

همایش ملی کارآفرینی و تجاری سازی رشته زبان و ادبیات عربی و ششمین گردهمایی

سراسری مدیران گروه های عربی، دانشگاه سمنان، ۱۳ و ۱۴ اسفند ۱۳۹۳

بررسی موانع درون زا و برون زای توسعه کارآفرینی و تجاری سازی در رشته عربی و ارائه برخی راهکارها

داود شیروانی*، زاهد مهدویان مقدم**

چکیده

پژوهش درخصوص کارآفرینی، اعم از دانشگاهی و غیر دانشگاهی طی این سالها رشد فراوان یافته است، تحقیقات و مطالعات صورت گرفته در زمینه کارآفرینی دانشگاهی، نشان می دهد که امروزه تجاری سازی دانش برای بقای دانشگاهها امری لازم و ضروری است. اما شاید این سوال مطرح شود که آیا این کارآفرینی و در ادامه آن تجاری سازی شامل رشته های علوم انسانی هم می شود یا فقط رشته های فنی را در بر می گیرد؟ که در این باره پژوهشگران و صاحب نظران معتقدند که کارآفرینی در هر زمینه و در هر رشته ای می تواند صورت گیرد چرا که کارآفرین آن دسته از فرصت های شغلی را که دیگران با بی تفاوتی از کنار آنها رد می شوند را مشاهده می کند و با برنامه ریزی و سرمایه گذاری و اعتماد به نفس در این زمینه دست به نوآوری می زند. که اتفاقا این دست از فرصت ها که اکثر مردم نسبت بدانها بی تفاوت هستند در همین رشته های علوم انسانی بیشتر به نظر می رسند. ولی در این بین موانعی بر سر راه کارآفرین و کارآفرینی وجود دارد که می توان آنها را به دو بخش درون زا و برون زا تقسیم کرد. یکی از رشته های علوم انسانی در ایران زبان و ادبیات عربی است که با توجه به شرایط موجود و بحران بیکاری فارغ التحصیلان این رشته، نیاز مبرم به کارآفرینی و حتی تجاری سازی آن بیش از پیش احساس می شود اما این رشته نیز با توجه به فرهنگ و نگاه جامعه بدان و شیوهی آموزش حاکم بر آن در این راه با موانعی رو به روست که در این پژوهش سعی بر آن شده است که حتی الامکان موارد مذکور بررسی و برخی راهکارهای ممکن نیز ارائه شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، تجاری سازی، علوم انسانی، زبان و ادبیات عرب، درون زا، برون زا.

* دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)، ایمیل: davoudshirvani@yahoo.com

** کارشناس ارشد رشته زبان و ادبیات عربی دانشگاه تهران

مقدمه

خداگونه ترین وجهه شخصیتی انسان همانا خلاقیت و نوآوری است. این مفهوم از مجموع ابعاد فطری انسان، نزدیکترین بُعد به صفت خالق است و امروزه ظرف تحقق این منظور کارآفرینی است. در نتیجه این مفهوم فارغ از همه جهت گیریهای اقتصادی و اجتماعی و حتی علمی، ریشه در فطرت انسان دارد.

انسانها را می توان به دو گروه تقسیم کرد: الف: گروهی که بی توجه به این فطرت انسانی و موهبت الهی و بی توجه به موضوعات و مسائلی هستند که از کنار آنها می گذرد. بیشتر این افراد به فکر گذران روزگار با حداقل های ممکن اند.

گروه دیگر افرادی هستند که فرصت ها آنها را به چالش می کشاند و می کوشند کارهای دشوار انجام دهند و به هدفی معین و خاص برسند. این گروه به دنبال فرصت شناسی و فرصت سازی و نیز نوآوری؛ خلاقیت، تولید و پیشرفت اند. با توجه به تعریفی که پدر علم کارآفرینی^۱ ارائه داد و با تکیه بر باور وی که معتقد بود رشد و توسعه ی اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطر پذیری اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش ها و راه حل های جدید جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کهن قبلی کنند، کارآفرینی الزاماً به معنای شروع یک کار بی سابقه نیست بلکه می شود با تغییر در سیستم کار قبلی نیز دست به یک کارآفرینی و نوآوری زد. حال سوال اینجاست که آیا نمی شود که با تغییر در سیستم آموزش زبان عربی در دانشگاه ها که نتایج حاصل از آن قطعاً بهتر از نتایج کنونی است اقدام به یک نوع کارآفرینی در این رشته کرد؟ چرا که همانطور که بیان شد کارآفرینی حتماً به این معنا نیست که فرد کارآفرین اقدام به یک نوع آوری و کاری بکند که کسی تا حالا بدان وارد نشده است بلکه کارآفرین می تواند با توجه به نیاز و انتظار مشتری در شیوه ارائه همان کار قبلی و کیفیت محصول تغییر ایجاد کند و با این کار افراد زیادی را بدین کار یا رشته ترغیب و تشویق کند و این قطعاً نوعی خلاقیت و کارآفرینی است.

علوم انسانی امروزه دورانی پر تلاش و پر تکاپو را می گذراند؛ دانشمندان علوم سیاست درک ما را از فرایند همکاری و رقابت میان ملل ژرفتر می کنند، مردم شناسان برای درک بهتر فرهنگ های خودی و بیگانه، ابزارهای تازه ای فراهم می آورند، مورخان، نور تجربی و تبیینی تازه ای برگزیده می افکنند و

^۱. ژوزف شومپتر

بر همین شیوه، دیگر علوم انسانی رو به رشد می‌رود (لیتل، ۱۹۹۵؛ ترجمه سروش، ۱۳۸۱). با این همه، چیزی که به چشم ناظران و شاید مشتغلان به این علوم می‌رسد این است که علوم انسانی دچار نوعی کندی در رسیدن به اهداف خویش است. با اینکه علوم انسانی از الگوهای تبیینی و نظام‌های مفهومی مختلفی بهره می‌جوید و از اهداف تحقیقی متفاوتی برخوردار است، در مواردی چون فرصت‌شغلی، استقلال‌طلبی، انگیزه پیشرفت، خلاقیت و نوآوری و رقابت‌پذیری مشترک است و چنین به نظر می‌رسد که سرعت رشد و توسعه‌ای همگام با علوم دیگر در این زمینه‌ها نداشته‌است (آراسته، ۱۳۸۲).

با توجه به موقعیت مکانی کشور ما که در همسایگی کشورهای عربی قرار دارد و با توجه به اینکه ارتباط ما در زمینه‌های مختلف فرهنگی اجتماعی و سیاسی و اقتصادی با این کشورها زیاد هست و سرنوشت ما تقریباً به هم گره خورده است لذا نباید نگرانی از بابت دانش‌آموختگی در رشته زبان و ادبیات عربی در کشور ما وجود داشته باشد و حتی اگر بستر و برنامه ریزی مناسبی برای استفاده بهینه از این سرمایه فراهم شود چه بسا که افراد بیشتری نیز از آنچه هست در این موقعیت کاری بکار گرفته شوند اما همه اینها مستلزم برنامه ریزی دقیق و کاربردی کردن این رشته از همان سالهای اوایل دانشگاه برای دانشجویان است بطوری که از میزان درسهای نظری کاسته و به میزان و شیوه‌های دروس و تاکتیکهای کارآموزی مرتبط با رشته عربی افزوده شود که این کار نیز مستلزم وجود نیروهای متخصص در زمینه تعلیم دانشجویان است چیزی که ما در این رشته با کمبود آن مواجهیم و متأسفانه امروزه توجه همه مجموعه‌ها در رشته عربی به تعلیم دروس کلیشه‌ای و فاقد کارایی مناسب برای آینده شغلی متعلم رشته معطوف است. موقعیت حساس منطقه چه از لحاظ سیاسی و چه از لحاظ اقتصادی ایجاب می‌کند که توجه ما به یادگیری و کاربردی کردن زبان عربی روز به روز بیشتر شود.

به عنوان مثال، باید زمینه و بستر طوری فراهم شود که گردشگردان عرب زبان به جای مراجعه به موسسه‌های غیر مربوط و غیر دانشگاهی برای مترجم به سراغ دانشگاه‌ها یا موسسات وابسته به دانشگاه بیایند که البته این کار خود می‌تواند ضمن اشتغال‌زایی برای مترجمین، در آشنا کردن دانشجویان و کارشناس ادبیات عرب با دنیای عرب و تجارت و سایر ارتباطات وی با کشورهای عربی موثر باشد.

تعریف کارآفرینی:

واژه ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entrepreneur به معنای (متعهد شدن) نشأت گرفته است. فرهنگ لغت «وبستر» کارآفرین را کسی می‌داند که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را

سازماندهی، اداره و تقبل‌کند. (کوچران، ۱۹۶۸: ۸۷) این اصطلاح را اولین بار «ژوزف شوپیتز» اقتصاددان، که به پدر علم کارآفرینی معروف است به کار برد. (سعیدی کیا، ۲۰۱۳: ۸۵)

به طور کلی می‌توان ویژگیهای مشترک شخصیت کارآفرین را چنین برشمرد:

۱. ریسک‌پذیری ۲. کمال‌طلبی و موفقیت‌خواهی ۳. قابلیت فعالیت در فضای نامطمئن ۴. مدیریت ۵. استقلال شخصیتی ۶. خلاقیت و قوه ابتکار ۷. مسئولیت‌پذیری ۸. تحلیل‌گری و قوه درک بالای شرایط موجود ۹. آگاهی از پیرامون خویش ۱۰. دارای قدرت سازماندهی. (رک: مبانی کارآفرینی، احمدپورداریانی، مقیمی، فصل اول)

مزایای عمده کارآفرینی: دستمزد، امنیت، ایجاد دارایی، استقلال، رضایتمندی و مزایای جانبی دیگر.

به طور مختصر به دو شاخصه اصلی و ضروری کارآفرینی که برای یک کارآفرین قبل از ورود به این وادی مهم است اشاره می‌کنیم.

۱. فرهنگ کارآفرینی: فرهنگ به مفهوم ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهند و از آنجائی که کارآفرینان به عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از مجموع ارزشها، نگرشها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند می‌توان به آن خرده فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود (احمد پورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۷). فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است در واقع هرچه ارزشها و عقاید موجود در جامعه، افراد جامعه را به کار، تولید، فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد؛ در آن جامعه، فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می‌شود و یا به عبارتی، در این جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی می‌زنند و افراد کارآفرین بیشتری موفق می‌شوند که ایده‌های نوین خود را محقق سازند.

۲. دانش کارآفرینی: دانش کارآفرینی صلاحیتی است که افراد کارآفرین برای انجام موفقیت آمیز وظایف خاص خود باید از آن برخوردار باشند. بهره مندی از دانش کارآفرینی در رابطه با رویه‌های استخدام و شرایط بازار کار می‌تواند بر رفتار فرد در محیط کار تأثیرگذار باشد.

پیشرفت علم و فناوری در عصر حاضر به اندازه‌ای است که صاحب نظران، این قرن (قرن ۲۱) را قرن یادگیری مداوم نام نهاده‌اند. در چنین فضایی، نقش و جایگاه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، بسیار بارز و حساس شده است. به دلیل ارتباط تنگاتنگ خلاقیت و کارآفرینی بسیاری از کشورهای

توسعه یافته مطابق شرایط و امکانات و نظام آموزشی خود، اقدام به طراحی و اجرای نظامی تحت عنوان «نظام نوآوری ملی» کرده اند. (صمد آقایی، ۱۳۸۲: ۶)

امروزه مشاهده می شود که طی این سالها پذیرش دانشجویان در نظام آموزش عالی کشور، روند بسیار فزاینده ای داشته است؛ این مساله به ویژه در حوزه علوم انسانی، شتابی دو چندان به خود گرفته، به گونه ای که در حال حاضر حدود نیمی از دانشجویان کل کشور را، دانشجویان این رشته ها تشکیل می دهند.

از سویی بر طبق برخی آمار منتشر شده سالانه در حدود یک میلیون تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر فارغ التحصیل دانشگاه ها وارد بازار کار می شوند و حال آن که بسیاری از این جمعیت انبوه، فاقد بازار کار مناسب با رشته تحصیلی خود هستند که این وضعیت در رشته های علوم انسانی به مراتب نگران کننده تر از سایر رشته ها است. طبعاً در چنین اوضاع و احوالی، این آمار چندان هم نباید تعجب برانگیز باشد که حدود ۴۵ درصد بیکاران کشور را دانش آموختگان دانشگاهی تشکیل می دهند!

این مساله به ویژه در رابطه با علوم انسانی باعث شده که طی سالیان اخیر، در محافل علمی و نیز همایش ها و نشستهای از این دست، سخن از لزوم کاربردی کردن و تجاری سازی علوم انسانی به میان بیاید، هر چند که متاسفانه در این موضوع هم بیش از آن که راهکار عملیاتی ارائه گردد، شاهد طرح مباحث شعاری و کلی گوییهای مسئولانه بوده ایم. با عنایت به این که بی تردید کاربردی سازی علوم انسانی اصلی مهم و انکارناپذیر در فرآیند توسعه کشور به شمار می رود، صد البته تلاش در این خصوص و دستیابی به هدف تجاری سازی اهمیتی فوق العاده پیدا می کند.

واقعیتی که وجود دارد و می بایست دلایل آن را ریشه یابی نمود، این است که در حال حاضر پژوهش های علوم انسانی بیشتر جنبه تولید علم دارد و کمتر شاهد شهادت به خرج دادن در انجام پژوهش های کاربردی در حوزه علوم انسانی هستیم. درنگ در چرایی این مساله و تلاش برای یافتن پاسخ دقیق آن، می تواند تا حدودی گره گشا باشد و دغدغه های مربوطه را همچنین پاسخگو.

به تعبیر رئیس پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی کشور، که در پایگاه خبری - تحلیلی قم فردا منتشر شد - ما باید در خصوص رشته های متنوع و متکثر علوم انسانی به نقطه ای برسیم که ۸۰ درصد به فناوری و ۲۰ درصد به تولید علم آن منجر شود؛ این گونه است که می توان هم تحول در

علوم انسانی را به نظاره نشست و هم این که برای اشتغال‌زایی دانش‌آموختگان این بخش، گام‌های جدی و اصولی را برداشت.

بی‌شک لزوم برنامه‌ریزی علمی دانشگاه‌ها برای کاربردی‌کردن و تجاری‌سازی علوم انسانی، یکی از بایسته‌های اصلی در این مقوله است. البته باید توجه داشت که میان کاربردی‌کردن و تجاری‌سازی علوم، تفاوت نه‌چندان قابل‌توجهی وجود دارد که در این مقال از آن به دلیل پرهیز از اطاله کلام، عبور می‌شود.

در این جا به همین میزان بسنده می‌شود که کاربردی‌سازی زمانی رخ می‌دهد که علم به ثروت تبدیل شود، بدین معنا که ما وارد عرصه بازار و تجارت شده و به درآمد‌زایی فکر کنیم و به عبارت دیگر از این پيله خودساخته خارج شویم که راه علوم انسانی با راه تجارت کاملاً متمایز است!

موضوعی که در مورد میزان پذیرش دانشجو و هیأت علمی در دانشگاه‌های کشور مطرح شد و بیان‌گردید که آمارهای رسمی نشان می‌دهند که درصد بالای این پذیرش متعلق به رشته‌های علوم انسانی است، و این کار بدون برنامه‌ریزی شغلی و کارآفرینی و اشتغال‌زایی ممکن است عواقب خطرناکی داشته باشد، به تعبیر مقام معظم رهبری نیز از موضوعاتی است که بسیار نگران‌کننده است. «طبق آنچه که به ما گزارش دادند، در بین این مجموعه عظیم دانشجویی کشور که حدود سه میلیون و نیم مثلاً دانشجوی دولتی و آزاد و پیام‌نور و بقیه دانشگاه‌های کشور داریم، حدود دو میلیون اینها دانشجویان علوم انسانی‌اند! این به یک صورت، انسان را نگران می‌کند. ما در زمینه علوم انسانی، کار بومی، تحقیقات اسلامی چقدر داریم؟ کتاب آماده در زمینه‌های علوم انسانی مگر چقدر داریم؟ استاد مبرزی که معتقد به جهان‌بینی اسلامی باشد و بخواهد جامعه‌شناسی یا روانشناسی یا مدیریت یا غیره درس بدهد، مگر چقدر داریم، که این همه دانشجو برای این رشته‌ها می‌گیریم؟ این نگران‌کننده است.»¹

مگر زبان و ادبیات عربی نیز یکی از زبانهای مهم زنده‌ی دنیا نیست که از نظر تعداد تکلم‌کنندگان در رتبه‌های برتر جهان قرار دارد؟ و اتفاقاً به علت نزدیکی فرهنگ ما ایرانیان با فرهنگ کشورهای عربی که نقطه مشترکمان همان دین اسلام و کتاب آسمانی است، ما بیش از سایر کشورهای غیر عرب

¹. دیدار با جمعی از اساتید دانشگاه‌ها، ۸۸/۶/۸.

زبان با این زبان سروکار داریم اما علت این بی توجهی در کشور ما و احساس بد و شبه تنفر از این رشته چه می تواند باشد؟

امروز ما با چه هدفی عربی می خوانیم؟ آیا با این هدف که به مانند سایر رشته های علوم انسانی مثل تاریخ و فلسفه و... مطلبی را حفظ کنیم و واحد درسی مربوطه را بگذرانیم و در نهایت فارغ تحصیل شویم؟ مطمئنا که باید نگرش نسبت به این رشته در ایران تغییر یابد چرا که ما در واقع در حال یادگیری یک زبان خارجی مهم و تأثیرگذار هستیم، زبانی که علاوه بر نیازهای اساسی و ارتباطی به آن، زبان قرآن و زبان دین ماست اما با این وجود چرا اهتمام به یادگیری این زبان در بین ما به نسبت دیگر زبانها مثل زبان انگلیسی کم است؟ و امروزه یک فارغ تحصیل رشته زبان انگلیسی یا فرانسوی به نسبت یک فارغ تحصیل زبان عربی راحت تر به زبان رشته دانشگاهی خود صحبت می کند و یا در بازار کار و ترجمه موقعیت شغلی مناسب تری نیز پیدا می کند. آیا علت این امر دشواری زبان عربی است و شیوه آموزش آن و یا عدم تلاش کافی از سوی متعلمین است یا عوامل بیرونی به مانند فرهنگ و نگاه جامعه نیز مؤثر می باشد؟ که در ادامه به طور مفصل به این موضوعات خواهیم پرداخت.

اما اولین راهکار در حل مشکلات مذکور هدفمندی رشته زبان و ادبیات عربی است یعنی از همان روز اول که دانشجو برای تحصیل این رشته وارد دانشگاه می شود باید رویکرد و اهداف در آینده برای وی تعریف و مشخص شود. ثانيا اینکه باید به اندازه نیاز جامعه دانشگاهها اقدام به جذب دانشجو در رشته عربی کنند. برای این منظور نیاز است که کمیته ای تحت عنوان «کمیته هماهنگ کننده ی نیاز جامعه با دانشگاه» تشکیل شود که با بررسی نیاز جامعه و میزان توجه جامعه به رشته مورد نظر دانشگاهها را مکلف به جذب نیرو کند که بعدها با چنین معضلاتی روبرو نباشیم. و علاوه بر اینها برای حل این مسئله ما نیاز به دانشگاه کارآفرین و نوآور در رشته های مختلف بخصوص رشته های علوم انسانی داریم.

دانشگاه کارآفرین

«بارتون کلارک» معتقد است که دانشگاه های پویا در قرن ۲۱ دانشگاه هایی کارآفرین هستند، این اهمیت تا جایی است که دانشگاهها شروع به تاسیس پارک های فناوری، شهرک های تحقیقاتی و انکوباتورها کرده اند، اما دانشگاهی که قصد دارد کارآفرین تربیت کند باید خود، سازمانی کارآفرین

باشد تا متعهد شود محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظام‌های سازمانی نوین ایجاد کند و برای این منظور انقلاب جدیدی به سوی گسترش کارآفرینی درون‌سازمانی ایجاد کند. (نجفی و رفیعی، ۳۵۵:۱۳۸۴)

«پیتر شولت» معتقد است دانشگاه کارآفرین دانشگاهی است با دو وظیفه: ۱. باید کارآفرینان را آموزش و افرادی را تربیت کند که کسب و کاری را ایجاد کنند و روحیه کارآفرینانه را در دانشجویان در تمام حوزه‌ها توسعه دهد؛ ۲. خودش کارآفرینانه عمل کند، مراکز رشد را سازماندهی کند، پارکهای فناوری و مواردی نظیر آن را ایجاد کند، دانشجویان را در این سازمان‌ها درگیر کند و از طریق آن‌ها به دانشجویان و فارغ‌تحصیلان در ایجاد کسب و کار کمک کند و بالاخره از لحاظ مالی استقلال پیدا کند. (کردنائیچ؛ ۱۷:۱۳۸۴)

این وظایفی که دانشگاه‌های ما در کشور مخصوصاً در رشته‌های علوم انسانی هرگز متقبل نمی‌شوند و این تساهل تا حدی است که در واقع کارآفرینی و نوآوری در دانشگاه‌های ما هنوز تعریف خود را نیز پیدا نکرده است.

امروزه آموزش کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیتهای دانشگاه‌ها تبدیل شده است؛ به طوری که آموزش کارآفرینی را به عنوان لازمه رشد نیروی انسانی مطرح می‌کنند (نئو و وی، ۲۰۰۴). بررسی‌ها نشان می‌دهد که از اوایل دهه ۱۹۸۰، دانشگاه‌های کشورهای اروپایی و آمریکایی و برخی کشورهای آسیایی، بر حسب ویژگی گروه‌های تحت آموزش و نیازهای محلی، منطقه‌ای و ملی، برنامه‌های آموزشی متعددی را برای سازمان‌های خصوصی یا عمومی طراحی کرده‌اند. (گیب، ۱۱:۱۹۹۰)

موانع اصلی توسعه کارآفرینی

اگر ما بتوانیم در یک تقسیم‌بندی موانع توسعه کارآفرینی را به دو دسته برون‌زا و درون‌زا تقسیم کنیم می‌شود برای هر یک از آنها زیر مجموعه‌هایی نیز در نظر گرفت.

۱. درون‌زا:

الف: نقش مدیریت ارشد در توسعه کارآفرینی

ب: میزان پیچیدگی هدفها در توسعه کارآفرینی

ج: عدم انگیزه کافی توسط دانشجو

د: ریسک‌گریزی

ه: نظری بودن دروس دانشگاهی

ی: عدم وجود دروس مرتبط با کارآفرینی در دروس دانشگاهی

۲. برون‌زا:

الف: نقش موانع فرهنگی موثر در توسعه کارآفرینی

ب: موانع سیاسی و اجتماعی

ج: موانع اقتصادی و مالی

د: موانع علمی

ه: ضعف آموزش عالی

در خصوص نقش مدیریت ارشد دو مولفه میزان حمایت مدیریت از طرح‌های جدید و میزان اختیار مدیران دانشگاه در زمینه برگزاری درس‌های کارآفرینی؛ در خصوص نقش پیچیدگی اهداف، مولفه‌های میزان قابل اندازه‌گیری بودن اهداف حوزه فعالیت‌های اعضای هیئت‌علمی و میزان واضح و روشن بودن اهداف و مأموریت دانشگاه، مولفه‌های میزان توجه دانشگاه به برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت آموزش و ایجاد دوره‌های آموزشی مرتبط با رشته، و اینکه تا چه حد در دانشگاه به تربیت محقق و پژوهشگر اهمیت داده می‌شود. در خصوص ریسک‌گریزی نیز می‌توان گفت: محیط خانواده، مدرسه و جامعه به گونه‌ای است که غالب جوانان، حتی قشر تحصیل کرده را به سمت حرفه‌های با درآمد مطمئن و بدون ریسک سوق می‌دهد بطوری که مثلاً در همین رشته زبان و ادبیات عربی تمام چشم‌امید دانشجویان فارغ‌التحصیل کارشناسی به تدریس در سطح دبیرستان و مقطع راهنمایی و دانشجویان ارشد و دکتری به تدریس در دانشگاه‌ها دوخته شد و از هر گونه تمایلی به سمت و سوی سایر مشاغل مربوط به رشته عربی باز می‌مانند این در حالیست که متأسفانه تدریس در مقاطع مذکور

امروزه به رویایی برای این دانشجویان تبدیل شده است رویایی که دست یافتن بدان نیز با توجه به سیاست‌های آموزشی وزارت آموزش و پرورش روزبروز دست نیافتنی‌تر می‌شود. در خصوص نقش موانع فرهنگی موثر در توسعه کارآفرینی در دانشگاه، مولفه‌های میزان آشنایی اعضای هیئت‌علمی با فرآیندها و نحوه اجرای امور در واحدهای تولیدی و خدماتی مرتبط با رشته‌ی تحصیلی خود و میزان دسترسی اعضای هیئت علمی در دانشگاه به منابع معتبر و به روز؛ در خصوص نقش موانع سیاسی و اجتماعی موثر در توسعه کارآفرینی در دانشگاه دو مولفه: به چه میزان مراکز قدرت خارج از دانشگاه در اخذ تصمیمات جدید و نو موثرند و تا چه میزان دانشگاه در انجام فعالیت‌های خود تحت تاثیر افکار عمومی حرکت می‌کند؛ در خصوص نقش موانع اقتصادی و مالی موثر در توسعه کارآفرینی در دانشگاه، مولفه‌های: چه میزان دانشگاه در جهت تامین مالی طرح‌های جدید تلاش می‌کند و چه میزان دانشگاه در جذب منابع جدید تلاش می‌کند؛ در خصوص نقش موانع علمی و تحقیقاتی موثر در توسعه کارآفرینی در دانشگاه، مولفه‌های: میزان تلاش دانشگاه برای افزایش قابلیت‌های آموزشی و پژوهشی خود و میزان دسترسی اعضای هیئت‌علمی به منابع علمی و تحقیقات انجام شده در رشته خود در دانشگاه محل خدمت موثر است. که همه این مؤلفه‌های مذکور را می‌توان با رشته زبان و ادبیات عرب در ایران تطبیق داد.

«در ایران خوداشتغالی، بویژه در میان دانش‌آموختگان دانشگاهی هنوز شایع نشده است و متأسفانه اغلب فارغ‌التحصیلان در جستجوی استخدام در وهله اول در دستگاه‌های دولتی و پس‌از آن در شرکت‌های بزرگ هستند، یکی از دلایلی که در کشور ما با اندکی افزایش نسبی، در تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی خیلی زود با پدیده بیکاری آنان روبه‌رو شده‌ایم، همین مطلب است و این به رغم درصد پایین دانش‌آموختگان در کل جمعیت کشور نسبت به بسیاری از کشورهای غربی و حتی کشورهای هم‌تراز است. یکی از عملی‌ترین راه‌ها و ارزان‌ترین آنها این است که در محتوای درسی دوره‌های دانشگاهی تجدید نظر شود» (مصلح شیرازی، ۱۳۸۲، ص ۱۳ و ۱۴).

در کشورهای اروپایی و آمریکا، مباحث کارآفرینی از چنان اهمیتی برخوردارند که در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد در همه رشته‌های دانشگاهی حداقل یک درس با عنوان کارآفرینی ارائه می‌شود؛ به جهت اهمیت موضوع کاربردی بودن درس و همچنین منافع بسیار زیاد مشاهده شده از آن، مهارت‌های ارائه شده در این درس به دقت و متناسب با اهداف و سیاست‌های کلان سیاسی و اقتصادی و فرهنگی تعیین می‌شوند. لیکن در ایران علیرغم احساس به ضروری بودن این موضوع هنوز اقدام

درخور تأملی صورت نگرفت به طوری که ما امروز می‌بینیم که حتی دانشجویان در مقطع دکتری نیز به تکرار درس‌های نظری دوره کارشناسی و ارشد مشغولند چیزی که ضمن آنکه سودی برای پیشرفت علمی آنها ندارد آنها را از ادامه کار ناامید و سرگردان می‌کند. آیا بهتر نیست در این مقطع دانشجویان با کارآفرینی و تجارت در زمینه‌های مختلف و مرتبط با رشته خود آشنا شوند و مهیای ورود به بازار کار و تجارت شوند تا اینکه سرگرم گذراندن واحدهای تکراری شوند؟

هدف از آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها تدوین سیاست‌هایی است که دانشجویان و هیأت علمی را به این امر تشویق و آنان را در این مسیر مساعدت کند. برنامه‌های آموزشی و درسی در کلیه رشته‌ها و فرایندهای اجرایی آنها باید به گونه‌ای طراحی شوند که مهارت‌های لازم را در دو محور، مهارت‌های فردی و تخصصی به دانشجویان ارائه کنند و در درون این برنامه‌ها انجام فعالیت‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و بخصوص آموزش کارآفرینی جای داده شود (آراسته، ۱۳۸۲، ص ۲۲).

اگر شرایط برای کارآفرینی در رشته زبان و ادبیات عرب فراهم شود قبل از هر چیز باید چارچوبها و نوع کارآفرینی موثر در این رشته نیز تعیین شود به طوری که به عنوان مثال می‌توان گفت: آن نوع کارآفرینی که در رشته عربی می‌توان دنبال کرد یک نوع کارآفرینی آموزشی باید باشد تا هم به رونق این زبان در کشور کمک کرده باشیم و هم با اهمیت جلوه دادن این رشته و جلب داوطلب و تغییر اندیشه جامعه دانش آموزی و دانشجویی دغدغه‌ای برای فارغ التحصیلان خود در این رشته نداشته باشیم. اما در این راستا آنچه مسلم است این است که قوانین آموزشی که امروز بر این رشته حاکم است دیگر پاسخگوی نیاز جامعه نیست چرا که امروز بیش از آنکه به بحث ترجمه و آموزش خود زبان همت بگماریم به دنبال تعلیم دادن قواعد خشک عربی هستیم، که البته در جای خود لازم اما توجه بیش از اندازه بدان مطلوب نیست. امروز موسسه‌ها و نهادها، مترجم و متکلم خوب می‌خواهند نه یک نحوی خوب. پس ما باید با توجه به نیاز جامعه به تربیت افراد در این رشته پردازیم.

از طرفی دیگر با نگاهی به مفهوم انواع کارآفرینی‌ها می‌توان به این نتیجه رسید که ما اگر بخواهیم در رشته‌ای مثل عربی دست به کارآفرینی بزنیم قطعاً با نوع اول که "کارآفرینی فردی"^۱ و شامل کارآفرینی مستقل و سازمانی هست سروکار داریم و در این رابطه باید به علت آن نیز اشاره کنیم.

^۱ - بر اساس یک نوع تقسیم بندی که کارآفرینی را به دو نوع فردی و سازمانی تقسیم می‌کند.

کارآفرینی مستقل فرآیندی است که کارآفرین از ایده اولیه تا ارایه محصول خود به جامعه، کلیه‌ی فعالیت کارآفرینانه را با ایجاد یک بنگاه اقتصادی جدید، به طور مستقل طی می‌کند. (اصول و مبانی کارآفرینی، ص ۲۴ سعیدی کیا، ۱۳۸۸) و فرایند سازمانی بدین صورت است که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را ثمر می‌رساند. (همان) پس در رشته‌های علوم انسانی وضعیت کارآفرینی بدین صورت است که یا فرد خود به طور مستقل می‌تواند دست به یک کارآفرینی موفق بزند یا باید تحت حمایت یک سازمان باشد که به نظر می‌رسد در مورد اول ریسک بالایی را می‌طلبد و ممکن است به این علت که فرد کارآفرین به دنبال به دست آوردن یک شغل فوری باشد و بازدهی دیر هنگام این عمل وی را دچار یاس کند و از ادامه روند باز بماند که در نتیجه این نوع کارآفرینی در رشته‌های نظری به ندرت بوجود می‌آید. اما در مورد دوم اگر یک سازمانی مثل دانشگاه از فرد کارآفرین و از ایده وی حمایت و پشتیبانی کند مطمئناً نتیجه‌ی بهتری خواهد داد چرا که این فرد با آسودگی و عدم ترس از دست دادن سرمایه شخصی خود کار را به پیش می‌برد و تمرکز و برنامه ریزی بهتری نیز مبذول می‌کند هر چند که از نظر «بینکات» این فردی که در یک سازمان دست به کارآفرینی می‌زند در واقع حکم یک کارآفرین مستقل را دارد و فعالیت وی، ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارایه‌ی محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید، می‌باشد. (همان، ص ۲۶) و موضوع دیگری که می‌تواند بر برتر بودن شیوه کارآفرینی سازمانی در رشته‌های آموزشی مثل زبان عربی صحه بگذارد این است که اصولاً کارآفرینی به معنای اشتغال‌زایی و سود آوری مادی و زود بازده نیست. برای تبیین این موضوع رابطه بین کارآفرینی و اشتغال‌زایی را بررسی می‌کنیم. در این راستا مهندس سعیدی کیا در کتاب خود ذیل این عنوان می‌نویسد: واژه کارآفرینی برای کلمه Entrepreneurship ترجمه گمراه‌کننده‌ای است که ذهن همه را به سوی اشتغال‌زایی منحرف می‌کند و در بیشتر محافل و مجالس بعضاً دانشگاهی نیز این عبارت مترادف با اشتغال‌زایی بکار برده می‌شود. (همان، ۴۴) به عقیده وی ممکن است که کارآفرینی به اشتغال‌زایی منجر شود اما لازمه کارآفرینی اشتغال‌زایی نیست. پس ممکن است که کارآفرینی اجرای یک طرح آموزشی باشد که به نظام آموزشی کمک کند و در طی یک چشم‌انداز چند ساله به رشد و پیشرفت آن رشته کمک کند و در آینده به علت جا باز کردن این رشته در میان جامعه به طور غیر مستقیم ایجاد اشتغال نیز بنماید پس ما می‌توانیم نتیجه بگیریم که یک کارآفرین در رشته‌ای مثل عربی می‌تواند با ارائه یک راهکار آموزشی یا پژوهشی باعث تحول نظام آموزش در زبان عربی گردد و به یک کارآفرینی آموزشی دست بزند و با این عمل باعث

استقبال بیشتر و گسترده از یادگیری این زبان در کشور شود و نگاه نسبتاً منفی جامعه به زبان عربی را تغییر دهد و آن را به یک نگاه مثبت و موثر تبدیل کند.

در نتیجه این بررسی ها بنظر می‌رسد موانع درون زا بیشترین نقش بازدارندگی را در توسعه کارآفرینی در دانشگاه و در رشته‌های علوم انسانی مثل رشته زبان و ادبیات عرب دارند که از جمله آنها می‌توان به نقش مدیریت ارشد و نقش پیچیدگی اهداف اشاره کرد که پیشنهاد می‌شود: ۱. میزان حمایت مدیریت از طرح‌های جدید افزایش یابد. ۲. در دانشگاه دوره‌های آموزشی و دروس اختیاری و حتی موضوعات پایان نامه بیشتری به بحث کارآفرینی اختصاص یابد تا بدین ترتیب دانشجویان بتوانند در موقع فارغ التحصیلی آماده ایجاد مشاغل جدید باشند. ۳. به مسائل علمی- پژوهشی در دانشگاه بیشتر اهمیت داده شود. ۴. محتوای آموزش‌ها از حالت نظری صرف درآمده و به سوی کاربردی کردن این آموزش‌ها حرکت کند. ۵. هدف‌های دانشگاه چالشی و ریسک پذیر، برون‌گرا و فرصت‌گرا و در جهت سازگاری با محیط و تغییرات باشد تا افراد در جهت کارآفرینی و نوآوری حرکت کنند و از طرفی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها در دانشجویان ایجاد انگیزه کنند. و از آنجایی که بنظر می‌رسد موانع برون‌زا در رتبه دوم قرار می‌گیرد و در این زمینه عوامل علمی و تحقیقاتی مهم‌ترین عامل برون‌زای کارآفرینی و سپس عوامل فرهنگی سیاسی و اجتماعی مهم‌ترین موانع در دانشگاه‌هاست، پیشنهاد می‌شود که با توجه به مسائل مطرح شده، دانشگاه باید برای افزایش قابلیت‌های آموزشی و پژوهشی خود تلاش کرده و زمینه‌ای فراهم شود که اعضای هیئت علمی و دانشجویان به منابع معتبر و به روز و تحقیقات انجام شده در رشته خود دسترسی داشته باشند. ۲. قالب‌های ذهنی غلط در گروه‌های عربی باید اصلاح شود چون این قالب‌های ذهنی غلط هر تلاشی در جهت پیشرفت را خنثی می‌کند. ۳. در زمینه سیاسی هم می‌توان گفت که چون دولت به طور کلیشه‌ای و سستی دانشگاه‌ها و دانشکده‌ها و به تبع آن گروه‌های آموزشی را مورد حمایت مالی قرار می‌دهد همین امر سبب می‌شود دانشگاه‌ها و گروه‌ها برای افزایش کارایی خود و استفاده بهتر از منابع موجود تلاش چشمگیری نداشته باشد که باید حمایت دولت منوط به عملکرد دانشگاه‌ها با ارایه شاخصهای بالای بهره‌وری از سوی آنها باشد.

از مسائل مطرح و قابل ذکر در این مقوله می‌توان به این موضوع اشاره کرد که واقعیت این است که دو فرهنگ عربی و فارسی امروزه به هم گره خورده است و جامعه ما اعم از مسئولین و دانش‌آموختگان و حتی افکار عمومی باید آن را بپذیرند و بدانند که یکی از راه‌های ارتباط و شناخت و تعامل با کشورهای عربی زبان، شناخت و یادگیری زبان آنان است و اینکه تجاری سازی در رشته‌های

علوم انسانی نباید فقط معطوف به سرمایه‌های مادی باشد بلکه اگر ما از طریق زبانها بتوانیم فرهنگ ملت خود را به دیگر ملتها بشناسانیم و بر عکس فرهنگ دیگر ملتها را نیز به ملت خود بشناسانیم و بین اینها یک تطبیق و تعامل برقرار کنیم این خود نوعی تجاری سازی فرهنگی است.

راهبرد و راهکار:

حال پرسش این است که وقتی موانع و دردها را بر سر راه کارآفرین می‌شناسیم، آیا راهکارهای بهبود و نسخه‌های شفابخشی نیز برای این دردها می‌توان معرفی کرد؟ باید اذعان کرد تا حدودی بله، اما نه به صورت جامع و کامل. حرکتیایی از سوی برخی صاحب‌نظران برای کنکاش و ارائه راه‌هایی برای رفع موانع پیش روز کارآفرینان بویژه کارآفرینان سازمانی صورت گرفته است، اما هیچ کدام چاره ساز قطعی و راهی برای برون رفت کامل از این موانع نیست؛ چرا که بیشتر این راهکارها به صورت تئوری بوده و فرآیند عملیاتی کردن آن نیز به واکاوی و آسیب شناسی کارشناسانه دارد که بنظر می‌رسد این زمینه می‌تواند فضای مناسبی را برای تحقیق و توجه ویژه صاحب نظران، محققان، دانشجویان و حتی مسئولان ایجاد کند.

قبل از ارائه برخی راهکارها باید به این دو راهبرد اساسی کارآفرینی یعنی :

الف: راهبرد وجود فرد کارآفرین که البته باید ببینیم چنین فردی در رشته عربی با انگیزه‌ی بالا و با شرایط حلکم وجود دارد!؟

ب: راهبرد ایجاد کارآفرینی در سازمان که این هم بستگی به این دارد که آیا چنین انگیزه‌ای در این سازمان و در افراد مسئول برای این کار وجود دارد یا نه؟ توجه کنیم.

۱. باید بستری فراهم شود که تمام پایان نامه‌های دانشجویی در رشته عربی به سمت هدفمند شدن پیش بروند بدین صورت که از طرف دولت یا موسسه‌ها و سازمان‌های مربوطه حمایت از موضوع پایان نامه‌ها صورت گیرد و پایان نامه‌ها با توجه به موضوعات مورد نیاز و ضروری انتخاب و تهیه و ارائه گردند.

۲. رابطه دانشگاه با سفارت کشورهای عربی در ایران و همچنین سفارت ایران در کشورهای عربی در قبال همکاری و به کارگیری دانشجویان مستعد باید مستقیم صورت گیرد و این کار خود راه‌ها و

بسترهای مناسبی را در زمینه‌های مختلف علمی-پژوهشی و حتی کارهای تجاری برای آنان فراهم می‌کند.

۳. کتاب‌هایی با مضمون کارآفرینی و تجاری سازی رشته‌های دانشگاهی بخصوص رشته‌های علوم انسانی به زبان عربی یا ترجمه شده به زبان عربی جزء دروس و واحدهای درسی دوره‌های مختلف دانشجویی در رشته زبان و ادبیات عرب باشد تا دانشجویان هم با اینگونه کتاب‌ها و فضاها آشنا شوند و هم با مطالعه اصول و شیوه کارآفرینی به فکر نوآوری و کارآفرینی در زمینه‌های مربوط به رشته زبان عربی باشند.

۴. برگزاری کارگاه‌ها و همایش‌هایی با موضوع کارآفرینی و تجاری سازی توسط افراد مجرب داخلی و خارجی در گروه‌های عربی، بطوری که افرادی که در زمینه رشته‌های علوم انسانی کارآفرین بودند به عنوان سخنران این کارگاه‌ها و همایش‌ها انتخاب شوند و از تجربه‌های آنها در این زمینه استفاده شود.

۵. ارتباط گروه‌های زبان عربی در دانشگاه‌های ایران با دانشگاه‌های معتبر عربی باید در زمینه‌های مختلف صورت گیرد و این ارتباط و تعامل و همکاری باید هدفمند و در جهت اشتغال زایی و حتی کارآفرینی و تجاری سازی رشته باشد.

۶. باید از این پيله خودساخته خارج شویم که "راه علوم انسانی با راه تجارت کاملاً متمایز است!" و با اشاعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در میان دست اندرکاران این رشته انگیزه‌ی لازم را در آنها ایجاد کنیم.

۷. ایجاد بنگاه‌های تربیت مترجم: هر چند ممکن است به صورت پراکنده موسساتی باشند که مدعی هستند برای سفارت خانه‌ها و گردشگران عرب زبان مترجم فراهم می‌کنند اما مطمئناً این شیوه‌ها کافی نیست چرا که در پرورش این مترجم‌ها دانشگاه‌های معتبر نقش مستقیم و بسزایی ندارند. پس باید این گونه بنگاه‌ها و موسسات وابسته و تحت پوشش دانشگاه‌ها فعالیت خود را انجام دهند و با توجه به استعدادیابی دانشجویانی که در این زمینه مستعد هستند اقدام به جذب و استخدام مترجم کنند. این اقدام می‌تواند ضمن برآورده کردن نیاز گردشگران عرب زبان موقعیت‌های فراوان تجاری برای این مترجمین جوان فراهم کند.

۸. تهیه کتاب‌ها و منابع عربی مفید و مورد نیاز غیر قابل دسترس در ایران به طور مستقل، خود می‌تواند نوعی ابتکار و ایجاد اشتغال و نوعی کارآفرینی باشد.

۹. حمایت‌های دانشگاه: این حمایت‌ها شامل راهنمایی‌های عملی، مشاوره، ارائه تسهیلات مالی و برگزاری کارگاه‌های ویژه در خصوص کارآفرینی در داخل دانشگاه‌ها و یا خارج از آن باید صورت گیرد.

۱۰. تعامل و همکاری دو جانبه دانشگاه و مراکز صدا و سیما: با توجه به شرایط منطقه، امروز صدا و سیما کشور اعم از مرکزی تا همه شهرستانها به دانش آموختگان زبان عربی نیاز مبرم دارند اما آیا هرگز تلاشی برای ساماندهی ارتباط بین این موسسه با دانشگاه جهت همکاری و بکارگیری دانش آموختگان صورت گرفته است؟

۱۱. اهتمام به سلیقه‌ها و علایق دانشجویان تحصیلات تکمیلی مخصوصاً دانشجویان دکتری که دارای انگیزه بالا برای ایجاد کسب و کار و تجارت مربوط به رشته هستند مثلاً: به جای گذراندن واحدهای نظری تکراری در این مقطع به کشورهای عربی برای آشنایی و یافتن راه‌های تجارت آموزشی- پژوهشی اعزام شوند و نتایج کار خود را در قالب گزارشات و مقالات و کتاب ارائه دهند و با مسئولین و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های عربی نیز جهت برقراری این تعامل آموزشی- فرهنگی و حتی اقتصادی تبادل نظر نمایند. که مطمئناً نتیجه مثبت دادن این روش در ترغیب دانشجو به سمت رشته و زبان عربی به عنوان رشته‌ای که آینده‌ی شغلی وی را تضمین کند کمک شایانی خواهد کرد.

۱۲. راه‌اندازی سایت‌های آموزشی و وبلاگ‌های شخصی، که در آنها می‌توان با ارائه کتاب‌ها و مقالات و نمونه سوالات کنکوی و جزوه‌های آموزشی مورد نیاز دانشجویان رشته زبان و ادبیات عرب به یک نوع کارآفرینی و حتی سود کلان دست یافت. کاری که البته توسط بعضی از دانشجویان تحصیلات تکمیلی انجام می‌شود ولی نیاز به ساماندهی و در نتیجه بازدهی بیشتر دارد.

۱۳. اما مهمتر از همه این‌ها ترجمه است که می‌تواند به عنوان بهترین ابزار برای ایجاد کارآفرینی و اشتغال‌زایی فارغ‌تحصیلان این رشته و حتی تجاری سازی نقش موثری را ایجاد کند و برای انجام این مهم یکسری قوانین و تسهیلاتی نیز باید ایجاد و فراهم شود. که در زیر به برخی از آنها اشاره خواهیم کرد.

ترجمه دارای اهمیت و ارزش فراوانی است که خیلی از ملتها حتی مقدمه این ارزش و اهمیت را درک نمی‌کنند. کافی است که در اهمیت آن، به توجه و اهتمام کشورهای پیشرفته بدان اشاره کنیم، به عنوان مثال در کشور پیشرفته‌ای مثل آلمان، آمار نشان می‌دهد که یک سوم کتاب‌های چاپ شده در

یکی از سالهای اخیر در آلمان کتاب‌های ترجمه شده بود. و بر اساس آمار از مجموع ۶۶۰۰۰ کتابی که در سال ۱۹۶۶ توسط انتشارات سازمان یونسکو منتشر شد حدود ۳۹۶۲۰ کتاب آن متعلق به کتاب‌های ترجمه شده بود که حدود ۹۰ درصد از مجموع این کتاب‌ها می‌باشد. (فرید جحا، اثر ترجمه فی النهضه العربیه الحدیثه. ص ۸۷)

امروزه اهمیت و تأثیر ترجمه بر هیچ کس پوشیده نیست پس بر ما واجب است که راه‌ها و شیوه‌های نوین‌تر و مؤثرتری را برای بهبود ترجمه و در نتیجه تجاری سازی آن مبذول سازیم که مطمئناً این امر با به کارگیری تلاش‌های فراوان در زمینه‌های مختلف و متنوع نه فقط برای نیاز داخل کشور بلکه به عنوان یک طرح جامع بین کشورهای اسلامی برای ارتباط و تعامل بیشتر و کمک به پیشرفت تمدن بزرگ اسلامی امکان پذیر و ضروری خواهد بود که از نمونه آنها:

۱. قانع و ترغیب کردن همه به اهمیت ترجمه و ضرورت افزایش فضا و بستر مناسب برای آن، تا در شکل درست و صحیح و زمان مناسب آن صورت گیرد و منجر به حصول نتایج مورد انتظار گردد.

۲. احیاء کردن سنت‌های حسنه گذشته، مثلاً: تأسیس یک مرکز ترجمه مثل دار الحکمه در زمان هارون الرشید و مأمون - به طوری که این مرکز یا مؤسسه وابسته به سازمان‌های مختلف جهان اسلام مثل: اسپسکویا اِلکسو یا انجمن دانشگاه‌های اسلامی و از این قبیل باشد که دارای یک تشکیلات منسجم و مرکز اصلی در یکی از شهرهای بزرگ کشور مثل: تهران و شاخه‌های فرعی متنوع در دیگر شهرها باشد چرا که ما امروزه می‌بینیم موسساتی اقدام به ترجمه متون می‌کنند که اصولاً افراد متخصص دانشگاهی چندان در آنها نقشی ندارند و ترجمه‌های تحت اللفظی را تولید و روانه بازار می‌کنند و این کار باعث می‌شود که متخصصان این رشته نیز با توجه به شرایط موجود چندان رغبتی به فعالیت در این زمینه از خود نشان ندهند.

۳. اختصاص سرمایه کافی برای این مؤسسه (موسسه ترجمه) تا با در اختیار داشتن جدیدترین وسائل مورد نیاز چاپ و تکثیر امروزی به بهترین شکل ممکن به وظیفه خود که همان غنی سازی تمدن اسلامی و هم تجاری سازی است عمل کند.

۴. ایجاد یک برنامه و خط مشی معین برای ترجمه که آن مؤسسه مرکزی و دیگر شاخه‌های فرعی آن بدان ملتزم باشند که مبادا دچار تناقض و سوء تفاهم و در نتیجه از هم پاشیده شدن اهداف و چشم

انداز کلی گردند چرا که امروزه مشاهده می‌شود کار ترجمه در موسسات رسمی و غیر رسمی به شکل بی‌نظم و بدون هیچ گونه برنامه مشخص صورت می‌گیرد.

۵. برشمردن همه کتاب‌هایی که شایسته ترجمه هستند و طبقه‌بندی آنها بر اساس اهمیت و جایگاه آنها.

۶. تعیین و انتخاب گروه‌های ماهر و ممتاز در کار ترجمه در همه کشورهای اسلامی و انتخاب بهترین آنها برای فعالیت در سازمان مرکزی ترجمه جهان اسلام، البته به طوری که بستر مناسب برای فعالیت همه جانبه آنها فراهم شود و آنها از نظر مالی و اقتصادی باید جوری تأمین شوند که دغدغه‌ی مالی نداشته باشند و با فراغ‌بال و آسودگی خاطر به وظیفه خود عمل کنند.

۷. عدم انحصار ترجمه از کشورهای غربی به کشورهای اسلامی، بلکه ترجمه متقابل آثار اسلامی نیز به کشورهای غربی و غیر اسلامی صورت گیرد و فرهنگ و تمدن اسلامی و گذشته غنی ادبیات اسلامی به آنها شناسانده شود.

۸. تألیف دایره‌المعارف‌های بزرگ و متقابل اصطلاحات مورد نیاز ترجمه برای تسهیل در روند کار.

۹. اهتمام و توجه ویژه به ترجمه کتاب‌های علمی و حاوی دانشها و تکنولوژیهای برتر و روز جهان معاصر و همچنین ترجمه کتاب‌های ادبی، چرا که ساختن تمدن غنی تنها بر اساس عقل امکان پذیر نیست بلکه قلب و ذوق و احساس نیز باید در آن شریک باشند که در مجموع کتاب‌های علوم و فنون ادب و وظیفه غنی‌سازی جوانب مختلف تمدن بشری را بر عهده دارند.

نتیجه

افزایش چشمگیر بیکاری به ویژه در میان گروه‌های تحصیل کرده و بالاخص رشته‌های علوم انسانی زنگ خطر را در جامعه به صدا در می‌آورد و از این رو ضروری است که برای حل این مشکل هر کسی احساس مسئولیت نماید و منتظر راهکارهای نامعلوم دولت نباشد. کارآفرینی از راه‌هایی است که شایسته است به عنوان اقدامی پایدار در جهت اشتغالزایی در اولویت قرار گیرد به گونه‌ای که مردم به ویژه جوانان را چنان تربیت کند که توانایی اقدام و عمل مناسب همراه با انعطاف‌پذیری و پذیرش موقعیتهای شغلی ناام و پیچیده را در بازار کار داشته باشند و بتوانند مشاغل تازه‌ای همراه با نوآوری و خطر‌پذیری شایسته ایجاد کنند. در این راستا دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی دولتی به علت

داشتن اعضای هیات علمی ثابت و امکانات پژوهشی پیشرفته در سطحی که مراکز غیر دولتی به سختی توان فراهم کردن آنها را دارند، می‌توانند در زمینه تولید دانش و علم با شتاب حرکت کنند اما مستلزم حمایت همه جانبه دولت و مسئولین مربوطه می‌باشد. ما باید در خصوص رشته‌های متنوع و متکثر علوم انسانی به نقطه‌ای برسیم که ۸۰ درصد به فناوری و ۲۰ درصد به تولید علم آن منجر شود؛ این گونه است که می‌توان هم تحول در علوم انسانی را به نظاره نشست و هم این که برای اشتغال زایی دانش آموختگان این بخش، گام‌های جدی و اصولی را برداشت. در خصوص رشته زبان و ادبیات عرب نیز یکی از راه‌های ایجاد کارآفرینی و اشتغال زایی و به تبع آن اشتغال زایی برای فارغ تحصیلان این رشته تغییر در شیوه نظام آموزش، کاربردی کردن و هدفمند کردن آن، استفاده بهینه از موقعیت‌های کنونی، ایجاد انگیزه کارآفرینی در افراد و ارتباط و تأثیر مستقیم دانشگاه بر سازمان‌ها و موسسه‌های مربوط به اشتغالزایی و در نتیجه حمایت و توجه همه جانبه مسئولان مربوط در راستای هدفمند کردن و کاربردی کردن رشته زبان و ادبیات عربی در کشور است.

منابع

- احمدپورداریایی، محمود، مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۵)؛ مبانی کارآفرینی، تهران، موسسه عقیق.
- آراسته، حمیدرضا؛ (۱۳۸۲)؛ کارآفرینی و آموزش عالی : اصول و موانع، شماره ۲۹، تهران، فصلنامه سیاست علمی و پژوهشی رهیافت.
- جحا، فرید، (۱۹۸۲م)؛ أثر الترجمة فی النهضة العربیة الحدیثة- من أبحاث المؤتمر السنوی السادس لتاریخ العلوم عند العرب- حلب.
- حسینی، علی شاه، (۱۳۸۸)؛ کارآفرینی در عمل، تهران، آبیژ.
- دراکر، پروفیسور پیتر، (۱۳۹۲)؛ نوآوری و کارآفرینی، مترجم: کشاورزی، علی حسین، تهران، سمت.
- سعیدی کیا، مهدی، (۱۳۸۸)؛ اصول و مبانی کارآفرینی، چاپ چهاردهم، تهران، انتشارات کیا.
- صمد آقایی، جلیل، (۱۳۸۸)؛ سازمان‌های کارآفرین، چاپ دوم، تهران، نشر موسسه عالی آموزش و پرورش مدیریت و برنامه ریزی.
- کردنائیچ، اسدالله، دانشگاه کارآفرین، آموزش عالی و نقش آن در ایجاد اشتغال، نشریه مدیریت و توسعه، شماره ۲۶، ص ۱۷.
- لیتل، دانیل، (۱۹۹۵)؛ تبیین در علوم اجتماعی، فلسفه علم الاجتماع، ترجمه سروش، (۱۳۸۱)، تهران، انتشارات آگاه.
- مصلح شیرازی، علی نقی، (۱۳۸۲)؛ کتاب کاری، ایده پردازی کارآفرینی و چگونگی تدوین طرح تجاری- صنعتی، چاپ اول، تهران، نشر سایه هور.
- موسوی بازرگانی، سیدجلال، (۱۳۸۶)؛ مولفه‌های کارآفرینی، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- نجفی، محمد ونفیسه رفیعی، (۱۳۸۴)؛ یادگیری مبتنی بر کارآفرینی در آموزش عالی، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

هیگینز، جیمز ام، (۱۳۸۱): ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مسئله، مترجم: احمدپورداریانی، محمود، تهران، چاپخانه سپهر.

- Cochran, T. (۱۹۶۸). Entrepreneurship in D. L. Sills (ed). International Encyclopedia of The Social Sciences, New York: Free Press.

- Gibb, A.A. (۱۹۸۷) Enterprise culture: Its meaning and implications for education and training journal of European Industrial training , Vol. ۱۱, No.۲, p۳۸.

المعوقات الداخلية والخارجية لتطوير ريادة الأعمال والتسويق لدى خريجي اللغة العربية

داود شیروانی*، زاهد مهدویان مقدم**

الملخص

ازداد البحث خلال هذه السنوات عن ريادة الأعمال، سواء الأكاديمية منها أو غير الأكاديمية. وتبيّن البحوث والدراسات في مجال ريادة الأعمال الأكاديمية، أنّ تسويق المعرفة والعلم، اليوم، ضروري لبقاء الجامعات. وربما يُطرح هذا السؤال، وهو هل هذه الريادة للأعمال وبتبعها التسويق، تشمل كل فروع العلوم الإنسانية أو أنها تقتصر على المجالات التقنية فحسب؟ وفي هذا الصدد، يرى الباحثون والخبراء أنه يمكن أن تتم ريادة الأعمال في أي مجال وفي أي تخصص. فقد يشاهد صاحب المشروع تلك الفرص المهنية التي لا يهتم بها الآخرون أبداً وبالتخطيط والتدبير والثقة بالنفس يبدع ويتكبر في هذا المجال. بالمناسبة، هذه الفرص التي لا يهتم بها أكثر الناس تبدو أكثر في هذه المجالات للعلوم الإنسانية. لكنه في الوقت نفسه، هناك معوقات أو عقبات لريادة الأعمال وتنظيم المشاريع، يمكن تقسيمها إلى قسمين: داخلية المنشأ وخارجية المنشأ. فرع اللغة العربية وآدابها هو أحد فروع العلوم الإنسانية في إيران الذي توجد فيه أزمة بطالة تخص المتخرجين في هذا الفرع، لذلك يُحسّ بالحاجة الماسة لريادة الأعمال وأيضاً التسويق التجاري أكثر من أي وقت مضى. لكن هذا الفرع، وفقاً للثقافة الموجودة في المجتمع ووجهة نظر المجتمع اتجاهه، يواجه عقبات ومعوقات في هذا الطريق. وفي هذه الدراسة، يمكن التحقيق في الحالات المذكورة ويمكن أن تقدّم بعض الحلول أيضاً.

كلمات مفتاحية: ريادة الأعمال، التسويق، العلوم الإنسانية، اللغة العربية وآدابها، داخلية المنشأ.

* طالب الدكتوراه في فرع اللغة العربية وآدابها بجامعة الشهيد بهشتي، الايميل: davoudshirvani@yahoo.com

** طالبة ماجستير في فرع اللغة العربية وآدابها بجامعة طهران