

ظرفیت‌ها، راهکارها و اصول کارآفرینی و تجاری‌سازی

در رشته زبان و ادبیات عربی

روح‌الله صیادی‌نژاد^{۱*}، امیرحسین عبدلی^۲

۱. استادیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد زبان و ادبیات عربی دانشگاه کاشان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۰۶

چکیده

در این عصر، کارآفرینی و تجاری‌سازی، وظیفه ذاتی همه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی سراسر جهان به شمار می‌آید که در بسیاری از رشته‌ها پدیدار شده و در حال توسعه است. رشته زبان عربی نیز یکی از رشته‌های دانشگاهی مادر در حوزه علوم انسانی است که با توجه به حوزه کاربرد گسترده زبان عربی و همچنین وجود ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و آیینی ارزشمند، قابلیت‌های حضور در عرصه تجاری‌سازی و کارآفرینی را دارد. در این پژوهش که با روش توصیفی - تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع علمی تخصصی در زمینه کارآفرینی انجام شده است، می‌کوشیم الگوهای کارآفرینی و تجاری‌سازی این رشته را با رویکردی علمی ارائه کنیم.

دست‌آورد این پژوهش بیانگر آن است که در ایران، ظرفیت‌های نهان و آشکار بسیاری برای رشد و شکوفایی نخبگان و دانش‌آموختگان این رشته وجود دارد؛ اما بی‌شک ایجاد یک نهاد سازمان‌یافته و متمرکز بر نیازهای جامعه به این رشته و جذب استعدادهای دانشگاهی پرورش‌یافته در این زمینه ضروری است تا بتواند با نیازسنجی درست از ظرفیت‌های علمی کشور بیشترین بهره را ببرد و میان عرضه و تقاضا در این رشته تناسب ایجاد کند.

کلیدواژه‌ها: رشته زبان و ادبیات عربی؛ کارآفرینی؛ ظرفیت‌ها و فرصت‌ها؛ تجاری‌سازی.

مقدمه

بدون شک ذات زبان، ایجادکننده ارتباط و تعامل میان انسان‌هاست و این امر نشان‌دهنده نیازی بی‌همتا و تقاضایی همیشگی برای این محصول در میان جوامع انسانی است که می‌تواند بستری ارزشمند برای تجاری‌سازی و کارآفرینی باشد. رشته زبان و ادبیات عربی در بُعد توانش زبانی دارای مخاطبی به وسعت بیش از ۲۰ کشور عربی و ۵۰ کشور اسلامی است و در بُعد ادبی و لغوی رشته‌ایی است با دامنه‌ای بین‌المللی که بیش از صدها دانشگاه و مرکز علمی - پژوهشی مشهور در سراسر جهان به آموزش و تحقیقات در زمینه‌ها و موضوعات متعدد آن مشغول هستند. از سویی دیگر، در عرصه کارآفرینی و تجاری‌سازی، مخاطب‌سنجی و فهم صحیح از بازار تقاضا از مهم‌ترین ارکان ورود به فرایند اقتصادی است که پس از انجام تحقیقات لازم و آماده‌سازی زیرساخت‌های اساسی آن، زمینه اصلی گسترش اقدامات کارآفرینانه را برای دانش‌آموختگان و استادان این رشته فراهم می‌آورد. اگر رشته زبان عربی بخواهد در عرصه کارآفرینی میان سایر رشته‌های علمی برجسته و ممتاز باشد، باید به این نکته توجه کند که کارآفرینی تحت تأثیر رشته‌های مختلف مانند روان‌شناسی و جامعه‌شناسی قرار دارد (مقیم، ۱۳۹۲: ۱۰۱). بنابراین استفاده از کارشناسان این رشته‌ها در کنار متخصصان زبان عربی ضروری است.

یکی از بنیادی‌ترین اقدامات عملی برای نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در میان استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی، ایجاد واحدهای درسی حتی به صورت اختیاری در مقاطع کارشناسی تا دکتری در موضوعات مرتبط و موردنیاز کارآفرینی است. اغلب مطالعات انجام‌شده در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهند که کارآفرینی، مهارتی آموختنی است و به همین دلیل خبرگان این رشته، آموزش‌پذیر بودن آن را بیشتر از ذاتی بودن آن قبول دارند؛ چراکه سطح نوآوری‌هایی که در کسب‌وکارها به وجود می‌آید، با میزان آموزش‌هایی که مدیران (کارآفرین) دریافت می‌کنند ارتباط مستقیم دارد (باقرصاد، ۱۳۹۱: ۲).

مطمناً ایجاد نگاهی ارزشمند و نگرشی پویا به کارآفرینان با نگرش بازدهی مادی و معنوی به آن بسیار اثرگذار است؛ چراکه کارآفرینان سرمایه‌سازانی هستند که توقف و رکود در منطق ذهنی و مغز کارای آنها وجود ندارد و کسی که همواره در پی ایجاد سرمایه و کار است، بخشندگی جزئی ساده از وجود اوست (خدایاری، ۱۳۹۱: ۲). از سوی دیگر پشتیبانی از این رشته

در آغاز ایجاد تحول اقتصادی هم از سوی نهادهای علمی همچون وزارت علوم و هم از سوی نهادهای تجاری و بازرگانی، از ضروریات کارآفرینی به شمار می‌آید. در اثر این نگرش خواهد بود که علاوه بر ایجاد انگیزه در میان دانشجویان و استادان دانشگاه در این رشته، می‌توان مسیر دشوار تحول علمی - اقتصادی را که هدف ذاتی کارآفرینی و تجاری‌سازی است، با رشد روزافزون طی نمود. البته باید توجه داشت که تأمین منابع مالی شرط نخست شکل‌گیری و ضامن بقای فرایند کارآفرینی است که متأسفانه نتایج برنامه‌دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۰ میلادی در میان ۵۳ کشور، رتبه ایران در شاخص پشتوانه مالی برای کسب‌وکارهای جدید و در حال رشد ۵۲ است (کردنائیج، ۱۳۹۲: ۲).

در این جستار نویسندگان می‌کوشند به شیوه توصیفی - تحلیلی، ظرفیت‌ها، راهکارها و اصول کارآفرینی و تجاری‌سازی در رشته زبان و ادبیات عربی را بررسی کنند و به این پرسش‌ها پاسخ گویند:

۱. قابلیت رشته زبان و ادبیات عربی برای ورود به عرصه بازار کار به چه میزان است؟
۲. نیاز دستگاه‌های دولتی و بخش خصوصی در به‌کارگیری و بهره‌وری از دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی تا چه اندازه است؟
۳. رویکردهای علمی - پژوهشی گروه‌های زبان و ادبیات عربی به عرصه کارآفرینی برای تربیت نیروی متخصص چگونه باید باشد؟

پیشینه تحقیق

از آنجاکه در سال‌های اخیر در ایران بیشتر به کارآفرینی در رشته‌های علوم پایه و فنی و پزشکی توجه شده، پژوهشگران بسیار اندکی به ظرفیت‌های کارآفرینی در علوم انسانی پرداخته‌اند. از میان پژوهش‌های اندک انجام‌شده در این زمینه می‌توان به این موارد اشاره کرد: حلاج یوسفی در مقاله‌ای با عنوان «کارآفرینی در علوم انسانی» (۱۳۹۰)، ضمن تأیید وجود ظرفیت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی به راه‌کارهایی مانند پیوند علم و صنعت اشاره کرده که باعث رشد کارآفرینی در این علوم می‌شوند.

ساسان رستمی و مریم سعدی در مقاله‌ای با عنوان «بررسی وضعیت مهارت‌های کارآفرینی در برنامه درسی و راهکارشناسی دانشکده فنی و مهندسی و دانشکده علوم انسانی از دیدگاه

دانش‌آموختگان دانشگاه مازندران» (۱۳۹۰)، به ضرورت وجود درس‌های کارآفرینی در درس‌های دانشجویان علوم انسانی اشاره کرده‌اند و این امر را پایه کسب مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار و تجارت می‌دانند و در نهایت نتیجه می‌گیرند که در برنامه درسی دانشکده علوم انسانی بیشترین توجه به مهارت‌های شخصی کارآفرینی و در برنامه درسی دانشکده فنی - مهندسی بیشترین توجه به مهارت‌های مدیریتی و فنی کارآفرینی شده‌است. اما متأسفانه در زمینه بررسی ظرفیت‌های کارآفرینی در علوم انسانی و به طور خاص در زبان عربی تاکنون پژوهشی همه‌جانبه و متمرکز انجام نشده که می‌کوشیم در این مقاله به طور جامع به ابعاد گسترده کارآفرینی و تجاری‌سازی در زبان عربی بپردازیم.

کارآفرینی و تجاری‌سازی در رشته زبان و ادبیات عربی

نخستین گام برای ایجاد روند تجاری‌سازی و کارآفرینی رشته‌های علمی هم‌زمان با شناخت ظرفیت‌های موجود در آن، آگاهی از مفهوم تجاری‌سازی است. کارشناسان حوزه اقتصاد، تجاری‌سازی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «هر فعالیت اعضای هیئت‌علمی است که منجر به خلق محصولات و خدمات دانشی شود که بتواند در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه به صورت مستقیم و غیرمستقیم مؤثر باشد» (طیسی، ۱۳۹۱: ۲). از سوی دیگر کارآفرینی را ایجاد ارزش جدید با شناسایی فرصت‌های جدید، جذب منابع موردنیاز برای تعقیب آن فرصت و ایجاد یک سازمان برای اداره آن منابع دانسته‌اند. در این راستا ما به ملزومات و زیرساخت‌های اساسی تجاری‌سازی و کارآفرینی در رشته زبان و ادبیات عربی اشاره می‌کنیم:

۱. آشنایی کامل با قوانین حقوقی و مسئولیت‌های مدنی حوزه تجاری خاص؛
۲. احاطه کامل به ارکان تجارت در محیط‌های مختلف تقاضا، نیاز، و گروه‌های مخاطب؛
۳. توجه کامل به تشکیل بازار کار از جمله: فروشنده، خریدار، واسطه، و معیارهای ارزش‌گذاری و...؛
۴. آگاهی بایسته از اصول مدیریت موفق برای اداره محیط تجاری به عنوان یک سیستم به‌هم‌پیوسته، به‌ویژه در موضوعات گردشگری، صادرات و واردات، مؤسسات ترجمه؛
۵. افزایش مهارت شناختی نسبت به فرایند تحلیل مسائل اقتصادی یا بهره‌گیری از مشاورین متخصص؛

۶. توانایی شناخت مبانی فرهنگی و اجتماعی که در رشد یا کاهش تقاضا و نیاز اثرگذارند، همچون باورهای دینی در مخاطب خاص که موجب افزایش تقاضا نسبت به فراگیری متون مذهبی - دینی می‌گردد.

ژوزف مک‌گرییر (۱۹۶۲) نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند. به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه‌نقدی ممکن است یکسان باشد، اما آنچه را که باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی چون هنجار، عقاید اجتماعی، پاداش رفتارها، و مکاتب دینی است (احمدپور داریانی، ۱۳۹۱: ۱۵).

نکته مهم دیگر در تحقق تجاری‌سازی و کارآفرینی در رشته‌ زبان و ادبیات عربی، توجه کافی به مهارت‌های تخصصی و ویژگی‌هایی شخصیتی همچون اعتمادبه‌نفس، توانایی کنترل و مخاطره‌پذیری (عسکراوغلی، ۱۳۹۲: ۱۱۰)، و همچنین ایجاد یک رویکرد جدید در مسئولان وزارت علوم برای پشتیبانی از این رشته در دانشگاه‌های سراسر کشور است. در مرحله اول، بایستی نگرش‌های کاربردی‌محور و کارآفرینانه در عرصه آموزش و پژوهش به صورت یکپارچه و هماهنگ در تمامی سطوح وزارتخانه‌ای پدید آید تا با ایجاد تفاهم‌نامه‌های قانونی میان وزارت علوم و سایر وزارتخانه‌های نیازمند به دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی، نخست منابع انسانی موردنیاز سازمان‌های دولتی در رشته زبان عربی تنها از دانش‌آموختگان این رشته تأمین شود تا بازار کار این رشته منحصراً در اختیار دانش‌آموختگان این رشته قرار گیرد و فرصت‌های کاری به‌وسیله رشته‌های مشابه اشغال نشود. در مرحله دوم متولیان آموزش رشته زبان و ادبیات عربی باید به ایجاد تغییر در روند کیفی و کمی آموزش در سطوح تحصیلات پایه و عالی همت گمارند و کارآفرینان و دانش‌آموختگان توانمندی را به عرصه اقتصادی وارد کنند. این تغییرات بایستی به صورت آزمایشی و با قراردادن محتواها و سرفصل‌های آموزش کار و کارآفرینی و ایجاد گرایش‌های اختصاصی برای کارآفرینی و تجاری‌سازی انجام گیرد؛ چراکه از این پس قرار است دانش‌آموختگان در این رشته نه تنها تأمین‌کننده نیازهای بازار کار و تجارت باشند، بلکه خود کارآفرین شوند و بنگاه‌های اقتصادی تشکیل دهند. از سوی دیگر نیز بر اساس قوانین جدید مجلس شورای اسلامی، دانشگاه‌های دولتی بایستی بتوانند به تدریج وابستگی خود را به بودجه دولتی کاهش داده و استقلال مالی خود را برقرار نمایند؛ همچنان که در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته نیز این استقلال مالی در دانشگاه‌ها وجود دارد (عزیزی، ۱۳۹۲: ۳۸).

ایجاد زیرساخت‌های میان‌سازمانی و قانون‌گرا

کارآفرینی سازمانی تلاشی است برای وارد کردن مهارت‌ها و طرز فکرهای کارآفرینان به درون شرکت‌های بزرگ و نهادینه کردن این ویژگی در فرهنگ سازمانی و فعالیت این شرکت‌ها (ناهد، ۱۳۹۲: ۲).

فرصت‌های کارآفرینی چهار ویژگی دارند: (۱) جذابیت؛ (۲) ماندگاری؛ (۳) به‌هنگام بودن؛ (۴) تثبیت شدن در ارائه محصول یا خدمات (آربارینگر و ایرلند، ۱۳۹۲: ۵۲). در جدول زیر ظرفیت‌ها و فرصت‌های ورود به سازمان‌های دولتی همراه با زیرساخت‌های ضروری‌ای که باید به وسیله دانشگاه برای نهادینه‌سازی کارآفرینی و تجاری‌سازی رشته شکل بگیرد، بیان شده‌است:

سازمان و نهاد	نوع همکاری	زیرساخت‌های لازم‌الاجرا در گروه‌های زبان و ادبیات عربی، سازمان‌های دولتی و خصوصی
آموزش و پرورش	الف) حمایت مالی و معنوی از پروژه‌ها و پایان‌نامه‌های آموزش عربی استادان و دانشجویان ب) به‌کارگیری نیروی‌های انسانی متخصص رشته زبان و ادبیات عربی در زمینه تدریس	الف) انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری ب) افزایش گرایش آموزش زبان عربی در دانشگاه‌ها و همسو شدن آموزش با رویکرد بررسی کتاب‌های درسی جهت تقویت بنیه علمی دانش‌آموختگان پ) ایجاد واحدهای درسی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد با عنوان «روش تدریس»
صنعت، معدن و تجارت	استفاده از ظرفیت علمی استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی در زمینه ترجمه، مکالمه، بازاریابی در حوزه‌های صادرات و واردات کالا از حوزه‌های کشورهای عربی	افزایش کمی و کیفی توانش زبانی دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی و به‌روز شدن سرفصل‌های آموزش زبان مطابق با نیازهای جامعه
وزارت امور خارجه	الف) به‌کارگیری رایزن فرهنگی در کشورهای عربی ب) به‌کارگیری مترجم برای ارتباط مستقیم و غیرمستقیم با کشورهای	الف) ایجاد گرایش «ارتباطات بین‌المللی» در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری و انجام آموزش‌های لازم با همکاری دانشکده و وزارت امور خارجه

<p>ب) افزایش کمی و کیفی توانش زبانی دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی</p>	<p>عربی</p>	
<p>ایجاد گرایش «رسانه» در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری و ارائه آموزش‌های مرتبط با همکاری دانشکده‌های صداوسیما</p>	<p>تأسیس شبکه عربی‌زبان با رسالت معرفی و توسعه فرهنگ دنیای اسلام در همه ابعاد در سطح بین‌المللی به همه مسلمانان جهان با به‌کارگیری استادان و دانشجویان زبان عربی</p>	<p>صداوسیما</p>
<p>انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت بهداشت و معرفی پروژه‌های مذکور به گروه‌های زبان و ادبیات عربی</p>	<p>استفاده از استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی در تدوین متون قدیم طب سنتی و اسلامی در قالب پایان‌نامه و ترجمه</p>	<p>وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی</p>
<p>الف) انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت دادگستری در جذب دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی ب) تقویت بنیه دانش ترجمه در دانشجویان زبان و ادبیات عربی به‌ویژه در دوره‌های کارشناسی</p>	<p>به‌کارگیری استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی در ترجمه دعاوی بین‌المللی مربوط به هم‌وطنان با کشورهای عرب‌زبان یا اتباع کشورهای عربی</p>	<p>وزارت دادگستری</p>
<p>الف) انعقاد تفاهم‌نامه با وزارت ارتباطات و فناوری در جذب دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی ب) تقویت بنیه دانش ترجمه در دانشجویان زبان و ادبیات عربی به‌ویژه در دوره‌های کارشناسی</p>	<p>بهره‌گیری از دانش استادان و دانشجویان رشته زبان عربی در راستای ایجاد تبدیل فناوری‌های تولیدی فارسی‌زبان برای صادرات به کشورهای عرب‌زبان</p>	<p>ارتباطات و فناوری</p>
<p>الف) تغییر و جهت‌گیری متون آموزشی صرف و نحو و بلاغت به سمت قرآن و نهج‌البلاغه و احادیث. ب) ایجاد واحدهای درسی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد با عنوان «روش تدریس»</p>	<p>الف) به‌کارگیری دانش‌آموختگان و دانشجویان رشته زبان عربی در آموزش قواعد صرفی - نحوی برای افزایش بهره‌وری و فهم متون دینی ب) انجام پروژه‌های تحقیقاتی در راستای جمع‌آوری، ترجمه احادیث ائمه معصومین با هدف گسترش فرهنگ دینی</p>	<p>مؤسسات قرآنی، فرهنگی و دینی</p>

الف) ایجاد واحدهای درسی در مقاطع کارشناسی و ارشد در موضوعات اصول بازاریابی و مدیریتی ب) ایجاد یک سیستم یکپارچه جهت استعدادیابی و معرفی دانشجویان توانمند به مراکز بازرگانی - تولیدی	استفاده از دانشجویان و استادان رشته در امور بازاریابی در بازارهای هدف کشورهای عربی زبان	شرکت‌ها و مؤسسات غیردولتی بازرگانی - تولیدی
الف) انعقاد تفاهم‌نامه با سازمان گردشگری در جذب دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی ب) تغییر یا ایجاد گرایش «گردشگری» در محتوای آموزش مکالمه دانشجویان کارشناسی	هدایت و پشتیبانی صنعت گردشگری کشور در حوزه‌های کشورهای عرب‌زبان	سازمان گردشگری
الف) ایجاد یک نهاد مستقل جهت استعدادیابی و معرفی دانشجویان با مهارت کافی در اصول ترجمه برای تأسیس مراکز دارالترجمه	ایجاد دارالترجمه‌ها و آموزشکده‌های تخصصی زبان عربی	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

زیرساخت‌های پژوهشی در کارآفرینی و تجاری‌سازی

ارزش و اهمیت، رشد و بالندگی یک ایده کارآفرینانه یا ایجاد یک صنعت تجاری به گستره و عمق پشتوانه‌های علمی و تحقیقاتی آن وابسته است. ایجاد یک رابطه متقابل میان حامیان مالی و اقتصادی و سرمایه‌داران فکری و ایده‌پرداز به اطمینان خاطر و جلب رضایت دوسویه و تفاهم دوطرفه نیازمند است. بنابراین برای شکل‌گیری یک ایده کارآفرینانه موفق و توسعه ایده‌آل آن توجه به همه ملزومات کارآفرینی به صورت پلکانی و بر اساس اولویت بسیار مهم و ضروری است (احمدپور، ۱۳۹۱: ۲۴). بر این اساس تدوین پایان‌نامه‌ها و مقالات با موضوعات زیر می‌تواند پشتوانه عظیمی برای کارآفرینی موفق و هدفمند برای استادان و دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی باشد:

ردیف	موضوع پژوهش	کاربرد و تأثیر در کارآفرینی
۱	بررسی تأثیر روش‌های آموزش زبان در توانش زبانی دانشجویان در آموزش زبان عربی	تولید نرم‌افزار تدوین کتاب آموزشی

۲	بررسی میزان نقاط ضعف و قوت کتاب‌های آموزشی رشته زبان و ادبیات عربی مطابق با نیازهای روز (صرف و نحو؛ بلاغت متون نظم و نثر؛ تاریخ ادبیات)	تألیف کتاب با سرفصل‌های مناسب، جدید و کارآمد
۳	بررسی کاربرد علمی و ابزاری رشته زبان و ادبیات عربی در سایر رشته‌های انسانی	تأسیس مراکز علمی و تحقیقاتی و تولید مجلات پژوهشی
۴	بررسی ظرفیت‌های محتوایی رشته زبان و ادبیات عربی برای ایجاد گرایش‌های میان‌رشته‌ای	ایجاد گرایش‌های جدید و افزایش ظرفیت جهت به‌کارگیری استادان
۵	بررسی میزان و علل علاقه‌مندی و پایداری، و بی‌علاقگی و تغییر رشته دانشجویان در مقاطع تحصیلات تکمیلی	ایجاد کارگروه‌های تخصصی جهت حذف یا اضافه کردن عناوین و موضوعات و محتوای درس‌ها
۶	کشف عوامل جذب و گرایش یا بی‌میلی و بی‌علاقگی دانش‌آموزان مقاطع دبیرستان به درس عربی	تألیف کتاب‌های کمک‌آموزشی نوین
۷	بررسی تأثیر «ادبیات تبلیغات و بازاریابی» محصولات صادراتی به کشورهای عربی در جذب مشتری	تألیف کتاب‌های تخصصی در مورد ادبیات تبلیغات و بازاریابی در زبان عربی
۸	کشف عوامل موفقیت استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی و بهره‌گیری از تجربیات آنها	تألیف کتاب‌هایی با موضوعات و نگرش جدید به حرکت علمی دانشجویان جهت تخصص‌گرایی در رشته زبان و ادبیات عربی
۹	بررسی انواع کارآفرینی‌های انجام‌شده در حوزه زبان‌های خارجی و میزان موفقیت و شکست آنها	ایجاد انگیزه در کارآفرینان رشته با انتقال تجربیات

زیرساخت‌های آموزشی لازم برای تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین

تغییر نگرش در محتوا و دروس فعلی رشته زبان و ادبیات عربی نیز می‌تواند ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های جدیدی در زمینه کارآفرینی ایجاد نماید. بدون شک برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها، آیین تمام‌نمای میزان پیشرفت و انعکاس پاسخ‌گویی دانشگاه‌ها به نیازهای در حال‌تغییر جامعه هستند (امینی، ۱۳۹۲: ۱۲).

در راستای ایجاد کارآفرینی و تجاری‌سازی در رشته زبان و ادبیات عربی راه‌کارهای زیر

پیشنهاد می‌شود:

۱. ایجاد گرایش‌های تجاری با عنوان کلی «مهارت‌محور» در مقاطع عالی و تحصیلات تکمیلی؛
۲. تأکید بر مهارت سخن گفتن دانشجویان با افزایش واحدهای مکالمه و تنوع در قالب‌های آموزشی با تکیه بر مکالمه‌های مرتبط با موضوعات تجاری - اقتصادی؛
۳. ایجاد واحدهای مرتبط با کارآفرینی و تجاری‌سازی همچون بازاریابی، مدیریت، اصول اقتصادی؛
۴. تغییر در رویکرد موضوعات ادبیات معاصر متناسب با الگوهای کارآفرینی و فرهنگ و اصول تجاری؛
۵. برگزاری کارگاه‌های آموزش اصول کارآفرینی و بازاریابی در محیط‌های تجاری به زبان عربی.

زیرساخت‌های قانونی و مدیریتی برای افزایش سرعت تجاری‌سازی و کارآفرینی

۱. قانون‌گذاری حمایتی از سرمایه‌های فکری و ایده‌ها

قوانین محیط حقوقی لازم را برای انتقال دستاوردهای علمی دانشگاه به جامعه فراهم می‌سازند. پایداری این محیط، امنیتی را فراهم می‌کند تا ایده‌پردازان دانشگاهی بتوانند در تحقق اهداف اقتصادی و اجتماعی خود موفق عمل کنند. علاوه بر قوانین، اجرای صحیح آنها از سوی وزارت علوم، تحقیقات، فناوری، وزارت کار و امور اجتماعی، صنعت، معدن، تجارت... و به تبع آن بخش‌های کارآفرین نیز به تحقق این امر کمک می‌کند. این روند به ایجاد امنیت در محیط حقوقی کمک می‌کند.

ایجاد چنین سیستم یکپارچه‌ای از حامیان کارآفرینی همراه با وضع قوانینی که نحوه تقسیم درآمدهای مالی ناشی از تجاری‌سازی ایده‌ها بین بخش صنعت و دانشگاه را با نگرش حمایت بیشتر از سرمایه‌گذاران فکری تعیین می‌کند، می‌تواند در اشتغال دانش‌آموختگان این رشته مؤثر باشد. در نتیجه چنین وضعی، استادان و دانشجویان گرایش بیشتری به انجام پروژه‌های تحقیقاتی لازم برای کارآفرینی و تجاری‌سازی خواهند داشت و به تبع آن دانش‌آموزان رشته انسانی در مقطع دبیرستان نیز برای تحصیل در این رشته تشویق خواهند شد.

۲. تأسیس مرکز تجاری‌سازی و کارآفرینی رشته زبان و ادبیات عربی

تحقق ایده‌های کارآفرینانه، بدون وجود یک سیستم مدیریتی دقیق امکان‌پذیر نیست؛ سیستمی که با هدف جلوگیری از موازی‌کاری‌های اقتصادی و علمی ابتدا به کشف نیازها و چالش‌های موجود بپردازد و به امور تحقیقاتی و پژوهشی جهت‌دهی کند و سپس با شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در استادان و دانشجویان، پیوندی میان تجاری‌سازی و کارآفرینی ایجاد کند که در واقع پیوند میان علم، مدیریت، اقتصاد و صنعت است. این مرکز می‌تواند با پشتوانه‌های مالی دولت و بخش خصوصی در گروه‌های زبان و ادبیات عربی یا در مراکز رشد و کارآفرینی دانشگاه، به صورت مجزا با یک نظام سازمانی مشخص تشکیل شود.

۳. ایجاد توانمندی‌های مدیریتی کارآفرینی و تجاری‌سازی در مدیران گروه‌های

عربی و استادان برجسته

مطمئناً وجود استادان ایده‌پرداز و کارآفرین در رشته زبان و ادبیات عربی از مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین زیرساخت‌های ایجاد حرکت‌های کارآفرینی به شمار می‌آید. استادان رشته باید حداقل در چهار حوزه: مهارت‌های راهبردی، مهارت‌های مدیریتی، ویژگی‌های شخصی، و مهارت‌های نظارتی توانمندی لازم را داشته باشند.

مهارت‌های رهبری و نظارتی شامل توانایی ایجاد انگیزه در دانشجویان رشته عربی و ترغیب آنها به روابط کاری خارج از دانشگاه است؛ و مهارت راهبردی شامل ایجاد و توسعه دورنمایی از رشته فرد کارآفرین، توانایی ارزیابی، تعیین، و پیاده‌سازی سناریوهای مختلف برای ایده‌های دانشجویان خلاق و کارآفرین، و آینده‌نگری و پیش‌بینی مشکلات است (عزیزی، ۱۳۹۲: ۵۰).

زیرساخت نهادی و سیستمی در سیاست‌گذاری کلان کارآفرینی و تجاری‌سازی

معرفی قانون بیدول^۱ در امریکا یکی از معروف‌ترین و مؤثرترین سیاست‌های تشویقی برای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی است. این قانون حمایت‌کننده‌ی دارایی فکری و نهادهای آژانس سرمایه‌گذاری و تأمین مالی مانند sbir در امریکا و ahrar در فرانسه و sitra و fekes در

1. Bidal

کانادا است (پورعزت، ۱۳۹۲: ۵۰). در رشته زبان و ادبیات عربی نیز می‌تواند «انجمن علمی زبان و ادبیات عربی» در درون خود شاخه‌ای به نام «دفتر سرمایه‌گذاری کارآفرینی» ایجاد نماید که بتواند به بررسی نیازهای علمی استادان، پژوهشگران و دانشجویان این رشته در عرصه تجارت و کارآفرینی پردازد و محیط کسب‌وکار سالم و تخصصی را برای آنها فراهم نماید.

این دفتر مرکزی می‌تواند حمایت‌های مادی همچون اعطای تسهیلات و حمایت‌های معنوی همچون معرفی و تبلیغ ایده‌های به‌ثمرنشته و علمی را انجام دهد. در این راستا دفتر حمایت از کارآفرینان می‌تواند در طرح‌های تجاری و اقتصادی ایده‌پردازان به خرید سهام شراکت پردازد و از این طریق اعتبار صندوق توسعه حمایت مالی خود را تأمین کند. تأیید و اعطای مجوز و ليسانس‌های اعتباربخشی نیز از دیگر سازوکارهای فرهنگ‌سازی و اهمیت بخشیدن به حمایت از کارآفرین است.

از دیگر برنامه‌های تشویقی قراردادن جایزه‌های سالانه یا دوسالانه برای برگزیدن «طرح‌های کارآفرین موفق» در رشته زبان و ادبیات عربی است که می‌تواند بر اساس این معیارها سنجیده شود: میزان تخصصی بودن تجاری‌سازی و کارآفرینی؛ میزان استقلال‌بخشی؛ میزان برطرف ساختن نیاز جامعه علمی؛ سطح اجرای پروژه کارآفرینی (منطقه‌ای، بین‌المللی و...); نوآوری و خلاقیت؛ میزان مخاطبان طرح؛ میزان اصالت منابع و...

از سوی دیگر انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی می‌تواند با دعوت از نخبگان کارآفرینی زبان عربی کشور که دارای ایده‌های موفق و نو بوده‌اند، کارگاه‌های کوتاه‌مدت برگزار نماید و علاوه بر ترویج تجارب کارآفرینان برگزیده، از طریق حضور دانشجویان و استادان علاقه‌مند نیز درآمدزایی کند.

مدل ایجاد و توسعه کارآفرینی در رشته زبان و ادبیات عربی

برای موفقیت در یک ایده کارآفرینانه، مدل‌های مختلفی در سراسر جهان ارائه شده که متناسب با نوع محصول و پایه علمی کارآفرینی کاربرد دارند. در این میان مدل کارآفرینی استراتژیک با توجه به ساختارهای فرهنگی - اجتماعی این رشته، تناسب قاعده‌مندتری دارد.

ردیف	موضوع	نگرش جدید	کارآفرینی و تجاری‌سازی

۱	صرف و نحو و بلاغت	نگرش آموزشی با محتوای آیات قرآن و رویکرد تفصیلی و تحلیلی در همه مقاطع	تهیه کتاب‌های آموزشی
۲	متون نظم و نثر	شرح و تفصیل دیوان شاعران برجسته هر دوره با رویکرد آموزش محور و دربردارنده اصول نقد ادبی	تهیه کتاب‌های آموزشی
۳	مکالمه	تکیه بر روش‌های آموزش زبان یکپارچه همراه با ابزارهای صوتی و بصری همراه با محتوای فرهنگی	تهیه کتاب‌های آموزش زبان عربی و نرم‌افزار
۴	گونه‌های ادبی	الف) تشویق به نگارش داستان‌های کوتاه، حکایت‌های شیرین، رمان، و... به زبان عربی برای انتقال فرهنگ ایرانی به کشورهای عربی زبان ب) ایجاد سرفصل‌هایی چون «رسائل» و «خطبه» و «امثال و حکم»، «مقامات» برای افزایش تسلط و توانایی دانشجویان در نوشتن و گفت‌وگو به‌ویژه در سطوح تحصیلات تکمیلی	الف) تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان در تدوین کتب تحقیقی و فروش در محافل داخلی و خارجی ب) تهیه کتاب‌های آموزشی

ارائه نظریات کارآفرینی و تجاری‌سازی در صورتی کامل و جامع است که دارای نگرشی عمیق به آینده و پیش‌بینی مشکلات باشد. تحقیق کاکبورن^۱ موانع تجاری‌سازی در حوزه علوم انسانی را شناسایی کرده که ما علاوه بر ذکر آنها پیشنهادهایی نیز در زمینه رفع آنها ارائه می‌کنیم. به یقین ورود کارآفرینان رشته زبان و ادبیات عربی به بازار کار، در ابتدا با آسیب‌هایی همراه خواهد بود که آگاهی از آنها در کاهش آسیب‌های آنها نقش بسزایی دارد.

برخی آموزش‌ها در رشته زبان عربی اشتراکاتی با برخی از رشته‌های آموزشی دانشگاهی و مراکز علوم دینی دارد که شاخص‌ترین آنها درس‌های «صرف و نحو، و بلاغت» است. این اشتراک می‌تواند به یک فرصت اختصاصی برای استادان و دانشجویان رشته زبان و ادبیات عربی تبدیل شود تا بتوان برای آموزش این درس به رشته‌های دیگر، از متخصصان رشته زبان و ادبیات عربی استفاده کرد. از این رو لازم است در محتوای دروس آموزشی رشته زبان عربی بازنگری شود و مهارت‌های تدریس این گونه دروس به صورت کاربردی ارائه گردد.

از سوی دیگر ایجاد تقاضا در مخاطبان تجاری و آموزشی یک مقوله مهم و اساسی به شمار می‌رود؛ به‌ویژه در مواردی که زبان عربی نقش ابزاری و کلیدی در این حوزه‌ها و مخاطبان آنها

دارد. در این موارد لازم است این دیدگاه ایجاد شود که همکاری و حضور یک متخصص زبان عربی در حوزه آموزشی یا تجاری مورد نظر مطمئناً جایگاه تجاری و اقتصادی آن شرکت یا سازمان را از سایر رقبا متمایز می‌کند، آن مجموعه و سیستم اقتصادی را به رشد بالاتری می‌رساند، ضریب خطای مبادلات تجاری را کاهش می‌دهد، و مخاطبان آن مؤسسه آموزشی به صورت اختصاصی و جامع آموزش می‌بینند.

از این رو لازم است نهاد دانشگاه با همکاری وزارت خانه‌های کشور، آموزش و پرورش، فرهنگ و ارشاد اسلامی، و صنعت و معدن و تجارت، استفاده از متخصص زبان و ادبیات عربی را در حوزه‌های مرتبط با این تخصص الزامی کنند. گفتنی است که خلاً در نهادهای واسطه‌ای از قبیل سازمان‌های توسعه نوآوری و سازمان توسعه فناوری، شکل‌گیری نظام استقلال دانش و فناوری همگرا و کارآمد را در سطح ملی با مشکل مواجه می‌سازد (فکور، ۱۳۸۶: ۵۰). در اینجا شایسته است به برخی از تجربیات کشورهای توسعه یافته در این زمینه نگاهی بیندازیم:

- افزایش حمایت‌های مادی و معنوی از تحقیقات و پروژه‌های زیرساختی و بنیادی؛ البته حتماً باید توجه داشت که برای شروع فعالیت‌های خطرپذیر دسترسی به سرمایه‌گذاران خطرپذیر، وام‌ارزان و طولانی‌مدت و همچنین رقابت بانک‌ها محسوس باشد (سلجوقی، ۱۳۹۲: ۳۴).

- ایجاد حرکت نظام یافته هماهنگ فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی - دانشگاهی جهت توسعه فرهنگ و حمایت از ایده‌های کارآفرین در زمینه زبان و ادبیات عربی با استفاده از ظرفیت تبلیغاتی وزارت علوم در دانشگاه‌های سراسر کشور (همان: ۳۴). در این بخش رسانه‌های همگانی باید به کارآفرینان و کارهای تازه توجه کنند.

- ایجاد نگاه مثبت و کارآمد (بالا بردن سطح اعتماد و اطمینان) در زمینه استفاده از متخصصان رشته زبان و ادبیات عربی در حوزه‌های تجاری و اقتصادی برای صاحبان بنگاه‌های کارآفرینی توسط دولت.

- اختصاص بودجه حمایت مالی و قرار گرفتن کارآفرینان رشته زبان عربی در زمره استعدادهای درخشان و اختصاص امتیاز جهت تحصیل در مقاطع تحصیلات تکمیلی.

یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد انگیزه برای دانش‌آموختگان و دانشجویان رشته زبان عربی جهت ورود به کارآفرینی، ایجاد احساس حمایت معنوی و حفاظت از ایده‌ها و طرح‌های

نوآورانه است. در این راستا وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با همکاری سازمان‌های مربوطه، می‌تواند با اقدام به ثبت اختراع و معرفی طرح‌های کارآفرینی دانشجویان این رشته به عنوان طرح‌های مورد تأیید ملی جهت ورود به عرصه بازار تجارت داخلی و خارجی، حمایت قابل توجه و مؤثر فعالان بازار اقتصادی را به خود جلب نمایند (احمدی، ۱۳۸۹: ۵۱).

نتیجه‌گیری

همواره علم، اقتصاد و صنعت با اتحاد و همسو شدن، زنجیره‌های پیشرفت و ترقی اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی یک جامعه را شکل داده‌اند. از این رو سیاست‌های وزارت علوم و دانشگاه‌های سراسر کشور باید در جهت تربیت و ایجاد آمادگی‌های لازم در استادان، دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی برای ورود به عرصه اقتصاد و کارآفرینی باشد. به همین دلیل لازم است شرایط و ساختارهای لازم جهت به فعلیت رسیدن ایده‌های کارآفرینانه در محیط‌های اقتصادی، تجاری و صنعتی فراهم گردد؛ مسیرهای تحقق این ایده‌ها شناخته شود؛ هم‌زمان با تولید محتوا در اصول آموزشی و پژوهشی گروه‌های زبان و ادبیات عربی تغییر ایجاد شود؛ موجبات اتحاد و توانمندی استادان و دانشجویان این رشته فراهم آید؛ آمادگی لازم برای حضور در عرصه‌های تجاری و اقتصادی ایجاد گردد؛ نهادی متمرکز برای ارتباط مستمر و جامع با مراکز سازمانی دولتی و خصوصی تأسیس شود؛ جامعه‌ای اطلاعاتی ایجاد شود که میان دانشگاه و حوزه‌های تجاری و اقتصادی نیازسنجی متقابل کند؛ و برنامه‌های راهبردی برای به‌کارگیری متخصصان رشته زبان عربی در عرصه‌های موردنیاز، در سیاست‌گذاری‌های کلان دولتی پیش‌بینی شود.

کتابنامه

الف) کتاب‌ها

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ دهم، تهران: جاجرمی.

احمدپور محمد (۱۳۹۲)، کتاب جامع کارآفرینی، چاپ دوم، تهران: کتابخانه فرهنگ.

آر. بارینگر، بروس؛ آردوانه، ایرلند (۱۳۹۲)، کارآفرینی، مترجم: سعید جعفری مقدم، چاپ دوم، تهران: صفار.

سلجوقی، سید محمد (۱۳۹۲)، کارآفرینی ایجاد و توسعه کسب و کار جدید، چاپ نهم، کرمان: خدمات فرهنگی کرمان.

مقیم، سید محمد (۱۳۹۲)، نظریه‌های کارآفرینی، چاپ دوم، تهران: دانشگاه تهران.

ب) مجلات

احمدی، علی (۱۳۸۹)، «شناسایی ابزارهای حمایتی دولت‌ها برای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی»، رهیافت، تهران: دانشگاه تهران، صص ۴۵-۵۶.

امینی، محمد (۱۳۹۲)، «ارزیابی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان بازاریابی در مأموریت‌های برنامه درسی آموزش عالی»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۱۶۴-۱۴۵.

باقرصاد، وجیهه (۱۳۹۱)، «شناسایی عوامل کلیدی موفقیت آموزش الکترونیک کارآفرینی در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۱۰۴-۸۵.

پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۹۰)، «چالش‌ها و موانع تجاری‌سازی دانش با استفاده از روش کیو»، سیاست علم و فناوری، تهران، صص ۴۹-۶۲.

خدایاری، محمدرضا (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه دین‌داری با موفقیت کارآفرینان ایرانی»، توسعه کارآفرینی، تهران: صص ۲۵-۷.

رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۳)، «طراحی مدل مفهومی کارآفرینی استراتژیک بر مبنای رویکرد پیکره‌بندی»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۳۷-۵۵.

طیبی، سید کمال (۱۳۹۱)، «تحلیل نظری مقایسه کسب و کار کارآفرینانه و غیرکارآفرینانه در اقتصاد اسلامی»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۲۷-۴۶.

عزیزی، محمد (۱۳۹۲)، «شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز مدیران دانشگاهی»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۳۲-۵۷.

عسگر اوغلی، ناصر (۱۳۹۲)، «تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر عملکرد شغلی کارکنان با میانجی‌گری توانمندسازی»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۱۰۵-۱۲۴.

ظرفیت‌ها، راهکارها و اصول کارآفرینی و تجاری‌سازی... روح‌الله صیادی‌نژاد، امیرحسین عبدلی

فکور، بهمن (۱۳۸۶)، «شرایط زمینه‌ساز برای پیشبرد تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در بخش دانشگاهی»، رهیافت، تهران: دانشگاه تهران، صص ۵۴-۴۶.

کردنائیج، اسدالله (۱۳۹۲)، «راهکارهای ساختاری توسعه کارآفرینی در ایران»، توسعه کارآفرینی، صص ۹۵-۱۱۴.

ناهید، مجتبی (۱۳۹۲)، «بررسی تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری»، توسعه کارآفرینی، تهران، صص ۴۷-۱۶.

قدرات ريادة الأعمال و استراتيجياتها و مبادئها و التسويق

في مجال اللغة العربية و آدابها

روح الله صيادى نجاد^{١*}، اميرحسين عبدلى^٢

١. استاذ مساعد في قسم اللغة العربية و آدابها بجامعة كاشان

٢. ماجستير في اللغة العربية و آدابها بجامعة كاشان

الملخص

تظهر ريادة الاعمال و التسويق كواجبة ذاتية للتعليم في المستوى العاليفي جميع الجامعات و المعاهد في العصر الراهن و هذا الامر دوما يتطور بسرعة. اللغة العربية لغة حية و استخدامها في الحياة الحاضرة عامة و في مجال العلوم الانسانية خاصة كثيرة، و يهتم بما كفرع جامعي. و تجدر بالاهتمام على التمثل في مضامير ريادة الاعمال و التسويق مركزة على الاطارات الثقافية و الاجتماعية و الدينية الشائخة نحن نتناول في هذه الدراسة «استعدادات اللغة العربية لريادة الأعمال و التسويق و ظروفها، حلولها» تتبع هذه الدراسة المنهج الوصيفى . التحليلي و نحظى بأداة المكتبيّة كالكتب و المقالات العلمية التخصصيّة، ثم نعرض أطرار ريادة المهن و الاعمال و التسويق مع الاهتمام بالاتجاهات العلمية. تنم هذه الدراسة عن أن تأسيس المراكز العلمية و البحوثيّة المتجهة بريادة العمل و التسويق في أطار الشركات ذات قاعدة المعرفة من قبل أعضاء الهيئة العلميّة تندرج تحت حاجات المجتمع التجارى و الصناعي. تنفيذ هذا الامر متعلق بتقدير الذات و الثقافة الداخليّة و المحليّة.

الكلمات الرئيسية: فرع اللغة العربية و آدابها؛ ريادة الأعمال؛ القدرات و الفرص؛ التسويق.