JOURNAL OF CONTEMPORARY TOURISM AND HOSPITALITY
KSTCL IIUM
INTERNATIONAL ISLAMIC UNIVERSITY MALAYSIA
Garden of Knowledge and Virtue

اللغة والسياحة في جنوب شرق آسيا: مقاربة لغوية اجتماعية للخدمات العربية المقدمة للمسافرين المسلمين

Language and Tourism in Southeast Asia: A Sociolinguistic Approach to Arabic Language Services for Muslim Travelers

Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen [1], Nurul Nahirah Rasidik [2]

Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia [1]

Arabic, CELPAD, International Islamic University Malaysia, Malysia [2]

mramadeen@iium.edu.my [1], nahirahrasidik@iium.edu.my [2]

OrCID ID: 0000-0002-82706888

Corresponding author: mramadeen@iium.edu.my

المستخلص: هدف هذا البحث إلى بيان العلاقة بين اللغة والسياحة من منظور لغوي اجتماعي، وسعى إلى وصف أبرز التجارب التي ربطت بين اللغة وقطاعات السياحة في دول تستهدف السائح العربي والمسلم، وتنبع أهمية هذا الموضوع من الدور الذي تؤديه اللغة في تحسين تجربة السائح، وتعزيز جاذبية الوجهات السياحية، حيث تمثل اللغة قناة تواصل أساسية تضمن الفهم المتبادل، والاحترام الثقافي، وبناء صورة إيجابية عن الوجهة، وتوصلت نتائج الدراسة أن عددًا من الدول مثل ماليزيا وإندونيسيا قدّمت مبادرات تعليمية وتطبيقات تقنية لدعم اللغة العربية في السياحة، وشملت برامج تدريب مرشدي المساجد، والتعليم المصغر، وبناء مشاهد لغوية متعددة اللغات. كما أظهرت الدراسات أن غياب المحتوى اللغوي في المجال السياحي يضعف جودة التجربة السياحية. يوصي البحث بإجراء دراسات مقارنة لرضا السياح من حيث الخدمات اللغوية، وتطوير أدوات تعليمية رقمية للعاملين في السياحة، وإنشاء معايير دولية لغوية في الوجهات السياحية، بما يسهم في تحقيق سياحة مستدامة تتسم بالتنوع الثقافي.

الكلمات المفتاحية: اللغة، السياحة، اللغة العربية لأغراض خاصة، السياحة الإسلامية، المشهد اللغوي، تعليم العربية للسياحة، اللغويات الاجتماعية.

Abstract: This study examines the relationship between language and tourism in Southeast Asia from a sociolinguistic perspective, with particular attention to Arabic-language services provided to Arab and Muslim travellers. Adopting a scoping literature review approach, the study analyses selected scholarship on three interrelated domains: Arabic for tourism purposes, Islamic tourism and language, and linguistic landscape in tourist destinations. The significance of the topic lies in the fact that language is not merely a means of communication, but also a resource for cultural mediation, destination image construction, and the enhancement of the tourist experience. The review shows that countries such as Malaysia and Indonesia have introduced a range of initiatives to support Arabic in tourism, including training programmes for guides and tourism personnel, micro-credential and digital learning models, mobile tourism applications, and multilingual signage in public tourist spaces. The findings also indicate that insufficient linguistic provision, weak translation, and limited multilingual support may reduce the quality of the tourist experience and affect tourists' sense of inclusion and satisfaction. From a sociolinguistic perspective, the reviewed studies further suggest that Arabic in tourism functions not only as a service language, but also as a marker of identity, religious affiliation, and symbolic hospitality in Muslim-friendly destinations. The study recommends further comparative research on tourists' satisfaction with linguistic services, the development of digital Arabic-support tools for tourism workers, and the establishment of clearer multilingual standards in tourist destinations to promote culturally sustainable tourism.

Received 15 Jan 2026; Received in revised form 25 Mar 2026; Accepted 26 Mar 2026; Available online 31 Mar 2026
https://journals.iium.edu.my/kstcl/index.php/jocth

eISSN: 3122-6744

Keywords: Language, Tourism, Arabic for Specific Purposes (ASP), Islamic Tourism, Linguistic Landscape, Arabic for Tourism, Sociolinguistics.

1. مقدمة

صارت السياحة في العصر الحديث أحد أبرز القطاعات الاقتصادية والثقافية عالميًا، ويرتبط نجاح صناعة السياحة ارتباطًا وثيقًا بعنصر التواصل اللغوي؛ فالتفاعل بين السائحين والمجتمع المضيف يعتمد على وجود قدر مناسب من التواصل اللغوي الذي يسهم في الفهم المتبادل، ويؤثر في جودة التجربة السياحية والاندماج الثقافي .(Alfurayh, 2025)

استقبلت السياحة الماليزية في الربع الأول من عام 2024م أكثر من سبعة ملايين سائح، بزيادة قدرها 27.5% مقارنةً بالربع الأول من عام 2023م، ووفقًا لتصريح وزير السياحة الماليزية بذلت الحكومة الماليزية جهودًا لجعل ماليزيا وجهةً سياحيةً مفضلةً على المستويين الإقليمي والدولي، من خلال المشاركة في المعارض السياحية الدولية في الصين، والهند، واليابان، وكوريا، والسعودية، والإمارات وغيرها (Tourism Malaysia, 2025) وقد أثمرت هذه الجهود إلى زيادة ملحوظة في أعداد السياح العرب، إذ يشكّلون شريحة مهمة من إجمالي الزوار القادمين إلى البلاد، ويأتي معظمهم من السعودية، ومصر، والعراق، والإمارات العربية المتحدة (Dunia ، 2020).

وقد أظهرت الدراسات مثل (Salleh et al., 2013)أن عوامل الاستقطاب الرئيسة للسياح العرب تشمل الأمن والرفاهية وتوافر الخدمات بأسعار مناسبة، ومع ذلك فإن أحد العوامل في تعزيز تجربة السائح هو التواصل الناجح مع مقدمي الخدمات السياحية، سواء في المطار أو الفندق أو أماكن الترفيه، فمستوى التواصل وجودة الخدمة يحددان بدرجة كبيرة مدى رضا السائح واستعداده للعودة مجددًا أو التوصية بماليزيا كوجهة سياحية مميزة.

تناولت دراسات عديدة تأثير اللغة على تجربة السائح، ومدى استجابة الوجهات السياحية لمتطلبات التنوع اللغوي، فثمة أبحاث رصدت مشاهد لغوية متعددة اللغات في المقاصد السياحية تظهر فيها لغات الزوّار بشكل بارز إلى جانب لغة البلد المضيف (Gu & Bhatt, 2024)وأخرى تناولت إعداد الكوادر البشرية وتدريبها لغويًا للتعامل مع السيّاح مثل تصميم دورات في العربية للعاملين بقطاع السياحة، كما برزت دراسات تُحلل الخطاب السياحي وترجمته بين اللغات، وأطلقت بعض الدول ذات الأغلبية المسلمة مفهوم "السياحة الإسلامية(الحلال)" الذي يعنى بتوفير منتجات وخدمات سياحية متوافقة مع الثقافة الإسلامية.

تسعى هذه المقالة إلى تقديم قراءة وصفية لأبرز الدراسات اللغوية الاجتماعية ودراسات تعليم العربية لأغراض سياحية، وذلك للخروج بصورة أولية حول واقع التداخل بين اللغة وقطاع السياحة، وأهم النتائج والتحديات.

2. مشكلة البحث

تتحدد مشكلة البحث في قصور فهم العلاقة بين اللغة والسياحة وإدارتها في المجالات التي تكون اللغة فيها دور جوهري في نجاح التجربة السياحية، فعلى الرغم من الإدراك العام لأهمية التواصل اللغوي مع السيّاح، إلا أن هناك دراسات أشارت إلى وجود فجوة بين حاجات القطاع السياحي وبين جاهزية البنية اللغوية فيه، وعلى الرغم من النمو الملحوظ في أعداد الزوار العرب فإنه لم يكن هناك مقررات دراسية، أو برامج تدريبية تعنى بتعليم اللغة العربية ضمن برامج السياحة، مما اضطرت وزارة السياحة الماليزية إلى إطلاق برنامج خاصة تطلب طلابًا ناطقين بالعربية للعمل في الفنادق لسد النقص في الموظفين القادرين على التواصل مع الضيوف العرب.

ومن منظور لغوي اجتماعي، تبرز المشكلة كذلك في أن الحواجز اللغوية قد تحد من تعظيم الاستفادة من النمو السياحي في المملكة العربية السعودية؛ فمع أن المملكة تجاوزت الهدف الأولي المتمثل في استقطاب 100 مليون زائر، وأصبحت تستهدف 150 مليون زائر بحلول عام 2030، فإن الأدبيات تشير إلى استمرار الحاجة إلى تعزيز الجاهزية اللغوية في القطاع السياحي، ولا سيما في التواصل مع السياح الدوليين. وقد بينت بعض الدراسات أن مهارات التواصل بالإنجليزية تمثل حاجة أساسية للعاملين في السياحة السعودية، كما أن التحديات اللغوية والتقنية ما تزال تؤثر في فاعلية الترجمة والدعم اللغوي في السياحة؛ (Saudi Tourism Authority, 2025; Al-Malki et al., 2022; Alsaawi, 2024; Alfurayh, 2025).

ويمكن بلورة مشكلة البحث في السؤال التالي :كيف تناولت الدراسات السابقة العلاقة بين اللغة العربية والسياحة، وما أهم ما تكشف عنها من نقاط قوة أو قصور في تجارب التكامل اللغوي في المجال السياحي؟ وينبثق عن هذا السؤال الرئيس عدد من التساؤلات الفرعية، ما هي أبرز الجهود لتعليم العربية لأغراض سياحية؟ وكيف تبدو المشاهد اللغوية في المقاصد السياحية التي تستهدف العرب والمسلمين؟ وإلى أي مدى نجحت مبادرات السياحة الإسلامية في معالجة الجانب اللغوي؟

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

3. أهداف الدراسة

1. وصف وتحليل الدراسات السابقة التي تناولت موضوع اللغة والسياحة، مع التركيز على : (أ) العربية لأغراض سياحية، (ب) السياحة الإسلامية واللغة، (ج) المشهد اللغوي في الوجهات السياحية.

2. تقييم التجارب التطبيقية لتعليم اللغة العربية لأغراض سياحية ولتوظيف التقانة اللغوية في دعم القطاع السياحي.

3. اقتراح توجهات بحثية مستقبلية بناءً على الفجوات المعرفية التي تكشفها قراءة الدراسات السابقة، وبما يدعم تطوير سياسات ومبادرات أكثر كفاءة في مجال السياحة اللغوية.

4. منهج البحث

اعتمد هذا المقال على المراجعة الوصفية للدراسات السابقة؛ كونها الأنسب لهذا البحث، حيث تهدف المقالة إلى تحديد المفاهيم الرئيسة والفرعية، فالدراسة تسعى إلى تتبع تناول العلاقة بين اللغة والسياحة في البحوث السابقة، مع التركيز على المقاربة اللغوية الاجتماعية، وتعليم العربية لأغراض سياحية، والسياحة الإسلامية، والمشهد اللغوي في الوجهات السياحية. وقد جرى جمع الدراسات من خلال الرجوع إلى قواعد بيانات ومصادر علمية ذات صلة، مثل Google Scholar ،. وبعد ذلك صنفت الدراسات المقبولة ضمن محاور موضوعية تمهيدًا لتحليلها تحليلًا نوعيًا؛ بغرض إبراز الاتجاهات العامة، وأوجه الاتفاق والاختلاف، وما تكشف عنه الأدبيات من ثغرات بحثية في العلاقة بين اللغة والسياحة، (Munn et al., 2018).

4.1 أولًا: تعليم اللغة العربية لأغراض سياحية وحاجات القطاع السياحي

حظي مجال تعليم اللغة العربية لأغراض سياحية باهتمام متزايد خلال العقدين الأخيرين، وهذا الاهتمام كان منصبًا نحو تحليل الحاجات اللغوية وتطوير برنامج تدريبية للعاملين في القطاع السياحي التي استقصت الحاجة إلى دورات لغة عربية متخصصة للسياحة في ماليزيا، وخلصت هذه الدراسات إلى وجود طلب متصاعد على المهارات اللغوية العربية بين مرشدي السياح والموظفين في المرافق السياحية الماليزية، وفي ظل تزايد أعداد الزوّار العرب، أوصت بتصميم برامج تدريبية تلبي الحاجات

هدفت دراسة Yunus et al. (2025) إلى بناء تصور لتطبيق التدريس المصغّر (Micro-credential) في دورات اللغة العربية لقطاع السياحة، بحيث تُقدَّم وحدات تعليمية قصيرة المدى ومرنة تستهدف مهارات محددة يحتاجها العاملون في المجال .

وهدفت دراسة (Wahyuni & Novra, 2022) إلى إعادة توجيه منهج تعليم العربية باستخدام المدخل التكاملي في تدريس اللغة (Whole Language Approach)" لطلاب تخصص السياحة، حيث ركزت هذه المقاربة على تعليم اللغة في سياقاتها الشمولية الطبيعية، وقد أظهرت نتائجهم تحسنًا في تفاعل الطلاب وفهمهم للمواد السياحية عند اعتماد المدخل التكاملي، وطرحت بحوث حديثة نماذج تعليمية تقوم على التقانة والتعلم الذاتي؛ منها تجربة التعلم المصغّر التي قدّمها Jaffar et al. (2024) في تدريب مجموعات المجتمعات المحلية في "القرى السياحية" بإندونيسيا على اللغة العربية، واعتمدت التجربة على تطوير مواد تعليمية رقمية قصيرة وبسيطة يمكن لأفراد المجتمع تعلمها عبر هواتفهم الذكية، مما ساعد على رفع مستوى الوعي اللغوي لدى العاملين بالقطاع السياحي، وأكدت النتائج أن التعلم المصغّر أدى إلى اكتسابهم عبارات عربية أساسية لاستقبال السياح والتفاعل معهم.

وهدفت دراسة Ghani et al. (2016) إلى فاعلية توظيف مواقع الإنترنت كوسيلة مساعدة لتعليم اللغة للعاملين في السياحة، واحتوى البرنامج دروسًا وتمارين تفاعلية باللغتين الماليزية والعربية، بحيث يمارس المتعلمون مواقف سياحية افتراضية كحجز فندق أو استقبال مسافر، وأظهر التقييم الميداني تحسنًا ملحوظًا في مهارات المتدربين التواصلية وثقتهم في استخدام التعبيرات العربية الشائعة في مجال عملهم، كما ناقش (Hendra & Rufaidah, 2021) أهمية بناء قوائم مفردات متخصصة بالعربية السياحية بالاعتماد على تحليل متن لغوي لمواقع سياحية عربية، فمن خلال استخراج الكلمات والتعابير الأكثر شيوعًا في المحتوى السياحي العربي، ليخرج الباحثان إلى إعداد قائمة مفردات محورية مقترحة لتضمينها في مقررات تعليم العربية للسياحة.

وطرح بحث Amalia et al. (2023) الذي هدف إلى تصميم نموذج لتأهيل مرشدي السياح الناطقين بالعربية، وركّز هذا المشروع على إعداد برنامج تدريبي يجمع بين تحسين كفاءة اللغة العربية للمرشدين السياحيين الإندونيسيين وبين تزويدهم بمعرفة ثقافية ودينية تناسب السياح العرب، وقد اشتمل النموذج المقترح على مواد في المحادثة العربية السياحية، وجولات تدريبية ميدانية يتدرب فيها المرشد على تقديم الشرح

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

بالعربية، بالإضافة إلى تقييمات مستمرة للأداء اللغوي للمرشدين، وخلص الباحثون إلى أن تأهيل المرشد السياحي العربي اللغة يتطلب توافر مهارات ثقافية ومهارات تواصل مع الفئة المستهدفة من السياح العرب.

وتتسع الجهود الحديثة في تلبية الحاجات اللغوية للقطاع السياحي لتشمل رقمنة الإرشاد السياحي، وتنمية كفاية المرشدين، وتحسين البيئة اللغوية المحيطة بالسائح، إلى جانب البرامج التدريبية التقليدية. ففي دراسة Wan Daud et al. (2021) صُمِّم تطبيق Suyyah-i بوصفه تطبيقًا سياحيًا موجّهًا للسياح العرب في ماليزيا، واعتمد العربية لغةً كاملة في عرض المعلومات والخدمات، كما أتاح للمستخدمين الاطلاع على المقاصد السياحية في الولايات الماليزية، والاستفادة من الخرائط الرقمية، والحصول على توصيات للإقامة، وقد أظهرت نتائج التقييم أن التطبيق حقق درجة مرتفعة من قابلية الاستخدام، بما يشير إلى أن دعم العربية في السياحة امتد إلى بناء وسائط رقمية تخفف الحاجز اللغوي وتيسر تجربة السائح العربي، وتكشف دراسة المرشدين التراثيين في السعودية عند Almahri et al. (2025) بُعدًا مكملًا لهذا الاتجاه؛ فظهرت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة قوية بين الكفاية اللغوية للمرشدين وقدرتهم على تمثيل الثقافة الإسلامية السعودية تمثيلًا دقيقًا أمام الزوار الدوليين، مع تأكيد الحاجة إلى مزيد من التدريب اللغوي والثقافي والتطوير المهني.

ورغم أن هذه الدراسة لم تنصب مباشرة على تعليم العربية للسياح أو للعاملين مع السياح العرب، فإنها تقدم دلالة مهمة على أن الحاجات اللغوية في القطاع السياحي تمتد إلى الكفايات الثقافية، وشرح المضامين الدينية والتاريخية، وبناء خطاب سياحي قادر على نقل المعنى الحضاري بوضوح. كما بينت دراسة Hasni et al. (2024) في ماليزيا أن اللافتات في المجال السياحي ما يزال مهيمنًا عليها بالملايوية، مع حضور محدود للإنجليزية والعربية، بما يعكس درجة من التفاوت في الجاهزية اللغوية للوجهة السياحية، وأبرزت دراسة Napu (2024) أن المجال السياحي متعدد اللغات يقوم أيضًا على ممارسات متنوعة في الترجمة، وأن ظهور العربية في اللافتات العامة قد يؤدي وظيفة أخرى مرتبطة بالهوية الدينية والثقافية. ومن ثم، فإن تطوير اللغة العربية لأغراض سياحية ينبغي أن يُفهم بوصفه مشروعًا متكاملًا يجمع بين تدريب الموارد البشرية، وبناء المحتوى الرقمي، وتحسين المشهد اللغوي في المواقع السياحية، وتعزيز الكفاية الثقافية لدى المرشدين والعاملين.

4.2 ثانيًا: السياحة الإسلامية واللغة العربية

برز مفهوم السياحة الإسلامية -الحلال- في السنوات الأخيرة لوصف الأنشطة والخدمات السياحية الموجهة للمسلمين والتي تلتزم بالضوابط الثقافية والدينية، مثل توفّر الطعام الحلال وأماكن الصلاة واحترام العادات الاجتماعية، وقد لعبت اللغة العربية دورًا مهمًا في هذا النوع من السياحة بوصفها لغة الدين الإسلامي ولغة شريحة واسعة من السياح المسلمين من الشرق الأوسط، لنجد على ضوء ذلك مجموعة من الدراسات في ماليزيا وإندونيسيا سلطت الضوء على هذا الجانب.

هدفت دراسة Ahmad et al. (2018) إلى بناء نموذج تحليل حاجات خاص باللغة العربية في مجال السياحة الإسلامية في ولاية سلانجور الماليزية، وأظهرت النتائج إلى حاجة لوضع إطار منهجي يحدد المهارات اللغوية والمفردات المطلوبة للعاملين في قطاعات السياحة كالفنادق والمطاعم السياحية لتقديم خدمة رضا السياح، وفي دراسة أخرى نجد أن Azman Bin Che Mat et al. (2009) طور أداة لقياس حاجات اللغة العربية في السياحة الإسلامية واختبروا صلاحيتها وثباتها، وشملت الأداة قائمة بمجالات الاستخدام اللغوي مثل الاستقبال، والإرشاد السياحي، والتسويق السياحي باللغة العربية، وأكدت نتائج التحكيم موثوقية الأداة، مما يتيح اعتمادها لتقييم مدى جاهزية المؤسسات السياحية لسد الفجوة اللغوية.

ونجد في دراسة Jaffar et al. (2024) التي استعرضت المكونات الرئيسية الواجب توافرها عند تطوير تطبيق ذكي للسياحة الإسلامية يقدم خدمات وإرشادات بالعربية، حيث أسفرت تلك الدراسة إلى إنشاء منصة موحدة للمصطلحات السياحية الإسلامية.

وتؤكد دراسة Azman Bin Che Mat وزملاؤه (2009) هذا الاتجاه من زاوية التطبيق السياحي في ماليزيا؛ حيث أبرزت أن تزايد أعداد السياح العرب، وما يرتبط بهم من قدرة إنفاقية مرتفعة، جعل اللغة العربية عنصرًا مهمًا في تحسين الخدمة السياحية، حتى بادرت الجهات الرسمية إلى الاستعانة بطلاب يجيدون العربية للعمل في الفنادق ذات الخمس نجوم. وكما أشارت الدراسة إلى أن القطاع السياحي الماليزي كان يعاني ضعفًا في إعداد كوادر لغوية متخصصة، مع غياب مقررات عربية موجهة لبرامج السياحة على المستوى الجامعي، فضلًا عن وجود مشكلات في جودة الترجمة العربية في بعض المواد السياحية واللافتات والكتيبات، وهو ما قد يؤثر في صورة الوجهة السياحية ورضا الزوار. وتكشف هذه المعطيات أن العربية في السياحة الإسلامية تسهم أيضًا في بناء الثقة، وتعزيز الملاءمة الثقافية، وتحسين تمثيل الوجهة أمام السائح المسلم.

ومن زاوية علم اللغة الاجتماعي، تقدم دراسة Rastitiati et al. (2024) عن المشهد اللغوي في قرية Pentingsari السياحية في يوجياكارتا دلالة مهمة على أن حضور العربية في المجال السياحي ينبع من الخلفية الثقافية للمجتمع المحلي. فقد رصدت الدراسة حضور العربية إلى

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

جانب الإندونيسية والجاوية والإنجليزية، وفسرت ذلك بأن العربية مرتبطة بالثقافة الدينية السائدة في القرية، حيث تظهر ألفاظ مثل Ramadhanو shalatو adzanجزء من الهوية الإسلامية المحلية.

4.3 ثالثًا: المشهد اللغوي في الوجهات السياحية

يقصد بالمشهد اللغوي السياحي اللغة الظاهرة في الأماكن العامة ضمن الأماكن السياحية، مثل لافتات الشوارع والإعلانات وقوائم المطاعم وإرشادات المعالم، وقد جذبت هذه المشاهد اهتمام باحثي علم اللغة الاجتماعي الذين يدرسون تعددية اللغات في الأماكن العامة، ففي دراسة (Gu & Bhatt, 2024)حول المشهد اللغوي فيما يُعرف بحي" العرب "في مدينة بانكوك، فهذا الحي الصغير يحوي تجمعًا للزوار ورجال الأعمال القادمين من الشرق الأوسط، الذي أكسبه لقب" العربية الصغرى "وسط محيط بوذي ذي أغلبية تايلندية، وتوصل الباحثان أن وجود هذا المجتمع السياحي العربي خلق فسيفساء لغوية في المنطقة.

وفي دراسة Hasni et al. (2024) عن المشهد اللغوي في Teluk Batikبماليزيا، جرى تحليل 64لافتة في هذا الموقع السياحي، وكشفت النتائج أن المشهد اللغوي ما يزال خاضعًا لهيمنة واضحة للغة الملايوية، في حين يظهر الإنجليزية حضورًا ثانويًا، في حين جاءت العربية والماندرين في عدد أقل من اللافتات الثنائية اللغة، وهو ما دفع الباحثين إلى وصف هذا المجال بأنه يعاني من عدم مساواة تعددية لغوية .وتفيد هذه النتيجة بأن نجاح الوجهة السياحية تقتضي توفير لافتات أكثر شمولًا من حيث اللغات المستعملة .

وتقدم دراسة Napu (2024) عن المشهد اللغوي حين تنظر إليه من منظور الترجمة، إذ حللت 123لافتة ثنائية اللغة في مدينةGorontalo ، وصنفت الممارسات الترجمية إلى: الترجمة الحرفية، والترجمة الحرة، والترجمة الجزئية، واللاترجمة. كما ميزت بين اللافتات الرسمية-top) down)التي تصدرها الجهات الحكومية، واللافتات غير الرسمية (bottom-up) التي تنتجها الجهات التجارية أو الأفراد. وأظهرت الدراسة أن العربية، حين تظهر إلى جانب الإندونيسية والإنجليزية ترمز أيضًا الهوية الدينية في المجال العام. ومن ثم، فإن المشهد اللغوي السياحي ينبغي قراءته بوصفه أداة تتداخل فيه السلطة، والخدمة، والاستقطاب، والهوية .

وتضيف دراسة Rastitiatiوآخرين (2024) عن قرية Pentingsari السياحية في يوجياكارتا عنصرًا آخر مهمًا، إذ بينت أن المشهد اللغوي هناك يتسم بـ التعدد اللغوي والتحول بين اللغات(code-switching) ، من خلال حضور الإندونيسية، والجاوية، والعربية، والإنجليزية. غير أن الدراسة خلصت إلى أن هذا التعدد يخدم حاجات المجتمع المحلي. كما أوضحت أن بعض الألفاظ العربية الظاهرة في اللافتات، مثل الألفاظ ذات الطابع الديني ترتبط بالخلفية الثقافية للسكان المحليين. وكشفت الدراسة كذلك عن حضور التنظيم الفوقي top-down في بعض اللافتات الموحدة، مثل لافتات المساكن السياحية، بما يدل على تدخل السلطة المحلية في تشكيل صورة القرية بصريًا ولغويًا.

يتبين أن المشهد اللغوي في الوجهات السياحية يعمل بوصفه أداة لبناء صورة الوجهة، وتحديد الفئات المستهدفة، وترميز الهوية الثقافية والدينية. إن حضور العربية في المجال السياحي قد يدل أحيانًا على استهداف السائح العربي، وقد يدل أيضا على حضور الإسلام بوصفه ثقافة محلية.

وترى الدراسات اللغوية الاجتماعية في المشهد اللغوي مؤشرًا على قوة اللغة، فحضور لغة ما في لافتات مدينة سياحية يعني الاعتراف بمكانة الناطقين بها وأهميتهم الاقتصادية. إن ازدياد حضور اللغة العربية في المشاهد السياحية خارج العالم العربي خلال العقدين الماضيين يعكس تنامي التأثير الاقتصادي للسائح العربي، وبالتالي، نخلص إلى أنّ اللغة في المشهد السياحي رسالة ضمنية حول الفئة المستهدفة وترحيب المجتمع المحلي بها.

5. مناقشة النتائج:

بعد عرض مجموعة من الدراسات اللغوية الاجتماعية حول اللغة والسياحة، نستخلص عددا من النتائج والمحاور المشتركة التي تبلور فهمنا لهذا المجال، فأول ما يبرز هو اتساع الاعتراف بأهمية اللغة العربية في التجربة السياحية، فبينما كان ينظر سابقًا إلى تعلم لغات السياح على أنه مسألة ثانوية، فقد أثبتت التجارب مثل ماليزيا وإندونيسيا أن تجاهل الحاجز اللغوي قد يحد من استفادة الوجهة من الفوائض السياحية المتاحة، ونجد الآن أن دولًا مثل ماليزيا وإندونيسيا وغيرها قد قطعت خطوات جادة في دمج اللغة العربية ضمن إستراتيجياتها السياحية، سواء عبر مناهج تعليمية متخصصة أو إجراءات تنظيمية كتوظيف مرشدين ناطقين بالعربية، كما تكشف الدراسات عن طبيعة ضرورة توظيف التقانة كاستخدام التعلم الإلكتروني، وتطبيقات الهواتف الذكية، لنؤكد هنا إلى أن التقانة صارت جسرًا أساسيًا للتواصل مع السائح بلغته.

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

وتؤكد دراسة Wan Daud et al. (2021) هذا التحول بأن تقديم المعلومات السياحية بالعربية عبر تطبيق رقمي قابل للاستخدام وهذا يعني أن العربية في السياحة أصبحت جزءًا من البنية التقنية التي تسهم في تقليل الغربة اللغوية وتحسين تجربة السائح العربي منذ مرحلة التخطيط للرحلة وحتى التنقل داخل الوجهة.

كما برز من استعراض الأدبيات أن تعليم اللغة لأغراض سياحية تطور ليصبح حقلًا قائمًا بذاته ضمن تعليم اللغات لأغراض خاصة (LSP) إذ باتت تبنى المناهج الموجهة للسياحة تبنى على أساس دراسات حاجات دقيقة للمواقف التواصلية في القطاع السياحي ونتيجة لذلك أصبحت المادة التعليمية قريبة من حاجات المتعلمين، الذي يزيد من فاعلية التدريب ويختصر الوقت اللازم لإعداد المتعلمين، لكننا نجد في بعض الدراسات تحديًا في تأهيل الكوادر التدريسية لهذا النوع من التعليم المتخصص، إذ يحتاج معلمو اللغة العربية إلى فهم قطاع السياحة ومصطلحاته، وربما التعاون مع خبراء سياحيين لتطوير المحتوى.

وتكشف الأدبيات المتعلقة بالسياحة الإسلامية أن العربية لا تُوظَّف في هذا المجال بوصفها أداة للتواصل الخدمي فقط، بل بوصفها موردًا ثقافيًا. فدراسة Azman Bin Che Mat et al. (2009) أوضحت أن تزايد السائحين العرب في ماليزيا أوجد طلبًا متناميًا على الكفاية العربية في الفنادق والخدمات العامة، وكشف في الوقت نفسه عن قصور في البرامج الأكاديمية السياحية وفي جودة بعض الترجمات العربية في المواد السياحية. وتفيد هذه النتيجة بأن نجاح السياحة الإسلامية يحتاج إلى بنية لغوية على تمثيل الوجهة تمثيلًا ثقافيًا ملائمًا. وتبين دراسة Rastitiati et al. (2024) أن العربية قد تحضر في المشهد السياحي بوصفها علامة على الهوية الدينية للمجتمع المحلي، لا لمجرد خدمة الزوار العرب. وهذا يعني أن العربية في السياحة الإسلامية تؤدي وظيفتين متداخلتين :وظيفة خدمية تيسر التواصل مع السائح المسلم، ووظيفة تعيد إنتاج الانتماء الثقافي والديني في المجال السياحي.

ونجد هذه النتيجة مؤكدة في دراسة Almahri et al. (2025) حول المرشدين التراثيين في المملكة العربية السعودية؛ إذ بينت أن الكفاية اللغوية ترتبط مباشرًا بقدرة المرشد على تمثيل الثقافة الإسلامية السعودية تمثيلًا دقيقًا أمام الزوار الدوليين، وكشفت أيضا الحاجة إلى مزيد من التدريب اللغوي والثقافي والتطوير المهني المستمر، وتفيد هذه النتيجة أن تعليم اللغة لأغراض سياحية لا ينبغي أن يقتصر على العبارات الوظيفية أو المفردات المتخصصة، بل يجب أن يشمل أيضًا مهارات الوساطة الثقافية، والقدرة على شرح المرويات التاريخية والدينية، وتكييف الخطاب السياحي بحسب الخلفية اللغوية والثقافية للزائر، لأنّ نجاح المبادرات اللغوية في السياحة هو قدرة الفاعل السياحي نفسه على تحويل اللغة إلى أداة للفهم، والتمثيل الحضاري.

وتكشف الدراسات الحديثة أن اللافتات والإرشادات في الوجهات السياحية ليست عنصرًا ثانويًا أو تجميليًا، بل تمثل جزءًا من الجاهزية اللغوية والثقافية للمكان. فدراسة Hasni et al. (2024) أظهرت أن الموقع السياحي قد يكون ناجحًا من حيث الجذب والزيارة، ومع ذلك يظل مشهده اللغوي غير متوازن، مع هيمنة الملايوية وضعف نسبي في حضور الإنجليزية ومحدودية أكبر للعربية، وهو ما ينعكس على قدرة الوجهة على مخاطبة الزوار من خلفيات لغوية متنوعة. وهذه النتيجة تفيد بأن التعدد اللغوي في السياحة يحتاج إلى تخطيط لغوي يراعي حاجات الجمهور المحلي والدولي معًا .

وتبين دراسة Napu (2024) أن المشهد اللغوي لا يُقرأ فقط من زاوية توزيع اللغات، بل من زاوية الممارسات التي تنتج هذا المشهد. فاللافتات الرسمية وغير الرسمية، والترجمة الحرفية والحرة والجزئية، كلها تكشف أن المجال السياحي هو أيضًا مجال ترجمة تتداخل فيه اعتبارات الدولة، والسوق، والهوية.

وتضيف دراسة Rastitiati et al. (2024) أن المشهد اللغوي السياحي قد يخدم الزائر والمجتمع المحلي في آن واحد؛ إذ قد تظهر العربية والإنجليزية واللغة المحلية ضمن توزيع وظيفي يعبّر عن ثقافة سكان المنطقة. كما أن وجود لافتات موحدة للمساكن السياحية تحت إشراف السلطة المحلية يبرز أثر السياسات الفوقية top-down في تشكيل الصورة البصرية واللغوية للوجهة. ومن ثم، فإن تحليل المشهد اللغوي في السياحة ينبغي أن يتجاوز سؤال: ما اللغات الموجودة؟ إلى سؤال أعمق :من الذي يختار هذه اللغات، ولماذا، ولمن توجَّه، وما الدلالات الرمزية التي تنتجها.

ويظهر من بعض الدراسات التطبيقية في السياحة الإسلامية أن الدعم اللغوي لا يقف عند حدود اللافتات المادية، بل يمتد إلى المجال الرقمي أيضًا؛ إذ طُوِّر تطبيق Tourism-i بثلاث لغات، منها العربية، ليقدم معلومات عن المساجد، والمتاحف، والمواقع الترفيهية، والخدمات الصحية والإقامة، غير أن تقويم الخبراء أظهر أن كثيرًا من وظائفه ما تزال في طور مبكر وتحتاج إلى مزيد من التطوير. ويعني ذلك أن المشهد اللغوي في السياحة يشمل كذلك البنية الرقمية التي ترافق السائح في تنقله وتشكّل تجربته اللغوية خارج اللافتة التقليدية

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

وبشكل عام فإن النتائج تظهر أن العلاقة بين اللغة والسياحة علاقة تكاملية :فاللغة الجيدة تسهّل السياحة، والسياحة بدورها تحفّز تعلم اللغات وتفاعلها، وقد أكدت التجارب الواقعية المذكورة في (ماليزيا، وتايلند، وإندونيسيا). فالنمو المضطرد للسياحة العربية في ماليزيا لم يؤد فقط إلى برامج تدريب عربية للملايو، بل أيضًا زاد من اهتمام بعض السياح بتعلم كلمات ملايوية خلال رحلتهم بفضل احتكاكهم بالمجتمع المحلي بلغتهم، أي أن عملية تبادل ثقافي لغوي حدثت بشكل متزامن، لتكون المبادرات اللغوية في السياحة جسر للتفاهم بين الشعوب يتجاوز البعد الاقتصادي.

6. خاتمة

خلصت هذه القراءة الوصفية إلى أن اللغة ركن أساسي في صناعة السياحة وتجربة السائح، وأن الدراسات اللغوية الاجتماعية قد أغنت فهمنا لهذا الركن وأسهمت في تحسين التجربة السياحية على أرض الواقع، لنصل إلى نتيجة أن الإدراك المبكر بأهمية اللغة العربية في استقطاب السائحين من العالم الإسلامي مكّن دولًا مثل ماليزيا وإندونيسيا من اكتساب ميزة تنافسية في سوق السياحة عبر برامج تدريبية وتطوير تطبيقات تفاعلية، وبرز أن الاهتمام بالمشهد اللغوي المتعدد في المواقع السياحية يعزّز صورة الترحيب ويثري التجربة الثقافية.

ونؤكد أيضا على أهمية التبادل الثقافي، فالانتباه إلى لغة السائح واحترامها لا ينفصل عن احترام ثقافته وهويته. وتقديم دليل سياحي بالعربية أو عبارة ترحيب بسيطة بلغات مختلفة يحمل رسالة ود وتقارب حضاري.

إن اللغة والسياحة وجهان لعملة واحدة، وعندما تتلاقى الجهود العلمية والتطبيقية لسبر أغوار هذه العلاقة وخدمتها، فإننا نقترب أكثر من سياحة مستدامة، وإنسانية الطابع، تحتفي بالتنوع اللغوي والثقافي، وكما يقال اللغة هي بيت الوجود، ومن الجميل أن يجد السائح بيته اللغوي أينما حلّ وارتحل.

7. توصيات:

استنادًا إلى ما سبق، نقترح عددًا من المحاور للبحوث المستقبلية في مجال اللغة والسياحة:

- إجراء دراسات ميدانية مقارنة لرضا السياح العرب في وجهات آسيوية مقابل وجهات غربية من حيث الخدمات اللغوية المقدمة.
- دراسة تأثير لغة الدعاية السياحية على توقعات السياح
- تطوير معايير دولية أو إرشادات أفضل الممارسات لتعدد اللغات في الوجهات السياحية.
- توسيع نطاق بحوث المشهد اللغوي ليشمل مواقع سياحية جديدة كمدن أوروبا الشرقية وتحليل تأقلم تلك الوجهات لغويًا مع الوافدين.

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

8. المراجع

Ahmad, M. I., Zainuddin, G., Jaffar, M. N., & Ramlan, S. R. (2018). Needs Analysis Model Arabic For Islamic Tourism in Selangor: A Preliminary Study. Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management eISSN: 0128-178X, 3(9), 14–25.

Alfurayh, L. (2025). Speaking culture: Language, identity, and tourism in Saudi Arabia's Vision 2030. English Linguistics Research, 14(1), 21. https://doi.org/10.5430/elr.v14n1p21

Al-Malki, E. A. A., Javid, C. Z., Farooq, M. U., Algethami, G. F., & Al-Harthi, A. A. (2022). Analysis of the English language needs of the Saudi tourism workforce: A first step into designing ESP teaching materials. International Journal of Learning, Teaching and Educational Research, 21(2). https://doi.org/10.26803/ijlter.21.2.5

Alsaawi, A. (2024). Role of machine translation in promoting the tourism sector in support of Saudi Vision 2030. International Journal of Linguistics, Literature and Translation, 7(12), 180–195. https://doi.org/10.32996/ijllt.2024.7.12.21

Amalia, D. R., Yasmar, R., & Wargadinata, W. (2023). Namudzaj al-lughah al-'Arabiyyah li aghrāḍ muḥaddadah: Taṣmīm al-murshidīn al-siyāḥiyyīn al-nāṭiqīn bi al-lughah al-'Arabiyyah. Arabiyatuna: Jurnal Bahasa Arab, 7(2), 217–232.

Azman Bin Che Mat, A., Azman Bin Zakaria, H., & Jusoff, K. (2009). The importance of Arabic language in Malaysian tourism industry: Trends during 1999–2004. Canadian Social Science, 5(4), 12–17.

Bernama. (2025). Kuala Lumpur Syurga Percutian Mewah Pelancong Arab, diambil daripada: https://www.astroawani.com/gaya-hidup/kuala-lumpur-syurga-percutian-mewah-pelancong-arab-534011

Dunia, A. (2020). Designing an instructional unit for teaching and learning Arabic for hotel reception staff in Malaysia (Unpublished master's thesis). International Islamic University Malaysia.

Ghani, M. T. A., Wan Daud, W. A. A., & Sahrir, M. S. (2016). Employing websites in language learning for tourism purpose among Arabic learners at the MARA Poly-Tech College (KPTM). In J. E. Luaran et al. (Eds.), Envisioning the future of online learning (pp. 243–252). Springer.

Gu, C., & Bhatt, I. (2024). 'Little Arabia' on Buddhist land: Exploring the linguistic landscape of Bangkok's 'Soi Arab' enclave. Open Linguistics, 10(1), Article 20240018.

Hasni, N. A., Anuarudin, A. A. S., & Sulong, S. (2024). Language choice and preference in the linguistic landscape of Teluk Batik, Malaysia. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 14(1).

Hendra, F., & Rufaidah, M. F. (2021). Compiling vocabulary lists for corpus-based Arabic for tourism teaching. Arabiyat: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban, 8(1), 90–105.

Jaffar, M. N., Ab Rahman, A., Kirembwe, R., Zainuddin, N., & Baharun, H. (2024). Development of augmented reality Arabic for Islamic tourism: Sustainable education need analysis. International Journal of Interactive Mobile Technologies, 18(8), 74–86.

Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic review or scoping review approach. BMC Medical Research Methodology, 18, 143.

Napu, N. (2024). Linguistic landscapes in multilingual urban settings: Insights from translation perspectives. Studies in English Language and Education, 11(1), 530–548.

Rastitiati, N. K. J., Ariasri, N. R., Arjaya, I. K., & Suprastayasa, I. G. N. A. (2024). The linguistic landscape of Pentingsari tourism village in Yogyakarta: Code switching and multilingualism. LACULTOUR: Journal of Language and Cultural Tourism, 3(1).

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744

Salleh, N. H. M., Idris, S. H., Shukor, M. S., & Othman, R. (2013). Rangsangan motivasi ketibaan pelancong asing mengikut kawasan ke Malaysia. Jurnal Teknologi (Social Science), 64(1), 41–50.

Saudi Tourism Authority. (2025). Tourism sector in Saudi Vision 2030. https://www.sta.gov.sa/en/vision2030/

Wahyuni, S., & Novra, E. (2022). Reorientasi pembelajaran bahasa Arab berbasis whole language untuk mahasiswa pariwisata di Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Arabia: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab, 14(2), 235–253.

Wan Daud, W. A. A., Ghani, M. T. A., Amiruddin, A. Z., Ghani, K. A., & Rahman, A. A. (2021). The usability of i-Suyyah: A mobile tourism application for Arab tourists in Malaysia. Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal, 11(1), 263–286.

Yunus, N., Othman, S., Saja, I., & Adhanawati, A. (2025). The implementation of micro-credential in Arabic language courses for tourism industry. International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), 9(8), 540–548.

Almahri, M. B. K., Alenaze, H. G. J., & Amin, E. A. (2025). *Heritage tourist guides' perspectives on linguistic proficiency and its role in representing Saudi Islamic culture* [Graduation project report, Majmaah University].

Corresponding author: Dr. Mohammad Khalil Mohammad Alramadeen, Department of Arabic, Kulliyyah of Sustainable Tourism and Contemporary Languages International Islamic University Malaysia, Malysia
E-mail address: mramadeen@iium.edu.my

eISSN: 3122-6744