

خطر الدخيل على

الفصحى والعامية معا

الأستاذ الدكتور أبو القاسم سعد الله

حين قرأت العنوان المختار لهذه الندوة وهو (الفصح والعامة في وسائل الإعلام) تساءلت: هل الموضوع جديد؟ لقد بدا لي بسرعة أنه موضوع تناوله المجمعون وغيرهم في عدة مناسبات، وأن الصحف والكتب قد عالجتة، منذ الخمسينيات وربما قبل ذلك، ثم بدا لي أن موضوعا كهذا جديد ولو كان قديما لأنه متجدد تجدد ، نفسها، وتجدد الإعلام والمجتمع بكامله وربما نستطيع القول إن كل عقد من الزمان له وسائل إعلامه وعاميته، وكلاهما يؤثر في الفصحى إيجابا وسلبا.

إن ما نشهده اليوم، ونحن في مرحلة أصبح الإعلام يسميها، مرحلة العولمة، هو الهجمة التي تقودها شبكة المعلومات على مواقع ، العربية، سواء كانت الفصحى أو العامية، وهي هجمة لا تخص ، العربية، بالمناسبة، وإنما هي موجهة بصفة عامة إلى إضعاف اللغات القومية في العالم، حتى المتقدمة منها، فالفرنسية والإيطالية واليابانية وغيرها تعاني من لغة المعلوماتية وهجمة العولمة كما تعاني ، العربية ومثيلاتها، وهي تحاول أن تتخذ لنفسها وسائل للحماية الذاتية ما أمكنها، فتجند إعلامها المحلي ومجامعها وعلماءها وسياسيها ليقفوا ضد هذه الموجة العاتية موجة لغة المعلوماتية، بما فيها من رموز ومصطلحات ومغريات كالسرعة والفاعلية والتجدد.

وأول ضحايا هذه العولمة هم الشباب، ابتداء من سن المراهقة فمن جهة الفاعل هناك خريطة جديدة للتعامل مع الآخر، فالعالم كله، بما فيه ومن فيه أصبح ممثلا على شاشة صغيرة، يكفي تحريك (فأرة)

لاكتشاف خباياه وألوانه من الرغبات الجنسية إلى الآفاق العلمية، إلى الرياضة والمسليات، وغير ذلك مما يشد العين والقلب والفكر لتلك الشاشة الصغيرة أما من جهة المفعول به فهناك لغة لتلقي المعلومات غير ، التي اعتاد الشاشة الصغيرة أما من جهة المفعول به فهناك لغة لتلقي المعلومات غير، التي اعتاد الشاب سماع موسيقاها أو ألف رؤية حروفها، وهي في العادة لغة إنجليزية مقتضية أو مختصرة في مصطلحات ورموز سرعان ما يتعرف عليها المتلقي، حسب تعليمات يتقنها بالممارسة والمرور بتجربة الصواب والخطأ أو من الأصدقاء، وحتى بالتعلم العادي في دورات لا تدوم في العادة أكثر من نصف شهر وأما انبهار المتلقي، وهو هنا الشاب المراهق ذو الاستعداد الفطري للاكتشاف والمغامرة وحب الجديد، تتغلب لغة المعلوماتية الجديدة الحية والعملية على ، الوطنية، ولو كانت لغة الأم والقلب والتراث، لأنها أصبحت فاقدة للجددة والتطور بل رازحة في أنقال التخلف وعدم الاستجابة لمطلب السرعة والتلقائية ومسايرة روح العصر.

ذلك هو أحد أنواع الإعلام الذي يهدد الفصحى والعامية معا ومن الخطأ أن ندعي أن هجمة العولمة اللغوية تضر بالفصحى فقط ذلك أن العامية ، إذا صينت من الدخيل غير الخاضع لقولبتها وصياغاتها، هي إثراء للفصحى لأنها في الأساس منها، ذلك نرى ضرورة حماية العامية أيضا من الدخيل المتغلب لأنها هي باب الإساءة إلى الفصحى إذا ما ظل مفتوحا على مصراعيه، وهي الباب

الرئيسي للاستلاب اللغوي, الذي وقعت فيه بعض الشعوب ولا عجب أن يدعي دعاة القضاء على الفصحى من المستشرقين فصل هذه عن عامياتها, بل تشجيع العامية في البلد الواحد لتصبح "عاميات" تمهيدا لإحلال , الدخيلة مكانها حيث تصبح هي (أي , الدخيلة) أداة للتواصل بدلها لذلك فالدعوة لحماية الفصحى يجب أن تشمل أيضا حماية العامية, لأن العامية هي الخط المتقدم للدفاع عن الفصحى, فإذا سقطت في وجه العولمة اللغوية فإن الدفاع عن الفصحى سيضعف كثيرا إذا لم يسقط أيضا.

وهناك أنواع أخرى من الإعلام تواجهه الفصحى والعامية معا أيضا ونعني به الإشهار أو الإعلانات التجارية, فقد أصبحت شاشة التلفزيون والسينما تعج بالصور المغرية والملونة والمتحركة في أشكال مختلفة لتروج لأنواع العطور والمأكولات والملابس وأدوات التجميل والمخترعات والألعاب والطرائف, ونحوها وكلها تؤدى بأصوات وحركات رجالية ونسائية ذات دلالات خاصة, تخطف البصر وتحرك القلب وتلفت الانتباه وتخلب السمع, ولا سيما عند فئة الشباب والنساء . لأنها في معظمها موجهة لهاتين الفئتين من المجتمع . وكلها تستعمل في أغلب الأحيان العامية المختلطة بأسماء العلامات التجارية والعناوين والأسماء الأجنبية المنطوقة بأصوات عربية, فيكون ذلك ترويجا لا للبضاعة فقط ولكن لألفاظ ومعاني , الأجنبية إضافة إلى ما يحدثه

ذلك من أثر سلبي على، الوطنية باعتبارها تظهر غير قادرة على توصيل نفس الألفاظ والمعاني إلى المنتمين إليها.

وإلى جانب ذلك تردد الإذاعات وتنتشر الصحف وتعرض شركات الإشهار ألوانا أخرى من التأثير اللغوي، كل في مجاله ففي هذه الإذاعات تذاع الإعلانات عن البضائع ونحوها بأصوات مغناة فيها تطريب وموسيقى بلغتها الأصلية الأجنبية، وقد تضاف إليها أمثال وحكم، وأسجاع ومقاطع صوتية مؤثرة، وأثناء ذلك تمرر الألفاظ والتعبير الدخيلة الحاملة لأسماء الشركات وعناوين المستحضرات وهلم جرا أما الصحف وشركات الإشهار فتبهر إعلاناتها التجارية بطريقة الإغراء والتلاعب بالألوان والأضواء، وهي تعتمد على الصورة الخاطفة للبصر في أحجام مختلفة ومن خلالها يعرف القارئ، شاء أو لم يشأ، نوع المعروض أمامه، وقد أصبحت بعض الصحف تكتفي بنشر صور الفنانين والفنانات في أحجام وأشكال وألوان ملفتة للنظر لا لشيء سوى ملء حيز من الصحيفة والكتابة أحيانا تحت الصورة أو فوقها بأن صاحبها أو صاحبها تفعل كذا في مكان كذا بألفاظ وتعبير دخيلة على العربية.

وهناك آفة أخرى تظهر في وسائل الإعلام في بعض البلدان العربية، ونعني بها استعمال المختصرات ب، الأجنبية للدلالة اسم شركة أو حزب أو جمعية فالعربية قد تحضر العنوان الطويل، مثلا، في كلمة، ولكنها لا تستعمل المختصر في شكل حروف منفصلة أو

مجموعة، فلا نقول عن جامعة الدول العربية(ج.د.ع) ثم ننتقلها (جدع) لتصبح علما على جامعة الدول العربية أثناء النطق أو الكتابة. ولكن بعض الصحف في الجزائر على الخصوص، تقول عن جبهة التحرير الوطني(ف.ل.ن) وهو اختصار الاسم بالفرنسية (FLN)، ثم تعرفها وتجميلها وتقول (الأفلان). وهكذا تفعل مع مختلف أسماء الأحزاب السياسية والشركات الوطنية والجمعيات المدنية، حيث يكون الأصل المختصر المعبر عنه (Abréviation) من الفرنسية ثم تعرب ذلك المختصر وتدخل عليه أداة التعريف، فتقول في التجمع الوطني الديمقراطي (الزند من الفرنسية (RND)و في الشركة الوطنية للكهرباء والغاز السونالغاز SONELGAZ وقد راجت هذه الاستعمالات حتى أصبح المواطنون العاديون يعرفونها بنطقها الأجنبي، ولو كانت مكتوبة بحروف عربية، ولو نطقت لهم بالعربية ربما لا يعرفونها، وكل ذلك من باب الترويج للدخيل على الفصحى والعامية معا، سواء أراد ذلك أصحاب الإعلام أم لم يقصدوا إليه.

ويتصل بهذا ما شاع في الجزائر من استعمال للألفاظ الأجنبية للدلالة على التجارة أو البطالة ونحو ذلك، حتى أصبح من الصعب محوه من أذهان الناس، خذ مثلا كلمة (طرابندو) فقد استعملت في الصحف العربية والفرنسية، وفي وسائل الإعلام الأخرى، للدلالة على تجارة الشنطة، واشتقت منها كلمة (طرابنديست) أي تاجر الشنطة، وهي عملية كان يقوم بها في العادة شباب لجلب بضائع معينة من الخارج

وكانوا في الواقع وسطاء بين تجار محليين أو موردين وتجار أجنبية أو مصدرين ويتصل بذلك أيضا استعمال تعبير خاص بالبطل، أي: الذي لا عمل له والذي يقضي وقته واقفا عند حائط، علامة على الركود الاقتصادي، وضياع الشباب، ومن ثمة أطلقت وسائل الإعلام على الشاب البطل "حيطست" (من كلمة حيط/حائط) وأصبح الناس يرددون عبارات (الحيطست) أو البطالين وأمثلة هذه التعبيرات والألفاظ كثيرة، في وسائل الإعلام الجزائرية، مما يدل على حدة الصراع اللغوي بين الدخيل (الفرنسي) والفصيح/العالمي.

واليك الآن أمثلة مما تنقله وسائل الإعلام بأصوات جذابة مطربة في أغلب الأحيان، أو تكتبه الصحف وتكرره الألسنة حتى استفاض بين الخاص والعام:

1 . كلمات (الانترنت):

كوبي = نسخ / Copy

بيست = لصق / Paste

سيف = حفظ / Save

أوين = فتح / Open

ساين أوت = إغلاق/خروج / Sign-Out

2 . كلمات متصلة بالحياة اليومية

نيديو = نوع من الحليب / Niido

لوريات = مختبر لأدوات التجميل وغيرها / L'Oreal

تايم أوت = بطاطا مقلية /مجففة/Ringo

ميت لاند = لحم مصير / Meat Land

3 . بعض المختصرات الشائعة

الأليسكو = (المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة) ALESCO

الأفالان = جبهة التحرير الوطني / FLN

الرند = التجمع الوطني الديمقراطي/RND

سونالغاز = الشركة الوطنية الجزائرية للكهرباء والغاز /

SONELAGZ

حضرات الزملاء الكرام:

في ضوء ما قدمته وما ستقدمون من وجهات نظر مفيدة حول موضوع هذه الدورة اسمحوا لي أن أقترح عليكم عنوان الدورة المقبلة هو (وضع, العربية في مواجهة العولمة اللغوية).

وقفنا الله لخدمة لغتنا القومية، رمز وحدتنا ماضيا وحاضرا

ومستقبلا