

ارزیابی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی در رشته زبان و ادبیات عربی (با تکیه بر محتوای آموزشی و روش‌های تدریس)

مصطفی جوانرودی^{۱*}، نسیم شریفی^۲، احسان رستمی^۳

۱. استادیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه پیام نور

۲. کارشناس ارشد زبان و ادبیات عربی دانشگاه پیام نور

۳. دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۱/۱۸

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته زبان و ادبیات عربی استان کرمانشاه (۱۳۸ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۴۲ نفر دانشجوی دکتری)، در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۶ است که بر اساس جدول مورگان تعداد ۱۴۰ نفر از آن‌ها با روش نمونه‌گیری تصادفی - نسبی انتخاب شدند. این تحقیق کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق است که پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد. تجزیه و تحلیل آماری پس از استخراج داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS18 انجام پذیرفت. نتایج نشان داد به عقیده دانشجویان، آموزش‌های ارائه شده و محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، برای ترویج کارآفرینی نامناسب‌اند. همچنین به اعتقاد دانشجویان، از مهم‌ترین خصوصیات آموزش‌های فعلی دانشگاه، استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی و مهم‌ترین خصوصیات آموزشگران دانشگاه ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان برای انجام تحقیق و پژوهش، و مهم‌ترین خصوصیات محتوای آموزشی فعلی دانشگاه، تناسب آن با توانایی‌ها و علایق دانشجویان است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ محتوای آموزشی؛ آموزش‌های دانشگاهی؛ زبان و ادبیات عربی.

۱. مقدمه

نظرسنجی‌های استاندارد و غیراستاندارد و آمار رسمی و غیررسمی درباره میزان مطلوبیت زبان عربی بین دانش‌آموزان و دانشجویان، حاکی از عربی‌گریزی زبان‌آموزان است. کاربردی نبودن این زبان و قواعد پیچیده آن، پاسخ‌گو نبودن به نیازهای زبانی فراگیران، نداشتن شناخت کافی از علوم زبان عربی و اهمیت ارتباطش با زبان فارسی، نداشتن آگاهی از کاربرد درست این زبان و... از جمله مشکلات آموزش زبان عربی در ایران است. با این خصوصیات، زبان‌آموز هرگز نمی‌تواند بین آنچه آموخته و نیاز خود، ارتباط برقرار کند. نمی‌تواند آموخته‌های خود را به کار بندد، دانش زبانی او عملاً مشکل او را حل نمی‌کند. زبان عربی شبکه ارتباطی علوم انسانی ماست؛ و عربی‌گریزی دانش‌آموزان و دانشجویان ما تأثیر مستقیمی در فاصله‌گرفتن آنان از علوم انسانی دارد. حساسیت فراگیران ما به زبان عربی ناشی از طبیعت این زبان نیست، بلکه برخاسته از نحوه عرضه این زبان و شیوه‌های آموزشی آن است؛ از این رو باید روش‌های آموزش و تدریس متناسب با پیشرفت علم و فناوری تغییر کند تا تحولی جدی در زمینه آموزش ایجاد کند (اسماء بنت عبدالرحمن، ۲۰۰۵: ۲۳). شیوه‌ها و روش‌های آموزشی که مبتنی بر نیازهای آموزشی کارآفرینی دانشجویان باشد، وجود یک رهیافت علمی مناسب در زمینه ترویج کارآفرینی، قبول این آموزش‌ها به وسیله دانشجویان این رشته و... از جمله مواردی هستند که در اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی تأثیرگذارند.

۲. بیان مسئله

اشتغال و بیکاری از جمله موضوع‌های اساسی اقتصادی هر کشور است؛ به گونه‌ای که افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی جوامع تلقی می‌شوند. از طرفی اشتغال‌زایی مستلزم برنامه‌های کارآفرینی به ویژه در محیط‌های آموزش عالی است. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها و

به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید، زیرا یک فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا منجر به توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال، نوآوری، رقابت‌پذیری و ... می‌شود (ورهل، ۲۰۰۱). در جهان امروز سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و کشورهای موفق هستند که قادر به بهره‌گیری بیشتر از اطلاعات و دانش باشند. در سال‌های اخیر، بازتعریف دانشگاه، با عنوان «دانشگاه کارآفرین» با جایگاه و نقشی متفاوت از دانشگاه سنتی، تحولات زیادی را در بخش صنعت و دیگر بخش‌ها به وجود آورده است (شفیع زاده، ۱۳۸۶). گیب در سال ۱۹۹۰، یکی از ابعاد گسترش فرهنگ کارآفرینی را متوجه آموزش کارآفرینی در تمامی سطوح نظام آموزشی، به‌ویژه آموزش عالی دانسته است. همچنین وی نقش حمایتی دانشگاه‌ها از آموزش کارآفرینی را شاهدهی بر علت توسعه کشورهای همچون آمریکا، ژاپن و آلمان تلقی نموده است. وی این حمایت‌ها را شامل ارائه راهنمایی‌های عملی، مشاوره و برگزاری دوره‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در درون دانشگاه‌ها یا خارج از دانشگاه بیان می‌کند (گیب، ۱۹۹۰). از آنجایی که توافق عمومی در زمینه مفهوم کارآفرینی در نظام آموزش عالی وجود ندارد، در نتیجه اهداف متنوع و گسترده از سوی محققان و نویسندگان در این زمینه بیان شده است. اما در بسیاری از مدل‌های آموزشی ارائه شده در آموزش عالی، توسعه رفتار و ویژگی‌های کارآفرینانه به عنوان یکی از اهداف آموزش کارآفرینی بیان شده است. برای نمونه گیب (۱۹۹۰)، اعتقاد دارد آموزش‌های کارآفرینی به دنبال بهبود و انگیزش در گرایش‌های افراد همچون فرصت‌جویی، ابتکار، مخاطره‌پذیری و ... هستند. در این خصوص رینولد (۲۰۰۰) ایجاد انگیزه در افراد را از جمله اهداف آموزش کارآفرینی بیان می‌کند. وی این تأثیرگذاری را به چند دلیل دانسته است: اول آنکه آموزش، افراد را با حس خودمختاری، استقلال‌طلبی و عزت‌نفس تربیت می‌کند و این ویژگی‌ها خود در تأسیس یک مؤسسه کارآفرین تأثیرگذار است. دوم آنکه افراد را نسبت به گزینه‌های انتخاب شغل آماده می‌کند و در نهایت آموزش با ایجاد دانش و آگاهی در افراد به آن‌ها در شناسایی موقعیت‌های کارآفرینی کمک می‌نماید.

هر دورانی آموزش‌های ویژه خود را می‌طلبد. آموزش باید کامل‌ترین شکل علم و دانش مربوط به هر رشته را در نظر گرفته باشد. این بسیار ساده و روشن است که آموزش هر قدر به‌روزتر و تازه‌تر باشد، دانشجو نیز به‌روزتر و تواناتر خواهد بود. اگر به این نکته توجه نشود، دانشگاه چیزی نخواهد بود جز کتابخانه‌ای پر از کتاب که عده‌ای به نام استاد مدام مطالب آن‌ها را تکرار می‌کنند. متأسفانه به نظر می‌آید که دانشگاه‌های ایران سال‌هاست دچار مشکل به‌روزرسانی برنامه‌های خود شده‌اند و هنوز برنامه‌ها را بر اساس واژه‌ها و معناهای موجود در لغت‌نامه‌های گذشته تنظیم می‌کنند. از طرفی در ایران هیچ وقت به عربی به مثابه زبان خارجی نگاه نشده‌است؛ شاید این امر به دلیل مشترکات آن با زبان فارسی باشد. درحالی که باید جای رشته زبان و ادبیات عربی در دانشکده زبان‌های خارجی و در کنار دیگر زبان‌های خارجی مثل فرانسه، انگلیسی، آلمانی، و مانند آن باشد، نه تنها به مثابه زبان خارجی در نظر گرفته نشده، بلکه به کلی از آن شیوه که برای تدوین و آموزش دیگر زبان‌ها استفاده می‌شود دور است.

شیوه آموزشی زبان عربی در ایران سنتی است. شیوه‌های زبان‌آموزی در دنیا به کلی دگرگون شده است. اساس مشکل ما در آموزش زبان عربی، در رویکرد و نگاه ما به این زبان است. جهان امروز نگاهی کارکردگرا و زایشی به زبان دارد، زبان به عنوان یک مهارت تعریف می‌شود که مبتنی بر چهار مهارت شنیدن و گفتن / خواندن و نوشتن است. نگاه و رویکرد ما به زبان باید تصحیح شود؛ و در پی آن به تدریج شیوه‌ها و فنون آموزش آن نیز تغییر یابد؛ این تغییر، باید بنیادی و از پایه باشد.

برنامه درسی کارآفرینی از نظر ماهیت باید مبتنی بر رویکرد چندرشته‌ای باشد. این برنامه باید قواعد پیچیده علوم را نشان دهد و همان گونه که افراد دارای استعدادها، انگیزه‌ها و هویت‌های پیچیده‌اند این برنامه نیز باید نیازهای متنوع آن‌ها را مرتفع نماید (لوسزکیو، ۲۰۰۸: ۷۰). لوسزکیو (۲۰۰۸) برنامه درسی کارآفرینی را ارائه می‌دهد که چهارچوب یادگیری در آن شامل سه حیطه است: یادگیری درباره کارآفرینی، یادگیری برای کارآفرینی و یادگیری از طریق کارآفرینی. این برنامه یادگیری مبتنی بر محیط جامعه است که مهارت‌های کارآفرینی را تقویت می‌نماید و قابلیت اجرا در سطح مدارس و دانشگاه را دارد و مبنای یادگیری در آن انجام‌دادن و شالوده آن جامعه است.

این پژوهش می‌کوشد مواردی چون: وضعیت آموزش‌های دانشگاهی در رشته زبان و ادبیات عربی در ایران با توجه به ویژگی‌های فردی دانشجویان؛ وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی؛ وضعیت آموزش‌های ارائه‌شده برای ترویج کارآفرینی و وضعیت محتوای آموزشی فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی را بررسی نماید.

اهمیت کارآفرینی در دانشگاه به گونه‌ای است که نتایج برخی از مطالعات انجام‌شده تأثیر آن را بر رفتار خوداشتغالی و فعالیت‌های کارآفرینانه تأیید نموده‌است. برای مثال، نتایج تحقیق شریف‌زاده و زمانی^۱ در سال ۲۰۰۵ بیانگر آن است که دانشجویان کارآفرین به لحاظ آموزشی، فرصت‌های اقتصادی سودمند و جدید را بهتر تشخیص می‌دهند (شریف‌زاده و زمانی، ۲۰۰۵). همچنین چارنی و لیبکاپ^۲ در سال ۲۰۰۰، بیان داشته‌اند آموزش کارآفرینی در افراد در ایجاد خودکفایی، تهور و فعالیت‌های کارآفرینی نقش مثبت دارد (چارنی و لیبکاپ، ۲۰۰۰). یکی از لازمه‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، اهمیت به قوه ابتکار و خلاقیت دانشجویان در محیط‌های آموزشی است. لیکن واقعیت‌های موجود در دانشگاه‌ها گویای این حقیقت است که بیشتر محیط‌های آموزشی، بر اساس محتوای محوری و یا در برخی موارد آموزش‌گرمحوری بنا شده‌اند. در این خصوص «دیوید ملک کله‌لند» عامل عمده عقب ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه را مربوط به درک نکردن و بی‌توجهی به خلاقیت‌های فردی بیان نموده‌است (هزارجریبی، ۱۳۸۴). اهمیت بررسی (رسالت) این تحقیق وضعیت فعلی آموزش‌های زبان عربی در این زمینه‌هاست:

□ بیشتر درس‌های دانشگاهی به شیوه نظری ارائه می‌شود و تلاش جدی برای کاربردی کردن آن‌ها نشده‌است.

□ بازار کار، هماهنگ با تحولات علوم و فناوری در حال دگرگونی است، ازاین‌رو به برخی تخصص‌های تازه نیازمند است که لزوماً دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در دوران تحصیل مهارت‌های لازم برای ورود به آن را فراموشی گیرند.

□ آموزش و روش‌های آموزشی در اکثر دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به نحوی نیست که فرد را کارآفرین بار بیاورد.

□ دانشگاه‌ها از طرح‌ها و ابتکارات دانشجویان که کم هم نیستند، حمایت نمی‌کنند (میراسماعیلی و رشمه، ۱۳۸۷).

پیشینه تحقیق

از جمله تحقیقات انجام‌شده در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

سلیمی (۱۳۸۶: ۱۷۵-۱۹۸) در تحقیقی با عنوان «آموزش عربی در مدارس و دانشگاه‌های ایران: نقص‌ها، کاستی‌ها و راهکارها»، سنتی بودن شیوه‌های آموزش و قواعدمحور بودن آن‌ها را، از مهم‌ترین مشکلات آموزش و یادگیری زبان عربی در ایران دانسته و راهکارهایی چون توجه به محوریت متن، لزوم تقسیم‌بندی قواعد بر مبنای بسامد کاربرد و لزوم تأسیس گرایش‌های جدید در سطوح عالی آموزش ارائه داده‌است.

همچنین میرزایی و سلیمی (۱۳۸۹: ۱۱۹-۱۳۷) در تحقیقی با عنوان «نقش‌آفرینی گروه‌های زبان و ادبیات عربی در توسعه علمی دانشگاه‌ها»، به این نتیجه رسیدند که گروه زبان و ادبیات عربی می‌تواند با همکاری گروه‌های زبان و ادبیات فارسی، اقتصاد، الهیات، تاریخ فلسفه اسلامی و... گرایش‌های بین‌رشته‌ای مانند ادبیات تطبیقی، اقتصاد خاورمیانه و شمال آفریقا و آینده‌پژوهی سیاسی خاورمیانه، فلسفه و تمدن اسلامی، فرهنگ و علوم قرآنی با همکاری گروه الهیات ایجاد کند و همچنین با همکاری گروه‌های ادبیات فارسی، زبان‌شناسی و باستان‌شناسی در دانشگاه به تأسیس نهادی با عنوان «مرکز زبان‌شناسی» اقدام نماید که در تولید دانش و ایجاد مهارت لازم برای دانش‌آموختگان مؤثر باشد. رسولی هم (۱۳۸۴: ۴۳-۵۸) در پژوهش خود با عنوان «ریشه‌یابی مشکلات آموزش زبان عربی در دانشگاه‌های ایران: مبانی تعریف گرایش‌ها»، جایگاه نامناسب زبان عربی در ایران، کم‌استعدادی دانشجویان زبان عربی، جایگاه نامناسب علوم انسانی، بی‌انگیزگی دانشجویان زبان عربی، روش‌های نامناسب تدریس استادان، برنامه‌های درسی نامناسب و ابزارهای آموزشی بی‌کیفیت را از جمله عوامل ضعف

دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی دانسته‌است. مهم‌ترین راهکار نویسنده برای رفع این مشکلات، تأسیس گرایش جدیدی در حوزه آموزش زبان عربی است.

عبدالسلام (۲۰۰۲: ۱۶۱) در تحقیقی با عنوان «برنامه توسعه سازمان ملل متحد و صندوق عرب برای توسعه اقتصادی و اجتماعی عرب، گزارش توسعه انسانی ۲۰۰۲: ایجاد فرصت برای نسل‌های آینده» به این نتیجه رسید که گروه‌های زبان و ادبیات عربی دانشگاه‌ها می‌توانند با هماهنگی ساختن نظام آموزشی متناسب با واقعیت‌ها و نیازهای جامعه و بازار کار، در جهت ایجاد فرصت‌های اشتغال برای نسل‌های آینده و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور گام بردارند. شریف‌زاده (۲۰۰۵) در تحقیقی با عنوان «جنسیت به عنوان تعیین‌کننده عملکرد کسب‌وکار کوچک» به این نتیجه رسید که می‌توان از طریق آموزش‌های کارآفرینی متناسب با نیازهای رشته زبان و ادبیات عربی که ضروری‌ترین عامل دادوستد علمی و فرهنگی بیشتر رشته‌های علوم انسانی است در جهت ایجاد و تقویت قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان این رشته گام برداشت و درصدد رفع مشکل اشتغال دانشجویان این رشته برآمد. چراکه دانشجویان کارآفرین به لحاظ آموزشی که می‌بینند فرصت‌های اقتصادی سودمند و جدید را بهتر می‌توانند تشخیص دهند.

۳. روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی است و از جنبه جمع‌آوری اطلاعات، از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق را دانشجویان دوره‌های تحصیلات تکمیلی رشته زبان و ادبیات عربی دانشگاه رازی و پیام نور شهر کرمانشاه تشکیل داده‌اند که در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۱۳۹۵ در این دانشگاه‌ها مشغول به تحصیل بوده‌اند. تعداد کل دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته زبان و ادبیات عربی در این دانشگاه‌ها شامل ۱۳۸ دانشجوی کارشناسی ارشد و ۴۲ نفر دانشجوی دوره دکتری بودند که بر اساس جدول

کرجسی و مورگان^۱ (۱۹۹۸) تعداد ۱۴۰ نفر شامل ۱۰۳ نفر دانشجوی کارشناسی ارشد و ۳۷ نفر دانشجوی دوره دکتری، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که برای نمونه‌گیری، از روش تصادفی نسبی استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه محقق بود که به منظور بررسی روایی ابزار تحقیق، پرسشنامه در اختیار متخصصین و صاحب‌نظران موضوعی قرار گرفت و پس از انجام اصلاحات، مورد تأیید واقع شد. برای تعیین پایایی (اعتبار) ابزار تحقیق نیز، با انجام آزمون مقدماتی از تعداد ۳۰ نفر از دانشجویان، آلفای کرونباخ به دست آمده برای هر یک از متغیرها به ترتیب، آموزش‌های فعلی دانشگاهی (۰/۸۷)، آموزش‌های ارائه‌شده به وسیله آموزشگران (۰/۸۹)، چالش‌های آموزشی فعلی دانشگاه (۰/۹۱)، به دست آمد. خلاصه نتایج در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۱: نتایج مربوط به آلفای کرونباخ برای هر یک از زیرمقیاس‌های پرسشنامه (برای نمونه‌ای به حجم ۳۰ نفر)

عنوان متغیر	میزان آلفای کرونباخ	تعداد سوالات
آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی	۱۳	۰/۸۷
آموزش‌های ارائه‌شده به وسیله آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی	۱۴	۰/۸۶
چالش‌های آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی	۱۰	۰/۹۱

سوالات مربوط به هر یک از زیرمقیاس‌های پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت پنج‌مقوله‌ای (از بسیار نامناسب تا کاملاً مناسب) تنظیم شد و پس از جمع‌زدن گویه‌ها در سطح فاصله‌ای سنجیده شد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، از آماره‌های میانگین^۲، میانه^۳، نما^۴ و ضریب تغییرات^۵ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با نرم‌افزار SPSS انجام پذیرفت.

۱. جدول کرجسی و مورگان یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است. جدول کرجسی و مورگان در واقع حاصل زحماتی است که robert v. krejcie و daryle w. morgan کشیده‌اند و به‌ازای مقادیر مختلف از اندازه‌های جامعه حجم نمونه را برآورد می‌کند.
۲. جمع داده‌ها تقسیم بر تعداد.
۳. داده‌ای که در وسط مشاهدات قرار می‌گیرد.
۴. داده‌ای که بیشترین بار در میان مشاهدات تکرار شده است.
۵. میزان پراکندگی به‌ازای یک واحد از میانگین را بیان می‌کند.

۴. یافته‌ها

هدف اول: بررسی ویژگی‌های فردی دانشجویان

یافته‌های حاصل از ویژگی‌های فردی دانشجویان بیانگر آن است که از تعداد ۱۴۰ نفر دانشجوی مورد مطالعه تعداد ۸۶ نفر (۶۱٪) دختر و تعداد ۵۴ نفر (۳۹٪) پسرند. بیشترین فراوانی سنی در طبقه ۳۱-۲۷ سال قرار دارد. تعداد ۹۲ نفر (۶۶٪) از دانشجویان مجرد و بقیه متأهل بودند. تعداد ۹۸ نفر (۷۰٪) از دانشجویان صرفاً دانشجوی و تعداد ۴۲ نفر (۳۰٪) دانشجو و شاغل‌اند. تعداد ۱۲۱ نفر (۸۶٪) هیچ‌گونه تجربه‌ای در خصوص راه‌اندازی یک کسب‌وکار مستقل نداشتند.

هدف دوم: بررسی وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

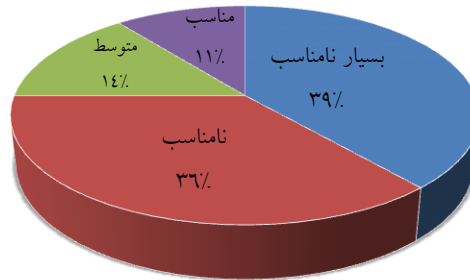
برای ارزیابی آموزش‌های فعلی دانشگاه از تعداد ۱۳ گویه (که با توجه به نظر کارشناسان و متخصصان رشته زبان و ادبیات عربی با همکاری گروه‌های اقتصاد و کارآفرینی تهیه شده‌است) و روایی و پایایی این گویه‌ها (قابلیت اتکا) از طریق آزمون‌های پایداری (آلفای کرونباخ) به تأیید رسیده‌است) استفاده شده که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵ تنظیم شده بودند. کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخ‌گو به ترتیب ۱۳ و ۶۵ بوده‌است. یافته‌های حاصل در جدول شماره ۲ نشان می‌دهد اکثر دانشجویان (۴۵٪) آموزش‌های فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی بسیار نامناسب می‌دانند.

جدول شماره ۲: وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

وضعیت	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
بسیار نامناسب	۵۴	۳۹٪	۳۹٪
نامناسب	۵۱	۳۶٪	۷۵٪
متوسط	۲۰	۱۴٪	۸۹٪
مناسب	۱۵	۱۱٪	۱۰۰٪

نتایج مربوط به وضعیت آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی نمودار (۱) به نمایش گذاشته شده‌است.

نمودار ۱: وضعیت آموزش های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی



همان‌طور که از نمودار (۱) پیداست، وضعیت آموزش های فعلی دانشگاهی در ایجاد قابلیت های کارآفرینی در دانشجویان کارایی لازم را ندارد و ۷۵ درصد (۱۰۵ نفر) از مشارکت کنندگان در این تحقیق این فرضیه را تأیید می کنند و این آموزش ها را نامناسب یا بسیار نامناسب می بینند. همچنین تعداد ۱۵ نفر (۱۱ درصد) از پاسخ دهندگان این آموزش ها را مناسب و تعداد ۲۰ نفر (۱۴ درصد) آن ها را متوسط می دانند.

در اولویت بندی میزان تناسب آموزش های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی «استفاده از روش های نوین تدریس^۱ به جای روش های سنتی» با بیشترین میانگین و با کمترین ضریب تغییرات (۰/۳۶۲۴) در رتبه اول جای گرفت که وضعیت این گویه نسبت به سایر گویه ها مطلوب تر است؛ زیرا هرچه ضریب تغییرات کم تر باشد، دقت و تمرکز (ثبات) پاسخ مشارکت کنندگان افزایش می یابد. پس از آن هدایت دانشجویان به انجام کارهای کاربردی در جامعه با ضریب تغییرات (۰/۳۷۵۹) قرار دارد. در آخرین رتبه جدول نیز «توأم بودن دروس نظری با کار عملی» با ضریب تغییرات (۰/۶۰۵۶) قرار دارد که وضعیت مطلوبی برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه ندارد.

جدول شماره ۳: اولویت بندی میزان تناسب آموزش های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه ها
۱	۰/۳۶۲۴	۰/۸۳	۲/۷۵	استفاده از روش های نوین تدریس به جای روش های سنتی
۲	۰/۳۷۵۹	۰/۸۱	۲/۳۵	هدایت دانشجویان به انجام کارهای کاربردی در جامعه
۳	۰/۴۱۸۹	۰/۷۹	۲/۱۱	شرایط مناسب برای مشارکت دانشجویان در فرآیند آموزش

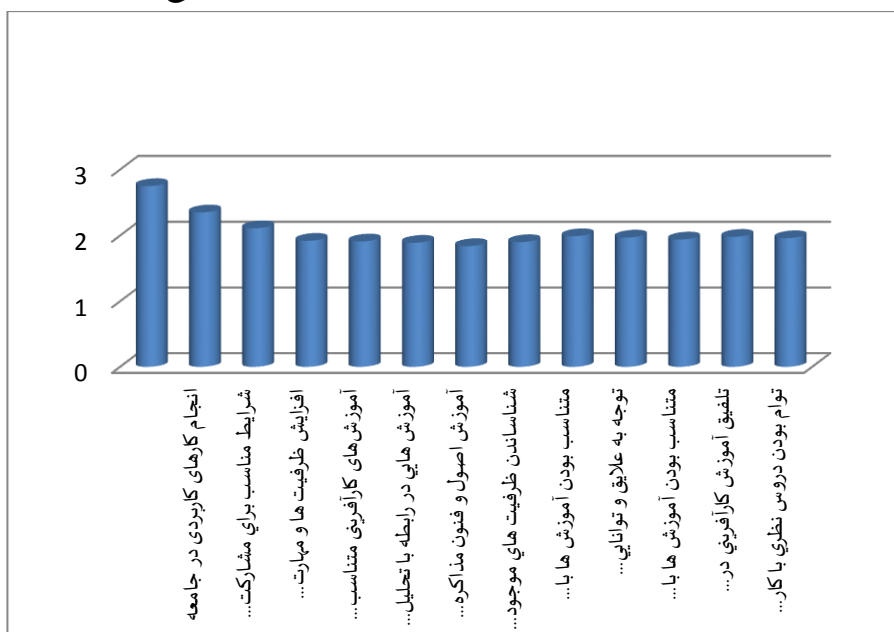
^۱ - که در جدول ۲ ویژگی های آن به طور کامل آمده است.

ارزیابی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی... مصطفی جوانرودی و دیگران

۴	۰/۴۲۲۳	۰/۸۹	۱/۹۲	افزایش ظرفیت‌ها و مهارت‌های مربوط به کارآفرینی در دانشجویان
۵	۰/۴۳۱۱	۰/۷۸	۱/۹۱	آموزش‌های کارآفرینی متناسب با نیازهای رشته
۶	۰/۴۳۷۸	۰/۸۹	۱/۸۹	آموزش‌هایی در رابطه با تحلیل اقتصادی و اجتماعی
۷	۰/۴۴۵۶	۰/۹۱	۱/۸۴	آموزش اصول و فنون مذاکره و بازاریابی اقتصادی
۸	۰/۴۵۲۳	۰/۸۱	۱/۹۰	شناساندن ظرفیت‌های موجود کارآفرینی در رشته
۹	۰/۴۵۷۸	۰/۸۲	۱/۹۹	متناسب بودن آموزش‌ها با نیازهای شغلی دانشجویان
۱۰	۰/۴۶۱۴	۰/۸۶	۱/۹۷	توجه به علائق و توانایی دانشجویان در ایجاد شغل و کسب‌وکار مستقل
۱۱	۰/۴۷۴۵	۰/۸۳	۱/۹۴	متناسب بودن آموزش‌ها با نیازهای جامعه
۱۲	۰/۴۹۵۶	۰/۹۳	۱/۹۸	تلفیق آموزش کارآفرینی در برنامه درسی گروه‌های آموزشی
۱۳	۰/۶۰۵۶	۰/۸۵	۱/۹۶	توأم بودن دروس نظری با کار عملی

این وضعیت در نمودار ۲ نمایش داده شده است:

نمودار ۲: اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی



هدف سوم: بررسی وضعیت آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیله آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

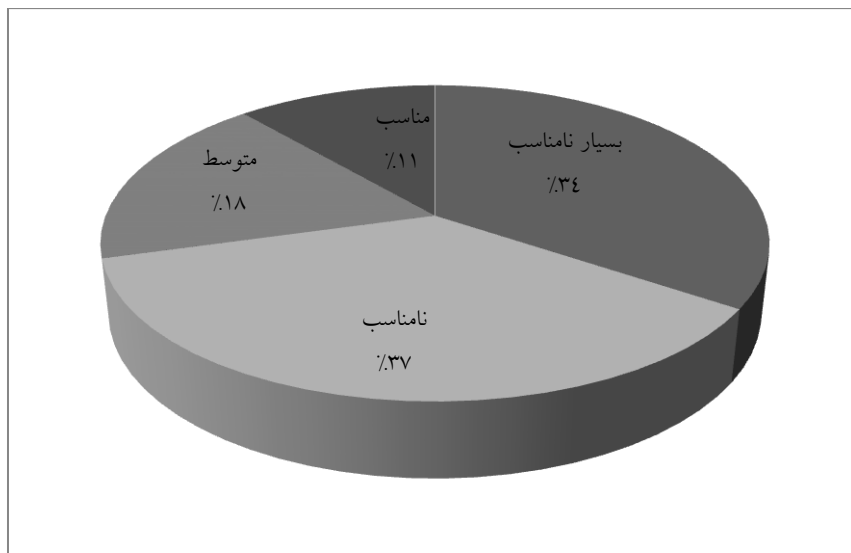
برای ارزیابی عملکرد آموزشگران دانشگاه از تعداد ۱۴ گویه استفاده شد که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵) تنظیم شده بود و کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخ‌گو به ترتیب ۱۴ و ۷۰ بوده‌است. یافته‌های حاصل از تحقیق در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که اکثر دانشجویان (۳۶٪) آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیله آموزشگران دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌دانند.

جدول شماره ۴: وضعیت آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیله آموزشگران برای ترویج کارآفرینی

وضعیت	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
بسیار نامناسب	۴۸	۰/۳۴	۰/۳۴
نامناسب	۵۱	۰/۳۶	۰/۷۰
متوسط	۲۵	۰/۱۸	۰/۸۸
مناسب	۱۶	۰/۱۲	۰/۱۰۰

نتایج مربوط به آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیله آموزشگران برای ترویج کارآفرینی در نمودار (۳) به نمایش گذاشته شده است.

نمودار ۳: وضعیت آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیله آموزشگران برای ترویج کارآفرینی



ارزیابی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی... مصطفی جوانودی و دیگران

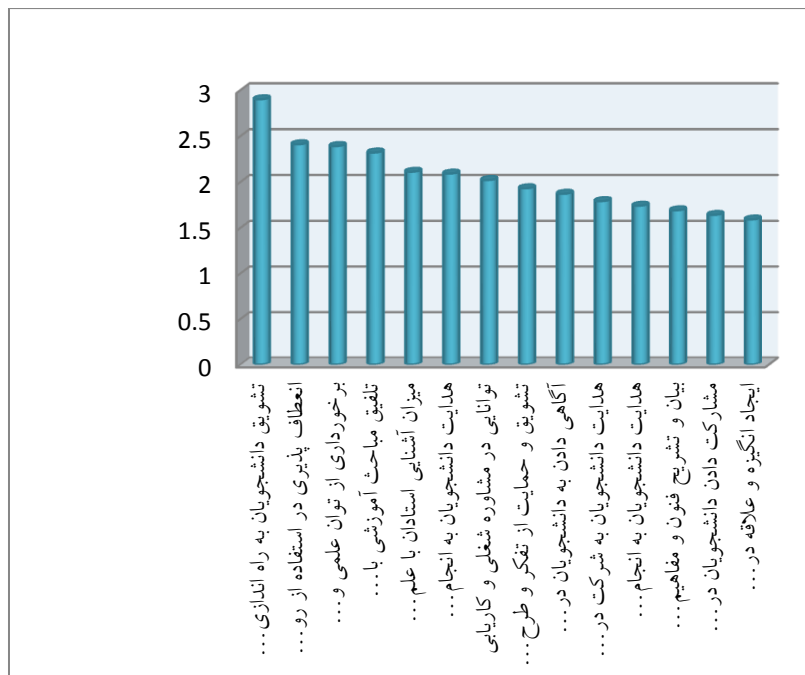
در اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیلهٔ آموزشگران دانشگاه برای ترویج کارآفرینی، «تشویق دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل» با ضریب تغییرات ۰/۳۳۹ جای گرفته است. این موضوع بدین معنی است که از نظر دانشجویان، وضعیت این گویه برای نقشی که آموزشگران در جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه دارند، نسبت به سایر گویه‌ها مطلوب‌تر است. در آخرین رتبهٔ جدول نیز ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش با ضریب تغییرات ۰/۴۵۳۱ قرار دارد.

جدول شمارهٔ ۵: اولویت‌بندی میزان تناسب آموزش‌های ارائه‌شده به‌وسیلهٔ آموزشگران برای ترویج

کارآفرینی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۳۹	۰/۹	۲/۹	تشویق دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل
۲	۰/۳۵۴	۰/۸۶	۲/۴۱	چانه‌عطف‌پذیری در استفاده از روش‌های تدریس متنوع و نوین
۳	۰/۳۶۵	۰/۸۷	۲/۳۹	برخورداری از توان علمی و مهارت عملی در خصوص موضوع درسی
۴	۰/۳۸۹	۰/۷۹	۲/۳۲	تلفیق مباحث آموزشی با نوآوری‌های تازه در دروس
۵	۰/۳۹۹	۱/۱	۲/۱۱	میزان آشنایی استادان با علم کارآفرینی
۶	۰/۴۰۱۳	۰/۸۹	۲/۰۹	هدایت دانشجویان به انجام کارهای عملی جهت بالا بردن توان حل مسئله
۷	۰/۴۱۴۳	۰/۸۴	۲/۰۲	توانایی در مشاوره شغلی و کاریابی
۸	۰/۴۲۵۳	۰/۸۵	۱/۹۳	تشویق و حمایت از تفکر و طرح‌های خلاق دانشجویان
۹	۰/۴۲۷۸	۰/۹۲	۱/۸۷	آگاهی دادن به دانشجویان در مورد نیازهای جامعه و اشتغال
۱۰	۰/۴۳۱۱	۱/۱۷	۱/۷۹	هدایت دانشجویان به شرکت در بازدیدهای علمی
۱۱	۰/۴۳۵۶	۰/۹۳	۱/۷۴	هدایت دانشجویان به انجام کارهای گروهی
۱۲	۰/۴۳۹۸	۰/۸۸	۱/۶۹	بیان و تشریح فنون و مفاهیم مختلف در ارتباط با موضوع کارآفرینی
۱۳	۰/۴۴۰۲	۰/۸۳	۱/۶۴	مشارکت دادن دانشجویان در برنامه درسی و تدریس
۱۴	۰/۴۵۳۱	۰/۹۹	۱/۵۹	ایجاد انگیزه و علاقه در دانشجویان جهت انجام تحقیق و پژوهش

نمودار ۴: اولویت بندی میزان تناسب آموزش های ارائه شده توسط آموزشگران برای ترویج کارآفرینی



هدف چهارم: بررسی وضعیت چالش آموزش های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

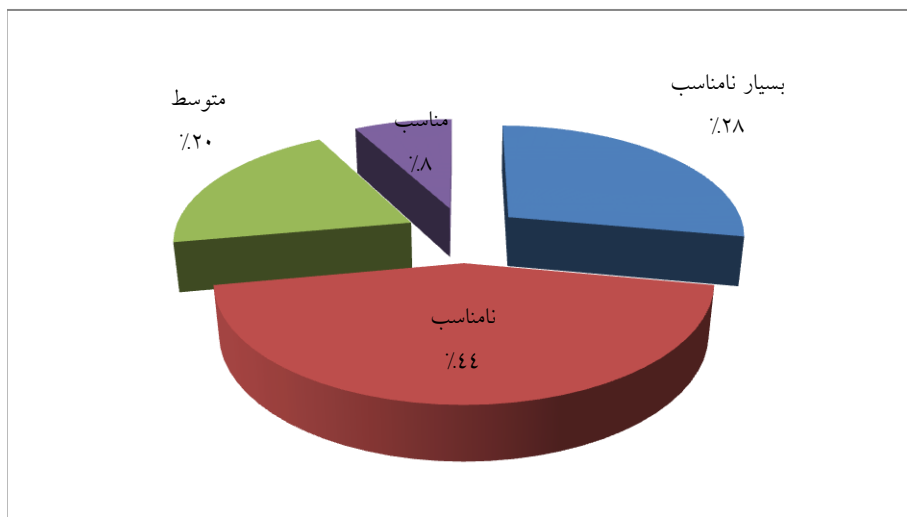
برای ارزیابی محتوای آموزش های فعلی دانشگاه از تعداد 10 گویه استفاده شد که بر اساس طیف لیکرت (بسیار نامناسب: ۱، نامناسب: ۲، متوسط: ۳، مناسب: ۴، کاملاً مناسب: ۵) تنظیم شده بود و کمترین و بیشترین امتیاز برای هر پاسخ گو به ترتیب ۱۰ و ۵۰ بوده است. یافته های حاصل از تحقیق در جدول نشان می دهد اکثر دانشجویان، محتوای آموزشی فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می دانند.

جدول شماره ۶: وضعیت محتوای آموزش های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

وضعیت	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
بسیار نامناسب	۳۹	۰/۲۸	۰/۲۸
نامناسب	۶۲	۰/۴۴	۰/۷۲
متوسط	۲۸	۰/۲۰	۰/۹۲
مناسب	۱۱	۰/۰۸	۰/۱۰۰

نتایج مربوط به وضعیت محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی در نمودار (۵) به نمایش گذاشته شده است.

نمودار ۵: وضعیت محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی



همان‌طور که از نمودار (۵) ملاحظه می‌شود وضعیت محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی بهره‌وری لازم را ندارد و ۷۲ درصد از مشارکت‌کنندگان در تحقیق محتوای آموزشی فعلی را نامناسب یا بسیار نامناسب می‌بینند. همچنین ۸ درصد از پاسخ‌دهندگان این آموزش‌ها را مناسب و ۲۰ درصد آن‌ها را متوسط می‌دانند.

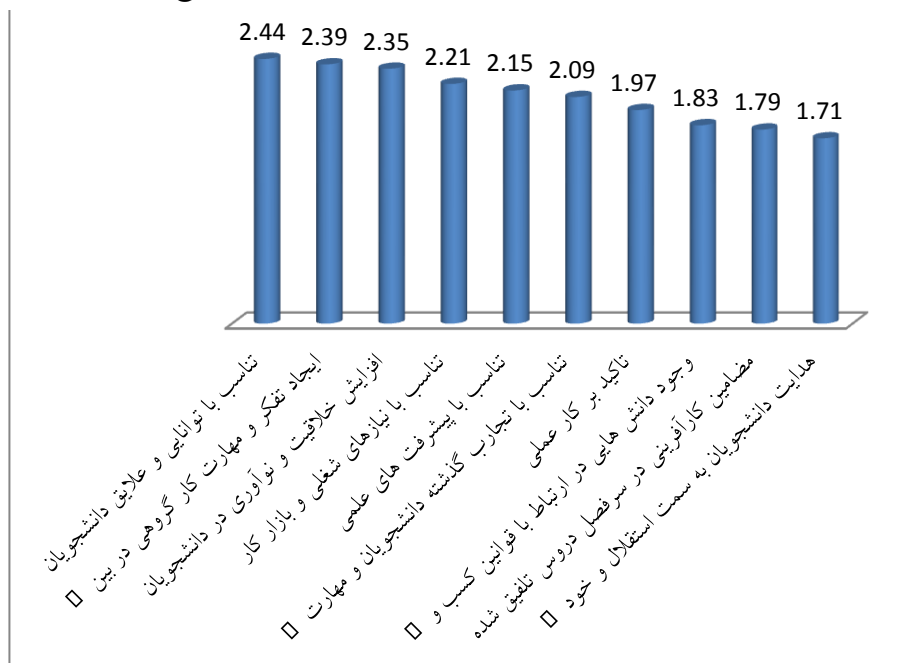
در اولویت‌بندی میزان تناسب محتوای آموزش‌های فعلی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی، «تناسب محتوای آموزشی با توانایی و علایق دانشجویان» با کمترین ضریب تغییرات در رتبه اول جای گرفته است. این موضوع به این معنی است که از نظر دانشجویان، وضعیت این گویه برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه نسبت به سایر گویه‌ها مطلوب‌تر است. پس از آن «ایجاد تفکر و مهارت کارگروهی در بین دانشجویان» با ضریب تغییرات ۰/۳۶۴۴ قرار گرفته است. در آخرین رتبه جدول «هدایت دانشجویان به سمت استقلال و خوداتکایی» دارای بیشترین ضریب تغییرات بوده و وضعیت مطلوبی برای ترویج کارآفرینی در دانشگاه ندارد و می‌بایست بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

جدول شماره ۷: اولویت‌بندی میزان تناسب محتوای آموزشی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی

رتبه	ضرب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۴۴۱	۰/۸۲	۲/۴۴	تناسب با توانایی و علائق دانشجویان
۲	۰/۳۶۴۴	۰/۸۹	۲/۳۹	ایجاد تفکر و مهارت کار گروهی در بین دانشجویان
۳	۰/۳۷۵۴	۰/۷۸	۲/۳۵	افزایش خلاقیت و نوآوری در دانشجویان
۴	۰/۳۸۱۳	۰/۹۵	۲/۲۱	تناسب با نیازهای شغلی و بازار کار
۵	۰/۳۸۹۸	۰/۸۱	۲/۱۵	تناسب با پیشرفت‌های علمی
۶	۰/۳۹۲۳	۰/۸۲	۲/۰۹	تناسب با تجارب گذشته دانشجویان و مهارت‌های آنها
۷	۰/۴۰۲۳	۰/۸۱	۱/۹۷	تأکید بر کار عملی
۸	۰/۴۰۸۹	۰/۹۲	۱/۸۳	وجود دانش‌هایی در ارتباط با قوانین کسب و کار
۹	۰/۴۱۴۵	۰/۸۸	۱/۷۹	مضامین کارآفرینی در سرفصل دروس تلفیق شده
۱۰	۰/۴۳۶۹	۰/۸۳	۱/۷۱	هدایت دانشجویان به سمت استقلال و خوداتکایی

در نمودار ۶ نیز این وضعیت به نمایش گذاشته شده است:

نمودار ۶: اولویت بندی میزان تناسب محتوای آموزشی دانشگاه برای ترویج کارآفرینی



۵. نتیجه‌گیری

ترویج کارآفرینی رهیافتی جدید در نظام آموزش عالی است. در این خصوص باید توجه نمود که تنها به کارگیری روش‌های آموزشی متداول (اگرچه از لحاظ انتقال دانش و اطلاعات می‌تواند سودمند باشد)، اثربخشی چندانی در شکل‌گیری مهارت‌ها، ویژگی‌ها و رفتارهای کارآفرینانه دانشجویان نخواهند داشت. لذا در تدوین شیوه‌های آموزشی بایستی دقت شود، و به گونه‌ای باشند که امکان به روز نمودن خلاقیت‌ها و ایده‌پردازی‌ها را در دانشجویان ایجاد نماید. دانشجویان بایستی به نحوی آموزش ببینند که به دنبال یافتن مسئله و پیدا کردن راه‌حل‌های مناسب برای آن باشند. آن‌ها در برنامه آموزش کارآفرینی بایستی بیاموزند که چگونه افرادی نوآور و خلاق باشند. در این خصوص آموزش دیدن در محیط واقعی کارآفرینانه، از جمله راهکارهای دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی است. با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر، جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه می‌توان به نکات زیر اشاره نمود:

اکثر دانشجویان آموزش‌های فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی، مناسب نمی‌دانند که در این پژوهش این وضعیت بیشتر ناشی از روش‌های سنتی و قدیمی تدریس (با میانگین ۲/۷۵ و انحراف معیار ۰/۳۶) و هدایت نکردن دانشجویان به انجام کارهای کاربردی در جامعه (با میانگین ۲/۳۵ و انحراف معیار ۰/۳۷) برآورد شده است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد از مشارکت‌کنندگان در این تحقیق آموزش‌های ارائه شده به وسیله استادان را نامناسب یا بسیار نامناسب می‌دانند که این وضعیت بیشتر ناشی از تشویق نکردن دانشجویان به راهاندازی کسب‌وکار مستقل (با میانگین ۲/۹ و انحراف معیار ۰/۹) برآورد شده است.

در نهایت نتایج این پژوهش نشان داد که ۷۲ درصد از دانشجویان محتوای آموزشی فعلی دانشگاه را برای ترویج کارآفرینی نامناسب می‌دانند که این حالت بیشتر به دلیل نامتناسب بودن آموزش‌های ارائه شده با علاقه و توانایی دانشجویان ارزیابی شد.

نتایج حاصل از این تحقیق با پژوهش‌های عزیز (۱۳۸۲)، خلعتی توسل (۱۳۷۹) و غفاری (۱۳۸۷) همخوانی دارد. به نظر می‌رسد برنامه‌های آموزشی موجود، در جهت ترویج کارآفرینی در دانشگاه تدوین نشده است. این نکته ضرورت بازبینی و انجام تغییر یا اصلاحات در هر یک از عوامل مورد مطالعه و استفاده از الگوهای جدید را در امر آموزش بیان می‌کند.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیات پژوهش، پیشنهادهای زیر در جهت ارتقای آموزش‌های فعلی دانشگاه، آموزش‌های ارائه شده به وسیله استادان و همچنین محتوای آموزشی فعلی قابل بیان است:

□ استفاده از استادان متخصص کارآفرینی در کنار سایر اساتید گروه زبان و ادبیات عربی،

□ برگزاری کارگاه‌های آموزش کارآفرینی برای استادان گروه زبان و ادبیات عربی،
 □ بازیابی سرفصل دروس و تلفیق مطالب مرتبط با موضوعات کارآفرینی در برنامه درسی دانشجویان.
 از نظر دانشجویان مهم‌ترین ویژگی محتوای آموزشی فعلی دانشگاه در ارتباط با ترویج کارآفرینی، «متناسب بودن محتوای آموزشی با توانایی‌ها و علایق آن‌ها» و همچنین «ایجاد تفکر و مهارت کارگروهی در بین دانشجویان» و از مهم‌ترین ویژگی‌های آموزش‌های ارائه‌شده به وسیله آموزشگران «تشویق دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار مستقل» و از مهم‌ترین ویژگی‌های آموزش‌های فعلی دانشگاه «استفاده از روش‌های نوین تدریس به جای روش‌های سنتی» است؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود ضمن بهره‌گیری مناسب از این ویژگی‌ها، به سایر گویه‌های مورد مطالعه نیز به اندازه کافی توجه شود تا آن‌ها نیز در دستیابی به اهداف ترویج کارآفرینی در دانشگاه سودمند واقع شوند.

کتابنامه

۱) عربی

بنت عبدالرحمن، اسماء، (۲۰۰۵)، *مستقبل التربية و التعليم في ماليزيا دراسة تطبيقية في جامعه العلوم الاسلامي في ماليزيا*، استشراف المستقبل، اوراق المؤتمر العلمي التاسع ۲۰۰۴، عمان-اردن، چاپ اول، منشورات جامعه فيلادلفيا.
 عبدالسلام، مصطفی محمود، ۲۰۰۲، «برنامج الأمم المتحدة الإنمائي و الصندوق العربي للإئماء الاقتصادية و الاجتماعي تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ۲۰۰۲: خلق الفرص للأجيال القادمة»، *المستقبل العربي*، العدد ۲۸۶، ص ۱۵۷-۱۶۱.

۲) فارسی

احمد پورداریانی، محمود، (۱۳۸۳)، *کارآفرینی؛ نظریات و الگوها*، چاپ پنجم، انتشارات پردیس ۵۷.

۳) مقالات

سلیمی، علی. (۱۳۸۶)، «آموزش عربی در مدارس و دانشگاه‌های ایران (نقص‌ها، کاستی‌ها و راهکارها)»، *مجموعه مقالات همایش مدیران گروه‌های عربی کشور*. دانشگاه بوعلی همدان.
 شفیع‌زاده، ح. (۱۳۸۶)، *دانشگاه کارآفرین: دانشگاه هزاره سوم*. *مجموعه مقالات همایش سراسری علمی- پژوهشی آموزش عالی در هزاره سوم*. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن. صفحات ۱۱۱-۱۲۱
 غفاری، (۱۳۸۷)، *بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک*. *مجموعه مقالات همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش‌های علمی- کاربردی کشاورزی*، صفحات ۳۹۴-۴۱۰.

ارزیابی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی... مصطفی جوانرودی و دیگران

لامعی، ب. (۱۳۸۲)، توسعه آموزش کارآفرینی در ایران: موانع و راهکارها. تهران: وزارت کار و امور اجتماعی، موسسه کار و تأمین اجتماعی. صفحه ۱۳۴

میرزایی، فرامرز؛ سلیمی، علی. «نقش‌آفرینی گروه‌های زبان و ادبیات عربی در توسعه علمی دانشگاه‌ها». (۱۳۸۹)، انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی. شماره ۱۴، صص ۱۱۹-۱۳۷.

میراسماعیلی، ا. و رشمه، (۱۳۸۷)، چالش‌های فراروی دانشگاه کارآفرین همایش ملی بهره‌وری: میثاق راهبردی دولت، صنعت و دانشگاه. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت. صفحات ۳۷۰-۳۷۷.

هزارجریبی، ج. (۱۳۸۴)، کارآفرینی. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی. صفحات ۸۵-۸۶.

۴) پایان‌نامه‌ها

هزار جریبی، ج. (۱۳۸۳)، بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران؛ رساله دکتری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان.

عزیزی، م. (۱۳۸۲)، بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی

۵) منابع انگلیسی

Charney, A., & Libecap, G, D, (2000), Impact of entrepreneurship education, insights, A Kauffman Research Servies, The Kaffman centre for entrepreneurial education, Missouri, USA.

Gibb, A, (1990), In pursuit of frameworks for the development of growth models of the small business, International small business Journal, 19(1), 15-31.

Luczkiw, Eugene,(2008), "Entrepreneurship Education in an Age of Chaos, Complexityand Disrupti ve Change", OECD Education & skills, No,18, pp.65-93.

Sexton, D, L,, & Bowman.

Upton, N, (1987), Evaluation of an innovative approach to teaching entrepreneurship, Journal of Small Business Management, 25(1), 35—43.

Sharifzadeh, D,, & Zamani, A, (2005), Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British Study, Small Business Economics, 8(6), 463- 478.

Smit, A, B, (2004), Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in agriculture, Agricultural Economics Research Institute, Wageningen University and Research Institute, The Netherlands.

Verhul, I, (2001), An eclectic theory of entrepreneurship, Tinbergen, Institut discussion paper institute for development strategies, Indiana University.

تقييم حالة التعليم الجامعية لتعزيز ريادة الأعمال في اللغة العربية وآدابها

تركيزاً على المحتوى التعليمي وطرق التدريس

مصطفى جوانرودي^{١*}، نسيم شريفى^٢، إحسان رستمى^٣

١. أستاذ مساعد في قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة بيام نور

٢. طالبة الماجستير في اللغة العربية وآدابها بجامعة بيام نور

٣. طالب الدكتوراه في الاقتصاد بجامعة رازى كرمانشاه

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق التعليم الجامعي لتعزيز الريادة بين طلبة الدراسات العليا في فرع اللغة العربية وآدابها بمحافظة كرمانشاه، في سنة ١٣٩٥-١٣٩٤ ه.ش. يركّز هذا البحث على ١٣٨ طالباً في مرحلة الماجستير و ٤٢ طالباً في مرحلة الدكتوراه، و تم اختيار ١٤٠، وفقاً لجدول مورغان، عن طريق أخذ عينات عشوائية. والبحث يسير إلى هدف تطبيقي وكان منهجه وصفي - ارتباطي. كانت أداة جمع البيانات هي استبيان الباحثين و حصل استقراره من عامل ألفا كرونباخ. تم إجراء التحليل الإحصائي لاستخراج البيانات باستخدام نظام SPSS18 للبرمجة. وأظهرت النتائج - وفقاً لآراء الطلبة - أنّ التعليم الجامعية الموجودة والتعليم الجامعية المقدمّة من قبل المعلمين والمحتوى التعليمي الحالي، غير كافية لتعزيز روح المبادرة. والطلاب يعتقدون أيضاً أنّ أهمّ خصائص التدريس الحالي، استخدام أساليب تدريس جديدة بدلاً من الطرق التقليدية وأهمّ خصائص أساتذة الجامعات هي خلق الباعث والرغبة في الطلاب للدراسة والبحث وأهمّ خصائص المحتوى التعليمي الحالي هي ملائمتها مع قدرات الطلاب ورغباتهم.

الكلمات الرئيسية: ريادة الأعمال؛ المحتوى التعليمي؛ التعليم الجامعية؛ اللغة العربية وآدابها.