

بررسی چگونگی آموزش زبان فرانسه گردشگری به دانشجویان رشته جهانگردی و هتلداری (مورد مطالعه: دانشگاه علمی و کاربردی)^۱

مهدی حیدری^۲

استادیار گروه زبان و ادبیات فرانسه، دانشکده زبان‌های خارجی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۹

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۰۶

چکیده

صنعت گردشگری و نقش آن در تحول و پیشرفت اقتصاد ملی و رشد فرهنگ جامعه کاملاً هویدا و آشکار می‌باشد. با نگاهی به مشاغل و حرفه‌های مرتبط با صنعت گردشگری به نقش و اهمیت تسلط بریک زبان خارجی پی می‌بریم، بعنوان کانال ارتباطی مستقیم انسانها، تسلط بر زبان در شاخه‌های مختلف گردشگری یک مهارت حیاتی است. در تحقیق حاضر، سعی شده تا سطح شناخت دانشجویان دو شاخه از خدمات جهانگردی و هتلداری پیرامون زبان فرانسه گردشگری یا زبان فرانسه که می‌بایست در زمینه شغلی ایشان مسلط باشند را بسنجیم. تلاش شده دریاپیم آیا آنچه از زبان فرانسه آموزش داده می‌شود نیازهای زبانی اساسی دانشجویان رشته فوق را تأمین می‌کند. این ارزشیابی براساس استانداردهای موجود در کتاب‌های منتشره در کشور فرانسه براساس معیاری ACFCFL (اتاق صنعت و تجارت فرانسه) و Assemblée des chambres francaises de commerce et d'industrie صورت گرفته و جامعه آماری اساتید و دانشجویان رشته هتلداری و جهانگردی دانشگاه علمی و کاربردی می‌باشند.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، آموزش زبان فرانسه، رویکرد ارتباطی زبان، نیازهای عینی، نیازهای ذهنی

۱- این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان "بررسی آموزش زبان فرانسه به دانشجویان گردشگری" و با حمایت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی می‌باشد.

۲- (نویسنده مسئول) heydarimeh@yahoo.com

مقدمه

هر موفقیتی در آموزش زبان، منوط به برنامه‌ریزی دقیق آموزشی است. نیازسنجی یکی از ارکان اصلی برنامه‌ریزی آموزشی محسوب می‌شود و به معنای تشخیص، انتخاب و درجه بندی نیازهای زبانی زبان آموزان است. اصطلاح نیاز به مفاهیم متعددی اعم از ضرورتها، خواسته‌ها و کمبودها اشاره دارد.

انتخاب واژگان و دستور زبان تا دهه ۱۹۶۰ - ۱۹۵۰ دغدغه اصلی اصول آموزش و طراحی درس بود. پس از آن توجه به کارکردهای زبان موجب طرح رویکردهای ارتباطی شد. در نتیجه معیار انتخاب نیز تغییر کرد. دیدگاه جدید به این امر توجه می‌کرد که یک دوره آموزشی نه بر اساس زبان، که بر اساس نیازهای زبانی می‌بایست طراحی شود. به طور کلی انتخاب با هر معیاری که صورت بگیرد، به نیاز زبان آموزان توجه دارد.

در هر برنامه آموزشی ضروری است بدانیم چرا زبان آموخته می‌شود و زبان آموزان به چه چیزی نیاز دارند تا به آن هدف برسند. تشخیص نیازهای زبانی زبان آموزان، و آموزش آنها، زبان آموزان را برای زندگی در محیط زبان مقصد آماده می‌کند. آن‌ها را قادر می‌سازد با جامعه زبان مقصد ارتباط برقرار سازند و امور و مسائل مختلف خود را به انجام برسانند. از سویی دیگر این دسته از نیازهای زبان آموزان جنبه‌های مختلف دارد، زیرا زبان یک امر چند لایه است و مشتمل بر ساختار، واژگان و مانند آن می‌باشد. در تشخیص نیازهای زبانی زبان آموزان باید به همه ابعاد و جنبه‌های این پدیده توجه نمود. همچنین نیازهای زبانی زبان آموزان دارای اولویت بندی است. تشخیص اولویت نیازها و رعایت آنها در برنامه‌های درسی، باعث ایجاد انسجام و هدفمندی در برنامه‌ها، بازدهی مطلوبتر و جلوگیری از به هدر رفتن زمان، هزینه و انرژی می‌گردد.

اما آنچه امروزه در دوره‌های آموزشی می‌گذرد، بیشتر آموزش فرانسه بعنوان زبان خارجی است و نه فرانسه گردشگری. و این چیزی است که تنها نیازهای زبانی اساسی زبان آموزان را برآورده می‌سازد. و به همین خاطر این دانشجویان صحبت کردن به زبان فرانسه در موقعیت‌های شغلی اشان را ترجیح نمی‌دهند.

آموزش فرانسه گردشگری، بخشی از آموزش فرانسه با اهداف خاص است و این زبان به شدت به تجزیه و تحلیل اهداف و نیازها وابسته است. در میان رویکردهای آموزش/ فراگیری زبانهای خارجی آنچه بیش از همه بر نیازهای زبان آموزان تأکید دارد رویکرد ارتباطی است که اصل اساسی آن تهیه یک برنامه آموزش/ فراگیری یک زبان مطابق با نیازهای دانشجویان می‌باشد.

دنیای گردشگری

گردشگری که به درستی صنعت قرن بیست و یکم نام گرفته است، کسب و کاری بسیار متنوع و در عین حال پیچیده تلقی می‌شود. مجموعه فعالیتها و روابطی که در چارچوب گردشگری شکل می‌گیرند، در مجموع برای مردم چندان شناخته شده نیستند. مشتریان ظاهری جذاب و پسندیده از بخش‌هایی از فعالیت‌های این صنعت را در عمل ملاحظه می‌کنند بی‌آنکه بخش قابل ملاحظه‌ای از برنامه‌ریزی‌ها، اقدامات و فعالیت‌های پشت صحنه آن را بشناسند و بی‌آنکه از ظرایف و حساسیت‌های بسیار جدی و البته دقیق این کسب و کار آگاهی یابند.

"بت عیارگردشگری هرآن به رنگی دیگر روی می‌نماید و لحظه به لحظه همراه با پیشرفت فناوری و تحول در سلاقی، شیوه زندگی و شرایط فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جوامع مبدأ و مقصد دیگرگون می‌شود. چنین است که فعالین این صنعت نیز می‌باید بطورستی خود را همراه با این تحولات تازه نگهدارند و هر دم نوشوند."^۱

"یکی از دستاوردهای فناوری مدرن، تولید وقت اضافی یا اوقات فراغت است. هر چه فناوری و مدیریت پیشرفته‌تر باشد وقت اضافی بیشتری تولید می‌شود. بزرگ‌ترین تولید و مصرف قرن بیست و یکم حول محور تولید و مصرف اوقات فراغت است. گردشگری بخش مهمی از اوقات فراغت را پر می‌کند. امروزه ساختار مدیریتی و تعطیلات تمامی کشورهای پیشرفته به نحوی است که پر کردن اوقات فراغت منجر به یک عمل اقتصادی می‌گردد لذا گردشگری با همه مضامین علمی و فلسفی که در آن نهفته است، یک عمل اقتصادی است و پیش بینی می‌شود که یکی از بزرگترین محرک‌های اقتصادی قرن حاضر باشد. و به همین دلیل امروزه دانشگاه‌های سراسر جهان به این رشته اساسی علمی که طیف‌های وسیعی از مشاغل را در بر می‌گیرد، توجه خاصی دارند."^۲

مطابق آنچه بیان شد، امروزه گردشگری الزاماً به رویدادی مبدل گشته که مضمون سنتی خویش را پشت سر گذاشته است و به مضمونی از یک فعالیت وسیع و گسترده نائل گشته که ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی، سیاسی جوامع را تحت شعاع قرار داده است و در کل ایدئولوژی گردشگری تغییر کرده است.

بدین منظور، وظایفی کاملاً جدید و لزوم رویکردهایی نو به ناگهان پدیدار گشت که این وظایف و رویکردها می‌بایست در ابعاد اجتماعی و اقتصادی که بر پایه اطلاعات و آگاهی بنا نهاده شده‌اند، یافت شوند. به بیانی دیگر می‌بایست گردشگری که بر پایه شناخت نهادینه گشته را سازماندهی کرد.

گردشگران امروزی دقیق‌تر، آگاه‌تر و سختگیرانه‌تر در انتخاب‌هایشان عمل می‌کنند. آن‌ها وقت و تلاش بیشتری را برای آمادگی و سازماندهی سفرهایشان اختصاص می‌دهند، تا امکانات بیشتری برای برآورده کردن خواسته‌هایشان، میل به سمت ماجراجویی، علاقه‌اشان، شناخت و آگاهی‌اشان را کسب کنند. آن‌ها احساسات متفاوت و قوی، چشم اندازهای جهانگردی بکر و تازه و ناشناخته را ترجیح می‌دهند. بنابراین می‌بایست با گردشگران نه همانند مصرف کننده و انسان معمولی، بلکه همانند چهره‌ای سرشناس، موجوداتی خلاق که برای کشف چیزهای تازه سفر می‌کنند برخورد کرد و آنان را همانند شرکای فعال در صنایع جهانگردی، در قبال افرادی که ملاقات می‌کنند و کشورهایی که در جریان سفرهایشان بازدید می‌کنند به شمار آورد.

آموزش زبان با اهداف خاص

نقش گردشگری در اقتصاد، فرهنگ، اجتماع، و روابط بین الملل امروزی امری مسلم و انکارناپذیر است و پس از بررسی مشاغل این بخش، اهمیت تسلط بر یک زبان خارجی بیشتر نمایان می‌شود، خصوصاً در مورد پاره‌ای مشاغل همچون متصدی استقبال و پذیرایی، متصدی اطلاعات، مهماندار هواپیما و بالاخص راهنمای تور و مترجم که می‌بایست اطلاعات زبانشناختی کافی از یک زبان خارجی داشته باشد، تا بتواند اطلاعاتشان را در این زبان خارجی به گردشگران منتقل کند و می‌بایست در یک زبان خارجی همچون زبان فرانسه تسلط داشته باشد.

۱- خدمات صنعت گردشگری، دکتر بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، انتشارات چهارباغ، چاپ اول ۱۳۸۶، ص ۷

۲- گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، دکتر محمد حسین پاپلی یزدی و محمد سقایی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، تهران ۱۳۸۶، ص ۲

به عنوان نمایندگان نخستین کشورمان از دید گردشگران خارجی و مسئولان تورها و آژانس‌های مسافرتی خارجی، کارکنان جهانگردی نقش بسیار مهمی در قضاوتی که آنها بر کشورمان می‌کنند دارند. هر راهنمای گشت، نماینده یک ملت، یک کشور و سازمان برگزارکننده گشت‌ها (ورودی، خروجی و داخلی) بشمار می‌آید. ممکن است گروه گردشگران (خارجی) واقعاً فرصت ارتباط با مردم یک کشور (یا منطقه) را در مدت بازدید خود نیابند، در این صورت، شخصیت، منش و اطلاعات راهنما، محکی برای شناسایی کشور میزبان به عنوان، فردی بومی، که در تمام مدت سفر به همراه گروه است، محسوب خواهد شد. بنابراین، می‌بایست کارکنانی بسیار ماهر و حرفه‌ای در تمامی زمینه‌ها تعلیم داد. از آنجایی که گردشگری امروزی بسمت شناخت و آگاهی پیش می‌رود، باید با ارزشیابی آگاهی افراد در تمامی زمینه‌های مرتبط با جهانگردی همچون زبان، افراد شایسته بکار گرفته شوند.

معلومات و مهارت‌های لازم برای تحقق وظایف در شاخه گردشگری و تقریباً در تمامی شاخه‌های ذکر شده در کشور ما در طول دوران تحصیل دانشگاهی فرا گرفته می‌شود. در مورد توانایی ارتباط با ارباب رجوع، اصول برقراری ارتباط با او به زبان فارسی آموزش داده می‌شوند، اما به خوبی می‌دانیم که زمانی که بحث بر سر مراجعه کننده خارجی است، می‌بایست به یک زبان خارجی برای برقراری ارتباط متوسل شد. این زبان می‌بایست به گونه‌ای آموزش داده شود که تمامی معلومات و مهارت‌های لازم در آنجا ظاهر شود.

آموزش زبان خارجی در تمامی موارد یک هدف اصلی را نشانه می‌گیرد، و آن کسب توانایی ارتباط است. و زمانی که مراد آموزش زبان خارجی با اهدافی خاص و بخصوص در یک حرفه مرتبط با علوم اجتماعی و انسانی است، اهمیت کسب توانایی ارتباط بیش از پیش خودنمایی می‌کند.

باتوجه به تعریف ارائه شده توسط Guittet از مفهوم توانایی بهتر می‌توان به عمق مطالب بیان شده پی برد:

" توانایی به بکارگیری مناسب از معلومات و مهارت‌ها به منظور تحقق یک وظیفه اطلاق می‌شود. توانایی منتج از یک تجربه‌ی حرفه‌ای می‌باشد، که به صورت عینی در جایگاه شغلی قابل مشاهده است و توسط عملکرد عالی اشخاص ارزشگذاری می‌شود."¹

مطابق تعریف بیان شده توانایی ارتباط زمانی کسب می‌شود که معلومات لازم، همینطور مهارت‌های مقتضی برای تحقق وظیفه مشخص قبلاً توسط یادگیرنده فراگرفته شده باشد. به محض کسب توانایی، می‌توان با عملکرد حرفه‌ای شخص آن را ارزیابی کرد.

در ایران، همانند تمامی کشورهایی که ساختار شخصی شاخه گردشگری در سطح دانشگاهی و آموزشگاهی می‌باشد، دو زبان خارجی به دانشجویان آموزش داده می‌شود. زبان انگلیسی و یکی از دو زبانهای فرانسوی یا آلمانی سه زبانی هستند که برای آموزش به دانشجویان گردشگری در نظر گرفته شده‌اند.

اما چگونه می‌بایست یک زبان خارجی را به دانشجویان یک بخش خاص آموزش داد؟ آیا می‌بایست همان روش آموزش زبان خارجی در مؤسسات آموزشی زبان و دانشگاهها را دنبال کرد که در آنجا دانشجویان زبان خارجی عمومی را با اهداف مختلف می‌آموزند، تا مدرسین آینده، مترجم یا استاد دانشگاه شوند؟

¹Guittet A, Développer les compétences par une ingénierie de la formation. Paris,ESF, 1995,s.pp. Cité in Arthaud Paul, "Création et utilisation de ressources pédagogiques sur support numérique pour l'apprentissage d'une L2: quelle compétences pour l'enseignant?", Alsic, Vol. 9, novembre 2006, PP.181-197.Fichier Internet.

در میان رویکردهای آموزش / فراگیری زبانهای خارجی چیزی که بیش از پیش بر نیازهای یادگیرنده‌ها تاکید دارد رویکرد ارتباطی است که اصول اساسی آن تهیه یک برنامه آموزش/فراگیری یک زبان مطابق با نیازهای دانشجویان می‌باشد. چیزی که به آن نیاز زبانی گفته می‌شود.

در مطالعات انجام گرفته پیرامون نیازهای زبانی، خاطرنشان می‌شود که این نیازها، مطابق بافت و شرایط، سه واقعیت مرتبط اما در عین حال متمایز را در بر می‌گیرند: آنچه زبان آموز مایل است فرا بگیرد، آنچه محیط (شغلی، اجتماعی، فرهنگی) از او انتظار دارد، و آنچه او می‌بایست از یک زبان خارجی فرا بگیرد. مفهوم نیاز به امیال، نیازها و اهداف آموزشی اطلاق می‌شود. برای یک زبان آموز الزاماتمیزی میان این سه ابعاد وجود ندارد: همانگونه که لزوم شغلی فراگیری یک زبان همواره امیال را بر نمی‌انگیزد، و میل به یادگیری همواره با یک نیاز بوضوح احساس شده مقارن نیست، سرانجام، می‌بایست این نکته را خاطرنشان کرد که امیال و الزامات زبان آموز همواره با اهدافی که در یادگیری مفید می‌باشند، همخوانی ندارند.

در دوره‌های آموزشی مرتبط با تحقیق حاضر نیاز مهمتر، محیط شغلی، اجتماعی و فرهنگی است. در نتیجه تلاش سخت‌تری می‌بایست پیرامون این نیاز صورت پذیرد در حالی که دو نوع دیگر نیاز می‌توانند در دوره‌های آموزشی زبان فرانسه عمومی کسب شوند:

مطابق نظر ریشریش (Richterich): "هدف زبان فرانسه با اهداف خاص این است که، در حالت کلی، با سرعت تمام، اطلاعات، مهارت‌ها و رفتارهای محدود اما کافی را در اختیار زبان آموز قرار دهد و او را در مقابل موقعیتهایی که در آن قرار دارد توانمند سازد."¹

و تمامی اینها برای بیان این مطلب است که زمانی که در مورد آموزش یک زبان بعنوان زبان دوم خارجی به کارکنان آینده و یا کارکنان فعلی یک زمینه شغلی صحبت می‌شود، مقصود آموزش زبان خارجی با اهداف خاص است. بر اساس تعاریف بیان شده در جریان تحقیق و نکات ذکر شده در سطوح پیشین، لزوم توجه به نیازهای زبانی دانشجویان شاخه گردشگری آشکار می‌شود. بنابراین می‌بایست روش آموزش بنسبت آموزش زبان عمومی تغییر کند. آنچه مربوط به نیازهای زبانی کارکنان گردشگری می‌باشد، مطابق مدل معرفی شده هانری بس و بر اساس طبقه بندی او چنین استنباط می‌شود که نیازهای زبانی که محیط شغلی خواستار آن است می‌بایست از سوی سازمان‌ها و مؤسسات متعهد تعریف شوند (و بر اساس این نیازها می‌بایست یک برنامه کامل برای آموزش فرانسه سازماندهی گردد) آنچه می‌بایست توسط زبان آموز فرا گرفته شود، اصول زبانی است، یعنی فرانسه عمومی. در مورد آنچه یادگیرنده خودش می‌خواهد فرا بگیرد، می‌بایست به او حق انتخاب داده شود تا در دوران آموزشی در مورد آن صحبت کند و علایقش را بیان سازد چه در دوره‌های آموزشی زبان فرانسه گردشگری یا در دوران آموزشی زبان فرانسه عمومی.¹

¹ Cuq Jean-Pierre, Gruca Isabelle, Cours de didactique du français langue étrangère et seconde, PUG, Grenoble, 2002, P.327.

² -Bess H., Méthodes et pratiques des manuels de langue, Crédif, Paris, 1985.

اما آنچه در دوره‌های آموزشی فعلی می‌گذرد، بیشتر آموزش فرانسه بعنوان زبان خارجی است و نه فرانسه گردشگری. و این چیزی است که تنها نیازهای زبانی اساسی زبان آموزان را برآورده می‌سازد. و به همین خاطر این دانشجویان صحبت کردن به زبان فرانسه در موقعیت‌های شغلی آنان را ترجیح نمی‌دهند.

شاهد امر نتایج پرسش‌نامه‌های تکمیل شده توسط کارکنان فعلی بخش گردشگری است که از میان دانشجویان جامعه آماری ما بودند که ترجیح می‌دهند ارتباطاتشان به زبان انگلیسی صورت گیرد، و به همین خاطر شناخت آنها از زبان فرانسه رضایت بخش نیست.

یکی از مهمترین پرسش‌هایی که همواره برای مدرسین و دانشجویان زبان مطرح است، چگونگی انتخاب محتوای آموزشی روشهای آموزشی با رویکرد ارتباطی می‌باشد و این نکته که تعیین محتوا بر اساس چه نوع ملاک‌ها و معیارهایی صورت می‌گیرد؟ در این تفکر، به منظور تعیین صحیح محتوا، به جای استفاده از ترجمه_دستور، توصیفات عناصر دستوری و نیز به جای حفظ نمودن ساختارهای تصنعی و تمرینات مدل دار (رایج در روشهای شنیداری_شفاهی که حتی نیم قرن بر محافل آموزشی سیطره داشته‌اند) و به جای تهیهی محتوا از مسیر واژگان پربسامد در زندگی واقعی و موقعیت‌های روزمره، فراتر رفته و بنا به پروژه‌ی شورای برنامه ریزی اروپای واحد، به سمت انتخاب مواد آموزشی بر پایه‌ی توجه به "نیازهای زبانی" اقدام شده است.

در این راستا، ریشتریش یکی از سردمداران این تفکر در اروپا که از پایه گزاران نگرش ارتباطی نیز محسوب می‌گردد برای اولین بار این مسئله را مطرح نمود که در واقع زبان آموز، خواستار یادگیری مؤثر، سریع و بلافاصله قابل استفاده می‌باشد. لذا، به منظور کارایی بیشتر یادگیری زبان خارجی در بافت اروپای واحد، وی ابتدا توصیه می‌نماید که تلاشی در جهت شناختن نیازهای کاربردی فوری زبان آموزان انجام شود. این رویکرد باعث به وجود آمدن اصطلاح "نیازهای زبانی" شد. در یک نگاه تخصصی‌تر، بحث نیاز به دو محور تقسیم می‌شود:

- ۱- نیازهای عینی یا بیرونی یعنی نیازهای قابل پیش بینی و قابل تعمیم.
- ۲- نیازهای فردی یا ذهنی که قابل تعمیم و قابل پیش بینی نیستند و خاص خود فرد با توجه به شرایط ویژه‌اش می‌باشند.

مؤلفه‌های نیازهای زبانی

نیازهای زبانی از سه مؤلفه اساسی تشکیل شده است:

الف - مؤلفه روانی - احساسی. منظور احساس نامنی است که به زبان آموز ابتدای یادگیری یک زبان خارجی دست می‌دهد. برای مواجهه با این معضل، مدرسین زبان نقش مهمی دارند. مدرس با نشان دادن مزیت‌هایی که زبان آموز در جریان یادگیری کسب می‌نماید می‌تواند او را تشویق به ادامه فرآیند یادگیری کند.

ب - مؤلفه زبان شناختی.

- در کلاس‌هایی که به زبان خارجی نه به زبان مادری تدریس صورت می‌گیرد، زبان آموزان گاه مشکل دارند که پیشنهاد می‌شود از دستورالعمل‌های ساده‌تر واز تکرار استفاده کنند.

- در جریان آموزش مدرس باید فضایی واقعی را برای تفهیم بهتر مطالب ایجاد کند.

ج - مؤلفه‌های اجتماعی - فرهنگی

اگر زبان آموز دوره‌های فرانسه با هدف خاص را دنبال کند بر جنبه‌های اجتماعی- فرهنگی آن زبان نیز مسلط می‌شود. برای برقراری ارتباط در یک زبان خارجی، می‌بایست فرهنگ این زبان را شناخت. آموزش زبان فرانسه با هدف خاص برای تحقق نیازهای نه تنها خاص بلکه ضروری و فوری نیز می‌باشد. بعنوان مثال پذیرشگر هتلی که مسافر فرانسه زبان عصبی که کیف پولش را گم کرده است را پذیرش می‌کند، سعی می‌کند تا نه تنها با حرکات سرودست بلکه با کلمات و عبارات درست و تسکین بخش او را آرام کند. پذیرشگر پیش از این، کلمات و عبارات را بگونه ای مؤثر فراگرفته تا بتواند در این موقعیت خاص از آن استفاده کند.

روش‌های آموزشی زبان فرانسه با اهداف خاص

دوروش آموزشی زبان فرانسه در شاخه گردشگری می‌تواند مورد توجه قرار گیرند:

"tourisme.com" و "hotellerie-restauration"

مسئلاً یک روش آموزشی در بخش گردشگری می‌بایست امکان کشف دنیای گردشگری، تقویت وغنی سازی دانش عملی یا مهارت ارتباطی و حرفه ایشان را به زبان آموزین شاخه بدهد. و باید بر جنبه عملی و کاربردی زبان با هدف تخصصی تاکید داشت. دو روش فوق هر کدام با توجه به ویژگی‌های خاص خود دانشجوی گردشگری که به زبان فرانسه عمومی اندکی آشنایی دارد را با موقعیت‌هایی همچون آب و هوا، جغرافیا، جشن‌ها، رسوم محلی، آداب تغذیه، خرید و فروش، نوع برخورد، پذیرش، هدایتگری، راهنمایی دقیق و غیره آشنا می‌سازد. در حقیقت در دو روش فوق نیازهای زبانی زبان آموزان برای زندگی در محیط زبان مقصد تا حدودی مورد توجه قرار گرفته است و آنها را قادر می‌سازد با جامعه زبان مقصد ارتباط برقرار سازند. عبارتی دیگر نیاز سنجی مورد توجه واقع شده است. نیاز سنجی برای اهداف مختلفی انجام می‌گیرد. ریچارد زاین^۱ این اهداف را به صورت زیر بر شمرده است:

- پی بردن به این که زبان آموز برای انجام یک نقش خاص باید چه مهارت‌های زبانی داشته باشد.

- تشخیص اینکه آیا یک دوره آموزشی زبان نیازهای بالقوه زبان آموزان را برآورده می‌کند.

- تعیین اینکه کدام یک از زبان آموزان بیشتر نیازمند یک مهارت خاص است.

- جمع آوری اطلاعات درباره یک مشکل خاص که زبان آموزان با آن روبرو هستند.

به منظور کسب اطلاعات پیرامون مسائل مربوط به آموزش/ فراگیری زبان فرانسه گردشگری در کشورمان، می‌بایست با مراکز یا آموزشگاه‌هایی که در این شاخه فعالیت می‌کنند در تماس باشیم. یکی از مراکز که متعهد در تربیت نیروی کاری در شاخه‌های مختلف گردشگری می‌باشد " دانشگاه علمی کاربردی " است.

پرسش نامه‌های تحقیق فوق بین مدرسین زبان فرانسه با دو هدف توزیع شده است:

¹.Richards.j.c(2013)Curriculum Approaches in Language Teaching,Central,and Backward Desing.RELC jornal Vol 44(1),p.25

۱- آگاهی از آنچه در دوره‌های آموزش/فراگیری زبان فرانسه رخ می‌دهد که هدف اصلی آن تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص می‌باشد. سئوالات پیرامون کتاب آموزشی مورد استفاده مدرسین، ساعات اختصاص داده شده به زبان فرانسه، تمرینات تکمیلی مدرسین و غیره است.

۲- درخواست از اساتید بمنظور بیان نقطه نظرات و دیدگاهان پیرامون سیستم فعلی و شرایط کاریشان و پیشنهادات و تجارب کاربری ایشان.

دومین نوع از پرسش نامه‌ها در این تحقیق، پرسش نامه‌های جمعیتی است که برای دانشجویان مراکزی که اساتیدشان در مرحله اول شرکت کرده‌اند، تنظیم گردیده است.

سومین پرسش نامه برای ارزیابی سطح علمی دانشجویان زبان فرانسه گردشگری می‌باشد. دانشجویان سال آخر تحصیلی مقطع کارشناسی بعنوان جامعه هدف در نظر گرفته شده است. پرسش نامه‌ها در سه سطح A.B.C می‌باشند.

سئوالات بخش اول، شامل سئوالات گرامری هستند که از کتاب‌های "tourisme.com" و "hotellerie-restauration.com" انتخاب شده‌اند. بخش دوم به سئوالات تخصصی می‌پردازد. همچون بخش قبل، سئوالات را براساس روش‌های فوق انتخاب کرده‌ایم. و بخش سوم سئوالات براساس سئوالات روش "tourisme.com" می‌باشد.

نتایج پرسش نامه‌های مختص مدرسین

به منظور آگاهی از آنچه در شاخه فرانسه گردشگری در ایران بخصوص در دانشگاه علمی کاربردی می‌گذرد یک پرسش نامه که شامل ۹ سؤال است به مدرسینی که چندین سال است در این شاخه فعالیت می‌کنند ارائه شده است. گزارش این بخش از تحقیق:

لزوم آموزش زبان فرانسه در شاخه گردشگری. از نظر مدرسین، زبانهای انگلیسی و فرانسه جزء فاکتورهایی است که به پرسنل بخش گردشگری کمک می‌کند تا ارتباط موثرتر و پویاتری با مشتریان برقرارکنند. تمام اساتیدی که در پژوهش حاضر با ما همکاری داشته‌اند برای زبان پایه فرانسه بخشی از روش "Café crème" را پیشنهاد می‌کنند. مطابق نتایج بدست آمده از پرسش نامه، مدت زمانی که صرف تمرینات تولید شفاهی و تمرینات شنیداری می‌شود بین ۴۰٪ و ۷۰٪ زمان دوره در هر ترم را به خود اختصاص می‌دهد. تمام اساتید حاضر در تحقیق فوق با افزایش زمان اختصاص داده شده به زبان فرانسه اتفاق نظر دارند. در حال حاضر به طور متوسط ۶ ساعت در هفته و ۹۶ ساعت در طول ترم به این زبان اختصاص داده شده است. مدرسین خواستار افزایش تا ۱۸۸ ساعت در طول ترم هستند.

سیستم فعلی آموزش زبان فرانسه بعنوان دومین زبان خارجی در بخش گردشگری برای بیشتر مدرسین رضایت بخش نیست.

۵۰٪ هرگز آن را نمی‌پذیرند و آنرا نا کافی می‌دانند. برای ۲۵٪ مدرسین نتیجه این دوره‌ها، در سیستم فعلی، بیش از هر چیز به استاد و روش وابسته است. از نظر آنها ناکافی بودن روشها و کتب آموزشی زبان فرانسه در بخش گردشگری معضل عمده در کشور می‌باشد.

نتایج پرسش نامه‌های جمعیت‌شناسی

مطابق مطالعه آماری که بر روی ۹۴ دانشجوی با سن متوسط ۲۳ سال دانشگاه علمی کاربردی انجام گرفته است، که از بین آنان ۱۴٫۹٪ متأهل، ۶۷٪ فاقد شغل، ۲۶٫۶٪ در بخش‌های غیر مرتبط با صنعت گردشگری و ۶۴٪ در مشاغل مربوط با صنعت گردشگری در بخش‌های خصوصی می‌باشند، در خصوص لزوم فرگیری زبان دوم خارجی ۲٫۱٪ از جامعه آماری ما این موضوع را خیلی مهم قلمداد نمی‌کنند. ۳۰٫۹٪ آنرا کمی مهم و برای ۲۶٫۶٪ این فراگیری بسیار مهم و برای ۴۰٫۴٪ فراگیری زبان دوم خارجی بسیار مهم جلوه می‌کند.

جدول ۱: لزوم فراگیری زبان دوم

ارزش	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
مهم قلمداد نمی‌کند	۲	۲/۱
کمی مهم قلمداد می‌کند	۲۹	۳۰/۹
بسیار مهم قلمداد می‌کند	۲۵	۲۶/۶
بسیار بسیار مهم قلمداد می‌کند	۳۸	۴۰/۴
جمع کل	۹۴	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

آموزش زبان فرانسه به عنوان دومین زبان خارجی برای ۲۲٫۳٪ از دانشجویان بسیار بسیار مهم، برای ۳۵٫۱٪ بسیار مهم، برای ۳۸٫۳٪ کمی مهم، برای ۴٫۳٪ بسیار کم اهمیت می‌باشد.

جدول ۲: اهمیت انتخاب زبان فرانسه به عنوان زبان دوم

ارزش	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
بسیار بسیار مهم	۲۱	۲۲/۳
بسیار مهم	۳۳	۳۵/۱
کمی مهم	۳۶	۳۸/۳
کم اهمیت	۴	۴/۳
جمع کل	۹۴	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

۷٫۴٪ از دانشجویان از انتخاب زبان فرانسه بعنوان دومین زبان خارجی اصلاً رضایت ندارند... ۲٫۱٪ از آنان رضایت ندارند. ۱۶٪ کمی رضایت دارند. ۳۰٫۹٪ راضی هستند و ۴۳٫۶٪ کاملاً رضایت دارند.

جدول ۳: رضایت از انتخاب زبان فرانسه به عنوان زبان دوم

ارزش	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
اصلاً رضایت ندارد	۷	۷/۴
رضایت ندارد	۲	۲/۱
کمی رضایت دارند	۱۵	۱۶
راضی هستند	۲۹	۳۰/۹
کاملاً راضی هستند	۴۱	۴۳/۶
جمع کل	۹۴	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

۹۲٫۶٪ از دانشجویان هیچگونه شناختی پیش از آغاز دوره تحصیل دانشگاهی از زبان فرانسه ندارند، ۵٫۳٪ از آنان شناخت کمی از زبان فرانسه دارند و ۲٫۱٪ از آنان شناخت بسیار کمی دارند.

مطابق نتایج بدست آمده از این بخش از پرسش نامه در ۲۱٫۳٪ از کلاس‌های فرانسه زبان دوم دانشگاه علمی کاربردی تمامی زمان دوره به زبان فارسی می‌گذرد. ۴۴٫۷٪ از کلاس‌ها استاد بین ۲۰٪ تا ۵۰٪ از زمان دوره به زبان

فرانسه صحبت می‌کند. در ۲۴,۵٪ از دوره‌ها مدرسین در ۵۰٪ زمان دوره به زبان فرانسه صحبت می‌کنند. در ۷,۴٪ موارد و تنها ۲,۱٪ از کلاس‌ها، مدرسین بیش از ۸۰٪ زمان دوره را به زبان فرانسه صحبت می‌کنند و کلاس‌ها کاملاً به زبان فرانسه اداره می‌شود.

از میان دانشجویانی که در بخش گردشگری کار می‌کنند و کسانی که فرصت برقراری ارتباط با گردشگران زبان فرانسه را دارند ۴۰,۳٪ فکر می‌کنند موفقیت کمی در مکالمه زبان فرانسه دارند، ۲,۱٪ موفقیت بسیار کم و ۸۹,۴٪ اصلاً موفق نبوده‌اند.

از دانشجویان خواسته شده تا درصد تطابق موضوعات در دوره‌های آموزش زبان فرانسه با موقعیت‌های واقعی را بیان کنند. مطابق ۴۵,۷٪ از جواب‌های بیان شده، ۵۰٪ تا ۸۰٪ از موضوعات این مزیت را دارند. در حالی که ۲۶,۶٪ از جواب‌ها بیانگر ۲۰٪ تا ۵۰٪ موضوعات مرتبط با گردشگری هستند. برای ۱۶٪ از دانشجویان، بیش از ۸۰٪ موضوعات، در میان ۸,۵٪ از آنان ۱۰۰٪ از موضوعات و برای ۳,۲٪ از آنان کمتر از ۲۰٪ از موضوعات.

نتایج حاصل از پرسش نامه‌ها

۱- نتایج حاصله از پرسش نامه‌های مدرسین

۲- نتایج حاصله از پرسش نامه‌های جمعیتی

۳- نتایج حاصله از پرسش نامه‌های ارزیابی سطح شناخت زبان آموزان از فرانسه گردشگری

نتایج حاصله از پرسش نامه‌های مدرسین:

آموزش/فراگیری فرانسه تخصصی گردشگری منوط به شناخت قابل قبولی از فرانسه عمومی از سوی دانشجویان می‌باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که مدرسین باید دو توانایی شنیداری و تولید شفاهی را در دانشجویان تقویت کنند. زمان و سیستم فعلی آموزش زبان فرانسه در شاخه دانشگاه علمی و کاربردی از نظر اساتید رضایت بخش نیست و باید تغییراتی همچون افزایش دوره‌ها تا ۱۸۸ ساعت یعنی تدریس ۱۱ ساعت در طول هفته را عملیاتی نمود

نتایج حاصله از پرسش نامه‌های جمعیتی

اکثریت دانشجویان بر اهمیت آموزش دومین زبان خارجی اذعان دارند. تعداد بیشماری از دانشجویان از انتخاب زبان فرانسه بعنوان دومین زبان خارجی رضایت دارند و ترجیح می‌دهند بعد از زبان انگلیسی زبان عمومی و گردشگری را فرا بگیرند.

نتایج حاصله از پرسش نامه‌های ارزیابی سطح شناخت زبان آموزان از فرانسه گردشگری

در این پرسش نامه‌ها مشاهده می‌شود که از نظر نقطه نظر گرامری، دانشجویان نکات گرامری را بهتر فرا گرفته‌اند اما در مورد اصلاحات و ساختارهای مناسب در بخش گردشگری، به اندازه گرامر موفق نیستند. در پایان این پرسش نامه از دانشجویان خواسته شد تا مشکلترین قسمت برای جواب دادن را ذکر کنند. درصد قابل ملاحظه‌ای از آنان (۶۵٪) قسمت مربوط به اصلاحات تخصصی گردشگری براساس "le tourisme.com" را بعنوان مشکل‌ترین سئوالات بیان کردند. قسمت مربوط به اصطلاحات و موقعیت‌های تخصصی گردشگری براساس کتب آموزش "tourisme.com" و "hotellerie-restauration.com" ۲۵٪ از جواب‌ها را به خود اختصاص می‌دهد و قسمت مربوط به سئوالات

گرامری براساس کتاب آموزشی "tourisme.com" و کتاب آموزشی "hotellerie-restauration.com" توسط ۱۰٪ از دانشجویان انتخاب شد.

جدول ۴: ارزیابی سطح شناخت

ارزش	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
کتاب اول	۶۲	۶۵
کتاب دوم و سوم	۲۳	۲۵
کتاب چهارم و پنجم	۹	۱۰
جمع کل	۹۴	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

براین اساس این سطح از آموزش در دانشگاه علمی و کاربردی پاسخگوی نیاز دانشجویان نمی‌باشد.

نتیجه گیری

بخش وسیع گردشگری که نقش مهم آن در اقتصاد، فرهنگ، اجتماع و روابط بین المللی امروزی انکارناپذیر است، تنوعی از مشاغل را در برمی گیرد، پس از بررسی ویژگیهای مشاغل این بخش، اهمیت تسلط بر یک زبان خارجی آشکار می‌گردد، بخصوص برای پاره‌ای از مشاغل همچون مشاغل پذیرش؛ کارمند پذیرش، کارمند اطلاعات، مهماندار هواپیما، و مخصوصاً راهنمای همراه و راهنمای مفسر که می‌بایست اطلاعات زبانشناختی کافی به منظور تبادل اطلاعاتشان به گردشگران در این زبان خارجی رداشته باشند و در این زبان به همان اندازه زبان فارسی تسلط داشته باشند.

بنابراین، یکی از الزامات بخش گردشگری و شاخه‌های آن تسلط بر یک زبان خارجی است؛ و در نتیجه، سازماندهی دوره‌های آموزش زبان گردشگری برای پرسنل این بخش بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

در واقع بایست یک رویکرد ارتباطی برای آموزش/فراگیری زبان فرانسه گردشگری دنبال کرد، که در بطن آن نیازهای زبانی دانشجویان گنجانده شود. به منظور برآورده شدن این نیازها می‌بایست کتابهایی مختص گردشگری طراحی شود که در آن توجه بیشتری به مهارت‌های مورد نیاز کارکنان گردشگری صورت گیرد. ما در بخش پیش دو نمونه از کتابهای موجود در ایران را معرفی کرده‌ایم.

به عنوان نتیجه می‌توان گفت اگر مسئولین برای هدایت صنعت گردشگری در ایران بسمت رونق و شکوفایی مصمم هستند، و اگر آنها متوجه ضعف گردشگری در کشورمان - کشوری که شایستگی تبدیل شدن به قطب گردشگری در جهان را دارد - شده‌اند، می‌بایست که به قوانین بین المللی گردشگری احترام بگذارند: به عبارت دیگر استفاده از نیروی کار واجد شرایط و کارآمد و تسلط بر زبان خارجی به طریقی کاربردی و عملی یکی از مشخصه‌های مورد نیاز ذکر شده برای این افراد است.

امروزه که گردشگری بر پایه شناخت و تبدیل شدن به علمی جدا و میان رشته‌ای سوق داده شده است، کشوری غنی از نقطه نظر فرهنگی و تاریخی که صاحب تمدنی هزار ساله و استثنایی است، نمی‌بایست در دنیا نادیده گرفته شود و از امتیازات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی گردشگری، به دلیل اینکه نمی‌تواند با گردشگری جهان به پیش برود، محروم گردد. این بر عهده همگان است که تلاش کنند تا مشکلات را که همچون موانعی در تحول گردشگری ایران هستند را حل کنند.

چند پیشنهاد بر اساس نتایج پرسش نامه‌ها:

- علاوه بر دوره‌های فرانسه ۱ و ۲ Francais اختصاص دوره‌هایی که محتوی آنها فرانسه تخصصی گردشگری باشد.

- استفاده از کتب آموزشی تخصصی شاخه گردشگری

- شروع تدریس زبان فرانسه از ترم اول

- استفاده از روش "Café crème" برای دوره‌های فرانسه عمومی

- توجه به تمرینات شنیداری و تولید گفتاری

- استفاده از مدرسین زبان فرانسه که در زمینه گردشگری تخصص دارند.

منابع

خدمات صنعت گردشگری، دکتر بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، انتشارات چهارباغ، چاپ اول ۱۳۸۶، ص ۷
گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، دکتر محمد حسین پاپلی یزدی و محمد سقایی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران ۱۳۸۶، ص ۲.

Bess H., Méthodes et pratiques des manuels de langue, Crédif, Paris, 1985.

Cuq Jean-Pierre, Gruca Isabelle, Cours de didactique du français langue étrangère et seconde, PUG, Grenoble, 2002, P.327.

Guitte A, Développer les compétences par une ingénierie de la formation. Paris,ESF, 1995,s.pp. Cité in Arthaud Paul, "Création et utilisation de ressources pédagogiques sur support numérique pour l'apprentissage d'une L2: quelle compétences pour l'enseignant?", Alsic, Vol. 9, novembre 2006, PP.181-197.Fichier Internet.

Galisson Robert, Besse Henri, Polémique en didactique, du renouveau en question, CLE international, Paris, 1980.

J.C.Richards. Curriculum Approaches in Language Teaching,Central,and Backward Desing.RELC jornal (2013)