

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

نقش زبان عربی و همجواری با کشورهای حوزه خلیج فارس

در توسعه گردشگری سلامت در ایران

دکتر فاطمه قادری*، فاطمه جمشیدی**، زهرا تقی زاده***

چکیده

یکی از مهمترین شاخه های گردشگری، گردشگری سلامت می باشد که دارای منافع اقتصادی و اجتماعی بالایی است؛ در این فرایند مردم برای دستیابی به مراقبت های درمانی - بهداشتی سفر می کنند و این امر باعث شده سازمان های دست اندرکار در کشورهای مستعد توجه خود را به این بخش از گردشگری جلب و برای آن برنامه ریزی کنند. ایران نیز به عنوان یکی از مقاصد گردشگری پذیر این توانایی را دارد که به یک قطب گردشگری سلامت تبدیل شود. با توجه به موقعیت استراتژیک ایران و قرار گرفتن در جوار کشورهای عربی، در این پژوهش تلاش شده تا نقش زبان عربی و همجواری با کشورهای حوزه خلیج فارس را در توسعه و رونق گردشگری سلامت به عنوان یکی از شاخه های سودآور صنعت گردشگری بررسی شود. از مهم ترین دستاوردهای این پژوهش، ارائه راهکارهایی همچون ایجاد استراحتگاه ها و هتل ها، استقرار نمایندگی بیمه های خدمات درمانی، آزمایشگاه ها و داروخانه هایی با کادر مسلط به زبان عربی در نزدیکی بیمارستان های محل مراجعه بیماران، توزیع بروشورهای مکتوب به زبان عربی پیرامون انواع بیماریها، داروها، مراکز درمانی و ... است که این امر مستلزم استخدام نیروهای آموزش دیده در زمینه زبان عربی می باشد.

کلید واژه ها: گردشگری سلامت، کار آفرینی، اشتغال زایی، زبان عربی.

* دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی دانشگاه یزد، mf_ghadery@yahoo.com

** دانشجوی دکتری زبان و ادبیات عربی دانشگاه یزد، f.jamshidi۱۳۶۴@gmail.com

*** دانشجوی دکتری آب و هواشناسی دانشگاه یزد، Ztaghizade۹۵@gmail.com

۱- مقدمه

گردشگری به عنوان فعالیتی چند منظوره، در چند دهه اخیر سهم عمده‌ای در توسعه منطقه‌ای و ناحیه‌ای کشورها داشته است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰ش: ۲۵)؛ از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (کاظمی، ۱۳۸۵ش: ۱) به طوری که با گسترش مراکز شهری و رشد پدیده شهرنشینی و ارتباطات، گردشگری پیشرفت چشمگیری داشته، تا جایی که امروزه گردشگری یکی از پایه‌های اقتصاد جهان را تشکیل می‌دهد، همچنین اهداف گردشگری امروزه متفاوت می‌باشد که هر یک از اهداف به نوبه خود شاخه‌های متفاوتی را در گردشگری به وجود می‌آورند (تقی زاده و رحیمی، ۱۳۹۰ش: ۲۴۸). بررسی تاریخ سفر از سده‌های گذشته موید آن است که انسان‌ها به انگیزه‌های گوناگونی چون تجارت، آموزش، زیارت، انجام امور مذهبی، ورزش و سلامتی، ماجراجویی، درمانی و انجام امور سیاسی به سفر پرداخته‌اند (صدر ممتاز و آقا رحیمی، ۱۳۸۹ش: ۵۱۶ و رضوانی، ۱۳۹۰ش: ۱۸ - ۲۰) و از آنجا که در فرهنگ لغت «لانگمن» گردشگری به معنای مسافرت و تفریح برای سلامتی معنا شده است، می‌توان بیش از پیش به اهمیت این انگیزه‌ی گردشگری پی برد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱ش: ۲۱، به نقل از Longman, ۱۹۹۸: ۱۷۱۲).

زندگی صنعتی در بیشتر کشورهای دنیا نیازهایی را برای مردم جوامع مختلف ایجاد کرده است که توجه به سلامت از مهمترین آن‌هاست. کشورها با مد نظر قرار دادن این نیاز بشر در قرن ۲۱ درصدد بهره‌مندی از فرصت‌های موجود کشورشان از مبحثی به نام توریسم درمانی هستند (نصیرپور و سلیمانی، ۱۳۸۹ش: ۵۸). برنامه ریزان استفاده و لذت گردشگر از امکانات درمانی و پزشکی و حصول بهبودی و تندرستی با استفاده از آب و هوا و جاذبه‌های طبیعی موجود در یک منطقه را تحت عنوان گردشگری سلامت یا گردشگری درمانی مطرح می‌کنند. در حقیقت گردشگری سلامت، نوعی از گردشگری است که به منظور حفظ، بهبود و حصول مجدد سلامت جسمی و ذهنی فرد به مدتی بیشتر از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال صورت می‌گیرد. به این ترتیب یک گردشگر سلامت با مسافرت از محل دائم زندگی خود می‌تواند از خدمات درمانی مقصد استفاده کند تا سلامت جسمی و روحی خود را به دست آورد. این نوع گردشگری این روزها خوشبختانه در ایران رواج پیدا کرده و گردشگران زیادی را از کشورهای منطقه برای بهره‌مندی از خدمات پزشکی و درمانی به کشورمان می‌کشاند. البته باید بدانیم که گردشگری سلامت در ایران تاریخچه‌ی بسیار کوتاهی دارد و در سال

۱۳۸۲ برای اولین بار گردشگری درمانی در ایران از سوی وزارت بهداشت مورد توجه قرار گرفت (عزیزی و مطهری، ۱۳۹۰ش: ۳). ایران دارای ظرفیت‌های متعددی جهت جذب توریسم سلامت می‌باشد که می‌توان به چشمه‌های آب معدنی در اکثر استان‌های کشور، مناطق کویری در قم، بخش‌های درمانی ناباروری شهید صدوقی در یزد، مراکز دندانپزشکی، دیالیز و انجام انواع جراحی‌های قلب، جراحی پلاستیک، چشم و ارتوپدی در بیمارستان‌های مشهد و تهران، انجام پیوند مغز استخوان، پیوند کلیه و کبد در بیمارستان شهید نمازی شیراز و خدمات طب دارویی گیاهی همدان اشاره کرد (نصیرپور و سلیمانی، ۱۳۸۹ش: ۵۸). در رابطه با انگیزه و هدف نگارندگان در انجام این تحقیق باید گفت هدف پژوهش حاضر، تأثیر زبان عربی و استفاده از فارغ التحصیلان و دانش‌آموختگان این زبان در توسعه گردشگری سلامت ایران و افزایش نرخ سودآوری این قسم از صنعت گردشگری می‌باشد که با رهیافت تحلیلی توصیفی و استفاده از منابع کتابخانه‌ای صورت گرفته است؛ روش کار به این صورت است که پس از معرفی گردشگری سلامت و بیان توانمندی‌های ایران در این زمینه و نیز مروری بر آشنایی ایرانیان با زبان عربی، با در نظر گرفتن پتانسیل‌های موجود در کشور در زمینه نیروی کار لازم و آشنا به زبان عربی، نقش این زبان در توسعه و رونق گردشگری سلامت کشور ارزیابی می‌شود. با توجه به موضوع این پژوهش باید گفت قرار گرفتن کشور ما در منطقه خاورمیانه و همجواری با کشورهای عرب زبان حوزه خلیج فارس و اشتراکات دینی و تاریخی فراوان با این سرزمین‌ها و به دنبال آن مراجعه عرب‌زبانان برای زیارت و نیز استفاده از امکانات پزشکی و درمانی کشور ما، گردشگری سلامت نیازمند اهتمام بسیار بالایی بود و به تبع آن توجه به زبان عربی و استفاده از فارغ التحصیلان زبان عربی را در صنعت گردشگری بیش از پیش ضروری می‌نماید.

۲- پیشینه پژوهش:

در این مجال ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که تلاش نگارندگان برای یافتن پژوهش‌هایی که به بررسی نقش زبان عربی در سودآوری گردشگری سلامت پرداخته باشد، بی‌نتیجه ماند و ظاهراً در این زمینه پژوهشی صورت نگرفته است، اما از جمله پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری سلامت می‌توان به مطالعه نصیر پور و سلیمانی (۱۳۸۹)، که به بررسی نقش بیمارستان‌های تهران در گسترش توریسم درمانی پرداخته که عواملی همچون به‌کارگیری تجهیزات پزشکی دارای تکنولوژی بالا متناسب با استانداردهای جهانی، رقابتی بودن هزینه خدمات پزشکی نسبت به سایر کشورها را از مهمترین عوامل افزایش جذب بیماران خارجی و توسعه توریسم درمانی در بیمارستان‌های تهران

برمی شمارد. همچنین صدر ممتاز و آقا رحیمی (۱۳۸۹)، به مطالعه گردشگری پزشکی در ایران پرداخته‌اند. از مهم‌ترین پژوهش‌هایی که در زمینه نقش زبان عربی در صنعت گردشگری صورت گرفته باید مقاله «تأثیر گسترش زبان و ادبیات عربی در گسترش صنعت گردشگری شهرستان مشهد» از «ناصر شاهنوشی» (۱۳۹۰) یاد کرد و نیز از جمله اقدامات صورت گرفته در زمینه رابطه زبان عربی و مسائل پزشکی باید مقاله «نقش طب سنتی در کارآفرینی رشته زبان و ادبیات عربی» از «حسین کیانی» (۱۳۹۰) را نام برد و همانگونه که پیداست هیچ یک از پژوهش‌های مذکور به بررسی نقش زبان عربی در توسعه گردشگری سلامت نپرداخته‌اند.

۳- گردشگری:

واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱م در مجله‌ای انگلیسی به نام Sporting Magazine (مجله ورزشی) به کار برده شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلّاتی، ۱۳۸۰ش: ص ۲۰)، لیکن از آن زمان تاکنون معانی و تعاریف متعددی از طریق صاحب نظران ارائه شده است. گردشگری شامل همه فعالیت‌های است که به وسیله یک گردشگر در طول مدتی که او به دلایل شخصی یا حرفه‌اش در جایی دور از مکانی که محل زندگی او باشد انجام می‌دهد (Smid & Zwart, ۲۰۰۲م: ۲۳).

سازمان جهانی گردشگری (WTO)، گردشگری را شامل مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود انجام می‌دهد، و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار با اقوام و آشنایان، کسب و کار، ماموریت، شرکت در کنفرانس یا سمینار، درمان، مطالعه، تحقیق، فعالیت‌های مذهبی و فعالیت‌هایی از این قبیل است (صدرموسی و دخیلی کهنمویی ۱۳۸۶م: ۱۳۰). در صنعت گردشگری مقوله‌های مختلفی مطرح می‌شود که توجه به آن‌ها امری ضروری به نظر می‌رسد: (۱) صلح و آرامش، (۲) محل اقامت، (۳) خدمات ویزایی (روادیدی)، (۴) امنیت، (۵) بهداشت (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱ش: ۲۲ - ۳۷). از نظر سهم صنعت گردشگری در ایران باید گفت ایران در میان کشورهای خاورمیانه رتبه سوم را دارد و آنجا که بسان دیگر کشورهای در حال توسعه، نرخ بیکاری در ایران نیز بالایی باشد در نتیجه به منظور تأمین درآمدهای ارزی و خارج شدن از تک محصولی بودن و نیز ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، نیاز به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری ضروری است.

۴- گردشگری و اشتغال:

صنعت گردشگری، بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در جهان محسوب می‌شود و بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساخت زیربنایی خود برگزیده‌اند. این صنعت به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه بسیار مورد توجه می‌باشد (چاک، ۱۳۸۲ش: ۱۹). گردشگری به خاطر خاصیت اشتغال‌زایی و سودآوری نسبتاً سریع خود، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است که می‌تواند معیارهای اقتصادی را ارتقا دهد، و ایده‌ها، فناوری و بازارهای جدیدی را به ارمغان آورد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱ش: ۷۰) یکی از توجیحات اولیه دولت‌ها در ترغیب و تشویق توسعه گردشگری، تأکید بر سود اقتصادی و اشتغال بالقوه حاصل از این صنعت است و «تی رل» (Tyrrel) و «اسپالینگ» (Spauling) ایجاد اشتغال را یکی از چهار مزیت اساسی گردشگری معرفی می‌کنند (قدمی و غلامیان، ۱۳۹۳ش: ۲۱ - ۲۲). در تأیید این مطلب که صنعت گردشگری یکی از سکوه‌های مناسب برای رفع بسیاری از نیازهای اساسی اشتغال می‌باشد باید گفت بر اساس سازمان جهانی گردشگری (WTO) هر گردشگر اعم از داخلی و خارجی به طور متوسط می‌تواند ۱۰ شغل ایجاد کند و بر اساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری (WITC) این صنعت قادر خواهد بود برای بیش از ۳۰۰ میلیون نفر به طور مستقیم و غیرمستقیم شغل ایجاد کند و سهم بسیار ارزنده‌ای از تولید ناخالص و به طور کلی اقتصاد جهانی را دربرگیرد (رفیعی و گلزار، ۱۳۹۱ش: ۱۹). در گردشگری نیاز به سرمایه نسبت به صنعت کمتر است و در حقیقت سودآوری در اقتصاد گردشگری نسبت به اقتصاد صنعتی بالاتر است. آنچه مهم است چرخش مالی حول محور گردشگری است که رابطه اشتغال‌زایی را به وجود می‌آورد. گردشگری، پول و جمعیت را از به سوی مناطق مقصد می‌کشاند و در اصطلاح گردشگری را صادرات نامرئی محصولات و خدمات می‌نامند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱ش: ۷۶ - ۷۷). در یک کلام از آنجا که بسیاری از خدمات گردشگری را نمی‌توان با استفاده از فناوری ارائه کرد، در نتیجه اشتغال نیروی انسانی در این صنعت فراوان است از این رو توسعه گردشگری در مکان‌های مختلف ایجاد اشتغال دائم و فصلی و نیمه وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم آورده و از نرخ بیکاری می‌کاهد (سلطانی، ۱۳۷۴ش: ۱۰۹).

۵- گردشگری سلامت:

گردشگری سلامت نوعی از گردشگری است که به منظور حفظ، بهبود و حصول مجدد سلامت جسمی و ذهنی فرد به مدتی بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال صورت می‌گیرد. این قسم از

گردشگری، در حقیقت گردشگری از پیرامون به مرکز است و معمولاً مردم مناطق و کشورهای پیرامونی برای معالجه به مراکز و کانون‌های جمعیتی مراجعه می‌کنند؛ به عنوان مثال در کشور ایران، تهران یک کانون عمده جذب بیمار در سراسر کشور و مشهد یک کانون مهم گردشگری سلامت در شرق کشور است. گردشگری سلامت تفاوت‌هایی با دیگر گردشگری‌ها دارد از جمله اینکه (۱) مدت زمان توقف گردشگر بسته به تصمیم خودش نیست بلکه به نظر و تصمیم خودش بستگی دارد، (۲) این نوع گردشگری تخصص‌های ویژه‌ای مثل هتل‌های ویژه، اکیپ‌های پزشکی متخصص، آسایشگاه‌ها و نفاخت گاه‌های مجهز را می‌طلبد، (۳) همچنین تفریحات ویژه‌ای لاقل برای خود بیمار لازم دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۱ش: ۶۱).

۶ - انواع گردشگری سلامت^۱:

تقسیماتی که برای گردشگری سلامت ارائه شده است متفاوت می‌باشد که در یک تقسیم بندی کلی انواع آن عبارتند از:

۶ - ۱ - گردشگری تندرستی^۲ یا صحت:

مسافرت به دهکده‌های سلامت و مناطق دارای چشمه‌های آب معدنی و آب گرم (اسپاها) برای رهایی از تنش‌های زندگی روزمره و تجدید قوا بدون مداخله و نظارت پزشکی و در مواردی که گردشگر بیماری جسمی مشخصی نداشته باشد را گردشگری تندرستی گویند. همچنین بیمارانی که دوره نقاهت خود را می‌گذرانند نیز با داشتن برنامه مراقبتی و با نظر پزشک معالج می‌توانند با استفاده از امکانات طبیعت به بهبودی خود تسریع بخشند (Harahsheh, ۲۰۰۲:۲۷).

۶ - ۲ - گردشگری درمانی^۳:

مسافرت به منظور استفاده از منابع درمانی طبیعی (آب‌های معدنی، نمک، لجن و غیره) جهت درمان برخی از بیماری‌ها یا گذراندن دوران نقاهت تحت نظارت و مداخله پزشکی را گردشگری درمانی گویند (رضوانی، ۱۳۹۰ش: ۶۰).

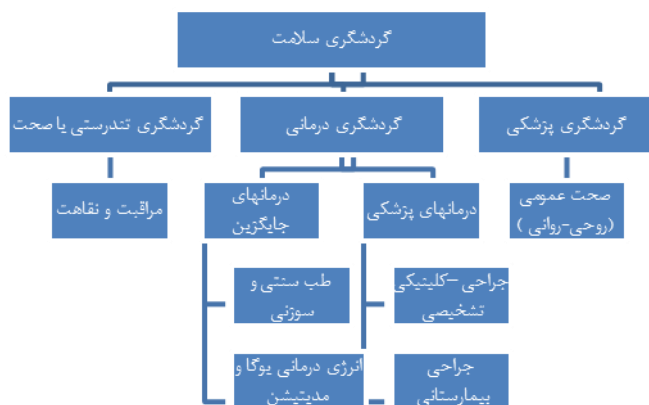
^۱ Health Tourism

^۲ Wellness Tourism

^۳ Curative Tourism

۶-۳- گردشگری پزشکی^۱:

نوع دیگری از گردشگری سلامت است که در آن مسافرت به منظور درمان بیماری‌های جسمی یا انجام نوعی از عمل‌های جراحی تحت نظارت پزشکان در بیمارستان‌ها و مراکز درمانی انجام می‌گیرد. در این نوع از گردشگری سلامت، بیمار ممکن است پس از درمان و معالجه نیازمند استفاده از فضاها و خدمات گردشگری درمانی (مانند آب‌گرم‌ها) باشد که در این صورت ممکن است گردشگری او با سفر به نقاطی که این امکانات را دارند، تکمیل شود (ایلدورومی و سفیدی، ۱۳۹۰ش: ۵). نمودار زیر انواع گردشگری سلامت را نشان می‌دهد.



۷- عوامل موثر در رونق گردشگری سلامت:

زندگی صنعتی در بیشتر کشورهای دنیا الزاماتی را با خود همراه دارد و نیازهایی را نیز برای مردم جوامع مختلف ایجاد کرده است. امروزه تمایل مردم برای استفاده از منابع طبیعی و ویتامین‌ها، کاهش درد، تسلط بر استرس و افزایش سلامت روانی و جسمانی بسیار چشم‌گیر است. در عین حال با وجود انتظار طولانی بیماران و هزینه‌های سنگین پزشکی، بیماران باز هم تمایل دارند برای درمان خود و استفاده از خدمات پزشکی به کشورهای دیگر سفر کنند. دلایل متعددی در حمایت از گردشگری سلامت وجود دارد، چنانکه صدور مراقبت‌های بهداشتی موجب حصول درآمدهای ارزی مورد نیاز می‌شود. این مهم با فراهم آوردن زیر ساخت‌های بهتر و دسترسی آسان‌تر به ارایه‌کنندگان با کیفیت و

نوآوری، موجب ارتقای نظام مراقبت بهداشتی در سطح منطقه‌ای و سطح کشوری می‌گردد و از اواسط دهه ۱۹۹۰ عواملی باعث تقویت این صنعت گردید که از آن جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد؛ (۱) اجتناب از لیست انتظار و صف‌های طولانی درمان در کشور خود، (۲) بدست آوردن درمان با کیفیت مناسب از نظر تکنولوژی و استانداردهای جهانی، (۳) هزینه پایین‌تر درمان، (۴) کیفیت پذیرایی و استراحت، (۵) گردش و دیدن مکان‌های جذاب (رکنی و همکاران، ۱۳۸۹ش: ۱۶۳).

۸- گردشگری سلامت در ایران

کشور ایران دارای توانمندی‌های پزشکی همچون تولید داروهای نو ترکیب، سلول‌های بنیادین، درمان‌های چشم پزشکی و سرطان‌ها، پیوند کبد، درمان انوریزم‌های مغزی به صورت اندوواسکولار، کاشت تلسکوپ مینیاتوری در چشم بیماران، تولید ۳۰۰ نوع پروتئین نو ترکیب برای تشخیص سل انسانی، تولید پد انعقاد خون، درمان نوع خاصی از انحراف چشم با استفاده از عضله ساق پا و نیز برخورداری از بزرگترین بیمارستان سوانح و سوختگی خاورمیانه و وجود صدها بیمارستان‌های مجهز و پیشرفته است. همچنین هزینه کم پزشکی نسبت به کشورهای اروپایی و آمریکایی، هزینه پایین اقامت نسبت به منطقه، موقعیت استراتژیک ایران در منطقه، وجود اشتراکات دینی با ساکنان حوزه خلیج فارس، در کنار پتانسیل‌های طبیعی همچون تنوع اقلیمی به عنوان کشوری چهار فصل، لجن درمانی، ماسه درمانی، گل فشان‌ها و در حوزه آب درمانی وجود بیش از ۱۰۰۰ چشمه آب معدنی و دیگر جاذبه‌های طبیعی در حوزه سلامت، نشان دهنده پتانسیل‌های بی‌شمار ایران در زمینه گردشگری سلامت است (نوری و همکاران، ۱۳۹۰ش: ۱۰).

در کنار چشمه‌های آب گرم و معدنی باید به حمام آفتاب در کنار دریا نیز اشاره کرد که محبوبیت و رونق فراوانی دارد. همچنین در برخی موارد پزشکان حمام در کنار دریا را برای اهداف درمانی پیشنهاد می‌کنند (چارلز، ۱۳۹۳ش: ۷۶). از جمله مناطقی که در ایران از این نعمت برخوردار هستند باید اردبیل، آمل، لاهیجان، فردوس، کرمان، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، اصفهان، دهلران، بوشهر، فارس، آذربایجان، خراسان و یزد را نام برد. همچنین دریا بخصوص در قسمت آفتابگیر آن، از جذاب‌ترین مناطق گردشگری و عامل مهم در توسعه گردشگری سلامت است (چارلز، ۱۳۹۳ش: ۷۷ و رفیعی و گلزار، ۱۳۹۱ش: ۶).

۹- نقش زبان عربی در پایداری و توسعه فرهنگ کشور:

تاریخ ورود زبان عربی به فرهنگ ایرانیان به پیش از اسلام باز می‌گردد، در نخستین دهه‌های ظهور اسلام ایرانیان همان‌گونه که با آغوش باز اسلام را پذیرفتند، با کمال رغبت، زبان این آیین را هم پذیرا شدند؛ واژه‌ها و اصطلاحات دینی، تاریخی، اقتصادی، سیاسی و ترکیب‌های ادبی و بلاغی این زبان به تدریج در تمام جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی و فرهنگی مردم رسوخ کرد و در کمتر از دو قرن، ساختار فرهنگی ایرانیان را - در معنی عام آن - تحت الشعاع خود قرارداد و زبان دین، فرهنگ، تجارت، سیاست و علم شد.

اگر بپذیریم که زبان پایه و اساس هر فرهنگی است و این کلمات هستند که به زندگی ما شکل می‌بخشند و دنیای ما را معنی می‌کنند، اهمیت و نقش زبان در حفظ و بقای ارزش‌ها و باورهای دینی و توسعه فرهنگی، آشکار خواهد شد، به خصوص در رابطه با زبان عربی که هم سایه و هم راز زبان فارسی است و ارتباط و پیوند این دو زبان و تأثیر تأثر آنها در یکدیگر غیر قابل تردید است؛ از این رو باید گفت زبان به دلیل ماهیت سیال بودنش، به خونی می‌ماند که در رگهای فرهنگ، جاری و ساری است و مایه حیات و حرکت آن است و این کلمات هستند که به زندگی ما شکل و فرم می‌دهند و روابط انسانی ما را معنی می‌بخشند. در رابطه با پیوند ناگسستنی زبان عربی با زبان فارسی باید گفت ۶۰٪ تا ۷۰٪ واژه‌های پرکاربرد در زبان فارسی، ریشه عربی دارد. به گفته آیت الله مطهری، فرهنگ ما آمیزه‌ای از دو فرهنگ جدائی‌ناپذیر، عربی و فارسی است، مظاهر ادبی ما از حافظ و سعدی و مولانا و جامی و عطار و... و دیگر آثار ادبی و علمی و هنری زبان فارسی در شکل و محتوا (دامادی، ۱۳۷۱ش: ۳۸ و فرشید ورد، ۱۳۷۶ش: ۵۶ و محفوظ، ۱۳۳۶ش: ۴۹) متأثر از زبان عربی است. فرهنگ دینی و اعتقادی ما از توحید و نبوت و ایمان و تقوا و توکل و صبر و... و اصطلاحات فقهی خمس و زکات و حج و... سراسر به زبان عربی است، اساس و پایه این فرهنگ و دستور نامه مسلمانان (قرآن) و جمله ادعیه و روایات به زبان عربی است؛ به عبارت دیگر، از آنجا که ساختار فرهنگی ما دینی است و دین در تمام جنبه‌های آموزشی، سیاسی، اجتماعی، اعتقادی و اقتصادی ما حضور فعال دارد، نمی‌توان نقش زبان عربی در تمام این صحنه‌ها و تأثیر مستقیم و غیرمستقیم آن را نادیده گرفت. دهکده کوچک جهانی، جهان بدون مرز فرهنگی و دنیای اینترنت و... قلمرو زبان عربی را بسیار فراتر از آنکه تصور می‌کنیم، گسترش داده است. در عصر ارتباطات و گفت‌وگوی تمدن‌ها، تبادل اندیشه‌ها، ارتباط با سایر کشورهای اسلامی، داعیه رهبری فکری و سیاسی جهان اسلام،

و صدور انقلاب، بدون توجه به ضروری‌ترین ابزار آن یعنی زبان عربی، خردمندانه نیست. قلمرو زبان عربی از آن میزانی که به آن بها داده می‌شود و به آن پرداخته می‌شود، بسیار گسترده‌تر است. دیگر نمی‌توان با زبان عربی به عنوان یک زبان صنفی برخورد کرد. زبان عربی امروز، زبان فرهنگ، دانش، اندیشه، سیاست و اقتصاد است (الموسوی، ۱۳۹۳ش، www.ensani.ir).

۱۰- نقش زبان عربی در اشتغال‌زایی

زبان عربی جزو شش زبان رسمی سازمان ملل است و میلیون‌ها انسان در اطراف ما و در سراسر دنیا به زبان عربی سخن می‌گویند؛ با توجه به اینکه کشورهای زیادی در همسایگی ما عرب زبان هستند این امر می‌تواند فرصت‌های بسیاری برای فارغ‌التحصیلان و دانش‌آموختگان و زبان‌آموزان عربی باشد. ایران در منطقه‌ای قرار گرفته که با کشورهای عرب زبان بسیاری همسایه است و مراودات، تشابهات و تعاملات بسیاری با آنها دارد. بسیاری از سفرهای ایرانیان از عتبات عالیات به کشورهای عربی است و عرب‌ها نیز یکی از مهمترین مقاصد گردشگری، دیپلماسی و حتی درمانی خود را ایران می‌دانند. این در حالی است که این فرصت‌ها بدرستی در خدمت اشتغال و کارآفرینی کشور به‌ویژه فارغ‌التحصیلان و دانش‌آموختگان زبان عربی قرار نگرفته است و لزوم بازنگری آموزش‌های دانشگاهی و همچنین ضرورت بازنگری سیاست‌های آموزش و اشتغال و لزوم آموزش‌های تخصصی در رشته‌های زبان عربی احساس می‌شود. با توجه به موقعیت جغرافیایی ایران که در کنار کشورهای عمدتاً عرب‌زبان قرار گرفته است، فراگیری زبان عربی می‌تواند فرصت‌های بسیاری را برای جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فراهم نماید. فراگیران زبان عربی باید در حوزه‌هایی مثل راهنمایی تور و پذیرش هتل‌ها برای اشتغال خود بهره ببرند. در حال حاضر هم در سفارتخانه‌های کشورمان، هم صدا و سیما و هم گردشگری، زبان عربی فرصت‌های بسیاری برای ایجاد اشتغال دارد و همچنین با توجه به مذهب و فرهنگ کشورمان و نیز مراکز درمانی مجهز و پیشرفته کشور، بسیاری از عرب‌زبانان با انگیزه درمان به ایران سفر می‌کنند و باید از این فرصت‌ها در جهت اشتغال بسیاری از دانش‌آموختگان و زبان‌آموزان عربی استفاده کرد. همچنین در زمینه تربیت مدرس و مترجم و راهنمایان تور و گردشگری و راهنمایان مراکز درمانی و دفاتر بیمه و نیز وزارت خارجه فرصت‌های بسیاری برای اشتغال و کارآفرینی در زبان عربی وجود دارد (بینام، news.bazarekar.ir، ۱۳۹۳ش) که باید از طریق جذب و استخدام نیروهای کارآمد و آموزش دیده، از این رشته جهت رونق گردشگری سلامت استفاده کرد؛ زیرا به یقین باید گفت وقتی که گردشگران سلامت از کشورهای عرب‌زبان به ایران می-

آیند در صورت روبه‌رو شدن با کارمندان و مسئولین عرب‌زبان در بخش‌های مختلف، احساس آرامش و امنیت بیشتری کرده و در صورتی که انتظارات آن‌ها برآورده شود، در مراجعات بعدی خود ایران را مورد نظر خواهند داشت و حتی کشور ما را به دیگر هموطنان خود برای انجام امور پزشکی و درمانی پیشنهاد خواهند کرد؛ زیرا مقوله انتظارات از مباحث بسیار مهم صنعت گردشگری به‌ویژه گردشگری سلامت است و فردی که به قصد درمان به سرزمین دیگری سفر می‌کند، با برنامه‌ریزی خاص و به قصد رسیدن به هدف مشخصی خطرات و هزینه‌های سفر را به جان خریده است و از آنجا که انتظارات، اعتقاداتی در خصوص خدمات استاندارد ارائه شده هستند (Zeithaml and Bitner، ۲۰۰۰م: ۱۰۲) به ارائه دهندگان خدمت کمک می‌کنند تا به پیش بینی آنچه باید اتفاق بیفتد، بپردازند. انتظارات اغلب به وسیله ارتباطات دهان به دهان با سایر مشتریان، دوستان، کارشناسان و همچنین از راه تجربیات پیش از خدمت، فهمیده می‌شود (Radder and Wang، ۲۰۰۶م: ۵۵۵) و در نتیجه احترام به مشتریان و برآورده کردن انتظارات آن‌ها، نقش بسزایی در کسب رضایت و جذب آن‌ها دارند (Rafiq an Ahmed، ۱۹۹۵م: ۴). بنابراین، سازمان‌ها می‌توانند با آموزش، اجتماعی‌سازی و مسئولیت‌پذیری، به سوی مشتری‌گرایی گام بردارند، از این رو برآورده کردن انتظارات گردشگران سلامت نقس اساسی و سازنده‌ای در رونق این قسم از گردشگری دارد.

۱۱- نتایج و راهکارها

با توجه به آنچه که در صفحات پیشین پیرامون گردشگری سلامت و نیز کاربردهای زبان عربی بیان شد، می‌توان راهکارهای ذیل را جهت برنامه‌ریزی برای استفاده از زبان عربی در رونق صنعت گردشگری سلامت ایران ارائه کرد:

* بهره‌گیری از همسایگی با کشورهای حوزه خلیج فارس و آسیای مرکزی با تأکید بر وجوه مشترک مذهبی، فرهنگی و زبانی جهت جذب گردشگران سلامت از کشورهای همسایه و در کنار آن آشنا نمودن گردشگران پزشکی حوزه خلیج فارس با دستاوردها و روش‌های نوین در امر درمان همچون داروهای نو ترکیب، سلول‌های بنیادین و درمان‌های چشم پزشکی در ایران از طریق انعکاس این اخبار در سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های ماهواره‌ای و نیز روزنامه‌های کثیرالانتشار به زبان عربی و توزیع آن‌ها در کشورهای عربی.

* انجام تبلیغات گسترده و مدرن در زمینه‌ی پتانسیل‌های گردشگری سلامت در ایران به زبان عربی که این امر از خلال اقداماتی چون (۱) تهیه بروشورهای حاوی اطلاعات مهم در زمینه‌ی بیماری‌های فصلی شایع در کشور و نیز خواص داروهای مختلف و آدرس داروخانه‌ها، (۲) تهیه بسته‌های سلامت با توجه به پتانسیل‌های موجود و ارائه خدمات ویژه در کنار این بسته‌ها برای جلب گردشگران در کنار کتابچه‌های حاوی اطلاعات اولیه و مهم پزشکی و اصطلاحات پزشکی و دارویی رایج و قرار دادن آن‌ها در اختیار منشی‌ها و مسئولین انتظامات و اطلاعات، (۳) گسترش تبلیغات در زمینه معرفی سایر مراکز پزشکی و درمانی ایران در زمینه‌های مختلف برای عرب زبانان.

* برگزاری برنامه‌های اجرایی همچون برگزاری کلاس‌های آموزش مکالمه زبان عربی برای پزشکان، پرستاران، و سایر کارکنان مراکز درمانی و حتی رانندگان، هتل‌داران و سایر مراکز ذی‌نفع در امور گردشگری و درمانی.

* حضور فعال در همایش و نمایشگاه گردشگری سلامت کشورهای اسلامی با ارائه اقلام اطلاع‌رسانی و بسته‌های گردشگری سلامت شامل هزینه‌های درمان، هزینه‌های سفر و پیش فروش تورهای سلامت به زبان عربی.

* تجهیز بیمارستان‌ها و زیر ساخت‌های گردشگری سلامت به امکاناتی چون (۱) هتل‌ها و نقاهت‌گاه‌هایی با استخدام نیروهای مسلط به زبان عربی در جوار مراکز درمانی عمده در قطب‌های پزشکی کشور، (۲) استخدام تعدادی پرستار و بهیار مسلط به زبان عربی در هتل‌ها و نقاهتگاه‌ها، (۳) استخدام پزشکان عرب زبان در بیمارستان‌های موجود در قطب پزشکی و یا لاقط دعوت به همکاری پزشکان عرب زبان در تیم‌های پزشکی که این امر در جلب اعتماد و آرامش خاطر بیماران که از کشورهای حوزه خلیج فارس به کشور ما مراجعه می‌کنند بسیار مؤثر است.

* تسلط مسئولین بخش‌های مختلف به زبان عربی یا لاقط استخدام نیروی ماهر و مسلط به زبان عربی در کنار مسئولین و کارمندان مراکز ذی‌ربط و نیز در نظر گرفتن اتومبیل‌های اختصاصی برای عرب زبان‌ها به همراه راننده عرب زبان و استقرار آن‌ها در جوار بیمارستان‌ها و مراکز درمانی.

منابع

کتاب‌های فارسی:

- ۱) پاپلی یزدی، محمد حسین، و سقایی، مهدی، (۱۳۹۱ش)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ هفتم، تهران، انتشارات سمت.
- ۲) چارلز. آر. گلدنر و جی. آر. برنت ریچی، (۱۳۹۳ش)، شناخت صنعت گردشگری (اصول، رویه‌ها و رویکردها)، ترجمه: حمید ضرغام بروجنی و مرتضی بذرافشان و حمید ایوبی یزدی، چاپ سوم، تهران، انتشارات مهکامه.
- ۳) چاک . وای . گی، (۱۳۸۲ش) جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی تهران.
- ۴) دامادی، سید محمد، (۱۳۷۱ش)، مضامین مشترک در ادب فارسی و عربی»، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۵) رضوانی، علی اصغر، (۱۳۹۰ش)، جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ نهم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۶) رفیعی، حمید و گلزار، مژگان، (۱۳۹۱ش) فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان یزد، چاپ اول، یزد، انتشارات نیکو روش.
- ۷) فرشید ورد، خسرو، (۱۳۷۶ش)، عربی در فارسی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۸) قدمی، مصطفی و غلامیان بایی، محمد، (۱۳۹۳ش)، اثرات گردشگری (پیامدها، چارچوب‌ها و سیاست‌ها)، چاپ اول، تهران، انتشارات مهلکه.
- ۹) کاظمی، مهدی، (۱۳۸۵ش)، مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت.
- ۱۰) محفوظ، حسین علی، (۱۳۳۶ش)، متنبی و سعدی، چاپخانه حیدری، دستور العمل وزارت آموزش و پرورش به استان‌ها، در مورد تشکیل ستاد اعتلای دروس دینی، قرآن و عربی.

کتاب‌های لاتین:

- ۱) Harahsheh, Salam salaamed, (۲۰۰۲), Curative Tourism in Jordan and its potential Development, auk.
- ۲) Smid. S. Zuart. P (۲۰۰۲), Tourism On Cyprus Study on The Situation Of En Terprises, The Industry and The Service Sectors in Turkey. Cypusandmalta.۲۳. December. In Ternetsit.
- ۳) Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J.(۲۰۰۰), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, McGraw-Hill, New York, NY.

مقالات فارسی:

- ۱) ایلدورومی، علیرضا، سفیدی، زهرا، (۱۳۹۰ش)، «بررسی آگاهی و نگرش کارکنان بیمارستان‌های شهرستان قزوین در مورد توریسم درمانی در سال ۱۳۸۹»، مجموعه مقالات اولین همایش گردشگری و توسعه پایدار دانشگاه آزاداسلامی واحد همدان، صص ۴-۲۱.
- ۲) تقی زاده، زهرا، رحیمی، دانا، (۱۳۹۰ش)، «راهبردهای گسترش توریسم درمانی و بیوتوریسم در جزیره قشم با مدل SWOT»، مجموعه مقالات هفتمین همایش ملی خلیج فارس، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، صص ۲۴۱-۲۶۱.
- ۳) رکنی، لادن، رکنی، محمد باقر، پوراحمد، احمد، رضایی، مهدی، (۱۳۸۹ش)، «بررسی گردشگری سلامت در جزیره کیش براساس نیازسنجی درمانی کشورهای حاشیه خلیج فارس»، مجموعه مقالات ششمین همایش ملی خلیج فارس، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، صص ۲۳۵-۲۵۰.
- ۴) شماعی، علی، موسی‌وند، جعفر، (۱۳۹۰ش)، «سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره ۱۰، اصفهان، صص ۲۳-۴۰.
- ۵) صدر ممتاز، ناصر، آقا رحیمی، زهرا، (۱۳۸۹ش)، «صنعت گردشگری پزشکی در ایران: راهکاری برای توسعه»، ویژه نامه مدیریت اطلاعات سلامت، تهران، صص ۵۱۶-۵۲۴.

۶) صدر موسوی، میرستار، دخیلی کهنموئی، جواد، (۱۳۸۶ش)، «ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران»، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱، تهران، صص ۱۲۹ - ۱۴۳.

۷) عزیزی، پروانه، مطهری، سیده لیلا، (۱۳۹۰ش)، «جاذبه‌های طبیعی و امتیازات گردشگری درمانی در ایران (مطالعه‌ی موردی چشمه‌های آبگرم و معدنی منطقه‌ی دماوند)»، مجموعه مقالات اولین همایش گردشگری و توسعه پایدار دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، صص ۲-۱۷.

۸) نصیر پور، امیر اشکان، سلیمانی، لیلا، (۱۳۸۹ش)، «نقش توانمندی بیمارستان‌های تهران در توسعه توریسم درمانی»، فصلنامه بیمارستان، سال نهم شماره ۳ و ۴، تهران، صص ۵۶ - ۶۶.

۹) نوری، غلامرضا، تقی زاده، زهرا، شیرانی، زیبا، (۱۳۹۰ش)، «نقش ایران در گردشگری درمانی جهان اسلام با تأکید بر طبیعت درمانی: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها»، مجموعه مقالات اولین همایش مدیریت گردشگری دانشگاه آزاد مرودشت، صص ۲-۱۷.

مقالات لاتین:

۱) Radder, Laetitia, and Wang, Yi, (۲۰۰۶), "Dimensions of Guest House Service Managers' Perceptions and Business Travellers' Expectations", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. ۱۸ No. ۷, pp. ۵۵۴- ۵۶۲.

۲) Rafiq, Mohammed & Ahmed, Pervaiz K., (۱۹۹۵), "Using the VPs as a Generic Marketing Mix: an Exploratory Survey of UK and European Marketing", *Academics, Marketing Intelligence & Planning*, PP. ۱۳-۹.

منابع الکترونیکی:

۱) بینام، امیرعلی، (۱۳۹۳/۱۰/۲۲ش)، «چالش‌های آموزش و اشتغال دانش‌آموختگان زبان عربی»، news.bazarekar.ir

۲) مددی الموسوی، محمدحسن، (۱۳۹۳/۹/۲۵)، «نقش و جایگاه زبان عربی در علوم انسانی»، www.ensani.ir.

دور اللغة العربية في تطوير السياحة الصحية مع دول الخليج الفارسي العربية

الدكتورة فاطمة قادری*، فاطمة جمشیدی**، زهرا تقي زاده***

الملخص

إنّ من أبرز أقسام السياحة هي السياحة الصحية التي لها منافع اقتصادية واجتماعية كثيرة، حيث يسافر الناس للحصول على الرعاية العلاجية والصحية؛ لذلك تضع المنظمات المعنية في البلدان المستعدّة في هذا القسم من السياحة برامجها على أساس ذلك. ويمكن لإيران أن تتحوّل إلى مركز استقطاب للسياحة الصحيّة. فبالنظر إلى المكانة الاستراتيجية لإيران واستقرارها ومجاورتها لدول الخليج الفارسي العربية، حاولت هذه المقالة دراسة دور اللغة العربية في تنمية السياحة الصحيّة كإحدى الفروع المجهولة النافعة للعمل السياحي. ومن أهمّ ما وصلت إليه هذه المقالة من نتائج هو اقتراحات عديدة حول بناء فنادق وأمكنة لاستراحة المرضى وتنويع منظمات التأمين الصحيّ والخدمات العلاجية، وإنشاء المختبرات والصيدليات مع استخدام الموظفين القادرين على التكلّم بالعربية قرب المستشفيات، وتوزيع النشرات الإعلامية المكتوبة بالعربية حول الأمراض المختلفة والأدوية والمراكز الصحية . . . إلخ .

كلمات مفتاحيّة : السياحة الصحيّة، زيادة العمل، إيجاد فرص العمل، اللغة العربيّة.

* الأستاذة المشاركة في فرع اللغة العربية وآدابها بجامعة يزد، mf_ghadery@yahoo.com

** طالبة الدكتوراه في فرع اللغة العربية وآدابها بجامعة يزد، الكاتبة المسؤولة للمقالة، f.jamshidi1364@gmail.com

*** طالبة الدكتوراه في علم الطقوس بجامعة يزد، Ztaghizade90@gmail.com

The role of Arabic language and proximity with Basin countries Persian Gulf in the development of health tourism in Iran

Dr Fatemeh Ghaderi* , Fatemeh Jamshidi** , Zahra taghizade***

Abstract

Health tourism is one of the most important branches of tourism industry and it has high economic and social benefits; people travel to access therapeutic, health and surgical cares in this process. This makes the organizations involved in country vulnerable attract his attention to this part tourism and plan for it. Iran has one of the tourists welcoming destinations that have the ability to become a health tourism hub. With the attention to the strategic position of Iran and exposure basin Arabic countries. In this research, endeavor has until consider the role of Arabic language and proximity with basin countries Persian gulf in the development and health tourism boom as one of the branches unknown but lucrative tourism. From most important achievements this research, offering strategic in fields creation the resorts and hotels, establishment the representation health services insurance, laboratories, pharmacies with staff fluent in Arabic in near the hospitals location referral patients, distributing brochures written in Arabic about types of diseases and health centers.

Keywords: health tourism, Entrepreneurship, Occupation, Arabic language.

* Associated Professor, Department of Arabic Language and Literature, University of Yazd.

** Phd Student Department of Arabic Language and Literature, University of Yazd.

*** PhD Student Climatology, University of yazd.