

اقتصاديات تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

محمد أبو شحلة

الملخص:

تعتبر سوق تعليم العربية للناطقين بغيرها فرصة سانحة لخدمة اللغة العربية وتدويلها عالمياً، وكذلك تعتبر فرصة للاستثمار المربح وتوظيف الموارد البشرية العربية في مجال يعد نامياً وواعداً. وقد ازداد الطلب على تعلم اللغة العربية من قبل غير الناطقين بها خلال العقود الماضية، مما اقتضى زيادة في العروض من برامج تعليم اللغة العربية ومناهجها لخدمة أغراض المدارس لها. ولم يقتصر العرض على البرامج الخاصة لتعليم العربية للناطقين بغيرها، بل اشتمل أيضاً على المناهج المصممة خصيصاً لهذه البرامج، والإعداد للمعلمين المؤهلين في هذا المجال. وللإستثمار في هذه السوق عدة عوامل يجب مراعاتها عند اتخاذ القرار بالإستثمار فيها، وإلا فإن الإستثمار لن يعود بالعوائد المرجوة منه. وجاءت هذه الورقة لتبحث في هذه المجالات وتحاول أن تضيف ما عساه يفيد في خدمة العربية وتعليمها للناطقين بغيرها.

المقدمة:

نمت سوق تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها نمواً سريعاً في العقد الأخير من القرن الماضي، حيث فاقت غيرها من أسواق تعليم اللغات الأخرى في دول عدة، لعل أبرزها الولايات المتحدة الأمريكية، إذ أظهر تقرير الجمعية الأمريكية للغات الحديثة الصادر عام ٢٠٠٦م تنامي تعليم اللغة العربية في الولايات المتحدة منذ ٢٠٠٢ إلى ٢٦.٥٪ متفوقاً على باقي اللغات، واستمر النمو حتى عام ٢٠٠٩م بزيادة ٤٥.٥٪ ثم عاد وانخفض بنهاية عام ٢٠١٣ بنسبة ٢٧.٥٪. وقد ارتبطت بداية هذا النمو بالأحداث الإرهابية التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية في الحادي عشر من أيلول سنة ٢٠٠١م، حيث تنامي الاهتمام باللغة العربية وتعلمها جنباً إلى جنب مع الاهتمام بالثقافة العربية والإسلامية،

حيث ازداد عدد برامج تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها في الجامعات والمعاهد، وازداد عدد المنح والمساعدات الأكاديمية للمتخصصين في هذا المجال، وكذلك ازداد الدعم والتشجيع الحكومي لتوجيه العاملين في الجيش ووزارة الخارجية الأمريكية نحو تعلم اللغات الشرقية وخاصة العربية وجعل ذلك فرصة للارتقاء في السلم الوظيفي والدخل المادي.

ولكن الاهتمام وإن بدا أكثر وضوحاً وتزايداً بعد أحداث الحادي عشر من أيلول من سنة ٢٠٠١م؛ إلا أنه كان موجوداً قبل ذلك بكثير، ويبدل عليه وجود بعض البرامج المتفرقة في الجامعات والمعاهد الأمريكية والأوروبية، والذي كان دافعه الأكبر هو الدراسات الأكاديمية والأغراض الدبلوماسية، وكذلك انتشاره في الدول العربية والإسلامية المدفوع بطلب خارجي على تعلم اللغة العربية لأغراض دينية في

المقام الأول، وأغراض أكاديمية في المقام الثاني، لذا رأينا انتشاراً لبرامج تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها في دول إسلامية عدة وكان لهذه البرامج فضل السبق إلى إنتاج موادّ ومناهج ظلت مستخدمة إلى حدّ قريب في معظم الجامعات إلى أن حدثت الطفرة الأخيرة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها فتجددت وتعددت المواد والمناهج والبرامج المعدة لهذا الغرض.

ونظراً لهذا التنامي المتسارع في هذه السوق، كان لا بد من وقفة تقييمية لواقع الطلب والعرض فيها ودوافعهما، والاستثمار في هذه السوق ومحدداته، حيث سيسعى هذا البحث للإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما واقع الطلب في سوق تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، وما هي دوافعه ومحدداته؟
- ما واقع العرض في سوق تعليم اللغة

بالثقافة العربية والناطقين بها، وقد ازداد هذا الدافع بزيادة التبادل والاحتكاك الثقالي مع البلدان الغربية والشرقية على حد سواء، فالمنطقة العربية غنية بالموارد الثقافية والأماكن السياحية والمجتمعات المتنوعة مما يخلق دافعاً لدى المهتمين من البلدان غير العربية بهذا الفنى والتنوع لتعلم اللغة العربية لفهم الواقع الثقالي والاتصال مع أهل هذه الثقافة.

ففي الدراسة السابقة التي أشرنا إليها أجاب ٥٩,٨% من الطلبة الأمريكيين أنهم يدرسون اللغة العربية لاهتمامهم بالثقافة العربية والناطقين بها. وهذا الدافع يعدّ أهمّ الدوافع لغير المسلمين نظراً للفضول الذي يدفعهم للتعرف على الإسلام والثقافة الإسلامية والشعوب الإسلامية.

٥. الدافع السياسي:

كان للأحداث السياسية التي مر بها العالم في العقود الأخيرة أثر بارز في التوجه السياسي الدولي نحو المنطقة العربية، فزادت البيعتات الدبلوماسية وعدد الممثلين الدبلوماسيين في العالم العربي، وظهر متحدثون باسم الحكومات الغربية ممن يتقنون اللغة العربية استماعاً ومحادثة، وهذا كان سبباً لإظهار الاهتمام السياسي باللغة وأهلها.

وكذلك ازداد التوجه نحو تعلم اللغة العربية واللغات الشرق أوسطية الأخرى من قبل العاملين في الجيش في الدول الغربية، فعلى سبيل المثال أطلق الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش عام ٢٠٠٦م دعوة لتعلم اللغات "الحرجة" ومن ضمنها العربية ١٠ ليكون بذلك دافعاً للسياسيين

٢. الدافع الاقتصادي:

في حين لا يظهر للدافع الاقتصادي أثر يذكر لدى المسلمين الدارسين للدين الإسلامي وعلومه، نراه أكثر بروزاً لدى غير المسلمين، فعلى سبيل المثال ازداد إقبال الصينيين على تعلم العربية نظراً لتوجه الاقتصاد الصيني نحو الأسواق العربية وارتفاع صادراته مما خلق حاجة إلى وجود متقنين للعربية قادرين على التواصل مع المستوردين والمسوّقين في هذه الأسواق.

٣. الدافع الأكاديمي:

شهدت الدراسات المتعلقة بالإسلام ارتفاعاً ملحوظاً في العقدين الأخيرين، فقد نمت النسبة المئوية للأطروحات حول الإسلام والمسلمين في الولايات المتحدة مثلاً من أقل من واحد في المئة قبل أواخر سبعينيات القرن الماضي إلى ثلاثة في المئة في الثمانينيات والتسعينيات إلى أكثر من أربعة في المئة في الفترة ما بين ٢٠٠١-٢٠١٠م.

وقد ازداد عدد الجامعات والكليات التي تطرح مواد اللغة العربية باعتبارها متطلباً أكاديمياً اختيارياً أو إجبارياً، فقد أجاب ٣٦,٧% من عينة من الطلبة الأمريكيين أنهم درسوا اللغة العربية كمطلب لتخصصاتهم الأكاديمية، وهذا يعكس الاهتمام الأكاديمي بتعلم اللغة العربية خاصة مع زيادة البرامج المتعلقة بالشرق الأوسط والعالم العربي.

٤. الدافع الثقافي:

يقصد بالدافع الثقافي هنا الاهتمام بتعلم اللغة العربية بدافع الاهتمام

العربية للناطقين بغيرها، وما هي دوافعه ومحدداته؟
- ما محددات الاستثمار في سوق تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها؟

المبحث الأول: الطلب في سوق تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

يعرف الطلب في علم الاقتصاد بأنه مقدار ما يطلبه الفرد من سلعة أو خدمة عند سعر معين في فترة زمنية معينة^٣، ونعني هنا الطلب على تعلم اللغة العربية من قبل الناطقين بغيرها خلال الفترة الممتدة من سبعينيات القرن الماضي تقريباً إلى نهاية سنة ٢٠١٥م. ويتنامى الطلب بتنامي الدوافع نحو تعلم اللغة العربية، ويمكن تلخيص دوافع الطلب على تعلم اللغة العربية من قبل الناطقين بغيرها بما يلي:

١. الدافع الديني:

كان تعلم القرآن الكريم والعلوم الإسلامية الأخرى دافعاً رئيساً لتعلم اللغة العربية منذ ظهور الدين الإسلامي وحتى وقتنا الحاضر، فلم ينفك الارتباط بين الإسلام ولغة القرآن باعتبارها مفتاح فهمه الصحيح، والطريق إلى تدبر معانيه واستيعاب أحكامه وتعاليمه. وقد أظهرت دراسة قام بها الدكتور محمود كامل الناقية في جامعة أم القرى بمكة المكرمة أن الدافع الأقوى لتعلم اللغة العربية من طلبة الشعوب الإسلامية كان الرغبة في دراسة الدين الإسلامي ونشر الدعوة الإسلامية، وقراءة الثقافة الإسلامية والإخلاص في الدين، وتدرّس العربية ونشرها^٤.

والعاملين في الجيش لتعلم هذه اللغات في سبيل الارتقاء الوظيفي في القطاع الحكومي.

محددات الطلب على تعلم اللغة العربية للناطقين بغيرها:

بالنظر إلى الدوافع الرئيسة لتعلم اللغة العربية والتي تزيد من الطلب الفردي والعام على في سوق تعليم العربية للناطقين بغيرها، تبرز محددات للطلب، وهي ما يلخصه علماء الاقتصاد في النقاط التالية ١١:

١. سعر السلعة أو الخدمة:

فتكلفة تعلم اللغة العربية لها تأثير مهم في الطلب على تعلمها، فقد شهدت البرامج شبه المجانية التي تقدمها الجامعات والمعاهد الحكومية في بعض الدول الإسلامية إقبالاً كبيراً خاصة من قبل طلبة الشعوب الإسلامية، في حين نرى الطلب يقل على المعاهد الخاصة إلا أن توفرت القدرة المادية للمتعلمين أو الدعم المؤسسي أو الحكومي لهم كما هو الحال للطلبة من الدبلوماسيين التابعين للسفارات أو وزارات الخارجية.

٢. الدخل النقدي المتاح:

وهذا يحدد أولويات المتعلمين في توجيه دخلهم نحو هذه اللغة أو غيرها، فكثير من المتعلمين يعتبرون تعلم أي لغة استثماراً للمستقبل، وإن كان التعلم لأغراض دينية فقد تكون له الأولوية على باقي النفقات، وإن كان لعمل مستقبلي فإن المتعلم يحتاج إلى الترويج بين اللغات المتاحة لاختيار أوفقها لعمله المستقبلي.

٣. أسعار السلع أو الخدمات الأخرى:

وهنا يتعلق الأمر بتكلفة تعلم اللغات الأخرى مقارنة بالعربية، فتعلم العربية في بيئتها يقتضي السفر إلى دولة عربية والإقامة فيها وما يتضمنه ذلك من تكلفة المعيشة ورسوم الدراسة وغيرها. والأمر كذلك بالنسبة لباقي اللغات، لكن لا يمكننا إنكار ارتفاع التكاليف المعيشية في معظم البلاد العربية إجمالاً، لكن هذا لا يمنع من تقديم خدمات تعليمية ذات جودة عالية في كثير من الدول.

وقد تدفع التكاليف العالية الكثير من الطلبة لدراسة العربية في بلادهم لتوفير التكاليف الزائدة، لكن هذا يحرمهم من فرصة الانغماس في اللغة والثقافة وما يشكله من أهمية في تعلمها.

٤. ذوق المستهلك:

ويرتبط بذوق المستهلك هنا التوجهات نحو الثقافة واللغة العربية، فهناك دوافع كثيرة كما تقدم لتعلم العربية، وجاذبية يراها الكثير من المتعلمين نحوها لما تحمله من إرث حضاري، وقد يرى البعض في تعلم العربية تحدياً لما يشاع عن صعوبة تعلمها فيحجم عن ذلك، بينما يرى آخرون أن هذا التحدي يشكل دافعاً إضافياً نحو تعلمها ومحاولة إتقانها بفصحها وعاميتها.

٥. التوقعات المستقبلية للأحوال الاقتصادية:

وهذا بالنظر إلى زيادة تكلفة تعلم اللغة في المستقبل، فبالنظر إلى انتشار تعليم العربية في الدول الغربية في الوقت

الحاضر، وازدياد المنافسة بين المؤسسات الحكومية والخاصة في الدول العربية والإسلامية في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها في تقديم برامج منافسة وعلى درجة كبيرة من الإقتان وما يصاحبها من مناهج ومواد تعليمية وتأهيل وتدريب مستمر للمعلمين، يتوقع ازدياد تكلفة تعلم اللغة العربية في المستقبل، لذلك نرى محاولات من قبل المتعلمين لاغتنام الفرص المتاحة والحصول على منح ومساعدات للدراسة في الدول العربية المقدمة لهذه الخدمة.

المبحث الثاني: العرض في سوق تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

يعرف العرض على سلعة أو خدمة ما في علم الاقتصاد بأنه الكمية المعروضة منها عند ثمن معين وفي فترة زمنية معينة ١٢.

ويرتبط العرض بالطلب بعلاقة طردية، فكلما زاد الطلب على سلعة أو خدمة ما زاد العرض منها، ويرتبط العرض بالسعر بعلاقة عكسية، فكلما زاد العرض من سلعة أو خدمة قل سعرها.

وقد ازداد بشكل ملحوظ العرض في سوق تعليم اللغة العربية في العقود الأخيرة مدفوعاً بزيادة الطلب عليه، فظهرت مراكز ومعاهد حكومية وخاصة لتلبية رغبات المتعلمين وأغراضهم المتعددة لتعلم اللغة العربية، وتالياً أهم مظاهر هذا العرض في هذه السوق:

أولاً: برامج تعليم اللغة العربية

١. برامج تعليم العربية لأغراض دينية:

وموظفي وزارات الخارجية في الدول غير الناطقة بالعربية، والذين أعدت لهم برامج وامتحانات خاصة نظراً لأهمية دورهم السياسي. وهؤلاء الطلبة عادة ما يخضعون لبرامج مكثفة تتراوح مدتها ٤ ساعات يومياً تشمل المهارات الأربعة بالإضافة إلى التدريب على المقابلات والمؤتمرات الصحفية. وكمثال على البرامج المعدة لتأهيل الدبلوماسيين افتتح في جامعة موسكو سنة ٢٠٠٩م وبدعم من الأمير سلطان بن عبد العزيز معهد تعليم اللغة العربية والذي يعنى بالأساس بتعليم العربية لموظفي وزارة الخارجية الروسية بالإضافة إلى طلبة العلوم السياسية والعلاقات الدولية بالجامعة^{١٦}.

ثانياً: مناهج تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها

نتيجة لزيادة الطلب على تعلم العربية وتعدد البرامج المطروحة لأغراض مختلفة، ظهرت عدد من المناهج على مدار العقود الماضية لخدمة أغراض المتعلمين، فكانت السلاسل المعدة لأغراض دينية كسلسلة جامعة الإمام محمد بن سعود، وسلسلة جامعة أم القرى وسلسلة الأزهر. وفي المجال الأكاديمي للناطقين بالإنجليزية كان هناك سلسلة الكتاب في تعلم العربية من مطبعة جامعة جورج تاون، وسلسلة أهلا وسهلا من مطبعة جامعة ييل.

والياً ازداد عدد المناهج المتخصصة بتعليم العربية لأغراض خاصة فهناك سلاسل لتعليم العربية الكلاسيكية

وبرامج المنح الدولية والتبادل الثقافي المشتركة بين الدول العربية وغيرها من دول العالم. فني بحث بسيط في موقع مركز الأبحاث المتقدمة في اكتساب اللغة CARLA المتخصص بعرض برامج اللغات التي تدرّس في الجامعات والمعاهد الأمريكية أظهرت نتيجة البحث وجود ٧٨٦ برنامجاً متاحاً^{١٥}. وفي بريطانيا تقدم أعرق الجامعات هناك برامج تعليم اللغة العربية بل وتمنح درجات جامعية عليا في اللغة العربية كجامعة أكسفورد وأديبره وبيرمينجهام وغيرها.

٤. برامج تعليم العربية لأغراض ثقافية: وللمهتمين بالثقافة العربية والناطقين بها برامج خاصة بالإضافة إلى البرامج الأكاديمية المتاحة للعموم، فهناك برامج مميزة لتعليم العربية عن بعد باستخدام برامج التواصل والتي تجذب كثيراً من المهتمين بالثقافة العربية أو غيرهم من الدبلوماسيين والأكاديميين. ونظراً لقلّة تكاليف هذه الوسيلة فهناك إقبال متنام عليها، ونذكر هنا على سبيل المثال برنامج "العربية أونلاين" arabiconline الذي انطلق عام ٢٠٠٩م والموجه بشكل خاص لدول الاتحاد الأوروبي، وبرنامج عرب أكاديمي Arab academy الذي تأسس في القاهرة لخدمة الطلبة غير القادرين على السفر إلى الدول العربية والإقامة فيها.

٥. برامج تعليم العربية لأغراض سياسية: وهذه البرامج اعتمدت في الأساس على طلبة السفارات الأجنبية

كانت هذه البرامج الأسبق في الظهور والانتشار من غيرها، فقد ظهرت في القرن الماضي برامج عدة في الجامعات الإسلامية الرائدة لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها من طلبة الشعوب الإسلامية القاصدين تعلم الدين الإسلامي في تلك الجامعات، فكان برنامج جامعة الأزهر لتعليم اللغة العربية في المدينة التي أنشأها وسماها مدينة البعوث الإسلامية، ثم كان معهد تعليم اللغة العربية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وغيره من المعاهد في المملكة العربية السعودية، وكذلك البرامج التي ظهرت في الشرق والغرب الإسلامي كالباكستان والسودان والمغرب العربي^{١٢}.

٢. برامج تعليم العربية لأغراض اقتصادية: ظهرت هذه البرامج لتلبية لحاجات الدول التي فتحت أسواقاً لها في المنطقة العربية، فهناك برامج متخصصة بتعليم العربية في الدول الآسيوية ككوريا والصين وتركيا، والدول الأوروبية والأمريكيتين. فقد شهدت الصين على سبيل المثال إقبالاً على تعلم العربية لحاجة الشركات إلى مترجمين بين اللغتين، وكذلك مسوّقين في هذه الدول^{١٤}.

٣. برامج تعليم العربية لأغراض أكاديمية: وهذه البرامج هي الأكثر تنظيمياً واستمرارية نظراً لكونها مقامة من قبل مؤسسات أكاديمية في الأساس، وتحظى هذه البرامج بدعم حكومي في بعض الدول، وكذلك يتلقى الطلبة بعض الدعم المادي والمنح من صناديق

الماضي، ومنذ بداية القرن الحادي والعشرين ظهر أكثر من ١٠ مراكز خاصة لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لعل أبرزها الآن مركز قاصد لتعليم العربية الذي تأسس عام ٢٠٠٢م والآن يحتل مكانة رائدة في هذا المجال.

وفي تركيا أيضاً كانت هناك ٦ جامعات فقط ١٩ تطرح برامج اللغة العربية حتى نهاية القرن الماضي، والآن هناك عشرات المراكز والجامعات الخاصة التي تعنى بتدريس اللغة العربية للناطقين بغيرها.

وليست هناك إحصائية خاصة بعدد المراكز الخاصة التي تقدم برامج في تعليم العربية للناطقين بغيرها، لكن ما يسهم في زيادة الاستثمار في هذا المجال عوامل عدة يمكن إجمالها في الآتي:

١. الاستقرار السياسي؛

يعتبر الاستقرار السياسي أهم عامل لأي استثمار، وفي سوق تعليم العربية للناطقين بغيرها يعتبر عاملاً رئيساً، حيث أن الطلبة لا يمكن أن يخاطروا بالإقامة لفترات طويلة في بلد يشهد اضطرابات وقلقل سياسية لأغراض التعلم، فعلى سبيل المثال انتقلت جميع البرامج الغربية لتعلم اللغة العربية من البلدان التي شهدت مؤخراً توترات سياسية كسوريا ومصر إلى بلدان أخرى كالأردن والمغرب طلباً لمناخ سياسي أكثر استقراراً وأمناً.

٢. تكلفة المعيشة؛

يلاحظ قلة إقبال الطلبة على الدول العربية ذات المعدلات العالية للتكلفة المعيشية، سواء في أسعار المواد الغذائية

وكذلك تقوم بعض الجامعات والمعاهد بعدد دورات متخصصة لإعداد المعلمين في هذا المجال، وكذلك عقد الدورات للعاملين فيما يستجد من تطورات في هذا المضمار، فعلى سبيل المثال يعقد المجلس الأمريكي لتدريس اللغات الأجنبية ACTFL دورات متخصصة في المعايير التقييمية للكفاءة اللغوية الشفوية OPI والتي تعتبر من الاختبارات الأكثر اعتماداً في المؤسسات الحكومية والأكاديمية.

فنرى أن العرض في سوق تعليم العربية للناطقين بغيرها ترتبط به مؤسسات ومعاهد ومناهج، وهذه تحتاج إلى موارد بشرية مؤهلة، فكل هذه تعتبر مجالاً واعداً للاستثمار فيها واغتنام فرصة نموها وتوسعها.

المبحث الثالث: الاستثمار في سوق تعليم اللغة العربية لناطقين بغيرها

بعد أن كان الاستثمار في مجال تعليم العربية للناطقين بغيرها حكراً على القطاع الحكومي، دخل القطاع الخاص هذه السوق فكان له تأثير إيجابي في زيادة جودة الخدمات المقدمة ونوعية المعلمين والمناهج المستخدمة.

فزيادة العرض وتعدد دوافعه أدت إلى نقص المعروض من قبل المؤسسات التعليمية الحكومية وعدم كفايتها لتلبية الأعداد المتزايدة من الطلبة المسلمين وغير المسلمين الراغبين بدراسة اللغة العربية لأغراض مختلفة.

ففي المملكة الأردنية الهاشمية اقتصر تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها على الجامعات الحكومية حتى نهاية القرن

والعربية للدبلوماسيين، والعاميات العربية وغيرها من الأغراض، وكذلك هناك مناهج تستهدف الناطقين بلغات معينة كالصينية والتركية وغيرها.

وهذا التزايد والتعدد أمر محمود ويصب في مصلحة نشر اللغة، لكن جودة هذه المناهج تختلف تبعاً لمنهج التأليف وطرق تقديم المادة التعليمية وخدمتها.

وقد استفاد عدد من هذه المناهج من النظريات الحديثة في تعليم اللغات الثانية فلاقت نجاحاً وقبولاً، وبعضها ما زال يعتمد طريقة الترجمة والقواعد أو الطريقة المباشرة لذلك لم تلق رواجاً لدى بعض المؤسسات والمعاهد فبقي استخدامها محصوراً في نطاق الجامعات التي وضعتها.

ثالثاً: برامج إعداد وتأهيل معلمي اللغة العربية للناطقين بغيرها

ظهرت برامج أكاديمية متخصصة في الجامعات والمعاهد العربية والدولية بغرض إعداد وتأهيل معلمين متخصصين في تعليم العربية للناطقين بغيرها، فكان معهد الخرطوم الدولي التابع لجامعة الدول العربية الذي تأسس سنة ١٩٧٤م رائداً في مجال إعداد وتأهيل المعلمين المتخصصين، وبدأ المعهد بمنح دبلوم متخصص لتعليم العربية للناطقين بغيرها، ثم بدأ بمنح درجة الماجستير في التخصص ذاته سنة ١٩٨٢م ١٨.

وقد بدأت جامعات أخرى في طرح برامج دبلوم وماجستير ودكتوراه في تعليم اللغة للناطقين بغيرها باعتبارها قسماً من اللسانيات التطبيقية، أو قسماً من المناهج وأساليب التدريس.

الخاتمة :

عرض هذا البحث إلى الطلب على تعلم اللغة العربية ودوافعه، والعرض الموازي لهذا الطلب من حيث برامج تعليم العربية للناطقين بغيرها والمناهج وبرامج تأهيل المعلمين المتخصصين في هذا المجال، وكذلك للعوامل المؤثرة في الاستثمار في هذه السوق وعوائد هذا الاستثمار.

ويمكن تكثيف نتائج البحث في النقاط التالية:

١. ازداد الطلب على تعلم اللغة العربية للناطقين بغيرها ازدياداً ملحوظاً منذ العقد الأخير من القرن الماضي مقارنة باللغات الأخرى.
٢. اقتضى هذا الازدياد في الطلب ازدياداً في العرض الذي سعى القطاع الخاص لتدارك النقص فيه بإنشاء برامج ومناهج مناسبة لأعداد وأغراض الطلبة.
٣. تتنوع أغراض الطلبة ودوافعهم نحو تعلم العربية إلى أغراض دينية وأكاديمية واقتصادية وسياسية وثقافية.
٤. يشمل العرض الموازي للطلب في هذه السوق برامج تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها والمناهج المعدة لتلبية أغراض الدارسين والبرامج المصممة لإعداد المعلمين المختصين في هذا المجال.
٥. تشكل سوق تعليم العربية للناطقين بغيرها فرصة استثمارية سانحة لخدمة العربية ولتشغيل الموارد البشرية العربية في أكثر من مجال.
٦. هناك عوامل مؤثرة في الاستثمار في

البلدان.

٥. البنية التحتية والموارد**البشرية :**

لا بد للاستثمار في مجال تعليم العربية للناطقين بغيرها من وجود بنية تحتية صالحة لإنشاء مرافق مناسبة لأغراض التعلم والإقامة المريحة للطلبة، فضلاً عن الموارد البشرية المؤهلة والمدرّبة على التعامل مع الطلبة وفهم متطلباتهم وخلفياتهم الثقافية والدينية والوظيفية.

فنجح البرنامج يقتضي استمرارية تدفق الطلبة على هذا البرنامج وهذا ناجم عن متابعة وتقييم البرنامج باستمرار ورفده بالمواد والموارد المادية والبشرية اللازمة، وإذا عرفنا أن الطلبة ينقلون خبرتهم سواء كانت إيجابية أم سلبية لمؤسساتهم التي وردوا منها، عرفنا ضرورة متابعة الملاحظات الآتية من الطلبة ومؤسساتهم لتقييم البرنامج وتطويره المستمر.

فهذه العوامل وغيرها لها التأثير الأكبر في قرار الاستثمار في هذه السوق واستمراره وضمان عوائد مناسبة تغطي التكاليف المنفقة على الموارد المادية والبشرية التي لا تعدّ بسيطة مقارنة بالتكاليف المنفقة على التعليم الوطني، كذلك فإن الاستثمار في هذه السوق يأخذ منحاً عدة وعوامل مختلفة عن نظيرتها المحلية، حيث أن الطلبة الوافدين لهم متطلبات تختلف عن الطلبة المحليين فضلاً عن تأثير هذه السوق بالتغيرات الإقليمية والعالمية مما يؤثر في حجم الطلب وديمومته.

أو السكنى، فنجاح البرامج في هذه الدول معتمد على توافر المنح للطلبة من جامعاتهم الأم أو من الجامعات المستضيفة، وإلا فإن الاستثمار في هذا المجال يعتبر غير مضمون النتائج نظراً للتكلفة العالية وقلة الإقبال.

٣. البيئة الحاضنة :

يبحث الطلبة عن بيئة حاضنة لهم بحيث يستطيعون الانغماس في اللغة الهدف، وليست كل البيئات لها نفس الدرجة من التقبل للأجانب، لكن الدول العربية بعامة تبقى الهدف الأول للمتعلمين نظراً لوجود البيئة اللغوية والثقافية، لكن ذلك تحكمه أيضاً العادات والتقاليد مما يقتضي من الطلبة التعايش معها والتكيف وفتحها لإظهار الاحترام لها ولأهلها.

كذلك يتخير الطلبة البلدان التي لا ينتشر فيها استخدام لغات أخرى غير العربية، فالطلبة على خلاف ما قد يظن البعض، يفضلون الدول التي يتحدث معظم سكانها العربية دون اللجوء إلى التحدث بلغة الطلبة وهذا ما يجعل هناك إجماعاً عن تعلم اللغة في مدن لا تتمتع بهذه الخصوصية.

٤. حرية التنقل وسهولة الإقامة :

من مميزات الاستثمار في مجال تعليم العربية للناطقين بغيرها وجود تعقيدات إجرائية لدخول الطلبة وسفرهم وحرية تنقلهم، فهناك بعض البرامج تأثرت بقرارات سياسية تتعلق بإجراءات منح التأشيرات والإقامة للطلبة، مما أثر في عوائد الاستثمار نظراً لقلة عدد الطلبة المسموح لهم بالإقامة أو الدخول لهذه

هذه السوق يجب الانتباه لها لتحقيق
عوائد مكافئة للنفقات الاستثمارية
ولتحقيق استثمارٍ مجدٍ.

٧. لا بد من إيلاء هذا المجال الاقتصادي
اهتماماً أكبر في المستقبل بعمل
دراسات ميدانية إحصائية أكثر لبيان
حجم الاستثمار والمؤسسات المشتركة
فيه وحجم النفقات والعوائد في هذه
السوق.

المراجع العربية:

- (١) الدخيل، حمد بن ناصر، قضايا وتجارب في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٤م.
- (٢) السيد، محمود أحمد، تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها: الأبعاد السياسية والشرعية، مجلة البيان، العدد ٢٩٢، ٢٣/١١/٢٠١١م.
- (٣) الناقة، محمود كامل، برامج تعليم العربية للمسلمين الناطقين بلغات أخرى في ضوء دوافعهم، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، ١٩٨٥م.
- (٤) قاسم، عون الشريف، جهود وتجربة معهد الخرطوم الدولي للغة العربية في إعداد معلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها، بحث ضمن أعمال مؤتمر: تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها: قضايا وتجارب، تونس، ١٩٩١م.
- (٥) ملوخية، أحمد فوزي، الاقتصاد الجزئي، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، ٢٠٠٤م، ط١.

المراجع الأجنبية:

- ١) Bouteldjounne, Abdelmohssen. MOTIVATION IN FOREIGN LANGUAGE LEARNING SETTINGS: THE CASE OF ARABIC IN THE USA. Southern Illinois University Carbondale. ٢٠١٢.
- ٢) Brosh, Hezi. Motivation of American College Students to Study Arabic. International Journal of Humanities and Social Science Vol. ٢ No. ١٩; November ٢٠١٢.
- ٣) Kurzman, Charles. and Ernst. Carl W.. Islamic Studies in U.S. Universities. University of North Carolina at Chapel Hill. MESA, R O M E S. ٢٠١٢، ٤٦١.
- ٤) MLA. Enrollments in Languages Other Than English in United States Institutions of Higher Education. Fall ٢٠
- ٥) MLA. New MLA Survey Showed Significant Increases in Foreign Language Study at U.S. Colleges and Universities. Tuesday, ١٧ November ٢٠٠٧.

المواقع الإلكترونية:

- (١) موقع جريدة الرياض:
<http://www.alriyadh.com/٢٠١٦/١/١٥> تاريخ الزيارة ٤١٤١٣٤.
- (٢) صحيفة الشعب اليومية،
<http://arabic.people.com.cn/٧٠٥٦٦١٢/٢١٦٥٧.html> م ٢٠١٦/١/٢٨ تاريخ الزيارة.
- (٣) صوتشين، محمد حقي، تعليم العربية في تركيا بين الأمس واليوم،
http://www.onlinearabic.net/forum/forum__posts.asp?TID٢٠١٦/١/١٠ تاريخ الزيارة ٦١٨٦.
- (٤) موقع مركز الأبحاث المتقدمة في اكتساب اللغة:
<http://www.carla.umn.edu/lcl/db/result.php> ٢٠١٦/١/٢٧ تاريخ الزيارة.

الهوامش

- ١ MLA. New MLA Survey Showed Significant Increases in Foreign Language Study at U.S. Colleges and Universities. Tuesday, ١٧ November ٢٠٠٧, p. ٢.
- ٢ MLA. Enrollments in Languages Other Than English in United States Institutions of Higher Education. Fall ٢٠١٣, p. ٢٧.
٣ ملوخية، أحمد فوزي، الاقتصاد الجزئي، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، ٢٠٠٤م، ط١، ص ٢٩.
٤ الناقة، محمود كامل، برامج تعليم العربية للمسلمين الناطقين بلغات أخرى في ضوء دوافعهم، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، ١٩٨٥م، ص ٥٨.
٥ المرجع السابق.
٦ السيد، محمود أحمد، تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها: الأبعاد السياسية والشرعية، مجلة البيان، العدد ٢٩٣، ٢٢/١١/٢٠١١م.
٧ Kurzman, Charles. and Ernst, Carl W.. Islamic Studies in U.S. Universities. University of North Carolina at Chapel Hill. MESA, R O M E S, ٢٠١٢، ٤٦١، p. ٢٤.
- ٨ Brosh, Hezi. Motivation of American College Students to Study Arabic. International Journal of Humanities and Social Science Vol. ٣ No. ١٩; November ٢٠١٢, p. ٣٣.
٩ المرجع السابق.
- ١٠ Bouteldjouné, Abdelmohssen. MOTIVATION IN FOREIGN LANGUAGE LEARNING SETTINGS: THE CASE OF ARABIC IN THE USA. Southern Illinois University Carbondale. ٢٠١٢, p. ٦.
١١ ملوخية، مرجع سابق، ص ٤٨.
١٢ ملوخية، مرجع سابق، ص ٥١.
١٣ الدخيل، حمد بن ناصر، قضايا وتجارب في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ١٩٩٤م، ص ٢٤ وما بعدها.
١٤ صحيفة الشعب اليومية،
تاريخ الزيارة: ٢٠١٦/١/٢٨ م <http://arabic.people.com.cn/٧٠٥٦٦١٢/٣١٦٥٧.html>
- ١٥ موقع مركز الأبحاث المتقدمة في اكتساب اللغة:
تاريخ الزيارة ٢٠١٦/١/٢٧ <http://www.carla.umn.edu/lctl/db/result.php>
- ١٦ موقع جريدة الرياض:
٤١٤١٣٤ تاريخ الزيارة ٢٠١٦/١/١٥ <http://www.alriyadh.com/٢٠١٦/١/١٥>
- ١٧ الدخيل، مرجع سابق، ص ٢٧.
١٨ قاسم، عون الشريف، جهود وتجربة معهد الخرطوم الدولي للغة العربية في إعداد معلمي اللغة العربية لغير الناطقين بها، بحث ضمن أعمال مؤتمر: تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها: قضايا وتجارب، تونس، ١٩٩١م، ص ١١٦.
١٩ صونتشين، محمد حقي، تعليم العربية في تركيا بين الأمس واليوم،
٦١٨٦. تاريخ الزيارة ٢٠١٦/١/١٠ http://www.onlinearabic.net/forum/forum__posts.asp?TID=٢٠١٦/١/١٠