

اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي: الواقع وآفاق

التمكين

ياسر هاشم عماد الهياجي

الملخص:

تؤدي اللغة دوراً هاماً في حياة المجتمعات، فهي أداة التفكير، ووعاء الثقافة، وعنوان الهوية، وتعدُّ المحافظة عليها محافظة على الذات والوجود، ولنا بحاجة هنا كي نؤكد أهمية اللغة بوصفها مظهرًا من مظاهر الهوية، ولا أترها في ربط أواصر الكيان المجتمعي، مكتفين بما قاله -في حقها- شاعر صقلية إجنازيو بوتيتا E. Butita: من «أن الشعوب يمكن أن تكبل بالسلاسل، وتسد أفواهها، وتشرد من بيوتها، ويظنون مع ذلك أغنياء، فالشعب يفتقر، ويستعبد، ما إن يسلب اللسان الذي تركه له الأجداد، عندئذ يضيع إلى الأبد».

والسياحة -بوصفها ظاهرة ثقافية، وتنموية- تعدُّ واجهة البلد، وناقلة هويته للآخرين، ولكنها للأسف تعاني في بلداننا من فقدانها للغة العربية، بمعنى أنه ليس لها لغة خدماتية ذات معجم خاص كما هو الحال في باقي لغات العالم، بحيث يمكن استعمالها في المؤسسات السياحية، والفندقية. فعندما ينبري أحد الدارسين لتحليل واقع اللغة العربية داخل المنظومة السياحية، فسيجد نفسه أمام قضية خطيرة تتمثل فيما تشهده من غربة وتهميش على صعيد الممارسة والتطبيق، في ظل الانتشار الرهيب للغات الأجنبية في مؤسسات القطاع السياحي ولاسيما الإنجليزية، والفرنسية، التي فرضت سلطانها على العمل السياحي، وما في ذلك من طمس للهوية، ومحو للثقافة العربية.

يهدف هذا البحث -الوصفي التحليلي- إلى الوقوف على واقع اللغة العربية في المؤسسات السياحية، في ضوء هيمنة اللغات الأجنبية، ومخاطرها على الهوية الثقافية، من خلال مقابلة شخصية أجراها الباحث مع عدد من المسؤولين في تلك المؤسسات، وملاحظاته الشخصية، ومواقعها على شبكة «الويب»، ثم يُقدّم مقترحات تضمن إدماج اللغة العربية وتمكينها في المنظومة السياحية.

الكلمات المفتاحية: اللغة العربية، القطاع السياحي، التنمية اللغوية.

مقدمة:

اللغة ليست أداة للتواصل، أو وسيلة التفاهم والتعامل بين الناس، أو وعاء لحفظ التراث الإنساني فحسب، ولكنها أداة التفكير والإبداع لدى الإنسان، بوصفها من أهم ثوابت الهوية الوطنية، ومحور المنظومة الثقافية المتجذرة والأصيلة، والحصن المنيع الذي تحتمي به الأمة في مواجهة أية محاولات لطمس هويتها وتمييعها (خليل وأيوب، ٢٠١٢: ٢٨)، وقد عبر المفكر الألماني أرنت Arnet عن اللغة بالوطن، حين حدد الوطن الألماني بحدود اللغة الألمانية (الضبيب، ٢٠٠١: ٤٠).

تمثل اللغة العربية إحدى اللغات الرسمية الست المعتمدة من قبل الأمم المتحدة (المهون، ٢٠٠٧)، غير أنها كما أوردت بعض الدراسات المتأخرة التي نشرتها منظمة الأمم المتحدة للعلوم والتربية والثقافة (اليونسكو UNESCO) مهددة بالاستغناء عنها (ابو سليمان، ٢٠٠٨). على الرغم من أنها اليوم مصدر لهجاتٍ لحوالي ثلاث مائة وخمسين مليون نسمة (قيسمون، ٢٠١٢: ٤)، ويتحدث بها ما يزيد عن (٤٢٢) مليون عربي كلغة أم، ويحتاج إلى استعمالها أكثر من مليار ونصف من المسلمين. فضلاً عن اتساع نطاق تعليمها، وتعلمها كلغة أجنبية في مختلف بقاع العالم ولاسيما في العقدين الأخيرين، فاللغة العربية هي اللغة الثانية التي يجري تدريسها إجبارياً في معظم البلاد الإسلامية، كما

أنها اللغة الرابعة أو الخامسة من بين أهم اللغات الأجنبية التي يتم تعليمها في كثير من البلاد الأوروبية. وتحتل مكانة لا بأس بها في كثير من جامعات الولايات المتحدة، بل إن عدداً كبيراً من المدارس الثانوية أدخلت العربية ضمن اللغات الحية التي يختار منها الطالب لغته الثانية (الناقة وطعيمة، ٢٠٠٢: ١٢)، فيما ستحتل العربية المرتبة الثالثة من بين لغات البشر بحلول عام ٢٠٥٠م، على وفق ما جاء في تقرير مجلة Science بعد الصينية والهندية، وقبل الإنجليزية، والإسبانية (عن موقع الجمعية الدولية للمترجمين العرب، وإتا).

وتواجه اللغة العربية العديد من التحديات والمخاطر، ولعل أخطرهما توهم الإنسان العربي أنها سبب التخلف والعجز عن التعبير عن معطيات العلم، وإبداعاته، مسوغاً لنفسه الهروب من المسؤولية المناطة به في تعزيز لغته والنهوض بها. فاعلة ليست في اللغة، ولو أنصفها التاريخ، وأهلها، لكان من المفروض أن تكون هي أداة التداول المطلقة (المسدي، ٢٠٠٨: ٧٨)، وإذا تكاسلت أمة وغفلت عن تعهد مكونات هويتها فستصبح سهلة الاختراق، طيعة لكل أشكال الهيمنة (قيسمون، ٢٠١٢: ٥).

وفي حقيقة الأمر إذا كان الحديث عن التغريب والغزو الفكري يأخذ أبعاداً متعددة في مختلف ميادين الحياة الاجتماعية، والاقتصادية، والعلمية، والفكرية، فإنه في الميدان السياحي يأخذ الشكل الأكثر وضوحاً وجلاءً، إذ تقوم المؤسسات السياحية والفندقية بتلبية طلبات السائح دون استحضار الثوابت الحضارية، والأبعاد الثقافية العربية المنبثقة من الهوية الإسلامية، وما يرافق ذلك من استبعاد لغة العربية من التداول السياحي، والمهني، اعتقاداً من أنها عاجزة عن مسايرة عالم السياحة وتطورها. حيث تعاني من تراجع استعمالها بشكل كبير في المجال السياحي لصالح اللغات الأجنبية سواء في التخاطب، والمحادثة، والتواصل، أم في الأسماء، والمصطلحات، والتماذج، وما شابه ذلك، وهو ما حدا بالباحث إلى الحديث عن اللغة العربية في المؤسسات السياحية والفندقية في محاولة لاستجلاء معالمها في ظل هيمنة اللغات الأجنبية الأخرى ولا سيما الإنجليزية، والفرنسية.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في ما يعانيه القطاع السياحي في الوطن العربي من تهميش للغة العربية وهيمنة اللغات الأجنبية عليه، ولاسيما اللغة الإنجليزية، والفرنسية، واستعمالهما على حساب لغتنا الأم، وهو ما سيؤدي إلى تراجع اللغة العربية وتقهرها.

أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهميته من أهمية اللغة العربية، وضرورة دعمها، وتطويرها، والنهوض بها، وإعلاء شأنها، والعمل على نشرها حماية للأمن الثقافي والحضاري للأمة العربية والإسلامية، وتقريبها للمجتمعات، إذ إن تهميش لغتنا العربية في القطاع السياحي معناه ضياع هويتنا العربية في ظل ما تشهده المؤسسات السياحية من انحسار واضح في استعمال اللغة العربية.

وتكمن أهمية هذا البحث -أيضاً- من ندرة الأبحاث والدراسات التي تناولت مثل هذا الموضوع. فبحسب علم الباحث لا توجد دراسة متخصصة تتعرض لحماية اللغة العربية، وتدعو إلى ضمان التواصل بها في القطاع السياحي، فالكتابات عن اللغة العربية بوصفها لغة السياحة لا تزال ضئيلة، وما يزال هذا الأمر بكراً، ومن ثم يحتاج لكثير من الدراسات الواعية التي تتناول كل الجوانب، والعوامل التي تساعد في إدماج اللغة العربية في النشاط السياحي، كمساهمة فاعلة في الحفاظ على الهوية، وتطوير قطاع السياحة في البلدان العربية.

أهداف البحث :

١. إبراز العلاقة بين اللغة والهوية الثقافية من جهة، وبين اللغة العربية والسياحة من جهة أخرى.
٢. معرفة مدى استعمال اللغة العربية في القطاع السياحيّ.
٣. التعرف على أهم العوائق التي تقف وراء تهميش اللغة العربية في المؤسسات السياحية، ومظاهر هيمنة اللغات الأجنبية عليها.
٤. التوصل إلى مقترحات تُسهّم في النهوض باللغة العربية، وتمكينها في القطاع السياحيّ.

الدراسات السابقة :

قد يبدو الحديث عن اللغة العربية داخل المؤسسات السياحية أمراً جديداً في الدراسات البحثية، إلا أن هناك عدداً من الأطروحات، والمقالات التي تحدثت عن اللغة العربية والسياحة، وجميعها تركز بصورة عامة على ضرورة تعلم اللغة العربية لأغراض السياحة في البلاد الأجنبية، ولكنه لم يتم البحث من ناحية إدماج اللغة العربية كلغة سياحية في القطاع السياحيّ العربيّ، وهذا ما ستركز عليه الدراسة الحالية انطلاقاً من أهمية اللغة العربية في السياحة، وضرورة ترميمها والنهوض بها.

وتتفق جميع الآراء على أن اللغة العربية تؤدي دوراً هاماً في صناعة السياحة؛ إذ فتحت فرصاً للعمل، وتنمية الاقتصاد لكثير من البلدان، فني ماليزيا على سبيل المثال عملت على زيادة المساهمة في ميزان المدفوعات، وتطوير كثير من المناطق، وخلق فرص عمل، وزيادة الدخل الاقتصادي الكلي عبر التأثير المضاعف، والتنمية الاجتماعية (Shuib & Noor، ١٩٨٩). وفي دراسة هدفت إلى تحليل الحاجات في تعليم اللغة العربية للسياحة، بينت أن اللغة العربية لها مستقبل واعد لأغراض السياحة، كما أشارت إلى ضرورة إسهام الجهات السياحية المعنية ووزارة التربية في إعداد برنامج للسياحة العربية (Adam، ٢٠٠٨). في حين ناقشت مقالة منشورة في مجلة العلوم الاجتماعية الكندية أهمية اللغة العربية في صناعة السياحة؛ بسبب ارتفاع عدد السياح العرب القادمين إلى مقاصد سياحية مختلفة، وهي فرصة عظيمة لتطوير هذا القطاع، وتحسين اقتصاد البلدان (Azman & Others، ٢٠٠٩). وفي مقالة بعنوان (اللغة العربية الانصالية للمرشدين السياحيين) أكدت أهمية استعمال اللغة العربية كلغة اتصالية مع السياح، الأمر الذي يستدعي أن يتجهز له المرشدون السياحيون في قطاع السياحة (Zalika، ٢٠٠٩). كما ناقشت دراسة أخرى وضع السياحة في الجزائر، وعلاقتها باللغة العربية، حيث أوضحت حالة الغربة والمعاناة اللغوية في ظل استعمال العاملين في المنشآت السياحية للغة الفرنسية، وأشارت إلى ضرورة وجود صناعة معجمية متطورة تواكب العصر في قطاعات اقتصادية واجتماعية كثيرة، ومنها القطاع السياحيّ (إبريز، ٢٠١١). من جانب آخر ناقشت دراسة أخرى مكانة اللغة العربية بوصفها لغة السياحة، وأظهرت أن اللغة العربية لها إمكانات عالية لزيادة فرص العمل، والتنمية الاقتصادية، كون كثير من المسافرين والسياح يستعملون اللغة العربية كلغة اتصالية، وقد أوصت بضرورة التركيز عليها في مراكز التعليم العالي، والجامعات التي تقدم برامج السفر والسياحة (هاشيم وتلكو، ٢٠١١).

اللغة والهوية الثقافية :

كثر الحديث عن اللغة وأهميتها في صنع الهوية، ولعل الحديث يتنامى كلما كان هناك شعور بالتحدي الذي تواجهه اللغة العربية، ومرد هذا التحدي لأسباب لا مجال للخوض فيها، أقلها ذلك الشعور المبالغ فيه بأهمية اللغة الأجنبية الناتج غالباً عن الانبهار بكل ما هو أجنبيّ، والظن الزائف بأن التقدم لا يأتي إلا عن طريق إتقان اللغة الأجنبية.

والتحدُّث بها (الضبيب، ٢٠٠١: ١٦).

وترتبط اللغة ارتباطاً لا تنفصم عراه بهويّة الإنسان، وهويّة أمته التي ينتسب إليها، فهي من أهم مقومات الهويّة الثقافية للأمم والشعوب، ومكوّن أساسي من مكوّنات تميّزه عن الآخرين، وتماثله مع من يشاركونه فيها، وهي الوعاء الحافظ لتاريخه وتراثه، وهي الرابطة المتين الذي يربط الفرد بأمته وأهله وأرضه، فلا شيء كاللغة يعبر عن هويّة الناس. ولعلّها تكون الملحظ الأوّل الذي يصنّف الناس عند من يختلط بهم ويتحدّث معهم (John، ٢٠٠٤: ٢٢٤)، فإذا كانت الثقافة مجرور عملية التنمية في مجتمع المعرفة، فإن اللغة هي محور منظومة الثقافة؛ لأنه إذا ما فقد أيّ شعب استعمال لغته الأمّ فإن ذلك سيؤدّي إلى طمس ذاتيته الثقافيّة، وفقدانه لهويّته؛ فقد قالوا: «إذا أردت أن تقتل شعباً، أقتل لغته» (جوزيف، ٢٠٠٧: ٢٥٥)، لأن اللغة وعاء الثقافة، والثقافة أساس الحضارة، والحضارة ترجمة للهويّة، ومن هنا كانت اللغة من أهم العوامل التي تسهم في تشكيل هويّة الأمة. وكلما كانت اللغة أكثر اتصالاً بثقافة الشعوب كانت أقدر على تشكيل هويّة الأمة وحملها (الحفيان، ٢٠٠٦: ٤٦).

وليس عيباً أن تعلن منظمة اليونسكو يوماً دولياً للغة الأمّ، حين دعت جميع الدول الأعضاء إلى الاحتفال باليوم العالمي للغة الأمّ في (٢١ فبراير) من كل عام، وأن تعلن أيضاً أن يكون (١٨ ديسمبر) من كل عام يوماً عالمياً للغة العربيّة؛ فإن ذلك يأتي من أهميّة اللغة كمقوم أساسي لهويّة الأفراد والمجتمعات، وعامل مهم في تحقيق التنمية المستدامة الاقتصاديّة، والثقافيّة، والاجتماعيّة.

اللغة العربيّة والسياحة :

تعدّ السياحة واجهة البلد، وناقلة هويته، وهي ميدان ثريّ خصب بإمكانه أن يدرّ كثيراً من الأموال، ويصبح مورداً اقتصادياً أساسياً إذا أحسن استثماره. ومن بين الوسائل التي يحتاجها الخدمة اللغوية، التي تعدّ عنصر بالغ الأهميّة في مد جسور التواصل مع الآخرين، وبما أنّ هذه الخدمة ستكون باللغة العربيّة، فمعنى ذلك أنه لا بد أن يكون هناك نوع من التخطيط لنشر اللغة العربيّة في هذا القطاع الحيوي ومؤسساته المختلفة ولا سيما في المجال الخدمي والفندقي، مما يجعلها لغة من لغات السياحة العالميّة، خصوصاً بعد أن أقرت منظمة السياحة العالميّة (WTO World Tourism Organization) إدخال اللغة العربيّة في نشاطات وعمل المنظمة إلى جانب اللغات الأربع الأخرى المعتمدة رسمياً داخل المنظمة، وهي: الإنجليزيّة، والفرنسيّة، والإسبانيّة، والروسيّة.

وبالنظر إلى التطور الحاصل في مجالات عديدة صارت السياحة قطاعاً استثمارياً أساسياً في كثير من البلدان، وصارت معها لغات تلك البلدان هي الأخرى رأسمال له وزنه الاقتصادي المؤثر والمرجح لكفة الميزان في التفاضل بين الدول، كما هو الشأن بالنسبة للغة الإنجليزيّة، والإسبانيّة، والفرنسيّة، وحتى الصينيّة، واليابانيّة، حيث تعاملت هذه اللغات مع السواح في ميادين النقل برّاً، وبحراً، وجوّاً، والإيواء بمختلف أصنافه، ودرجاته، والإطعام بمختلف أنواعه، وأطباقه، والترفيه الفنيّ والتقايّف، وكانت محصلة ذلك ظهور معاجم لغوية سياحية تجسدت في الأدلّة التي يجدها السائح في الوكالات السياحيّة، وفي المكتبات، ومحطات السفر، والفنادق، والمطارات... الخ (إبريز، ٢٠١١: ٢٢٢-٢٢٤).

ولا يعني المناداة بتمكين اللغة العربيّة وثقافتها في العمل السياحيّ التوقف وعدم استخدام اللغات الأخرى؛ لأنّ في هذا الانفتاح اظهار لمتوجنا السياحيّ، والتعريف به، ولكن دون التفريط بلغتنا العربيّة العريقة التي تعدّ أساس هويّتنا، وذاكرة أمتنا، ومستودع تراثنا، وعنوان شخصيتنا العربيّة وذاتيتنا الثقافيّة، كما لا ننكر أهميّة اللغات الأجنبية وضرورة تعلمها وإجادتها؛ لتكون وسيلتنا في التعامل مع شعوب هذه اللغات القادمين إلى بلدنا من سياح وزوار.

دور السياحة في تنمية اللغة العربيّة

إنّ العلاقة بين اللُّغة العربيّة والسيّاحة -كصناعة خدماتية- حاضرة، بقوة كبيرة، غير أنّها في حاجة كبيرة الى تطويرها واستعمالها حتى تبلغ الهدف المنشود منها، فاللغة العربيّة يمكنها أن تأخذ حيزاً كبيراً في القطاع السياحيّ، في تحقيق تنمية سياحيّة فعالة تتفاعل مع الموروث التاريخي والثقافي للبلدان العربيّة، على أن السيّاحة لم تبلغ بعد مستواها المطلوب من جانب الثقافة والهويّة، ولم تحتل المكانة اللائقة بها، ويمكن أن تكون اللُّغة العربيّة -شأنها شأن اللغات الأخرى- من عوامل ازدهار السيّاحة كلفة للتفكير، والتعبير، والتواصل، والتداوُل؛ لأنّ العربيّة مؤهلة لأن تتبوأ مكانتها في مضمار السيّاحة، ووسيلة للانفتاح على العالم. ثم إنّ ذلك سيعمل على تحقيق أهداف علمية، ومعجمية، واصطلاحية، خاصة بالقطاع السياحيّ، الذي له علاقات وثقى بالمتاحف، والمسارح، والجامعات، ودور الثقافة، والمكتبات، ونوادي القراءة والتسلية والترفيه، والأماكن الأثرية في البلاد العربيّة، والعادات والتقاليد، وكل ما له علاقة بالتاريخ مما يمكن التعريف به وترسيخه (إبريز، ٢٠١١: ٢٢٢).

لقد ركزت التنمية السياحيّة في حوالي الستينات من القرن الماضي على الجوانب الاقتصادية باعتبار السيّاحة أحد مصادر الدخل التي يمكن أن تحقق الأرباح للوجهات السياحيّة العالميّة، ومع مرور الوقت بدأت البلدان السياحيّة تنظر إلى الجوانب الثقافيّة والاجتماعيّة التي يمكن أن تؤديها صناعة السيّاحة التي تتطوي عبر إبراز حضارة المجتمعات، وثقافتها (هاشيم وتكو، ٢٠١١: ٨٢٤). ولهذا ينبغي على المؤسسات السياحيّة إعطاء مكانة للغة العربيّة في تعاملاتها مع السّياح والزوار من منطلق أن الاقتصاد السياحيّ يقتضي الاعتماد على التعددية اللغويّة، وإدراج اللُّغة العربيّة كلفة للتواصل السياحيّ، وبالأخص في الفنادق التي تقدّم للسّياح خدماتها باللغات الأجنبية دون غيرها من اللغات، وأن نكرس حتمية تعلمها لدى السائح الأجنبيّ القادم إلى بلادنا العربيّة على الأقل مفردات منها من خلال إعداد الكتيبات، واللافتات، والأدلة السياحيّة باللُّغة العربيّة، ومعجم بالمصطلحات والألفاظ السياحيّة كما نمارسه نحن العرب عند سفرنا للبلدان الأجنبيّة.

لقد فرض السّياح الأجانب تعاملاً خاصاً بلغات بلدانهم على البلدان التي يزورونها، وبخاصة البلدان العربيّة التي هي في حاجة إلى النهوض باللُّغة العربيّة، وهو ما يجعل السيّاحة طاقة مولدة للاستثمار في نشر اللُّغة العربيّة (إبريز، ٢٠١١: ٢٢٤). حيث يحظى السائح الأجنبيّ برعاية لغوية خاصة، ويجتهد الجميع في التواصل معه بلغته الرّسمية، وهو ما أدى إلى إفقار المعجم السياحيّ العربيّ الذي لا يكاد يوجد، واقتصاره على بعض المفردات اليسيرة إلى درجة أن ترسّخ عند بعضنا عجز اللُّغة العربيّة عن مسايرة اللغات الأخرى في هذا المجال (العناتي وبرهومة، ٢٠٠٧: ٢٥٧).

ثمّ ما الذي يجبرنا على استعمال اللغات الأجنبية لتقديم خدماتنا، وتراشا، وعاداتنا وتقاليدنا الأصيلة المرتبطة بالذاكرة الوطنيّة في جلب السّياح وإثارتهم، فمن أهم عناصر التميز والخصوصية هو تقديم المنتج السياحيّ، والخدمة الفندقية بطابع عربي أصيل دون المساس بمقومات الهويّة. وتأتي اللُّغة العربيّة في مقدمة هذه المقومات، مع العلم أن الحفاظ على لغتنا والتحدث بها يكسبنا احترام الآخرين. كما يفترض أن تقدّم خدمة الإرشاد السياحيّ باللُّغة العربيّة مع ترجمتها بعد ذلك بلغات أجنبيّة، حتى نؤكد للقادمين إلينا اعترازنا بلغتنا التي هي مصدر هويتنا، وهو ما سيكون له الأثر الكبير والعميق في ذبوع اللُّغة العربيّة كما نطمح إليه، وجعلها من بين اللغات المشاركة في صنع الحضارة العالميّة، مع الابتعاد عن التشكيك في قدرة اللُّغة العربيّة أن تحل محل اللغات الأجنبية في العمل السياحيّ.

الإطار المنهجي للبحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد الأكثر ملائمة لطبيعة دراستنا الراهنة التي تحاول رصد الظاهرة والوصول إلى توصيف دقيق لواقع اللُّغة العربيّة في العمل السياحيّ العربيّ، ومدى استعمالها في التعامل المهنيّ، في ظل هيمنة اللغات الأجنبيّة، ولا سيما الإنجليزيّة. ثم تحليل ذلك من أجل التوصل إلى مقترحات تقضي إلى بلورة

سياسات وآليات تسهم في إدماج اللغة العربية في القطاع السياحي، واستعمالها لدى العاملين في المؤسسات السياحية. وانطلاقاً من طبيعة البحث فقد جُمعت البيانات عبر إجراء مقابلات مفتوحة على عينة عمدية من مسؤولي الفنادق، وشركات السياحة العاملة في ست مدن عربية (الرياض، جدة، صنعاء، القاهرة، عمان، المنامة)، الذين أرسلت إليهم أسئلة المقابلة عبر البريد الإلكتروني، ومتكئين أيضاً على المعلومات الواردة في المواقع الإلكترونية لفنادق أخرى على شبكة «الويب». كما اعتمد البحث على أسلوب الملاحظة - كأداة مساعدة - في أثناء عمل الباحث وزياراته المتكررة لبعض شركات السياحة والفنادق؛ بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية إزاء هذه القضية، وعبر المحاور الآتية:

- واقع اللغة العربية في القطاع السياحي.
- تحديات اللغة العربية في العمل السياحي.
- سبل النهوض باللغة العربية في المؤسسات السياحية (أفاق التمكين).

المحور الأول: واقع اللغة العربية في القطاع السياحي

يُقر الجميع أننا نعيش أزمة لغوية طاحنة، وتحديات تفضت في كل المجالات حتى كادت تصبح عاهة ثقافية مستديمة، فقد زاحمت اللغتان الإنجليزية والفرنسية اللغة العربية في عقر دارها، ففي الوقت الذي نرى فيه حضور اللغة العربية المشرق في القوانين والداستائر العربية كلفة رسمية ينبغي استعمالها، والعمل بها، وأن نستشعر وجودها كلفة أم مهيمنة على غيرها من اللغات الأجنبية، إلا أن الممارسات تدل على ثمة هوة بين ما تنص عليه الدساتير، وما يطبق على أرض الواقع.

لقد اتضح من خلال المقابلات التي تمت مع مسؤولي الفنادق (عينة البحث) على أن المؤسسات السياحية والفندقية تُعد من أكثر القطاعات ابتعاداً عن مفهوم الهوية، مؤكدين على الخطر المحدق بلغتنا من جراء إحلال اللغات الأجنبية محلها.

لقد أهملت اللغة العربية في العمل السياحي العربي، وأصبحت شبه غريبة في المؤسسات السياحية، فاللغة المستعملة في العمل المهني عادة لغة أجنبية، بدءاً من المستندات التي يملؤها الزبون، وصولاً إلى الحوارات، وبيع الخدمات. ما يجعلنا نصاب بالخيبة عند ولوج باب أي مؤسسة فندقية أو سياحية، حين يستقبلك الموظف بتحيته الإنجليزية حتى وإن كنت مرتدياً للباس العربي التقليدي. ومن خلال الاطلاع على مواقع بعض الفنادق، وشركات السياحة على الشبكة العنكبوتية لا يخال أننا نتصفح موقعاً عربياً، إذ يلاحظ تغلغل اللغات الأجنبية وعدم وجود ما يشير للغة العربية (لوحة رقم ١-٢-٣-٤). فضلاً عن استخدامها للغات أخرى في عملية الحجوزات (لوحة رقم ٥).

ويؤكد أحد مفردات عينة البحث أن ظاهرة انتشار اللغات الأجنبية اليوم وتداولها في الفضاء السياحي تُعد ظاهرة خطيرة ستؤدي بالتدرج إلى إضعاف لغتنا العربية، وتفقدها اعترافاً بها، وتفقدها أيضاً احترامنا لهويتنا العربية ولغة قرأنا.

وعبر استقراء الواقع أيضاً يتبين أن دول المغرب العربي (المغرب، تونس، الجزائر) وبرغم استقلالها سياسياً من فرنسا، إلا أنها لم تتمكن من الاستقلال عنها لغوياً، فالوضع اللغوي تهيمن عليه اللغة الفرنسية على حساب اللغة العربية، ليس فقط في القطاع السياحي فحسب، بل في كل جوانب المجتمع، نتيجة أن الخطاب الناطق بالفرنسية يستند بصورة جوهرية إلى اعتبار الحدثة والتطور في الذهنية المغاربية، وهو ما يتفق مع ما جاء في دراسة إبريز ٢٠١١.

كما أسفرت نتائج المقابلات المعمقة مع الباحثين عن وجود اتفاق عام على أن استعمال اللغة الأجنبية في القطاع

السياحيّ يوجد شعورًا بالاستغراب والدونية عند السائح العربيّ الذي يجد أنّ اللّغة الإنجليزيّة واللّغة الفرنسيّة هما لغات السياحة، في حين تستعمل اللغة العربيّة في نطاق ضيق، وأقل أهمية.

المحور الثاني: تحديات اللّغة العربيّة في القطاع السياحيّ



لوحة (٢): فندق موفيك كازابلانكا



لوحة (١): فندق الريتز كارلتون الرياض



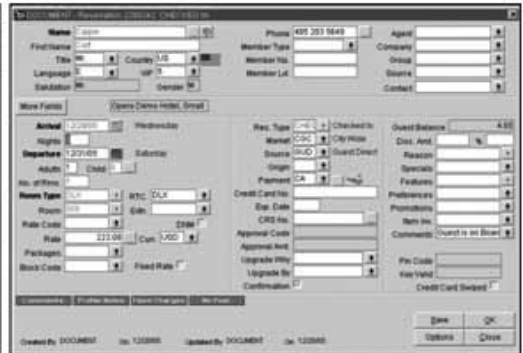
لوحة (٤): فندق جراند حياة عمان



لوحة (٣): فندق سيزر أميس انتركونتيننتال القاهرة



لوحة (٥): نظام الأوبرا للحجز الفندقي



- من خلال المقابلات التي أُجريت مع عينة البحث، ومن واقع الملاحظة الشخصية، تم الوقوف على أهم التحديات التي تواجهها اللغة العربية في القطاع السياحي، يمكن تلخيصها بالآتي:
١. عدم إعطاء الأهمية الكافية للغة العربية في المجال السياحي من قبل المسؤولين على مستوى الحكومات، والإدارات السياحية، وعدم الاهتمام بها من قبل العاملين في المؤسسات السياحية.
 ٢. عدم وجود قوانين تُلزم المؤسسات السياحية، والفندقية بضرورة التعامل باللغة العربية، أولاً ثم باللغات الأجنبية.
 ٣. تقاعس بعض البلدان العربية من اتخاذ الإجراءات والسياسات الضرورية للحفاظ على اللغة العربية، ومحاولة إيقاف تراجعها في مجتمعاتنا العربية.
 ٤. الاعتقاد السائد، والخاص لدى البعض أنّ اللغة الإنجليزية هي لغة السياحة، ولغة العلم، والعمل، والتواصل، ورمز الحداثة، والتحضر والمدنية، وأنهم غير قادرين على استعمال اللغة العربية في تعاملاتهم، وأداءهم لمهامهم اليومية في المنشآت السياحية.
 ٥. عدم توافر معاجم لغوية سياحية.
 ٦. شيوع التحدث باللغات الأجنبية ولاسيما الإنجليزية والفرنسية في المؤسسات السياحية العربية، مقابل انزواء اللغة العربية، وهيمنة اللغة الإنجليزية بشكل مطلق على جميع الأعمال السياحية والتواصل السياحي، واشتراطها في عملية التوظيف.
 ٧. اقتصار أنظمة الحجوزات الحاسوبية، والتطبيقات الإلكترونية المتبعة في المؤسسات السياحية والفندقية على اللغة الإنجليزية.
 ٨. التوسع في استعمال المصطلحات الإنجليزية في العمل السياحي والفندقي بسبب عدم وجود بدائل عربية لها، وسيطرتها على أسماء الوجبات، وقوائم الطعام في المطاعم.
 ٩. غالبية الصفحات المتوافرة على شبكة «الويب» مكتوبة باللغة الإنجليزية.
 ١٠. ضعف استعمال اللغة العربية في معاهد ومؤسسات التعليم السياحي والفندقي العربية.
 ١١. قلة كتب السياحة باللغة العربية وندرتها، سواء المترجمة أم المؤلفة المواكبة للتطورات السياحية العالمية الحديثة؛ لأسباب تتعلق بالمؤلفين والمترجمين من جهة، وبإنتاج الكتب العلمية السياحية ونشرها وتوزيعها من جهة أخرى.
 ١٢. هيمنة اللغة الإنجليزية على المشهد العام في المؤسسات السياحية والفندقية، وسيطرتها على اللوحات، واللافتات، والعلامات الإعلانية، وغير الإعلانية، وأرقام الغرف الفندقية، وأسماء القاعات، والمطاعم، والمحلات التجارية التي تكتب باللغة الإنجليزية.
 ١٣. مجاهرة كثير من الفنادق والشركات السياحية العاملة في الوطن العربي بكتابة تقاريرها، وصياغة عقودها، وإصدار تعليماتها إلى العاملين فيها وإن كانوا عرباً باللغة الأجنبية.
 ١٤. الشيوع الواسع للأسماء الأجنبية في الحقل السياحي والفندقي، والإقبال عليها، فثمة أسماء مكتوبة بالإنجليزية لفظاً وكتابة Crown Plaza، Sheraton، وبعضها كتبت بالعربية بلفظ انجليزي مثل انتركونتيننتال وماريوت، والبعض الآخر كتبت بالإنجليزية ولفظ عربي Liwan.
- ويرجع أفراد العينة هذه التحديات إلى الشعور المبالغ فيه بأهمية اللغات الأجنبية، وفي مقدمتها اللغة الإنجليزية، والناجم من جراء الهزيمة النفسية، وعدم الثقة اللتين تسودان الشارع العربي اليوم.

الآثار السلبية لهيمنة اللغات الأجنبية على القطاع السياحي:

أصدرت منظمة اليونسكو -مؤخراً- تقريراً عن حال لغات العالم جاء فيه: أن هناك خطورة على عدد من اللغات

- من بينها (اللغة العربية)، وأن هذه المخاطر قد تصل الي حد اختفاء تلك اللغات من ألسن المتحدثين بها إذا استمر حال التدهور، والاهمال، والعزوف، عن استعمالها استعمالاً سليماً يحافظ عليها من الضياع (بلاسي، ٢٠٠٩: ٢٥٩).
- لقد كشفت نتائج الدراسة من واقع إجابات عينة البحث عن أهم مخاطر هيمنة اللغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) على اللغة العربية في القطاع السياحي ويمكن تلخيصها في الآتي:
- إضعاف مقومات الهوية الثقافية العربية واندثارها، التي تعد أخطر الآثار السلبية على الاطلاق وتحقق بهويات الشعوب العربية، ويمس الوضع السياحي للغة العربية بوصفها اللغة الرسمية في مجتمعاتنا العربية، وتأثير ذلك على الفكر، والسلوك، والعلاقات الاجتماعية.
 - تلوين ثقافات الشعوب العربية تدريجياً بألوان يختفي وراءها وجه الثقافة الأصلي، وتفقدتها مركزها الحضاري، ولا يلبث أن تضمحل صورتها، وتطمس معالمها، وأثارها.
 - هيمنة اللغة الإنجليزية على العمل السياحي من شأنه أن يهدد القدرة على الابتكار الضيافة العربية، ويحول دون التميز والإبداع في مجال التخصص، والارتهان للآخرين.
 - هيمنة اللغات الأجنبية على اللغة الأم من شأنه أن يؤدي إلى تداعيات اقتصادية سلبية.

المحور الثالث: سبل النهوض باللغة العربية في المؤسسات السياحية (آفاق التمكين)

- فيما يتعلق برؤية أفراد عينة البحث لمستقبل اللغة العربية، وسبل النهوض بها في القطاع السياحي فقد كشف تحليل إجاباتهم أن ثمة سبل ومقترحات تساعد على تحسين واقع اللغة العربية في مؤسسات القطاع السياحي نستطيع أن نجملها بالآتي:
- (١) وضع سياسة لغوية سياحية واضحة على الصعيد العربي، وإصدار القرار السياسي اللازم لتطبيق هذه السياسة وفق تصورات نظرية وتطبيقية.
 - (٢) توفير منظومة قانونية تلزم استعمال اللغة العربية في المجالات السياحية، ومطالبة الشركات الفندقية العاملة في البلاد العربية بوجوب التعامل بالعربية أولاً، ثم باللغات الأجنبية.
 - (٣) إعداد معجم عربي جامع لكل المصطلحات السياحية على غرار معاجم اللغات الأجنبية الأخرى، بحيث يشمل تعريب الألفاظ، والأسماء، والمعاني، والمفاهيم، والأمثلة، والنماذج، والرؤى، والحوارات، حتى يمكن استثماره بفعالية في التنمية اللغوية، ويستوعب كل الموضوعات المتداولة في الفنادق، والمطاعم، ووكالات السفر، والإرشاد السياحي، وفي المطارات، والقطارات، والأسواق.
 - (٤) ضرورة استحداث مصطلحات سياحية عربية في كل ما يتعلق بالخدمات السياحية (طعام، شراب، إيواء، نقل، مشتريات...).
 - (٥) ترجمة المراجع الأجنبية المتخصصة بالفكر السياحي إلى اللغة العربية، وذلك لما للترجمة من إغناء وإثراء للغتنا ومعارفنا وثقافتنا وتسهيل الاطلاع على ما انتجه الفكر البشري دون الحاجة إلى إتقان اللغات الأجنبية التي كتبت بها.
 - (٦) فتح آفاق في البحث اللغوي الخاص بالسياحة ولاسيما في الجوانب التطبيقية والوظيفية.
 - (٧) العمل المشترك بين كل من المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (إليكو ALECSO)، والمنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو ISESCO)، ومنظمة السياحة العربية، والمجلس الدولي للغة العربية، والمجامع اللغوية، والجمعيات العلمية المعنية باللغة العربية، والأجهزة العربية الوزارية المتخصصة، ومركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية؛ بغية الدعوة الى استعمال اللغة العربية ونشرها في القطاع السياحي.
 - (٨) التنسيق مع شركات التقنية والبرمجيات؛ من أجل تعريب وتطوير الأنظمة الإلكترونية المتعلقة بالحجوزات في المنشآت

السياحية، والسلاسل الفندقية.

(٩) اشتراط ائتان العاملين الأجانب في المنشآت السياحية للغة العربية بالحد الذي يُمكنهم من التعامل مع محيطهم، وتطوير البرامج التعليمية اللغوية لهم.

الخاتمة:

إن الحديث عن واقع اللغة العربية في القطاع السياحي في ظل الهيمنة الملحوظة للغات الأجنبية على حساب اللغة العربية يتطلب إعادة التفكير في هذا الواقع بنظرة تأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على الهوية العربية. واستناداً للمعطيات الميدانية للدراسة، فقد أضحى من الضروري الانقلاب على اللغة العربية، وجعلها لغة متداولة في المؤسسات السياحية؛ لأنها الحاملة للهوية الثقافية والروحية والفكرية للإنسان العربي. فالتحديات التي تواجهها اللغة العربية على الصعيد السياحي تتطلب اتخاذ التدابير الرامية إلى العناية بلغتنا والمحافظة عليها، وتعميق الوعي السياحي بأهمية اللغة العربية ومحوريتها في النهضة السياحية، ولن يتم ذلك إلا عبر «استراتيجية سياحية لغوية» تهدف إلى النهوض باللغة العربية، وتمكينها في القطاع السياحي، وبما يعود بفوائد جمة على السياحة واللغة نفسها، بحيث لا تقف عند مجرد توطين اللغة العربية، وإحلالها محل اللغات الأجنبية في التواصل السياحي، بل تتعدى ذلك إلى أن تكون الأفكار السياحية نابعة من خصائصنا كمجتمع عربي، لتتحول اللغة العربية إلى لغة تواصلية تفاعلية، وتكون في صدارة اللغات الأجنبية المستخدمة في المنشآت السياحية.

المراجع:

- (١) إبريز، بشير، الصناعة المعجمية واستراتيجيات التنمية اللغوية دراسة في علاقة اللغة العربية بالسياحة، (الجزائر، مجلة الجمع الجزائري للغة العربية، يونيو ٢٠١١م) العدد ١٢، ص ص ٢١٧-٢٢٧.
- (٢) بلاسي، محمد علي، نحو النهوض باللغة العربية، (العراق، مجلة التربية الإسلامية، ٢٠١١م) س ٣٨، ع ١٠، ص ص ٥٧-٦٢.
- (٣) جوزيف، جون، اللغة والهوية، ترجمة عبد النور الخرافي، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، سلسلة عالم المعرفة، ٢٠٠٧م)، العدد ٢٤٢.
- ٤ (٢٠٠٦م)، ٥٤، ص ص ٢٨-٧٤.
- (٥) خليل، إنعام؛ أيوب، آمنة، غربة اللغة العربية ومصطلحاتها لدى طلاب التخصصات العلمية، (بيروت، المؤتمر الدولي الأول للغة العربية، بعنوان: العربية لغة عالمية، المجلس الدولي للغة العربية، ١٩-٢٣ مارس ٢٠١٢م).
- (٦) الضبيب، أحمد بن محمد، اللغة العربية في عصر العولمة، (الرياض، مكتبة العبيكان، ٢٠٠١م).
- (٧) العناتي، وليد؛ برهومة، عيسى، اللغة العربية وأسئلة العصر، (عمان، دار الشروق، ٢٠٠٧م).
- (٨) قيسمون، جميلة، اللغة العربية وتشكيل الهوية في ظل العولمة، (بيروت، المؤتمر الدولي الأول للغة العربية، بعنوان: العربية لغة عالمية، المجلس الدولي للغة العربية، ١٩-٢٣ مارس ٢٠١٢م).
- (٩) المرهون، عبد الجليل زيد، أزمة اللغة العربية في الخليج، (مقال منشور على موقع الجزيرة نت بتاريخ ١٩/٦/٢٠٠٧م)، <http://www.aljazeera.net>.
- (١٠) المسدي، عبد السلام، مكانة اللغة العربية في مواجهة اللهجات العامية عبر وسائل الاعلام، (الكويت، كتاب مجلة العربي: نصف قرن من المعرفة والاستنارة، ٢٠٠٨م) ج ١، ع ٧٢.
- (١١) موقع الجمعية الدولية للمترجمين العرب، واتا <http://www.wata.cc>

- (١٢) الناقفة، محمود كامل؛ طعيمة، رشدي أحمد، طرائق تدريس اللغة العربية لغير الناطقين بها، (الرباط، مطبعة المعارف، منشورات منظمة الإيسيسكو، ٢٠٠٣م).
- (١٣) هاشيم، مت زين؛ تكو، غاني تكو جوسوه، مكانة اللغة العربية بوصفها لغة السياحة بماليزيا، (بكين، المؤتمر الدولي لتعليم اللغة العربية: آفاق وتحديات ماليزيا والصين، كلية اللغة العربية، جامعة الدراسات الأجنبية، ٥-٦ ديسمبر ٢٠١١م)، ص ٨٣٠-٨٤٠.
- 14) Adam, Zalika, 2008: Arabic language teaching program for the purposes of tourism in Malaysia «An analytical study of the needs, Conference, 2-5 Nov., Alminiya University Egypt. (Unpublished).
- 15) 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.
- 16) John E Joseph, 2004: Language and Identity: National, Ethnic, Religious, Palgrave Macmillan, New York.
- 17) Shuib, Ahmad Omer; Noor, Aziz Mohd Noor, 1989: Analysis of tourism demand in Malaysia, Vol. 12 (3), p p 425-432.
- 18) Zalika, Adam, 2009: Use of Arabic in the Communication Guide Towards Introducing Malaysia. Language and Linguistic Studies International Conference, Universiti Kebangsaan Malaysia, 584-594.