

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 مؤسسات دولتی و غیردولتی در ایجاد فرصت های شغلی برای دانش آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی

اسحق رسولی درمیان*، محدثه آقاحسنی**

چکیده

نظر به اهمیت «زبان عربی» و تعداد سخنگویان فراوانش، این رشته در ایران بسیار گوشه گیر و منحصر شده است؛ آن هم در زمانه ای که نیاز بیش از پیش به پیشرفت اقتصادی نیاز دارد و استفاده از تمامی فرصت های زودبازده و دیربازده را می طلبد؛ شاهد بر این واقعیت، کاهش تعداد ساعات تدریس عربی در دبیرستان ها و هنرستان ها و نیز کاهش پذیرش دانش آموزان در رشته ی انسانی برخی مناطق می باشد. در این میان، سازمان های دولتی و غیردولتی را به کمک طلبیدیم تا با انجام فعالیت ها و دستورالعمل های قطعی و مطمئن، هم در اقتصاد ایران تأثیر مثبت بگذارند و هم زبان عربی را از گوشه ی مصرف و انحصار، به میدان پویایی و اقتصاد فراخوانند. روش کار در این نوشتار بدین صورت است که از برخی سازمان های دولتی و غیر دولتی نام می بریم و در ادامه، پیشنهاداتی ارائه می دهیم؛ سپس الی های پیش رو نیز بررسی شده و راه حل هایی پیشنهاد گردید تا با اعمال آن، آغازگر راهی باشد برای گسترش کاربرد این زبان، در عرصه ی اقتصاد و تجارت. مهم این که، تمامی راه حل ها و پیشنهادات، قابل اجرا و عملی می باشد... پژوهشگران، سازمان هایی را برگزیدند که به طور مستقیم در این امر دخیل هستند؛ سایر سازمان های دولتی و غیر دولتی نیز می توانند به طور غیر مستقیم در این روند سهم باشند و در حل چالش های پیش رو کمک نمایند.

واژگان کلیدی: زبان عربی، تجاری سازی، سازمان های دولتی و غیر دولتی.

* کارشناس ارشد زبان و ادبیات عرب از دانشگاه حکیم سبزواری (نویسنده مسئول)، i.rasouli7@gmail.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه بیرجند

مقدمه

بدون تردید، «ایجاد ارتباط» اساس ترین و مهم ترین مرحله در هر فعالیت دو سویه می باشد؛ ارتباط درست و مطمئن، سبب می شود تا افراد مورد نظر در دو سوی رابطه، بهتر از هر زمان دیگر به اهدافشان دست یابند؛ این امر در روابط تجاری بیش از همه نمود پیدا می کند. زیرا رابطه ی مطمئن و درست، پایدار می ماند و به رشد تجاری هر دو طرف می انجامد. (تفرشی و رضائی، ۱۳۹۱، ص ۱۸، با تصرف)

زبان عربی نیز از این قاعده مستثنا نیست و با وجود بازار تقاضای سودآور و مطمئن کشورهای عربی، اهمیت این زبان در روابط تجاری را بیشتر نشان می دهد. درباره ی اهمیت کنونی زبان عربی باید گفت که زبان عربی، سومین زبان دنیا از نظر کاربرد و پنجمین از نظر تعداد سخن گویان می باشد؛ در سال ۲۰۱۰ میلادی، بیش از ۲۹۵ میلیون نفر به این زبان صحبت می کردند و هم اکنون زبان اداری ۲۵ کشور و یکی از شش زبان رسمی سازمان ملل می باشد؛ (The world's ۱۰۰ largest encyclopedic Swedish. ۲۰۱۰. ۱۲ February ۲۰۱۴.)

اما این زبان در ایران کاربردهای منحصر و سنتی دارد؛ مجموعه ای از قواعد و لغات در حوزه های علمیه و مدارس تدریس می شود و طلبه یا دانشجو را برای آزمون سراسری یا ورود به سطح بالاتر آماده می کنند. فارغ التحصیلان دانشگاهی این رشته، در زمینه های محدود و موقتی مشغول به کار می باشند؛ برخی از زمینه ها و فرصت های شغلی این رشته، عبارتند از:

۱. همکاری با انتشارات برای ترجمه متون.
۲. تشکیل کلاس های آمادگی برای کنکور.
۳. ترجمه و نشر کتاب، مجله و ...
۴. مترجم سفرا و میهمانان خارجی.
۵. عضویت در هیأت علمی دانشگاه ها.
۶. اخذ کرسی تدریس در دانشگاه ها.

اما تمامی این فرصت ها، برای بسیاری از دانشجویان قابل استفاده و فراهم نیست. همچنین اغلب این موارد، موقتی بوده و به نظر می رسد برای بهبود و پیشرفت کاربرد عینی و ملموس این رشته، باید

همتی راسخ از سوی برنامه ریزان صورت گیرد؛ همتی که فارغ‌الحصیلاان این رشته را از ثبات و امنیت فرصت‌های شغلی مطمئن سازد.

پژوهش‌گران معتقدند که با یاری گرفتن از سازمان‌های دولتی و غیردولتی مطمئن، می‌توان تا سطح چشمگیری کاربرد این رشته را بالا برد و در زمانه‌ای که کشور بیش از پیش به جذب سرمایه نیازمند است، این رشته را از حالت انفعالی و مصرف‌گرا خارج نمود و همانند سایر زبان‌های خارجی و حتی بیشتر از آن‌ها، سبب رشد اقتصادی و افزایش نیروی کار قشر جوان شد.

در این نوشتار خُرد، پژوهش‌گران در پی آنند که چند سازمان دولتی و غیردولتی را که می‌توانند در این راه کمک‌شایانی داشته باشند، معرفی نمایند؛ در ضمن معرفی این سازمان‌ها، پیشنهادهای بیان می‌گردد تا بتوان بهترین فرصت‌ها را ایجاد نمود و بهترین استفاده از این فرصت‌ها صورت گیرد. فرصت‌هایی که هم از تعداد بیکاران می‌کاهد، هم رشته‌ی زبان و ادبیات عرب را پویا می‌نماید و هم به گردش چرخ اقتصاد ایران و خروج آن از تک‌محصولی بودن، کمک می‌کند.

گفتنی است بنا بر اهداف همایش و ماهیت این پژوهش، منابع مورد استفاده در این پژوهش، مراجعه به اساس‌نامه برخی سازمان‌ها و رایزنی با تعدادی از مسئولان ذی‌صلاح می‌باشد.

سازمان‌های مورد نظر پژوهش‌گران عبارتند از:

۱- سازمان حج و زیارت

بارها شاهد بوده‌ایم و یا شنیده‌ایم که زائران و مسافران ایرانی که به کشورهای عربی و برای زیارت اماکن مقدس اعزام شده‌اند، به دلیل عدم آشنایی با زبان عربی، دچار مشکلات و سوءاستفاده‌هایی شده‌اند. عمده‌ترین مشکل و سوءاستفاده‌ی موجود در این میان، مربوط به تجارت و خرید و فروش می‌باشد. زیرا با خروج سرمایه از کشور، کالاهایی وارد ایران می‌شود که از کیفیت بسیار پایین برخوردار می‌باشد و نمونه‌ی بهتر آن در کشور خودمان یافت می‌شود.

این نخستین سازمان، از جمله مؤثرترین سازمان‌ها برای ایجاد فرصت‌شغلی مطمئن و پایدار می‌باشد؛ زیرا سالیان دراز است که تعداد انبوهی از هموطنان را برای زیارت مکان‌های مقدس، اعزام می‌نماید؛ تمامی این مسافران و زائران، وارد کشورهای عربی می‌شوند؛ زیرا غیر از ایران، سایر اماکن مقدس در این کشورها وجود دارد.

سازمان نامبرده با در پیش گرفتن راهکارهای بسیار مناسب و مورد اتفاق زائران، می‌تواند به حل بسیاری از مشکلات گفته و ناگفته، کمک نماید. در کنار حل مشکلات اساسی زائران، تعداد بسیاری از فارغ التحصیلان رشته زبان و ادبیات عربی نیز از خیل بیکاران خارج شده و به جمع شاغلان می‌پیوندند تا با تدابیر درست، تا اندازه‌ای زبان عربی را از خاموشی و انفعال بیرون آورند و به گردش چرخ اقتصاد کمک نمایند.

پژوهشگر بنا بر سه مرتبه سابقه‌ی تشریف به اماکن زیارتی، کمبود نقش سازمان در استفاده از دانش آموختگان را به طور مستقیم لمس کرده است؛ در آمادگی زائران برای این سفر، نه تنها هیچ کتابی در اختیار زائر قرار نمی‌گیرد، بلکه هیچ گونه کلاسی برای آموزش مقدماتی نیز برگزار نمی‌گردد. اگر هم تلاشی از سوی سازمان برای استفاده از دانش آموختگان این زبان صورت گرفته، قطعاً مقطعی و محدود بوده است.

از جمله گام‌هایی که سازمان حج و زیارت می‌تواند در اشتغال زایی این رشته بردارد، موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

الف- آموزش زائران

سازمان حج و زیارت از انسجام و هم‌اندیشی بسیار خوبی برخوردار می‌باشد؛ به طوری که پیش از اعزام زائران به اماکن مقدس، در ضمن کلاس‌هایی، به آموزش زائران می‌پردازد و با ایجاد هماهنگی میان آنان، تا اندازه‌ای، زائران را برای ورود به فضای کشورهای عربی آماده می‌نماید و از برخی مشکلات می‌کاهد.

بسیار نیکوست که سازمان نامبرده، در ضمن برگزاری کلاس‌های توجیهی زائران گرامی، دوره‌های آموزشی کوتاه مدت برای آشنایی زائران با زبان عربی برگزار نماید. از جمله نکات مثبت این دوره‌ها، موارد زیر می‌باشد:

۱. اشتغال زایی و ایجاد فرصت رقابت میان دانشجویان و فارغ التحصیلان.
۲. آشنایی با زبان عربی و لهجه‌ی مورد استفاده در کشور مورد نظر.
۳. آگاهی زائران از مواردی که ممکن است سوء استفاده قرار گیرند.
۴. ایجاد هماهنگی بیشتر میان زائران در رفت و آمد به مکان‌های گوناگون.

۵. کاهش مشکلات و مسئولیت های افراد مسئول در کاروان.
۶. کاهش مشکلات مسئولان کشور زائر پذیر در پیشگیری از برخی جرایم.

چالش هایی که شاید در این میان وجود داشته باشد، به قرار زیر است:

۱. انتخاب مدرس مناسب برای دوره.
۲. آماده سازی مکان برای برگزاری دوره ها.
۳. زمان بندی و شرکت زائران در دوره ها.
۴. آگاهی از توانمندی زائران به فراگیری.

توصیه می شود سازمان مورد نظر، برای گذر از این چالش ها، موارد زیر را لحاظ نماید:

۱. انتخاب مدرس بر عهده ی دانشگاه باشد. زیرا این نهاد به میزان تحصیلات و توانایی دانشجویان یا فارغ التحصیل آگاهی بهتری دارد.
۲. مشکل مکان برگزاری دوره ها می تواند با همکاری دیگر مؤسسات دولتی مانند مدارس و یا مؤسسات خصوصی مرتفع گردد.
۳. از جمله شرایط اعزام، می بایست موفقیت در گذراندن این دوره ها و رسیدن به سطح مورد قبول باشد تا زائران ملزم به شرکت در دوره ها گردند.
۴. برای شرکت زائران می توان محدوده ی سنی تعیین نمود تا از فراگیری بهتر زائران اطمینان حاصل شود. در این مورد نیز می توان از کارشناسان آموزش و پرورش، کمک شایانی اخذ کرد.

ب- الزام کاروان ها برای همراه داشتن فرد آشنا با زبان عربی

دومین کارکرد مهم سازمان حج و زیارت برای اشتغال زایی و کمک به تجاری سازی زبان عربی، آن است که کاروان های اعزامی را ملزم نماید تا برای ورود به هر کشور، یک شخص آگاه به زبان و لهجه ی آن کشور همراه داشته باشند. از جمله مزایای این تصمیم، علاوه بر مزایای پیشنهاد پیشین، به موارد زیر اشاره می شود:

۱. دسترسی سریع و لحظه ای به مترجم.
۲. هماهنگی بیشتر زائران و عدم پراکندگی و سردرگمی آن‌ها.
۳. کمک به آن دسته از زائرانی که توان فراگیری زبان را ندارند.

این کارکرد سازمان، از کارکرد پیشین بسیار ساده تر می نماید؛ زیرا مشکلات و چالش های آن را ندارد و از بار مسئولیت سازمان می کاهد و کارشناس اعزامی، مانند سایر افراد کاروان، رهسپار سفر می شود.

جای شبهه است که افرادی تحت عنوان «معین یا روحانی کاروان» نیز می تواند نقش مترجم را داشته باشد؛ اما بنا بر این افراد، به دلیل عدم آشنایی با لهجه های کشورهای مقصد و نیز مشغولیت به برگزاری کلاس های توجیهی در امور مذهبی و نیز پاسخگویی به سوالات شرعی و اعمال زیارتی، چندان فرصت پاسخگویی به این نیاز زائران را ندارند.

برای تحقق پیشنهادهای یاد شده، نیاز به هیچ گونه اعتباری از سوی دولت نیست و تمامی هزینه ها و اعتبارات از زائران و کاروان ها اخذ می شود و از آن جا که همه ساله و در فصل های گوناگون از سال، تعداد انبوهی از مردم رهسپار زیارت اماکن زیارتی خارج از کشور می شوند، اشتغال جوانان آشنا با زبان عربی در این زمینه، می تواند پایدار و مطمئن باشد.

۲- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

این سازمان با تصویب مجلس شورای اسلامی در تاریخ ۱۳۸۲/۱۰/۲۳ با ادغام سازمان های میراث فرهنگی کشور و ایران گردی و جهان گردی تشکیل شد؛ و تمامی وظایف، اعتبارات و نیروی انسانی سازمان های پیشین، به این سازمان منتقل گردید.

نفس این سازمان، از جهتی بیش از سازمان حج و زیارت است؛ این سازمان علاوه بر سفرهای سیاحتی به خارج کشور، با جهانگردان و گردشگرانی که وارد کشور می شوند نیز در ارتباط است. این سازمان با در پیش گرفتن برخی سیاست ها، می تواند در تجاری سازی زبان عربی و بهره وری اقتصادی از آن، مؤثر باشد؛ از آن جمله :

۱- الزام گردشگران برای همراه داشتن مترجم:

گردشگران و مسافرانی که به صورت وارد کشور می شوند، ملزم نمایند که یک مترجم به همراه داشته باشند. این گروه ها قطعا مترجمانی را همراه خواهند داشت؛ اما منظور پژوهشگران از الزام، آن ست که این کار توسط سازمان صورت گیرد تا فرصت ایجاد شده قطعی و ثابت باشد و قانونمندی این عملکرد شیب شود تا افراد مشغول به کار، بنا بر شایستگی علمی از میان سایر افراد برگزیده شوند. اعمال چنین سیاستی سبب می شود:

الف- سوء استفاده ی اقراد سودجو و جرایم، به حداقل برسد.

ب- اعتماد و رضایت گردشگران جلب گردد.

ت- سایر گردشگران برای ورود به کشور ترغیب شوند.

ث- ارز به کشور وارد شود.

ج- گردشگران و مسافران دچار سردرگمی نشوند.

۲- الزام تورهای سیاحتی برای همراه داشتن مترجم و کارشناس رسمی به زبان عربی.

با پایبندی تورهای مسافرتی به این دستور العمل، بسیاری از مسافران به از سفرشان احساس رضایت و امنیت خواهند داشت و سبب می شود تا تقاضای مردم برای سفر با این تورها، افزایش یابد.

۳- الزام تورهای سیاحتی به برگزاری دوره های آموزشی برای مسافران.

این دستور العمل همانند پیشنهاد مذکور در مورد سازمان حج و زیارت می باشد و همان چالش ها و راهکارها را پیش بینی و بیان می کنیم.

۳- وزارت صنعت، معدن و تجارت:

این وزارت خانه و زیرشاخه هایش، با مدیریت بر طیف وسیعی از زمینه های اقتصادی، اعم از صنعتی، کشاورزی، مارگاهی و ...، تأثیر مهم و پایداری بر بهره وری اقتصادی از زبان عربی خواهد داشت. این سازمان با استفاده از راهکارهای زیر، می تواند به این مهم دست یابد:

الف- فرستادن سفیران اقتصادی آشنا به زبان عربی، به کشورهای عربی.

این سفیران، موظف اند تا با کندوکاو و پژوهش، بهترین فرصت های سرمایه گذاری را برای ایران بیابند. هم چنین می بایست تجار و شرکت های تجاری آن کشورها را نسبت به فرصت های اقتصادی ایران آگاه و ترغیب نمایند تا برای سرمایه گذاری وارد کشور شوند.

انتظار می رود که این سفیران علاوه بر آشنایی به زبان عربی، به مبانی اقتصادی، شرایط کشور میزبان از نظر مقررات تجاری، فرهنگی، زیرساخت های کشاورزی صنعتی و معدنی آشنا باشد؛ دسترسی به چنین هدفی زمان بر اما یک سرمایه گذاری دراز مدت می باشد و با رسیدن به این مهم، می توان برای مدت طولانی، از تجارتی مطمئن و منحصر بهره برد.

ب- الزام شرکت های تجاری، برای همراه داشتن یک مترجم:

شرکت هایی که در راستای تجارت بین الملل فعال اند را ملزم نماید که برای انجام فعالیت های تجاری خود، یک کارشناس زان عربی همراه داشته باشد. این کارشناس می تواند از کارمندان این شرکت محسوب شود تا فرصت شغلی فراهم شده، مطمئن و قابل برنامه ریزی باشد. حضور این کارشناس زبان، سبب می شود تا شرکت ها به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند و با اطمینان خاطر بیشتری، به امور تجاری خود پردازند.

به گفته ی پروفیسور جورج برگ: بسیاری از تاجران آریکایی برای انجام معاملات تجاری در خاور میانه، از موریتانی تا خلیج فارس، کارشناس یا فراخ التحصیل زبان عربی استخدام می کنند. این معاملات، اکثرا به زبان عربی انجام می شود. (Lindsey, Anderson, November ۳۰, ۲۰۱۰)

همچنین پابندی به این سیاست سبب می شود تا شرکت ها، زمینه های همکاری خویش را گسترش دهند و علاوه بر فعالیت های تجاری، از فعالیت های فرهنگی و هلمی نیز بهره برند. گفتنی ست که این کارشناس باید به مسائل اقتصادی و اهداف شرکت مورد نظر کاملا آشنا باشد تا در همان سمت و سو گام بردارد و تعامل درست و مستحکمی با شرکت داشته باشد.

۴- وزارت بازرگانی و زیرشاخه های آن:

در این زمانه، این وزارتخانه و زیرشاخه‌هایش اعم از ادارات بازرگانی و اتاق‌های بازرگانی، بسیار مهم و حیاتی جلوه می‌کنند و مسئولیت بسیار سنگینی بر دوش دارند؛ زیرا کشور در حال خروج از اقتصاد تک محصولی و بهره‌وری اقتصادی از تمام زمینه‌های علمی در کشور می‌باشد. پس انتظار می‌رود تا این وزارتخانه و زیرشاخه‌هایش، اهمیت بیشتری به رشته‌های نظری و به ویژه «زبان و ادبیات عرب» معطوف دارد.

در این جا به برخی زمینه‌ها و وظایف این وزارتخانه و زیرشاخه‌هایش می‌پردازیم و در ضمن آن، چگونگی تأثیر و همکاری آن با تجاری سازی زبان عربی را بیان می‌کنیم:

الف - ایجاد هماهنگی و همکاری بین بازرگانان و صاحبان صنایع و معادن و کشاورزی کشورها، در اجرای قوانین مربوطه و مقررات جاری مملکتی.

ب - تشکیل نمایشگاه‌های تخصصی و بازرگانی داخلی و خارجی با کسب مجوز از وزارت بازرگانی و شرکت در سمینارها و کنفرانس‌های مربوط به فعالیت‌های تجاری.

ت - کوشش در راه شناسایی بازار کالاهای صادراتی ایران در خارج از کشور و تشویق و کمک به موسسات مربوطه جهت شرکت در نمایشگاه‌های بازرگانی داخلی و خارجی.

ث - معرفی فرصت‌های تجاری کشورهای عربی به برنامه‌ریزان تجاری حقیقی و حقوقی و تشویق و ترغیب آن‌ها به سرمایه‌گذاری در امور تولیدی.

ج - برگزاری دوره‌های کاربردی در رشته‌های مختلف بازرگانی، صنعتی، معدنی و خدماتی متناسب با نیازهای کشور. شرکت فارغ‌التحصیلان رشته‌ی عربی در این دوره‌ها، آن‌ها را با اصول اقتصادی آشنا می‌نماید و با آمادگی بیشتر و بهتر، می‌توانند سطح همکاری خود با این سازمان را افزایش دهند.

د - تشکیل و اداره‌ی اتاق‌های مشترک با کشورهای عرب‌زبان با هماهنگی وزارت بازرگانی و امور خارجه.

ذ- برگزاری دوره های آموزش زبان عربی با تدریس و مدیریت فارغ التحصیلان رشته ی زبان و ادبیات عرب، برای تجار و صاحبان صنایع؛ با این فعالیت، تجار نیازی به مترجم نخواهند داشت و مشکلاتشان در ایجاد ارتباط با تاجران و سرمایه‌گذاران عرب زبان، به حداقل می رسد.

۵- شرکت های تجاری

فرصتی که این شرکت ها می توانند برای اشتغال جوانان آگاه به زبان عربی فراهم کنند، با مورد پیشین بسیار مرتبط اما محدودتر از آن است. از آن جا که در کشور پهناور ایران، زمینه های اقتصادی و کالاهای بسیاری برای عرضه در سطح جهانی از جمله در کشورهای هم جوار وجود دارد، می توان بازارهای خوبی برای فروش و عرضه ی این کالاها پیدا کرد.

شرکت های مزبور می توانند با فرستادن کارشناسان آگاه به زبان عربی به عنوان بازاریاب به کشورهای عربی، به معرفی محصولات خود بپردازند و متقاضیان آن کالا را به خرید ترفیب و از اصالت آن مطمئن نمایند. زیرا تأثیری که یک هم‌زبان بر شخص مقابل می گذارد، بیش از زبان رسمی بین المللی خواهد بود.

هم چنین این شرکت ها می توانند به کمک بازاریاب های آگاه به زبان عربی، محصولات تجاری و ارزشمند کشورهای دیگر را شناسایی و از دریافت و تجارت آن کالاها، هم فرصت های شغلی مناسبی برای جوانان ایجاد نمایند و هم ارز را وارد کشور کنند.

۶- آموزش عالی

یکی دیگر از نهادهایی که بیش و پیش از همه ی نهادها می تواند در تجاری سازی زبان عربی سهیم باشد، «آموزش عالی» می باشد. نقش و تأثیر این نهاد، بنیادین و کارآمد است. با سیاست هایی نه چندان زیربنایی، می توان این نهاد را به این روند سوق داد تا بهره‌وری از زبان عربی بیشتر شود؛ از جمله ی این سیاست ها عبارتند از:

الف- سهیم نمودن زبان عربی در رشته هایی مانند تجارت بین الملل:

با وجود تدریس رشته ی اقتصاد در آموزش عالی و مطالعات در زمینه ی تجارت بین الملل در این رشته، برنامه ریزان می بایست بخشی از این رشته را به تجارت بین الملل با کشورهای عربی

اختصاص دهند؛ جذب دانشجویان و فارغ التحصیلان زبان و ادبیات عرب، می تواند از جمله اهداف این رشته باشد.

ب- آموزش مبانی اقتصاد به دانشجویان زبان و ادبیات عرب

دانشجویان با فراگیری این مبانی اولیه، گام نخست را در عرصه ی اقتصاد برمی دارند و با همکاری شرکت های تجاری و نیز سازمان های مربوط به این بخش، بیش از پیش می توانند بر دانش خود بیفزایند و فعالیت های عملی خویش را در این زمینه آغاز نمایند.

با اعمال این دو سیاست، هم فارغ التحصیلان زبان عربی که آشنا به اقتصاد هستند و هم فارغ التحصیلان اقتصاد که با تجارت کشورهای عربی آشنا شده اند، می توانند به طور خودکفا و بدون واسطه ی هر گونه شرکت دولتی یا غیر دولتی، به فعالیت اقتصادی بپردازند. فعالیت این دو گروه، می تواند در زمینه های زیر باشد :

تأسیس شرکت های تجاری ویژه ی تجارت با کشورهای عربی.

معرفی کالاهای تجاری ایران به کشورهای عربی

شناسایی بازار کشورهای عربی و نیاز آن ها به کالای خاص

شناخت فرصت های سرمایه گذاری مطمئن در کشورهای عربی

معرفی فرصت های سرمایه گذاری مطمئن در ایران به کشورهای عربی

شرکت در نمایشگاه ها و همایش های گوناگون اقتصادی

حضور در اتاق های مشترک بازرگانی میان ایران و کشورهای عربی

حضور در بازارچه های مرزی مشترک

شایان ذکر است تمامی این اقدامات، با وجود پشتیبانی نهادهای دولتی، آسان و بلکه ممکن می شود و نقش حمایتی دولت، باید در این روند پررنگ باشد تا موانع احتمالی حذف گردد. این سیاست ها گرچه درازمدت هستند، اما نتایج کارآمد، بنیادین و مطمئن دارند.

نتیجه گیری

بررسی مؤلفه هایی چون وضعیت کنونی زبان عربی، نیاز جامعه، ظرفیت دولت و توان سازمان های دولتی و غیر دولتی، این را می رساند که می تواند با بهره گیری از توانمندی دولت، زبان عربی را از حالت انفعالی و انحصاری، به میدان اقتصاد آورد.

در این راستا، سازمان های دولتی از جمله سازمان حج و زیارت، وزارت بازرگانی، وزارت صنایع و معادن و تجارت، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، می توانند با الزام زیر مجموعه های خود، فرصت هایی را ایجاد نمایند تا بسیاری از دانش آموختگان زبان عربی، وارد عرصه ی تجارت و کار گردند.

سازمان های نامبرده، می توانند زیرمجموعه های خود را ملزم نمایند تا در سفرهای خارج از کشور، یک کارشناس زبان و ادبیات عرب به همراه داشته باشند. همچنین برخی سازمان ها مانند وزارت بازرگانی، صنایع و میراث فرهنگی و گردشگری، می توانند زیرمجموعه های خود را ملزم نمایند تا میهمانان و گردشگرانی که وارد کشور می شوند را با یک کارشناس زبان عربی همراه نمایند.

در این میان، آموزش عالی می تواند با ارائه ی آموزه های نظری و عملی گوناگون، هم به دانشجویان زبان عربی و هم به دانش جویان اقتصاد با زیرشاخه های گوناگونی که دارند، زمینه ی علمی برای ورود آنان را به عرصه ی تجارت آماده نماید.

دولت نیز باید در تمامی این زمینه ها، پشتیبان سازمان ها و افراد باشد و با اعطای تسهیلات و قوانین گوناگون، راه را برای پیمون این مسیر، هموار نماید.

منابع

National encyklopedin, (۲۰۱۰. Retrieved ۱۲ February ۲۰۱۴) Världens ۱۰۰ största språk ۲۰۱۰ [The world's ۱۰۰ largest languages in ۲۰۱۰.] Swedish

آتوسا رستم بیک تفرشی و احمد رمضانی واسو کلائی، ۱۳۹۱، «نقش فرهنگ در آموزش زبان خارجی»، پژوهش نامه ی متون و برنامه های علوم انسانی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، صص ۱۵-۳۴

Lindsey, Anderson (November ۳۰, ۲۰۱۰) «Arabic Proficiency an Advantage for Business, Language Students»

<http://www.arabic.semnan.ac.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=۸۳&pageid=۶۰۰۰&newsvie۳>

دور المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في إيجاد فرص العمل لمتخرجي فرع اللغة العربية وآدابها

اسحق رسولي درميان*، محدثة آفاحسنى**

الملخص

بالرغم من أهمية اللغة العربية وعدد كثير من الناطقين بها في العالم، لكن مجموعة مشتتة من الأسباب الثقافية والاجتماعية والسياسية تسبب عزلة اللغة العربية و عدم نشاطها في كثير من النشاطات لاسيما الإقتصاد. بينما في هذا الوقت، نحن بحاجة إلى جميع المجالات العلمية لتحقيق التقدم الاقتصادي. فلنساعد من الوكالات الحكومية والمنظمات غير الحكومية للقيام بأنشطة معينة و إجراءاتها الموثقة لنتمتع من أثرها إيجابي على الاقتصاد و نحضرها إلى النشاط الاقتصادي و ميادينها. في هذا البحث، ندعو المنظمات الحكومية وغير الحكومية و نقترح بعض من الحلول لتطبيق اللغة العربية في مجالات الاقتصاد . و نذكر مشاكلها و نقترح حلولها. فكل هذه الاقتراحات قابلة للتطبيق و التوطيد. اختار الباحثون المنظمات التي تشارك في الاقتصاد مباشرة. لكن يمكن للوكالات الحكومية والمنظمات غير الحكومية الأخرى تنطوي في هذه العملية بشكل غير مباشر ويساعد على حل التحديات و المشاكل.

كلمات مفتاحية: اللغة العربية، التسويق، المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.

* ماجستير في اللغة العربية وآدابها بجامعة حكيم السيزواري (الكاتب المسؤول)، i.rasouli٦٤@gmail.com

** طالبة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، جامعة بيرجند

Abstract

Despite the importance of the Arabic language and the large number of speakers in the world, but a variety of cultural, social and political causes of the Arabic language is inactive and limited, While at this time, we are required in all scientific fields to achieve economic progress. Then, we got help from government agencies and NGOs to carry out certain activities and ensure procedures to have a positive impact on the economy and develop the Arabic language and bring it to the economic activity. In this paper, we called governmental and non-governmental organizations and recommend solutions to apply Arabic language in the fields of economy. Also examine the challenges and solutions proposed. All of these suggestions are applicable and practical. The researchers chose organizations that involved in the economy directly. Other government agencies and non-governmental can involve in this process indirectly and help to solve the challenges.