

السياحة بوصفها بيئة انغماس لغوي لتعليم العربية لغير الناطقين بها

Tourism as a Language Immersion Environment for Teaching Arabic to Non-Native Speakers

أ. عبدالعزيز بن صالح المالكي: طالب في مرحلة الدكتوراه، تخصص اللغويات التطبيقية، جامعة الملك عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية

Abdulaziz Saleh Almalki: PhD Candidate in Applied Linguistics, King Abdulaziz University, Kingdom of Saudi Arabia.

Email: Raddah27@gmail.com

Doi: <https://doi.org/10.56989/benkj.v6i3.1874>

الملخص:

تتناول هذه الدراسة العلاقة بين السياحة واللغة العربية، ودور السياحة في دعم اكتساب اللغة العربية لدى غير الناطقين بها، في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في المجالات الاقتصادية والثقافية. وتهدف الدراسة إلى إبراز أهمية اللغة بوصفها أداة تواصل أساسية في القطاع السياحي، ودورها في نقل الثقافة وتعزيز التفاعل الحضاري بين الشعوب. كما تسعى إلى تحليل مفهوم السياحة اللغوية بوصفه توجهاً حديثاً يجمع بين التعلم اللغوي والانغماس الثقافي، ويسهم في تطوير المهارات اللغوية بصورة طبيعية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، وتحليل العلاقة بين السياحة والاستثمار اللغوي، مع الاستفادة من نماذج دولية في توظيف السياحة لنشر اللغات. وتوصلت الدراسة إلى أن السياحة تمثل بيئة تعليمية فعالة تسهم في اكتساب اللغة العربية، وأن الاستثمار اللغوي في القطاع السياحي يعزز التنمية الاقتصادية والثقافية. كما أظهرت النتائج وجود تحديات تواجه السياحة اللغوية في العالم العربي، مثل ضعف التخطيط وقلة البرامج المتخصصة، مما يستدعي تطوير استراتيجيات متكاملة لدعم هذا المجال. وتوصي الدراسة بضرورة تعزيز حضور اللغة العربية في المؤسسات السياحية، وتطوير برامج تعليمية قائمة على الانغماس اللغوي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، اللغة العربية، السياحة اللغوية، اكتساب اللغة، الانغماس اللغوي، الاستثمار اللغوي، التنمية الثقافية، السياحة التعليمية.

Abstract:

This study examines the relationship between tourism and the Arabic language, focusing on the role of tourism in supporting Arabic language acquisition among non-native speakers. In light of the rapid global transformations in economic and cultural fields, tourism has evolved into a strategic sector that goes beyond leisure to become a key driver of development and intercultural communication. The study aims to highlight the importance of language as a fundamental communication tool in the tourism sector and its role in transferring culture and enhancing intercultural interaction. It also explores the concept of language tourism as a modern approach that combines language learning with cultural immersion, contributing to the natural development of linguistic skills. The study adopts a descriptive-analytical methodology by reviewing relevant literature and previous studies, analyzing the relationship between tourism and linguistic investment, and drawing insights from successful international models that have utilized tourism to promote languages. The findings reveal that tourism provides an effective natural environment for language acquisition, particularly through direct interaction and immersion. Additionally, linguistic investment in tourism contributes significantly to economic and cultural development. However, the study identifies several challenges facing language tourism in the Arab world, including limited structured programs and insufficient planning. The study recommends strengthening the presence of the Arabic language in tourism institutions and developing immersive language learning programs that integrate cultural experiences with linguistic practice.

Keywords: Tourism, Arabic Language, Language Tourism, Language Acquisition, Immersion, Linguistic Investment, Cultural Development, Educational Tourism.

المقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولات متسارعة في مختلف المجالات الاقتصادية والثقافية، ومن أبرز هذه التحولات تنامي دور السياحة بوصفها قطاعاً حيوياً يسهم في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التفاعل الحضاري بين الشعوب. ولم تعد السياحة مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبحت صناعة متكاملة تقوم على التخطيط والتنظيم، وترتبط ارتباطاً وثيقاً بعدد من المجالات، من أبرزها اللغة بوصفها أداة أساسية للتواصل والتفاعل الإنساني.

وتكتسب اللغة العربية أهمية خاصة في هذا السياق، لكونها تمثل وعاءً حضارياً وثقافياً يعكس هوية المجتمعات العربية، كما تؤدي دوراً محورياً في نقل المعرفة والتعريف بالمووروث الثقافي. ومع ازدياد تدفق السياح إلى الدول العربية، ولا سيما المملكة العربية السعودية، برزت الحاجة إلى توظيف اللغة العربية في المجال السياحي بوصفها أداة للتواصل، ووسيلة لتعزيز التجربة السياحية، إلى جانب دورها في نشر اللغة العربية بين غير الناطقين بها.

ويُعد التفاعل المباشر بين السائح والبيئة اللغوية أحد أهم العوامل التي تسهم في اكتساب اللغة بصورة طبيعية، إذ توفر السياحة بيئة غنية بالمواقف التواصلية الواقعية التي تساعد المتعلم على تطوير مهاراته اللغوية بشكل عملي. ومن هنا برز مفهوم "السياحة اللغوية" بوصفه توجهاً حديثاً يجمع بين التعلم اللغوي والتجربة الثقافية، ويعزز فرص الانغماس اللغوي.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة بين السياحة واللغة العربية، وبيان دور السياحة في دعم تعلم العربية لغير الناطقين بها، إضافة إلى تسليط الضوء على مفهوم الاستثمار اللغوي في السياحة وأثره في التنمية الاقتصادية والثقافية. كما تتناول الدراسة أنماط السياحة المختلفة وأهميتها، ودورها في تعزيز التفاعل اللغوي والثقافي، مع عرض نماذج دولية ناجحة في توظيف السياحة لنشر اللغات.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة الموضوع وأهدافه، حيث يُعنى هذا المنهج بوصف الظواهر كما هي في الواقع، وتحليلها تحليلاً علمياً دقيقاً، وصولاً إلى تفسير العلاقات القائمة بين عناصرها المختلفة. ويُستخدم هذا المنهج في دراسة العلاقة بين السياحة واللغة العربية، من خلال تحليل أدوار السياحة في دعم اكتساب اللغة العربية لدى غير الناطقين بها، واستكشاف الأبعاد الاقتصادية والثقافية لهذه العلاقة. كما يسهم هذا المنهج في تقديم تفسير علمي متكامل للظاهرة المدروسة، وربطها بالسياقات الاجتماعية والثقافية المعاصرة.

أدوات الدراسة:

تعتمد الدراسة على مجموعة من الأدوات العلمية التي تتناسب مع طبيعتها النظرية، وتتمثل فيما يأتي:

- تحليل الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع السياحة اللغوية والاستثمار اللغوي.
- تحليل المحتوى العلمي المرتبط بالعلاقة بين اللغة العربية والسياحة في المصادر الأكاديمية.
- الاستفادة من التقارير والوثائق الرسمية والإحصاءات المتعلقة بقطاع السياحة وتعليم اللغة العربية.
- مراجعة النماذج والتجارب الدولية التي تناولت توظيف السياحة في نشر اللغات، وتحليلها للاستفادة منها.

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية، من أبرزها:
- بيان طبيعة العلاقة بين السياحة واللغة العربية في السياق المعاصر.
 - توضيح دور السياحة في اكتساب اللغة العربية لدى غير الناطقين بها، خاصة من خلال الانغماس اللغوي.
 - إبراز أهمية الاستثمار اللغوي في القطاع السياحي ودوره في دعم التنمية الاقتصادية.
 - التعرف على أنماط السياحة المختلفة وأثرها في تعزيز التفاعل اللغوي والثقافي بين الشعوب.
 - الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه السياحة اللغوية في العالم العربي وتحليل أسبابها.
 - تقديم مقترحات علمية وعملية تسهم في تطوير برامج السياحة اللغوية وتحسين مخرجاتها.
 - الإسهام في تعزيز الوعي بأهمية اللغة العربية في المجالات التنموية الحديثة، ولا سيما السياحة.

حدود الدراسة:

- تتمثل حدود الدراسة في عدد من الأطر التي تحدد نطاقها، وهي:
- أ. الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة على تناول العلاقة بين السياحة واللغة العربية، مع التركيز على دورها في تعليم العربية لغير الناطقين بها، دون التوسع في مجالات لغوية أخرى.
 - ب. الحدود المكانية: تركز الدراسة على المملكة العربية السعودية بوصفها نموذجاً رئيساً، مع الاستفادة من بعض النماذج والتجارب الدولية للمقارنة والاستئناس.
 - ج. الحدود الزمنية: تعتمد الدراسة على الأدبيات الحديثة نسبياً، مع الاستعانة ببعض المراجع الكلاسيكية ذات الصلة، بما يحقق التوازن بين الأصالة والمعاصرة.

- د. الحدود المنهجية: تقتصر الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، دون اللجوء إلى الدراسات الميدانية أو التجريبية، نظراً لطبيعة الموضوع النظرية.

مصطلحات الدراسة (إجرائياً):

- **السياحة:** نشاط إنساني منظم يقوم على انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لفترة مؤقتة لأغراض متعددة، مثل الترفيه أو الثقافة أو العلاج، ويصاحبه تفاعل اقتصادي واجتماعي وثقافي بين السائح والمجتمع المضيف.
- **اللغة العربية:** نظام لغوي تواصل يمثّل وعاء الثقافة العربية والإسلامية، ويُستخدم في هذه الدراسة بوصفه أداة رئيسة للتواصل ونقل المعرفة داخل السياق السياحي.
- **السياحة اللغوية:** نمط سياحي تعليمي يهدف إلى تعلم اللغة من خلال الانغماس في بيئتها الطبيعية، عبر التفاعل المباشر مع الناطقين بها، والمشاركة في أنشطة ثقافية واجتماعية متنوعة.
- **الاستثمار اللغوي:** توظيف اللغة بوصفها مورداً اقتصادياً وثقافياً يمكن استثماره لتحقيق عوائد تنموية، خاصة في مجالات مثل السياحة والتعليم والإعلام والترجمة.
- **اكتساب اللغة:** عملية تعلم اللغة بصورة طبيعية وتدرجية من خلال التفاعل المباشر والتواصل في بيئة لغوية حقيقية، بعيداً عن الاختصار على الأساليب التعليمية التقليدية.

إجراءات الدراسة:

اتبعت الدراسة مجموعة من الإجراءات المنهجية المنظمة، تمثلت فيما يأتي:

- جمع المصادر والمراجع العلمية المرتبطة بموضوع الدراسة من كتب وأبحاث ودوريات علمية.
- مراجعة الأدبيات السابقة وتحليلها تحليلاً نقدياً لاستخلاص أهم الاتجاهات العلمية ذات الصلة.
- تصنيف المعلومات والبيانات وفق محاور الدراسة الرئيسية، بما يسهم في تنظيمها وتحليلها.
- تحليل العلاقة بين السياحة واللغة العربية في ضوء الإطار النظري والمعرفي للدراسة.
- الاستفادة من النماذج التطبيقية والتجارب الدولية في تفسير الظاهرة محل الدراسة.
- استخلاص النتائج العلمية وبناء التوصيات المناسبة في ضوء ما تم التوصل إليه من معطيات.

تمهيد حول السياحة وأنماطها:

شهدت المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة توجهاً واضحاً نحو تنشيط قطاع السياحة، مع تهيئة البنية التحتية والتنظيمية والاقتصادية اللازمة لجعلها أحد مصادر الدخل الوطني. ويستند هذا التوجه إلى ما تمتلكه المملكة من مقومات أساسية تدعم قيام صناعة سياحية فاعلة، تشمل شبكات متطورة للنقل والاتصالات، وتنوعاً في مرافق الإيواء السياحي من فنادق وشقق مفروشة، إضافة إلى مراكز الترفيه والمواقع الأثرية والمتنزهات والشواطئ.

كما تتميز المملكة بوجود عناصر جذب سياحي ذات خصوصية عالية، في مقدمتها الأماكن المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة، إلى جانب عدد من المواقع التاريخية ذات القيمة الثقافية. وقد رافق هذا التوجه تحول ملحوظ في النظرة الرسمية لقطاع السياحة، حيث أصبح يُنظر إليه بوصفه صناعة حديثة تعتمد على التخطيط المنهجي والأساليب الإدارية المعاصرة، وتسهم في تحقيق أهداف اقتصادية وتنموية تتوافق مع متطلبات العصر.

وعليه، فقد أصبح تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها ضرورة متزايدة في ظل تنامي الحركة السياحية في المملكة العربية السعودية، لما للغة العربية من دور فاعل في دعم السياحة، ولا سيما في المناطق التي تستقبل أعداداً كبيرة من السياح.

1- مفهوم السياحة:

لغة:

جاء عند ابن فارس (1972: ج3 / 120) أن: «السين والياء والحاء أصل صحيح، وقياسه قياس ما قبله، يُقال: ساح في الأرض. والسَّيْح: الماء الجاري. وقولهم: ساح الظل، إذا فاء». وعند ابن منظور (1994: ج2 / 492): «السَّيْح: الماء الظاهر الجاري على وجه الأرض، والسياحة: الذهاب في الأرض للعبادة والتَّرهَّب؛ ويُقال: ساح في الأرض يسبح سياحةً وسيوحاً وسيحاً».

اصطلاحاً:

يُعرّف فرويلر السياحة بأنها: «ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من حاجتنا المتزايدة إلى الراحة وتغيّر الجو المحيط بنا، ومولدة لإحساس محبّب بجمال الطبيعة، والشعور بالبهجة والمتعة من خلال الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة» (كامل، 1975: 13).

ويرى كفاي (1991: 15) أن السياحة، بمفهومها المعاصر بوصفها أحد الأنشطة الطبيعية الترفيهية المهمة للإنسان، هي: «مجموعة متكاملة من العلاقات والظواهر الناشئة عن الرحلات والإقامة المؤقتة لأناس يسافرون أساساً لأجل تزجية الوقت أو بغرض الترفيه أو الاستشفاء، وليس بغرض الإقامة الدائمة».

ويقترح علام (2007: 23) تعريفاً للسياحة بأنها: «نشاط إنساني وسيكولوجي للسائح، يتضمن عنصر التفضيل وما يجول بالنفس، بين التنقل والسفر لفترة زمنية تتطلب الترويح عن النفس داخل الإقليم أو خارجه، مع ضرورة حمايته خلال تلك الفترة القصيرة، شريطة أن يكون قادراً على تحمّل تبعات إقامته».

2- أهمية السياحة:

تُعدّ السياحة من المجالات الرئيسية ذات النمو المتسارع، وتمثل مصدراً مهماً للدخل في معظم دول العالم، إضافة إلى دورها المتنامي في توفير فرص العمل. وقد ازدادت أهميتها خلال السنوات الأخيرة بصورة ملحوظة، سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية. كما يُلاحظ التوسع المستمر في تنوع الأنماط السياحية، وهو ما أسهم في بروز مجموعة من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والتنموية التي تختلف في حجمها وعمقها. إذ تُصنّف السياحة بوصفها إحدى أكبر المجالات النشطة على المستوى العالمي في الوقت الراهن.

ويمكن تسليط الضوء على هذه التأثيرات كما يأتي:

1) السياحة والتنمية الاقتصادية:

تُعدّ التنمية الاقتصادية مرحلة انتقالية في مسار الدول، حيث تتغير فيها مختلف القطاعات من حالة الضعف والقصور إلى الإنتاجية والكفاءة، مع تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية، بما ينعكس في نمو شامل. ولا يمكن أن تتحقق التنمية عبر تطوير قطاع واحد بمعزل عن غيره، بل تقوم على ترابط وتكامل بين جميع القطاعات. فالتنمية الصناعية ترتبط بالتنمية الزراعية، وهذه بدورها تعتمد على كفاءة نظم الري واستصلاح الأراضي، إلى جانب تحقيق تنمية بيئية مستدامة. كما تتطلب التنمية السياحية بيئة متوازنة في البر والبحر، وهو ما يستلزم بدوره تطوير وسائل النقل والبنية التحتية، باعتبارها دعائم أساسية لأي عملية تنموية متكاملة (علام، 2007).

كما تُعدّ السياحة أحد المرتكزات الأساسية للتنمية الاقتصادية، إذ ينعكس ازدهار نشاط السياحة بصورة مباشرة على أداء الاقتصاد الوطني، ويسهم في تنشيط الصناعات المختلفة وانتشارها وتطويرها (الريماوي، 1998). وغالباً ما يُنظر إلى النشاط السياحي بوصفه عاملاً محفزاً للتنمية الإقليمية، لما يتميز به من قدرة على استيعاب القوى العاملة، وتوفير فرص العمل المناسبة، وتوليد الدخل، ودعم تنمية المناطق بوجه عام. وعلى نحو أكثر تحديداً، تسهم السياحة في تطوير البنى التحتية وتعزيز كفاءتها (الطائي، 2003).

كما تؤدي الأنشطة المرتبطة بصناعة السياحة إلى انتقال الموارد المالية من السياح إلى مقدمي الخدمات والسلع والعاملين في هذا القطاع؛ إذ تتطلب الأنشطة السياحية والترويحية توفير شبكات نقل ومطارات ومنشآت فندقية ومطاعم ومراكز ومعارض ثقافية وفنية، إلى جانب العروض الفلكلورية والخدمات الأمنية. ويترتب على ذلك ارتفاع الطلب على الأيدي العاملة بمختلف فئاتها، بما في ذلك العاملون في مجالات التخطيط والتصميم والبناء، وكذلك التشغيل والصيانة. فضلاً عن ذلك، تنشأ

خدمات واستثمارات مساندة مرتبطة بالقطاع السياحي، مثل خدمات النقل بسيارات الأجرة، والإرشاد السياحي، والترجمة، بما يعزز الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة (الريماوي، 1998).

كما يمكن أن تسهم السياحة كذلك في توسع قطاعات اقتصادية أخرى، مثل الزراعة وإنتاج المواد الغذائية، بما يؤدي إلى تنمية موارد جديدة لفرص العمل والاستثمار، وتحفيز الاقتصاد المحلي، وتنويع الأنشطة الاقتصادية، وتعزيز تداول النقد داخل الاقتصاد الوطني. فعلى سبيل المثال، ينتقل ما ينفقه السائح في منطقة معينة إلى أصحاب الاستثمارات المحلية، الذين يعيدون توظيفه من خلال دفع الأجور للعاملين، وسداد الرسوم والضرائب المستحقة للدولة، وتمويل التوسعات الجديدة في أنشطتهم الاقتصادية (الريماوي، 1998).

ولا شك أن زيادة حجم الحركة السياحية تؤدي إلى ارتفاع مستويات الإنفاق على السلع والخدمات الاستهلاكية، الأمر الذي يسهم في تنشيط الصناعات والخدمات المرتبطة بالنشاط السياحي، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وينتج عن ذلك اتساع نطاق فرص العمل في هذه الصناعات والخدمات المساندة، بما يعزز من الأهمية الاقتصادية الواسعة للقطاع السياحي ودوره في دعم التنمية الاقتصادية الشاملة (مقابلة، 2007).

2) السياحة والتنمية الاجتماعية:

تسهم التنمية السياحية في تحسين المستوى المعيشي للمجتمعات المحلية ورفع جودة الحياة لأفرادها، من خلال ما توفره من فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، وما ينتج عنها من زيادة في الدخل وتحسن في مستويات الخدمات. كما تؤدي إلى إنشاء وتطوير مرافق ترفيهية وثقافية تخدم المواطنين إلى جانب الزائرين، وتسهم في تعزيز البنية التحتية الاجتماعية في مناطق المقاصد السياحية. وتتبع آثار التنمية السياحية كذلك على تطوير الأماكن العامة والخدمات الأساسية، بما في ذلك شبكات النقل والمرافق الخدمية، الأمر الذي يدعم الاستخدام المشترك لهذه الخدمات من قبل السكان المحليين والسياح.

كما تساعد التنمية السياحية على رفع مستوى الوعي المجتمعي بأهمية السياحة ودورها التنموي لدى شرائح واسعة من المجتمع، من خلال زيادة إدراك المواطنين لأثرها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي. ويسهم هذا الوعي في تعزيز شعور الانتماء الوطني لدى الأفراد، نتيجة ارتباطهم المباشر بالموارد السياحية ووعيهم بقيمتها التنموية. إضافة إلى ذلك، تتيح السياحة فرصاً أوسع للتبادل الثقافي والحضاري بين المجتمع المضيف والزائر (مقابلة، 2007)، بما يعزز التفاعل الاجتماعي والتفاهم المتبادل. ونتيجة لهذه الأبعاد، يتطور مفهوم السياحة من منظور اجتماعي، بما يسهم في دعم تطور المجتمعات ورفع مستوى الوعي الاجتماعي والثقافي لدى أفرادها.

3) السياحة والتنمية الثقافية:

تقوم السياحة بدور فاعل في تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين، من خلال تعزيز إدراكهم لأهمية التراث الثقافي والموروث الحضاري بوصفه عنصراً أساسياً من عناصر الهوية الوطنية. كما تمثل السياحة أحد المصادر الرئيسية لتوفير التمويل اللازم لصون المباني والمواقع الأثرية والتاريخية والمحافظة عليها، وذلك عبر توجيه العوائد السياحية إلى أعمال الترميم والصيانة والإدارة المستدامة لهذه المواقع. وتؤدي السياحة دوراً محورياً في دعم التفاعل الثقافي بين السائح والمجتمع المضيف، من خلال تبادل الخبرات والمعارف والقيم الثقافية، بما يعزز الفهم المتبادل بين الثقافات المختلفة. ويُشار إلى هذا التفاعل بمفهوم الحوار بين الحضارات (مقابلة، 2007)، الذي يسهم في تقليص الفجوات الثقافية وتعزيز التواصل الإنساني. ونتيجة لذلك، ترتفع قيمة الثقافة السياحية لدى سكان المناطق السياحية والأثرية، ويتنامى وعيهم بأهمية حماية الموارد الثقافية واستثمارها بصورة رشيدة، بما يدعم التنمية الثقافية المستدامة في هذه المناطق.

4) السياحة والتنمية البيئية:

تسهم السياحة، ولا سيما السياحة البيئية، في دعم حماية البيئة والمحافظة على مواردها الطبيعية، من خلال إدماج الاعتبارات البيئية ضمن التخطيط السياحي. فقد أسهم الاهتمام السياحي المنظم في حماية العديد من الأنواع الحيوانية النادرة من خطر الانقراض، وذلك عبر إنشاء المحميات الطبيعية وتخصيص موارد مالية لإدارتها وصون نظمها البيئية. وفي هذا السياق، تعتمد عدد من الدول الإفريقية على التخطيط السياحي المستدام بوصفه أداة للحفاظ على الثروة الحيوانية والغابات الطبيعية، من خلال تنظيم الأنشطة السياحية والحد من الممارسات التي تهدد التنوع الحيوي. كما يسهم الاهتمام البيئي المصاحب للتنمية السياحية في حماية البيئات البحرية من التلوث، عبر فرض تشريعات بيئية وتنظيم استخدام الموارد الساحلية والبحرية. إضافة إلى ذلك، تسهم السياسات السياحية البيئية في الحد من ظواهر التدهور البيئي، مثل التصحر وزحف الرمال على المناطق الزراعية، من خلال دعم برامج المحافظة على الأراضي والموارد الطبيعية (الطائي، 2003). وبذلك تؤدي السياحة دوراً تكاملياً في تعزيز جهود حماية البيئة وتحقيق الاستخدام المستدام لمكوناتها الطبيعية.

3- أنماط السياحة:

على الرغم من أن مصطلح السياحة يرتبط في أصله الدلالي بفكرة التجوال والترحال، فإن هذا التجوال لا يقتصر بالضرورة على تحقيق الراحة السيكلوجية بالمعنى الشائع والمتداول. فالمفهوم التقليدي للراحة غالباً ما يُختزل في الترويح عن النفس والابتعاد المؤقت عن أعباء الحياة اليومية، غير أن الراحة السيكلوجية في سياق السياحة تتجاوز هذا الإطار الضيق، لتنبثق عن منظومة مركبة

من الاعتبارات النفسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية. وتتداخل هذه الاعتبارات مع تفضيلات الفرد وحاجته إلى الإحساس بالاستقرار والتوازن النفسي، بما ينسجم مع متطلبات حياته وظروفه المختلفة (علام، 2007).

وانطلاقاً من هذا الفهم الموسع، يمكن النظر إلى السياحة بوصفها ظاهرة متعددة الأبعاد، لا تقتصر على الحركة المكانية فحسب، بل تشمل جملة من العوامل التي تسهم في تشكيل أنماطها ودوافعها. وعلى هذا الأساس، يمكن تصنيف موضوعات السياحة إلى مجالات متنوعة، من بينها ما يرتبط بالحدود السياسية وتوزيعها، وما يفرضه ذلك من قيود أو فرص للحركة والتنقل (علام، 2007)، ومنها ما يتصل بمفهوم الرغبة والدوافع الذاتية التي تحفز الأفراد على اختيار وجهات بعينها وأنماط سياحية محددة، بما يعكس تفاعلاً معقداً بين العوامل الفردية والبنوية في تشكيل السلوك السياحي. وهي كالآتي:

1) السياحة الدينية:

تُعدّ السياحة الدينية في المملكة العربية السعودية قطاعاً محورياً في الاقتصاد الوطني ومصدراً مهماً للدخل، إذ تستقطب سنوياً ملايين المسلمين من مختلف أنحاء العالم. ويعود ذلك إلى احتضانها للمسجد الحرام في مكة المكرمة، والمسجد النبوي في المدينة المنورة، إضافة إلى المشاعر المقدسة المرتبطة بأداء مناسك الحج والعمرة. كما تضم المملكة عدداً من المواقع الإسلامية ذات الأهمية التاريخية والدينية، من أبرزها مسجد قباء، الذي يُعد أول مسجد أُسس في الإسلام، ومسجد القبلتين المرتبط بواقعة تحويل اتجاه القبلة. وتسهم هذه المواقع في تعزيز الحركة السياحية الدينية من خلال إقبال الحجاج والمعتمرين على زيارتها ضمن برامجهم الدينية (العرجوني وآخرون، 2017).

2) سياحة التسوق:

تُعدّ سياحة التسوق أحد المجالات الرئيسية للسياحة في المملكة العربية السعودية، وهي من الأنماط السياحية الحديثة التي يكون الدافع الأساسي لها اقتناء السلع والمنتجات، لا سيما في ظل العروض التي تسهم في تعزيز الجذب السياحي. وتتميز المملكة بتوافر معظم المنتجات والعلامات التجارية العالمية المعروفة في الأسواق الأوروبية وأمريكا الشمالية، إلى جانب انتشار المجمعات التجارية الحديثة في المدن الكبرى.

كما تضم مختلف المناطق مراكز تسوق تقليدية، ولا سيما الأسواق الشعبية، التي تمثل عنصراً مهماً في تجربة السائح. وتوفر هذه الأسواق مجموعة واسعة من المنتجات، تشمل الحرف اليدوية، والسجاد، والأثاث، والعمارة، والبخور، والذهب، والمجوهرات، والتحف، والمشغولات الفنية، والملابس التقليدية، والأحذية، والحقائب، إضافة إلى الكتب القديمة والمطبوعات والصور التراثية. وتتميز مدينة

الرياض، إلى جانب المدن الرئيسية الأخرى في المملكة، بوجود مجمعات تجارية كبرى أصبحت تمثل معالم حضرية بارزة تسهم في دعم سياحة التسوق (جريدة الرياض، 2010).

(3) السياحة البحرية:

تتوفر في المملكة العربية السعودية جميع مقومات السياحة البحرية، بما في ذلك الشواطئ الرملية الممتدة، والجزر البحرية، والشواطئ المتنوعة، إلى جانب الشعاب المرجانية التي تتميز بها المنطقة الغربية على سواحل البحر الأحمر، والحياة البحرية الغنية، مما يتيح ممارسة أنشطة الغوص والاستكشاف والسباقات البحرية والرحلات السياحية البحرية. وتعكس خطط التنمية في هذا المجال ذلك بوضوح.

وقد أعلن الرئيس التنفيذي لشركة البحر الأحمر عن إنشاء 50 فندقاً على 22 جزيرة وستة مواقع جديدة، إضافة إلى تطوير مطارات دولية جديدة لدعم الحركة السياحية البحرية (مبادرة مستقبل الاستثمار، 2019).

(4) سياحة الأعمال:

تشهد المملكة نموًا متسارعًا في سياحة الأعمال، مدفوعًا بالتطور الاقتصادي والعمري، وتوافر البنية التحتية الملائمة، وتكامل المرافق والخدمات. ويُعد هذا النمط من السياحة مكونًا رئيسيًا في السوق السياحي بالمملكة؛ إذ يشكل إنفاق سياح الأعمال، باستثناء سياحة ما بعد العمرة، نحو 21% من إجمالي الإنفاق السياحي. كما تُنظَّم سنويًا أكثر من 100 ألف فعالية أعمال، يستفيد منها عدد كبير من الزوار، مع معدلات إنفاق مرتفعة تتجاوز 402 مليار ريال. وتضم المملكة ما يزيد على 600 صالة مخصصة للمعارض والمؤتمرات والاجتماعات، وقد أسهم هذا التوسع في إحداث تطورات ملموسة في قطاع السياحة، ولا سيما سياحة الأعمال، بما يعزز دورها في التنمية السياحية والاقتصادية (الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، 1433هـ).

(5) السياحة البيئية:

تعتمد السياحة البيئية على توافر المقومات الطبيعية المتمثلة في عناصر الجذب البيئي، مثل مواطن الحياة البرية، والصحاري، والجبال، والبراكين، والكهوف، والوديان، والمناطق الرملية. وتشمل هذه السياحة أنماطًا متعددة، من أبرزها السياحة الصحراوية؛ إذ تضم المملكة العربية السعودية عددًا من الصحاري التي يمكن توظيفها في التنمية السياحية، من بينها صحراء النفود التي تُستثمر في تنظيم فعاليات مثل رالي حائل، إضافة إلى صحراء الربع الخالي وصحراء الدهناء، اللتين تتميزان باتساع رقعتهما الرملية وتنوع تضاريسهما. كما تشمل السياحة البيئية السياحة الجبلية، إلى جانب سياحة المحميات الطبيعية، التي تتمثل في النظم البيئية المتنوعة نباتيًا وحيوانيًا، وتُعد موانئ طبيعية

للعديد من الكائنات الفطرية، بما يسهم في دعم الحفاظ على التنوع الحيوي وتعزيز الأنشطة السياحية المستدامة (العلاجوني وآخرون، 2017).

6) السياحة العلاجية:

تمتلك المملكة العربية السعودية مقومات متقدمة في مجال السياحة العلاجية، مدعومة بوجود مستشفيات ومراكز طبية متخصصة توفر علاجات متقدمة، من بينها علاج الأورام بالعلاج الكيميائي وفق معايير تضاهي المراكز العالمية المتخصصة، إضافة إلى زراعة النخاع العظمي والجراحات التجميلية القائمة على برامج دقيقة ومتخصصة. كما تتميز هذه المراكز بجاهزيتها التقنية العالية، وتكامل خدماتها الطبية، ومستوى البنية التحتية الداعمة من حيث الخدمات الفندقية والتأهيل الطبي. وتُعد السياحة العلاجية في المملكة قطاعاً ذا آفاق مستقبلية واعدة، في ظل تنامي عدد المنشآت الطبية والصحية في القطاع الخاص التي تمتلك إمكانات متطورة وتقنيات حديثة وسمعة مهنية متميزة، بما يسهم في تعزيز فرص الترويج للسياحة العلاجية على المستويين الإقليمي والدولي (المالكي، 2009).

علاقة السياحة باللغة:

1- ارتباط السياحة باللغة:

تُعدّ السياحة قطاعاً اقتصادياً واعداً، يمكن أن يسهم إسهاماً فاعلاً في تنويع مصادر الدخل وتحقيق التنمية الاقتصادية إذا ما أحسن التخطيط له واستثماره. ومن بين المقومات الأساسية التي يقوم عليها هذا القطاع الخدمة اللغوية، لما لها من دور فعال في تسهيل التواصل بين الأفراد والمؤسسات داخل المجتمع وخارجه، وتعزيز التفاعل الثقافي والحضاري.

وإذا كانت هذه الخدمة تُقدّم باللغة العربية، فإن ذلك يندرج ضمن إطار التخطيط اللغوي الهادف إلى نشر اللغة العربية وتعليمها لغير الناطقين بها، بما يعزز حضورها كلغة عالمية للتواصل والمعرفة. كما يسهم هذا التوجه في تحقيق أهداف علمية ومصطلحية مرتبطة بالقطاع السياحي، ولا سيما في ظل ارتباطه الوثيق بالمؤسسات الثقافية والعلمية، مثل المتاحف والمسارح والجامعات ودور الثقافة والمكتبات، فضلاً عن أماكن الترفيه والمواقع الأثرية والمساجد، وما يتصل بالعادات والتقاليد والتاريخ الوطني. ويمكن هذا التكامل من توثيق الموروث الحضاري والتعريف به، وترسيخه معرفياً، ونقله إلى الآخر بصورة منظمة ودقيقة، بما يعزز القيمة الثقافية والسياحية للمملكة في السياقين الإقليمي والدولي.

ولا بد من مراعاة أن السياحة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بقطاعات أخرى، من أبرزها المواصلات والاتصالات ووسائل الإعلام بمختلف أنواعها، إضافة إلى الثقافة والاقتصاد والمحيط الاجتماعي

العام الذي تُوظَّف فيه اللغة العربية. ويترتب على هذا التداخل تعدد مجالات الاستعمال اللغوي وتنوعها، بما يستدعي تطوير استعمالات لغوية متخصصة تلائم خصوصية كل قطاع من هذه القطاعات، وتستجيب لمتطلبات التواصل الوظيفي والدقيق في كل ميدان.

كما أن الاكتشاف هو الهدف الأساسي للسائح، سواء أكان ذلك التعرف إلى ما هو مجهول بالنسبة إليه، أم الوقوف المباشر على ما سبق أن سمع عنه دون أن تتاح له فرصة مشاهدته. ويتطلب تحقيق هذا الهدف الاعتماد على اللغة بوصفها أداة رئيسة للتواصل مع الآخر، والتعبير عن المقاصد والرغبات، ونقل مشاعر الرضا أو المتعة أو الدهشة، وكذلك إبداء القبول أو الرفض، بما يتيح للسائح تلبية حاجاته المختلفة وتحقيق أغراضه المتنوعة باختلاف أنماط السياحة ومقاصدها.

ويفضي ذلك إلى أن التنمية السياحية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتنمية اللغوية، وأن اللغة تؤدي وظيفة إنتاجية لا تقتصر على الأفراد المتحدثين بها فقط، بل تشمل كذلك متعلميها من غير الناطقين بها. ويؤكد هذا الارتباط الدور المتنامي الذي تضطلع به اللغة في المجتمعات الحديثة بوصفها عنصراً فاعلاً في مختلف مجالات النشاط السياحي.

2- علاقة السياحة بالاستثمار اللغوي:

تؤدي اللغة دوراً أساسياً في تكوين المجتمعات؛ فهي لا تقتصر على كونها أداة للتواصل، بل تمثل الوعاء الحافظ للموروث الثقافي (كولماس، 2000)، وأحد العوامل المؤثرة في مسارات التنمية الاقتصادية. ولا تتحقق التنمية الاقتصادية بمعزل عن التحولات الاجتماعية والثقافية والسياسية، إذ تنعكس هذه التحولات على اللغة بوصفها ظاهرة اجتماعية فاعلة، تتجاوز كونها رصيماً ثقافياً لتصبح مورداً ذا أبعاد اقتصادية وسياسية في إطار مجتمع المعرفة.

وتقوم اللغة بوظيفتين أساسيتين من المنظور الاقتصادي. تتمثل الأولى في النظر إليها بوصفها أداة فاعلة في النشاط الاقتصادي وفي مسارات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يُعد الاستخدام الفعّال للغة شرطاً داعماً لتحقيق النمو الاقتصادي، وعنصراً ضرورياً في عمليات التنمية. أما الوظيفة الثانية فتتمثل في النظر إلى اللغة باعتبارها صناعة وسلعة ضمن القطاع الاقتصادي؛ إذ شهدت الصناعات الثقافية المرتكزة على اللغة الوطنية توسعاً ملحوظاً في دورها ومكانتها في الاقتصاد العالمي خلال السنوات الأخيرة (مراياتي، 2014). ويرى (هامان، 1761) أن العلاقة بين اللغة والاقتصاد تتسم بدرجة عالية من الترابط، بحيث يمكن للإطار النظري لكل منهما أن يساهم في تفسير الظواهر المرتبطة بالآخر (كولماس، 2000).

إن الاقتصاد القوي يستلزم لغة مرنة وواسعة القدرة، تستطيع استيعاب متطلباته والتواصل مع الأطراف الأخرى بكفاءة عالية. وبناءً على ذلك، تُحدّد قيمة اللغة في ضوء وظيفتها الاقتصادية ومدى إسهامها في خدمة النشاط الاقتصادي (كولماس، 2000). ويذهب (المسدي، 2011) إلى أن هناك علاقة ارتباط بين اللغة والاقتصاد، إذ غالباً ما تتداخل الصراعات اللغوية مع المصالح الاقتصادية، كما ترتبط النزاعات الاقتصادية بسياقات ثقافية ولغوية مؤثرة. ويعكس هذا التداخل تأثير العوامل الاقتصادية في تشكيل المكانة اللغوية، ودور اللغة في التعبير عن التنافس الثقافي المصاحب للنشاط الاقتصادي.

وفي المقابل، يؤدي الاقتصاد دوراً مهماً في انتشار اللغات؛ إذ إن ازدهار النشاط الاقتصادي لأي أمة يسهم في تعزيز حضور لغتها وتوسيع نطاق استخدامها وانتشارها، كما أن تراجع النشاط الاقتصادي يؤدي بدوره إلى تخلف لغوي. حيث يرى كولماس (2000: 64) أن «تخلف لغات بلاد العالم الثالث عبارة عن مؤشر وجزء من التخلف الاقتصادي لهذه البلاد». وبهذا تُعد قوة الاقتصاد أحد المؤشرات الرئيسية لتقدم المجتمعات وترسيخ سيادتها، وهو ما ينعكس بدوره على مكانة لغتها وانتشارها على المستويين الإقليمي والدولي.

3- جهود بعض الدول في تحديد حدود العلاقة بين السياحة واللغة:

تنبّهت دول عديدة إلى البعد الاقتصادي للغة، فعملت على استثماره، وسعت إلى تأسيس تكتلات اقتصادية وسياسية وثقافية قائمة على المشترك اللغوي. ونتيجة لإدراك هذه الأهمية، شهدت أواخر ثلاثينيات القرن التاسع عشر الميلادي صراعاً لغوياً عُرف بـ(حرب اللغات)، تجلت فيه المنافسة التجارية في المجال اللغوي، وانتهى إلى تأكيد استقلال الجمهورية الأمريكية الناشئة، وترسيخ هويتها اللغوية بعيداً عن التأثير البريطاني غير المحدود (كولماس، 2000).

لقد تمكنت العديد من الدول من توظيف السياحة بوصفها أداة فعالة لنشر لغاتها وثقافتها على الصعيد الدولي. ومن خلال تبني استراتيجيات مدروسة تجمع بين النشاط السياحي وتعليم اللغة، عززت هذه الدول حضور لغاتها عالمياً، وأسهمت في زيادة عدد المتحدثين بها. وفيما يأتي أمثلة لبعض النماذج الناجحة لدول استثمرت السياحة في الترويج للغتها وتطويرها:

1- إسبانيا:

تُعدّ إسبانيا من الدول الرائدة في توظيف السياحة لنشر اللغة الإسبانية. فبفضل مقوماتها السياحية والثقافية، تستقطب سنوياً ملايين الزوار، مقدّمةً لهم تجربة متكاملة تجمع بين التاريخ والفنون والمعالم. وتستثمر الحكومة الإسبانية هذا الإقبال في تعزيز حضور اللغة الإسبانية، سواء عبر

التفاعل اليومي في المواقع السياحية، أو من خلال مراكز تعليم اللغة المنتشرة في المدن الرئيسية مثل مدريد وبرشلونة. ومثال ذلك:

- المعاهد الثقافية: يُعدّ معهد ثربانتس (Instituto Cervantes) من أبرز المعاهد التي تعتمد إسبانيا في نشر اللغة الإسبانية، حيث يقدم دورات تعليمية في مراكز متعددة حول العالم، مستهدفاً السياح والزوار الدوليين الراغبين في تعلم اللغة.
- السياحة التعليمية: كما توفر إسبانيا برامج سياحية تعليمية تجمع بين زيارة المعالم التاريخية وتعلم اللغة الإسبانية، بما يعزز من حضورها في التواصل الدولي.

2- فرنسا:

توظّف فرنسا السياحة بوصفها وسيلة لتعزيز انتشار اللغة الفرنسية عالمياً. وذلك بسبب مقوماتها الطبيعية وتراثها الثقافي ومعالمها البارزة مثل: برج إيفل ومتحف اللوفر، تستقطب سنوياً ملايين الزوار. وتستثمر هذا الإقبال السياحي في دعم انتشار اللغة الفرنسية بصورة غير مباشرة. وذلك من خلال:

- التبادل الثقافي: يعتمد العديد من الزوار على استخدام اللغة الفرنسية أثناء زيارتهم لفرنسا، حيث يسهم التفاعل مع السكان المحليين في اكتسابهم مفردات أساسية من اللغة. كما تدعم الحكومة الفرنسية برامج للتبادل الثقافي والسياحي، بما يعزز تعلم اللغة الفرنسية خارج حدودها.
- مهرجان كان السينمائي: يُعدّ مهرجان كان السينمائي من أبرز الفعاليات الدولية التي تسهم في نشر اللغة الفرنسية، إذ يستقطب سنوياً آلاف الزوار من مختلف دول العالم، ويغلب على التفاعل فيه استخدام اللغة الفرنسية، مما يجعلها جزءاً أساسياً من التجربة الثقافية.

3- إيطاليا:

تُعدّ إيطاليا من أبرز الوجهات السياحية عالمياً، لما تمتلكه من الإرث الثقافي والفني. وتستثمر هذا الجذب السياحي في الترويج للغة الإيطالية وتعزيز انتشارها دولياً، من خلال توظيف مزيج من الأنشطة الثقافية والتعليمية. مثل:

- السياحة الفنية: من خلال زيارة معالم تاريخية بارزة مثل: الكولوسيوم والفاتيكان، أو التفاعل مع الفنون في فلورنسا، حيث يتعرض الزوار للغة الإيطالية بصورة مباشرة، بما يعزز فرص اكتسابهم لأساسياتها ويسهم في انتشارها على نطاق أوسع.
- البرامج التعليمية: توفر إيطاليا برامج تعليمية موجهة للسياح الراغبين في تعلم اللغة الإيطالية، تجمع غالباً بين دروس اللغة والجولات الثقافية والفنية، بما يعزز فاعلية التجربة التعليمية ويزيد من جاذبيتها.

4- اليابان:

شهدت اليابان نمواً ملحوظاً في قطاع السياحة نتيجة الترويج المنهجي لتراثها الثقافي والتكنولوجي. وتعتمد في ذلك على جاذبيتها القائمة على المزج بين التقاليد الراسخة والتقنيات المتقدمة، مستثمرة هذا الإقبال السياحي في نشر اللغة اليابانية وتعزيز اهتمام الزوار بتعلمها. وذلك من خلال:

- البرامج الثقافية: تشجع الجهات المعنية السياح على الانخراط في أنشطة ثقافية تقليدية، مثل تعلم الخط الياباني، وإعداد الأطعمة المحلية، والمشاركة في طقوس الشاي، بما يتيح تقديم اللغة اليابانية في سياق تفاعلي يهدف إلى اكتسابها.
- السياحة التعليمية: كما تشهد اليابان توسعاً في البرامج والمؤسسات التي تقدم دورات لتعليم اللغة اليابانية للزوار الدوليين، إلى جانب برامج التبادل التي تتيح تعلم اللغة من خلال الاندماج المباشر في البيئة الثقافية.

5- كوريا الجنوبية:

شهدت كوريا الجنوبية نمواً ملحوظاً في أعداد السياح نتيجة ما يُعرف بالموجة الكورية، التي تجسد انتشار الثقافة الكورية عالمياً عبر الدراما والموسيقى والأفلام. وقد وظفت هذا الزخم الثقافي في الترويج للغة الكورية وتعزيز انتشارها دولياً. وذلك عن طريق:

- البرامج الثقافية: حيث توفر كوريا الجنوبية برامج سياحية تجمع بين تعلم اللغة الكورية واستكشاف المعالم والأنشطة الثقافية، بما في ذلك زيارة مواقع تصوير الدراما والمشاركة في الفعاليات الموسيقية، الأمر الذي يدعم تعلم اللغة في سياق تطبيقي.
- المعاهد التعليمية: تشهد الجامعات والمعاهد الكورية إقبالاً متزايداً من الزوار الأجانب الراغبين في تعلم اللغة، متأثرين بانتشار الثقافة الشعبية الكورية، وتؤدي مؤسسات مثل: King Sejong Institute دوراً محورياً في تعليم اللغة الكورية لغير الناطقين بها على المستوى الدولي.

الاستثمار في اللغة العربية:

1- أهمية اللغة العربية في الاستثمار:

تُعد اللغة العربية وسيلة فاعلة في تنمية الاقتصاد في الدول العربية، إذ تعادل في أهميتها رؤوس الأموال النقدية والعينية المستثمرة في هذا المجال، من حيث كون كل منهما أداة لتحقيق العائدات والأرباح التي تتزايد بزيادة حجم الاستثمار واتساع نطاقه. وتتضح العلاقة بين اللغة ورأس المال في إطار علم الاقتصاد المعني بعمليات الإنتاج والتوزيع، من خلال الدور الذي يؤديه كل منهما في تعزيز الإنتاج وتنمية رؤوس الأموال، انسجاماً مع الهدف الرئيس للاقتصاد المتمثل في

زيادة الإنتاج لتلبية الطلب. وبذلك تتجاوز وظيفة اللغة حدود التواصل، لتؤدي دوراً اقتصادياً مباشراً، ما يجعلها مورداً يمكن استثماره في دعم التنمية الاقتصادية داخل المجتمعات.

لقد ارتبطت اللغة العربية بالأنشطة الاقتصادية منذ العصور المبكرة، حيث ساهم التجار العرب في نشر اللغة والدين الإسلامي في البلدان التي قصدوها لأغراض التجارة، إذ أصبحت اللغة العربية هي اللغة المشتركة للاقتصاد في ذلك الوقت. كما لعبت الفتوحات الإسلامية دوراً مهماً في تعزيز الاستثمار في اللغة العربية، إذ ارتبط تعليم الدين الإسلامي بنشر اللغة في مختلف بلدان العالم الخاضعة للحكم الإسلامي.

الاستثمار في اللغة العربية يُعد استثماراً في الإنسان وفي مستقبل الأجيال، لما يحققه من تعزيز للوحدة الثقافية، وترسيخ للقيم والثوابت، وصون للمكتسبات والمرجعيات التاريخية. كما يسهم في تمكينها من الحضور الفاعل والمنافسة في مختلف المجالات، مع الحفاظ على هويتها اللغوية والثقافية. ومن أهم مجالات الاستثمار في اللغة العربية الآتي:

2- الاستثمار في التعليم:

يُعد الاستثمار في قطاع التعليم مجالاً ذا عوائد اقتصادية مرتفعة، ولا سيما في مؤسسات التعليم العالي وبرامج تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، لما يتمتع به هذا القطاع من طلب متزايد وعوائد مستدامة (زيتون، 2013). إذ إن الدول التي شهدت نهضة حديثة جعلت الاستثمار في التعليم من أولوياتها، بوصفه أداة أساسية لتحقيق التقدم العلمي وتعزيز بُد اللغات الوطنية التي لا تحصل التنمية بدونها، ويندرج هذا التوجه ضمن مسعى استراتيجي يهدف إلى بناء مجتمع متماسك، متجذر في أصالته، وقادر في الوقت ذاته على التكيف مع التحولات المتسارعة ومقتضيات النمو المستمر. حيث إن تعليم اللغة الوطنية لا يُنظر إليه بوصفه خياراً تربوياً فحسب، بل باعتباره استثماراً نوعياً في تنمية الرأسمال البشري وتعزيز قدراته الإنتاجية والمعرفية.

يشهد مجال تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها إقبالاً متزايداً وملحوظاً من قبل متعلمين ينتمون إلى سياقات جغرافية وثقافية متنوعة، سواء ممن يقيمون داخل المملكة لأغراض مهنية، أو أولئك المقيمين في دولهم خارج العالم العربي. وتُظهر المؤشرات المؤسسية هذا التنامي بوضوح؛ إذ تضم جمهورية كوريا ما يقارب ستين جامعة ومعهداً تُعنى بتدريس اللغة العربية، في حين تحتضن روسيا نحو ثمانين مؤسسة أكاديمية تقدم برامج مماثلة. كما يُلاحظ تدفق أعداد كبيرة من المتعلمين من دول مثل: كوريا والصين وروسيا إلى البلدان العربية بهدف اكتساب اللغة العربية لغة ثانية، وهو ما يعكس اتساع نطاق الاهتمام بهذه اللغة عالمياً. حيث إن الدوافع الرئيسة لتعلم العربية لدى هؤلاء المتعلمين لا تقتصر على البعد الديني فقط، بل تتجاوز ذلك إلى اعتبارات اقتصادية وثقافية؛ حيث

تتيح العربية فرصاً وظيفية واعدة، سواء في أسواق العمل المحلية أو في الدول العربية، فضلاً عن دورها في تعزيز التبادل الثقافي والمعرفي.

كما يشكل العمق الحضاري للثقافة العربية والإسلامية عامل جذب مهم، إذ يسعى كثير من الدارسين إلى الولوع إلى هذا الإرث المعرفي الغني عبر بوابة اللغة. ولهذا تؤدي المؤسسات التعليمية، ولا سيما الجامعات في المملكة العربية السعودية دور محوري من خلال معاهد تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، التي يمكن أن تسهم بفاعلية في بناء بيئات تعليمية متخصصة، وتطوير مشاريع بحثية نوعية، وتعزيز الشراكات العلمية مع الباحثين والطلبة، بما يدعم مسارات البحث العلمي ويثري حقل الدراسات اللغوية العربية.

3- الاستثمار في التعريب والترجمة:

تعد الترجمة استثماراً استراتيجياً طويل الأمد، يهدف إلى الحفاظ على القيمة المعرفية للغة وتتميتها عبر الزمن. فكل عملية ترجمة إلى لغة معينة تُسهم في إثرائها وتعزيز رصيدها المعرفي، بما يجعل مجموع الترجمات المنجزة إليها مؤشراً دالاً على مكانتها العلمية والثقافية. وعليه، فإن دينامية حركة الترجمة تعكس حجم الجهد الذي يبذله المجتمع لتطوير هذا الحقل المهني، كما تكشف عن مدى قدرته على تطويع لغته للاستجابة لمقتضيات الوظائف الحديثة وتحدياتها المتجددة. حيث يرى كولماس (2000: 95) أنه: "حيثما اعتُبرت اللغات ثروات اجتماعية، فإن الترجمة يجب أن تُهَم باعتبارها استثماراً طويل الأمد؛ من أجل الحفاظ على قيمتها أو زيادتها. وحيث إن كل ترجمة إلى لغة تُضيف قيمة إليها، فإنه يمكن النظر إلى مجمل كل الترجمات إلى لغة ما، باعتباره مؤشراً آخر على قيمتها". فالمملكة تمتلك رصيماً حضارياً وثقافياً غنياً قابلاً للتصدير المعرفي إلى مختلف اللغات والثقافات. ويشهد هذا المنتج الحضاري طلباً متزايداً، سواء في الدول الإسلامية أو في غيرها، الأمر الذي يبرز أهمية الترجمة بوصفها أداة مزدوجة الوظيفة: لنقل المعرفة إلى الداخل، وتعزيز الحضور الثقافي العربي في الخارج.

كما يُعد التعريب، أمراً مهماً في تعزيز كفاءة اللغة العربية ووظيفيتها، وهو ما يتحقق عبر سياسات لغوية قائمة على التوحيد المنهجي والابتكار المستمر في بناء المصطلحات. ويترتب على ذلك تحقيق منافع مباشرة للاقتصاد الوطني الذي تعتمد بنيته المعرفية والإنتاجية على هذه اللغة. حيث إن اللغة التي تعجز عن التكيف مع متطلبات الترجمة من اللغات الأكثر تقدماً، ولا تواكب تطور المصطلح العلمي والتقني، تظل محدودة القيمة والتأثير، شأنها في ذلك شأن العملات غير القابلة للتداول في الأسواق العالمية. كما أن التدفق الكثيف للمنتجات العلمية والصناعية والتجارية والتقنية التي ترد إلى المملكة من مختلف أنحاء العالم ستفقد من قيمتها العلمية والاقتصادية ما لم تُنقل إلى العربية نقلاً يضمن استيعابها وتداولها بفاعلية داخل المجتمع. حيث إن استمرار تداول هذه

المعارف بلغاتها الأصلية من شأنه أن يضعف من حضور اللغة العربية، ويؤثر سلباً في مقومات الهوية الثقافية والحضارية.

يُعد الاستثمار في التعريب والترجمة ذا جدوى اقتصادية مرتفعة، تتجلى آثاره في جملة من المخرجات التنموية. فمنها أنه يسهم هذا الاستثمار في توسيع فرص التشغيل أمام خريجي الجامعات، بما يدعم التحول من نمط الاستهلاك المعرفي إلى الإنتاج المعرفي. ومنها أنه يعزز من حجم الإنتاج العلمي باللغة العربية، الأمر الذي يرفع من قيمتها العلمية ويقوي موقعها التنافسي في الأسواق المحلية والعالمية. كما يؤدي إلى نشر المعرفة العلمية داخل المجتمع وتوطينها في بنيتها الثقافية والمعرفية، بدل الارتهان إلى اللغات الأجنبية بوصفها وسيطاً وحيداً لاكتساب العلم. ويترتب على هذا التحول تخفيف الأعباء المالية التي تتحملها الدولة نتيجة اعتمادها على نقل المعرفة عبر اللغات الأجنبية، وهو ما يستنزف مواردها ويحدّ من استقلالها المعرفي والتنموي.

4- الاستثمار في صناعة المعاجم:

تُعد صناعة المعاجم من أكثر المشاريع المعرفية طلباً للاستثمار، حيث تؤدي دوراً أساسياً في تحقيق التوحيد اللغوي، من خلال تقنين المفردات وتثبيتها، وتحويلها إلى رصيد مشترك متاح لجميع أفراد الجماعة اللغوية. ومن أبرز النماذج في هذا السياق قاموس أوكسفورد الإنجليزي، الذي يُعد معجماً تاريخياً فريداً للغة الإنجليزية، وقد أثبت جدواه الاقتصادية والمعرفية على المدى البعيد، مسهماً في إثراء اللغة وتعزيز قدرتها بوصفها أداة إنتاج معرفي.

وتعتبر المعاجم حجر الأساس في عمليات التهذيب اللغوي والتفعيد، حيث تتنوع تبعاً لوظائفها لتشمل معاجم النطق، والإملاء، والدلالة، والقافية، والأسلوب، والتكرار، والتعبيرات، والمصطلحات، والأسماء، والمشارك اللفظي، والترادف، والمفردات الأساسية، فضلاً عن المعاجم التاريخية التي ترصد تطور اللغة عبر الزمن. ولا شك أن إنجاز المشاريع المعجمية الشاملة يتطلب استثمارات مالية وبشرية ضخمة، كما أن تقدير تكلفتها الفعلية يُعد عملية معقدة نظراً لتداخل العوامل العلمية والتقنية والمؤسسية. غير أن التجارب العالمية تؤكد أن هذه المشاريع، رغم كلفتها المرتفعة، تؤدي في نهاية المطاف إلى عوائد مستدامة، تعكس طبيعة المجتمعات الحديثة التي تعتمد اعتماداً كبيراً على الإنتاج المرجعي والمعرفي. كما يُنظر إلى المعاجم الثنائية اللغة باعتبارها استثماراً مزدوجاً؛ فهي ليست مجرد سلع قابلة للتداول في السوق، بل تمثل أيضاً وسيلة استراتيجية لربط اللغات بعضها ببعض، بما يفتح آفاقاً واسعة لإثراء اللغة وتوسيع طاقتها التعبيرية والمعرفية.

أما على مستوى المعاجم المصطلحية المتخصصة، فتبرز أهميتها بصورة متزايدة في السياق العربي، رغم محدودية نطاق التعليم الجامعي المعرب. إذ يشهد الطلب على هذا النوع من المعاجم بشكل متزايد، نظراً لدورها الحيوي في مجالات الإعلام، والصحافة، والعلوم، والتقنية، حيث تعتمد

غالبية المواد العلمية والبرامج المتخصصة على الترجمة، والتي لا يمكن أن تتحقق بدقة وفاعلية دون وجود معاجم مصطلحية. وقد أسهمت هذه المعاجم في تمكين اللغة العربية من أداء وظائفها العلمية، إذ يُعد المصطلح العلمي العربي شرطاً أساسياً لإنتاج محتوى معرفي ذي قيمة. ورغم ما تزخر به المكتبة العربية من مئات المعاجم المتخصصة، فإن التسارع الكبير في تطور العلوم وتفرّعها يفرض ضرورة التحديث المستمر لهذه المعاجم، بل وإنتاج معاجم جديدة تغطي الحقول المستجدة. فلم يعد من الممكن الاكتفاء بمعجم عام في الطب أو المعلوماتية، في ظل تشعب هذه المجالات إلى تخصصات دقيقة ومتعددة. وبذلك تُصبح المعاجم المصطلحية بمثابة الحوامل المادية للمفاهيم العلمية ورموزها، والأداة الرئيسية لضبطها وتداولها داخل البنية المعرفية للمجتمع، بما يعزز من قدرة اللغة على مواكبة التحولات العلمية والتقنية المتسارعة.

5- الاستثمار في الإعلام:

يُعد الإعلام بمختلف وسائطه المكتوبة والمسموعة والمرئية، مجالاً استثمارياً لتوظيف اللغة في تحقيق العوائد الاقتصادية. حيث يلعب دوراً مركزياً في تزويد الأفراد بالأخبار المحلية والدولية، كما يشكّل منصة ترويجية للمنتجات والخدمات، سواء كانت محلية أم أجنبية. كما تؤدي اللغة وظيفة استراتيجية في توسيع نطاق الانتشار الإعلامي، من خلال تعزيز قابلية المحتوى للوصول إلى شرائح أوسع من الجمهور، بما فيهم القراء والمستمعين والمشاهدين. ويترتب على ذلك زيادة حجم الجمهور المتلقي، وهو ما ينعكس مباشرة على تنامي فرص تسويق المنتجات عبر الإعلانات المصاحبة للبرامج الإعلامية أو المواد الصحفية. وقد أشارت اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية (2014): (20) إلى أن: "الإعلام مؤسسة اقتصادية تعنى بأسواق المال، وهو نافذة لوجوه الاستهلاك والترويج والإعلان، وهو كذلك واجهة للثقافة والفكر والفن والسياسة، وهو فاعل في التأثير على الجوانب التربوية والإنسانية العميقة، وهو متصل بالأفراد جميعاً في المجتمع على اختلاف اهتماماتهم واختصاصاتهم وأعمارهم".

إن القيمة الاقتصادية للإعلام ترتبط ارتباطاً وثيقاً بكفاءة توظيف اللغة وقدرتها على جذب الجمهور واستبقائه، إذ يُعد اتساع قاعدة المتلقين العامل الأساسي في توسيع العائدات الإعلانية. وبذلك يظل الهدف الرئيس للمستثمر في القطاع الإعلامي متمثلاً في زيادة نسب المشاهدة والقراءة، بوصفها العنصر الأبرز على فعالية المنصة الإعلامية في تحقيق الجدوى الاقتصادية المنشودة. وقد أثبتت دراسات إعلامية إلى أن اللغة العربية تحتل المرتبة الرابعة من حيث الحضور في محطات الإذاعة والتلفزة العالمية، بعد اللغات الإنجليزية والفرنسية والروسية (رزق، 2010). وعلى مستوى المملكة يتجاوز عدد القنوات التلفزيونية الفضائية خمساً وثمانين قناة، تتنوع مضامينها بين القنوات

الدينية والثقافية والترفيهية، وتبث محتواها على مدار أربع وعشرين ساعة يومياً، الأمر الذي يفرض حاجة مستمرة إلى إنتاج برامجي باللغة العربية لتحقيق عوائد اقتصادية أكبر.

6- الاستثمار في السياحة:

تمثل السياحة قطاعاً اقتصادياً ضخماً متى أحسن تنظيمه واستثماره. وبحكم كونها صناعة خدمية، فإنها تعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة التواصل اللغوي وتطوير أدواته بما يحقق جودة الخدمة. إذ يمكن للغة أن تؤدي دوراً مركزياً في تحقيق تنمية سياحية فعالة، تتفاعل مع الموروث التاريخي والثقافي الغني الذي تزخر به المملكة العربية السعودية. وعلى الرغم من هذا الثراء، تواجه السياحة تحديات تتعلق بنقص في الأدوات اللغوية المساندة للسياحة باللغة العربية، مثل الأدلة الإرشادية، والخرائط، والمعاجم الجيبية، التي غالباً ما تُعد باللغات الأجنبية. على غرار بعض التجارب الدولية التي تعطي الأولوية للغتها الوطنية في اللافتات والخدمات، بما يسهم في نشرها وتعزيز حضورها بين الزوار. وقد انعكس ذلك سلباً على مكانة اللغة العربية في المجال السياحي، إذ لم تستطع منافسة اللغات الأجنبية التي تُستخدم على نطاق واسع، نظراً لكون غالبية السياح من غير الناطقين بالعربية، مع محدودية أعداد السياح العرب.

ولأجل النهوض باللغة العربية لابد من حضورها داخل المؤسسات السياحية، دون إقصاء اللغات الأجنبية، بل في إطار تكامل يضمن التعريف بالمنتج السياحي العربي مع الحفاظ على الهوية اللغوية. ويتطلب ذلك الاستثمار في تطوير أدوات لغوية حديثة، مثل المعاجم الرقمية المتخصصة، وإعداد الخرائط والأدلة باللغة العربية، بما يدعم حضورها التدريجي في هذا القطاع. لذلك فإن تعزيز مكانة اللغة العربية في السياحة يستدعي تبني استراتيجية لغوية متكاملة، تركز على التخطيط المرحلي والتطوير المستمر، بما يمكنها من أداء دور فعال ليس فقط داخل المملكة، بل أيضاً في الفضاءات الثقافية المرتبطة بها في الخارج.

كما يمثل تعليم اللغة الأجنبية في قطاع السياحة عاملاً استثمارياً مهماً في اكتساب هذه اللغات، وذلك بحكم ما تفرضه طبيعة النشاط السياحي من حاجة ملحة إلى التواصل الفعال مع السياح، خاصة في المهن الخدمية مثل العمل الفندقية، والقطاع المصرفي، والإرشاد السياحي. غير أن هذا التوجه نحو التعدد اللغوي، المدفوع باعتبارات التنافس في استقطاب السياح وتعظيم العائدات الاقتصادية، لا ينبغي أن يتم على حساب اللغة العربية أو عبر إقصائها من المشهد السياحي.

إن تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة تكون السياحة أحد روافدها الأساسية، يقتضي تبني نموذج قائم على التعدد اللغوي، بحيث تحتل اللغة العربية موقعاً محورياً ضمن هذا التعدد. ومن شأن هذا التفاعل اللغوي في المجال السياحي أن يسهم في بلورة لغة تواصل مشتركة تتطور تدريجياً استجابةً لمتطلبات الاستخدام العملي وحاجات التفاعل بين الثقافات. لذا يمكن القول إن اتساع نطاق استعمال

اللغة العربية يشكل أحد المحددات الأساسية لقابليتها للتحويل إلى لغة ذات امتداد عالمي. حيث يرى كولماس (2000: 95) أن: "قيمة لغة ما تتحدد في إطار علاقتها بقيمة اللغات الأخرى، فاللغات، بتعبير آخر، لها قيمة سوقية، وهي القيمة التبادلية التي تمتلكها لغة معينة باعتبارها سلعة".

دور السياحة في اكتساب اللغة العربية لغير الناطقين بها:

1- دور السياحة في تعلم اللغة:

تؤدي السياحة دوراً مهماً في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، إذ تتيح الإقامة في بيئة ناطقة بالعربية فرصة مباشرة لاكتساب اللغة في سياقها الطبيعي. ويسهم التفاعل المباشر مع الناطقين بها في تمكين السياح من فهم العادات والتقاليد وأنماط الحياة في المجتمعات العربية، وهو ما يتعذر تحقيقه من خلال التعلم داخل القاعات الدراسية وحدها. إذ يرى الحاج صالح (2007: ج1/193) أن: "المهارة اللغوية لا تتطور ولا تنمو إلا في بيئتها الطبيعية، وهي البيئة التي لا يُسمع فيها إلا أصوات تلك اللغة المقصودة بالاكتساب، ومن عزم تعلم لغة، ما عليه إلا أن يعيشها مدة معينة وأن يغمس في بحر أصواتها، فلا يسمع غيرها ولا ينطق بغيرها".

كما أن توظيف اللغة العربية في قطاع السياحة بوصفها أداة وظيفية تؤدي إلى تحسين تجربة السائح، لا سيما في المؤسسات السياحية، مثل: الفنادق والمطاعم وشركات تنظيم الرحلات. فالسائح يسعى إلى التعرف على مجموعة من العناصر التي تندرج ضمن ما يُعرف بالهوية الثقافية مثل: التاريخ، والموقع الجغرافي، وطبيعة المجتمع، ونظام الحكم، والآثار، إضافة إلى التراث المادي وغير المادي. ومع ذلك، إن أكثر ما يحرص السائح على فهمه هو اللغة، لما لها من دور أساسي في عملية التواصل. فبدون معرفة اللغة، يصعب على السائح التعرف على باقي مكونات البلد والتفاعل معها بشكل فعال. لذلك، تأتي اللغة في مقدمة هذه العناصر، باعتبارها الوسيلة الأولى للتواصل بين الناس، والأداة التي تمكن من فهم مختلف جوانب المجتمع.

ولقد شهدت المؤسسات التعليمية المتخصصة في تعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، المنتشرة في العالم العربي تزايداً ملحوظاً في إقبال السياح من جنسيات متعددة على تعلم اللغة العربية، بهدف تنمية مهاراتهم اللغوية وتعزيز قدرتهم على التواصل مع الناطقين بها. وقد أظهرت تجاربهم أن تعلم اللغة العربية والاندماج في سياقها الثقافي أسهم في تقليص الفجوات الثقافية، وتصحيح التصورات الخاطئة، وكون فهماً أدق للمجتمعين العربي والإسلامي (البابطين، 2011).

تُعد السياحة من أبرز الوسائل التي تمكن غير الناطقين باللغة العربية من الاندماج في المجتمع العربي بصورة مباشرة. حيث تتيح هذه التجربة الاحتكاك اليومي بالناطقين الأصليين، مما يسهم في تطوير المهارات اللغوية على نحو عملي يتجاوز حدود التعلم النظري. كما توفر السياحة بيئة طبيعية

لاكتساب المفردات والتراكيب في سياقاتها الواقعية، الأمر الذي يعزز الفهم الدلالي والاستخدام السليم للغة. كما تُسهم الأنشطة الثقافية والاجتماعية المصاحبة للسياحة في معرفة السائح بالثقافة العربية، بما في ذلك العادات والتقاليد وأنماط التواصل. هذا التفاعل الثقافي يؤدي دوراً أساسياً في إتقان اللغة، نظراً لارتباطها الوثيق بسياقها الاجتماعي. كما تساعد السياحة على تنمية مهارات الاستماع والتحدث من خلال المواقف الحياتية المتكررة، مما يقلل من رهبة استخدام اللغة لدى المتعلم.

2- السياحة اللغوية:

تُعرف السياحة اللغوية بأنها تجربة تعليمية تُمارس في بيئة خارجية، تتضمن أنشطة تدعم تعلم اللغة، إلى جانب ممارسات ذات طابع ثقافي. وتُعد مجالاً مهماً من مجالات التعلم الحديثة، إذ تقوم على مبدأ الانغماس اللغوي، حيث يُوضع المتعلم في بيئة لغوية متكاملة تبدأ بالأصوات، ثم المفردات، وصولاً إلى التراكيب. ويقضي المتعلم مدة زمنية يكرر فيها أنماطاً يومية ثابتة، فيستمع إلى اللغة في سياقاتها الطبيعية، ويرصد أساليب النطق، والنبر، والتنغيم في محيطه الاجتماعي. وبذلك تترسخ الملكة اللغوية حتى يصبح قادراً على استخدامها بطلاقة، وإن لم يكن من أهلها. في المقابل، يؤدي ضعف الانغماس أو القصور في مهارات السماع والنطق، أو في مستويات اللغة المختلفة من صوت وصرف وتركيب ودلالة، إلى بقاء هذه الملكة في مستوى محدود (شبايكي، 2017).

كما يواجه متعلمو اللغة العربية من غير الناطقين بها في المعاهد والمؤسسات التعليمية خارج الوطن العربي تحديات واضحة في تحقيق إجادة اللغة، ويرجع ذلك في الغالب إلى اختلافها عن لغاتهم الأم، وانتمائها إلى عائلة لغوية مغايرة، الأمر الذي يجعل تعلم قواعدها ونحوها وصرفها عملية معقدة لديهم. ويزداد هذا التحدي مع بدء معظم المتعلمين من مستوى أولي دون خبرة سابقة، حيث يواجهون صعوبة في التعامل مع نظام الكتابة العربية واستخدام حروفها الأبجدية.

ومن هنا تبرز السياحة اللغوية بوصفها وسيلة فاعلة لدعم تعلم اللغة العربية، من خلال انتقال المتعلمين إلى دول ناطقة بها، مما يتيح لهم الانغماس في بيئة لغوية وثقافية طبيعية. ويسهم هذا الانغماس في تمكينهم من الاستماع إلى اللغة وممارستها بصورة يومية مع الناطقين بها، وهو ما يساعد على تحسين النطق وفهم القواعد والتراكيب بشكل مباشر. حيث توفر هذه التجربة فرصة للاطلاع على الثقافة العربية عن قرب، مما يعزز فهم السياقات الاجتماعية والثقافية المرتبطة باستخدام اللغة. ونتيجة لذلك، تصبح عملية التعلم أكثر حيوية وفاعلية، وتسهم في تحقيق تقدم واضح في مستوى إجادة اللغة العربية.

لقد قامت العديد من الأكاديميات والجامعات والمؤسسات في العالم العربي بتطبيق برامج السياحة اللغوية نظراً لأهميتها كمنهج لترسيخ التعليم الصفي، حيث إن التواصل اللغوي يكون داخل مجتمع اللغة الهدف. ومن أبرز هذه المؤسسات:

- مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية، (ضمن مسار الانغماس اللغوي السياحي). وهو أحد البرامج التعليمية قصيرة المدى (ثمانية أسابيع) لمتعلمي اللغة العربية لغة ثانية من المهتمين بالجوانب السياحية والثقافية؛ وذلك بتعزيز اندماجهم في المجتمع السعودي، وانغماسهم في ثقافته وتقاليد، ويسعى إلى تيسير ممارسة اللغة في بيئتها الأصلية (المجمع، 2025).
 - منظمة العالم الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة "إيسيسكو"، (الانغماس اللغوي لمتعلمي اللغة العربية في جنوبي شرق آسيا). ويهدف إلى إنشاء بيئة تعليمية محفزة ملهمة للمتعلمين، وتيسير اكتساب المهارات اللغوية بتوفير تجارب تعلم معايشة واقعية عبر التواصل مباشرة مع المتحدثين الأصليين، بالإضافة إلى مد جسور الاتصال الثقافي والحضاري بين المتعلمين ودولهم عبر اللغة العربية وثقافتها وحضارتها (إيسيسكو، 2025).
 - جامعة الجنان اللبنانية ودورات السياحة اللغوية في لبنان، "أنشطة دورة الطلاب الأتراك في تعلمهم اللغة العربية". (جامعة الجنان، 2018).
- إن فاعلية السياحة في تعلم العربية تعتمد على مدى انخراط المتعلم واستعداده للتفاعل المستمر. حيث يمكن القول إن السياحة تمثل بيئة تعليمية تكاملية تجمع بين التعلم اللغوي والتجربة الثقافية، مما يجعلها وسيلة متميزة لتحقيق الاندماج اللغوي والاجتماعي للسياح غير الناطقين بالعربية.
- ### 3- صعوبات السياحة اللغوية:

- على الرغم من مزايا برامج السياحة اللغوية، فإن تطبيقها في البيئات العربية يواجه عدداً من الصعوبات الحقيقية، ومن أبرز هذه الصعوبات ما يأتي (الشيخ علي، 2020):
- 1- تفتقر بعض برامج السياحة اللغوية في البلاد العربية إلى التوجيه المنهجي، مما يحد من قدرتها على تحقيق أهدافها؛ إذ لا تقوم على خطة تفصيلية تغطي مدة البرنامج، ولا يوضح للطالب ما سيتضمنه خلال فترة إقامته، وهو ما يؤدي إلى غياب رؤية واضحة لمساره وأنشطته.
 - 2- الإفراط في استخدام اللهجات العامية من قبل أهل اللغة قد يترك أثراً سلبياً لدى الطلاب؛ إذ يلاحظون فرقاً بين ما تعلموه من العربية الفصحى وما يواجهون في الواقع. وتتضح هذه المشكلة أكثر عند تنقلهم بين مدن مختلفة داخل الدولة الواحدة، بسبب اختلاف اللهجات من مدينة إلى أخرى.
 - 3- أغلب المؤسسات الحكومية والخاصة في الدول العربية تعمل حتى الثالثة مساءً، مما يحد من قدرة الطلاب على زيارتها، خاصة إذا كانت لديهم برامج دراسية صباحية في مراكز تعليم اللغة.

- 4- يواجه الطلاب صعوبة في إيجاد شريك لغوي يلتزم بمرافقتهم طوال مدة إقامتهم، بما يتيح لهم ممارسة اللغة بشكل مستمر .
- 5- لا تتابع بعض الجهات التعليمية طلابها متابعة منتظمة بعد إلحاقهم بمؤسسات أو مراكز عربية، مما يضعف تنفيذ البرنامج ويؤثر في تحقيق أهدافه.
- 6- يفتقر بعض المشرفين على الأنشطة اللغوية إلى الكفاءة اللغوية والثقافية، وهو ما ينعكس سلباً على فاعلية هذه الأنشطة.
- 7- لا تُسهم بعض الأنشطة المقدمة في تطوير مهارات الطلاب اللغوية بالشكل المطلوب، ومع ذلك يستمر العمل بها، مما يسبب نفوراً لديهم، خاصة مع التزامهم بالاستمرار في البرنامج وفق الاتفاقيات المبرمة بين مؤسساتهم والمراكز التي يدرسون فيها.
- 8- اختلاف الثقافة بين بيئة اللغة المستهدفة وبيئة الطالب يؤدي إلى مشكلات تبدو بسيطة في ظاهرها، لكنها تؤثر في نفسية الطالب، وبالتالي تنعكس على تعلمه.
- 9- إهمال الرحلات التاريخية والثقافية ضمن برامج السياحة اللغوية، رغم أن البلدان العربية تزخر بمواقع قادرة على إثارة إعجاب الطلاب الأجانب وتعزيز دافعهم لتعلم اللغة العربية وحبها.
- 10- لا يدون كثير من الطلاب ما يتعلمونه ويضيفونه إلى لغتهم بشكل منظم، لذلك يُستحسن أن تُلزم المؤسسات المرسلة لطلابها باستخدام (ملزمة البرنامج اللغوي)، بحيث يدون فيها الطالب ما يتعلمه، ويحتفظ بها، ثم يسلمها للمؤسسة لتكون مرجعاً له عند الحاجة.

وعلى ضوء ما سبق عرضه من صعوبات وتحديات، يتبين أن معالجة هذه الإشكالات على نحو منهجي من شأنه أن يعزز فاعلية برامج السياحة اللغوية. فكلما أحسن التخطيط للبرنامج، وتكاملت عناصره التربوية والثقافية، وجرى تفعيل المتابعة والدعم اللغوي، أمكن تحقيق الأهداف المرجوة من هذه البرامج بصورة أدق. ولهذا فإن تلافي هذه الصعوبات يُعد شرطاً أساسياً لنجاح تجربة السياحة اللغوية لمتعلمي اللغة العربية من غير الناطقين بها، وبلوغ الغاية المتمثلة في تنمية كفايتهم اللغوية والتواصلية في بيئة طبيعية حية.

الخاتمة:

يتضح من خلال هذه الدراسة أن السياحة لم تعد نشاطاً ترفيهياً فحسب، بل أصبحت قطاعاً استراتيجياً يرتبط ارتباطاً وثيقاً باللغة بوصفها أداة رئيسة للتواصل والتفاعل الحضاري. وقد أظهرت الدراسة أن اللغة العربية تؤدي دوراً محورياً في دعم القطاع السياحي، من خلال تسهيل التواصل مع الزوار، وتعزيز فهمهم للثقافة العربية، ونقل الموروث الحضاري بصورة فعالة.

كما تبين أن السياحة تمثل بيئة تعليمية طبيعية تسهم في اكتساب اللغة العربية لغير الناطقين بها، حيث توفر فرصاً حقيقية للانغماس اللغوي والتفاعل المباشر مع الناطقين بها، مما يعزز كفاءة المتعلم اللغوية والتواصلية. وقد برزت السياحة اللغوية كأحد الاتجاهات الحديثة التي تجمع بين التعلم والتجربة الثقافية، وتسهم في تحقيق تعلم أكثر فاعلية واستدامة.

وفي المقابل، كشفت الدراسة عن وجود بعض التحديات التي تواجه توظيف السياحة في تعليم اللغة العربية، مما يستدعي ضرورة تطوير البرامج السياحية اللغوية وتعزيز التكامل بين المؤسسات التعليمية والسياحية.

وعليه، فإن الاستثمار في اللغة العربية في المجال السياحي يُعد خطوة استراتيجية نحو تعزيز مكانتها عالمياً، وتحقيق التنمية الاقتصادية والثقافية بما يتوافق مع متطلبات العصر.

النتائج:

- وجود علاقة تكاملية وثيقة بين السياحة واللغة في تحقيق التنمية الاقتصادية والثقافية.
- تسهم السياحة في نشر اللغة العربية وتعزيز حضورها على المستوى العالمي.
- يُعد الانغماس اللغوي الناتج عن السياحة من أكثر أساليب تعلم اللغة فاعلية.
- تؤدي اللغة دوراً محورياً في تحسين جودة الخدمات السياحية وتجربة السائح.
- تمثل السياحة اللغوية نموذجاً تعليمياً حديثاً يجمع بين التعلم النظري والتطبيق العملي.
- وجود قصور في بعض برامج السياحة اللغوية من حيث التخطيط والتنظيم.
- يسهم الاستثمار اللغوي في السياحة في دعم الاقتصاد وتنمية الموارد البشرية.

التوصيات:

- تطوير برامج السياحة اللغوية وفق أسس علمية ومنهجية واضحة.
- تعزيز استخدام اللغة العربية في المؤسسات السياحية إلى جانب اللغات الأجنبية.
- إنشاء مراكز متخصصة لتعليم اللغة العربية للسائح ضمن البرامج السياحية.
- دعم إعداد مواد تعليمية سياحية باللغة العربية، مثل الأدلة والتطبيقات والمعاجم.
- تعزيز التعاون بين المؤسسات التعليمية والقطاع السياحي لتحقيق تكامل فعال.

المصادر والمراجع:

- 1) ابن فارس، أحمد بن زكريا. (1972). معجم مقاييس اللغة (تحقيق: عبد السلام هارون). مطبعة مصطفى البابي الحلبي.
- 2) البابطين، أحمد. (2011). السياحة اللغوية: مفهوم يغير المواقف المسبقة تجاه العرب. صحيفة الاقتصادية.
- 3) جامعة الجنان، جولات مستمره في السياحة اللغوية الأسبوعية للطلاب الأتراك، مقال الكتروني، 2023م، على الرابط: <https://www.jinan.edu.lb/pages/en/news/585>
- 4) الحاج صالح، عبد الرحمن. (2007). بحوث ودراسات في اللسانيات العربية. موفم للنشر والتوزيع.
- 5) رزق، كوثر إبراهيم. (2010). الاستثمار في اللغة في ظل العولمة.
- 6) شبايكي، الجمعي. (2017). اللغة العربية لغير الناطقين بها من التعليم إلى الاكتساب.
- 7) الشيخ علي، هداية هداية إبراهيم. (2020). الانغماس اللغوي في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها. جمعية الثقافة من أجل التنمية.
- 8) طعيمة، رشدي أحمد. (2004). المهارات اللغوية: مستوياتها، تدريسها، صعوباتها. دار الفكر العربي.
- 9) طعيمة، رشدي أحمد، والناقبة، محمود. (2006). تعليم اللغة اتصالياً بين المناهج والاستراتيجيات (ط 1). منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة.
- 10) علام، أحمد عبد السميع. (2007). علم الاقتصاد السياحي (ط 1). دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
- 11) كامل، محمود. (1975). السياحة علماً وتطبيقاً. الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 12) كفاي، حسين. (1991). رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية. الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- 13) كولماس، فلوريان. (2000). اللغة والاقتصاد (ترجمة: أحمد عوض). سلسلة عالم المعرفة.
- 14) اللجنة الوطنية الأردنية للنهوض باللغة العربية. (2014). صورة اللغة العربية في وسائل الإعلام والاتصال.
- 15) مجمع الملك سلمان العالمي للغة العربية. (2025). مبادرة الانغماس اللغوي.
- 16) مراياتي، محمد. (1446هـ). اللغة والتنمية المستدامة.
- 17) المسدي، عبد السلام. (2015). التخطيط اللغوي والأمن اللغوي. مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية.