

## بررسی تاثیر مهارت زبان عربی بر ارتباط با جهان عرب و رونق گردشگری

( مطالعه موردی: شهر چابهار )

فروغ الهی

استادیار گروه زبان و ادبیات عرب، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران

### چکیده:

امروزه کمتر کسی است که تاثیر زبان را در روابط بین المللی، علمی و تجاری نداند. از آنجا که چابهار به عنوان یکی از مهمترین بندرهای کشور، به دلیل هم مرز بودن با چندین کشور عربی، دارای موقعیت خاص جغرافیایی و اقلیمی و ظرفیت های بالقوه و بکر گردشگری است، در این پژوهش به بررسی و تبیین نقش آموزش زبان عربی و گسترش آشنایی با زبان و فرهنگ عرب ها در میان شهروندان این منطقه و تاثیر آن بر گسترش ارتباط با کشورهای عربی مجاور و به تبع آن گسترش گردشگری پرداخته ایم.

به این منظور به روش توصیفی تحلیلی، تاثیر گسترش آموزش و آشنایی با زبان عربی و فرهنگ کشورهای عربی همسایه، در چابهار با سه رویکرد گردشگری، علمی و تجاری مورد بحث و بررسی قرار گرفت. بطور کلی نتایج پژوهش حاکی از آن است که با توجه به اشتراکات فرهنگی و اعتقادی جامعه هدف با مقصد گردشگری و بر اساس جامعه شناسی و انسان شناسی جامعه هدف، آشنایی با زبان عربی می تواند به عنوان زیر مجموعه تسهیلات گردشگری به توسعه این امر کمک کند. در بُعد علمی نیز دانشگاه ها و مراکز علمی می توانند پیشگام در شکل گیری ارتباطات منطقه ای با کشورهای عربی همسایه باشند و مسیر را برای گسترش گردشگری و ارتباطات تجاری تسهیل نمایند. همچنین در زمینه تجاری نیز دانشگاه می تواند در راستای تبدیل دانش به مهارت، با ایجاد هسته های دانش بنیان به شناسایی ظرفیت های تجاری درآمد زا در ارتباط با کشورهای عربی همسایه و حل بسیاری از خلا های تجاری میان خریداران و فروشندگان بپردازند.

**کلید واژه گان:** چابهار، زبان عربی، ارتباط تجاری و علمی، گردشگری



## مقدمه

زبان وسیله ای برای انتشار اطلاعات است. به نظر می رسد استفاده از زبان عربی در ارتباطات، تبلیغات، مدیریت و انتشار اطلاعات می تواند نقش مهمی را در بخش گردشگری علمی و تجاری کشور ایفا کند. در واقع استفاده از این زبان به عنوان زبان دوم کشور می تواند تا حد زیادی تهدیدهای موجود در کشور ما و همسایگان عرب را تبدیل به یک فرصت کند. چرا که از یک سو تحریم های ظالمانه غرب و فشارهای سیاسی و اقتصادی آنها و اختلافات فرهنگی و عقیدتی موجب شده تا کشور ما در ارتباط با دنیای تجارت، علم و گردشگری در تنگنا قرار گیرد، حال آنکه ورود گردشگران عربی به ایران و افزایش ارتباطات تجاری و علمی و ... راه ما به دنیای علم و تجارت را بطور غیر مستقیم باز می کند و از سوی دیگر موج اسلام هراسی و نگاه منفی غربی ها به عرب ها و مسلمانان و نمادهای اسلامی مثل حجاب و ... موجب شده تا مقاصد گردشگری با هویت مشابه، مقصد گردشگران عرب شود. که این امر موجبات اتحاد و نزدیکی مردم کشورهای همسایه و مسلمانان منطقه می شود. و این علاوه بر دیگر امتیازات ایران همچون: مواهب طبیعی، قیمت پایین، نزدیکی فرهنگی و ... است.

از سوی دیگر در تحقیقی که به بررسی عوامل موثر بر رضایت مندی گردشگران عرب پرداخته، نبود کارکنان متخصص و مسلط به زبان در فرودگاه ها و سایر اماکن سیاحتی و زیارتی و عدم تسلط آنها به هیچ زبانی جز زبان فارسی، جزء عوامل بسیار ناخوشایند شمرده شده که به گردشگردی کشور آسیب می رساند. (اکبری و هاشم زاده، ۱۳۹۵: ۷۴)

بر این اساس هدف از انجام این پژوهش، تبیین نقش آموزش و یادگیری زبان عربی در میان ساکنان منطقه چابهار، به عنوان یکی از تسهیلات مهم در توسعه گردشگری می باشد تا از این طریق تنوع در کسب درآمدهای ارزی و در نتیجه رشد و شکوفایی منطقه حاصل شود. در این راستا این پژوهش با روش تحلیلی توصیفی به دنبال پاسخ به این سوال است که: «با توجه به همسایگی چابهار با کشورهای عربی اهتمام به آموزش و یادگیری زبان عربی چه نقشی در توسعه منطقه می تواند ایفا کند؟»

در ادامه این تحقیق، پاسخ به سوال فوق به روش توصیفی تحلیلی و با سه رویکرد گردشگری، علمی و تجاری اقتصادی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

آنچه ضرورت انجام این تحقیق را ایفا می کند، توجه به کارکردهای فرهنگ و زبان عربی در توسعه ارتباط با کشورهای عربی است. در واقع بررسی استفاده از ظرفیت این رشته در راستای تامین تسهیلات گردشگری و گسترش ارتباطات علمی و تجاری از یک سو (در راستای تبدیل دانش به مهارت) و توجه به ظرفیت های جغرافیایی و طبیعی و فرهنگی موجود در چابهار، که تا کنون توجه چندانی به آن نشده، از سوی دیگر، موجبات پرداختن به این مهم را فراهم می آورد.

## پیشینه تحقیق:



در خصوص تاثیر زبان عربی بر گردشگران و صنعت گردشگری پژوهش‌هایی صورت گرفته است. ۱- مصطفی مهدوی آرا و احمد دیناری (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان دور اللغة العربیة و حملاتها الحضاریة فی ازدهار التسویق السیاحی (مشهد المقدسة انموذجا) به بررسی و اثبات نقش زبان عربی در حوزه بازاریابی الکترونیکی، تعامل با گردشگران، سهولت سفر آنها و تنوع محصولات گردشگری پرداخته است. ۲- حسن کاظمی سهلوانی و فیض الله مددی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان زبان عربی در خدمت صنعت گردشگری، به نقش کلیدی دانش آموختگان زبان عربی در توسعه و تسهیل گردشگری سلامت و تعامل با گردشگران عرب می‌پردازد. ۳- منا اکبری و ژاله هاشم زاده (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان عوامل موثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت با روش توصیفی-پیمایشی به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت تسهیلات، کیفیت و تنوع در بخش غذا، هزینه‌های معقول خدمات، کیفیت اقامتگاه‌ها و تنوع جاذبه‌های گردشگری مقصد، به ترتیب بیشترین تاثیر را بر رضایت مندی گردشگران عرب دارد. ۴- رقیه رستم پور و مهناز اعتضادی پور (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان نقش گروه‌های زبان و ادبیات عربی در شکوفایی صنعت گردشگری با تاکید بر شمال و جنوب خلیج فارس به ارائه‌ی راه‌حلی‌هایی همچون طراحی درس «کاربرد زبان عربی در گردشگری ایران»، شناسایی و تربیت زبان‌دانان ماهر و مسلط به میراث فرهنگی دو سوی خلیج فارس و .... در جهت تقویت نگرش کارآفرینی و تجاری‌سازی دانش با بهره‌گیری از گروه‌های عربی دانشگاه‌ها به منزله پیشران صنعت گردشگری خلیج فارس پرداخته است.

مقالات متعددی نیز در باب عوامل موثر بر توسعه گردشگری در چابهار نوشته شده است. از جمله مقاله ارزیابی عوامل موثر بر توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) که توسط زهرا سادات سعیده زرابادی و بهار عبدالله (۱۳۹۳) نوشته شده است.

اما تا کنون نقش آموزش زبان عربی و اساتید و متخصصان این رشته به عنوان یکی از عوامل و تسهیلات گردشگری، در توسعه ارتباطات علمی، تجاری و گردشگری چابهار (با توجه به ظرفیت‌ها و موقعیت جغرافیایی بندر چابهار و نزدیکی آن به کشورهای عربی) مورد بحث و بررسی قرار نگرفته است.

## ۱- بحث و بررسی:

### ۱-۱ گردشگری

گردشگری مانند هر موضوع چند بعدی دیگر، یک سیستم است. به تبع این خصیصه و این که هر سیستم از اجزایی تشکیل می‌شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب یکدیگر، یک کلیت را به وجود می‌آورند. درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است (شماعی و موسی وند، ۱۳۹۰: ۲۹). بر این اساس ونهوف در سال ۲۰۰۵، نظام گردشگری را به عنوان چارچوبی تعریف می‌کند که بر هم کنش بین تقاضای گردشگری (عوامل تعیین کننده، انگیزه‌ها و رفتار خریداران)، عناصر اتصال (حمل و نقل، واسطه‌های سفر و واسطه‌های بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (جاذبه‌ها، خدمات و تسهیلات و زیرساخت‌ها) را نشان می‌دهد (Vanhove, ۲۰۰۵: ۷۵).

به طور کلی می‌توان گفت نظام گردشگری متشکل از عناصری می‌باشد که این عناصر به عنوان مهم‌ترین عوامل در توسعه صنعت گردشگری مطرح می‌شوند (نمودار ۱).



نمودار ۱. عناصر نظام گردشگری (Inskip, 1991: 29)

بر این اساس می توان گفت یکی از عوامل مهم در ایجاد تسهیلات گردشگری گسترش مهارت زبان در بین شهروندان یک شهر توریستی است ، چرا که زبان به عنوان یکی از عناصر روش ارتباط موثر، در افزایش بازار گردشگری و راهنمایان تور و همچنین تبلیغات نقش بسیار مهمی را ایفا می کند. لذا در این پژوهش بر آن هستیم تا نقش زبان عربی را در توسعه گردشگری و گسترش ارتباطات علمی، سیاحتی و تجاری در بندر چابهار ( با توجه به نزدیکی و هم مرز بودن این شهر با چندین کشور عربی) مورد بررسی قرار خواهیم داد. در این راستا لازم است شناختی کوتاه از منطقه چابهار، جاذبه ها و موقعیت آن نسبت به کشورهای عربی ارائه شود.

چابهار شرقی ترین شهرستان جنوبی کشور و اولین بندر ایرانی واقع در دریای عمان است که در استان سیستان و بلوچستان قرار دارد. این شهر با وسعتی بالغ بر ۱۳۱۶۲ کیلومتر مربع حدود ۷درصد از کل استان را به خود اختصاص داده است. ( سلطان زاده، ۱۳۸۶: ۳)

بندر نام	خرمشهر	آبادان	دبی	مسقط	شویخ	شارجه	دوحه	منامه
کشور	ایران	ایران	امارات	عمان	کویت	امارات	قطر	بحرین
فاصله	825	790	364	151	895	375	560	625

جدول ۱: فاصله بندر چابهار با سایر بنادر مجاور آن (واحد: مایل)



شاید بتوان شهرستان چابهار را در زمینه گردشگری محل تجمع تضادها دانست و شاید هم بتوان بهشت گردشگری نامید. مکانی که در آن مناطق باستانی و فرهنگ بکر مردم محلی بلوچ در کنار فرهنگهای جدید و مختلطی که به علت حضور منطقه آزاد به وجود آمده، و وجود دریا و مناطق ساحلی زیبای آن از یک سو و وجود مناطق کوهستانی آن با کوه های مریخی جنگل های مانگرو و چندل و حرا بازارهای سنتی در کنار بازارهای بزرگ و، امروزی صنایع دستی همراه با محصولات صنعتی و تجاری منطقه آزاد زیستگاه گونه های کمیاب جانوری و پدیده منحصر به فرد زمین ساختی گل فشان از سوی دیگر باعث جذب گردشگران داخلی و خارجی به این نقطه از کشور شده است. (آقاسی زاده، ۱۳۸۷: ۱۳۰).

همچنین در پژوهشی که در باب رتبه بندی سواحل جنوب ایران انجام شده است، بندر چابهار بعد از کیش، جایگاه دوم را کسب کرده است. این بندر علی رغم امکانات گردشگری کمتری که نسبت به سواحل دیگر دارد به دلیل برخورداری از جذابیت های طبیعی از جمله سواحل صخره ای، همجواری با آب های اقیانوسی و معتدل ترین آب و هوای بندری ایران در طول سال، رتبه دوم را کسب کرده است. (فیروز آبادی، عسکری پور، بخشنده، ۱۳۹۲: ۹۰)

با وجود این همه گوناگونی در جاذبه ها و محصولات گردشگری این شهرستان به عنوان یک مقصد توریستی، عملا در صحنه گردشگری داخل و خارج کشور کمتر شناخته شده است. بطور کلی یکی از مهمترین عوامل در کمبود استقبال گردشگران خارجی از این شهرستان را می توان ضعف مهارت زبان خارجی در بین شهروندان و راهنمایان دانست. ضعف در مهارت زبان باعث ضعف در تبلیغات و بازاریابی گردشگری شده است. و بطور خاص در باب گردشگران عرب که امروزه سهم قابل توجهی از گردشگران خارجی را تشکیل می دهد، ضعف در آشنایی با زبان و فرهنگ عرب ها تاثیر زیادی در عدم ورود گردشگران عرب به این منطقه دارد. « چرا که گردشگری به عنوان بزرگترین تجارت بین المللی جهان و به عنوان یک صنعت فرهنگی جهانی، یک نمونه کوچک ( در حوزه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) برای اجرای پیش و پا افتاده جهانی شدن است. در واقع این صنعت متعهد به تولید، کالاسازی و بازنمایی فرهنگ و تفاوت های فرهنگی است و زبان به وضوح یک منبع اساسی در این تولید فرهنگی است (Thurlow, Jaworsky ۲۰۱۰: ۷۲۲)

منطقه آزاد چابهار نیز که از جمله مناطق آزاد ایران است با گذشت دو دهه از تأسیس، عملکرد موفقیت آمیزی نداشته و به اهداف اقتصادی خود دست نیافته است. این منطقه به دلیل برخورداری از موقعیت خاص جغرافیایی و اقلیمی و توان های بالقوه و بکر گردشگری می تواند نقش مهمی را در توسعه صنعت گردشگری چابهار و تبدیل آن به یک مقصد گردشگری ایفا کند و این امکان را فراهم آورد که علاوه بر تجارت کالا که از ویژگیهای مناطق آزاد است، شکل دیگری از اقتصاد یعنی گردشگری در این منطقه در نظر گرفته شود. بر این اساس استفاده از ظرفیت های اساتید و متخصصان زبان عربی در راستای معرفی این منطقه و مزایا و فرصت های آن و همچنین کمک به توسعه این زبان در چابهار می تواند تاثیر بسزایی در گسترش تعاملات تجاری و سیاحتی این منطقه با کشورهای عربی داشته باشد.

در پژوهش های داخلی و خارجی متعددی که با نظر سنجی از توریست های عرب زبان انجام شده است عدم توان برقراری ارتباط به زبان گردشگران به عنوان یکی از عوامل بسیار ناخوشایند و آسیب زننده به گردشگری منطقه اعلام شده است. (بیگی، ۱۴۰۰: ۲۴۶ و اکبری، هاشم زاده، ۱۳۹۵: ۷۴ و Ab rahmanChe Noh, 213: 493)

از آنجا که، گردشگری حوزه ای تخصصی که بطور مستقل مطالعه شود، نیست بلکه این علم ویژگی های خود را از ۱۶ حوزه و رشته مختلف از جمله جامعه شناسی، انسان شناسی، روانشناسی، اقتصاد، علوم سیاسی و .... گرفته است. (Jafaria, Richie: 1981) توجه به جامعه شناسی جامعه هدف، یعنی مردم جهان عرب و آشنایی با فرهنگ و روحیات آنها نشان می دهد، برقراری ارتباط با آنها به زبان عربی برایشان بسیار خوشایند است و موجب ایجاد صمیمت و احساس نزدیکی آنها با مردم منطقه مقصد گردشگری، می شود.

همچنین بر اساس پژوهش های صورت گرفته، یکی دیگر از چالش های تاریخی و جامعه شناختی کشورهای عربی منطقه با ایران اختلافات مذهبی و تاریخی آنها با یکدیگر است. (بیگی، ۱۴۰۰، ۲۴۵) که در منطقه چابهار با توجه به اشتراکات مذهبی ساکنان منطقه با کشورهای عربی همسایه، اگر به آموزش و گسترش آشنایی با زبان عربی نیز توجه شود و دانشگاه ها و مجامع علمی منطقه نیز به این مساله اهتمام ورزند، بی شک نقش بسیاری از این اختلافات کمرنگ می شود.

### ۱-۱-۱ فرهنگ و گردشگری ساحلی

یکی از عوامل موثر در گردشگری مربوط به بعد فرهنگی - اجتماعی است. فرهنگ یکی از سه عامل کلیدی در جذب گردشگران است و پیش بینی می شود سفرهای با اهداف فرهنگی بخش مهمی از رشد گردشگری و مسافرت های آینده را به خود اختصاص دهد. (عابدی و همکاران ۱۴۰۰، ۲۱۱)

از آنجا که یکی از ابعاد و ظرفیت های مهم چابهار بعد گردشگری ورزشی - ساحلی یا تفریحی ساحلی می باشد، مساله فرهنگ می تواند به عنوان یک عامل بازدارنده در صنعت گردشگری ساحلی ما به ویژه در خصوص بانوان باشد.

بازدارنده ها و موانع موجود بر سر راه گردشگران و همچنین چگونگی ادراک گردشگران از محدودیتها روی تمایل آنها به مسافرت و حضورشان در یک رویداد تأثیر می گذارد. (همتی نژاد، ۱۳۹۲: ۸۵)

این موانع که در اختیار سازمان ها نیستند، سبب جلوگیری در دستیابی به هدف ها و اجرای راهبردها می شوند. (پورنگ، ۱۳۹۹: ۲۴۳)

به این ترتیب عوامل فرهنگی و دینی و محدودیت های زنان در سفر به ایران تأثیر معناداری بر عدم توسعه صنعت گردشگری دارد. (عابدی و همکاران ۱۴۰۰، ۲۱۰)

این در حالی است که توریست های کشورهای عربی به دلیل اشتراکات اعتقادی، فرهنگی و سنتی با ایرانیان مشمول این نوع از محدودیت و موانع توسعه گردشگری نمی شوند.

نکته قابل توجه اینکه برخی پژوهش ها نشان می دهد درصد گردشگری ورزشی در ایران صفر است. این در حالی است که این امر می تواند در چابهار و با رعایت مسائل فرهنگی و بومی انجام شود.

در واقع عوامل اصلی در توسعه گردشگری در یک منطقه عبارتند از : گردشگران(مهمانان) ، مردم منطقه (میزبانان)، ویژگی های مقصد(جاذبه ها) (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۱۱۲)



بر اساس نظریه فوق در این پژوهش سهم آموزش زبان عربی در معرفی جاذبه های منطقه، توانمندی ها، اشتراکات و نیازمندی های مردم منطقه (میزبانان) و مهمانان (عرب ها) و راههای ایجاد ارتباطات در زمینه های مختلف تفریحی، علمی و اقتصادی میان کشورهای منطقه مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

در واقع جامعه شناسی گردشگری یعنی شناخت میزبان و مهمان، بیانگر این است که می توان ارتباطات علمی، تجاری، فرهنگی و گردشگری گسترده ای میان مردم کشورهای عربی همسایه با مردم ایران به ویژه ساکنان منطقه چابهار برقرار کرد.

## ۲-۱ علمی

یکی از راههای ارتباط با کشورهای عربی همسایه در راستای تبادل اطلاعات علمی و حتی استاد و دانشجو و همچنین انجام کارهای پژوهشی و آموزشی مشترک ارتباط از طریق دانشگاه ها و مکاتبه با آنها با هماهنگی و راهنمایی معاونت بین الملل دانشگاه است. در واقع دانشگاه و نهادهای علمی به عنوان مرجعی علمی و رسمی می تواند راه را برای اساتید هر دو کشور در راستای تبادل اطلاعات و تبدیل دانش به مهارت تسهیل کنند. و به این ترتیب از طریق پژوهش ها و آسیب شناسی ها در حوزه های مختلف همچون گردشگری، سرمایه گذاری، تجارت و .... که امروزه در کشور ما و احیاناً در کشورهای همسایه صرفاً بصورت سنتی و از طریق تجربه به دست می آیند موانع موجود، به گونه ای روشمند مورد بررسی قرار گیرند و دانشگاه به عنوان نهادی مطلع در حوزه مردم شناسی، فرهنگ شناسی، اقتصاد و فرصت های سرمایه گذاری و شناخت زبان و ادبیات کشورهای همسایه مرجع قرار گیرد.

قابل ذکر است زبان عربی یکی از شش زبان رسمی سازمان ملل متحد و زبان رسمی ۲۵ کشور عربی و ۵۰ کشور اسلامی دنیا می باشد.

بر این اساس با توجه به همسایگی چابهار با کشورهای عربی، اساتید و متخصصان زبان عربی در دانشگاه که آگاه به زبان، ادبیات و فرهنگ کشورهای همسایه هستند می توانند با ایجاد هسته یا کارگروهایی زبان بنیان انجام مکاتبات و بررسی راه کارهای ارتباط علمی و فرهنگی با این کشورها را برعهده بگیرند. از جمله این راهکارها برگزاری سمینارها و نمایشگاه مشترک و یا نمایشگاه دستاوردهای علمی، صنایع دستی و .... کشور های عربی در چابهار و بالعکس و دعوت از اساتید عرب زبان دانشگاهی در منطقه برای برگزاری دوره های آموزش زبان در یکی از دانشگاه های منطقه و برگزاری اردوهای علمی به این کشورها می باشد. همچنین استفاده از شعر، ادبیات، نمادهای فرهنگی و حتی در سطح بالاتر پس از ایجاد روابط مقدماتی استفاده از زبان عربی به عنوان زبان دوم در تابلوهای و بیلبردها ... می تواند حس نزدیکی و علاقه به برقراری ارتباط را افزایش دهد. علاوه بر آن ایجاد کلاس های آموزشی زبان عربی برای شهروندان و همکاران متخصص در رشته های فنی، ریاضی، پزشکی و .... می تواند یکی از اقدامات اثر گزار در عرصه برقراری روابط علمی و فرهنگی باشد. چرا که یکی از نقاط ضعف برخی از این کشورها ضعف در آموزش است. اگر همکاران متخصص بتوانند تخصص خود همچون نرم افزارهای فنی و مهندسی، علم ریاضی، آمار، شیمی، فیزیک و حتی فنون (هنر) و حتی مهارت هایی همچون نجاری، جوشکاری و .... را به زبان عربی تدریس کنند، این کارگروه می تواند با معرفی آنها به دانشگاه مقصد از طریق برقراری کلاس های مجازی برای آنها درآمد ارزی (به پول کشور مقصد) ایجاد کند.



از آنجا که مردم برخی از این کشورها همچون عمان که امروزه به جهت مسایل سیاسی و تجاری در راس کشورهای عربی دوست و همسایه است، از لحاظ مالی و سطح رفاه در حد بسیار بالایی نیستند به نظر می‌رسد بتوان برخی موانع آغاز گردشگری عرب‌ها در چابهار همچون کمبود امکانات و عدم وجود زیرساخت‌های لازم گردشگری و ..... را از این طریق هموار کرد. استفاده از اماکن اسکان و تفریحی دانشگاه آزاد در چابهار برای گردشگران عرب با قیمت مناسب و هماهنگی با دیگر واحدهای دانشگاه آزاد در این خصوص به همراه حضور اساتید و متخصصان زبان عربی به عنوان مترجم در کنار آنها نیز می‌تواند منبع درآمد خوبی برای دانشگاه باشد.

## ۱-۲-۱ رابطه هویت ملی با آموزش زبان عربی

یکی از مزایای مهم آموزش زبان عربی به گویش وران غیر بومی نسبت به زبان‌های دیگر به ویژه زبان انگلیسی، این است که آسیب‌های فرهنگی ناشی از آموزش آن زبان‌ها، در زبان عربی وجود ندارد. چرا که بر اساس نظریه نسبیت زبانی رابطه زبان و فرهنگ رابطه‌ای متقابل است به گونه‌ای که با یادگیری یک زبان بخش عظیمی از فرهنگ متعلق بدان نیز به صورت آگاهانه یا نا آگاهانه به فرد انتقال می‌یابد. (Campbell, 1997) بر این اساس آشنایی با ایدئولوژی و فرهنگ انگلیسی-آمریکایی به ویژه در افرادی که به خودباوری و درک درستی از فرهنگ بومی خود نرسیده‌اند و هویت فرهنگی آنها شکل نگرفته و یا در افرادی که به هر دلیل دچار دل‌زدگی و انفصال فکری از جامعه مادری خود هستند، این امکان را فراهم می‌سازد که بیش از پیش از هویت خود بومی خود خود فاصله بگیرند و به فرهنگ زبان مقصد گرایش یابند.

حال آنکه اشتراکات مذهبی، اعتقادی و فرهنگی میان دو ملت ایران و عرب موجب می‌شود که آموزش زبان عربی و ورود گردشگران کشورهای عربی به منطقه نه تنها هویت ملی و فرهنگی ما را تحت تاثیر قرار ندهد بلکه به ارتباط و نزدیکی بیشتر کشورهای مسلمان و رشد اقتصادی و اجتماعی این ملت‌ها منجر می‌شود.

از سوی دیگر با توجه به اینکه سطح آموزش در ایران نسبت به کشورهای عربی منطقه همچون عمان، قطر و .... بالاتر است، این امر می‌تواند زمینه‌ساز نوعی گردشگری باشد که می‌توان آن را گردشگری علمی یا تحصیلی نامید. به این معنا که دانشجویان یا متخصصان حوزه‌ای مختلف علمی و مهارتی برای مدتی کوتاه جهت آموزش به ایران سفر کنند.

حضور این افراد در منطقه می‌تواند زمینه‌ساز آموزش زبان عربی و حتی لهجه‌های کشورهای عربی همسایه توسط مربیان نیتیو باشد.

از آنجا که رسانه‌ها با ایجاد تصاویر ذهنی مثبت و منفی نقش مهمی در تصمیم‌گیری گردشگران ایفا می‌کنند، ایجاد سایت‌هایی به زبان عربی در معرفی دانشگاه‌ها، مراکز آموزش عالی، و گردشگری چابهار نقش می‌تواند نقش مهمی در توسعه ارتباطات علمی و گردشگری میان ایران و کشورهای عرب همسایه داشته باشد.



### ۳-۱ اقتصادی تجاری

در راستای توجه به نظریه ها و تلاش های جدیدی که در خصوص تبدیل دانش به مهارت و توجه به مهارت محوری در دانشگاه ها انجام شده و تاکید بر تاسیس هسته های فناوری و دانش بنیان یا تاسیس دانشکده های مهارت محور و ....، استفاده از مهارت و تسلط اساتید و متخصصان زبان عربی در کنار اساتید و متخصصان حوزه های اقتصاد و مدیریت می تواند زمینه ساز تشکیل شرکت های دانش بنیان تجاری جهت ایجاد روابط اقتصادی با کشورهای عربی همسایه چابهار باشد.

یکی از خلا ها ومشکلات تجارت با کشورهای عربی با ایران عدم اعتماد یا عدم توان پیدا کردن مشتری و فروشنده هست که در اینجا دانشگاه آزاد به عنوان یک نهاد حقوقی ( از طریق بخش روابط بین الملل و مکاتبات ) می تواند با با دانشگاه ها و یا موسسه های علمی مهارتی کشورهای عربی ارتباط برقرار کند و در قالب شرکت های دانش بنیان این مسیر را تسهیل کند بنحوی که فروشندگان یا تجار ایرانی که در ابتدای راه هستند و یا خواستار تضمین اعتبار معامله شان(اخذ پول از خریدار) هستند نیز به این شرکتهای دانشگاهی مراجعه کنند.

این امر منجر به دستیابی به جریان پیوسته ای از سود، کاهش هزینه های بازاریابی و افزایش مراجعه مشتریان می شود . البته در دستیابی به چنین موفقیتی کیفیت رابطه بسیار حائز اهمیت هست. بی شک شناخت زبان و فرهنگ مشتری و تکلم خریدار و مشتری با زبانی مشترک ( به ویژه اگر ان زبان زبان مادری مشتری باشد. چون عرب ها انگلیسی هم می دانند) در بالا بردن کیفیت رابطه موثر است.

همچنین همانطور که تحقیقات بازار یابی نشان می دهد اعتماد، رضایت و تعهد ارتباطی بر کیفیت رابطه تاثیر می گذارد( رحیم نیا و همکاران، ۱۳۸۱، ۸۴) تاسیس شرکت های تجاری و خدماتی توسط اساتید زبان عربی ( حتی با کمک از عربی دانان مدعو) می تواند شاخصه های فوق را محقق کند.

پس از آن می توان به ایجاد نمایشگاه های فصلی روی آورد. نمایشگاهی از محصولات و صنایع دستی و غذایی خاص ایران مثل زعفران، زرشک، داروها و عرق های گیاهی، برنج و .... و حتی صنایع ساختمانی مثل سیمان و ... در دانشگاه و ایجاد باب صادرات و واردات به واسطه دانشگاه یا همان شرکت دانش بنیان ( دانشگاه کیفیت کار را تضمین می کند و از سوی دیگر شناخت و دریافت پول از طرف دیگر در کشورهای عربی را برای ایرانیان تضمین می کند). همچنین با معرفی بازارهای هدف، شرایط، تعرفه ها و قوانین گمرکی کشور های عربی در واقع از این طریق می توان خلا میان فروشنده و خریدار را پر کرد.

همچنین می توان در این نمایشگاه از تولید کنندگان محلی دعوت شود.( نه صرفا تجار و برندهای مشهور) تا آنها مستقیما تجارت کنند و کمکی باشد به بحث حمایت از تولید کننده. ( مثلا صنایع دستی منطقه که بازار خوبی در کشورهای اروپایی دارند و از طریق کشورهای عربی می توان این بازار را به دست آورد)

به این ترتیب به تدریج نمایشگاه های فصلی افزایش یابد و با حضور بیشتر عرب ها در منطقه پزشکان و رستوران ها و امکانات رفاهی و... نیز بر حسب نیاز و به واسطه وجود توریست در ایام نمایشگاه در منطقه ایجاد می شود.



همانطور که گفته شد، از جمله کشورهای که هم اکنون روابط سیاسی و اقتصادی گسترده ای با ایران دارد کشور عمان می باشد بطوریکه ورود به آن بدون ویزا برای ایرانیان امکان پذیر است. این کشور هم اکنون برای ایرانیان امتیازات خاصی دارد. چرا که علاوه بر علاقه و محبتی که مردم عمان نسبت به ایرانیان دارند ثبت شرکت در این کشور هم اکنون رایگان و بدون هیچ هزینه ای می باشد. لذا دانشگاه آزاد واحد چابهار (استان) و یا شرکت دانش بنیان وابسته به آن می تواند با ثبت شرکت در این کشور زمینه بازاریابی، فروش و بسته بندی محصولات تولیدی دانشگاه آزاد اعم از خوراکی، کشاورزی و .... را فراهم آورد.

همچنین ایجاد مزارع کشاورزی و دامپروری در استان و یا خرید محصولات کشاورزان و دامپروران و ارسال آنها به عمان و دیگر کشورهای عربی و ایجاد کارگاه های تولید مواد غذایی و فرآوری گیاهان دارویی و یا حتی جمع آوری این گیاهان بصورت خام توسط دانشگاه آزاد و دعوت از شرکت ها و مجامع علمی کشورهای عربی برای بازدید و بازار یابی محصولات از دیگر راههای ایجاد درآمد ارزی برای دانشگاه می باشد.

### نتیجه گیری:

امروزه در دنیای علم و اندیشه بیش از هر چیز بر مهارت محوری و کاربردی شدن علوم تاکید می شود، تا راه برای ارتباط مجامع علمی با صنعت، تجارت و بطور کلی جامعه باز شود و هر یک از علوم به ویژه علوم انسانی، بتوانند در راستای حل مشکلات جامعه و کارآفرینی و درآمد زایی قدم بردارند. لذا در این پژوهش تلاش کردیم تا به گونه ای کاربردی نقش زبان عربی، به عنوان یک رشته دانشگاهی در ایجاد و گسترش ارتباط تجاری، علمی و گردشگری منطقه چابهار با کشورهای عربی همسایه را مورد بحث و بررسی قرار دهیم.

به نظر می رسد یکی از زبان هایی که نقش آن در گسترش ارتباط با جهان بخصوص کشورهای همسایه ایران، مغفول مانده، زبان عربی است. حال آنکه یکی از راههای برون رفت از فشارهای سیاسی، اقتصادی و تحریم های ظالمانه غرب ارتباط با کشورهای همسایه از جمله کشورهای عربی است که از لحاظ فرهنگی و اعتقادی نیز اشتراکات زیادی با ما دارند. از سوی دیگر مردم کشورهای عربی همسایه نیز به دلیل همین اشتراکات فرهنگی و اعتقادی و همچنین ارزان و به صرفه بودن سفر به ایران و وجود گردشگاهها و مواهب طبیعی متعدد تمایل زیادی برای سفر به ایران دارند که می توان با اندکی هوشیاری و بحث و بررسی های روشمند و علمی از امتیازات مذکور، بخصوص در منطقه ای همچون چابهار برای برقراری ارتباط های علمی، گردشگری و تجاری اصولی استفاده کرد. در این راستا یکی از عواملی که می تواند در ایجاد ارتباط چابهار با کشور های عربی همسایه مورد بحث و بررسی قرار گیرد، نقش توسعه آموزش زبان عربی در منطقه با استفاده از مجامع علمی به ویژه دانشگاه ها و اساتید موجود در منطقه است.

جامعه شناسی و مردم شناسی به عنوان یکی از علوم مرتبط با گردشگری، بیانگر آن است که آموزش زبان عربی و گسترش آن در منطقه چابهار که علاوه بر بُعد مسافت اندک با کشورهای عربی، دارای مواهب طبیعی و توان بالقوه بالایی در زمینه گردشگری است، می تواند تا حد زیادی در ورود گردشگران عرب به منطقه تاثیر داشته باشد. از سوی دیگر دانشگاه ها و مراکز علمی موجود در منطقه با استفاده از اساتید و متخصصان مسلط به زبان، فرهنگ و آداب و رسوم مردم جهان عرب و با همکاری معاونت بین الملل دانشگاه می توانند پرچم دار ارتباط علمی و تجاری با کشورهای همسایه باشند. در این راستا ایجاد شرکت

های دانش بنیان و هسته های فناور متشکل از اساتید و متخصصان زبان عربی، اقتصاد، بازاریابی و .... می تواند زمینه ساز ثبت شرکت در این کشورها برای صادرات و واردات و آموزش اصولی علم ارتباطات تجاری که ترکیبی از دانش زبان، اقتصاد، بازاریابی، برند سازی، ثبت شرکت و ... است، به دانشجویان و جوانان جویای کار در منطقه باشد.

ایجاد تبادلات علمی در عرصه علوم و فنون و برگزاری دوره های مختلف علمی در زمینه آموزش زبان، طی انعقاد تفاهم نامه های همکاری میان دانشگاهها نیز از دیگر مزایای اهتمام به گسترش زبان عربی در منطقه چابهار است.

## منابع:

آقاسی زاده، عبدالله، ( ۱۳۸۷)، بررسی نقش منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار در توسعه توریسم منطقه ای، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان

اکبری، منا، هاشم زاده، ژاله، عوامل موثر بر رضایت مندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت، فصلنامه میراث و گردشگری، ۱۳۹۵، ۵۷-۷۷

الوانی، سید مهدی، پیروز بخت، معصومه، (۱۳۸۵)، فرایند مدیریت جهانگردی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی

بیگی، حمیده، (۱۴۰۰)، مزیت های گردشگری ایران برای کشورهای عرب درون منطقه ای، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی زبان عربی و تمدن اسلامی

پورنگ، علی، غیور باغبانی، سید مرتضی، رجوعی، مرتضی، بهبودی، امید، (۱۳۹۹). نقش آفرینی معنویت و تجاری سازی در شکل گیری برند مقاصد گردشگری مذهبی با رویکرد داده بنیاد. مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۵، شماره ۴۹. ۲۴۹-۲۲۵

خاتمی فیروزآبادی، علی، عسکری پور، حسین، بخشنده. قاسم، (۱۳۹۲)، رتبه بندی سواحل گردشگری جنوب ایران با استفاده از روش AHP، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۳، صفحات ۷۱ تا ۹۶

رحیم نیا، فریبرز؛ هرندی عطاله و فاطمی، زهرا. (۱۳۹۱). تأثیر کیفیت رابطه با مشتری بر کیفیت ادراک شده و وفاداری مشتریان مورد مطالعه هتل های پنج ستاره کلان شهر مشهد، فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهش های مدیریت عمومی (۷۵)، صص ۱۰۱ - ۸۳

سلطان زاده، احمد، (۱۳۸۶)، بانک اطلاعات پایه استان و شهرستان های تابعه در بخش های مختلف ( شهرستان چابهار)، معاونت برنامه ریزی استانداری سیستان و بلوچستان.

شماعی، علی و موسی وند، جعفر ( ۱۳۹۰ )، سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت های گردشگری با استفاده از مدل Topsis و AHP، فصلنامه مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۴۰ - ۲۳. عابدی، محبوبه، فرزانه، فرزانه، دوستی، مرتضی، هنرور، افشار، (۱۴۰۰). موانع توسعه گردشگری ورزش های آبی- ساحلی در ایران، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۶، شماره ۵۴،

همتی نژاد، مهر علی، میرزایی کالار، اکبر، مدنی، سید مهدی، رحمانی نیا، فرهاد، (۱۳۹۲)، عوامل بازدارنده و سوق دهنده گردشگری ورزشی، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت و توسعه ورزش، صفحات ۸۵-۹۶

- Vanhove, N.(2005). <<The Economics of Tourism Destinations>>, U.k. Elsevier Publishing
- Inskip, E. (1991), «Tourism planning: an integrated and sustainable development approach», Van Nostrand Reinhold. New York.
- Campbell, L. (1997).The Sapir-Whorf hypothesis. Retrieved from <http://venus.vu.ac.nz/~suggestion/sapir.htm>
- Thurlow, C. and Jaworsky, A. (2010) 'Conclusions' in Thurlow and Jaworsky (Eds) Tourism Discourse, Palgrave macmillan
- Jafari, J. & Riche, J.R.B. (1981) Towards a framework for tourism education: problems and prospects', Annals of Tourism Research, 8, 341-353

## **Study of the impact of Arabic language skills on relations with the Arab world and the development of tourism (The case study: Chabahar city)**

**Foroogh Elahi**

Assistant Professor, Department of Arabic Language and Literature, Zabul Branch, Islamic Azad University, Zabul, Iran

### **Abstract**

Nowadays, there are few people who are not aware of the importance of language in international, scientific, and commercial relations. Because Chabahar as one of the most significant posts of the country borders with several Arabic countries, has a particular geographic and climatic position and has potential and attractive tourism capacities, in this research, we have focused on teaching the Arabic language and expanding familiarity with the Arabs' language and culture within the citizens of this area and its effect on the expansion of relations with the nearby Arabic countries and consequently the development of tourism.

For this purpose, the effect of expanding teaching and familiarity with the Arabic language and the culture of neighboring Arabic countries, tourism, scientific, and commercial approaches were studied and discussed. In general, the research results indicate that regarding the cultural and belief commonalities of the targeted society, familiarity with the Arabic language can help as a subset of the tourism facilities in this matter.

As well as in the scientific dimensions, universities and academic centers can be pioneers in forming regional relations with neighboring Arabic countries and facilitating the route for expanding tourism and commercial dealings. Additionally, in the trading index, universities, in line with converting knowledge into skill, can identify income-generating business capacities with neighboring Arabic countries and resolve many commercial gaps between buyers and sellers by creating knowledge base cores.

**Keywords:** Chabahar- Arabic language- commercial, scientific and tourism relations