

Targeted Arabic Language Training for Development and Prosperity of the Arabian Travel Market in Iran: Examining the Views of Language Skills Instructors

Article Type: Research

Morteza Zare Beromi¹, Poursan Rezaei Choshali²

- ¹ Assistant Professor at Department of Arabic Language Translation, Faculty of Humanities, Damghan University, Damghan, Iran.
- ² Assistant professor at Department of Arabic Language and Literature, Farhangian University, P.O. Box 14665-889, Tehran, Iran

Abstract

Universities can carry out the mission of Iran's economic development through planned education for students. Directed education achieves the desired results when students are taught skills according to the needs of the labor market and they can practically use their educational capabilities and skills to meet the needs of society and industry. The tourism industry is one of the most important industries in the economic development of countries, and knowing the language of foreign tourists is a special advantage for the success of host countries in the tourism market. Therefore, the targeted and practical teaching of Arabic language students on language skills can ensure the development and prosperity of the Arabian Travel Market in Iran by supporting the verbal communication of Arabic speakers. If the tourism market develops, it will have the potential to provide currency and job creation. The methodology of this study is qualitative and it is based on data which were obtained from semi-structured interviews with instructors of language skills courses (Arabic language) in Iranian national universities and then were coded using ATLAS.ti. The results of the study showed that teaching language skills in Arabic departments in order to qualify students to participate in the Arabian Travel Market requires synergy between the Ministry of Science, Research and Technology, universities, departments of Arabic language and the tourism industry so that it provides the field of production and exploitation of knowledge according to the needs of the labor market.

Keywords: Targeted education; Arabic language; Arabian travel market; economy; language skills instructors.

Introduction

*Corresponding Author

m.zare@du.ac.ir

*ORCID ID: 0000-0002-4113-7850

Within the framework of collaboration between universities and industries, some studies have been conducted to meet economic needs in Iran. Nevertheless, new research activities are still needed in this area, especially in humanities, to establish dynamic relationships among universities, society, and industries based on the purposive education provided for students. As a result, there will be diverse outlooks in this matter. Accordingly, the goals of this study are classified under the following categories:

1. Economic: strengthening relationships between universities and industries; commercializing Arabic language teaching to meet Iran's economic needs; supplying currency resources under sanctions.
2. Entrepreneurial: activating some latent entrepreneurship capacities of Iran; using tourism capacities for entrepreneurship in the academic disciplines of the Arabic language.
3. Educational: purposive Arabic language teaching based on the needs of the Arabic tourism market in Iran; developing and promoting the academic disciplines of the Arabic language.
4. Social: boosting the hopes of university students for a bright future in the light of academic skill training; improving liveliness and cooperation among the Arabic language students.

Research Questions

The study aims to answer the following research questions:

1. What is the role of purposive Arabic language teaching in developing and promoting the Arabic tourism market?
2. What role do lecturers play in the success of Arabic learners for participation in the Arabic tourism market?
3. What skills do Arabic learners need in an entrepreneurial tourism industry?

Literature Review

The review of curricula in foreign language teaching departments, especially Arabic, indicated that curriculum designers would usually disregard the analysis of needs. Acting to the detriment of language teaching at universities, this negligence has led to the emergence of graduates whose expertise cannot match social needs. In this study, needs refer to teaching a second language to meet the needs of the labor market. The Arabic language should be taught to meet such

needs, as the labor market, especially in the Arabic tourism sector, welcomes those who can practically use Arabic as a second language to meet communicative needs and establish verbal communication with tourists.

Methodology

The grounded theory was used in this qualitative study. The research algorithm is described below:

1. This is an applied study.
2. A field method is used for data collection.
3. The statistical population includes the lecturers of language skills (in Arabic) at state-run universities in Iran.
4. A purposive criterion-based method is used for sampling. In other words, statistical population members are not selected randomly. Those with at least five years of experience in language skills teaching are set for sampling.
5. Interviews are continued until the research saturation threshold. The research saturation reliance criterion denotes the collection of repetitive opinions or the repetition of data.
6. The method of “guidance committee for evaluating and conducting interviews” was employed to assess the validity and reliability of interview questions.
7. Semi-structured interviews are conducted for data collection. In other words, interviewees can remark on the topics that are not mentioned in interviews but are relevant.
8. ATLAS.ti is used for data analysis.

Results

Regarding the first question, ATLAS.ti reached three main codes. The first code (i.e., introducing the tourism industry) emphasizes the necessity of using the capacities of academic centers to introduce this industry to the public. The second code (i.e., teaching language

dedicated to the tourism market) emphasizes the applied teaching of Arabic for university students. Finally, the third code (i.e., the apprenticeship of language learners in the tourism industry) emphasizes the necessity of establishing comprehensive relationships between Arabic learners and the Arabic tourism industry in Iran.

Regarding the second question, ATLAS.ti yielded three main codes. The first code (i.e., a lecturer's teaching/lingual role) emphasizes a lecturer's strong personality and high competence. The second code (i.e., a lecturer's motivational role) emphasizes the importance of a lecturer's positive attitude toward occupational and income-related problems of learners. Finally, the third code (i.e., a lecturer's metalingual role) emphasizes a lecturer's role in making learners acquainted with the entrepreneurial capacities of the Arabic tourism industry.

Regarding the third question, ATLAS.ti generated four main codes. The first code (i.e., academic skills) emphasizes the skill acquisition of learners in proportion to the labor market needs in addition to using the experiences of successful individuals in tourism. The second code (i.e., communicative skills) emphasizes the importance of teamwork. The third code (i.e., field skills and virtual skills) emphasizes learners' knowledge of the economy and methods of attracting tourists via cyberspace. Finally, the fourth code (i.e., futuristic skills) emphasizes the importance of knowledge about future needs and the necessity of making plans for meeting those needs.

آموزش هدفمند زبان عربی کلید توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در

ایران: بررسی دیدگاه‌های مدرسان مهارت‌های زبانی

نوع مقاله: پژوهشی

مرتضی زارع برمی*^۱، پوران رضائی چوشلی^۲

^۱. استادیار گروه مترجمی زبان عربی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه دامغان، دامغان، ایران

^۲. استادیار گروه آموزش زبان و ادبیات عرب، دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

چکیده

دانشگاه‌ها می‌توانند مأموریت توسعه اقتصادی ایران را با آموزش هدفمند فراگیران امکان‌پذیر سازند. آموزش هدفمند زمانی به نتایج مطلوب می‌رسد که مهارت‌آموزی فراگیران متناسب با نیازهای بازار کار صورت پذیرد و آن‌ها در عمل بتوانند از قابلیت‌ها و مهارت‌های تحصیلی خود به منظور تأمین نیازهای جامعه و صنعت استفاده کنند. صنعت گردشگری از جمله صنایع برتر در توسعه اقتصادی کشورها است و دانستن زبان گردشگران خارجی یک امتیاز ویژه برای موفقیت کشورهای میزبان در بازار گردشگری به حساب می‌آید؛ بنابراین آموزش هدفمند و کاربردی مهارت‌های زبانی به فراگیران زبان عربی می‌تواند توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در ایران را به واسطه تأمین ارتباطات کلامی عرب‌زبان‌ها تضمین کند. بازار یاد شده نیز در صورت رشد، از توان ارزآوری و ظرفیت کارآفرینی برخوردار است. پژوهش حاضر، رویکرد کیفی دارد و داده‌بنیاد محسوب می‌شود؛ داده‌های پژوهش از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با مدرسان دروس مهارت‌های زبانی (زبان عربی) در دانشگاه‌های سراسری ایران به دست آمده و توسط نرم‌افزار ATLAS.ti کدگذاری شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که آموزش مهارت‌های زبانی در گروه‌های عربی با چشم‌انداز حضور فراگیران در بازار گردشگری عرب، مستلزم هم‌افزایی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه‌ها، گروه‌های زبان عربی و صنعت گردشگری با یکدیگر است تا بدین‌وسیله زمینه تولید و بهره‌برداری از دانش متناسب با نیازهای بازار کار فراهم آید.

کلیدواژه‌ها: آموزش هدفمند، زبان عربی، بازار گردشگری عرب، اقتصاد، مدرسان مهارت‌های زبانی.

مقدمه

بررسی کامل برنامه‌های درسی زبان عربی در قالب رشته‌های زبان و ادبیات، آموزش، و مترجمی نشان داد که در تهیه سرفصل‌های دروس زبان عربی عمدتاً به نیازهای بازار کار توجهی نشده است. برای مثال در برنامه درسی دوره کارشناسی رشته آموزش زبان عربی، مصوب جلسه ۸۸۷ مورخ ۱۳۹۶/۰۹/۰۴ شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری جمهوری اسلامی ایران ذکر شده است که هدف از تشکیل دوره کارشناسی آموزش زبان عربی، تربیت افراد واجد صلاحیت عملی و قابلیت‌های نظری به منظور تدریس زبان عربی در دبیرستان‌ها و مؤسسات آموزشی است این افراد باید بتوانند نیازهای جامعه را در زمینه‌های تدریس زبان عربی، ارزشیابی تدریس، تحقیق در مسائل زبان و آموزش زبان عربی و نیز کاربردی‌سازی گفتگوی عربی به عنوان کلید ارتباط و تبادل فرهنگی برآورده سازند (گروه برنامه‌ریزی و گسترش زبان و ادبیات عربی، ۱۳۹۶: ۹-۸). در واقع این مطالب، بیانگر مسأله اصلی پژوهش حاضر هستند؛ به این معنا که چرا شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی در کنار اهداف معنوی آموزش و ترویج زبان عربی، اهداف اقتصادی را از طریق ایجاد رشته‌های بازارمحور، نظیر گردشگری، به صورت جدی در نظر نگرفته است تا بدین وسیله امکان مطرح شدن نام وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را به عنوان یک سازمان پیشرو در کسب منافع ارزی و ریالی؛ برخوردار از قابلیت‌های جدید اشتغال‌آفرینی؛ ارائه دهنده آموزش‌های کاربردی؛ و نیز مروج روحیه نشاط و همکاری در جوانان فراهم سازد.

در چهارچوب برقراری ارتباط دانشگاه‌ها با صنعت، پژوهش‌هایی متناسب با نیازهای اقتصادی کشور و نیز بررسی ظرفیت‌های کارآفرینی آن‌ها برای فارغ‌التحصیلان صورت گرفته است. با این حال، همچنان در این زمینه و به ویژه در گروه علوم انسانی، نیاز به انجام فعالیت‌های پژوهشی جدید احساس می‌شود تا ایده ارتباط دانشگاه‌ها با جامعه و صنعت بر مبنای آموزش هدفمند دانشجویان، پویایی خود را حفظ نموده و چشم‌اندازهای متنوعی فراروی آن پدیدار گردد. بر همین اساس، در پژوهش حاضر با سه سؤال کلیدی مواجه هستیم: نخست، نقش آموزش هدفمند زبان عربی در توسعه و رونق بازار گردشگری عرب چیست؟ دوم، نقش مدرسان در موفقیت فراگیران زبان عربی برای حضور در بازار گردشگری چیست؟ سوم، مهارت‌های مورد نیاز فراگیران زبان عربی در صنعت گردشگری کارآفرین چیست؟ بر

اساس مطالب فوق، اهداف پژوهش در چهار گروه عمده طبقه‌بندی شده است: نخست، اقتصادی: تحکیم ارتباط دانشگاه با صنعت؛ تجاری‌سازی آموزش زبان عربی بر اساس نیازهای اقتصادی کشور؛ تأمین منابع ارزی در شرایط تحریمی؛ دوم، کارآفرینی: فعال ساختن بخشی از ظرفیت‌های نهفته کشور در حوزه کارآفرینی؛ استفاده از ظرفیت‌های صنعت گردشگری به منظور کارآفرینی در رشته زبان عربی؛ سوم، آموزشی: آموزش هدفمند زبان عربی بر اساس نیازهای بازار گردشگری عرب در ایران؛ توسعه و رونق رشته زبان عربی در کشور؛ بهبود کیفیت آموزش زبان عربی در دانشگاه‌های کشور؛ چهارم، اجتماعی: بالا بردن سطح امید دانشجویان به آینده‌ای روشن در سایه مهارت‌آموزی در دانشگاه‌ها؛ تقویت روحیه نشاط و همکاری بین دانشجویان رشته زبان عربی.

الگوریتم پژوهش

الگوریتم به معنای دستورالعمل حل مسأله، رسیدن به پاسخ‌ها و تحقق اهداف پژوهش بر مبنای روش انتخابی است. الگوریتم پژوهش حاضر به این شرح است: (۱) نوع پژوهش، کاربردی است؛ (۲) روش گردآوری داده‌ها میدانی است؛ (۳) جامعه آماری، مدرسان دروس مهارت‌های زبانی (زبان عربی) در دانشگاه‌های سراسری ایران هستند و در پژوهش از آن‌ها با عنوان «م. ش.» یعنی «مصاحبه‌شونده» نام برده می‌شود؛ (۴) روش نمونه‌گیری، هدفمند مبتنی بر تکنیک معیار است؛ یعنی انتخاب افراد جامعه آماری تصادفی نیست و لازم است که آن‌ها حداقل پنج سال در زمینه مهارت‌های زبانی سابقه تدریس داشته باشند؛ (۵) مصاحبه‌ها تا حد اشباع اطلاعاتی ادامه می‌یابد؛ معیار اطمینان به اشباع، دریافت نظرهای تکراری و به دنبال آن، تکراری شدن داده‌ها است؛ (۶) به منظور سنجش راویی و پایایی سؤال‌های مصاحبه از روش «کمیتة راهنما برای ارزیابی برنامه مصاحبه و اجرای آن» استفاده شده است؛ (۷) ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است؛ یعنی مصاحبه‌شونده می‌تواند در ارتباط با مباحثی که در

مصاحبه مطرح نشده، اما مرتبط با موضوع گفت‌وگوست اظهار نظر نماید؛ ۸) ابزار داده‌گیری، نرم‌افزار ATLAS.ti است؛ از این نرم‌افزار برای استخراج مضامین مشترک از پاسخ‌های داده شده به سؤال‌های مصاحبه و نیز کدگذاری و مقوله‌بندی این مضامین استفاده می‌شود.

پیشینه پژوهش

به منظور انسجام در پیشینه‌نویسی، مطالعات شاخص و مرتبط با موضوع بحث حاضر به شش گروه تقسیم شدند:

۱) عربی‌آموزی با اهداف گردشگری: سیدرضا موسوی در پیشنهاد رساله دکتری خود با عنوان «طراحی محیط یادگیری الکترونیکی برای آموزش زبان عربی با اهداف گردشگری» (۱۳۹۸ش) به بررسی آموزش زبان با اهداف ویژه پرداخته است. پژوهشگر معتقد است که فعالیت در صنعت گردشگری از جمله اهداف مهمی که گویشوران غیر عرب‌زبان را به یادگیری زبان عربی سوق می‌دهد، زیرا در سال‌های اخیر تعداد زیادی از گردشگران عرب‌زبان به منظور گردشگری مذهبی، تفریحی، سلامت و نظیر این موارد، به کشورهای مختلف از جمله ایران سفر کرده‌اند؛ بنابراین برخورداری از راهنمایان گردشگری که زبان عربی را به خوبی آموخته باشند، تبدیل به یک نیاز اساسی برای کشور شده است. موسوی در پژوهش فوق، تصمیم دارد با بررسی نیازهای غیر عرب‌زبانان در زمینه یادگیری زبان عربی بر مبنای اهداف گردشگری، محتوا و سایر عناصر یک محیط یادگیری الکترونیکی را برای آموزش زبان عربی به غیر عرب‌زبانان با اهداف گردشگری طراحی کند.

۲) آسیب‌شناسی آموزش زبان عربی: سهیلا محسنی‌نژاد در رساله دکتری تخصصی خود با عنوان «مهاره المحادثة العربية على مستوى البكالوريوس في ايران خلال السنوات ١٣٦٠ الى ١٣٩٠هـ.ش (دراسة وتقديم نموذج متكافيء على أساس منهج التعليم التواصلي)» (۱۳۹۴ش) با هدف تشخیص ضعف‌های زبانی دانشجویان زبان عربی و تعیین مهم‌ترین معیارهای لازم برای نقد کتاب‌های آکادمیک آموزش زبان عربی و نیز شناسایی مهم‌ترین اسلوب‌های تدریس مکالمه به این نتیجه رسیده است که میزان نارسایی زبانی به ترتیب در مهارت‌های گفتاری، شنیداری، خوانداری و نوشتاری مشهود است و لذا بین به‌کارگیری شیوه‌های تدریس و محتوای آکادمیک کتاب‌های درسی، بین به‌کارگیری شیوه‌های ارتباطی و بهبود یافتن سطح دانشجویان در

مهارت‌های زبانی، و نیز بین سطح علمی دانشجویان در مهارت مکالمه با کیفیت و کمیت امکانات آموزشی و اساتید با توانایی‌های علمی مطلوب، ارتباط وجود دارد.

۳) آموزش الگومحور زبان عربی: دانش محمدی رکعتی در رساله دکتری تخصصی خود با عنوان «تخطيط منهج لتعليم المهارات اللغوية في مرحلة البكالوريوس لأقسام اللغة العربية وآدابها في ضوء المبادئ الحديثة لتعليم اللغة الأجنبية» (۱۳۹۳ش) به الگومحور نمودن آموزش مهارت‌های زبانی در مقطع کارشناسی رشته زبان و ادبیات عربی و نیز تبیین نیازهای تربیتی، فرهنگی و اجتماعی دانشجویان جامعه ایرانی در یادگیری مهارت‌های زبان عربی پرداخت. جامعه آماری پژوهش فوق، شامل مدرسان مهارت‌های زبانی، دانشجویان ترم ششم مقطع کارشناسی رشته زبان و ادبیات عربی در دانشگاه‌های ایران، اعضای گروه عربی در دفتر برنامه‌ریزی وزارت علوم و نیز شش متخصص مرتبط با بازار کار زبان عربی در ایران است. ابزار گردآوری اطلاعات پژوهش، پرسشنامه و مصاحبه است و پژوهشگر در نهایت برنامه درسی مورد نظر خود را در این رساله پیشنهاد داده است. نتایج تحلیل داده‌های پژوهش محمدی از منظر مدرسان نشان داد که اغلب آن‌ها معتقدند برنامه‌های آموزش مهارت‌های زبانی، مبنای علمی ندارد و ۱۸ واحد درسی برای آموزش مهارت‌های زبانی کافی نیست. نتایج مذکور از منظر مدرسان و دانشجویان نیز نشان داد که اغلب آن‌ها با روش‌های سنتی ارائه دروس مهارت‌های زبانی در دانشگاه‌ها که به ترتیب، شامل مهارت‌های شنیداری، گفتاری، خوانداری و نوشتاری است مخالف بوده و معتقدند که مهارت‌ها باید به صورت هم‌زمان ارائه و تدریس شوند.

۴) یادگیری مهارت‌های زبانی: عدنان طهماسبی و همکاران در مقاله «اثر بخشی الگوی ATN-D بر فرآیند یادگیری مکالمه زبان عربی» (۱۳۹۴ش) با روش توصیفی تحلیلی کوشیده‌اند با توجه به چالش‌ها و نیازهای زبان‌آموزان در راستای ایجاد توانش ارتباطی، یک الگوی مناسب با نام اختصاری ATN-D ارائه دهند. این الگو متشکل از روش‌های «شنیداری-گفتاری»، «کارمحور»، «مفهومی-کاربردی» و «تلقین‌زدایی» است. نتایج پژوهش طهماسبی و

همکاران نشان داد که برای تقویت و تثبیت توانش ارتباطی، دیالوگ محوری مناسب است؛ وجود نداشتن الگوی آموزشی مناسب یکی از علل ناکارآمدی و رغبت نداشتن دانشجویان به فراگیری مکالمه عربی است؛ عدم توجه به بعد فرهنگی آموزش زبان، عدم تسلط بر نحوه استفاده از زبان را به دنبال دارد؛ و دیالوگ محوری، انجام تمرینات متنوع ارتباطی و گشتاری و نیز ایجاد موقعیت‌های متنوع، جدید و طبیعی از جمله مواردی هستند که در الگوی ترکیبی ATN-D باید مد نظر قرار گیرند.

۵) ارتباط دانشگاه با کارآفرینی: مصطفی جوانرودی و نسیم شریفی در مقاله خود با عنوان «نقش گروه‌های زبان و ادبیات عربی در توسعه کارآفرینی» (۱۳۹۴ش) به بررسی دیدگاه‌های صاحب‌نظران رشته کارآفرینی درباره کارآفرین بودن رشته زبان عربی پرداختند؛ نتایج پژوهش فوق نشان داد که دانش‌آموختگان رشته مذکور، از توانایی‌ها و مهارت‌های لازم را برای راه‌اندازی کسب و کار متناسب با تخصص خود برخوردار نیستند؛ بنابراین گروه‌های زبان و ادبیات عربی باید به منظور جبران این کاستی اقداماتی انجام دهد. از جمله این‌که: سرفصل آموزشی گروه را به نیازهای بازار کار نزدیک کنند؛ منابع آموزشی را مطابق با نیازهای بازار کار، تألیف یا ترجمه کنند؛ از مدرسان دروس کارآفرینی در کنار استادان گروه عربی استفاده کنند؛ کارگاه‌های آموزش کارآفرینی را برای استادان گروه عربی برگزار کنند؛ و سرانجام این‌که نسبت به ایجاد گرایش‌های جدید یا میان‌رشته‌ای به عنوان یکی از بسترهای مهم شکل‌گیری و توسعه قابلیت‌های کارآفرینی گروه زبان عربی، اقدام کنند.

۶) رضایتمندی گردشگران عرب از گردشگری در ایران: منا اکبری و ژاله هاشم‌زاده در مقاله خود با عنوان «عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت» (۱۳۹۵ش) ۲۴۹ پرسشنامه را در تابستان ۱۳۹۳ بین گردشگران عرب در کلاردشت توزیع کردند، نتایج حاصل از بررسی نظرات گردشگران عرب حاکی از آن بود که سفر به ایران برای آن‌ها به دلایلی ناخوشایند بوده است. از جمله این‌که: جامعه میزبان با گردشگران رفتار زننده و تحقیرآمیزی دارد؛ اغلب کارمندان فرودگاه‌ها و اماکن سیاحتی و زیارتی، نمی‌توانند به زبان عربی صحبت کنند؛ جامعه میزبان در اخذ هزینه‌های سفر، برای مثال، کرایه تاکسی از گردشگران سوءاستفاده می‌کند؛ جامعه میزبان در تهیه غذاهای ملل برای گردشگران با مشکل مواجه است.

محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر با سه محدودیت عمده مواجه بود: (۱) کرونا: شیوه‌نامه‌های بهداشتی دوره کرونا، امکان مراجعه حضوری به دانشگاه‌ها و مصاحبه با مدرسان دروس مهارت‌های زبانی را دشوار و تا اندازه‌ای غیرممکن ساخت؛ (۲) ناآرامی‌ها: پس از غلبه ایران بر پاندمی کرونا، کشور با موجی از ناآرامی‌ها به دلایلی که در این مقاله قابل توضیح نیست مواجه شد؛ این موضوع، شرایط مراجعه حضوری به دانشگاه‌ها را در مقایسه با دوره کرونا دشوارتر نمود و حتی در مقاطعی کاملاً غیرممکن ساخت؛ (۳) چالش‌های همکاری: پس از کسب اجازه از محضر مدرسان دروس مهارت‌های زبانی، سؤال‌های مصاحبه خدمت‌شان ارسال شد، اما در نهایت و بعد از پیگیری‌های مستمر، تنها جمعیتی اندک از آن‌ها به سؤال‌های مصاحبه پاسخ دادند.

مرور نظری

نیازسنجی آموزش زبان دوم

زبان دوم زبانی غیر از زبان اول یا زبان مادری است و معمولاً از آن در فعالیت‌های آموزشی، تجاری، سیاسی، فرهنگی و مانند این‌ها به منظور برقراری ارتباط استفاده می‌شود. فتحی و اجارگاه، شناسایی و تعیین نیازهای مهم هنگام تصمیم‌گیری را «نیازسنجی» نامیده و از آن به عنوان یکی از حوزه‌های مطرح در مطالعات برنامه‌ریزی درسی یاد کرده است (۱۳۸۱: ۱۰۰). اگر برنامه درسی شامل چهار عنصر هدف، محتوا، روش و ارزشیابی باشد (مهرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲)، نیازسنجی را باید اساس هر چهار عنصر مذکور دانست. بررسی سرفصل‌های درسی گروه‌های آموزشی زبان‌های خارجی به ویژه در بخش زبان عربی نشان داده است که طراحان سرفصل‌ها نسبت به مقوله تحلیل نیازها بی‌توجه هستند. این موضوع بر آموزش زبان در

دانشگاه‌ها تأثیر نامطلوب گذارده و منجر به ظهور دانش‌آموختگانی شده است که تخصص آن‌ها متناسب با نیازهای جامعه نیست. منظور از نیازها در پژوهش حاضر، آموزش زبان دوم بر اساس نیازهای بازار کار است.

بحران بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی

نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، یکی از مهم‌ترین اطلاعات ارائه‌شده در مورد جمعیت بیکاران کشور است. به این معنا که بالا بودن بیکاری در جمعیت فارغ‌التحصیل دانشگاهی نشان‌دهنده عملکرد ضعیف و نامتناسب آموزش عالی است. بررسی آمارهای بیکاری فارغ‌التحصیلان کشور نشان می‌دهد که سهم جمعیت بیکار ۱۵ ساله و بیشتر فارغ‌التحصیل آموزش عالی از کل بیکاران در تابستان ۱۴۰۱، حدود ۴۱ درصد بوده است. مقایسه این آمار با تابستان ۱۴۰۰ بیانگر افزایش ۰,۳ درصدی بیکاری فارغ‌التحصیلان است به این معنا که سهم بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در این مدت از ۴۰,۶ درصد به ۴۰,۹ درصد افزایش داشته است (کیهان: ۱۴۰۱).

ضرورت بازنگری در برنامه‌های درسی آموزش زبان عربی

آموزش زبان عربی باید بر اساس نیازهای بازار کار صورت پذیرد، زیرا بازار کار به ویژه در بخش گردشگری عرب، متناسب با نیازهای ارتباطی خود، از نیروهایی که بتوانند در عمل از زبان دوم استفاده کنند و نیز در برقراری ارتباط کلامی با گردشگران توانمند باشند استقبال خواهد کرد.

جایگاه مهارت گفتاری در روش‌های آموزش زبان دوم

به منظور آشنایی با روش‌های مشهور آموزش زبان دوم، اولویت آموزشی و نیز رتبه‌بندی آموزش مهارت‌های زبانی در این روش‌ها، جدول شماره یک، طراحی شده است؛ اطلاعات جدول مذکور، متکی بر دستاوردهای مه‌کی (۱۳۷۰)، هادلی (۲۰۰۳)، لارسن‌فریمن (۱۹۸۵) و مک‌لافین (۱۹۹۷) است.

جدول (۱) : روش‌های مشهور آموزش زبان دوم

روش‌های آموزش	هدف	اولویت آموزشی	رتبه‌بندی آموزش مهارت‌ها	نقش مدرس
دستور/ ترجمه	فهم ادبیات زبان مقصد	نوشتاری	فقط خوانداری و نوشتاری	تصمیم گیرنده مقتدر
مستقیم	برقراری ارتباط	گفتاری	خوانداری، شنیداری، نوشتاری و گفتاری	شریک زبان‌آموزان در فرایند آموزش
شنیداری دیداری	برقراری ارتباط	گفتاری	شنیداری، گفتاری، خوانداری و نوشتاری	ایجاد الگویی شبیه گوینده بومی زبان مقصد
تلفیقی	برقراری ارتباط	گفتاری	اولویت گفتاری بر سایر مهارت‌ها	رفع موانع زبانی از طریق تلقین
اجتماعی	برقراری ارتباط	گفتاری	شنیداری، گفتاری، خوانداری و نوشتاری	درک زبان‌آموزان و مشاوره دادن به آن‌ها
فیزیکی	برقراری ارتباط	گفتاری	شنیداری و گفتاری (درک مطلب)	جهت‌دهنده به رفتار زبان‌آموزان
ارتباطی	برقراری ارتباط	گفتاری	هر چهار مهارت به صورت هم‌زمان	ایجاد موقعیت‌های ارتباطی و هدایت زبان‌آموزان

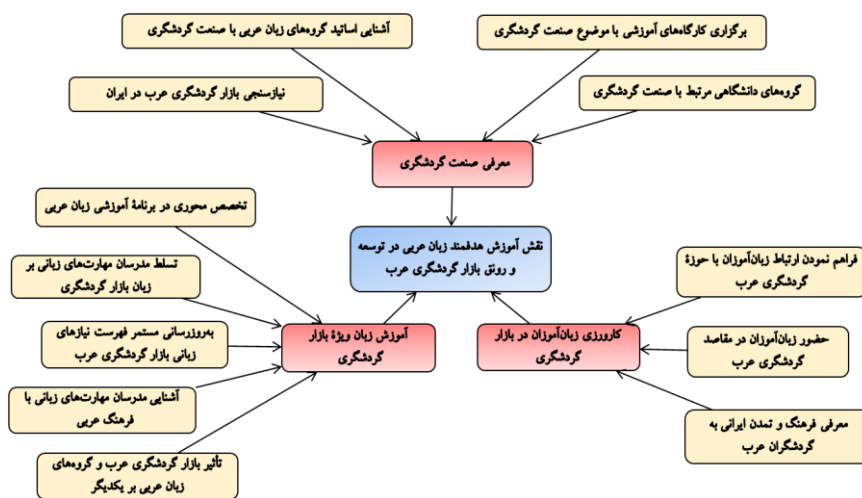
همان‌طور که از محتوای جدول شماره یک پیداست، در شش روش از هفت روش مشهور آموزش زبان دوم، آموزش مهارت گفتاری بر نوشتاری اولویت دارد؛ بنابراین در برنامه‌ریزی آموزش زبان دوم باید به مهارت گفتاری، توجه بیشتری داشت.

یافته‌ها

نرم‌افزار ATLAS.ti از متن مصاحبه با مدرسان دروس مهارت‌های زبانی به ۱۰ کد اصلی و ۴۰ زیرکد رسید؛ کدهای مذکور، بر اساس سؤال‌های پژوهش که از نظر ساختاری و محتوایی مکمل یکدیگر هستند، در قالب سه نمودار نمایه گردیده است.

نقش آموزش هدفمند زبان عربی در توسعه و رونق بازار گردشگری عرب

نرم افزار ATLAS.ti برای عنوان فوق از سه کد اصلی (۱) معرفی صنعت گردشگری؛ (۲) آموزش زبان ویژه بازار گردشگری؛ و (۳) کارورزی زبان آموزان در بازار گردشگری، رونمایی کرده است و در مجموع برای سه عنوان کد مذکور، دوازده زیرکد در نظر گرفته است.



نمودار (۱): نقش آموزش هدفمند زبان عربی در توسعه و رونق بازار گردشگری عرب

۱. معرفی صنعت گردشگری:

- گروه‌های دانشگاهی مرتبط با صنعت گردشگری:

مراکز آموزشی زیرمجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری باید بر اساس رشته‌های مرتبط با صنعت گردشگری که در اختیار دارند نسبت به معرفی صنعت گردشگری و مزایای اقتصادی و کارآفرینی این صنعت اقدام مؤثر داشته باشند (م. ش. ۱۲).

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی با موضوع صنعت گردشگری:

استفاده از ظرفیت دانشگاه‌ها برای برگزاری کارگاه‌های آموزشی و نیز دعوت از افراد با تجربه به منظور تدریس در این کارگاه‌ها می‌تواند در معرفی صنعت گردشگری و مزایای آن به جامعه دانشگاهی مؤثر باشد (م. ش. ۳).

- آشنایی اساتید گروه‌های زبان عربی با صنعت گردشگری:

اگر قرار باشد با هدفمندسازی آموزش زبان عربی به توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در ایران کمک شود، اول باید ما اساتید در گروه‌های زبان عربی کشور با صنعت گردشگری و اهداف آن، آشنایی پیدا کنیم (م. ش. ۵).

- نیازسنجی بازار گردشگری عرب در ایران:

یکی از روش‌هایی که می‌شود از طریق آن به شناساندن، توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در ایران کمک کرد، نیازسنجی بازار و سازگار کردن فرایند آموزش دانشجویان عربی با این نیازهاست (م. ش. ۱۰).

۲. آموزش زبان ویژه بازار گردشگری:

- تخصص محوری در برنامه آموزشی زبان عربی:

وقتی برنامه آموزشی زبان عربی را به سمت آموزش تخصصی و کاربردی هدایت کنیم، طبیعتاً زبان‌آموز حرفه‌ای پرورش خواهیم دادیم و برای مثال، در بازار گردشگری هم راحت‌تر می‌توانیم حضور داشته باشیم و به توسعه و رونق این بازار کمک کنیم (م. ش. ۱۴).

- تسلط مدرسان مهارت‌های زبانی بر زبان بازار گردشگری:

ما اساتید برای آموزش زبان گردشگری به فراگیران و یا به عبارتی آموزش زبان بر اساس اهداف ویژه، باید زبان گردشگری و واژگان آن را بدانیم (م. ش. ۵).

- آشنایی مدرسان مهارت‌های زبانی با فرهنگ عربی:

مدرسان در کنار آموزش مهارت‌های زبانی به فراگیران، باید آن‌ها را نسبت به بایدها و نبایدهای فرهنگی عرب‌زبان‌ها توجیه کنند (م. ش. ۱۱).

- به‌روزرسانی مستمر فهرست نیازهای زبانی بازار گردشگری عرب:

روزآمد ساختن مداوم فهرست نیازهای زبانی بازار گردشگری عرب، بسیار می‌تواند به ما کمک کند که بر اساس این فهرست، در آموزش فراگیران به صورت مستمر تحول ایجاد کنیم (م. ش. ۱۶).

- تأثیر بازار گردشگری عرب و گروه‌های زبان عربی بر یکدیگر:

در اینجا با یک رابطه متقابل مواجه هستیم؛ یعنی از یک سو آموزش بازارمحور زبان عربی می‌تواند در توسعه بازار گردشگری عرب مؤثر باشد و از سوی دیگر توسعه بازار گردشگری می‌تواند تقاضا را برای به خدمت گرفتن فراگیران متبحر افزایش دهد (م. ش. ۳).

۳. کارورزی زبان‌آموزان در بازار گردشگری:

- فراهم نمودن ارتباط زبان‌آموزان با حوزه گردشگری عرب:

ما باید فراگیران زبان عربی را با حوزه گردشگری عرب در ایران مرتبط سازیم تا آن‌ها ضمن شناخت مبانی این حوزه، مسیرهای ورود به بازار گردشگری و کارایی در آن را به خوبی بیاموزند و به راحتی در این بازار جذب شوند (م. ش. ۱).

- حضور زبان‌آموزان در مقاصد گردشگری عرب:

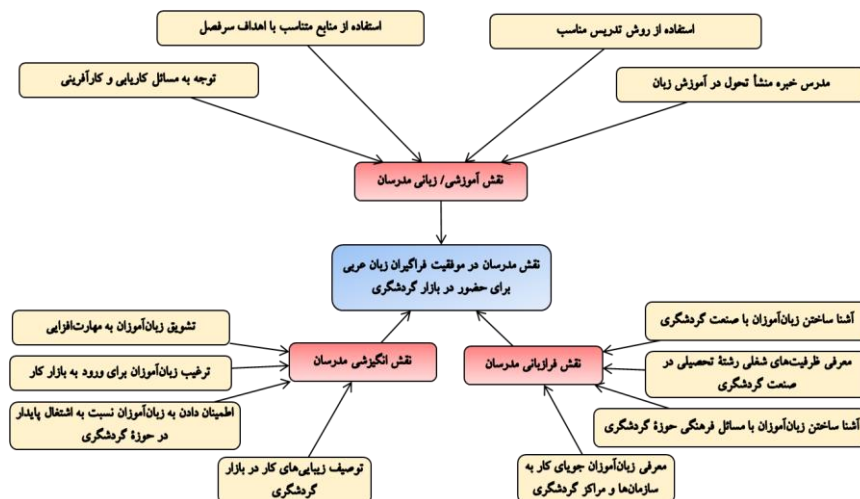
اگر دانشجویان در مقاصد گردشگری عرب‌زبان‌ها حاضر شوند و به صورت مستقیم با گردشگران عرب گفت‌وگو کنند، می‌توانند ضمن توسعه توان زبانی خودشان، در استفاده از زبان ویژه بازار گردشگری و شناخت فرهنگ گردشگران هم به مهارت برسند (م. ش. ۱۳).

- معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی به گردشگران عرب:

وقتی دانشجویها به مهارت‌های زبانی تجهیز شوند، می‌توانند با حضور در مقاصد گردشگری، فرهنگ خودی را به گردشگران عرب معرفی کنند و از این طریق، زمینه سفر تعداد بیشتری از گردشگران را به ایران فراهم آورند (م. ش. ۸).

نقش مدرسان در موفقیت فراگیران زبان عربی برای حضور در بازار گردشگری

نرم‌افزار ATLAS.ti برای عنوان فوق از سه کد اصلی (۱) نقش آموزشی / زبانی مدرسان؛ (۲) نقش انگیزشی مدرسان؛ و (۳) نقش فرازبانی مدرسان، رونمایی کرده است و در مجموع برای سه عنوان کد مذکور، دوازده زیرکد در نظر گرفته است.



نمودار (۲): نقش مدرسان در موفقیت فراگیران زبان عربی برای حضور در بازار گردشگری

۱. نقش آموزشی / زبانی مدرسان:

- مدرس خیره منشأ تحول در آموزش زبان:

مدرس نقش بسیار مهمی در تدریس دارد، مدرس قوی و اهل مطالعه می‌تواند به عنوان منشأ اصلی تغییر و تحول در آموزش زبان به دانشجویان در نظر گرفته شود (م. ش. ۲).

- استفاده از روش تدریس مناسب:

روش تدریسی که مدرس در کلاس استفاده می‌کند بسیار مهم است. روش‌هایی مثل سخنرانی منسوخ شده و باید از روش‌های جدیدتری استفاده کرد (م. ش. ۸).

- استفاده از منابع متناسب با اهداف سرفصل:

منابع و محتوای دروسی که مدرس به زبان‌آموزان ارائه می‌دهد باید با اهداف سرفصل و دوره آموزشی هم‌خوانی داشته باشد. برای مثال، مدرس در کلاس گردشگری پایه، باید محتوای جلسه‌ها را با مضمون گردشگری و بر اساس نیازهای این حوزه ارائه دهد (م. ش. ۳).

- توجه به مسائل کاريابی و کارآفرینی:

تدریس مدرس در کلاس اگر به منظور ورود دانشجویان به حوزه گردشگری است، باید با طرح مباحث کاريابی یا کارآفرینی همراه باشد (م. ش. ٥).

٢. نقش انگیزشی مدرسان:

- تشویق زبان‌آموزان به مهارت‌افزایی:

مدرسان با انگیزه دادن به زبان‌آموزان و سخن گفتن از آینده‌ای روشن برای بهترین‌ها، می‌توانند دانشجویان را به مهارت‌افزایی و پیشرفت تشویق کنند (م. ش. ١٠).

- ترغیب زبان‌آموزان برای ورود به بازار کار:

مدرس نمی‌تواند مسائل بازار کار را مستقیماً آموزش دهد، ولی می‌تواند با صحبت‌های خود، روحیه کاريابی، کارآفرینی و بازاریابی را در دانشجویان تقویت کند (م. ش. ٣).

- اطمینان دادن به زبان‌آموزان نسبت به اشتغال پایدار در حوزه گردشگری:

مدرسان باید برای دانشجویان توضیح دهند که منافع اقتصادی بازار گردشگری عرب در ایران به اندازه‌ای هست که بتواند اشتغال پایدار و درآمد مقبول را برای فراگیران خبره زبان عربی تضمین کند (م. ش. ١٢).

- توصیف زیبایی‌های کار در بازار گردشگری:

بازار گردشگری به واسطه حضور گردشگران خارجی همواره از تنوع مردمی، فرهنگی، زبانی و گویشی برخوردار است. به نظرم مدرسان مهارت‌های زبانی باید روایتگر زیبایی‌های کار در بازار گردشگری عرب باشند (م. ش. ٥).

٣. نقش فرازبانی مدرسان:

- آشنا ساختن زبان‌آموزان با صنعت گردشگری:

شاید بهتر باشد که مدرسان در تدریس خود از صنعت گردشگری و بخش‌های متنوع آن، صحبت کنند و دانشجویان را با این صنعت آشنا نمایند (م. ش. ١١).

- معرفی ظرفیت‌های شغلی رشته تحصیلی در صنعت گردشگری:

زمینه‌های شغلی رشته زبان عربی در صنعت گردشگری برای زبان‌آموزان ناشناخته است؛ مدرس که سر کلاس حاضر می‌شود یکی از مهم‌ترین افرادی است که می‌تواند این زمینه‌ها را برای دانشجویان روشن کند و توضیح دهد (م. ش. ١٦).

- آشنا ساختن زبان‌آموزان با مسائل فرهنگی حوزه گردشگری:

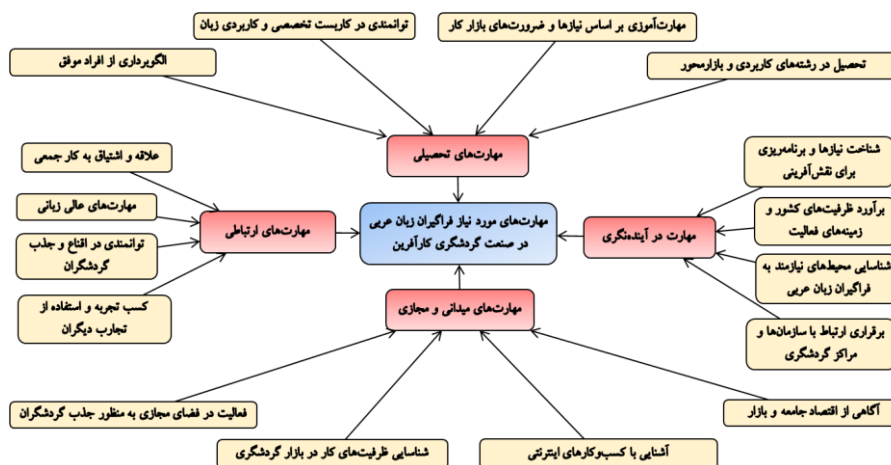
مسائل فرهنگی، بخش بسیار مهمی در گردشگری است؛ بنابراین مدرسان باید تبیین مسائل فرهنگی را در کلاس‌های خود جدی بگیرند (م. ش. ۱۷). برای مثال، مبانی مذهبی در فرهنگ ایرانی پررنگ است و لذا دانش‌آموخته‌های ما باید این امر را برای ورود به بازار گردشگری مد نظر قرار دهند (م. ش. ۱۲).

- معرفی زبان‌آموزان جویای کار به سازمان‌ها و مراکز گردشگری:

برخی اساتید با مراکز مختلفی همکاری دارند، آن‌ها باید از توانایی‌های خودشان در این زمینه استفاده نموده و فراگیرها را چه در مرحله تحصیل و چه در مرحله دانش‌آموختگی، برای کار به سازمان‌ها و مراکز گردشگری معرفی نمایند (م. ش. ۱۲).

مهارت‌های مورد نیاز فراگیران زبان عربی در صنعت گردشگری کارآفرین

نرم‌افزار ATLAS.ti برای عنوان فوق از چهار کد اصلی (۱) مهارت‌های تحصیلی؛ (۲) مهارت‌های ارتباطی؛ (۳) مهارت‌های میدانی و مجازی؛ و (۴) مهارت در آینده‌نگری، رونمایی کرده است و در مجموع برای چهار عنوان کد مذکور، شانزده زیرکد در نظر گرفته است.



نمودار (۳): مهارت‌های مورد نیاز فراگیران زبان عربی در صنعت گردشگری کارآفرین

۱. مهارت‌های تحصیلی:

- تحصیل در رشته‌های کاربردی و بازارمحور:

ما باید جایگاه آموزش هدفمند زبان عربی را در توسعه و رونق حوزه گردشگری برای دست‌اندرکاران روشن کنیم تا اهمیت تأسیس رشته‌های تحصیلی کاربردی و بازارمحور در نظام آموزش عالی به منظور تحصیل و مهارت‌آموزی فراگیران در این رشته‌ها نشان داده شود (م. ش. ۱۰).

- مهارت‌آموزی بر اساس نیازها و ضرورت‌های بازار کار:

توجه به مقوله مهارت‌آموزی کاربردی و بازارمحور در دانشگاه‌ها بسیار مهم است؛ هم مدرسان باید بدانند که چگونه در این زمینه عمل نمایند و به دانشجویان چه مطالبی را آموزش دهند و هم دانشجویان باید بدانند که چرا آموختن مهارت‌های زبانی کاربردی برای آنها مهم است (م. ش. ۲).

- توانمندی در کاربست تخصصی و کاربردی زبان:

ترکیب دانش زبانی با دانش گردشگری کمک می‌کند تا دانشجویان توانایی استفاده تخصصی و کاربردی از زبان عربی را در بازار گردشگری به دست آورده و در این بازار به موفقیت برسند (م. ش. ۴).

- الگوبرداری از افراد موفق:

ما باید از افرادی که در صنعت گردشگری به موفقیت رسیده‌اند الگوبرداری کنیم، از آنها مشاوره بگیریم و نیز بتوانیم از تجارب آنها در کسب مهارت‌های زبانی و غیر زبانی استفاده کنیم (م. ش. ۱۱).

۲. مهارت‌های ارتباطی:

- علاقه و اشتیاق به کار جمعی:

برای کارآفرینی یا کاریابی در حوزه‌ای نظیر گردشگری، داشتن مهارت و انگیزه مشارکت در امور جمعی و به عبارتی، اجتماعی بودن فرد، بسیار مهم است (م. ش. ۱۶).

- مهارت‌های عالی زبانی:

کارآفرینی یا کاریابی در حوزه گردشگری دشوار است، اما تسلط قوی بر زبان عربی به منظور برقراری ارتباط با گردشگران عرب می‌تواند آغاز مهمی برای حرکت در این مسیر باشد (م. ش. ۱۵).

- توانمندی در اقناع و جذب گردشگران:

اقناع و جذب گردشگران مهارتی فردی است و البته تا حدی هم اکتسابی محسوب می‌شود؛ بنابراین زمینه مطالعاتی افراد نباید محدود به منابع درسی باشد؛ آنها باید درباره روان‌شناسی، مدیریت گردشگری، چگونه مدیر موفق باشیم و نظیر این‌ها مطالعه داشته باشند و از این منابع بیاموزند که چگونه می‌شود گردشگران را اقناع نمود تا برای خرید کالاها و یا دریافت خدمات هزینه کنند (م. ش. ۹).

- کسب تجربه و استفاده از تجارب دیگران:

تجربه داشتن و استفاده از تجربه دیگران در کارآفرینی یا کاریابی موضوع بسیار مهمی است؛ مخصوصاً در حوزه گردشگری که ظرفیت‌های اقتصادی قابل توجهی دارد (م. ش. ۳).

۳. مهارت‌های میدانی و مجازی:

- آگاهی از اقتصاد جامعه و بازار:

کارآفرین شدن مستلزم تسلط نسبی بر مسائل اقتصادی است، منظور این نیست که حتماً علم اقتصاد را کامل مطالعه کرده باشیم، بلکه مسائل اقتصادی خرد و کلان مردم نهاد و بازار محور را از طریق کار میدانی یا از طریق رصد اخبار در فضای مجازی، مطالعه و مانند این‌ها بشناسیم (م. ش. ٧).

- آشنایی با کسب و کارهای اینترنتی:

مدرس باید دانشجو را آگاه سازد و مجاب کند که دانش زبانی در کنار مهارت‌آموزی‌های جانبی، مسیری است که سریع‌تر به هدف منتهی می‌شود؛ به عنوان نمونه از او بخواهد که در دوره‌های آشنایی با فضای کسب و کار اینترنتی، بازاریابی مجازی، جذب مشتری، ارائه خدمات به گردشگران و ... شرکت کند؛ البته این دوره‌های فوق برنامه معمولاً در مراکز رشد دانشگاه یا دفتر ارتباط دانشگاه با صنعت برگزار می‌شود (م. ش. ٦).

- شناسایی ظرفیت‌های کار در بازار گردشگری:

کارآفرینی و کاریابی نیازمند بررسی و شناسایی ظرفیت‌های بازار کار و سرمایه است، افراد باید بتوانند جاهای خالی که در بازار گردشگری و مرتبط با مسائل گردشگری دیده می‌شود را از طریق کار میدانی یا فعالیت در فضای مجازی پیدا کرده و در راستای پر نمودن این خلأها فعالیت کنند (م. ش. ١٦).

- فعالیت در فضای مجازی به منظور جذب گردشگران:

با توجه به گسترش فناوری‌های ارتباطی در جهان امروز، کارآفرینی و کاریابی مجازی بیش از گذشته توسعه پیدا کرده و لذا جذب گردشگران از این طریق بسیار مهم است (م. ش. ١٤).

٤. مهارت در آینده‌نگری:

- شناخت نیازها و برنامه‌ریزی برای نقش‌آفرینی:

آینده‌نگری، به معنای شناخت نیازهای آینده، در موضوع کاریابی و کارآفرینی بسیار مهم است؛ فراگیران باید کمی فرازمانی بیندیشند و نیز فراتر از امروز را ببینند تا بتوانند از هم‌اکنون به منظور نقش‌آفرینی در تأمین نیازهای آینده برنامه‌ریزی کنند (م. ش. ١).

- برآورد ظرفیت‌ها و زمینه‌های فعالیت در حوزه‌های مورد علاقه:

کسی که می‌خواهد در کاریابی یا کارآفرینی موفق باشد، باید ظرفیت‌ها و زمینه‌های کسب‌وکار در حوزه‌های مورد علاقه‌اش را به خوبی شناسایی نموده و خود را با شرایط سازگار نماید (م. ش. ۱۷).

- شناسایی محیط‌های نیازمند به فراگیران زبان عربی:

کار در زمینه گردشگری دشوار است؛ با این حال، شناسایی محیط‌هایی که نیازمند افراد مسلط بر زبان عربی است می‌تواند قدم بسیار خوبی برای شروع باشد (م. ش. ۱۵).

- برقراری ارتباط با سازمان‌ها و مراکز گردشگری:

فراگیران باید به سازمان‌ها و مراکزی که در زمینه گردشگری فعالیت دارند رفت و آمد داشته باشند تا در صورت نیاز به نیروی کار، امکان استخدام در بخش‌های یاد شده را پیدا کنند (م. ش. ۷).

بحث و نتیجه‌گیری

نرم‌افزار ATLAS.ti با سازمان‌دهی و غربالگری متن مصاحبه‌ها در ارتباط با سؤال اول پژوهش، یعنی نقش آموزش هدفمند زبان عربی در توسعه و رونق بازار گردشگری عرب، به سه کد اصلی رسید: در کد نخست، یعنی معرفی صنعت گردشگری، بر استفاده از ظرفیت‌های مراکز دانشگاهی زیرمجموعه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در شناساندن این صنعت به جامعه و نیز سازگار کردن آموزش زبان عربی با نیازهای بازار گردشگری تأکید شد که البته تحقق این مسأله به مهارت‌افزایی اساتید گروه‌های زبان عربی سراسر کشور بستگی دارد. در کد دوم، یعنی آموزش زبان ویژه بازار گردشگری، بر آموزش کاربردی زبان عربی به دانشجویان، مهارت اساتید در استفاده از زبان ویژه گردشگری، آشنایی آن‌ها با فرهنگ عربی و به‌روز ساختن فرایند آموزش زبان گردشگری در گروه‌های زبان عربی تأکید شد و نیز تأثیر متقابل بازار گردشگری و گروه‌های مذکور بر یکدیگر مورد توجه قرار گرفت؛ به این معنا که آموزش

فراگیران مسلط بر زبان به توسعه بازار گردشگری عرب در ایران کمک می‌کنند و بازار نیز به دلیل توسعه و رونق صورت گرفته، تقاضا را برای استخدام فراگیران جویای کار افزایش می‌دهد؛ نتیجه دادوستد مذکور قطعاً بر بهبود آموزش زبان عربی در دانشگاه‌ها مؤثر است. در کد سوم، یعنی کارورزی زبان‌آموزان در بازار گردشگری، بر لزوم ارتباط فراگیران زبان عربی با حوزه گردشگری عرب در ایران و حضور فعال آن‌ها در مقاصد گردشگری عرب تأکید شد تا بدین وسیله تحقق اهدافی نظیر شناخت حوزه گردشگری، تسهیل کارایی در بازار گردشگری، تسلط بر زبان ویژه گردشگری و نیز شناخت فرهنگ عربی برای فراگیران میسر گردد. در آخرین زیرکد از این بخش توصیه شد که فراگیران به منظور افزایش آمار گردشگران عرب در ایران، فرهنگ و تمدن ایرانی را به آن‌ها معرفی نمایند. بخشی از پاسخ‌هایی که به سؤال اول داده شد با پژوهش اکبری و هاشم‌زاده (۱۳۹۵ش) که سفر به ایران را برای عرب‌ها به دلیل آشنا نبودن جامعه میزبان با زبان عربی ناخوشایند دانسته، همخوانی دارد.

نرم‌افزار ATLAS.ti با سازمان‌دهی و غربالگری متن مصاحبه‌ها در ارتباط با سؤال دوم پژوهش، یعنی نقش مدرسان در موفقیت فراگیران زبان عربی برای حضور در بازار گردشگری، به سه کد اصلی رسید: در کد نخست، یعنی نقش آموزشی/زبانی مدرسان، بر شخصیت قوی و دانش بالای مدرسان، استفاده از روش‌های جدید در تدریس، تناسب منابع درسی با عنوان و اهداف درس‌ها و نیز آموزش اصول کار در صنعت گردشگری تأکید شد. در کد دوم، یعنی نقش انگیزشی مدرسان، اهمیت نگاه مثبت مدرسان نسبت به مسائل شغلی و درآمدی فراگیران مورد تأکید قرار گرفت؛ به این معنا که مدرسان آینده را برای فراگیران، روشن توصیف نمایند؛ روحیه به دست آوردن کار و نیز کارآفرینی را در فراگیران حمایت نموده و تقویت کنند؛ به فراگیران اطمینان خاطر دهند که بازار گردشگری عرب می‌تواند برای آن‌ها اشتغال‌آفرین و درآمدزا باشد و این‌که کار در این بازار به دلیل مواجهه با مردمی از ملل مختلف، زیبا و جذاب است. در کد سوم، یعنی نقش فرازبانی مدرسان، تأکید شده است که اساتید، فراگیران را با صنعت گردشگری، ظرفیت‌های کارآفرینی صنعت گردشگری عرب در ایران و نیز هنجارهای فرهنگی این صنعت آشنا نموده و در صورت امکان دانشجویان مستعد را برای کار به مراکز گردشگری معرفی کنند. بخشی از پاسخ‌هایی که به سؤال دوم داده شد با پژوهش‌های محمدی رکعتی (۱۳۹۳ش)، محسنی‌نژاد (۱۳۹۴ش) و طهماسبی و همکاران (۱۳۹۴ش) همسو است. بر

این اساس که ضعف فراگیران زبان عربی در مهارت‌های زبانی و ارتباطی باعث بی‌ربطی آن‌ها به بازار گردشگری عرب در ایران و فرصت‌های شغلی مرتبط با این بازار شده است. نرم‌افزار ATLAS.ti با سازمان‌دهی و غربالگری تحلیل متن مصاحبه‌ها در ارتباط با سؤال سوم پژوهش، یعنی مهارت‌های مورد نیاز فراگیران زبان عربی در صنعت گردشگری کارآفرین به چهار کد اصلی رسید: در کد نخست، یعنی مهارت‌های تحصیلی، بر تحصیل فراگیران در رشته‌های مورد نیاز جامعه، مهارت‌آموزی بر اساس شرایط و ضرورت‌های بازار کار، توانایی در استفاده از زبان دوم متناسب با نیازهای بازار کار و کارفرمایان و نیز آموختن از تجارب افراد موفق در صنعت گردشگری به منظور تقویت مهارت‌های زبانی و غیر زبانی تأکید شد. در کد دوم، یعنی مهارت‌های ارتباطی، اهمیت جمع‌گرا بودن و تمایل به کار جمعی، تسلط بر زبان دوم، مردم‌شناسی به منظور جذب گردشگران و نیز استفاده از تجارب افراد موفق در زمینه گردشگری مورد تأکید قرار گرفت. در کد سوم، یعنی مهارت‌های میدانی و مجازی، بر اطلاع فراگیران از اقتصاد کشور و نحوه سرمایه‌گذاری‌ها، شرکت در کارگاه‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکار در فضای مجازی، اطلاع از ظرفیت‌های جذب نیرو در بازار گردشگری و نیز جذب گردشگران از طریق فضای مجازی تأکید شد. در کد چهارم، یعنی مهارت در آینده‌نگری، اهمیت شناخت فراگیران از نیازهای آینده و برنامه‌ریزی به منظور نقش‌آفرینی در تأمین این نیازها، برآورد ظرفیت‌ها و زمینه‌های مساعد به منظور فعالیت‌های اقتصادی، اطلاع از ظرفیت‌های جذب فراگیران زبان عربی و نیز آمد و شد به سازمان‌های گردشگری که ظرفیت جذب فراگیران زبان عربی را دارند، مورد تأکید قرار گرفت. پاسخ‌هایی که به سؤال سوم داده شد نتایج پژوهش جوانرودی و شریفی (۱۳۹۴ش) را تأیید کرد و نشان داد که گروه‌های آموزشی زبان عربی همچنان با چالش بازارمحور نمودن آموزش مهارت‌های زبانی به فراگیران و نیز هدایت آن‌ها به بازار کار مواجه هستند.

پیشنهادها

- ١) وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ضمن تفکیک تخصص‌ها از یکدیگر، نسبت به تأسیس گروه‌های آموزشی کاملاً تخصصی در سطوح کارشناسی و تحصیلات تکمیلی اقدام نماید تا بدین وسیله امکان آموزش نیروی انسانی مورد نیاز کشور به معنای واقعی کلمه میسر گردد.
- ٢) وزارت یاد شده با کمک اساتید متعهد و متخصص، برنامه‌های درسی گروه‌های زبان عربی کشور را تا آنجا که ممکن است براساس نیازهای بازار کار، مورد بازنگری قرار دهد.
- ٣) صنعت گردشگری کشور، بر اساس ظرفیت‌هایی که دارد، در آموزش عملی فراگیران زبان عربی با دانشگاه‌ها همکاری کند تا ضمن بهبود کیفیت مهارت‌آموزی فراگیران، ارتباط این صنعت با کشورهای عربی توسعه یابد.

منافع

مقاله حاضر در زمره تعهدات طرح پژوهشی «آموزش هدفمند زبان عربی کلید رونق بازار گردشگری عرب در ایران» (کد ٤٠١٠٤٢) به صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. این طرح از حمایت مالی صندوق یاد شده برخوردار است.

منابع و مأخذ

الف) فارسی:

- اکبری، منا و ژاله هاشم‌زاده (۱۳۹۵ش)، «عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت»، *میراث و گردشگری*، دوره ۱، شماره ۲، صص ۵۷-۷۷.
- جوانرودی، مصطفی و نسیم شریفی (۱۳۹۴ش)، «نقش گروه‌های زبان و ادبیات عربی در توسعه کارآفرینی»، *انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی*، دوره ۱۱، شماره ۳۵، صص ۲۱۴-۱۹۱.

آموزش هدفمند زبان عربی کلید توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در ایران ... مرتضی زارع برمی*

- طهماسبی، عدنان، سعدالله همایونی، شهریار نیازی و مهدی مقدسی نیا (۱۳۹۴ش)، «اثر بخشی الگوی ANT-D بر فرآیند یادگیری مکالمه زبان عربی»، *جستارهای زبانی*، دوره ۶، شماره ۱، صص ۲۰۳-۱۷۳.

- فتحی واجارگاه، کورش (۱۳۸۱ش)، «نقد و بررسی جایگاه مطالعات نیازسنجی در فرآیند برنامه‌ریزی درسی»، *علوم انسانی دانشگاه الزهراء(س)*، سال ۱۲، شماره ۴۲، صص ۷۴-۱۰۴.

- گروه برنامه‌ریزی و گسترش زبان و ادبیات عربی (۱۳۹۶ش)، *برنامه درسی دوره کارشناسی رشته آموزش زبان عربی*، مصوب شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری جمهوری اسلامی ایران.

- مهرمحمدی، محمود و همکاران (۱۳۹۰ش). *برنامه درسی: نظرگاه‌ها، رویکردها و چشم‌اندازها (ویراست دوم)*، تهران: سمت.

- مه‌کی، ویلیام فرانسیس (۱۳۷۰ش)، *تحلیل روش آموزش زبان*، ترجمه حسین مریدی، مشهد: آستان قدس رضوی.

- موسوی، سیدرضا (۱۳۹۸ش)، *طراحی محیط یادگیری الکترونیکی برای آموزش زبان عربی با اهداف گردشگری*، پیشنهاد دکتر تخصصی زبان و ادبیات عربی، استاد راهنما: عیسی متقی‌زاده، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

- وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۱۳۸۹ش)، *مشخصات کلی، برنامه آموزشی و سرفصل دروس بازنگاری شده*، دوره کارشناسی پیوسته رشته زبان و ادبیات عربی.

ب) عربی:

- محسنی نژاد، سهیلا (۱۳۹۴ش)، *مهاره العربیة علی مستوی البكالوريوس فی ایران خلال السنوات ۱۳۶۰ الی ۱۳۹۰ هـ.ش (دراسة وتقدیم أتمودج متكافیء علی أساس منهج التعلیم التواصلي)*،

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة العربية وآدابها، الأستاذ المشرف: حامد صدقي، طهران-كرج: جامعة الخوارزمي.

- محمدي ركعتي، دانش (١٣٩٣ش)، *تخطيط منهج لتعليم المهارات اللغوية في مرحلة البكالوريوس لأقسام اللغة العربية وآدابها في ضوء المبادئ الحديثة لتعليم اللغة الأجنبية*، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في اللغة العربية وآدابها، الأستاذ المشرف: عيسى متقي زاده، طهران: جامعة تربية مدرس.

(ج) انگلیسی:

- Larsen Freeman. D. (1978), *Techniques and Principles in Language Teaching*, Oxford: Oxford University Press.
- Mclaughlin, B. (1997), *Theories of Second Language Learning*, London: Edward Arnold.
- Hudly, A. O. (2003), *Teaching Language in Context*, Boston: Heinle & Heinle Publishers.

(د) مصاحبه‌ها:

- مصاحبه شونده ١ (١٤٠١/٠٧/١٩ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تربیت مدرس، عضو هیئت علمی دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)، قزوین، ایران.
- مصاحبه شونده ٢ (١٤٠١/٠٧/١٤ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تهران، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.
- مصاحبه شونده ٣ (١٤٠١/٠٦/٢٧ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تربیت مدرس، عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
- مصاحبه شونده ٤ (١٤٠١/٠٨/٢٩ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران.
- مصاحبه شونده ٥ (١٤٠١/٠٦/٢٥ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه خوارزمی، مدرس حق‌التدریس دانشگاه خوارزمی، تهران-کرج، ایران.
- مصاحبه شونده ٦ (١٤٠١/٠٧/١٣ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، مدرس حق‌التدریس دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
- مصاحبه شونده ٧ (١٤٠١/٠٧/١٦ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تهران، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران.

آموزش هدفمند زبان عربی کلید توسعه و رونق بازار گردشگری عرب در ایران ... مرتضی زارع برمی*

- مصاحبه‌شونده ۸ (۱۴۰۱/۰۸/۲۲ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه بوعلی‌سینا، عضو هیئت علمی دانشگاه کوثر (ویژه خواهران)، بجنورد، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۹ (۱۴۰۱/۰۸/۰۹ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تهران، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۰ (۱۴۰۱/۰۸/۰۷ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، عضو هیئت علمی دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۱ (۱۴۰۱/۰۷/۳۰ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه تهران، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران، بابل، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۲ (۱۴۰۱/۰۸/۰۲ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه خوارزمی، عضو هیئت علمی دانشگاه دامغان، دامغان، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۳ (۱۴۰۱/۰۸/۲۷ش)، کارشناسی ارشد آموزش زبان عربی دانشگاه تربیت مدرس، مدرس حق‌التدریس دانشگاه بین‌المللی مذاهب اسلامی، تهران، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۴ (۱۴۰۱/۰۷/۱۵ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه بوعلی‌سینا، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۵ (۱۴۰۱ / ۰۸ / ۳۰ش)، دانشجوی دوره دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، مدرس حق‌التدریس دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۶ (۱۴۰۱ / ۰۷ / ۲۸ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه اصفهان، عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی، تهران-کرج، ایران.
- مصاحبه‌شونده ۱۷ (۱۴۰۱ / ۰۸ / ۲۶ش)، دکتری تخصصی زبان و ادبیات عربی دانشگاه علامه طباطبائی، عضو هیئت علمی دانشگاه گلستان، گرگان، ایران.

(ه) اینترنتی:

- کیهان (١٤٠١/٠٧/٢٦ش)، «سهم فارغ التحصیلان دانشگاهی از نرخ بیکاری کشور چقدر است؟»، آدرس: <https://kayhan.ir/fa/news/251570>

Sources and references:

- Akbari, Mona and Jaleh Hashem Zadeh (2016), "Factors influencing tourist's satisfaction in Kelardasht", **Heritage and Tourism**, 1(2), 57-77. [In Persian]
- Department of Planning and Development of the Arabic Language and Literature (2017), **Teaching materials for the bachelor's course in the field of teaching the Arabic language**, approved by the Supreme Council for Educational Planning of the Ministry of Science, Research and Technology of the Islamic Republic of Iran. [In Persian]
- Fathi Vajargah, Kourosh (2002), "Criticism of the place of needs assessment studies in the process of curriculum planning", **Humanities of Al-Zahra University**. 12(42). 74-104. [In Persian]
- Hudly, A. O. (2003), **Teaching Language in Context**, Boston: Heinle & Heinle Publishers.
- Interviewee 1 (2022/10/11), PhD in Arabic language and literature from Tarbiat Modares University, **faculty member of Imam Khomeini International University (IKIU)**, Qazvin, Iran. [In Persian]
- Interviewee 2 (2022/10/06), PhD in Arabic Language and Literature from University of Tehran, **faculty member of Semnan University**, Semnan, Iran. [In Persian]
- Interviewee 3 (2022/09/18), PhD in Arabic Language and Literature from Tarbiat Modares University, **faculty member of Shiraz University**, Shiraz, Iran. [In Persian]
- Interviewee 4 (2022/11/20), **PhD in Arabic language and literature from Shahid Chamran University of Ahvaz**, Ahvaz, Iran. [In Persian]
- Interviewee 5 (2022/09/16), PhD in Arabic language and literature from Kharazmi University, **sessional lecturer of Kharazmi University**, Tehran-Karaj, Iran. [In Persian]
- Interviewee 6 (2022/10/05), PhD in Arabic language and literature from University of Isfahan, **sessional lecturer of University of Isfahan**, Isfahan, Iran. [In Persian]
- Interviewee 7 (2022/10/08), PhD in Arabic language and literature from University of Tehran, **faculty member of Azerbaijan Shahid Madani University**, Tabriz, Iran. [In Persian]
- Interviewee 8 (2022/11/13), PhD in Arabic language and literature from Bu-Ali Sina University, **faculty member of Kauthar University (specially for girls)**, Bojnord, Iran. [In Persian]
- Interviewee 9 (2022/10/31), PhD in Arabic language and literature from University of Tehran, **faculty member of University of Tehran**, Tehran, Iran. [In Persian]
- Interviewee 10 (2022/10/29), PhD in Arabic language and literature from University of Isfahan, **faculty member of University of Kashan**, Kashan, Iran. [In Persian]

- Interviewee 11 (2022/10/22), PhD in Arabic language and literature from University of Tehran, **faculty member of University of Mazandaran**, Babolsar, Iran. [In Persian]
- Interviewee 12 (2022/10/24), PhD in Arabic language and literature from Kharazmi University, **faculty member of Damghan University**, Damghan, Iran. [In Persian]
- Interviewee 13 (2022/11/18), Master of Arabic Language Education from Tarbiat Modares University, **sessional lecturer of International University of Islamic denominations**, Tehran, Iran. [In Persian]
- Interviewee 14 (2022/10/07), PhD in Arabic language and literature from from Bu-Ali Sina University, **faculty member of Lorestan University**, Khorramabad, Iran. [In Persian]
- Interviewee 15 (2022/11/21), PhD student in Arabic language and literature in Islamic Azad University Science and Research Branch, **sessional lecturer of Imam Sadiq University**, Tehran, Iran. [In Persian]
- Interviewee 16 (2022/10/20), PhD in Arabic language and literature from University of Isfahan, **faculty member of Kharazmi University**, Tehran-Karaj, Iran. [In Persian]
- Interviewee 17 (2022/11/17), PhD in Arabic language and literature from Allameh Tabataba'i University, **faculty member of Golestan University**, Gorgan, Iran. [In Persian]
- Javanroudi, Mostafa and Nasim Sharifi (2015), "The Roles of Arabic Language and Literature departments in Creation and Development of Entrepreneurial Capabilities", **Iranian Association of Arabic Language and Literature**, 11(35), 191-214. [In Persian]
- Kayhan (2022/10/18), "What is the contribution of university graduates to the country's unemployment rate?", address: <https://kayhan.ir/fa/news/251570>
- Larsen Freeman. D. (1978), **Techniques and Principles in Language Teaching**, Oxford: Oxford University Press.
- Mackey, William Francis (1991), **Analysis of Language Teaching Method**, translated by Hosein Moridi, Mashad: Astan Quds Razavi. [In Persian]
- Mclaughlin, B. (1997), **Theories of Second Language Learning**, London: Edward Arnold.
- Mehrmohammadi, Mahmoud et al. (2011). **Curriculum: viewpoints, approaches and perspectives (second edition)**, Tehran: SAMT. [In Persian]
- Ministry of Science, Research and Technology (2018), **general specifications, educational program and Revised syllabuses**, continuous bachelor's in Arabic language and literature. [In Persian]

-
- Mohammadi Rakati, Danesh (2014), **Designing a curriculum for teaching language skills at the BA level of Arabic language and literature according to the modern principles of foreign language teaching**, dissertation submitted to obtain PhD degree in Arabic language and literature, supervisor: Isa Motaghizadeh, Tehran: Tarbiat Modares University. [In Arabic]
- Mohseni Nejad, Soheila (2015), **Arabic speaking skill in B.A. in Iran from 1360 to 1390 (Investigation and presentation of a desirable sample based on communicational approach of education)**, dissertation submitted to obtain PhD degree in Arabic language and literature, supervisor: Hamed Sedqi, Tehran-Karaj: kharazmi University. [In Arabic]
- Mousavi, Sayyed Reza (2018), **Designing an electronic learning environment for Arabic language teaching with tourism purposes**, PhD proposal in Arabic language and literature, supervisor: Isa Motaghizadeh, Tehran: Tarbiat Modares University. [In Persian]
- Tahmasebi, Adnan, Sadollah Homayuni, Shahriar Niazi, Mahdi Moqaddasinia (2015), "Effectiveness of ATN-D Pattern on the Process of Learning Arabic Language Conversation", **Language Related Research**, 6(1), 173-203. [In Persian]

تعليم اللغة العربية الموجه لتنمية وازدهار سوق السفر العربي في إيران: دراسة وجهاً نظر أساتذة المهارات اللغوية

نوع المقالة: أصيلة

مرتضی زارع برمی*^۱، پوران رضائي جُوشلي^۲

^۱ أستاذ مساعد في قسم الترجمة العربية، كلية العلوم الإنسانية، جامعة دامغان، دامغان، إيران

^۲ أستاذة مساعدة في قسم تعليم اللغة العربية وآدابها، جامعة فهنكيان، الرمز البريدي ۸۸۹-۱۴۶۶۵، طهران، إيران

الملخص

يمكن للجامعات تنفيذ مهمة التنمية الاقتصادية الإيرانية من خلال التعليم المخطط للطلاب. يحقق التعليم الموجه النتائج المرجوة عندما يتم تعليم المتعلمين على المهارات وفقاً لاحتياجات سوق العمل ويمكنهم استخدام قدراتهم ومهاراتهم التعليمية عملياً لتلبية احتياجات المجتمع والصناعة. تعد صناعة السياحة من أهم الصناعات في التنمية الاقتصادية للدول وتعتبر معرفة لغة السياح الأجانب ميزة خاصة لنجاح البلدان المضيقة في سوق السياحة؛ لذلك، فإن تعليم متعلمي اللغة العربية الموجه والعمل على المهارات اللغوية يمكن أن يضمن تطوير وازدهار سوق السفر العربي في إيران من خلال دعم التواصل اللفظي للناطقين باللغة العربية وإذا تطور سوق السفر، فسيكون لديه القدرة على توفير العملة وخلق فرص العمل. منهج الدراسة نوعي ويعتمد على البيانات التي تم الحصول عليها من المقابلات شبه المنظمة مع أساتذة دروس المهارات اللغوية (اللغة العربية) في الجامعات الوطنية الإيرانية، ثم تم ترميزها باستخدام برنامج ATLAS.ti. أظهرت نتائج الدراسة أن تدريس المهارات اللغوية في الأقسام العربية من أجل تأهيل المتعلمين للمشاركة في سوق السفر العربي يتطلب تآزر بين وزارة العلوم والبحوث والتكنولوجيا، الجامعات، أقسام اللغة العربية وصناعة السياحة بحيث يوفر مجال الإنتاج واستغلال المعرفة حسب احتياجات سوق العمل.

الكلمات الرئيسية: التعليم الموجه، اللغة العربية، سوق السفر العربي، الاقتصاد، أساتذة المهارات اللغوية.

