زبان چینی
از انزوا تا جهانی شدن

علی محمد سابقی

زبان چینی با شکل نگارشی خاص خود، رمزنامه ای از اشارات ظریف است که هیچ مانندی در جهان ندارد و هیچ زبانی در سادگی و رساندن اندیشه های بسیار در قالب عبارتهای کوتاه با آن برابری نمی کند. در این زبان هیچ چیز مستقیم بیان نمی شود بلکه طرحی است کلی که به مفهوم اصلی اشارت دارد و برای هرآنچه در جهان موجود است نشانه ویژه ای دارد. یک نشانه ساده نگارشی در این زبان بار معنایی بسیاری از کلمات را در زبانهای دیگر در خود جای داده است. به همین دلیل برخی گمان برده اند، زبان چینی بیش از اندازه اشاره ای و مبهم است، در حالی که به نظر مردم چین نگاه ابهام گویی کمتر از پرگویی است.

در تمام زبان های مردم متمدن جهان، فرا گرفتن خواندن و نوشتن، با هم توأم است در حالی که در زبان چینی قضیه بر خلاف آن است. هستند بسیاری که به چینی خوب حرف می زنند در حالیکه از خواندن و نوشتن آن عاجزند. در واقع چینی گفتاری و چینی نوشتاری در حکم دو زبان جداگانه هستند که رسانه یکی شنیداری و دیگری دیداری است. لذا می توان ادعا کرد چینی گفتاری یکی از ساده ترین و چینی نوشتاری یکی از دشوارترین زبان های دنیا است.

در این زبان خط نماینده معنا است نه آوا، و به اصطلاح خط اندیشه نگاری است نه الفبایی، که نگاره های پایه ای آن بیانگر اشیای طبیعی هستند، و همین ویژگی سبب شده که مردمان این سرزمین پهناور در طول تاریخ با وجود زبان ها و گویش های گوناگون، در ادبیات مکتوب با هم پیوند داشته باشند. و هر کس به زبان خود متن ها را بخواند و بفهمد. خط چینی در طول تاریخ رشته یگانگی مردم این سرزمین بوده و هر چینی با سواد می توانست تمام آثار ادبی و نوشته های سده ها و هزاره های پیشین کشور خویش را بخواند و بفهمد. این خط بی بدیل با هنر خوشنویسی برجسته آن یکی از جلوه های هنر چینی و ظرافت آن است که آموختن آن نیازمند ریاضت و تمرین در از مدت و ذوق خاصی است. (۱)

تحول در خط چینی

سرنوشت خط چینی در سرزمین اصلی با پیروزی حزب کمونیست در سال ۱۹۴۹ دچار تحول شده و از حالت قدیمی و به شدت متکی به علایم نوشتاری سنتی به سوی سهولت و ساده نگاری گرایش پیدا کرد. در حالی که در سرزمین پیرامونی همچون تایوان، هنگ کنگ و ماکائو و حتی سنگاپور ومالزی بر ادامه همان سبک و سیاق گذشته اصرار داشتند. این اختلاف نگارشی موجب فاصله ای نه چندان کم بین خط در سرزمین اصلی و مناطق پیش گفته شده و پس از گذشت حدود نیم قرن از آن، خواندن نوشته های دو سوی مرز برای ساکنان طرف دیگر مشکل آفرین شد. لذا خواندن آنچه در چین کمونیست منتشر می شود، برای چینی های خارج از سرزمین اصلی دشوار و قرائت نشریات مناطق فوق برای ساکنان سرزمین مادری ناآشنا و سخت است، این درحالی است که تلفظ هر دوی آنان یکی است. البته این اختلاف در تلفظ حتی در سرزمین اصلی و بین ساکنین مناطق مختلف سرزمین پهناور چین نیز وجود دارد و ممکن است یک کلمه را ساکنان مناطق شمالی به نوعی تلفظ کنند اما همان کلمه در مناطق جنوبی تلفظی کاملاً متفاوت داشته باشد، این تنوع در تلفظ غیر از تفاوت در لهجه ها و گویش ها است که حتی دو روستای همجوار زبان یکدیگر را نمی فهمند، اگرچه خط نوشتاری هر دو یکی است.

با شروع اصلاحات اقتصادی در اواخر دهه هفتاد میلادی و میل و گرایش شدید برخی روشنفکران به انجام تغییرات در هرآنچه مربوط به گذشته بود، کم کم نزدیک بود دامن خط و زبان چینی را هم بگیرد. برخی از روشنفکران وحامیان خارجی آنان به شدت ایده کنار گذاشتن خط وحروف چینی و استفاده از حروف لاتین را مطرح و تبلیغ می کردند که علت اصلی عقب ماندگی چین استفاده از خط وحروف چینی است. درست همان تفکری که برخی از روشنفکران وطنی در گذشته های نه چندان دور در مورد خط و زبان فارسی مطرح می کردند اما سرانجام فرهیختگان سنتگرا با تلاش های فراوان مانع پیاده شدن این ایده شده و از خط و زبان کهن و ریشه دار چینی حراست کردند.

ورود به بازار جهانی

اگرچه هزاران علایم نوشتاری ودشواری تلفظ، زبان چینی را یکی از سخت ترین زبان های دنیا برای یادگیری کرده و زبان شناسان آن را در گروه چهار زبان های سخت دنیا قرار داده اند. (۲) و تا چند دهه پیش کسی جرأت ورغبتی برای یادگیری آن از خود نشان نمی داد. اما امروزه این دشواری ها نه تنها نتوانسته مانع گرایش وتمایل میلیون ها نفر در سراسر جهان برای یادگیری این زبان شود، «توسعه اقتصادی چین طی دو دهه گذشته» و «حضور فعال سرمایه گذاران خارجی در این کشور» و «اتخاذ سیاست درهای باز از سوی دولتمردان چینی» نیز موجب شده این زبان دشوار و مهجور، در قرن بیستم ویکم در آستانه تبدیل شدن به یک زبان بین المللی قرار گرفته و برای جهانی شدن و همدوش شدن با زبان انگلیسی، زمینه سازی کند.

افزایش سرسام آور زبان آموزان چینی در سراسر جهان و ایجاد کرسی های تدریس آن در دانشگاه های معتبر شرق و بویژه غرب و سرازیر شدن سالانه دهها هزار دانشجوی خارجی به چین به منظور یادگیری زبان و فرهنگ چینی، گواه روشن این واقعیت است.

براساس آمار منتشر شده در وزارت آموزش چین، هم اکنون بیش از ۳۰ میلیون نفر در سراسر جهان و در سطوح مختلف از مدارس ابتدایی و متوسطه گرفته تا دانشگاه ها و مراکز علمی - پژوهشی، سرگرم یادگیری زبان چینی هستند. (۳) طبق این آمار در حال حاضر بیش از ۲۵۰۰ دانشگاه در یکصد کشور جهان اقدام به راه اندازی کرسی های آموزش زبان چینی کرده ودر انگلستان و آمریکا هزاران مدرسه ابتدایی و متوسطه زبان چینی را در زمره زبان های انتخابی دانش آموزان قرار داده اند(۴) و در شرق آسیا بیش از بیست هزار معلم به امر آموزش زبان چینی به داوطلبان اشتغال دارند که این مقدار پاسخگوی خیل داوطلبان نیست. (۵)

وزارت آموزش چین سالانه علاوه بر اعزام صدها معلم داوطلب برای تدریس زبان چینی به دیگر کشورها، دانشجویان چینی شاغل به تحصیل در کشورهای خارجی و یا زبان آموختگان همان کشورها را به کار گرفته تا بتواند بخشی از نیاز سیل مشتاقان به یادگیری زبان چینی را پاسخ دهد. این وزارتخانه که از سال ۱۹۵۱ مسؤولیت آموزش زبان چینی به علاقه مندان خارجی را برعهده گرفت، در سال ۱۹۹۸ جهت ایجاد وحدت رویه در سیستم آموزشی و متون درسی و برگزاری آزمون یکسان و صدور گواهینامه معتبر برای زبان آموختگان، اقدام به برگزاری آزمون سراسری تحت عنوان «آزمون مهارت زبان چینی» (HSK) همچون آزمون سراسری تافل کرد. این آزمون در سال ۲۰۰۴ در ۱۵۱ حوزه امتحانی در ۳۴ کشور جهان به صورت همزمان برای بیش از ۹۰ هزار زبان آموز برگزار و گواهینامه معتبر کسب مهارت در زبان چینی برای آنان صادر شد. (۶)

طبق آمار منتشر شده در وزارت آموزش چین، میزان داوطلبان شرکت کننده در آزمون بین المللی HSK سالانه ۴۰ درصد رشد داشته است. (۷) در حالی که در سال ۲۰۰۴ تنها بیش از ۸۶ هزار دانشجوی خارجی برای تحصیل در رشته زبان و ادبیات و فرهنگ چینی، در بیش از ۳۰۰ دانشگاه این کشور ثبت نام به عمل آورده اند.

موج فراگیری زبان چینی و یا به تعبیر دیگر، تب چینی آموزی، در سراسر دنیا این ایده را در بین برخی از تحلیلگران به وجود آورده است که با توجه به موج مهار نشدنی توسعه اقتصادی چین طی دودهه گذشته، امکان جهانی شدن زبان چینی نیز غیرمحتمل نخواهد بود. زبانی که هم اکنون مورد استفاده یک چهارم جمعیت دنیا است و اقتصاد آن قدرت های بزرگ اقتصادی و تولیدی و تجاری جهان را به چالش کشیده و آنها را وادار کرده در مقابل تولید انبوه و ارزان قیمت کالاهای چینی زانو زده و یا به نحوی با آن کنار بیایند.

در حال حاضر جهان به این واقعیت پی برده است که در آینده ناچار به توسعه روابط اقتصادی و همکاری های تجاری و سیاسی و فرهنگی با چین است و برای منطقی کردن این روابط نیازمند تفاهم و گفت وگو و شناخت روحیات و زبان و فرهنگ مردم این کشور است. از این رو از اواخر قرن گذشته و به ویژه اوایل قرن جاری به زمینه سازی انجام این گفت و گو از طریق یادگیری زبان و فرهنگ چینی پرداخته و با اعزام سالانه دهها هزار دانشجو به چین، مقدمات این تبادل را فراهم ساخته است. هم اکنون تعداد زیادی از سفرا، دیپلمات ها، تجار، مسؤولان پروژه ها و مدیران اجرایی شرکت های بزرگ بین المللی که در چین کار می کنند را همین فارغ التحصیلان و دانش آموختگان و زبان آموزان چینی کشورهای سرمایه گذار تشکیل می دهند. آنان به دلیل تسلط به زبان چینی و آشنایی با فرهنگ و خلقیات و روحیات اجتماعی مردم این کشور، به راحتی با مسؤولان و مقامات عالی رتبه و تکنسین ها و کارشناسان و حتی کارگران چینی به زبان خودشان صحبت کرده و ارتباط برقرار می کنند. طرف های چینی نیز بدلیل ناآشنایی با زبان خارجی از این امر که کار آنان را آسانتر ساخته است، استقبال کرده و هر دو طرف از این قضیه سود می برند. (۸)

سیاست های دولت چین برای جهانی کردن زبان چینی

از دید دولت چین، فراگیر شدن آموزش زبان چینی در جهان از یکسو به گسترش فرهنگ سنتی و تمدن کهن و زبان و ادبیات چین و شناخته شدن بهتر این کشور در جهان و نیل به هدف تنوع فرهنگی می انجامد و از سوی دیگر موفقیت تجاری و اقتصادی و گسترش مبادلات کالاهای تولیدی چین را در دنیا در پی خواهد داشت. (۹) دولت چین برای نیل به این اهداف برنامه ریزی هایی صورت داده است که این تجربه ها می تواند برای جمهوری اسلامی ایران نیز در زمینه توسعه زبان و ادبیات فارسی مفید فایده باشد.

از جمله فعالیت های دولت چین ایجاد گروه دولتی آموزش زبان چینی به عنوان یک زبان خارجی بوده است که در واقع مسؤولیت اصلی سیاست گذاری، حمایت، هدایت وتأمین مواد آموزشی و کمک آموزشی فراگیری زبان چینی در خارج از کشور را به عهده داشته و زیر نظر شورای دولتی چین فعالیت می کند. اصلاح روش های آموزشی، سیستم های برگزاری آزمونهای بین المللی، سهل الوصول و کاربردی کردن آنان و استفاده از روشها و فن آوری نوین و بررسی و مطالعه سیستم های موفق آموزش زبان دنیا از جمله TOFEL و IELTS والگوگیری از آنان برای بهبود روشهای تدریس و کتابهای آموزشی (۱۰) از دیگر اقدامات دولت چین بود. آنان با برگزاری کلاس ها و آزمون های کوتاه مدت ویژه برای شاغلان در امر تجارت با چین، گردشگران و دانش آموزان (۱۱) و همچنین با تهیه و تدوین و انتشار کتاب و سایر موارد آموزش زبان چینی به آن دسته از زبان های زنده دنیا که بیشترین داوطلبان فراگیری زبان چینی را دارد (وتاکنون کتابهای آموزشی مذکور به زبان های انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، روسی، ژاپنی، اندونزیایی، کره ای، اسپانیایی و عربی چاپ و منتشر شده است) (۱۲) به توسعه زبان و ادبیات چینی پرداختند.

شورای دولتی چین نیز برای تقویت گسترش زبان چینی در خارج از کشور، به عنوان عامل مهمی در توسعه مبادلات فرهنگی و تجاری برنامه هایی و اقداماتی را شروع کرده است(۱۳) از جمله مؤسسه غیرانتفاعی «کنفوسیوس» را در خارج از کشور تأسیس کرد. مهمترین وظیفه این مؤسسه گسترش زبان و فرهنگ چینی در جهان است. دولت در نظر دارد تا سال ۲۰۱۰ بیش از یکصد مؤسسه از این قبیل را در سراسر جهان تأسیس کند. البته تاکنون نیز با همکاری دانشگاههای معتبر جهان بیش از ۲۷ مؤسسه در کشورهایی همچون کره جنوبی، آمریکا، فرانسه، آلمان، انگلیس و ژاپن دایر کرده است.

توسعه و بهبود برنامه ها و نرم افزارهای آموزشی نوین چند رسانه ای همچون «chengo Chinese» و «Great Wall Chinese» و ارسال آن به مراکز مختلف آموزش زبان چینی در سراسر جهان دیگر اقدام شورای دولتی چین برای تقویت و گسترش زبان چینی بوده است. در حال حاضر بیش از ۱۵ هزار مدرسه در سراسر آمریکا از طریق اینترنت از برنامه های آموزشی «Great Wall Chinese» استفاده می کنند.

کمک به اجرا و توسعه برنامه آموزشی Advanced Placement در ۲۵۰۰ دانشگاه و مرکز آموزش عالی آمریکا در سال ۲۰۰۶ میلادی، کمک به اجرا و توسعه پروژه «تدریس داوطلبانه زبان چینی توسط معلمان بین المللی» و «هماهنگی برای صدور گواهینامه بین المللی شایستگی تدریس زبان چینی» برای علاقه مندان به تدریس این زبان در سراسر جهان، بهبود کیفیت سؤالات امتحانی و برگه های آزمون بین المللی HSK و تأمین کتابهای آموزشی و وسائل کمک آموزشی مراکزی که به آموزش زبان چینی می پردازند از دیگر اقدامات شورای دولتی چین بوده است.

ضمن آنکه توسعه و تجهیز کتابهای دانشگاهها و مراکزی که به آموزش زبان چینی مبادرت می ورزند، تأمین اساتید مورد نیاز اینگونه مراکز از بین داوطلبان تدریس زبان چینی، برگزاری اولین کنفرانس بین المللی آموزش زبان چینی در خارج از چین (که در ماه ژوئیه با حضور بیش از ۳۰۰ نفر از معلمان با تجربه و محققان و مدرسان زبان چینی از هفتاد کشور جهان در شهرپکن برگزار شد و در آن به بحث و بررسی موضوعاتی از قبیل «ارتباطات چند فرهنگی و نیاز به یادگیری زبان چینی»، «یافتن مکانیزم عملی برای آموزش و فراگیری زبان چینی در عصر جدید» و «چشم انداز توسعه آموزش زبان دوم در جهان در قرن بیست و یکم» پرداختند) (۱۴) و تأسیس مرکز پژوهش های چین شناسی در خارج توسط فرهنگستان علوم اجتماعی چین در سال ۲۰۰۴ را نباید فراموش کرد.

دولت چین در این راستا سعی کرده است با فراهم کردن زمینه مناسب در دانشگاههای مختلف داخل چین تعداد هر چه بیشتری از دانشجویان خارجی را جذب کند و با استفاده از درآمد هنگفت آن برای گسترش زبان چینی بکوشد. به نحوی که روند رو به رشد پذیرش دانشجویان خارجی، موجب ایجاد مؤسسات مختلف رسمی فراوان برای جذب دانشجویان خارجی شده و اغلب با همکاری دانشگاههای معتبر چینی به صورت گروهی با دایر کردن نمایشگاههای آموزشی در کشورهای مختلف و ارائه تسهیلات و اطلاعات، به جذب دانشجو می پردازند و از این طریق درآمد ارزی فراوانی برای دانشگاهها جذب و کم کم بخش صنعت آموزشی در حال شکل گیری است. براساس آمار منتشر شده در وزارت آموزش چین از سال ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۴ بیش از ۵۶۰ هزار دانشجوی خارجی در ۳۰۰ دانشگاه چینی به تحصیل اشتغال داشته اند که ۸۶ هزار نفر آنان در سال ۲۰۰۴ ثبت نام کرده اند. (۱۵) قابل ذکر است پس از حاکمیت حزب کمونیست در چین و آغاز پذیرش دانشجویان خارجی در دانشگاههای این کشور تاکنون، کمتر از ۱۵۰ نفر دانشجوی ایرانی به صورت بورسیه و آزاد در چین تحصیل کرده اند. این در حالی است که بیش از ۲۵ هزار دانشجوی کره جنوبی به حال تحصیل در دانشگاههای چین علاقه نشان داده اند و تنها در دانشگاه پکن ۱۵۰۰ دانشجوی کره ای در حال تحصیل هستند. (۱۶)

در کل براساس اخبار منتشر شده در سایت خبرگزاری شین هوا (مورخ ۲۳ ماه ژوئیه ۲۰۰۵) دولت چین طی دو سال گذشته بیش از ۲۰۰ میلیون دلار برای گسترش زبان چینی در خارج از کشور هزینه کرده است.

جایگاه زبان چینی در جمهوری اسلامی ایران

با وجود روابط تاریخی دیرینه بین ایران و چین که جاده قدیم ابریشم زمینی و دریایی در هزاره های گذشته نماد آن محسوب می شود و با وجود میزان بالای مبادلات تجاری بین دو کشور (بیش از ۷ میلیارد دلار در سال گذشته) (۱۷)، در حال حاضر مسؤولان و سیاستگذاران جمهوری اسلامی ایران در این زمینه توجه کافی را مبذول نکرده و از سایر رقبا عقب مانده اند. در حال حاضر تعداد افرادی که در ایران به زبان چینی آشنا هستند و در دستگاه سیاست خارجی ما مشغولند کمتر از نصف انگشتان یک دست است و در دستگاههای اقتصادی و تجاری هم تعداد چنین افرادی نزدیک به صفر است. تعداد دانشجویان ایرانی شاغل به تحصیل در چین اعم از بورسیه و آزاد نیز کمتر از تعداد دانشجویان کشورهای دسته چندم جنوب آسیا است. بخش غیردولتی هم که هنوز به صورت سنتی با چین مراوده بازرگانی دارد و به دلیل عدم آینده نگری، خود را از سرمایه گذاری در این زمینه بی نیاز می داند. اغلب تجار ایرانی در سفر به چین فارسی آموختگان چینی را به چینی آموختگان ایرانی ترجیح می دهند. (۱۸) که خدا می داند در این بین چقدر کلاه بر سر آنان گذاشته می شود و تاوان آن را مصرف کنندگانی ایرانی می پردازند.

تنها دانشگاهی که در آن زبان چینی تا سطح لیسانس آموزش داده می شود، دانشگاه شهید بهشتی است که طی بیش از ۸ سال پس از تأسیس کرسی زبان چینی، قریب به یکصدنفر دانشجوی رشته زبان و ادبیات چینی فارغ التحصیل داشته است که به جز چندنفر، بقیه را پس از اتمام دروس به امان خدا رها کرده و شاید به حق اشتغال و استفاده مناسب از این نیروها را خارج از حوزه وظایف و مسؤولیت خود می داند.

این دانشگاه از نظر تربیت استاد و کادر آموزشی مجرب نیز وضعیت مطلوبی ندارد و معلم اعزامی از چین به دلیل پایین بودن سطح علمی نتوانسته این تنها مرکز رسمی آموزش زبان چینی را در ایران فعال سازد. در کنار بخش زبان چینی به همت مسؤولان دانشگاه یک مرکز چین شناسی نیز دایر شده که صرفاً نام مرکز را یدک می کشد و تاکنون هیچ نوع فعالیت علمی و پژوهشی قابل ملاحظه ای از آنان مشاهده نشده است. فارغ التحصیلان این شته خود نیز به دلایل مختلف تاکنون نتوانسته اند تشکل منسجمی برای بهره وری مناسب از توانایی های خود ایجاد کنند و هر کدام در گوشه ای یا بیکار بوده و یا به شغل های غیرمرتبط با رشته تحصیلی خود پرداخته اند. (۱۹)

همه این نابسامانی ها در حالی است که رابطه تاریخی گذشته بین ایران و چین، مشترکات فرهنگی، دیدگاههای مشترک منطقه ای وجهانی، حجم مبادلات تجاری، همسویی در سیاستهای بین المللی وچشم انداز آینده روابط بین دو کشور، فراتر از این میزان را می طلبد. حتی چینی ها هم در زمینه تربیت نیروهای فارسی دان و استفاده از نیروهای تربیت شده در این زمینه از ما جلوتر هستند. در حال حاضر در چهار دانشگاه چین رشته زبان و ادبیات فارسی تا سطح لیسانس و در دانشگاه پکن تا مقطع فوق لیسانس دایر است و تاکنون بیش از سیصدنفر در این رشته از دانشگاههای پکن، زبانهای خارجی شانگهای و لویانگ فارغ التحصیل شده و هیچ کدام از آنان نیز بیکار نیستند و همگی در بخشهای مختلف دولتی اعم از سیاست خارجی، بازرگانی، مطبوعات و رسانه ای، نظامی و انتظامی که به نحوی با مناطق فارسی زبان دنیا (ایران، افغانستان، تاجیکستان) مرتبط هستند به کار گمارده شده اند و در بخشهای علمی و پژوهشی نیز دهها جلد کتاب از جمله هفت مورد از شاهکارهای ادبی ایران را تألیف و ترجمه و منتشر ساخته اند که همت بلند آنان جای تقدیر و تشکر دارد. (۲۰)

به نظر می رسد برای عقب ماندن از قافله جهانی لازم است در خصوص فراگیری زبان چینی در حد و اندازه مورد نیاز بخشهای مختلف کشور سرمایه گذاری و در این زمینه از امکانات و تسهیلاتی که دولت چین در اختیار این نوع مراکز آموزشی قرار می دهد استفاده شود. از نیروهای فارغ التحصیل در این رشته در بخشهای مختلف سیاسی، فرهنگی و بویژه اقتصادی و بازرگانی استفاده به عمل آید و متناسب با سطح روابط بین دوکشور به تربیت نیروهای مورد نیاز پرداخته شود. بخشها و مراکز پژوهشی و تحقیقاتی کشور پدیده چین معاصر، توسعه اقتصادی، توسعه فرهنگی، راههای رسیدن به این جایگاه، تاریخ و ادبیات و فرهنگ سنتی، اخلاقیات و روحیات و ارزشهای فرهنگی اجتماعی، تحولات سریع و فزاینده این کشور را مورد تحقیق و پژوهش قرار داده و مشترکات فرهنگی گذشته و راههای مشترک فراروی آینده بین دوکشور در سطح دو جانبه، منطقه ای و جهانی را مشخص و از توانایی های دوطرف برای بهبود روابط دوجانبه و تأثیرگذاری در سطح بین المللی استفاده نمایند. ایران و چین در خیلی از زمینه ها سرنوشت مشترکی داشته و بیش از آن در آینده راه مشترکی دارند که باید بپیمایند. طی این مسیر بدون شناخت از یکدیگر و بدون همکاری فکری و فرهنگی دشوار خواهد بود و پرداختن به این امور منافع هر دو کشور را در پی خواهد داشت و مبادله تجارب ذیقیمت ودستاوردهای به دست آمده در هر دوکشور هزینه و راه رسیدن به اهداف و منافع دوطرف را کاهش خواهد داد.

> چینی گفتاری و چینی نوشتاری در حکم دو زبان جداگانه هستند که رسانه یکی شنیداری و دیگری دیداری است. لذا می توان ادعا کرد چینی گفتاری یکی از ساده ترین و چینی نوشتاری یکی از دشوارترین زبان های دنیا است

پی نوشتها:
۱- داریوش آشوری، نگاهی به سرزمین، تاریخ، جامعه و فرهنگ چین از دیرینه ترین روزگار تا پایان سده نوزدهم.
۲- روزنامه چاینا دیلی ۱۹ ژوئیه ۲۰۰۵
۳- خبرگزاری شین هوا ۱۵ ژوئن ۲۰۰۵
۴- روزنامه چاینا دیلی ۱۹ ژئن ۲۰۰۵
۵- خبرگزاری شین هوا ۱۵ ژوئن ۲۰۰۵
۶- روزنامه چاینا دیلی ۱۹ ژوئن ۲۰۰۵
۷- خبرگزاری شین هوا ۱۵ ژوئن ۲۰۰۵
۸- مشاهدات حضوری از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ (به عنوان رایزن فرهنگی)
۹- روزنامه چاینا دیلی ۱۹ ژوئن ۲۰۰۵
۱۰- همان
۱۱- خبرگزاری شین هوا ۱۵ ژوئن ۲۰۰۵
۱۲- روزنامه چاینا دیلی ۲۳ ژوئیه ۲۰۰۵
۱۳- خبرگزاری شین هوا ۱۵ ژوئن ۲۰۰۵
۱۴- همان
۱۵- نشریه چاینا نیوز ۱۵ مارس ۲۰۰۳
۱۶- مشاهدات حضوری از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ (به عنوان رایزن فرهنگی)
۱۷- مصاحبه سفیر جمهوری اسلامی ایران با خبرگزاری شین هوا ۲۱ ژوئن ۲۰۰۵
۱۸- مشاهدات حضوری از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ (به عنوان رایزن فرهنگی)
۱۹- گفت وگوی حضوری با تعدادی از فارغ التحصیلان رشته زبان چینی دانشگاه شهید بهشتی
۲۰- مشاهدات حضوری از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ (به عنوان رایزن فرهنگی)۲

روابط عمومی الکترونیکی یک الزام

محمد سلیم جو

امروزه دیگر روابط عمومی، صرفاً با کارکنان، سازمان و مشتریان خود روبرو نیست، شرایط پیرامونی به سرعت درحال تغییر است که بنا به عقیده بسیاری از آگاهان در علوم ارتباطات، بحران بعدی روابط عمومی ها، کارکنان آموزش ندیده برای شرایط جدید است. امروزه روابط عمومی ها به دلیل شرایط بسیار متحول شده، دیگر استراتژی های بلندمدت ندارند. در دنیای معاصر، روابط عمومی ها، سازمان های ۷×۲۴ نامیده می شوند که به معنی ۲۴ ساعت کار در هفته است که این البته به معنی الزام به حضور فیزیکی در محل کار نیست. بلکه ارائه خدمات روابط عمومی دیجیتال است، بسیار زیاد است و تبدیل روابط عمومی های سنتی به روابط عمومی های دیجیتال، یک ضرورت است.

نشریه روابط رسانه های خودی در مقاله ای در شماره آوریل خود می نویسد: در فرم سنتی روابط عمومی انتقال اطلاعات به طور ناقص و یا هدردادن هزینه ها صورت می گیرد. روزنامه نگاران می گویند: روابط عمومی ها به صورت مجموعه هایی که گویی به رسمیت شناخته نشده اند و با ناچیزشمردن وقت وسرمایه سازمان و مراجعه کنندگان اداره می شوند... به طورمتوسط ۳۴ درصد روزنامه نگاران آمریکایی در هرهفته مجموعه هایی را از روابط عمومی ها دریافت می کنند که بدون بازشدن دورانداخته می شوند. در مقاله مذکور به اشتباهات فراوان و اشکالات بسیار در متن و نحوه توزیع اطلاعیه های روابط عمومی ها از جمله نشانی های غلط، ارسال دیرهنگام، عنوان اشتباه و ارسال مکرر یک اطلاعیه به یک نشانی اشاره شده است که موجب دورانداخته شدن مجموعه ها از سوی دریافت کنندگان می شود.

این افزایش هزینه اشتباهات ممکن است گرایش به وسایل الکترونیک را که هزینه کمتری دارند، تسریع کند. درحقیقت بسیاری از افراد حرفه ای درکار روابط عمومی خواستار چنین سرعتی بویژه در گسترش استفاده از پست الکترونیک و اینترنت هستند. جان سی دووراک (۱) مفسر مباحثه گر شناخته شده صنعت کامپیوتر نیز مطرح می کند. دووراک طی نامه ای سرگشاده به انجمن روابط عمومی های آمریکا که در خبرنامه ای وابسته به کمبریج در آگوست ۱۹۹۴ انتشار یافته، می نویسد: «اکنون زمان مناسبی است که افراد بازاریاب، ارتباط گران و مؤسسات تجاری روابط عمومی به پایان یافتن قرن بیستم توجه کنند و بپذیرند برای ادامه احمقانه ضایعات کاغذ در این شغل توجیهی باقی نمانده است.»

دووراک ادامه می دهد: «من با استفاده از پست الکترونیک همه چیز را حداکثر ۵ دقیقه پس ازارسال دریافت می کنم و زحماتی که برای بازکردن و دسته بندی بسته های پستی باید کشید نیز درکار نیست. به علاوه با استفاده از پست الکترونیک هرگاه لازم باشد مطلب جدیدی به مطلب قبلی اضافه شود، می توان آن را به آسانی از حافظه دستگاه بیرون کشید...» ارتباط شفاهی، رسانه دوران شکار بود؛ نوشتن، رسانه دوران کشاورزی و چاپ و... و رسانه های الکترونیکی نیز ویژه جوامع مبتنی بر اطلاعات هستند. سرعت زیاد، هزینه کم، قابل درک بودن در سطح جهان از ویژگی های عمده پیام الکترونیکی است. با افزایش تعداد کانال های ارتباطی و تخصصی آنها، ارتباطات فردی آن طور که با تلگراف و تلفن آغاز شد، مجدداً گسترش پیدامی کند.

درخصوص نقش رسانه ها در ارتباطات برون سازمانی با توجه به ورود رسانه های جدید درحال تغییرات یک نظرسنجی انجام شده که در سال ۱۹۹۸ توسط بنیاد بین المللی روابط عمومی (IPRF) این تغییر را نشان می دهد.

۱۶۰۰ مدیر اجرایی و ارتباطی شرکت های بزرگ اروپایی از مجموع ۱۴ وسیله ارتباطی در ارتباطات برون سازمانی طی سال گذشته به ترتیب اهمیت رتبه بندی کرده اند از ۱۴۲ پاسخ دریافتی استفاده از روابط عمومی سنتی با ۹۴ درصد رتبه اول، مطبوعات ۸۸ درصد رتبه دوم، وب سایت ۷۳ درصد رتبه سوم را به دست آورد سایر رسانه ها به ترتیب عبارت بودند از: سمینار برای مشتریان پست مستقیم، بازاریابی مستقیم، آگهی در مطبوعات، ارتباط با مشتریان، تلویزیون، تابلو، پوستر، رادیو، آگهی در اینترنت و سایر ابزار ارتباطی که بین ۲۳ تا ۶۱ درصد از اهمیت کاربرد در ردیف های ۴ تا ۱۴ قرار گرفتند. در همین بررسی نسبت به درجه اهمیت رسانه ها در پنج سال آینده اظهار نظر پاسخ دهندگان چنین بود: وب سایت در ردیف اول (۵۵ درصد) پست مستقیم، ردیف دوم (۵۱ درصد) روابط عمومی سنتی، ردیف سوم (۴۶ درصد)، نتیجه این بررسی نشان داد اینترنت جای روابط عمومی سنتی را خواهد گرفت ضمن آنکه گرایش سازمانها در عرصه تجاری به ارتباط مستقیم و شخصی با مخاطبان و مشتریان است. زیرا توزیع پیام بین مخاطبان خاص جای پخش و نشر برای مخاطبان توده وار را خواهد گرفت. بررسی دیگر روی مطبوعات آمریکا نشان می دهد اینترنت وسیله ارتباطی مسلطی در برقراری روابط بین سازمانها و مطبوعات است. دراین کشور در سال ۱۹۹۸، ۷۶ درصد از روزنامه نگاران به صورت الکترونیکی کار می کردند و ۶۵ درصد از آنان خبرهای شان را از طریق پایگاههای وب دریافت می داشتند. در ضمن ۸۰ درصد از دبیران سرویس های عکس مطبوعات از سیستمی دیجیتال استفاده می کردند. پست الکترونیکی مهم ترین وسیله ارتباطی خبرنگاران محسوب می شود و سایت Zdent و Cent بیشترین کاربری بین خبرنگاران را داشته اند. (Holtz:۱۹۹۹).

از سوی دیگر واحدهای روابط عمومی در این کشور از وب سایت به عنوان اتاق خبر مجازی استفاده می کردند که در آن اطلاعیه های خبری، سخنرانی مدیران، گزارشهای فصل یا سالانه، گزارش نشست های سالانه سهامداران، مصاحبه ها، عکس، زندگی نامه، آگهی و اطلاعات آموزشی منتشر می شود.

علاوه بر مطبوعات، خبرگزاریهای بین المللی، ملی و تخصصی اقتصادی و سندیکاهای خبری، خصوصی یا متعلق به گروه های ذینفع دارای دفاتر مجازی روی اینترنت فراهم کردن گروه های فشار اینترنتی است که به عملکرد سازمانها انتقاد می کنند. از معروف ترین آنها درآمریکا دو سایت Rouge و Urbalegnds هستند.

پایش (مونیتورینگ) این گونه سایت ها از وظایف عمده واحدهای نظرسنجی روابط عمومی مجازی است.

روابط عمومی الکترونیکی نحوه به کارگیری فناوری های جدید ارتباطی و شیوه های نوین اطلاع رسانی در جهت ارائه خدمات منطبق بر خواسته های مخاطبان به صورت لحظه ای online به منظور تحقق اهداف روابط عمومی است.

روابط عمومی الکترونیکی فقط در ارائه خدمات بهتر و سریع تر به مردم خلاصه نمی شود. با وجود چنین ابزاری است که مردم می توانند نظرات خود را بسیار راحت تر و بدون گذراندن فیلترها و سدهای مستحکم به سمع و نظر مسؤولان سازمان برسانند بی اغراق سرعت در اطلاع رسانی، اصلی ترین عنصری است که روابط عمومی الکترونیکی را به روابط عمومی سنتی تحمیل کرده است، کارگزاران روابط عمومی برای بهره برداری از این سرعت و دقت طلایی، لازم است تکنیک های نوین رقابت را بیاموزند. اگر آنها نتوانند از ابزارهای جدید دیجیتال استفاده کنند دراین کشاکش بازنده خواهند بود. از این رو، روابط عمومی الکترونیکی یک الزام است و انتخاب نیست. مهمترین وظیفه روابط عمومی دیجیتال در جامعه اطلاعات آینده، برقراری ارتباط دوسویه و متعامل بین سازمانهاو مردم، ارائه خدمات و اطلاعات موردنیاز شهروندان به طور مداوم و شبانه روزی است. روابط عمومی دیجیتال این وظایف را به بهره گیری از فناوری های نوین ارتباطی و از جمله اینترنت انجام خواهد داد.

اهم وظایفی که روابط عمومی دیجیتال در یک جامعه اطلاعاتی انجام خواهدداد، عبارتند از: ساده سازی نحوه ارائه خدمات به شهروندان و سازمانها و نهادها و تسهیل دسترسی آنان به این خدمات. بهبود کارایی و اثر بخشی نهادها و سازمانها و مؤسسات از طریق حذف لایه های ساختاری.

تلاش در تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان سازمان ها به اطلاعات مورد نیاز از طریق جایگزینی شهروندمداری و اجتماع مداری به جای بوروکراسی مداری.

بهبود پاسخگویی و اطلاع رسانی به مخاطبان و تضمین پاسخگویی و اطلاع دهی در خصوص نیازهای شهروندان و سازمانها.

افزایش خلاقیت از طریق به کارگیری مکانیسم های ارتباطی و اطلاع گیری و اطلاع رسانی در امور دولتی و غیردولتی که منجر به افزایش بهره وری و کارایی نهادها و سازمانها و بهبود امور جاری خواهد شد.

متخصصان روابط عمومی در آینده

صنعت روابط عمومی به دلیل تأثیر رسانه های الکترونیک تغییراتی را در نوع افرادی که به این حرفه روی می آورند تجربه خواهد کرد. نیکولیچ این موضوع را چنین بیان می کند: «...آنچه اکنون در حال روی دادن است این است که نوع افرادی که جذب روابط عمومی شود، تغییر کرده است چرا که در آینده شما با افرادی سروکار دارید که به ویدئو علاقه مند هستند. زمینه تکنولوژیک دارند و به ارتباطات راه دور علاقه مندند. نیاز به ارتباط گران ماهرتر که بتوانند به عنوان گردانندگان تکنولوژیک عمل کنند، نیاز اصلی آینده خواهد بود و آن ارتباط گران ماهر در محیطی کار خواهند کرد که تمرکز بر روی «رابطه» کلید موفقیت است.»

منابع
۱- روابط عمومی دیجیتال، نشریه کارگزار روابط عمومی - ۳
۲- روابط عمومی مجازی، روزنامه دنیای اقتصاد ۲۹ فروردین ۸۳
۳- روابط عمومی رایانه ای در آینده نشریه: هنر هشتم بهار ۸۰
۴- روابط عمومی الکترونیکی، روزنامه آسیا مهر ۸۱
۵- خدمات در تمامی ساعات، روزنامه شرق ۹ آبان ۸۳
۱- J.C Dvorak.