

تعريب المصطلح في ضوء العولمة فواز محمد العبد الحق / جامعة اليرموك

I- صناعة المصطلح :

هدف هذا البحث إلى التعرف بتعريب المصطلح في ضوء العولمة الثقافية و اللغوية. إن تقييم المصطلح و تخطيطه ينطلق من وجود معايير للمصطلح المثالي و المصطلح المعياري ، هو الذي يتحقق من خلاله بأقل قدر من المعاني و أقصى قدر من النقاء ج.

لقد اعتقد بعض المصطلحيين بأن المصطلح المعياري المثالي هو الذي يكون قادرا بأقل قدر من المعاني و أبسطها و أسهلها على التعبير عن أفكار الإنسان بالكامل و بطريقة يسهل فهمها من جانب المتلقي، حيث يمكن تعريف كمال المصطلح و مثاليته باعتبار أنه يمثل أعلى درجات من البساطة و سهولة التعليم .

إن العيب في هذه التعريفات يكمن في حقيقة أنها تتضمن مطالب غير متناسقة أو متناقضة مع بعضها البعض. فالأبسط و الأسهل، مثلا، لا يتفق مع أقصى درجات الوضوح و القدرة القصوى على التعبير و إيصال المعلومة. إن ما هو أسهل بالنسبة للمتحدث ربما لا يكون كذلك بالنسبة للمتلقي .

إن المصطلح الفاعل، والذي يؤدي وظيفته بكفاءة يفترض بعض التكرار و الشبوع و الوضوح اللازم. و بصورة عامة و من وحي علم التخطيط المصطلحي يمكن تحديد متطلبات المصطلح المعياري بالمعايير التالية :

✓ المصطلح المعياري هو الذي يؤدي جميع المهام و الوظائف الضرورية في العملية الإتصالية، أي ضرورة نقل جميع المعلومات اللازمة إلى المتلقى .

✓ أن يكون المصطلح المعياري سهلا للمتحدث و سهلا للمستمع بقدر المستطاع .

- ✓ أن يكون المصطلح جميلاً .
- ✓ أن يكون المصطلح مرناً و يسهل تكيفه و تطبيقه على مهام جديدة للتعبير عن معاني جديدة .

و لكن : ما هي المصطلحات الأكثر فعالية؟ و إلى أي مدى يكون من السهل تغيير مصطلح ما في لحظة ما، أي ما هي العلاقة الأكثر سهولة وبساطة بين التقليدي و المثالي ؟

إن للمصطلح عدة جواب منها ما هو معرفي و ذهني و نفسي .
وللمصطلح وظائف إعلامية و فكرية و جمالية و علمية و دينية و سياسية .
و يحمل علماء تخطيط المصطلح الصفات التالية للمصطلح المثالي :

1- الوضوح:

- هناك عدة مبادئ و أسس يستند عليها الوضوح و هي :
- أ - أن ينقل المصطلح إلى المستمع جميع المعاني التي يهدف المتحدث إلى نقلها.
 - ب- أن يستوعب المستمع المصطلح و معناه بسهولة وسرعة.
 - ج- أن يحتوي المصطلح أو التعبير على عدد وافر من المقاطع أو الكلمات .
 - د- يجب أن تكون العناصر ذات العلاقة اللفظية التي يمكن أن تصل في إطار متشابهة متباينة و متميزة بوضوح ، و هذا يتعلق بوجه خاص بالأرقام و المرادفات

2- الإيجاز و السهولة :

- إن النظر إلى حقيقة أن اللغة نظام من العلامات و الإشارات يبرز المبادئ الاقتصادية التالية :
- أ- يجب أن يكون عدد الوحدات اللغوية للمصطلح أقل عدد ممكن .
 - ب- أن يكون المصطلح قصيراً بقدر المستطاع .
 - ج- كلما تكرر المصطلح كلما كان قصيراً.

تعريب المصطلح في ضوء العولمة

- د- أن يكون البناء اللغوي للمصطلح أبسط ما يكون.
- هـ- أن لا ينقل المصطلح معنى أكثر مما هو ضروري.

3- جمالية المصطلح :

- ركز العديد من علماء تخطيط المصطلح على مبدأ جمالية المصطلح حيث برزت المبادئ التالية:
- أ- نتوقع أن يكون المصطلح مثله مثل أي أداة من الأدوات التي يستخدمها الإنسان بجمالية فائقة .
 - ب- إن الهدف من المصطلح إيصال هو إيصال المعلومات و الأفكار والتجارب الجمالية التي من الصعب فصلها أو تمييزها عن العواطف .
 - ج- جمال النظام اللغوي و الجمال الصوتي.
 - د- جمال النص.
 - هـ- يجب أن يكون النظام اللغوي متناغما.
 - و- لا بد من وجود انسجام بين التعبير و المحتوى.
 - ز- أن يكون المصطلح عذبا، إيقاعيا متناغما، تعبيرا متنوعا، موجزا، واضحا ومعبرا.

4- مقومات المصطلح المعياري :

- ✓ الخصائص التركيبية : و تمتاز بالثبات و المرونة العلمية و الدقة في صفات ما يستجد من ظواهر.
- ✓ وظائف رمزية: تشير إلى الأمة و استقلالها و تمييزها عن غيرها من الأمم ، كما تشير إلى غرس الهوية و الاحترام.

- ✓ إن المصطلحات المعيارية تولد اتجاهات عند مستخدميها كالولاء للغة أو البراء منها و الشعور بالكبرياء و الزهو .
- ✓ الموضوعية : مرجعية الأطر التي يمتد منها المصطلح .

(5) تخطيط المصطلح :

ويشمل التخطيط المصطلحي :

- 1- مكانة المصطلح عن مستخدميه .
 - 2- مادة المصطلح ، الجسم اللغوي .
 - 3- تعليم المصطلح و تعلمه .
- ولقد حددت سيجر (Sager) مدلول كلمة مصطلح بمايلي :
- مجموعة الوسائل و الطرق ، لجمع و وصف المصطلحات و تقديمها .
 - نظرية تقوم على مجموعة المبادئ و العمليات و الجدليات و ال استنتاجات التي تفسر العلاقة ما بين المفهوم و المصطلح .

(II) العولمة المصطلحية

يعرف فلبسون (Philipson) العولمة بأنها الأمركة (Américanisation) لأنماط الاستهلاك العامة و الخاصة و أمركة التفكير والتنظيم . وأن العولمة الثقافية قد تعدت إلى حدود العولمة اللغوية والمصطلحية. حيث أن هيمنة اللغة الإنجليزية التي نشأت من هيمنة أمريكا على العالم أدت إلى طغيان المصطلح الغربي و الأمريكي على المصطلحات العربية .

و ما دليل هذه الهيمنة إلا شيوع الارتباك في معاني المصطلحات التي نحتت في الغرب و استعملت عند العرب مثل : العولمة و العالمية و الكوكبة

تعريب المصطلح في ضوء العولمة

والعروبة و الأرونة و الفلسطة و البلقنة و الخصخصة و الأوربة. حيث أدت الهيمنة اللغوية و السياسية للإنجليزية إلى شيوع المصطلحات بمعاني غريبة وحروف عربية، المعنى كما أراده الغرب و الحروف عربية الشكل غريبة المعنى.

إن ما نسعى إلى توضيحه هو تقديم نموذج لتخطيط مصطلحي يطلق من أيديولوجية عربية إسلامية يتم تبنيها على مستوى العالم العربي و الإسلامي لإشاعة المصطلح الذي نريد لا الذي يفرض علينا بسبب سوادة اللغة الإنجليزية و هيمنتها. حيث نضع مصطلحاتنا بأيدينا وعقولنا و ارادتنا و نشيعها ونسوقها إلى من نريد.

أما الجزء الثاني من هذا البحث يهدف إلى تطوير إطار نظري شامل يفسر عملية التخطيط للتعريب الناجح. لقد كشفت أدبيات التخطيط اللغوي أنه لا يوجد نظرية واحدة بعينها كافية لتقديم إطار عام يفلسف التخطيط اللغوي بشكل عام و عملية التعريب بشكل خاص.

إن توفر أنموذج شامل مبني على أسس علمية مدروسة يمكننا من رسم السياسة اللغوية و الأخذ بعين الاعتبار العوامل اللغوية و غير اللغوية التي تؤثر سلبا أو إيجابا في عملية التخطيط . إن تعذر وجود نظرية مجربة أو محاولات فاعلة تستمد منها الأسس النظرية التنظيمية التفسيرية للتخطيط اللغوي يجعلنا ننصرف إلى دراسة العلوم الإنسانية لعلها تقدم لنا بعض التصورات التي تصلح لأن تكون أساسا لمنهجية علمية لتخطيط التعريب. وهكذا فإن دراسة علوم إنسانية قريبة لعلم اللغة قد تكون ذات جدوى. و أقرب العلوم إلى التخطيط اللغوي هي الإدارة و التسويق و السياسة و عمليات اتخاذ القرار و صنعه.

إن دراسة هذه العلوم تزودنا ب مبادئ و تضمينات و توصيات يستفاد منها لبناء أنموذج يكون بمثابة إطار عام يسترشد به في عملية التعريب وتنفيذه.

وهكذا فإن تخطيط التعريب علم قائم يهدف إلى وضع إطار نظري يرمي إلى مايلي :

- 1- وصف الوضع اللغوي وغير اللغوي القائم في البلاد العربية لمعرفة العوامل المؤثرة على عملية التعريب لتشخيص المعوقات و المعوقات لهذه العملية.
- 2- تفسير الاتجاهات المتغيرة نحو التعريب و تقديم الأسباب الواجبة أو المانعة لإنجاح التعريب.
- 3- التنبؤ بالمسار التعريبي و توقع الهنات و العثرات أو النجاحات لنتائج التعريب.
- 4- استخلاص المبادئ العامة التي تكون بمثابة حقائق و ثوابت لعملية التخطيط التعريبي تصلح للتطبيق في العالم العربي أو البلاد الأخرى التي تسعى لبنني لغاتها القومية.

إن الإلمام بالأمر السالفة الذكر يساعد على بناء نظرية شاملة للتعريب بشكل خاص و إثراء علم التخطيط بشكل عام، و بها يصبح القائمون على التعريب قادرين على بناء تعريب قائم على أسس مدروسة لا على أسس تخبطية تؤدي بالتالي إلى الفشل.

(III) من مشاكل التعريب

التعريب عملية يراد بها التخطيط لنشر استعمال اللغة العربية في مختلف المجالات العلمية و العملية على مستوى الفرض و الأمة. إن التخطيط للتعريب يشمل التخطيط لمكانة اللغة العربية و تنميتها و تطويرها بعينها ثم التخطيط لكيفية تدريسها و تعليمها. و التعريب كظاهرة تخطيط لغوي لا تقتصر على الترجمة من العلوم المكتوبة باللغات الأجنبية إلى اللغات العربية بل تتعداه إلى نشر منتجات التعريب من التي تمت في مجامع اللغة العربية في القاهرة

تعريب المصطلح في ضوء العولمة

ودمشق و بغداد و عمان و ما يستجد من مجامع في أنحاء العالم العربي . اذن
فان تخطيط التعريب يشمل:

- ✓ تخطيط كل ما يتعلق بمكانة و حالة اللغة العربية.
- ✓ تخطيط كل ما يتعلق بتنمية اللغة العربية وتقنين و تخطيط منتجات التعريب.

✓ تخطيط تعلم و تعليم اللغة العربية.
لذا فان التخطيط لهذه المناحي يستوجب إدارة ناجعة اذا أريد لمشروع
التعريب على مستوى العالم العربي أن ينجح. ولذلك فان إدارة تخطيط التعريب
يجب أن تجد حلولاً للأسئلة التالية:

من يتبنى التعريب بأبعاده الثلاثة المذكورة أنفاً؟ متى؟ أين؟ لماذا؟ كيف؟
تمكن الإجابة على هذه الأسئلة الدارس من تكوين أطر نظرية تدفع
بعملة التعريف نحو الأفضل. والآن سوف أحاول الإجابة عن الأسئلة السالفة
الذكر.

*من يتبنى التعريب بأبعاده الثلاثة؟

إن الدارس للفظـة "التعريب" يجد أن هناك ثلاثة فرق لها وجهات نظر
مختلفة هي على النحو التالي:

أ. يرى الفريق الأول أن التعريب ضرورة دينية و وطنية و اجتماعية
واقتصادية و سياسية لا بد من إنجاحها. وهذا الفريق يشمل في ثناياه التيار
الديني و التيار القومي بالعربي.

ب. الفريق الثاني يرى أن التعريب بأبعاده الثلاثة حجر عثرة في وجه التقدم
الاقتصادي و الثقافي و الاجتماعي الرامي إلى تقليد الغرب و اتباع سننه. ففي
نظرهم لا يكون تقدم الأمة إلا بتتبع خطوات الغرب و بتبني لغات أجنبية واسعة
الانتشار كالإنجليزية و الفرنسية و غيرها، فاستعمال لغات الشعوب المتقدمة

اقتصاديا و سياسيا سوف يؤدي إلى تقدم دولهم النامية. ويشمل هذا التيار المنبهرين بالغرب أو ما يسمون "بالمغربنيين" أو "المتأمريكين" أو "المتأنجليزين" أو "المتفرنسين".

ج. أما الفريق الثالث فهو الذي لا يدرك ما للتعريب من أهمية أو ضرر، فلا يبالي أتم التعريب أم لا. و شمل هذا الفريق قطاعا كبيرا من المجتمع العربي يغلب عليه الجهل و الأمة أو الأنانية الفردية.

إذن يجب أن تتصب جهود المخططين للتعريب على الفريقين الثاني والثالث حتى نضمن للتعريب الانتشار و النجاح. كيف تقنع الفريق الثاني بجدوى و أهمية التعريب ؟ كيف نجبر هذا الفريق، لصالح قضية التعريب؟ كيف نبصرهم بفوائد التعريب ليتحولوا من مناهضين له إلى مناصرين؟ كيف نقضي على جهل الفريق الثالث و أميته أنانيته حتى يصبح عارفا بالتعريب مؤمنا به ساعيا لتبليغ رسالة التعريب بأبعاده الثلاثة ؟ فإذا أصبحت شعبية التعريب أو الداعين إلى التعريب هي الأغلبية، وإذا كانت كذلك نكون قد وفرنا الأسس الضرورية لانجاح مشروع التعريب النهضوي على مستوى الفرد و الأمة. و من الجدير بالذكر أن رفض التعريب و معارضته لا تقتصر على الأفراد والمجموعات بل تتعداه إلى المؤسسات الحكومية و الخاصة، والجامعات المعاهد و بعض الأحزاب السياسية و الدعاية الانتخابية، و حتى يكون برنامج ترويج التعريب ناجحا يجب أن يأخذ بعين الاعتبار العوامل التي تؤثر سلبا أو إيجابا على حشد أكبر دعم لنصرة ذلك البرنامج، و إن تبني مشروع التعريب يدل على قناعة جمهور الداعمين للتعريب و قبولهم له.

إن مراجعة أدبيات التعريب أثبتت بأنه لم تجر دراسات علمية ميدانية كافية تكشف عن خصائص الداعمين للتعريب و خصائص غير الداعمين له. هذا و يمكن الاستفادة من الدراسات التي أجريت على تبني اللغة العبرية التي قام بها علماء اسرائيليون لمعرفة مدى تبني المصطلحات العبرية التي أنتجها

تعريب المصطلح في ضوء العولمة

مجمع اللغة العبرية و مدى استخدام الجمهور لها. ومن أمثلة هذه الدراسات والأبحاث دراسة "فاين بيرق" (Fainberg) و دراسات "هوفمان" (Hofman). إن هذه الدراسات و أمثالها تفيد في معرفة العوامل المشجعة أو المعوقة في تبني المصطلحات و استخدامها. ومن الجدير بالذكر، أن تبني التعريب يتطلب مراحل يمر بها، و كل مرحلة تعد متطلبا أساسيا للمرحلة التي تليها. و عدد " روجرز" و "شوميكر" (Roger and Shoemaker) خمس مراحل أساسية للمستجدات أو المبتكرات اللغوية:

- ✓ الوعي و المعرفة بأن هناك مصطلحات و تراكيب لغوية جديدة.
- ✓ الرغبة و الاهتمام لدى الجمهور المستعملين أو الراغبين .
- ✓ التقويم من خلال اتجاهات إيجابية أو سلبية نحو المبتكرات اللغوية.
- ✓ المحاولة على نطاق ضيق لتبني المبتكرات اللغوية و استخدامها التجربة.
- ✓ اتخاذ القرار بقبول أو رفض المبتكرات اللغوية.

و يمكن تطبيق هذه المراحل على مشروع التعريب من خلال

إثارة الأسئلة التالية:

1) ما مدى معرفة الشعوب العربية و وعيها بقضية التعريب و ما ينتج عن المجامع اللغوية من مصطلحات و رموز و مفردات و تراجم لكتب علمية؟ و هنا يأتي دور الإعلام المرئي و المكتوب في العالم العربي في تحقيق من الوعي اللازم لنشر فكرة المشروع التعريبي و أهميته . كم من الوقت و المساحة يعطى هذا الإعلام للتعريب؟

(2) ما مدى رغبة الشعوب العربية في التعريب، وهل هذه الرغبة مجرد نزوة عابرة أم حاجة ملحة يسعى إلى تحقيقها؟ كيف نزيد من رغبة الشعوب العربية والإسلامية بقضايا العربية و التعريب؟

(3) هل الشعوب العربية قادرة على تقويم منتجات مجامع اللغة العربية، وإذا كانت قادرة لأي مدى تستطيع التقويم و بأي النواحي؟

(4) هل تمت محاولات على نطاق ضيق أو واسع لجعل المشروع التعريبي يصار إلى حيز التنفيذ؟ هل قامت الجامعات والمؤسسات التربوية بتطبيق ما تم تعريبه؟ هل حرصت الجامعات والمؤسسات التربوية على نشر الوعي اللغوي التعريبي وسعت جادة لحل مشاكل التعريب.

(5) إلى أي مدى رفضت الشعوب العربية التعريب أو قبلته؟ أي إلى أي مدى كان القبول أو الرفض في الجامعات و المؤسسات التربوية صريحا وواضحا و جادا؟

إن الإجابة عن هذه الأسئلة تمكنا من تحقيق وعي تعريبي لازم لإنجاح مشروع التعريب بأبعاده اللغوية و الوطنية. إننا بحاجة إلى دراسة ميدانية على مستوى كل قطر من أقطار الأمة العربية خاصة وعلى مستوى العالم العربي عامة للإجابة الدقيقة على الأسئلة السابقة إذا أريد لمشروع التعريب أن يكون عروبيا عاما شاملا.

لقد اقترح روجرز (Rogers) مراحل غير التي ذكرت سابقا، وتشمل ما يلي:

✓ المعرفة بوجود مبتكرات لغوية.

✓ درجة الاقتناع بتبني المبتكرات اللغوية.

تعريب المصطلح في ضوء العولمة

- ✓ اتخاذ القرار بالفرض أو بالقبول لتبني المبتكرات اللغوية.
- ✓ التقيد بتبني المبتكرات اللغوية.
- ✓ التأكيد و التوسع في التبني بناء على تعزيز استخدام المبتكرات اللغوية.
- أما "كوبر" (Cooper) فيقترح الخطوات التالية لتبني أي نشاط أو عملية من عمليات التخطيط اللغوي:
- ✓ الوعي والإدراك للمبتكرات اللغوية التواصلية (Communicative Innovations).
- ✓ القدرة على التقويم لهذه المبتكرات اللغوية من حيث رفضها أو قبولها، حسنها أم قبحها.
- ✓ الكفاية و القدرة على الاستعمال لهذه المبتكرات اللغوية.
- ✓ الاستعمال الشائع لهذه المبتكرات اللغوية.

وهكذا، يجب أن يكون لذا جمهور المهتمين بالمشروع التعريبي، إذا أريد له النجاح، المعرفة اللازمة و القدرة على تقويم ما يستجد من منتجات المجامع اللغوية في مصر و سوريا و العراق و الأردن و مكتب تنسيق التعريب في الرباط، وكذلك يجب توفر الكفاية اللغوية والقدرة على الاستعمال الصحيح، لا أن تترك هذه المجهودات التعريبية على الرفوف طي النسيان.

و من الجدير ذكره أن المرء يلحظ أن قضية التعريب لا تشغل بال كثيرين من الناس، وحتى أولئك المهتمين فإن معظمهم لا يملك القدرة على التقويم و الاستعمال ورفض و قبول منتجات المجامع اللغوية. ارتفاع

نسبة الأمية في العالم العربي، أو لأن التعريب ليس على قائمة أولويات الشعوب العربية. يقول "كوبر"، وهو عالم لغوي يهودي أمريكي، بأنه بدأ بإعطاء محاضرات في العبرية قبل أن يكون طليقا فيها وكان يجد نفسه ملزما باستخراج العديد من المفردات العبرية ومعانيها قبل كل محاضرة لأن الحاجة تتطلب ذلك و لأن هناك حاجة فلا عجب أن رأينا الإبداع والاختراع في الاستعمال و الأداء. و قياسا على ذلك نقول : هل التعريب هم الشارع العربي و الإنسان العربي و الأستاذ الجامعي ؟ إذا كان هما، فإن ذلك بداية الطريق للبدء بتنفيذ خطوات التعريب.

و إذا كان التعريب هدفا فرديا أو قوميا فسوف نلحظ الإعداد اللازم العلمي المدروس لنجعله ضمن برامج وزارات التخطيط المنتشرة في العالم العربي ،و يصبح التخطيط اللغوي للتعريب لا يقل أهمية عن التخطيط الاقتصادي و الاجتماعي و الزراعي و غير ذلك. إن خير مثال لنا نحتذيه هو ما يجري في إسرائيل اليوم من جهود تعبوية لا تقل عن الجهود العسكرية والاقتصادية في نشر استعمال اللغة العبرية بين مواطنيها في فلسطين، فهناك وعي لغوي في إسرائيل لا يقل عن الوعي السياسي و الاقتصادي، و هذا هو السر في بعث اللغة العبرية و العبرنة بعد أن كانت لغة ميتة لآلاف السنين حتى عام 1948 م.