

اللغة والاقتصاد

LANGUAGE AND ECONOMY



<https://doi.org/10.5281/zenodo.14412993>

دكتور: أحمد موسى عبدالله

أستاذ مشارك (dotsent): أكاديمية أوزبكستان الإسلامية.

جامعة أوزبكستان الحكومية للغات العالمية

Dr.: Ahmed Musa Abdullah

Associate Professor (dotsent): Islamic Academy of Uzbekistan.

Uzbekistan State University of World Languages

كلمات مفتاحية: (اللغة - الاقتصاد - التداولية - الاتساق - الانسجام)

Keywords: (language - economics - pragmatics - consistency - coherence)

مقدمة

قديمًا رأى سليمان أن كلام الإنسان كالفضة، ومن ذلك الحين ظهرت الحكمة الشائعة التي تقول: إن لم يكن الكلام من ذهب فهو على الأقل من الفضة، ولذلك يزن بعض الناس كل كلامهم أو على الأقل يحرصون على ألا ينفقوا منه أكثر مما يجب. وقالوا قديمًا خير الكلام ما قل ودل، وجاء في تعريف البلاغة: أن تمكن المعنى في نفس المستمع كتمكنه في نفسك مع الإيجاز في القول. وجاء تعريف البلاغيين للإيجاز بأنه: "تأدية المعنى بعبارة أقل منه" [عبدالرازق، حسن إسماعيل 2009، ص236] والكلمة أشبه بالعملة التي تسك، فكل كلمة لها قيمة اقتصادية تساوي قيمتها التداولية، ويضمن النهج التداولي للكلمة إعلاء أو ثبات أو تقليل قيمتها التداولية ومن ثم قيمتها الاقتصادية، "إن الكلمات تسك كما تسك العملات، وتظل سارية المفعول ما دامت متداولة. فهي-أي الكلمات- عملة التفكير، ونحن نمتلك منها أرصدة سائلة، بقدر ما نمتلك ناصية لغة معينة. وعندما نتفاهم مع أحد فإننا نتفق على ثمن يجب دفعه، وعندما لا نكون مخلصين فإننا لا ندفع إلا كلامًا زائفًا" [فلوريان.ك: 2002، ص6] والمبدأ الأساسي في الاقتصاد هو: لماذا تدفع أكثر طالما يمكنك أن تدفع أقل، ويساويه في اللغة مبدأ بلاغي مهم: لماذا تتكلم أكثر طالما يمكنك أن تتكلم أقل.

INTRODUCTION

In ancient times, Solomon saw that human speech is like silver, and since then, the popular wisdom has appeared that says: if speech is not gold, it is at least silver, and therefore some people weigh all their speech or at least are careful not to spend more than necessary. And they used to say in ancient times that the best speech is that which is brief and to the point, and the definition of eloquence is: that the meaning is established in the listener's mind as it is established in your own mind, with brevity in speech. The definition of brevity by rhetoricians is: "Conveying meaning with less expression" [Abdul-Razzaq, Hassan Ismail 2009, p. 236]. The word is like a minted currency, as each word has an economic value equal to its indicative value, and the word's communicative approach ensures that its indicative value is raised, stabilized,

or diminished, and thus its economic value. "Words are minted like currencies, and remain valid as long as they are in circulation. They - that is, words - are the currency of thought, and we possess liquid funds from them, as much as we possess the reins of a certain language. When we communicate with someone, we agree on a price that must be paid, and when we are not sincere, we only pay false words" [Florian. K: 2002, p. 6]. The basic principle in economics is: Why pay more when you can pay less? In language, it is equivalent to an important rhetorical principle: Why speak more when you can speak less.

الاتساق والانسجام عنصر اقتصادي:

التماسك: ترابط أجزاء الشيء حسياً أو معنوياً.

الاتساق: اتساق الفكرة في ذاتها بحيث يكون مدلولها لا تناقض فيه ولا تكلف. والاتساق عدم التناقض وقد أدرك شعراء العربية هذه القيمة الاقتصادية في مبدأ الاتساق والانسجام لإتقان الصنعة ومما ورد هنا وصية أبي تمام لأبي عباد البحتري "مما لا يستغن النثر عن المعرفة به والنسج على منواله: أن يناسب بين الألفاظ والمعاني في تأليف الكلام، ويكون كخياط يقدر الثياب على قدر الأجسام". [الفلقشندي، صبح الأعشى: 1999، ص210] فالالاتساق والانسجام داخل النص يقف مانعا ضد فكرة الهدر اللغوي، أو الإطناب، أو الإسراف في الكلمات. وهذا يجعل النص قوة اقتصادية أو نظاما اقتصاديا وحداته هي الكلمات، النص يشبه - في رأيي - قطعة الموزاييك التي كلما اقتربت منها بنظرك أو من خلال عدسة مكبرة أو بتقنية (zoom in) سوف تتكشف التفاصيل الدقيقة وكلما ابتعدت يمكنك معاينة المشهد في كليته، فالنص شبكة من العلاقات كلما أوغلت فيها واقتربت بعدستك سوف ترى الوحدات الصوتية الدقيقة الفونيم ثم المورفيم وإذا ابتعدت شيئا فشيئا سوف تظهر لك الوحدات الصرفية، وإذا ابتعدت أكثر ترصد تركيب الجملة ثم التركيب syntax واصل الابتعاد بعدستك تبدو لك البنية structure إلى أن تصل إلى المقام الكلامي برمته، ولا يمكن دراسة جانب من هذه الجوانب بمعزل عن البقية إذ تتصافر جميعها في تحقيق التماسك والترابط النصي، فهذا التماسك المتحقق من عنصر الاتساق والانسجام يمثل هذا النظام الاقتصادي الذي يضع الكلمة/ العملة في مكانها الصحيح طبقا لقيمتها الاقتصادية. وتتصافر هنا القيمة الإعرابية والقيمة المعنوية للمحافظة على سعر الصرف لكل وحدة كلامية، فالإعراب له دور بارز وغاية في النظام النحوي وغايته هي الكشف عن العلاقات السياقية التي يسميها الجرجاني التعليق، فيقول: "لا يتصور أن تعرف للفظ موضعا من غير أن تعرف معناه" [الجرجاني، دلائل الإعجاز: 1946، ص 84] وهذه هي المهمة التي تحملها نحو النص، تنطلق تصورات نحو النص من فكرة التابع الأفقي للجملة، وهو من أهم السمات النصية، وهنا ينظر إلى ربط الجمل على أنه أساس لعمليات إنتاج النص، وتكمن مهمة نحو النص في استنباط قواعد للربط بين الجمل التي تنتج بدورها معلومات دلالية ونحوية، وتشارك مع مكونات النص الأخرى لإنتاج نص جيد السبك. [الطاهر، ع، التماسك النصي: 2019، ص 69] هذا كله يخلق من النص نظاما اقتصاديا محكما ومعقدا للغاية.

القيمة المضافة:

الكلمة في حد ذاتها قوة اقتصادية متفجرة بالمعاني بل إنها تحمل في بنيتها الصوتية قيمة مضافة من حيث قوتها التدلالية، وهنا أختلف مع فلوريان عندما يقول: "والافتراض الساذج بأن للكلمة معنى متأسلا فيها إنما هو افتراض يشبه التصور الساذج بأن للنقود قيمة في حد ذاتها. فالكلمة والعملة في الأساس أمران اصطلاحيان، فالأولى عبارة عن أداة تبادل للسلع المعنوية، والأخيرة عبارة عن أداة تبادل للسلع المادية" [فلوريان،

ص6] فلا يمكن الإيمان بأن ذلك تصورا ساذجا، والدليل على ذلك أن هناك قيمة مضافة مدللة في بنية كل مفردة، فمثلا لا تتساوى دلالات المصادر مختلفة البنية، وكما قالوا: اختلاف المبنى يساويه اختلاف المعنى، ومن ذلك: "الحمد لله، أو حمداً لله، فإن أهل البيان يفرقون بين هذين القولين، ويعدون التعبير بالرفع أقوى منه بالنصب، جاء في الكشف "ارتفاع الحمد بالابتداء وخبره الظرف الذي هو (الله) وأصله النصب الذي هو قراءة بعضهم بإضمار فعله على أنه من المصادر التي تنصبها العرب بأفعال مضمرة في معنى الإخبار كقولهم: شكرا وكفرا وعجبا، وما أشبه ذلك، ومنها سبحانه ومعاد الله، ينزلونها منزلة أفعالها، ويسدون بها مسدها، ولذلك لا يستعملونها معها، والعدل بها عن النصب إلى الرفع على الابتداء للدلالة على ثبات المعنى واستقراره" [الزمخشري، الكشف 38/1] ومن ذلك أيضا قولهم: "وقعت في الغمل وقوعا.. ووقعت في الناس وقيغة (أدب الكاتب 258) وقد اختص القرآن الكريم قسما من المصادر بمعنى معين كالصوم والصيام، فقد اختص كلمة الصوم بمعنى الصمت، قال تعالى: "إني نذرت للرحمن صوما فلن أكلم اليوم إنسيا" {مريم 26} ولم ترد كلمة الصوم في القرآن في غير هذا الموطن. وكأنها لما كانت بمعنى الصمت جيء بها على وزنه، وخصها الله به، وأما الصيام فقد وردت في تسعة مواطن من القرآن الكريم كلها بمعنى العبادة المعروفة [السامرائي، ف.ص، معاني الأبنية: 2007، ص26] ومن ثم فإن البنية في حد ذاتها قوة مدللة.

التداولية والقيمة الوظيفية للعملة:

فالكلمات-مثلها مثل العملات المعدنية والورقية- لها قيمتها الذاتية في حجم المعدن وألوان الورق وطباعته وتكلفة السك ثم تستمد قيمتها ومعناها كسعر صرف من الاستعمال الذي يضعه لها هؤلاء الذين يتخذونها وسيلة لتعاملاتهم، وكلما زاد التداول ارتفعت القيمة، وكلما سافرت اللغة خارج حدودها أو زادت حركة الترجمة منها ارتفع سعرها عالميا، والأفكار التي تترجم من لغتها الأصلية إلى لغة أجنبية من أجل أن يتم تداولها وأن تصبح قابلة للتبادل > هي الأفكار التي تنطوي على تشابه أكثر، غير أن التشابه هنا لا يكمن في اللغة، بل يكمن في طبيعتها الأجنبية، وهنا تكون اللغة رصيذا، في سنة ١٩٨٨ كان متوسط دخل الفرد في بريطانيا ذات السبعة والخمسين مليون نسمة هو ١٢٨١٠ دولارا، وهو إنجاز ساهم فيه متحدثون لسبع لغات، وفي الفلبين هناك ٥٩ مليون نسمة يتحدثون بلغات يصل مجملها إلى ١٦٤ لغة، ومتوسط دخلها الفردي كان ٦٣٠ دولارا في العام نفسه. وسكان هولندا الأربعة عشر مليونا ونصف المليون يتكلمون من خمس مجموعات لغوية > وكان متوسط دخل الفرد في هذا البلد في سنة ١٩٨٧ هو ١٤٥٢٠ دولارا فمعاجم اللغة الواحدة تجسد مفردات اللغة وتحولها إلى أشياء، لتصبح بالتالي ملكا ماديا محتملا لكل عضو في الجماعة اللغوية. للغات قيمة سوقية. وهي القيمة التبادلية التي تملكها لغة معينة بوصفها سلعة، أو مؤشرا للإلمام بها من قبل جماعة على اتصال بها مقارنة بلغات أخرى. وتكشف الطبيعة السلعية للغات عن نفسها بشكل أوضح في مجال تعلم اللغة الأجنبية وتدريسها الذي يمكن وصفه باعتباره سوقا. وهنا يمكن التمييز بين سوق محلية وسوق إقليمية وسوق وطنية، وكذلك سوق عالمية. معلم اللغة هو بائع جيد، وينبغي أن يمتلك مهارات وفنون التسويق اللازمة، وعلى الحكومات اتخاذ قرارات سياسية بهذا الصدد.

ببليوغرافيا

- 1- الجرجاني، عبد القاهر: دلائل الإعجاز في علم المعاني، دار المنارة، 1946.
- 2- الزمخشري، محمود بن عمر بن محمد بن أحمد الخوارزمي: الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل، مكتبة العبيكان، ج1
- 3- السامرائي، فاضل صالح: معاني الأبنية في العربية، دار عمار / الأردن، 2007.
- 4- الطاهر، علي: التماسك النصي، الاتساق والانسجام، يسطرون / الجيزة، مصر، 2019.
- 5- عبدالرازق، حسن إسماعيل: البلاغة الصافية في المعاني والبيان والبدیع، المكتبة الأزهرية/ القاهرة. 2009.

6- فلوريان، كولماس: اللغة والاقتصاد، عالم المعرفة/ الكويت 2002

7- القلقشندي، أبو العباس بن أحمد: صبح الأعشى في صناعة الإنشا، جار الكتب المصرية/ القاهرة، 1999.