

تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة في الصين: لغة التجارة والأعمال أنموذجاً

أ.د. إبراهيم حسن الربابعة**

*ZHANG LIYUAN

تاريخ قبول البحث: 2025/8/18م

تاريخ وصول البحث: 2025/6/19م

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع تعليم اللغة العربية بشكل عام، وتعليمها للناطقين بغيرها في الصين لأغراض التجارة والأعمال بشكل خاص، مع التركيز على المشكلات والصعوبات التي تواجه هذا المجال، وتسعى إلى توضيح مفهوم التجارة والأعمال وعلاقته بالمجالات الأخرى، إضافة إلى تيسير تعلم اللغة العربية لهذا الغرض من خلال تصميم وحدات دراسية تلبي احتياجات الدارسين، وتعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تطبيق أدوات البحث.

وبيّنت النتائج الأهمية المتزايدة لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة، لاسيما في السياق الصيني، حيث يشهد التعاون التجاري والاقتصادي بين الصين والدول العربية نمواً ملحوظاً. وقد أظهرت الدراسة أنّ تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال يتطلب استراتيجيات تعليمية متخصصة تأخذ بعين الاعتبار حاجات المتعلمين والبيئة المهنية التي سيوظفون فيها اللغة، وتسعى هذه الدراسة إلى تصميم مقرر متخصص في تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال، يجمع بين المهارات اللغوية الأساسية والمضامين التجارية، إضافة إلى أنها تقدم إطاراً تدريبياً متكاملًا؛ يمكن اعتماده مرجعاً لتطوير مقررات تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة، مع التركيز على تنمية مهارات التواصل واللغة الوظيفية التي يحتاجها الطالب الصيني في بيئة العمل التجارية في الدول العربية، وتوصي الدراسة بزيادة عدد الجلسات التطبيقية، ودمج سيناريوهات واقعية أكثر فاعلية؛ لتعزيز جاهزية الطلبة لمواقف الأعمال الحقيقية، إضافة إلى توفير قاموس متخصص بالمفردات والعبارات التجارية المستخدمة في بيئة الأعمال العربية، علاوة على تأمين نماذج عملية للمراسلات التجارية والتفاوض. الكلمات المفتاحية: تعليم اللغة العربية- الناطقين بغيرها، أغراض خاصة، الصين، التجارة والأعمال.

* باحثة.

** أستاذ دكتور، قسم اللغة العربية وآدابها، الجامعة الأردنية.

Teaching Arabic to Non-Native Speakers for Specific Purposes in China: Trade and Business Language Model

Abstract

This study aims to shed light on the reality of teaching Arabic language in general, and teaching it to non-native speakers in China for trade and business purposes in particular, focusing on the problems and difficulties facing this field. It seeks to clarify the concept of trade and business and its relationship with other fields, in addition to facilitating the learning of Arabic for this purpose by designing study units that meet the learners' needs. The study adopts the descriptive-analytical approach in applying research tools.

The results highlighted the growing importance of teaching Arabic to non-native speakers for specific purposes, especially in the Chinese context, where trade and economic cooperation between China and Arab countries is witnessing remarkable growth. The study showed that teaching Arabic for trade and business purposes requires specialized teaching strategies that take into account the learners' needs and the professional environment in which they will use the language. This study seeks to design a specialized course in teaching Arabic for trade and business purposes, combining basic language skills and commercial content.

The study presents an integrated teaching framework that can be adopted as a reference for developing Arabic courses for specific purposes, with a focus on developing communication skills and functional language that Chinese students need in the Arab business environment. The study recommends increasing practical sessions, integrating more complex real-life scenarios to enhance students' readiness for actual business situations, providing a specialized dictionary of business vocabulary and phrases used in the Arab business environment, and securing practical models for business correspondence and negotiation.

Keywords: Teaching Arabic as a Foreign Language, Specific Purposes, China, Trade and Business.

مقدمة الدراسة:

يشهد العالم تطورات متسارعة في مجالات العلوم والتكنولوجيا والاقتصاد؛ ما أدى إلى ازدياد التفاعل بين الشعوب وتنامي الاهتمام باللغات بوصفها تشكّل جسراً للتواصل والتبادل الثقافي والمعرفي، وتعد اللغة العربية من بين اللغات ذات المكانة العالمية المرموقة؛ إذ تحظى بالاعتراف كونها لغة رسمية في العديد من المنظمات الدولية، فضلاً عن أهميتها الدينية والثقافية والاقتصادية.

ويُعَدُّ تعليم العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة أحد الاتجاهات الحديثة في مجال تعليم اللغات؛ حيث يركز على تلبية حاجات المتعلمين وفقاً للسياقات التي تستدعي استخدام اللغة، ومن بينها المجالات المهنية، مثل التجارة والأعمال، ويرتكز هذا النوع من التعليم على البيئة التعليمية وما تتضمنه من أبعاد اجتماعية وثقافية واقتصادية؛ إذ تؤثر هذه العوامل في الأغراض المحددة لاكتساب اللغة وتوظيفها في الممارسة العملية.

وفي ظل التنامي الاقتصادي والتجاري بين الدول العربية والصين، برزت الحاجة المتزايدة إلى تعلّم العربية لأغراض تجارية، لا سيما بعد إطلاق مبادرة الحزام والطريق عام ألفين وثلاثة عشر، التي عززت التعاون التجاري والثقافي بين الجانبين، وقد أسهم ذلك في جعل الصين ثاني أكبر شريك تجاري للدول العربية؛ ما خلق طلباً متزايداً على تعلم العربية في المجالات الاقتصادية والتجارية.

وانطلاقاً من هذا الواقع؛ فتسعى هذه الدراسة إلى استكشاف واقع تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين، مع التركيز على لغة التجارة والأعمال، وتحليل الصعوبات التي يواجهها الدارسون في هذا المجال، وتحديد احتياجاتهم اللغوية، والعمل على تطوير استراتيجيات تعليمية تُلبّي هذه الاحتياجات، وتدعم الكفاية اللغوية المطلوبة في البيئات التجارية.

مشكلة الدراسة:

يرتبط التقدم العلمي وما يرافقه من اكتشافات واختراعات بتنامي مستوى التواصل بين دول العالم، وتزايد انفتاح ثقافات بعضها على بعض، إلى جانب تنامي الاهتمام بلغات الشعوب المختلفة، وتُعتبر اللغة العربية من أبرز اللغات الحيّة التي تحظى بمكانة مرموقة بين لغات العالم؛ إذ أُدرجت بين اللغات الرسمية عالمياً، وقد تنوّعت الدوافع التي أسهمت في تعزيز الاهتمام العالمي بها، سواء أكانت دينية أم ثقافية أم سياسية أم اقتصادية أم تجارية أم حضارية أم أدبية.

ويُمثّل تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة فرعاً مهماً من برامج تعليم العربية للناطقين بغيرها، حيث يُصمّم هذا النوع من التعليم بما يتوافق والغرض الأساس من تعلّم اللغة، وما يتضمنه من عناصر البيئة التعليمية التعليمية، بما في ذلك الأبعاد الاجتماعية والثقافية، التي يمكن أن تؤثر بشكل مباشر في تحديد أهداف التعليم ومضامينه.

وفي ظل هذا التوسّع في العلاقات التجارية والإقبال المتنامي من المواطنين الصينيين على تعلّم اللغة العربية؛ فبرزت الحاجة إلى دراسة علمية تتناول تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين، مع التركيز على لغة التجارة والأعمال بوصفها نموذجاً تطبيقياً، وتهدف هذه الدراسة الوقوف على أبرز التحديات التي تواجه الدارسين في هذا المجال، إلى جانب التعرف إلى احتياجاتهم اللغوية وفق الأهداف المتخصصة، والعمل على تطوير استراتيجيات وطرائق تعليمية فاعلة؛ لتحقيق هذه الأهداف، وتهدف أيضاً إلى دعم جهود تأهيل معلمي العربية للناطقين بغيرها في الصين، بما يعزز قدرتهم على تقديم تعليم متخصص يستجيب لحاجات المتعلمين في مجالات التجارة والأعمال.

أهمية الدراسة:

تنبع الأهمية النظرية للدراسة من ندرة البحوث التي تناولت تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة في السياق الصيني- وذلك في حدود اطلاع الباحثين- وتكتسب الدراسة أهميتها من خلال تركيزها على لغة التجارة والأعمال بوصفها نموذجاً لتعليم العربية لأغراض خاصة، وهو مجال لم ينل ما يستحقه من الدراسة والبحث في الأدبيات العربية الحديثة، وتسهم هذه الدراسة في إغناء المعرفة النظرية المتعلقة بمفاهيم تعليم اللغة لأغراض خاصة، وخصائص المتعلمين في هذا المجال، وربط تلك الجوانب بالواقع اللغوي والاقتصادي المتغير في الصين، وتتجلى الأهمية العملية للدراسة في سعيها إلى رصد واقع تعليم اللغة العربية لأغراض تجارية ومهنية في الصين، وتسلط الضوء على أبرز التحديات والمشكلات التي تواجه الدارسين في هذا المجال وتظهر أهميتها- أيضاً- في مجال تحليل وتطوير الاستراتيجيات والطرائق التدريسية التي يعتمد عليها المعلمون داخل الصفوف التعليمية وخارجها، بما يساهم في الارتقاء بجودة التعليم وتلبية الاحتياجات الفعلية للمتعلمين، إضافة إلى أهميتها في تطوير المناهج لتكون أكثر تكيفاً مع متطلبات سوق العمل والعصر الرقمي، حسب دعوات الباحثين والمختصين في ذلك، وهو ما

يجعل هذه الدراسة دراسة عملية؛ تسهم في توجيه الخطط التعليمية نحو المزيد من التخصصية والفاعلية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

بيان أبرز الصعوبات والمشكلات التي تواجه تعلم اللغة العربية وتعليمها لأغراض خاصة في السياق الصيني: لغة التجارة والأعمال نموذجًا.

1. الكشف عن الاستراتيجيات الملائمة لتعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني

2. تحديد معايير تعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني.

3. تحديد معايير مقرر تعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني.

4. توضيح أهم الحاجات الأساسية لتعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني.

أسئلة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما أبرز الصعوبات والمشكلات التي تواجه تعلم اللغة العربية وتعليمها لأغراض خاصة في السياق الصيني: لغة التجارة والأعمال نموذجًا؟

2. ما أبرز الاستراتيجيات الملائمة لتعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني؟

3. ما معايير تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني؟

4. ما معايير مقرر تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني؟

5. ما الحاجات الأساسية لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني؟

الدراسات السابقة:

دراسة عنقاوي، عبد العزيز علي عبد العزيز، (2015) بعنوان: تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال أنموذجًا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى واقع تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة

مع التركيز على تعليمها لأغراض التجارة وإدارة الأعمال، حيث أظهرت هذه الدراسة أهم الطرق التعليمية المستخدمة في الأغراض الخاصة ومفاهيمها، ونظريات نشوئها واختلافاتها عن تعليم العربية للناطقين بغيرها للحياة، والمشكلات التي تواجه تعليمها باللغة العربية، وتناولت هذه الدراسة مفهوم التجارة وإدارة الأعمال وموضوعاتها وتعليمها، وأعد الباحث استبانة شملت موضوعات التجارة الرئيسية، والمهارات الرئيسة لتعلم اللغة، واحتوت المهارات الفرعية للمهارات الرئيسة التي يحتاجها الطلبة في تعلمهم للغة العربية، مثل مهارة المحادثة والتواصل وموضوع تفهم العادات والتقاليد العربية أولى الاحتياجات، وأخيرًا احتوت الدراسة وحدة دراسية تطبيقية للطلبة الذين يدرسون اللغة العربية من أجل غرض التجارة وإدارة الأعمال، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات تمثلت في ضرورة وضع أسس لتحليل أغراض التعليم لغرض خاص، وبينت تعدد المهارات التي يحتاج إليها هؤلاء الطلبة، والحاجة إلى تنسيق الجهود في هذا المجال لتسهيل البحث فيه، والعمل على إيجاد قاعدة للبيانات العربية في اللغة العربية لتعليم اللغة لأغراض خاصة في المجالات الحديثة كافة هذا المجال.

دراسة الرشدان، خالد أحمد صالح، (2017) بعنوان: تعليم العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة: لغة التسوق أنموذجًا

تناولت الدراسة تعليم العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة لغة التسوق أنموذجًا، وتهدف إلى بيان الاختلافات بين برنامج تعليم العربية للحياة وتعليمها لأغراض خاصة، وأهمية الحصيلة اللغوية في التواصل في مواقف التسوق الضرورية لتلبية حاجاتهم في مجال التسوق، وفهم المصطلحات والمفاهيم المستخدمة في التسوق، ومحاولة الابتعاد عن استخدام اللغة الوسيطة في مجال التسوق خاصة في المستويات المتوسطة والمتقدمة، والاهتمام بتقديم العادات الاجتماعية والثقافية وفق المهارات اللغوية الأربع، وتكوين القدرة على الاستفسار عن جميع القضايا الأساسية في التسوق.

وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج والتوصيات تمثلت في وجود اختلافات جوهرية بين تعليم العربية للحياة وتعليمها لأغراض خاصة، واستنتج الباحث أسباب قصور برامج تعليم العربية لأغراض خاصة ومشكلاتها، وأهمية المنهج التواصل في غرض التسوق الخاص، وحصر المفردات والتراكيب اللغوية الشائعة في مواقف التسوق الخاص واستثمارها.

دراسة (ينغ، بي ليانغ، 2018) بعنوان: تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة في الصين: الواقع والمستقبل.

حيث تناولت الدراسة واقع تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين، مسلطة الضوء على التحديات التي تواجه هذا النوع من التعليم، والفرص المتاحة لتطويره مستقبلاً، انطلق الباحث من تحليل السياق العام لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، مع التركيز على التعليم الموجه لأغراض مهنية وتخصصية، مثل التجارة، والسياحة، والعلاقات الدولية، استعرض البحث التجارب الحالية في الجامعات الصينية، وأظهر قصور المناهج التعليمية التقليدية في تلبية الحاجات العملية للمتعلمين، مشيراً إلى غياب التخصصات الدقيقة ونقص الكفاءات البشرية المتخصصة في هذا المجال، و ناقش البحث أهمية التعاون بين المؤسسات الأكاديمية الصينية والعربية لتطوير البرامج والمناهج التعليمية، واقترح استراتيجيات فعالة لربط تعليم اللغة باحتياجات سوق العمل، وأوصت الدراسة بتبني رؤية مستقبلية قائمة على التكامل بين الجوانب اللغوية والتخصصية، بما يساهم في تعزيز مكانة اللغة العربية في الصين ضمن مسارات التنمية الاقتصادية والثقافية.

دراسة (سو تشو تينغ، 2022) بعنوان: تصميم منهج لتعليم اللغة العربية لأغراض تجارية خاصة في الصين.

هدفت الدراسة إلى تصميم منهج لتعليم اللغة العربية لأغراض تجارية خاصة في الصين وتقديم اقتراحات لبرنامج تعليم اللغة العربية لأغراض تجارية من خلال مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الموضوع، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي، واعتمدت الدراسة على استبانة لمعرفة آراء العينة التي تمثلت في مئة وخمسين استبياناً، وتوصلت الدراسة إلى تصميم الدروس المناسبة لأغراض تجارية؛ وهي ترتيب حاجات المتعلمين، والاهتمام بوضع الكلمات والعبارات المتخصصة بمجال التجارة في محتوى المنهج، وتصميم درس الحوار الذي يدرّب الطلبة على التحدث باللغة العربية بطلاقة، ووضع الترجمة بين اللغتين الصينية والعربية كلمات وجمل في محتوى المنهج، بالإضافة إلى وضع القصص التي تعرف العادات والتقاليد والثقافة العربية الإسلامية في مجال التجارة في محتوى المنهج لجذب انتباه الطلبة، كما أوصت الدراسة بالاهتمام بتدريس اللغة العربية من حيث المهارات الأربع: الاستماع الكلام القراءة والكتابة، والاهتمام ببناء برنامج تعليم اللغة العربية للأغراض التجارية في الصين علمياً ومهنيّاً وتأليف كتب تعليم اللغة العربية للعاملين الصينيين التي تناسب مجالاتهم المختلفة.

دراسة سليمان، موسى عزت خليل، (2024) بعنوان: منهج مقترح لتعليم اللغة العربية التجارية للعاملين الصينيين في مجال التجارة وتحديد المنهج المناسب لهم هدفت الدراسة الحالية إلى وضع مقترح لمنهج تعليمي للغة العربية لأغراض تجارية لتجار صينيين حضروا إلى الأردن بهدف التجارة؛ وذلك من خلال الاطلاع على الأبحاث السابقة في هذا المجال، ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم جمع البيانات من خلال أداة الدراسة: الاستبانة، والمقابلة للتوصل إلى النتائج التي طبقت على (55) معلماً من معلمي النور والاستقلال، بالإضافة إلى خمسة معلمين ناطقين باللغة العربية ويتقنون اللغة الصينية والإنكليزية في عمان، بعد إجراء المقابلات معهم فقد قام (55) معلماً بتعبئة استبانة أعدت لهذا الغرض، واعتمدت الدراسة على معرفة آراء العينة التي تمثلت في مقابلة المعلمين وأجوبة الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى تصميم الدروس المناسبة لأغراض تجارية لترتيب حاجات المتعلمين والاهتمام بوضع الكلمات والعبارات المتخصصة في مجال التجارة في محتوى المنهج، وتصميم درس الحوار الذي يُدرَّب الطلبة على التحدث باللغة العربية بطلاقة ووضع الترجمة بين اللغتين الصينية والعربية كلمات وجمل في محتوى المنهج، بالإضافة إلى وضع القصص التي تعرف العادات والتقاليد والثقافة العربية الإسلامية في مجال التجارة في محتوى المنهج لجذب انتباه الطلبة، واقتُرحت الدراسة الاهتمام بتطوير المهارات الأربعة: الكتابة والقراءة، والكلام، والاستماع، وبناء برنامج تعليمي يُلبّي احتياجات الطلبة الصينيين، سواء أكانوا يدرسون لأغراض مهنية أم أكاديمية، وكذلك تأليف كتب للصينيين تتناسب مع اهتماماتهم ومجالاتهم.

دراسة (Zhang, shuangshuang, 2024) بعنوان: تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة في الصين: لغة الترجمة أنموذجاً.

تهدف الدراسة إلى مقارنة تجارب تعليم اللغة العربية للأغراض الخاصة في الصين مع التجارب الأردنية والتجارب الأمريكية، وتحليل دوافع الدارسين الذين يختارون تعلم اللغة العربية بغرض الترجمة، وأبرز الصعوبات التي تواجه تعليم اللغة العربية لغرض الترجمة في الصين، وتقديم تعريف الترجمة وتصنيف الترجمة، وتسلط الدراسة الضوء على خطوات الترجمة بين الصينية والعربية، وأهم صفات المترجم الناجح، وتحلل كتاب الترجمة العربية الذي تستخدمه الجامعات الصينية لتقديم وعرض كيفية تدريس اللغة العربية لأغراض خاصة (لغة الترجمة) في الصين،

ثم تشير إلى ما يجب أن يفعله المعلمون، وما الصفات التي يجب أن يتمتعوا بها، ومن ثم تصميم الدرس النموذجي التطبيقي والاختبارات النموذجية في تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين، لغة الترجمة.

ساعدت الدراسة طلبة الناطقين بغير العربية على الاطلاع على مواقع وحيثيات برامج تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة متعلقة بالترجمة في الصين، ومعرفة تاريخ الترجمة من العربية إلى الصينية والعكس في الصين وعملية الترجمة بين العربية والصينية، وفهم المحتويات التعليمية والنموذج التعليمي لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة في الصين: اللغة الترجمة.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تناولها تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين، لغة التجارة والأعمال الذي لم تتناوله الدراسات السابقة، ومن المؤمل أن تضيف هذه الدراسة نفعاً في مجال تعليم العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة.

منهجية البحث:

تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأداة العلمية الأنسب لطبيعة الموضوع؛ إذ يتيح هذا المنهج للباحثين وصف واقع تعليم اللغة العربية لأغراض تجارية ومهنية في السياق الصيني، وتحليل عناصره ومكوناته بدقة، وذلك من خلال تتبع البرامج التعليمية، وخصائص المتعلمين، وطرائق التدريس المتبعة، والصعوبات التي تواجه كلاً من المعلم والمتعلم. تطوير التجارة والأعمال الصينية - العربية

امتد تاريخ التجارة بين الصين والعالم العربي لآلاف السنين، وشملت التجارة البرية والبحرية، والتبادل الثقافي، والصلات السياسية في أبعاد متعددة، مما يعكس الروابط العميقة بين الصين والعالم العربي؛ فمنذ منذ العصور القديمة كانت التجارة جسراً مهماً للتواصل بين الجانبين، وشهدت تطوراً وتوسعاً مستمراً مع مرور الزمن.

لقد قرر الخليفة المنصور بناء عاصمة جديدة في بغداد بعد تأسيس الدولة العباسية حيث قال: "هذا موقع مبارك، ليس بيننا وبين الصين حائل، وهذه دجلة، تقيء إلينا فيها كل شيء من البحر."⁽¹⁾

⁽¹⁾ وفقاً للسجلات التاريخية، فإنه خلال الفترة الممتدة من السنة الثانية من عهد يونغ هوي (651م) وحتى السنة الرابعة عشرة من عهد تشنغ يوان (798م)، أرسلت الدولة العباسية (37) بعثة دبلوماسية إلى الصين، وربما كانت هناك بعثات أخرى لم يتم توثيقها، وشهدت هذه الحقبة

ازدهارًا كبيرًا في حركة الملاحة البحرية بين الجانبين؛ حيث كانت مدن مثل تشوانتشو (Quanzhou)، وهانغتشو (Hangzhou)، وقوانغتشو (Guangzhou) في الصين من أهم الموانئ الدولية التي ترسو فيها السفن العربية، وبفضل التبادل التجاري طويل الأمد، استقر في هذه المدن عدد كبير من التجار العرب، وفي الوقت نفسه، أبحرت السفن الصينية إلى موانئ عربية، مثل عُمان والبصرة وبغداد؛ مما عزز التواصل التجاري والثقافي بين الحضارتين⁽²⁾.

أما بين القرنين السابع والتاسع؛ فقد وصلت آثار التجار المسلمين إلى الصين عبر الطرق البرية والبحرية من الشرق، ووصلوا إلى زنجبار، وإلى أبعد سواحل جنوب أفريقيا من الجنوب، وإلى روسيا من الشمال، وبينما كانت الأمواج العاتية للمحيط الأطلسي؛ البحر الأسود، في الغرب تعوق تقدمهم، فقد كانت التقارير التي قدمها التجار العائدون تثير اهتمامًا عامًا حول الأراضي والشعوب البعيدة، ومن بين هؤلاء كان التاجر سليمان من ميناء سيراف في الخليج الفارسي، الذي زار أقصى الشرق في عام (851م)، وكتب مجهول رحلة سليمان استنادًا إلى ملحوظاته، وهذا هو أول تقرير عربي نملكه حول مناطق سواحل الصين والهند، وأخبرنا سليمان أن الصينيين كانوا يستخدمون بصمات أصابعهم بوصفها وسيلة للتوقيع⁽³⁾؛ ففي عهد أسرة تانغ كان النقل البري بين الصين والعرب مزدهرًا، حيث كانت الطريق الممتدة من العرب عبر سمرقند إلى الصين سالكة وغير معوقة⁽⁴⁾.

وعلى حد سواء؛ فقد كانت طريق الحرير البرية، وطريق التوابل البحرية، قد أسهمت في تعزيز وازدهار التبادلات التجارية بين الصين والعرب، وكان لهما تأثير كبير في العلاقات التجارية بينهما، وعلى التبادل الثقافي بين الحضارتين.

ازدادت أعداد التجار العرب القادمين إلى الصين في عهد أسرة سونغ، بشكل ملحوظ، وكانت السفن الصينية تسافر بانتظام إلى مصب نهر الفرات، وعدن، وغيرها من الأماكن، ومن السلع التي كانت الصين تصدرها إلى الدول العربية: الخزف، والحرير، والذهب، والفضة، والحديد، والسيوف، وغيرها، بينما كانت السلع التي كانت العرب تصدرها إلى الصين تشمل: الأدوية، والبخور، والعنبر، وقرون وحيد القرن، والعاج، وانتقلت المعرفة العربية في مجال الطب إلى الصين، بينما نقلت الصين إلى العرب اختراعات، مثل البارود والبوصلة، وفي فترة حكم أسرة سونغ-وبسبب الاضطرابات في ممر هوانغهي الغربية-أصبحت حركة التجارة والنقل البحري أكثر ازدهارًا⁽⁵⁾.

في عهد أسرة يوان⁽⁶⁾، استمرت العلاقات التجارية بين الصين والعالم العربي في التطور والازدهار، وكان هناك عدد كبير من التجار العرب الذين قدموا إلى الصين، ولم يقتصر قدومهم على آسيا فقط، بل شمل -أيضاً- مناطق من أفريقيا، فقد نشط العديد من كبار التجار وأصحاب الثروات في المدن الكبرى بالصين، فعلى سبيل المثال، كان هناك في مدينة قوانغتشو⁽⁷⁾ رجل عراقي يدعى أوحّد الدين، عُرف بثرائه، وكان يعمل قاضيًا في الشريعة الإسلامية وشيخًا أيضًا، أما في مدينة هانغتشو⁽⁸⁾، فقد استقر التاجر المصري الكبير عثمان، الذي قام ببناء مسجد كبير لخدمة المسلمين المحليين، وبرز قوام الدين -وهو مالك سفينة عربي من تطوان بالمغرب⁽⁹⁾- بمهارته في إدارة الأموال، وكان يتمتع بثروة هائلة.

أما أحد أبرز الأحداث في التبادل بين الصين والعالم العربي في عهد أسرة يوان، فقد تمثل في زيارة الرحالة العربي الشهير ابن بطوطة⁽¹⁰⁾ للصين. وبعد عودته إلى وطنه، قام بتأليف كتابه الشهير رحلة ابن بطوطة، حيث قدّم فيه وصفًا تفصيليًا عن مشاهداته وتجربته في الصين، والعديد من البلدان والمناطق الأخرى.

أما من القرن الخامس عشر إلى أوائل القرن العشرين، وعلى الرغم مما شهدته التجارة الصينية-العربية من اضطرابات سياسية، وقيود سياسية، وتغيرات جغرافية، فإنها حافظت على قدر من الاستمرارية، ومن خلال القنوات الدبلوماسية الرسمية، والتبادلات التجارية الشعبية، ورحلات الحج التي يقوم بها المسلمون، لم تقتصر العلاقات بين الصين والعالم العربي على تبادل السلع المادية، بل امتدت -أيضاً- إلى مستويات ثقافية ودينية، مما أسهم في الحفاظ على روابط عميقة وطويلة الأمد بين الجانبين⁽¹¹⁾.

في أوائل القرن العشرين، وبعد أن تأثرت التجارة الصينية العربية سلبياً بتوسع الاستعمار في أواخر القرن التاسع عشر، بدأت هذه التجارة تستعيد نشاطها وتوسعها تدريجياً، على الرغم من التأثيرات العميقة للاستعمار على الأنشطة الاقتصادية في الشرق الأوسط والصين، إلا أنه مع تخفيف التوترات الدولية، أعاد التجار الصينيون والعرب إحياء الروابط التجارية عبر الطرق البحرية التقليدية؛ ففي تلك الفترة، تنوعت السلع المتبادلة بين الجانبين؛ حيث صدرت الدول العربية إلى الصين موارد مهمة، مثل النفط والقطن، بينما صدرت الصين منتجاتها التقليدية المميزة، مثل الحرير والخزف والشاي، التي حظيت بقبول واسع في الأسواق العربية، ولم يسهم هذا الانتعاش التجاري (التجارية في تعزيز التبادل الاقتصادي الثنائي فحسب؛ بل وضعت -أيضاً- أسساً للتفاعل الثقافي والتعاون المستدام بين الجانبين⁽¹²⁾).

عُقد مؤتمر باندونغ⁽¹³⁾ عام (1955)، وكان لحظة تاريخية شهدت فيها الصين والدول العربية إقامة أولى الروابط السياسية والاقتصادية على الساحة الدولية؛ حيث جمع هذا المؤتمر العديد من الدول المستقلة حديثاً في آسيا وأفريقيا بهدف تعزيز الوحدة والتعاون ومناهضة الاستعمار والاستغلال الاقتصادي، تبادلت الصين والدول العربية احتياجاتهما التنموية ورؤى التعاون خلال منصة المؤتمر، مما وضع أساساً متيناً لعلاقاتهما الثنائية، وبعد المؤتمر، بدأ الجانبان في تعميق التفاهم المتبادل، وأطلقا فصلاً جديداً من التعاون في المجالات الاقتصادية والسياسية، مما مهّد الطريق لنمو العلاقات الثنائية في المستقبل.

ومع دخول عقد الثمانينيات من القرن العشرين، شرعت الصين في تنفيذ سياسة الإصلاح والانفتاح، مما أعطى دفعة قوية للتنمية الاقتصادية المحلية، وخلق فرصاً جديدة للتعاون الاقتصادي والتجاري بين الصين والدول العربية، وفي هذه الفترة شهد حجم التجارة بين الجانبين نمواً سريعاً، وأصبحت الدول العربية مصدراً رئيساً للطاقة والمواد الخام للصين، لا سيما في قطاع النفط، حيث تعمق التعاون بشكل ملحوظ. وفي المقابل، غزت المنتجات الصينية الخفيفة الأسواق العربية بفضل جودتها وأسعارها المناسبة، ملبية احتياجات السكان المحليين⁽¹⁴⁾.

منذ بداية القرن الواحد والعشرين، دخلت العلاقات الصينية العربية مرحلة جديدة من التعاون العميق والمستدام؛ حيث أصبحت الطاقة ومبادرة الحزام والطريق الخطوط الرئيسة لهذا التعاون، وفي عام (2004) تم تأسيس منتدى التعاون بين الصين والدول العربية (CASC)⁽¹⁵⁾، ليكون آلية مهمة لتعزيز التعاون بين الجانبين في مجالات الاقتصاد والثقافة والتجارة، وقد أسهم المنتدى في إنشاء منصة حوار منتظمة بين الصين والدول العربية، مما دفع إلى تنسيق السياسات وتعزيز التعاون العملي، وأسهم في تحقيق نمو سريع في حجم التجارة الثنائية في فترة زمنية قصيرة، ومن خلال هذا المنتدى، تعززت الروابط بين الجانبين في مجالات الطاقة والاستثمار والتبادل الثقافي.

وفي عام (2013)، أحدثت مبادرة الحزام والطريق تحفيزاً جديداً للتعاون التجاري بين الصين والدول العربية، وبفضل موقعها الجغرافي الفريد ومواردها الطبيعية، أصبحت الدول العربية نقاطاً استراتيجية على طول الحزام والطريق. وفي إطار هذه المبادرة، بدأ الجانبان في تنفيذ مشاريع ضخمة في مجالات البنية التحتية والنقل اللوجستي وتطوير الطاقة، وقدمت الصين

دعمًا كبيرًا للدول العربية من خلال بناء الموانئ والطرق السريعة والمناطق الصناعية، مما أسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية المحلية، وفي المقابل، ضمنت الدول العربية عبر تصدير النفط والغاز تأمين احتياجات الصين من الطاقة، وتم تأسيس سلسلة من المناطق الحرة والممرات الاقتصادية، مما سمح بتبادل الموارد وتحقيق المنافع المتبادلة⁽¹⁶⁾.

وفي عام (2022)، مثّلت قمة الصين والدول العربية نقطة تحول مهمّة في مسار التعاون بين الجانبين؛ ففي هذه القمة، قدمت الصين خططًا محددة لتعزيز التعاون مع الدول العربية في مجالات الطاقة والاقتصاد الأخضر والتكنولوجيا، وقد تعهد الجانبان بالتعاون المشترك لمواجهة تحديات التحول العالمي في قطاع الطاقة، والعمل معًا في مجالات تطوير الطاقة النظيفة، وتقنيات تقليل الانبعاثات الكربونية، والطاقة المتجددة، ودعمت الصين الدول العربية في تطوير اقتصادها الرقمي والصناعات التكنولوجية المتقدمة، وتعزيز التعاون في مجالات، مثل الذكاء الاصطناعي، والبيانات الكبيرة، والمدن الذكية، ولم تقتصر القمة على تحديد مجالات التعاون المستقبلية، بل وضعت -أيضًا- خارطة طريق لتوجيه العلاقات بين الصين والدول العربية نحو التنمية المستدامة⁽¹⁷⁾.

اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين: لغة التجارة والأعمال:

تعريف التجارة وإدارة الأعمال:

لا يقتصر مفهوم التجارة وإدارة الأعمال على الأبعاد السياسية والقانونية والاقتصادية فحسب؛ بل يمتد ليشمل المجال التعليمي؛ حيث أصبح عنصرًا جوهريًا في تأهيل الكفايات المتقدمة وتنمية المهارات المتخصصة.

تُعدّ التجارة أحد الأنشطة الاقتصادية التي مارسها الإنسان منذ العصور القديمة، حيث تتمحور حول عمليات البيع والشراء، وتمثل التجارة عنصرًا أساسيًا في الحياة الاقتصادية؛ فقد أسهمت في تبادل السلع والخدمات بين الأفراد والمجتمعات، ومع التطورات التي شهدتها الحضارة الإنسانية، شهدت التجارة تطورًا تدريجيًا؛ ما أدى إلى توسيع نطاقها ليشمل التعاملات بين الدول، مما أدى إلى نشوء مفهوم التجارة الدولية⁽¹⁸⁾.

فالتجارة الدولية بالإنجليزية (International Trade) تشير إلى عملية تبادل السلع والخدمات وعناصر الإنتاج المختلفة بين الدول، بهدف تحقيق منافع متبادلة بين أطراف المعاملة التجارية⁽¹⁹⁾.

أما الإدارة (Management)؛ فهي وظيفة تنفيذ الأعمال عن طريق الآخرين باستخدام التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، وذلك من أجل تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة وفعالية، مع مراعاة مؤثرات البيئة الداخلية والخارجية⁽²⁰⁾.

إذن، تُعدُّ العلاقة بين التجارة الدولية والإدارة تكاملية وأساسية؛ حيث تمثل الإدارة عنصراً محورياً في تنظيم وتوجيه الأنشطة المرتبطة بالتجارة الدولية لضمان تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، وتؤدي الإدارة دوراً جوهرياً في تخطيط استراتيجيات التبادل التجاري، إضافة إلى تنسيق العمليات المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات وتوزيعها عبر الحدود الدولية، وتسهم في إدارة الموارد البشرية والمادية والمالية لضمان انسيابية العمليات التجارية، مع مراعاة التحديات الناشئة عن البيئات الداخلية والخارجية التي تتسم بالتغير المستمر. ويعتقد الباحثان أنه من خلال فهم تعريفات التجارة الدولية والإدارة وعلاقتها المتبادلة، يمكن للطلبة تعزيز فهمهم للسياق الفعلي وتطبيقات تعلم اللغة الأجنبية الثانية لأغراض التجارة وإدارة الأعمال.

خصائص تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين: لغة التجارة والأعمال:

تزداد أهمية اللغة التجارية بشكل ملحوظ؛ وذلك مع النمو المستمر للعلاقات الاقتصادية والتجارية بين الصين والدول العربية، فإتقان اللغة العربية في المجال التجاري لا يسهم فقط في تجاوز حاجز اللغة، بل يعزز -أيضاً- التواصل والتعاون بين الجانبين، ونتيجة لذلك، يتزايد اهتمام الطلبة الصينيين بتعلم اللغة العربية لأغراض تجارية؛ حيث أصبحت الكفاية اللغوية عنصراً استراتيجياً لا غنى عنه في تعزيز الشراكات الاقتصادية والتجارية بين الصين والعالم العربي.

منذ تأسيس جامعة بكين⁽²¹⁾ لتخصص اللغة العربية عام (1946)، شهد هذا التخصص في الجامعات الصينية تطوراً مستمراً على مدى ما يقارب سبعين عاماً، وخلال هذه المدة، تحقق تقدم ملموس في مختلف الجوانب التعليمية، بما في ذلك تطوير المناهج الدراسية، وإعداد المواد التعليمية، واستكشاف أساليب تدريس مبتكرة، وتصميم آليات تقييم فعالة، وقد أسهمت هذه الجهود في بناء منظومة تعليمية متكاملة تتميز بالشمولية والطابع المهني المتميز، وفي مطلع القرن الجديد، بدأت الجامعات الصينية الكبرى التي تقدم تخصص اللغة العربية في دمج اللغة العربية

مع أحد فروع العلوم الأخرى، لتشكيل نموذج تربوي: العربية والاتجاه التخصصي، والذي يشمل من بين هذه النماذج التربوية: اللغة العربية واتجاه التجارة الدولية⁽²²⁾. على سبيل المثال، توفر جامعة الاقتصاد والتجارة الدولية للطلبة، إلى جانب مواد تخصص اللغة العربية، خيار دراسة للغة العربية واتجاه التجارة الدولية، بالإضافة إلى تضمين مهارات اللغة العربية ومعارف الأعمال الدولية في مناهج تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال في الصين، تتميز هذه البرامج بخصائص بارزة أخرى تستحق الذكر، فمثلاً في سياق تعميق العلاقات الاقتصادية والتجارية بين الصين والدول العربية، ومن خلال التركيز على تلبية الاحتياجات الفعلية للتعاون الاقتصادي والتجاري بين الصين والدول العربية، يُعد من أبرز خصائص تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال في الصين أنها تعكس الطابع الصيني المميز⁽²³⁾.

أهداف تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين - لغة التجارة والأعمال:

يُشير تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال إلى منهج تعليمي يستند في أهدافه ومحتواه وأساليب تدريسه إلى اللغة والمهارات التجارية اللازمة لرجال الأعمال والمهتمين بمجال التجارة والأعمال باللغة العربية، ويعتمد هذا النهج على تحليل مسبق لاحتياجات الدارسين وأهدافهم، مما يضمن تزويدهم بالمعارف والمهارات اللغوية المتخصصة التي تلي متطلبات البيئة التجارية والاقتصادية⁽²⁴⁾.

واستناداً إلى تحليل خصائص تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال؛ فيتضح أنّ هذا البرنامج يهدف إلى إعداد كوادر دولية متعددة التخصصات، مجهزة بالمعرفة والمهارات اللازمة في مجالات متنوعة، ولا يقتصر الأمر على ضرورة امتلاك هؤلاء الكوادر أساساً لغوياً قوياً في اللغة العربية، بل يتطلب أيضاً -إلماً منهجياً بالمفاهيم الاقتصادية، وفهماً عميقاً للتجارة الدولية، كما يجب أن يكون لديهم دراية شاملة بالثقافة العربية الإسلامية ومعرفة دقيقة بأوضاع الدول العربية، وبذلك، يصبحون قادرين على المساهمة الفعالة في تعزيز التبادلات الاقتصادية والتجارية بين الصين والدول العربية، والإسهام الفعال في تطوير العلاقات الثنائية بشكل ملموس.

أما بالنسبة للطلبة في المراحل الدراسية المختلفة؛ فإن أهداف تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال تختلف تبعاً لذلك، ويمكن تقسيم هذه الأهداف إلى ثلاثة مستويات: المستوى

المبتدئ، والمستوى المتوسط، والمستوى المتقدم⁽²⁵⁾، وتختلف أهداف التدريس وفقاً للمستويات المختلفة، ونحتاج هنا إلى معرفة معايير تعليم اللغة العربية للناطقين بلغات الأخرى.

يهدف برنامج اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال إلى تخريج طلبة يتقنون المهارات الأساسية للاستماع والتحدث والقراءة والكتابة والترجمة باللغة العربية، مع نطق سليم وتجويد دقيق، ومهارات ترجمة دقيقة وسلسة، وقادرين على القيام بالترجمة الشفوية والتحريرية المتعلقة بالمعاملات الدولية والتعاون الاقتصادي الدولي والشؤون الخارجية الأخرى بشكل مستقل، ويتعين على الخريجين إتقان النظريات الأساسية للاقتصاد والتجارة الدولية، والإلمام بمبادئ وسياسات ومعارف التجارة الخارجية والتعاون الاقتصادي للصين⁽²⁶⁾.

تهدف البرامج التعليمية في تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال إلى تطوير مهارات الأفراد وفقاً لمستوياتهم المختلفة، بالنسبة للمستوى المتقدم، حيث يركز التعليم على تدريب الأفراد الذين يمتلكون مستوى متقدماً في اللغة العربية ومعرفة متعمقة في مجال التجارة والأعمال، مما يؤهلهم للقيام بأدوار، مثل المفاوضين، والممثلين الدبلوماسيين، أو المترجمين رفيعي المستوى في التعاون التجاري مع الدول العربية، ويجب على هؤلاء الأفراد إتقان المصطلحات التجارية باللغة العربية، والقدرة على التعامل مع التفاعلات الثقافية المعقدة، وفهم آداب الأعمال العربية وسياقاتها الثقافية. علاوة على ذلك، ينبغي أن يمتلكوا مهارات تحليل ومقارنة الثقافات واللغات المختلفة، والتواصل والتعاون الفعال في بيئة الأعمال العالمية.

أما بالنسبة للمستوى المتوسط، فإن الهدف هو تزويد الأفراد بمستوى مناسب من اللغة العربية والمعرفة التجارية بما يسمح لهم القيام بأدوار في الأنشطة التجارية البسيطة، ويمكن لهؤلاء الأفراد أداء مهام، مثل الترجمة والمشاركة في المفاوضات التجارية، ويمكنهم فهم ثقافة الدول العربية وعادات الأعمال بشكل معقول، والتعامل مع المعاملات التجارية اليومية، وعلى الرغم من أن مهاراتهم اللغوية وفهمهم الثقافي ليسا بالمستوى نفسه للأفراد في المستوى المتقدم، إلا أن قدراتهم كافية لدعم التواصل والتعاون الفعال في بيئات العمل العملية.

أما بالنسبة للمستوى المبتدئ، فإن التركيز في التعليم يكون على تدريب الأفراد الذين يمتلكون قدرات أساسية في اللغة العربية، بحيث يمكنهم أداء أدوار، مثل المرافقين والمترجمين في الأنشطة التجارية البسيطة، ولا يحتاج هؤلاء الأفراد إلى معرفة عميقة في مجال التجارة والأعمال، ولكن من الضروري أن يكون لديهم فهماً للآداب التجارية الأساسية، والعادات، والتقاليد الثقافية في

الدول العربية، وأن يكونوا قادرين على إجراء تواصل بسيط في السياقات العملية مع الأفراد الناطقين بالعربية، لضمان سير الأعمال اليومية بسلاسة. الصعوبات والمشكلات التي تواجه تعلم اللغة العربية وتعليمها لأغراض خاصة في السياق الصيني: لغة التجارة والأعمال أنموذجًا.

يواجه الطلبة الذين يدرسون برامج اللغة العربية لأغراض خاصة العديد من التحديات والمشكلات التي تتنوع في جوانب تعلم اللغة المختلفة، وباعتبار أن تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال يُعدّ فرعًا حيويًا من تعليم اللغة لأغراض خاصة، فإنه يتسم بخصائص مميزة، فهو لا يقتصر على مواجهة المشكلات المشتركة في تعليم اللغات لأغراض خاصة، بل يتعامل - أيضًا - مع تحديات فريدة تسهم في تعقيد أهدافه وأساليبه التعليمية، وبالتالي، سيكون التركيز في هذه المناقشة على تحليل المشكلات الرئيسة التي تواجه تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة، مع دراسة احتياجات هذا المجال والعمل على تطويره.

المشكلات اللغوية:

تواجه عملية تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال مجموعة من المشكلات اللغوية التي تتكرر - أيضًا - في تعليم اللغة لأغراض خاصة، ومن أبرز هذه المشكلات وأولها، هي الازدواجية اللغوية بين اللغة العربية الفصحى والعامية؛ إذ يُطلب من الطلبة التفاعل مع الفجوة الكبيرة بين اللغة (الفصيحة) المستخدمة في الكتابات الرسمية وبين اللغة العامية السائدة في الحياة اليومية، وهذا التباين يسبب - غالبًا - حيرة لدى الطلبة حول اختيار الأسلوب اللغوي المناسب للتعبير، مما يؤدي إلى عدم اليقين بشأن استخدام اللغة بشكل صحيح في مختلف المواقف⁽²⁷⁾. ثانياً، تأتي مشكلة الثنائية اللغوية (الثنائية بين العربية واللغة الأم)، حيث يُضطر الطلبة في أثناء عملية التعلم إلى التنقل المستمر بين اللغة العربية ولغتهم الأم أو لغات أجنبية أخرى، وإن هذا الانتقال المتكرر يُضيف عبئًا ذهنيًا، ويؤثر في طلاقة اللغة المكتسبة، مما يجعل عملية التعلم أكثر تعقيدًا⁽²⁸⁾؛ علاوة على ذلك، تُعتبر المشكلات الصوتية من أبرز العقبات التي يواجهها الطلبة الصينيون في تعلم اللغة العربية؛ فاللغة العربية تحتوي على أصوات فريدة، مثل الأصوات الحلقية والانفجارية، التي لا وجود لها في النظام الصوتي للغة الصينية، إن هذا الاختلاف يُصعب على الطلبة نطق هذه الأصوات بدقة، ويؤدي أحيانًا إلى خلط بين الكلمات ذات الأصوات المتشابهة، مما ينعكس سلبيًا على وضوح التواصل ودقته⁽²⁹⁾.

وأخيراً، تأتي المشكلات النحوية والصرفية، وهي واحدة من أكبر التحديات التي تواجه الطلبة الصينيين؛ إذ إن اللغة العربية تتميز بقواعد نحوية وصرفية شديدة التعقيد والدقة، مثل نظام إعراب الأسماء، وتصريف الأفعال، وبنية الجمل، ويشكل هذا الأمر تحدياً كبيراً للطلبة الذين لا تحتوي لغتهم الأم على نظام نحوي مشابه، وبالتالي يحتاج هؤلاء الطلبة إلى بذل جهود مضاعفة لفهم هذه القواعد بعمق، مع ممارسة مستمرة لتطبيقها بصورة صحيحة في سياقات الاستخدام الفعلي للغة⁽³⁰⁾.

المشكلات الثقافية:

إن العلاقة بين اللغة والثقافة علاقة وطيدة لا تنفصم، فلا ثقافة بلا لغة، ولا لغة بلا ثقافة، والعكس صحيح؛ فاللغة وعاء الثقافة وأداتها، تعكس ملامحها وتحمل بصمتها، وتتأثر بها شكلاً ومضموناً، وإذا ما هُدمت اللغة أو أُقصيت عن الساحة، فإن ذلك لا يعدو كونه معوّلاً يهدم جدار الثقافة، ذلك الجدار الذي بُني من نسيج الحروف والكلمات، فبانهيار اللغة ينهار معه كيان الثقافة وروحها⁽³¹⁾، ومن المؤكد أن الطالب الذي يتعلم لغة أجنبية ثانية سيواجه مشكلات ثقافية متعلقة باللغة.

والثقافة لها تأثير عميق على التجارة الدولية والأعمال، خاصة في جانب العوامل السلوكية التي تشمل القيم الاجتماعية، والمعتقدات، وأنماط التفكير العامة، التي تؤثر ليس فقط على طريقة اتخاذ الأفراد والشركات للقرارات، بل -أيضاً- تُشكّل البيئة السوقية والقواعد التجارية على نطاق أوسع، وهذه العوامل تحدد كيفية تفاعل الشركات مع المستهلكين والشركاء والموظفين ذوي الخلفيات الثقافية المختلفة، ولها تأثير كبير على وضع الاستراتيجيات التجارية. إن فهم تلك العوامل السلوكية وتكييفها أمر بالغ الأهمية لدخول الأسواق الدولية بنجاح، ويساعد الشركات في اتخاذ قرارات دقيقة في بيئة عالمية معقدة⁽³²⁾.

إذن يواجه الطلبة الذين يدرسون اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال تحديات ثقافية متعددة، لاسيما بسبب الفوارق الكبيرة بين الثقافة الصينية والثقافة العربية، فهذه الاختلافات الثقافية تجعل عملية تعلم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال تتجاوز مجرد اكتساب المهارات اللغوية؛ إذ يصبح من الضروري التكيف مع القيم الاجتماعية المختلفة، وفهم تأثير الدين على الأنشطة التجارية، وتعديل أنماط التفكير بما يتناسب و بيئة الأعمال العربية، بالإضافة إلى استيعاب قواعد وآداب التعامل التجاري في المجتمعات العربية، وتُعَدُّ هذه العوامل

الثقافية ذات أهمية بالغة في سياق التواصل التجاري؛ حيث إن عدم إدراكها والتكيف معها قد يؤثر سلبًا على فاعلية التواصل بين الثقافات ونجاح الشراكات التجارية.

ومن الواضح للعيان وجود اختلافات بين الثقافة الصينية والثقافة العربية من حيث القيم الاجتماعية؛ فالثقافة الصينية تركز على الجماعية والتوازن، حيث يميل الناس في السياقات التجارية - عادةً - إلى تجنب الصراعات المباشرة للحفاظ على استقرار العلاقات الإنسانية، وفي المقابل، تأثرت الثقافة العربية جزئيًا بالثقافة الغربية، وتولي اهتمامًا أكبر للفردية، حيث يُعتبر الشخص هو الأهم⁽³³⁾. ولذلك، قد يواجه الطلبة الصينيون صعوبة في فهم قيم شركائهم التجاريين العرب، ويستندون إلى منظور ثقافي صيني في التعامل مع المسائل، مما يؤدي إلى حدوث سوء تفاهم في التواصل عبر الثقافات.

وتؤثر المعتقدات الدينية بشكل عميق في الأنشطة التجارية في الدول العربية، بينما في الصين، التي تتمتع بدرجة عالية من العلمانية، يكون تأثير الدين على الأعمال التجارية أقل نسبيًا، أما في الدول العربية، فتؤثر مبادئ الحلال بشكل واسع على العديد من الصناعات، مثل الغذاء، والتمويل، والملابس، بالإضافة إلى ذلك، في سياق التبادل التجاري بين الصين والدول العربية، تبرز الفروقات الثقافية بشكل واضح في كيفية بناء العلاقات التجارية، وأسلوب التفاوض، وآداب التعامل التجاري، مما يشكل تحديات مهمة للطلبة الصينيين في تعلم اللغة العربية للأعمال.

المشكلات التربوية والتعليمية:

1. المعلم:

أشار طعيمة إلى أن المعلم ليس مجرد ناقل للمعرفة، بل هو - أيضًا - مدير للنشاط التعليمي، ومصمم للعملية التعليمية، ومصدر أساسي في تدريب المتعلمين على اكتساب المعرفة⁽³⁴⁾؛ فيُعدُّ المعلم العامل الرئيس في تأهيل الكوادر المتخصصة في اللغة العربية للأغراض التجارية. وإن من أهم صفات المعلم الناجح أن يكون ذا ثقافة واسعة ودراية كافية باللغة العربية عمومًا، وبالمعلومات الخاصة بالغرض الذي يُدرّسه⁽³⁵⁾، ففي تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال، لا يقتصر دور المعلم على إتقان المصطلحات المتخصصة فحسب، بل يجب عليه - أيضًا - أن يكون على دراية بالخلفية الثقافية، وبيئة الأعمال، والمعارف المتعلقة بالتجارة الدولية. في الدراسات الاستقصائية حول معلمي اللغات الأجنبية للأعمال في الصين، يُعدُّ التوزيع الأمثل للمعلمين بين التخصصات اللغوية والتجارية والتطبيقية هو تقريبًا بنسبة (6:3:1)، وبالإضافة

إلى إتقان اللغة الأجنبية، يُفترض أن يكون معلمو المواد التجارية حاصلين-على الأقل- على درجة البكالوريوس أو الماجستير أو الدكتوراة في الاقتصاد أو إدارة الأعمال أو القانون التجاري، غير أن الواقع الحالي يعكس أن معظم برامج اللغات الأجنبية للأعمال في الجامعات الصينية نشأت عن تحول في التخصصات القائمة على دراسة اللغات الأجنبية، مما أسهم إلى حدٍ ما في تخفيف مشكلة انخفاض معدلات توظيف خريجي هذه التخصصات، حيث إنهم يتلقون تدريباً أكثر شمولاً يعزز من تنافسيتهم في سوق العمل، ومع ذلك، فإن تعليم اللغات الأجنبية للأعمال يواجه تحديات كبيرة؛ إذ إن الغالبية العظمى من الأساتذة المتخصصين في هذا المجال هم في الأصل خريجو أقسام اللغات الأجنبية، مما يعني أنهم يتمتعون بأساس لغوي قوي، ولكنهم يفتقرون إلى الخبرة الأكاديمية أو العملية في مجال الأعمال الدولية⁽³⁶⁾، وبعبارة أخرى، فإن هناك نقصاً حاداً في عدد المعلمين المؤهلين في هذا التخصص، لا سيما أولئك الذين يجمعون بين التأصيل النظري والخبرة العملية.

2. المواد التعليمية:

المقررات الدراسية هي الوسيلة الأساسية لتدريس المناهج والمرجع الأساسي للعملية التعليمية، وتعدّ كتب تعليم اللغات الأجنبية المصدر الرئيس لاكتساب المعرفة الثقافية واللغوية، إضافة إلى أنها قناة أساسية لنقل الأفكار والمعلومات، وتمثل المرحلة الأولى لتحويل المبادئ التربوية إلى ممارسات تطبيقية⁽³⁷⁾، ويرى (Harwood) أن المقررات الدراسية تشمل النصوص التي تُقدّم للمتعلمين في شكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، إضافةً إلى التمارين والأنشطة المُصمّمة حول تلك النصوص⁽³⁸⁾.

وهذه بعض المشكلات المواد التعليمية التي يواجهها الطلبة في الصين عند تعلم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال.

أولاً تواجه المناهج الدراسية للغات الأجنبية في مراحل التعليم الأساسي والعالى في الصين بعض المشكلات، مثل تكرار المحتوى وضعف الترابط بين المراحل، مما يؤثر على استمرارية العملية التعليمية وترابط تعلم الطلبة للمفاهيم⁽³⁹⁾، وتعاني المواد التعليمية للغة العربية للتجارة والأعمال من المشكلة نفسها، حيث تفتقر إلى النظامية وعدم وجود تخطيط فعال لربط المعرفة بين المراحل الدراسية المختلفة، ويؤدي ذلك إلى صعوبة لدى الطلبة في فهم العلاقة بين المعرفة الأساسية والمتقدمة، مما يجعل من الصعب بناء إطار تعلم متسلسل من المستوى

المبتدئ إلى المتقدم، ويؤثر -أيضاً- على قدرة الطلبة في استخدام اللغة بشكل مرّن في السياقات التجارية العملية، لذا، يجب أن يُولي تصميم المناهج اهتماماً أكبر للربط العضوي بين المراحل الدراسية لضمان تطوير مستمر ومنهجي لقدرات الطلبة اللغوية عبر جميع المراحل التعليمية. ثانياً، تعاني مواد اللغات الأجنبية في الصين من نقص في الإبداع والمستوى العالي للمواد التعليمية، خاصة في اللغات الأجنبية غير الإنجليزية، حيث تفتقر هذه المناهج إلى التوجه المستهدف، إضافة إلى أن العديد من الكتب الدراسية تعتمد على الترجمة والتعديل من مواد أخرى، مما يجعلها تفتقر إلى التكيف مع احتياجات الطلبة الصينيين، بالإضافة إلى ذلك، تحتوي بعض المواد على محتوى قديم، ولا يتم تحديثه بانتظام، مما يجعلها غير قادرة على مواكبة التغيرات المستمرة في البيئة اللغوية والثقافية⁽⁴⁰⁾.

وبالنسبة لمواد اللغة العربية للتجارة والأعمال، فإن المشكلات تكون أكثر وضوحاً؛ حيث إن عدد المواد الأصلية والمستوى العالي في مجال اللغة العربية للأعمال قليل، ومعظم المواد الحالية هي ترجمات لكتب من لغات أخرى، مما يفتقر إلى الطابع المحلي، والتركيز على احتياجات الطلبة الصينيين، مما يؤدي إلى نقص في الفاعلية والملاءمة، ومن جهة أخرى، فإن العديد من هذه المواد تحتوي على محتوى قديم ولم يتم تحديثه بما يتناسب مع التطورات في بيئة الأعمال الدولية والتغيرات الاقتصادية في الدول العربية، فعلى سبيل المثال، قد تفتقر المواد إلى استعراض النماذج التجارية الحديثة في الدول العربية، وآلية عمل الشركات متعددة الجنسيات، فضلاً عن التغيرات في الثقافة العربية والتواصل التجاري العالمي، مما يجعل من الصعب تلبية احتياجات الطلبة لاستخدام اللغة بشكل فعال في بيئة الأعمال الحديثة.

ثالثاً، تفتقر مناهج تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال إلى مواد متخصصة في مجالات التمويل والتجارة، ويقدم المعيار الوطني لجودة التدريس في الجامعات الصينية نموذجاً مثالياً لخطة تدريس تخصص اللغة الإنجليزية للأعمال، حيث يتضح أن هذا التخصص يركّز على تنمية المهارات التطبيقية من خلال مقررات تجمع بين المعرفة اللغوية والمهارات التجارية، مما يعزز القدرة العملية للطلبة.

أما في مناهج العربية لأغراض التجارة والأعمال، فبينما تتوافر مواد اللغة، فإن المواد المتخصصة في مجالات مثل التمويل، الإدارة، والتسويق تظل نادرة أو غير محدثة، وهذا يؤثر في قدرة الطلبة في فهم بيئة الأعمال العربية والتفاعل بفعالية مع سوق العمل الدولي، لهذا، فمن

الضروري تطوير مناهج أكثر تكاملاً، تجمع بين المعرفة اللغوية والاقتصادية ضمن سياق الثقافة العربية، لضمان تأهيل الطلبة لمتطلبات الأعمال الحديثة.

مشكلات التطبيق العملي:

تشير فرضية الإنتاج التي قدمتها (Swain) إلى أنه بالإضافة إلى المدخلات المفهومة، يحتاج المتعلمون إلى إخراج اللغة لتعزيز اكتساب اللغة؛ فهي ترى أن الإنتاج اللغوي لا يساعد فقط في تحسين مهارات اللغة لدى المتعلمين، بل يحفزهم -أيضاً- على الانتباه إلى استخدام أشكال اللغة⁽⁴¹⁾، وتشير نظرية اللغة الإنجليزية لأغراض خاصة (ESP) إلى أنه يجب أن يكون تعلم اللغة لأغراض خاصة مركّزاً حول احتياجات صناعة معينة⁽⁴²⁾، وبالتالي يجب أن يعتمد تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال على بيئات تجارية حقيقية وفرص عملية لتعزيز فاعلية التعليم، وتوجيهه نحو التطبيق العملي، وفي الواقع، تفتقر العديد من برامج تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال إلى مثل هذه الفرص العملية، مما يؤدي إلى عدم قدرة الطلبة على تطبيق اللغة في بيئات تجارية حقيقية، وتتمثل هذه المشكلة بشكل رئيس في نقص مهارات الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة، فضلاً عن ضعف القدرة على تطبيق اللغة في السياقات العملية.

وتتأثر مهارات الاستماع والمحادثة بنقص الفرص العملية؛ حيث يعاني المتعلمون من بطء ردود الفعل وصعوبة استخدام المصطلحات المهنية في المحادثات التجارية الرسمية، مما يؤثر على كفاءة التواصل، وتواجه مهارات القراءة والكتابة تحديات بسبب نقص التمرينات مع النصوص التجارية الحقيقية، مما يجعل من الصعب على المتعلمين فهم الوثائق المعقدة، وكتابة الرسائل التجارية بشكل صحيح، ويفتقر المتعلمون إلى القدرة على التكيف مع سياقات الأعمال المختلفة بسبب نقص الفرص العملية في بيئات العمل الحقيقية، مما ينتج عن الفجوة بين التعليم النظري واحتياجات العمل الفعلية.

تحليل حاجات الدارسين الصينيين لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني:

ويتركز في الوقت الحالي تدريب الكوادر في مجال اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال في الصين بشكل أساسي على مستوى البكالوريوس وما دونه⁽⁴³⁾؛ لذلك في تحليل حاجات الطلبة في هذا المبحث، فإن المستوى التعليمي للطلبة الذي تم تحليله هو البكالوريوس.

ويُعدّ تحليل الحاجات من المصطلحات الشائعة في مجال تعليم اللغات، ويتمثل في عملية تحديد دوافع المتعلم لاكتساب لغة معينة، وترتيب هذه الدوافع وفقاً لأهميتها وأولويتها، وعادةً ما

تسبق هذه العملية وضع المناهج التعليمية الخاصة بتعليم اللغات، حيث تُعدّ خطوة أساسية لضمان توافق المحتوى التعليمي مع متطلبات المتعلمين واحتياجاتهم الفعلية⁽⁴⁴⁾، وتكمن أهمية تحليل الحاجات في دوره الفاعل في تعزيز كفاءة التعلم وزيادة دافعية الطلبة؛ إذ تُمكنهم من دراسة ما يتماشى مع رغباتهم وأهدافهم بعيداً عن فرض محتويات تعليمية لا صلة لها باحتياجاتهم الواقعية.

وتُعرّف الحاجات اللغوية على أنّها العوامل والبواعث التي تُؤلّد لدى المتعلم دافعاً داخلياً ورغبة ملحة في تعلّم لغة معينة⁽⁴⁵⁾، وتنعكس هذه الحاجات في تصميم المناهج الدراسية، بحيث تُترجم إلى محتويات تعليمية تلبيّ تطلعات المتعلمين ومتطلبات مجالاتهم المختلفة، وقد بدأ تطبيق تحليل الحاجات في تعليم اللغات مع ظهور مفهوم اللغة الإنجليزية لأغراض خاصة (ESP)، حيث تزايدت الحاجة إلى برامج لغوية متخصصة منذ ستينيات القرن العشرين، ما جعل تحليل الحاجات ركيزة أساسية في تصميم المقررات اللغوية الهادفة إلى تلبية المتطلبات المتخصصة للمتعلمين⁽⁴⁶⁾.

إن تحليل الحاجات لا يقتصر على أنه الخطوة الأولى في تصميم مقررات تعليم اللغات لأغراض خاصة، بل يمكن اعتباره العنصر الأكثر أهمية في هذه العملية، وبما أن جوهر هذه البرامج يقوم على تلبية الاحتياجات المحددة للمتعلمين؛ فلا بد أن يستند تصميمها إلى فهم دقيق لهذه الحاجات، وعليه، فإن تحديد حاجات الطلبة وتحليلها بعمق يُعتبر الخطوة الأساسية في إعداد مقررات اللغة العربية للأعمال، وذلك لضمان ملاءمة المحتوى التعليمي لاحتياجاتهم الخاصة، وتعزيز فاعلية التعلم والتطبيق العملي.

ووفقاً لنتائج الاستطلاع الذي أُجري على خريجي تخصص اللغة العربية للأعمال؛ فتبيّن أن النسبة الأكبر منهم تعمل في الشركات الخاصة، تليها المؤسسات الحكومية، ثم المتاجر التجارية، وأخيراً وزارة التجارة والأسواق⁽⁴⁷⁾.

إنّ الموضوعات الأساسية المتعلقة بالأعمال في اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال، هي الاتصال والإدارة التجارية، والأخلاق التجارية باللغة العربية، والاقتصاد، والاستراتيجيات وتحليلها، والتسويق، ورأس المال والقانون التجاري، والإدارة الداخلية⁽⁴⁸⁾.

ويتضح أن الطلبة الصينيين عند تعلم اللغة العربية للأعمال، يركزون بشكل رئيس على المواضيع المتعلقة بالتواصل، مثل التواصل التجاري، مهارات التفاوض، والقدرة على التواصل بين الثقافات، وهي من أبرز اهتماماتهم، ومع ذلك، فإن المواضيع الأخرى في مجال الأعمال، مثل

الاقتصاد، تحليل الاستراتيجيات، التسويق، القانون والإدارة، لا تقل أهمية ويجب عدم تجاهلها، وسوف تساعد هذه المواضيع الطلبة في تعزيز قدرتهم على تطبيق اللغة العربية في بيئة الأعمال بشكل شامل.

لذلك، في تصميم مقررات اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال، يجب التركيز على تعزيز مهارات الاستماع والمحادثة لدى الطلبة، مع التركيز على تضمين مواضيع تتعلق بالتواصل لتلبية احتياجات الطلبة العملية، ومع ذلك، يجب ألا نغفل عن تنمية المهارات الأخرى والمواضيع التجارية لضمان شمولية المحتوى وفعاليته.

المهارات الفرعية الخاصة بالتجارة والأعمال:

يتضمن نظام مهارات دروس العربية لأغراض التجارة والأعمال أربع مهارات لغوية أساسية، بالإضافة إلى بعض المهارات الفرعية المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالأنشطة التجارية، وفي تصميم الدروس، تختلف الأهداف التعليمية لكل مهارة وفقاً لطبيعتها ومتطلبات استخدامها في السياقات المهنية، فأولاً، تتميز مهارات الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة بوظائف مختلفة في بيئة الأعمال، مما يستدعي تطوير قدرات الدارسين بما يتناسب مع احتياجاتهم العملية في هذا المجال.

في مهارة الاستماع، يجب أن يكونوا قادرين على فهم المحاضرات التجارية، والمحادثات الهاتفية، والمناقشات الصفية، والاستفسارات، والبرامج الإعلامية، والندوات التجارية، مما يساعدهم على تحليل واستنباط المعلومات المهنية، وفي مهارتي الكلام والمحادثة، فينبغي أن يتمكنوا من التعبير بفعالية في المواقف التجارية والاجتماعية، عبر استخدام المفردات والتراكيب المتخصصة، والمشاركة في المحادثات، والعروض الشفوية، والتفاوض، والاجتماعات، واللقاءات الإعلامية، مما يعزز تفاعلهم مع الناطقين بها، أما في مهارة القراءة، فيحتاجون إلى القدرة على استيعاب النصوص التجارية والإدارية، سواء بالقراءة الجهرية أو الصامتة، مما يساعدهم في التخطيط لمهامهم المهنية والأكاديمية بناءً على فهم المفردات والسياقات المتخصصة، وأخيراً، في مهارة الكتابة، يجب أن يكونوا قادرين على صياغة النصوص التجارية بدقة، باستخدام المصطلحات المتخصصة الخالية من الأخطاء اللغوية، بما يشمل كتابة الرسائل التجارية، وتحليل الأخبار، وإعداد السير الذاتية، وصياغة الإعلانات التجارية، مما يمكنهم من التواصل

المبني الفعّال⁽⁴⁹⁾، فتشكل المهارات اللغوية الأساسية الأربع كياناً مترابطاً لا غنى عنه؛ إذ تتكامل في ما بينها لتتكون الأساس الذي يركز عليه تواصل الطلبة في البيئات التجارية.

مبادئ تصميم الدروس لتعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني من خلال معايير تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال التي تم وضعها، يتّضح أنّ إعداد كوادرات تجمع بين الكفاءة اللغوية والمهارات التطبيقية يُعدّ اتجاهاً جوهرياً في تنمية المواهب في مؤسسات التعليم العالي، فاللغة هي الأساس؛ إذ تمثل أداة رئيسة لمزاولة الأنشطة التجارية الدولية، بينما التخصص هو الجوهر، حيث يُشكّل دعامة ثابتة لممارسة الأعمال والتجارة الدولية، ويكتمل كلّ منهما الآخر، ولا غنى عن أحدهما، فالأفراد الذين يمتلكون معرفة تخصصية دون كفاءة لغوية، أو يتمتعون بقدرات لغوية دون خلفية تخصصية، يجدون أنفسهم في موقف تنافسي ضعيف في سوق العمل الدولي⁽⁵⁰⁾.

بناءً على ذلك، ينبغي أن يعتمد تأهيل الطلبة في تخصص اللغة العربية للأعمال على مبدأ اللغة والتخصص، بحيث يكتسب الطلبة كفاءة لغوية عالية المستوى إلى جانب معرفة تخصصية متينة، مما يمكنهم من مواجهة تحديات بيئة الأعمال الدولية بفاعلية، حيث إن التكامل بين اللغة والتخصص يشكّل الركيزة الأساسية لهذا المجال، مع عدم إغفال مبدأ التوطين، والتحديث، والمرونة، والتطبيقية.

معايير مقرر تعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني:

في الفقرات السابقة، تمّ تحديد معايير تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال، وعلى هذا الأساس تمّ وضع هيكل المقررات التخصصية، وتُعدّ المقررات التخصصية محور العملية التعليمية، ويأتي في مقدمتها المقررات التخصصية الأساسية، التي تشكّل حجر الزاوية في تحقيق أهداف إعداد الكفاءات المتخصصة في هذا المجال، من خلال توضيح المتطلبات المحددة والمحتوى التعليمي لهذه المقررات، يمكننا تصنيفها إلى أربع فئات رئيسة، وهي:

1 - مقررات اللغة العربية الأساسية للتجارة والأعمال تهدف مقررات اللغة العربية الأساسية للأعمال إلى تزويد الطلبة بأساس متين في المهارات اللغوية، بحيث يتمكنون من استخدام اللغة العربية بفعالية في السياقات التجارية الحقيقية في مجالات الاستماع والتحدث والقراءة والكتابة، إضافة إلى الترجمة، ويكمن الهدف الرئيس من هذه المقررات إلى تمكين الطلبة من إتقان المفردات والتعابير المستخدمة في بيئة الأعمال، وتطوير المهارات اللغوية الأساسية، تمهيداً للدراسة المتقدمة والتطبيقات العملية.

أما من حيث المحتوى، فتركز المقررات على الجمع بين الطابع الوظيفي والمهني للغة، من خلال اختيار نصوص ومواد تعليمية مستمدة من مواقف تجارية حقيقية، مثل: التعريف بالشركات، والترويج للمنتجات، والرسائل التجارية، والحوارات في الاجتماعات، ويُراعى في اختيار النصوص أن تكون مناسبة من حيث مستوى اللغة، وتضم خلفيات ثقافية وتجارية، بهدف تعزيز قدرة الطلبة تدريجيًا على التعامل مع مهارات التواصل التجاري باللغة العربية بمستوى متقدم.

2. مقررات الاقتصاد والتجارة الدولية باللغة العربية:

تُعدّ دروس الاقتصاد والتجارة الدولية المقدمة باللغة العربية محورًا أساسيًا في تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال، وتهدف إلى إبراز الطابع المركّب ومتعدد التخصصات لهذا المجال، مما يساعد الطلبة في اكتساب المعرفة الاقتصادية والتجارية مع تعزيز قدرتهم على توظيف اللغة العربية بفعالية، بما يحقق التكامل بين المهارات اللغوية والمعرفة التخصصية.

تتميّز هذه الدروس بازدواجية في طبيعتها؛ فمن جهة، تركز على تطوير المهارات اللغوية العربية، مما يمكن الطلبة من التعبير بطلاقة والتواصل باحترافية في بيئات العمل الحقيقية، ومن جهة أخرى، تتناول مضمونًا متخصصًا في الاقتصاد والتجارة الدولية، مع التركيز على تنمية التفكير التحليلي، وتعزيز قدرة الطلبة على التفكير مباشرة باللغة العربية وحل المشكلات التجارية الدولية من منظور عربي، وبالمقارنة مع الدروس المقدمة باللغة الصينية، فإن هذه الدروس أكثر تخصصًا واستهدافًا، حيث تُعنى بشكل أساسي بالاقتصاد العربي والعلاقات التجارية بين الدول العربية والصين.

3. مقررات الثقافة العربية الإسلامية والأوضاع الوطنية:

تُعدّ دروس الثقافة العربية الإسلامية والأوضاع الوطنية من الخصائص المميزة لتعليم اللغة العربية للأعمال، ويهدف هذا المساق إلى تعزيز فهم الطلبة للثقافة العربية، والتاريخ، والدين، والعادات والتقاليد، لا سيما في ما يتعلق بالثقافة التجارية في الدول العربية، أما مساق الأوضاع الوطنية، فيساعد الطلبة في فهم القضايا الراهنة في السياسة، والاقتصاد، والعلاقات الدولية الإقليمية في الشرق الأوسط، وتعكس هاتان المادتان الفروق الجوهرية بين تعليم اللغة العربية للأعمال وأنواع التعليم الأخرى، سواء تعليم اللغة العربية العام أم تدريس اللغات الأجنبية لأغراض التجارة.

4. مقررات التعليم التطبيقي:

يُعتبر التعليم التطبيقي مرحلة أساسية في تدريس اللغة العربية للأعمال، حيث يهدف إلى تحويل المهارات اللغوية والمعرفة التجارية المكتسبة في الفصول الدراسية إلى قدرات عملية قابلة للتوظيف، ويتمثل هدفه الأساسي في تأهيل الطلبة لاستخدام اللغة العربية بفعالية في بيئات التجارة والأعمال بين الدول العربية والصين، سواء في التواصل التجاري، أم التفاوض، أم أبحاث السوق، أم الكتابة التجارية، إضافةً إلى تقييم مدى فاعلية التعليم النظري داخل الفصول الدراسية.

الاستراتيجيات الملائمة لتعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال في السياق الصيني.

إن طريقة التدريس هي الأداة أو الوسيلة الناقلة للعلم والمعرفة والمهارة، وكلما كانت ملائمة للموقف التعليمي، ومنسجمة مع عمر المتعلم وذكاؤه وقابلياته وميوله، كانت الأهداف التعليمية المتحققة بها أوسع عمقاً وأكثر فائدة.

إن نجاح التعليم يرتبط إلى حد كبير بنجاح الطريقة، وتستطيع الطريقة الجيدة أن تعالج الكثير من ضعف المنهج، وضعف المتعلم وصعوبة الكتاب المدرسي⁽⁵¹⁾؛ فعند تدريس اللغة الثانية، لا بد من اختيار الاستراتيجيات والأساليب وطرائق التدريس المناسبة لتحقيق أهداف المتعلمين، سواء أكانت تلك الأهداف عامة أم خاصة⁽⁵²⁾؛ لأن طريقة التدريس تلعب دوراً مهماً في تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة، ومن أهم الطرق التي لا بد من مراعاتها عند تعليم اللغة العربية لغرض التجارة والأعمال، هي: الطريقة السمعية الشفهية البصرية (Audio Lingual Method)، والطريقة التواصلية (Communicative Method)، وطريقة تعليم اللغة المتكاملة (Whole Language Approach)، والطريقة التعليمية القائمة على البحث (Research-oriented Teaching).

الخاتمة:

يؤكد الباحثان أهمية المتزايدة لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة، لا سيما في السياق الصيني، حيث يشهد التعاون التجاري والاقتصادي بين الصين والدول العربية نمواً ملحوظاً، وقد أظهرت الدراسة أن تعليم العربية لأغراض التجارة والأعمال يتطلب استراتيجيات تعليمية متخصصة تأخذ بعين الاعتبار حاجات المتعلمين والبيئة المهنية التي سيوظفون فيها اللغة، وأظهرت الدراسة أهمية تطوير مناهج تتسم بالمرونة والملاءمة لسياقات الأعمال، إلى جانب تعزيز مهارات التواصل العملي والمصطلحات التجارية.

النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج المهمة، من أبرزها:

1. واقع تعليم العربية لأغراض خاصة في الصين:
 - يشهد تعليم اللغة العربية في الصين اهتمامًا متزايدًا، خاصة في الأوساط الأكاديمية والتجارية.
 - يتركز التعليم في الجامعات والمعاهد، مع ندرة في البرامج التدريبية المتخصصة في لغة التجارة والأعمال.
2. الفروقات بين تعليم العربية للأغراض العامة، وتعليمها لأغراض خاصة:
 - يتميز تعليم العربية للأغراض الخاصة بتركيزه على مفردات ومهارات مهنية محددة، بينما يركز التعليم العام على الكفاءة اللغوية الشاملة.
 - يحتاج تعليم لغة التجارة والأعمال إلى نهج وظيفي عملي يعكس بيئة الأعمال الفعلية.
3. أبرز التحديات التي تواجه الدارسين:
 - صعوبة إتقان المصطلحات التجارية المتخصصة بسبب ندرة القواميس والمواد التعليمية المناسبة.
 - قلة الخبرات التدريسية المتخصصة في مجال العربية لأغراض التجارة والأعمال.
 - ضعف فرص الممارسة العملية في بيئات تجارية حقيقية.
4. احتياجات الدارسين في تعلم العربية لأغراض التجارة والأعمال:
 - الحاجة إلى مواد دراسية تركز على المصطلحات التجارية، والعقود، والتفاوض التجاري.
 - برامج تفاعلية تدمج بين الجوانب اللغوية والمهارات التجارية التطبيقية.
 - التدريب على مهارات التحدث والكتابة في سياقات مهنية، مثل كتابة التقارير، ورسائل البريد الإلكتروني التجارية.

الاستنتاجات والتوصيات:

- أظهرت التجربة أن المحاكاة العملية للمفاوضات والنزاعات التجارية تُعتبر من أكثر الأساليب فاعلية في تحسين مهارات الطلبة، لذلك لابد من زيادة عدد الجلسات التطبيقية، ودمج سيناريوهات واقعية أكثر تعقيدًا لتعزيز جاهزية الطلبة لمواقف الأعمال الحقيقية.
- تقديم وحدات دراسية تركز على فهم العادات التجارية والثقافية في الدول العربية، حيث تلعب هذه العوامل دورًا مهمًا في نجاح المفاوضات وإدارة النزاعات التجارية.
- يحتاج الطلبة إلى مزيد من التدريب على كتابة المستندات التجارية الرسمية، مثل خطابات المطالبات والعقود التجارية، لضمان إتقانهم لمهارات التواصل الكتابي في بيئة العمل.
- ينبغي تعزيز إعداد معلمي اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال ليتمكنوا من الجمع بين المهارات اللغوية والمعرفة بمجال التجارة والأعمال، بالإضافة إلى دفع تحديث المواد التعليمية لتحقيق التنوع والعملية في

المحتوى.

- يُوصى بتشجيع تعزيز التعاون بين الجامعات والشركات من أجل زيادة الفرص العملية للطلبة، وتعزيز مشاركتهم في الأنشطة التجارية الفعلية.
- ينبغي تعزيز البحث في كتب اللغة العربية ومقرراتها للأغراض التجارية، وعلى الجهات المعنية أن تدعم هذه الأبحاث وتوجهها بما يسهم في تطوير تعليم اللغة العربية لأغراض التجارة والأعمال في الصين.

المراجع باللغة العربية:

1. تينغ، سوتشو(2022)، تصميم منهج لتعليم اللغة العربية لأغراض تجارية خاصة في الصين، بحوث ومقالات، المجلة العلمية، كلية الآداب، جامعة أسيوط. (81) 118-59
2. جابر، جوليا(1984)، إدارة الأعمال بين العلم والممارسة، مؤسسة دار الريحاني للطباعة والنشر.
3. الجراح، محمد إبراهيم محمد(2010)، تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة، لغة السياسة نموذجًا.
4. الرشدان، خالد أحمد صالح(2017)، تعليم العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة: لغة التسوق أنموذجًا، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
5. ريتشاردز، جاك(2007)، تطوير مناهج تعليم اللغة، ترجمة: ناصر بن عبد الله بن غالي وصالح بن ناصر الشويخ، النشر العلمي والمطابع، الرياض.
6. الزراعة، محمد يوسف(2012)، العولمة الثقافية واللغة العربية: التحديات والآثار، الأكاديميون للنشر والتوزيع.
7. الشميمري، أحمد بن عبدالرحمن(2022)، إدارة الأعمال: أساسياتها، ومفاهيمها، وتطبيقاتها المعاصرة، الرياض: شركة العبيكان للتعليم، ط1.
8. طعيمة، رشدي أحمد، والناقة، محمود(2006)، تعليم اللغة اتصالياً بين المناهج والاستراتيجيات، القاهرة: دار الفكر العربي.
9. عبد الرحيم فؤاد الفارس، فراس أكرم الرفاعي(2013)، مدخل إلى الأعمال الدولية، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
10. عبد العظيم، حمدي(2000)، اقتصاديات التجارة الدولية، دار النهضة العربية.
11. عبدالله، محمد (2020)، التعاون الصيني العربي في إطار مبادرة الحزام والطريق، دار الفكر العربي، 145-120.
12. عبد الله، محمد محمود(2013)، أساسيات التدريس: طرائق - استراتيجيات - مفاهيم تربوية، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع.
13. العصيمي، عبد العزيز بن إبراهيم(1999)، أساسيات تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، مكة المكرمة، جامعة أم القرى.

14. عنقاوي، عبدالعزيز علي عبدالعزيز(2015)، تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
15. الفاخوري، حنا(1948)، تاريخ الأدب العربي، بيروت: دار العلم للملايين، ط1.
16. الفاعوري، عوني، أبو عمشة، خالد(2005)، تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها: مشكلات وحلول الجامعة الأردنية نموذجاً، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 32، العدد3.
17. مصطفى عبد الرؤوف(2010)، تطور التجارة بين الصين والدول العربية بعد الإصلاح والانفتاح، مجلة الدراسات الصينية، جامعة القاهرة، 12(3)، 100-120.
18. الهاشمي، أحمد علي(2015)، العلاقات الاقتصادية بين الصين والدول العربية: الماضي والحاضر، المركز العربي للأبحاث.
19. ينغ، يه ليانغ(2018)، تعليم اللغة العربية للأغراض خاصة في الصين: الواقع والمستقبل، مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية.

المراجع الأجنبية:

1. Ali Abdullah Mohammed Oshaish(2021), **Cultural Differences Between China and Arab Countries as Seen from Gift-giving**, Master's thesis, Retrieved from CNKI, Shaoxing University.
2. Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998), Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach, **Cambridge University Press**, P1-13.
3. Guo Yingde ,2015(**History of China-Arab Relations** ,Beijing :Peking University Press , P52.56 -
4. Harwood N.(2010), **English Language Teaching Materials: Theory and Practice [M]**, **Cambridge: Cambridge University Press**.
5. Huang Hui(2015), An Analysis of the Training Model for Business Arabic Talent, **International Business—Journal of the University of International Business and Economics**, No. 1
6. LAN Bo(2020), **A Study of Universities' Foreign Language Planning for the Purpose of Business in the Context of the Belt and Road Initiative**, Master's thesis, Retrieved from CNKI, School of Foreign Languages, Southeast University.
7. Li, Jianhua(2011), **A Study on the Sino-Arab Trade Relations during the Song Dynasty**, Commercial Press.

8. McGrath I.(2002), **Materials Evaluation and Design for Language Teaching [M]**, **Edinburgh:** Edinburgh University Press.
9. Richards, Jack C & Schmidt, Richards(2010), **Longman Dictionary of Language Teaching & Applied Linguistics**, Longman, 4d Edition.
10. Silsilat al-Tawarikh, ed. Langlès, P44. See Eng. tr. by E. Renaudot (London, 1733), P26; **Akhbār as-Sīn wa-l-Hind**, ed. and tr. J. Sauvaget (Paris, 1948).
11. Swain, M. (1985), **Communicative competence: Some roles of comprehensible input and comprehensible output in its development**, In S. Gass & C. Madden (Eds.), **Input in Second Language Acquisition**, Newbury House, P235-253.
12. Wang, Jianxin(2015), **Sino-Arab Interactions during the Tang and Song Dynasties: Historical Significance and Contemporary Value, West Asia and Africa**, No.5, P60–70.
13. Wang, Jin(2014), **Course Design for Business English from ESP Perspective**, **Wuhan University Press, Wuhan**.
14. Wang, M. Y., & Yuan, X. (2023), **The mission and development of foreign language textbook construction in China in the new era**, **Foreign Language World**, No.6.
15. Xue, Aihua(2005), **Foreign Civilizations during the Tang Dynasty**,
16. Zhang Hua(2022), **2022 China-Arab Summit: A New Chapter in Energy, Green Economy, and Technology Cooperation**, **International Relations Research**, **China Social Sciences Press**, No.12.
17. Zhang, W. Z., Zhai, Y., Wang, D. Y., Liu, H., Xu, C. P., Feng, R. L.(2022), **An overview of "foreign - language teaching/learning practice research" from the perspective of foreign - language pedagogy**, **Foreign Language Teaching**, No.2, P10 - 15.
18. Zhang ،shuangshuang. (2024) **Teaching Arabic to Non-Native Speakers for Special Purposes in China: The Language of Translation as a Model**, **Unpublished Master's Thesis**, **University of Jordan, Amman**.

الهوامش:

- (1) الفاخوري، حنا، (1948)، تاريخ الأدب العربي، بيروت، دار العلم للملايين، الطبعة الأولى، ص 355. 145.
- (2) Wang, Jianxin(2015), Sino-Arab Interactions during the Tang and Song Dynasties: Historical Significance and Contemporary Value, West Asia and Africa, No.5, P60—70.
- (3) Silsilat al-Tawarikh, ed. Langlès, P44. See Eng. tr. by E. Renaudot (London, 1733), P26; Akhbār as-Sin wa-l-Hind, ed. and tr. J. Sauvaget (Paris, 1948), P19.
- (4) Xue, Aihua(2005), Foreign Civilizations during the Tang Dynasty, Shanxi Normal University Press, P44.
- A Study on the Sino-Arab Trade Relations during the Song Dynasty, Commercial Press, P85.),11(5) Li, Jianhua(20
- (6) حكمت الصين من عام 1271 إلى عام 1368، وأسسها المغول بقيادة قوبلاي خان بفتحها للتجارة الدولية عبر طريق الحرير البري والبحري، ما ساعد في تعزيز التبادل الثقافي والتجاري بين الصين والعالم الإسلامي.
- (7) مدينة ساحلية في جنوب الصين، تُعرف تاريخيًا بأنها مركز تجاري هام وكانت ميناءً أساسيًا لتبادل البضائع بين الصين والعالم العربي خلال العصور الوسطى.
- (8) مدينة تقع في شرق الصين وعاصمة مقاطعة تشجيانغ وكانت تُعتبر مركزًا ثقافيًا وتجاريًا مزدهرًا خلال عهد أسرة يوان، وأستقطبت العديد من التجار العرب.
- (9) مدينة تقع في شمال المغرب على الساحل المتوسطي وكانت تطوان ميناءً تجاريًا هامًا يُصدر التجار العرب منه بضائعهم إلى مناطق متعددة بما فيها آسيا.
- (10) رحالة عربي مغربي اسمه الكامل محمد بن عبد الله اللواتي الطنجي وعاش في القرن الرابع عشر وزار الصين خلال عهد أسرة يوان وكتب عن رحلاته في كتابه الشهير "رحلة ابن بطوطة" الذي يُعتبر مصدرًا هامًا لتاريخ التبادل الثقافي والتجاري.
- (11) (Guo Yingde(2015), History of China-Arab Relations, Beijing: Peking University Press, P52 - 56).
- (12) الهاشمي، أحمد علي(2015)، العلاقات الاقتصادية بين الصين والدول العربية: الماضي والحاضر، المركز العربي للأبحاث، ص 120-135.
- (13) هو مؤتمر تاريخي عقد في مدينة باندونغ في إندونيسيا في أبريل (1955)، جمع ممثلين من 29 دولة من آسيا، وأفريقيا والهدف الأساسي للمؤتمر كان تعزيز الوحدة والتعاون بين هذه الدول، بالإضافة إلى مناهضة الاستعمار والاستغلال الاقتصادي، وهو ما يعكس سعي الدول الأعضاء إلى استعادة استقلالها والوقوف فيوجه التدخلات الاستعمارية.
- (14) مصطفى عبد الرؤوف(2010)، تطور التجارة بين الصين والدول العربية بعد الإصلاح والانفتاح، مجلة الدراسات الصينية، جامعة القاهرة، 12(3)، ص 100-120.
- (15) هو منتدى دولي تم تأسيسه في عام 2004 بهدف تعزيز التعاون الشامل بين الصين والدول العربية في مختلف المجالات مثل الاقتصاد التجارة، الثقافة، والتعليم، والطاقة، وغيرها من المجالات الحيوية.
- (16) عبدالله، محمد(2020)، التعاون الصيني العربي في إطار مبادرة الزام والطريق، دار الفكر العربي، ص 120-
- (17) Zhang Hua(2022), 2022 China-Arab Summit: A New Chapter in Energy, Green Economy, and Technology Cooperation, International Relations Research, China Social Sciences Press, No.12, P135.
- (18) جابر، جوليا (1984)، إدارة الأعمال بين العلم والممارسة، مؤسسة دار الريحاني للطباعة والنشر، ص 11.
- (19) عبد العظيم، حمدي(2000)، اقتصاديات التجارة الدولية، دار النهضة العربية، ص 13.
- (20) الشميمري، أحمد بن عبد الرحمن(2022)، إدارة الأعمال: أساسياتها، ومفاهيمها، وتطبيقاتها المعاصرة، شركة العبيكان للتعليم، الرياض، ط 1، ص 17.

- (21) جامعة بكين، المعروفة اختصاراً بـ "Peking University" (بيكا دا)، تُعتبر من أقدم الجامعات الصينية وأكثرها شهرة، تأسست عام 1898 تحت اسم "Imperial University of the Capital" (الجامعة الإمبراطورية للعاصمة). تُعتبر جامعة بكين مؤسسة رائدة في التعليم العالي والبحث العلمي في الصين، وتغطي مجموعة واسعة من التخصصات.
- (22) ينغ، يه ليانغ (2018)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة في الصين: الواقع والمستقبل، مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية، السعودية، ص 178.
- An Analysis of the Training Model for Business Arabic Talent, International Business— (23) Huang Hui(2015), Journal of the University of International Business and Economics, No. 1, P152.
- (24) عنقاوي، عبد العزيز (2015)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال أنموذجاً، رسالة ماجستير، مرجع سابق، ص 18.
- An Analysis of the Training Model for Business Arabic Talent, previous reference, No. 1,),2015(25) Huang Hui(P153.
- (26) LAN Bo(2020), A Study of Universities' Foreign Language Planning for the Purpose of Business in the Context of the Belt and Road Initiative, Master's thesis, Retrieved from CNKI, School of Foreign Languages, Southeast University, 28P.
- (27) عنقاوي، عبد العزيز (2015)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال أنموذجاً، رسالة ماجستير، مرجع سابق، ص 47.
- (28) المصادر نفسه، ص 48.
- (29) الفاعوري، عوني، أبو عمشة، خالد (2005)، تعليم العربية للناطقين بغيرها: مشكلات وحلول الجامعة الأردنية نموذجاً، مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 32، العدد 3، ص 490.
- (30) العصبي، عبد العزيز بن إبراهيم (1999)، أساسيات تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، مكة المكرمة، جامعة أم القرى، ص 230.
- (31) الزراعة، محمد يوسف (2012)، العولمة الثقافية واللغة العربية: التحديات والآثار، الأكاديميون للنشر والتوزيع، ص 191.
- (32) عبد الرحيم فؤاد الفارس، فراس أكرم الرفاعي (2013)، مدخل إلى الأعمال الدولية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 31.
- (33) ALI ABDULLAH MOHAMMED OSHAISH(2021), Cultural Differences Between China and Arab Countries as Seen from Gift-giving, Master's thesis, Retrieved from CNKI, Shaoxing University, P12.
- (34) طعيمة، رشدي (2006)، المعلم كفاياته، إعداد، تدريبه، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 30.
- (35) الخبازات، نعيم عبد المولى موسى (2018)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة: لغة السياحة أنموذجاً، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، ص 23.
- (36) LAN Bo(2020), A Study of Universities' Foreign Language Planning for the Purpose of Business in the Context of the Belt and Road Initiative, Master's thesis, Retrieved from CNKI, School of Foreign Languages, Southeast University, P34.
- (37) McGrath I.(2002), Materials Evaluation and Design for Language Teaching [M], Edinburgh: Edinburgh University Press.
- (38) Harwood N.(2010), English Language Teaching Materials: Theory and Practice [M], Cambridge: Cambridge University Press.

- (39) Wang, M. Y., & Yuan, X. (2023), The mission and development of foreign language textbook construction in China in the new era, *Foreign Language World*, No.6, P4.
- (40) Zhang, W. Z., Zhai, Y., Wang, D. Y., Liu, H., Xu, C. P., & Feng, R. L. (2022), An overview of "foreign - language teaching/learning practice research" from the perspective of foreign - language pedagogy, *Foreign Language Teaching*, No.2, P10 - 15.
- (41) Swain, M. (1985), Communicative competence: Some roles of comprehensible input and comprehensible output in its development, In S. Gass & C. Madden (Eds.), *Input in Second Language Acquisition*, Newbury House, P235-253.
- (42) Dudley-Evans, T., St John, M. J. (1998), *Developments in English for Specific Purposes: A Multi-Disciplinary Approach*, Cambridge University Press, P1-13.
- (43) Huang Hui(2015), An Analysis of the Training Model for Business Arabic Talent, *International Business—Journal of the University of International Business and Economics*, No. 1, P15
- (44) Richards, Jack C & Schmidt, Richards(2010), *Longman Dictionary of Language Teaching & Applied Linguistics*, Longman, 4d Edition.P389.
- (45) طعيمة، رشدي أحمد، والناقبة، محمود(2006)، تعليم اللغة اتصالياً بين المناهج والاستراتيجيات، مرجع سابق، ص224.
- (46) ريتشاردز، جاك(2007)، تطوير مناهج تعليم اللغة، ترجمة: ناصر بن عبد الله بن غالي وصالح بن ناصر الشويخ، النشر العلمي والمطابع، الرياض، ص76.
- (47) تينغ، سوتشو(2022)، تصميم منهج لتعليم اللغة العربية لأغراض تجارية خاصة في الصين، بحوث ومقالات، المجلة العلمية، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ص100.
- (48) عنقاوي، عبد العزيز(2015)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال أنموذجاً، مرجع سابق، ص81.
- (49) عنقاوي، عبد العزيز(2015)، تعليم اللغة العربية لأغراض خاصة: لغة التجارة والأعمال أنموذجاً، مرجع سابق، ص101-113.
- (50) Wang, Jin(2014), *Course Design for Business English from ESP Perspective*, Wuhan University Press, Wuhan, P177.
- (51) عبد الله، محمد محمود(2013)، أساسيات التدريس: طرائق - استراتيجيات - مفاهيم تربوية، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص15.
- (52) الجراح، محمد إبراهيم محمد(2010)، تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها لأغراض خاصة، لغة السياسة نموذجا، مرجع سابق، ص47.