدواجية لغوية) التعبير بالعامية والكتابة بالفصحى، أو على تعلّم الفصحى وردّ الكم الهائل من الألفاظ الأجنبية التي تغزوها باستمرار.

والأمازيغية هي اللغة الأم لسكان بني مازيغ، لها نظامها الخاص، وهي منتشرة بتنوّعات وأداءات لسانية تتباين من منطقة لأخرى. ويمكن تصنيفها إلى عدة لهجات أو محكيات -باعتبار خروجها عن النظام اللساني- كالتالي⁽¹³⁾:

- القبائلية في منطقة القبائل الكبرى وهي اللغة الأمازيغية الأكثر استعمالا في الجزائر.
- الشاوية: يتحدث بها مجموعة من سكان الأمازيغ المقيمين بـجبال الأوراس: باتنة، وأم البواقي، وخنشلة، وسوق أهراس، وتبسة.
- المزابية: في منطقة غرداية.
- التارقية: خاصة بالتوارق.

3- تحديات العربية في قطاع السياحة:

لما أدركت الدول الكبرى خطر قطاع السياحة في مجال الاقتصاد والسياسة والثقافة انبرت تغدق على كل ما يخدم السياحة بما قدرت من إمكانيات، فأُسّست معاهد ومراكز متخصصة في تكوين إطارات التسيير السياحي وموظفيه، وبرزت وكالات وفضاءات تستقطب السياح وترافقهم وتنظم رحلاتهم، وتروّج للمنتوج السياحي حتى خارج أوطانه، فكانت نتيجة ذلك ظهور معاجم لغوية سياحية كدليل إرشادي، يجده السائح في الوكالات السياحية وفي المكتبات، وفي المطارات ومحطات السفر، وفي الفنادق والمنتزهات وغيرها.

والغريب أن لغات هذه المعاجم فرضت نفسها على السائح الأجنبي بفضل قوتها السياحية وتأثيرها الإعلامي، فوجد نفسه مجبرا على التعامل بها داخل موطنها الأصلي وخارجه، من حيث راجت تلك اللغات في ميدان السياحة، وتعامل بها كثير من البلدان والشعوب غير مكترئين بتبعات ذلك. وهكذا أسهمت حركة

السياحة في تطور تلك اللغات السياحية وكانت سببا في انتشارها خارج أوطانها، وانتشار ثقافتها وعاداتها وتقاليدها⁽¹⁴⁾.

أما عن نصيب اللغة العربية من السياحة العالمية، فقد ينصدم المثقف العربي حين يطّلع على تقرير أصدرته منظمة اليونسكو -مؤخرا- عن حال لغات العالم مفاده أن هناك خطورة على عدد من اللغات -من بينها اللغة العربية- قد تؤدي إلى حد اختفائها من ألسن المتحدثين بها إذا استمرت على حال من التدهور، والإهمال، والعزوف عن استعمالها استعمالا صحيحا يحفظ شأفتها من الزوال⁽¹⁵⁾. وربما يرى السائح العربي في تجواله عبر العالم أن الشركات السياحية العالمية من طيران، وفنادق ومطاعم وبرامج سياحية، لا تقدم له خدمات سياحية باللغة العربية إلا في القليل النادر إذا تعلق الأمر بمعاملات سياحية خاصة، كان وراءها ربح وفير، وأمام هذا الواقع يجد السائح العربي نفسه مضطرا إلى التعامل بوحدة من اللغات السياحية العالمية، كالإنكليزية أو الفرنسية بنفخته الخاصة على حساب لغته.

قد نلتمس العذر لغير العرب في تجاهلهم استخدام اللغة العربية في تعاملاتهم السياحية لدواعي تخصصهم، لكن ما يندي جبين الغيورين على العربية أن بلدانا عربية مثل مصر وتونس والمغرب ولبنان والشام والخليج، تعرف نشاطا سياحيا ملحوظا وواعدا، غير أنها تتعامل مع السائح الأجنبي بلغته الأصلية أو بلغة أخرى وسيطة مستبعدة اللغة العربية، ومهملة لها إهمالا تاما⁽¹⁶⁾، والوضع في الجزائر ليس بأحسن حال، فإذا عرفت أن معاهد الفندقية والسياحة ومدارسها عبر الوطن تعتمد اللغة الفرنسية في تكوين طلابها، فيمكنك أن تتنبأ بحال العربية وعلاقتها بالسياحة في المنشآت السياحية من الإهمال والاستبعاد والتغريب⁽¹⁷⁾، ويرجع الأمر إلى أسباب عديدة نذكر منها:

أ- عدم إلزام المؤسسات السياحية والفندقية -على غرار مؤسسات أخرى- التعامل باللغة العربية أولا ثم باللغات الأجنبية.

ب- بعض القائمين على قطاع السياحة لديهم توجّس من صلاحية اللغة العربية في مساهمة مستجدات العصر، ويعتقدون أن اللغة الإنجليزية هي الأولى في مجال السياحة، والعمل، والتواصل، فيشترطونها في عملية التوظيف.

ت- تقاعس بعض البلدان العربية من اتخاذ الإجراءات الضرورية، والسياسات الرشيدة للحفاظ على اللغة العربية.

ث- اقتصار أنظمة الحجزات الحاسوبية، والتطبيقات الإلكترونية المتبعة في المؤسسات السياحية والفندقية على اللغة الإنجليزية.

ج- التوسع في استعمال المصطلحات الإنجليزية في العمل السياحي والفندقي لعدم وجود بدائل عربية لها، وسيطرتها على أسماء الوجبات وقوائم الطعام في المطاعم.

د- ضعف استعمال اللغة العربية في معاهد ومؤسسات التعليم السياحي والفندقي العربية.

هـ- قلة كتب السياحة باللغة العربية والمعاجم المواكبة لتطورات السياحة العالمية.

و- هيمنة اللغة الإنجليزية -أو الفرنسية في الدول الفرنكوفونية- على المشهد العام في المؤسسات السياحية والفندقية، وسيطرتها على اللوحات، واللافتات والعلامات الإعلانية، وغير الإعلانية، وأرقام الغرف الفندقية، وأسماء القاعات والمطاعم⁽¹⁸⁾.

ك- ضعف تأطير المرشدين أحيانا، ومحدودية الوسائل السمعية البصرية التي يحتاجونها في مهامهم.

ل- النظر إلى السياحة كعائد مالي بحت، وإهمال أهدافها الأخرى كنشر اللغة والثقافة.

4- ضرورة إدماج اللغة العربية كلغة سياحية في القطاع السياحي العربي:

إذا ما نظرنا إلى ظاهرة التغريب التي غزت المجتمعات العربية كظاهرة تأخذ أبعادا متعددة، وتشمل مناح شتى من الحياة الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، فإنه في المجال السياحي المصيبة أعظم، إذ تقوم المؤسسات السياحية والفندقية بتلبية طلبات السائح واسترضائه على حساب الثوابت الحضارية، والأبعاد الثقافية العربية ومبادئ الإسلام السامية، وفي إقصاء صارخ -في بعض الأحيان- للغة العربية من التداول السياحي والمهني، اعتقادا من أنها عاجزة عن مسايرة عالم السياحة وتطورها⁽¹⁹⁾.

ولقد كان لنا في أسلافنا عبرة، كانت سياحتهم نصرة وفتحا للإسلام، كانوا سفراء لدينهم وقيّمهم وحضارتهم، يؤدّ الواحد منهم لو يفتدي بكل شيء ولا يُمسّ في مبادئه، وكثيرا ما انتشر الإسلام في أصقاع الأرض من بلاد الأعاجم بحسن خلق التجار وتعاملهم الراقي، لا بالسيف كما ادّعى أعداء الإسلام، حتى جعلت أقوام من غير العرب تُقبل على هذا الدين وتنفد إلى العربية تعلما وتعلّما، ولذلك انتشرت العربية خارج أوطانها، فما ساد أسلافنا إلا بالمبادئ والقيم.

مرّت على الأمة العربية الإسلامية خطوب عبر أزمنة تاريخية مختلفة، كادت تعصف بهويتها لولا الممانعة، وصرنا نرى انحصارا للغة العربية حتى عند أهلها. حيث تعاني من تراجع في استعمالها في مجالات عدة، ولا سيما

المجال السياحي إذ أخذت اللغات الأجنبية مكانها وهيمنت عليها في التخاطب، والمحادثة، والتواصل، وفي الأسماء، والمصطلحات، والتعابير وغيرها.

والحقيقة أن اللغة العربية لغة مطواع فهي لغة اشتقاقية معربة، ثرية في معجمها، قوية في معانيها، دقيقة في تعابيرها، لها من عوامل النماء والازدهار وخدمة السياحة وغيرها، ما لا تدانيها فيه لغة من اللغات التركيبية التي هيمنت على مناحي الحياة، ولو رعاها أهلها حق الرعاية لتبوّأت مكانتها في مضمار السياحة، ولكانت وسيلة للانفتاح على العالم. ثم إن ذلك سيسعى لتحقيق أهداف علمية، ومعجمية، واصطلاحية خاصة بالقطاع السياحي، الذي له علاقات وثقى بالمتاحف، والجامعات، ودور الثقافة، والمكتبات، ونوادي القراءة والتسليّة والترفيه، والأماكن الأثرية في البلاد العربية، والعادات والتقاليد، وكل ما له علاقة بالتاريخ مما يمكن التعريف به وترسيخه⁽²⁰⁾.

وما يجعل البلاد العربية تتبوّأ هذه المكانة المقومات التي حباها الله تعالى بها، وضعتها في ميزان القوة والتأثير، ومقصد جميع الدول، من حيث هي مصدر مهم للطاقة والثروات الباطنية التي تفتقر إليها أغلب الدول الصناعية الكبرى، ثم إنها تتوسط القارات الثلاث فتجعلها همزة وصل في مجال التجارة والمواصلات، ومنيت بتنوع بيئي وإرث ثقافي تستثمره في مضمار السياحة، ولعلنا نذكر كنماذج على ذلك: السياحة الدينية ببلاد الحرمين الشريفين والقدس الشريف بفلسطين، ومنها الأهرامات وجامع الأزهر بمصر، ومغارة جعيتا ومدينة بعلبك بلبنان، ومدينة البتراء بالأردن، وحدائق بابل بالعراق، ومدينتي الصفاقس والقيروان بتونس، ومدينة فاس بالمغرب الأقصى.

وفي الجزائر نجد جبال الهقار بالطاسيلي، ومدينة تمقاد بباتنة، ومغارة بني عاد ومنارة المنصورة بتلمسان، وقصور غرداية، وغيرها من مواقع الأثرية والمعالم التاريخية، التي تزخر بها الجزائر وسائر البلاد العربية، ثم إن التنوع المناخي والبيئي للمنطقة يعطيان للسياحة ثراء ومعينا لا ينضب، فنجد السياحة الساحلية لهواة البحر والاستجمام بالشواطئ والغابات، ونجد السياحة الجبلية بمنظرها الخلابة ومغاراتها وكهوفها، تجعلها مقصداً لمحبي الطبيعة والاستكشاف، ونجد أيضا السياحة الصحراوية برمالها الذهبية وسحرها الأخاذ وجمالها.

هذا التنوع والتفرد يستقطب السائح الأجنبي ويستهوّه، لأن السائح يبحث عن الغرابة وعن التميز، ويجب أن يستكشف كلّ ما هو جديد ومخالف لما عهده في وطنه، بما في ذلك عادات البلد المضيف وتقاليد ولغته ونمط حياته وأكالاته، وغيرها من الخصوصيات، ويجب كذلك أن يعرف الأشياء بمسمياتها الأصلية، وقد لا يكون لها مقابل في لغته، فما علينا إذا قدّمنا له خدمات سياحية بلغة عربية بسيطة ومألوفة في مفرداتها وعباراتها وقوفاً عند رغبته وخدمة للغة العربية؟

5- نماذج من دول إسلامية تختفي باللغة العربية:

أدركت بعض الدول الإسلامية والأجنبية البعد الاقتصادي والتنموي والسياحي الذي يعود عليها بالفائدة من توطيد علاقاتها بالدول العربية، فوضعت برامج لتعليم اللغة العربية لأغراض سياحية، ووفّرت أكبر عدد ممكن من المرشدين يناسب السياح الوافدين عليها من العرب، من أجل خدمتهم وحسن مرافقتهم في محطاتهم السياحية.

5-1) ماليزيا:

تشهد ماليزيا إقبالا متزايدا من السياح العرب، كان له مردود اقتصادي وسياسي وثقافي ملموس، بادرت بموجبه وزارة السياحة الماليزية سنة 2009 إلى عقد دورات في اللغة العربية للمرشدين السياحيين غرضه جذب المزيد من السياح العرب، هذا إضافة على تدريس مادة اللغة العربية في معاهد الفندقية والسياحة، وكذلك في جامعات إسلامية عريقة مثل الجامعة الإسلامية العالمية بالعاصمة كوالالمبور؛ ما يجعل الحاجة إلى اللغة العربية ماسة للغاية في القطاع السياحي الماليزي، كما بدأت اللغة العربية تستعيد دورها التاريخي والديني والمعجمي في المدارس الابتدائية والثانوية أيضا⁽²¹⁾.

وأثبتت دراسة ميدانية أن ماليزيا أصبحت مركزا سياحيا مشهورا يفد إليه أجناس مختلفة ولاسيما السياح من الشرق الأوسط والعرب بصفة عامة⁽²²⁾، واستنتجت دراسة أخرى أجريت على عينة من السياح العرب عانوا من مشكلة التواصل في مختلف محطات جولاتهم أن الحاجة ماسة لإتقان اللغة العربية مع السياح العرب، خاصة وأن السياح العرب في تزايد مستمر، وأوصت بوضع اللافتات باللغة العربية مثل الفندق والمطار والمطعم والمصرف، والمكاتب السياحية، ووكالات السفر وغيرها⁽²³⁾.

ناقشت مقالة منشورة في مجلة العلوم الاجتماعية الكندية أهمية اللغة العربية في صناعة السياحة؛ بسبب ارتفاع عدد السياح العرب القادمين إلى مقاصد سياحية مختلفة، وخلصت إلى أن الفرصة عظيمة لتطوير هذا القطاع، وتحسين اقتصاد البلدان⁽²⁴⁾. وفي مقالة بعنوان (اللغة العربية الاتصالية للمرشدين السياحيين) أكدت الدراسة أهمية استعمال اللغة العربية كلغة اتصالية مع السياح، ما يستوجب على المرشدين السياحيين والفاعلين في قطاع السياحة التجهز له⁽²⁵⁾.

5-1) تركيا:

تستقبل تركيا سنويا أربعة ملايين سائح عربي، فرض هذا العدد الهائل من السياح اللغة العربية على الحكومة التركية فاحتضنتها طواعية لأسباب تاريخية ودينية واقتصادية، وتبنت ما يلي:

- كتابة لافتات الشوارع واللوحات الإشهارية والتوجيهية في بعض المدن الكبرى كإسطنبول مثلاً باللغة العربية إلى جانب التركية والإنجليزية.
- تفعيل اللغة العربية في اللوحات الإلكترونية في وسائل النقل، والفنادق والمصارف والمراكز التجارية، وغيرها من المرافق.
- الاستعانة بمتجمنين في عدة مؤسسات سياحية، واقتصادية، ومراكز علاجية تشهد وفوداً عربياً ملحوظاً⁽²⁶⁾.

إن اهتمام الدول بالاستثمار اللغوي في المجال السياحي أضحي مطلباً استراتيجياً، من حيث كونه مرتكزاً ثقافياً من جهة، ورافداً اقتصادياً مدبراً للمليارات الدولارات من جهة أخرى. والنشاطات السياحية لا يمكنها أن تتم خارج الأنظمة اللغوية، التي توفر خطاباً متعددًا في عملية التواصل⁽²⁷⁾.

من الأهداف الاستراتيجية التي وضعتها تركيا لاستقطاب السياح العرب على وجه الخصوص، أنها أقرت تعليم اللغة العربية في المدارس والجامعات، وخصصت معاهد لتعليمها لغير الناطقين بها، وأخذت ترسل بعثات علمية إلى الدول العربية قصد تحقيق الانغماس اللغوي، كما أنشأت قناة إعلامية ناطقة باللغة العربية سنة 2010، وبعض الصحف والمواقع الإخبارية والثقافية، إضافة إلى تنظيمها عدة مشاريع وفعاليات خاصة باللغة العربية مثل: "قرية اللغة العربية"، و"معلمي العربية، هيا إلى تركيا"⁽²⁸⁾. ومحصلة هذه الإجراءات أن نجحت تركيا في استقطاب السائح العربي، وأصبحت قبلة للوفود العربية سواء أتوها سائحين، أم طلاباً وباحثين، أم للعمل والتجارة، وذلك لأنهم يجدون فيها الدفء الاجتماعي، والقرب التاريخي والثقافي واللغوي.

6- أسباب تمكين اللغة العربية في قطاع السياحة:

حتى تحلّ اللغة العربية مكانها الخليق بها في عالم السياحة، لابد أن تُفرض كأداة تواصل في مختلف النشاطات السياحية سواء مع السياح العرب أو مع الأجانب، فالتعامل مع السائح العربي بعربية سياحية بمستواها المستعمل والمتداول، في المطار والفندق والمطعم ووسائل النقل، وفي مختلف الأنشطة السياحية والترفيهية أولى وأحسن من إرهاب سمعه بإنكليزية ركيكة أو فرنسية مكسورة أو عامية محلية لا تكاد تبين. ويمكن الاعتماد على معجم عربي سياحي يشمل الأسماء والمصطلحات والتعبيرات المستعملة والشائعة، والاهتمام بالتجارب الرائدة في المجال ونقل برامجها وترجمتها، على أن يُشرك في هذا العمل جميع الفاعلين في ميدان السياحة والثقافة واللغة، من

مؤسسات سياحية وهيئاتها، ومجامع اللغة العربية، ومعاهدها وأقسامها بالجامعات، مع تشجيع المتخصصين في اللغة والباحثين على إنجاز بحوث تخدم عربية السياحة، وتيسر استخدامها ونشرها.

ويبقى المعوّل على من بأيديهم القرار في إلزام المؤسسات السياحية بمختلف مرافقها، إعطاء مكانة للغة العربية حتى مع الوافدين الأجانب، وإدراجها برفق كلغة للتواصل السياحي، وبالأخص في الفنادق الفخمة التي اعتادت استقبال السياح من طبقة اجتماعية خاصة، وتقدّم لهم عادة خدماتها باللغة الإنجليزية، "وأن نكرّس حتمية تعلّمها لدى السائح الأجنبي القادم إلى بلادنا العربية على الأقل مفردات منها من خلال إعداد الكتيبات، واللافتات، والأدلة السياحية باللغة العربية، ومعجم بالمصطلحات والألفاظ السياحية كما نمارسه نحن العرب عند سفرنا للبلدان الأجنبية"⁽²⁹⁾.

وما يضير السائح الأجنبي إذا قبل بعبارات عربية بسيطة ومتداولة في التحية والمجاملات، وفي الأمكنة التي يتردد عليها والمناسبات، مثل: "السلام عليكم" و"مرحبا"، و"كيف حالك؟"، و"تفضل"، و"شكرا"، و"مع السلامة"، و"من فضلك"، و"ما الخدمة؟"، و"ما المشكلة؟"، وغير ذلك؟ وحتى الناطق بغير العربية الدارس لها إذا أقام في وسط لغوي عربي بين الناطقين الأصليين، قويّت لغته، واستقام لسانه، خاصة لو حظي بمحتاج خاص بتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض سياحية.

كما ينبغي إعداد المرشدين السياحيين لغويا وتقنيا إعدادا كافيا ومستمرًا، سواء أكانت سياحة ترفيهية، أم علمية، أم تجارية، أم دينية، وينبغي كذلك تطبيق مبدأ التوظيف على أساس الكفاءة، لأن المرشد هو دليل السائح وعينه التي يبصر بها، وهو النموذج المصغر الذي يأخذه السائح عن المجتمع، فإذا كان المرشد متمكّنًا من لغته (لغة السياحة) متشبعًا بثقافته، فإنه سيؤدي مهمته السياحية على أفضل وجه من حيث الكفاءة والاحترافية، محققًا بذلك الأهداف المرجوة منه: خدمة السائح والسياحة، ونشر اللغة العربية بحمولتها الثقافية داخل موطنها وخارجه.

إن الاهتمام باللغة العربية لأغراض وظيفية مسؤولية الجميع، وهو مشروع حضاري ينمّ عن وعي وإحساس عميقين بخطر المهمة على الصعيد السياسي والاقتصادي، والفكري والثقافي. ويمكن لأي بلد عربي أن يسهم فيه بحظ، غير أن ضبط مخطط لغوي عربي، يسهم فيه كل بلد، حسب إمكاناته السياحية والعلمية، يبقى شرطًا لا بد منه لأن اللغة العربية عنصر مشترك بين جميع العرب، تتطلب تضافر جهودهم جميعًا، وعليه فإن دور وزارات السياحة ومؤسساتها المختلفة يبقى المعوّل عليه في إنجاح هذا المشروع العلمي⁽³⁰⁾. طبعًا هذا لا يعني إعفاء الفرد العربي عامة من هذه المهمة، إذ ينبغي عليه الاعتزاز بلغته، واستعمالها مع بني جنسه أو مع الأجانب، مع حرصه

على تحقيق الغاية التواصلية بها، وأن يتفادى استعمال العامية والكلمات الأجنبية إلا عند الحاجة، سواء أكان ذلك في الحياة العامة أم عبر الفضاء الأزرق، لأن اللغة تنمو وتتطور بالتواصل والاستعمال، ومن ذا الذي يخدمها إذا لم يخدمها المنتسبون إليها؟

خاتمة:

نخلص في الأخير إلى أنه رغم دعاة التغريب وكثرة المشككين في مقدرة اللغة العربية على مواكبة العصر في شتى المجالات، تبقى عوامل النهوض باللغة العربية في ميدان السياحة متوفرة ومتاحة، ولا ينقصها إلا قرار سياسي يلزم المؤسسات السياحية التعامل بها، وأيدي مخلصه تسهر على خدمتها والذب عنها، تمثل جهود الفاعلين في ميدان السياحة واللغة والثقافة من البلدان العربية جميعا، حتى تكون أعمالهم منسقة وجهودهم متكاملة، تسفر عن عربية موحدة (لغة السياحة) في مصطلحاتها وأسمائها وتعبيراتها، وبرامجها وخطط عملها.

ويتأتى ذلك المبتغى النبيل من خلال إعداد معاجم لغوية سياحية ومنشورات موجهة للسائح العربي وأخرى مترجمة إلى لغات الوافدين من غير العرب، ومن تكوين المرشدين والنوادل تكوينا فنيا ولغويا يجعلهم سفراء للغة العربية وثقافتها، إضافة إلى تعريب أو تفعيل العربية وإعطائها الأولوية في المنظومة السياحية والمرافق التابعة لها، من المطار والفندق والمطعم، والمواصلات والمصرف والمتجر واللافتات التوجيهية والإشهارية وأماكن الترفيه، وغير ذلك من المواقف التي يمر بها السائح، وهكذا نجعل السياحة تؤدي أكلها مرتين، تدر بالمال وتخدم العربية.

وهناك دعائم أخرى تعزز الممارسة اللغوية وتقلص البون بين الفصحى والعامية في لغة التخاطب اليومي، منها وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، ومواقع النت، والأنشطة الجموعية، وغيرها من الوسائل التي يمكن للفرد العربي عامة أن يسهم فيها بقسط، فالعربية التي حملت القرآن الكريم والسنة النبوية، ونقلت أخبار الأولين، ووسعت علوم عصور خلت ومثلتها أحسن تمثيل، لا يعجزها اليوم أن تواكب عصرها أو تفي بمستجداته.

الهوامش:

(1) قيسمون جميلة، اللغة العربية وتشكيل الهوية في ظل العولمة، بيروت، المؤتمر الدولي الأول للغة العربية، بعنوان: العربية لغة عالمية، المجلس الدولي للغة العربية، 2012، ص 04.

(2) ينظر: الناقة محمود كامل وطعيمة رشدي أحمد، طرائق تدريس اللغة العربية لغير الناطقين بها، مطبعة المعارف، الرباط، منشورات منظمة الإيسيسكو، 2003، ص 13.

- (3) أحمد العلي(2023)، أكثر اللغات استعمالاً في العالم 2023، من موقع <https://www.tikane10.com> ، تاريخ المشاهدة: 2023/01/24.
- (4) قيسمون جميلة، اللغة العربية وتشكيل الهوية في ظل العولمة، ص 04.
- (5) نشوى فؤاد، محاضرات في السياحة المتواصلة والبيئة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2008، ص 83 .
- (6) منال شوقي عبد المعطي أحمد، جغرافية السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، ط1، 2011، ص12.
- (7) ياسر هاشم عماد الهياجي، اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي: الواقع وآفاق التمكين، (المؤتمر الدولي الرابع للغة- دبي)، المجلس الدولي للغة العربية، 2015، ص26
- (8) ينظر: عبد المجيد حنون، "السياحة واللغة العربية"، مجلة اللغة العربية، الجزائر، العدد24، 2022، ص97.
- (9) J.Dubois et autre, Dictionnaire de linguistique, paris, larousse, 1973, p368
- (10) بيار أشار، سوسيلوجيا اللغة، تر: عبد الوهاب تزو، دار منشورات عويدات، بيروت، لبنان، 1996، ط1، ص49.
- (11) ينظر: نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، قيم الثبوت وقوى التحول، دار الشروق، الأردن، ط1، 2007، ص137
- (12) ينظر: عباس المصري وعماد أبو حسن، الازدواجية اللغوية في اللغة العربية، مجمع اللغة العربية، العدد8، 2014، ص41.
- (13) محمد الأوراعي، التعدد اللغوي "انعكاساته على النسيج الاجتماعي"، مطبعة النجاح الجديدة، الرباط، 2002، ط1، ص81.
- (14) عبد المجيد حنون، "السياحة واللغة العربية"، ص98
- (15) ينظر: بلاسي محمد علي، نحو النهوض باللغة العربية، مجلة التربية الإسلامية، العراق، 2011، عدد10، ص ص75- 92.
- (16) ينظر: عبد المجيد حنون، "السياحة واللغة العربية"، ص99.
- (17) ينظر: إبريز بشير، الصناعة المعجمية واستراتيجيات التنمية اللغوية دراسة في علاقة اللغة العربية بالسياحة (الجزائر)، مجلة المجمع الجزائري للغة العربية، المجلد7، العدد13، جوان 2011، ص ص 217- 237.
- (18) ينظر: ياسر هاشم عماد الهياجي، العربية اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي: الواقع وآفاق التمكين، ص30.
- (19) ينظر: المرجع نفسه، ص24.
- (20) ينظر: إبريز بشير، الصناعة المعجمية واستراتيجيات التنمية اللغوية دراسة في علاقة اللغة العربية بالسياحة (الجزائر)، ص222.
- (21) ينظر: زاليكا آدم، الحاجة إلى تعليم اللغة العربية وتعزيز دورها، القطاع السياحي الماليزي أنموذجا، مجلة اللغة العربية، الجزائر، العدد 40، 2018، ص254.
- (22) ينظر: محمد إبراهيم جالو، إعداد وحدات دراسية لتعليم اللغة العربية للعاملين في حقل السياحة في ماليزيا، رسالة ماجستير في التربية، معهد التربية، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، 2008، ص2.
- (23) ينظر: المرجع نفسه: ص838.
- (24) Azman, C. Mat; Azman, Zakaria & Kamaruzaman J., 2009, The Importance of Arabic Language in Malaysia, Tourism Industry: Trends during 1999-2004, Canadian Social Science, Bil.5, No.4, p.p 12-17.

(25) Zalika, Adam, 2009: Use of Arabic in the Communication Guide Towards Introducing Malaysia. Language and Linguistic Studies International Conference, Universiti Kebangsaan Malaysia, p.p584-594.

(26) ينظر: مهدي بن عيسى، الاستثمار اللغوي في المجال السياحي “تجارب عالمية ناجحة”، مجلة ألف. اللغة والإعلام والمجتمع، الجزائر، المجلد 9، العدد 3، يونيو 2022، ص 112.

(27) ينظر: المرجع نفسه، ص 114.

(28) إبراهيم الحلالشة، مشاريع تطبيقية تنمية لمركز العربية الدولي في خدمة اللغة العربية: “تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها الرؤى والتجارب”، دار كنوز المعرفة، الأردن، دط، 2015، ص(129-142).

(29) ياسر هاشم عماد الهياجي، اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي: الواقع وآفاق التمكين، ص 27.

(30) ينظر: عبد المجيد حنون، “السياحة واللغة العربية”، ص 101، 102.

قائمة المراجع:

أولا العربية:

1. إبراهيم الحلالشة، مشاريع تطبيقية تنمية لمركز العربية الدولي في خدمة اللغة العربية: “تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها الرؤى والتجارب”، دار كنوز المعرفة، الأردن، دط، 2015.
2. إبريز بشير، الصناعة المعجمية واستراتيجيات التنمية اللغوية دراسة في علاقة اللغة العربية بالسياحة (الجزائر)، مجلة المجمع الجزائري للغة العربية، المجلد 7، العدد 13، جوان 2011.
3. الناقة محمود كامل وطعيمة رشدي أحمد، طرائق تدريس اللغة العربية لغير الناطقين بها، مطبعة المعارف، الرباط، منشورات منظمة الإيسيسكو، 2003.
4. بلاسي محمد علي، نحو النهوض باللغة العربية، مجلة التربية الإسلامية، العراق، العدد 10، 2011.
5. بيار أشار، سوسيلوجيا اللغة، تر: عبد الوهاب تزو، دار منشورات عويدات، بيروت، ط 1، 1996.
6. زاليكا آدم، الحاجة إلى تعليم اللغة العربية وتعزيز دورها، القطاع السياحي الماليزي أنموذجا، مجلة اللغة العربية، الجزائر، العدد 40، 2018.
7. عباس المصري وعماد أبو حسن، الازدواجية اللغوية في اللغة العربية، مجمع اللغة العربية، العدد 8، 2014.
8. عبد المجيد حنون، “السياحة واللغة العربية”، مجلة اللغة العربية، الجزائر، العدد 24، 2022.
9. قيسمون جميلة، اللغة العربية وتشكيل الهوية في ظل العولمة، بيروت، المؤتمر الدولي الأول للغة العربية، بعنوان: العربية لغة عالمية، المجلس الدولي للغة العربية، 2012.
10. محمد إبراهيم جالو، إعداد وحدات دراسية لتعليم اللغة العربية للعاملين في حقل السياحة في ماليزيا، رسالة ماجستير في التربية، معهد التربية، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، 2008.

11. منال شوقي عبد المعطي أحمد، جغرافية السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية (مصر)، ط1، 2011.
12. نشوى فؤاد، محاضرات في السياحة المتواصلة والبيئة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط2008، 1.
13. نهاد الموسى، اللغة العربية في العصر الحديث، قيم الثبوت وقوى التحول، دار الشروق، الأردن، ط1، 2007.
14. ياسر هاشم عماد الهياجي، اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي: الواقع وآفاق التمكين، (المؤتمر الدولي الرابع للغة- دبي)، المجلس الدولي للغة العربية، 2015.
15. مهدي بن عيسى، الاستثمار اللغوي في المجال السياحي "تجارب عالمية ناجحة"، مجلة ألف. اللغة والإعلام والمجتمع، الجزائر، المجلد 9، العدد 3، يونيو 2022.

ثانيا الأجنبية:

- 1-Azman, C. Mat; Azman, Zakaria & Kamaruzaman J., 2009, The Importance of Arabic Language in Malaysia, Tourism Industry: Trends during 1999-2004, Canadian Social Science, Bil.5, No.4 .
- 2- J.Dubois et autre ,Dictionnaire de linguistique, paris,larousse, 1973.
- 3-Zalika, Adam, 2009: Use of Arabic in the Communication Guide Towards Introducing Malaysia. Language and Linguistic Studies International Conference, Universiti Kebangsaan Malaysia.

مواقع الأنترنت:

أحمد العلي(2023)، أكثر اللغات استعمالاً في العالم 2023، من موقع: <https://www.tikane10.com> تاريخ المشاهدة: 2023/01/24.