

عوامل ساختاری و زمینه‌ای به صورت مستقیم یا غیرمستقیم مؤثر بر ارتباط میان فرهنگی است. برای نمونه، هنگامی که شما با یک آمریکایی طرف گفت‌وگو هستید، تصورات شما درباره کشور آمریکا کاملاً بر گفت‌وگو سایه خواهد افکند. این تصورات مربوط به یک مرز جغرافیایی خاص به نام «آمریکا» است. این نوع تأثیر ساختار بر فرد، از نوع غیرمستقیم است؛ زیرا شناخت شما از تصورات قالبی شما درباره آمریکا وضعیت گفت‌وگو را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هرچند فرد طرف گفت‌وگو ممکن است بسیاری از ویژگی‌های فرهنگ غالب آمریکا را نداشته باشد. این ذهنیت شماست که آمریکایی بودن را یکی از موانع احتمالی گفت‌وگوی موفق ارزیابی می‌کنید. نمونه دیگر آن، تفاوت مواجهه حجاج ترکیه با ایرانیان در موسم حج، در سال‌های قبل از ۹۱ و بعد از آن است. درگیری سیاسی ترکیه و ایران درباره سوریه، به صورت محسوس در رفتارهای زوار این دو کشور با یکدیگر، در ایام حج قابل مشاهده است.

ارتباط میان فرهنگی، که به ارتباط دو فرد از دو فرهنگ متمایز اطلاق می‌شود، سرشار از مسائلی است که پاسخ متناسب به آنها، افراد را در مدیریت ارتباطات موفق در فضای چندفرهنگی کمک می‌کند. یکی از مهم‌ترین پرسش‌ها، مربوط به نقش فرهنگ و زبان در ارتباطات میان فرهنگی است؛ به این معنی که ویژگی‌های فرهنگی، از جمله زبان، چه نقشی در ارتباطات میان فرهنگی ایفا می‌کنند؟ آیا افراد قادرند از ویژگی‌های فرهنگی جامعه خود فاصله بگیرند؟ آیا صرف تسلط به زبان مخاطب، برای برقراری ارتباطات میان فرهنگی موفق کافی است؟ این پژوهش تلاش دارد با بهره‌گیری از روش اسنادی و تحقیقات انجام شده در این زمینه، پاسخ مناسبی برای سؤال پیدا کرده، و به دیدگاه اسلام در این خصوص اشاره کند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که نمی‌توان افراد را تماماً به ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی جامعه تقلیل داد. ویژگی‌های فردی، نقشی تعیین کننده در کامیابی یا شکست ارتباطات میان فرهنگی دارند. شناخت فرهنگ خود و فرهنگ مخاطب، تسلط به ظرافت‌های زبانی و نیز ویژگی‌های فردی، سه مؤلفه تعیین کننده در ارتباطات میان فرهنگی هستند.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، زبان، ارتباطات میان فرهنگی، هوش فرهنگی، توانش فرهنگی.

جایگاه فرهنگ، در ارتباط میان فرهنگی

ادوارد هال می‌گوید: پس از دو دهه مشاهده فعالیت‌های آمریکائیان درباره فرهنگ‌های دیگران، به این باور رسیدم که اکثریت آنها در دو دسته جای می‌گیرند: عمدتاً زبان‌شناسان متبحر و انسان‌شناسان معتقدند: صرف وقت در بیرون، تا زمانی که فرد به زبان و فرهنگ در همه سطوح آن مسلط نباشد، هدر دادن وقت است. گروه دوم، زبان و فرهنگ را در حد ویرترین فرد تلقی کرده، معتقدند: میان یک فرد و

بررسی نقش فرهنگ و زبان در ارتباط میان فرهنگی^۱

usefzadeh.h@gmail.com

حسن یوسفزاده اربط / عضو هیئت علمی پژوهشگاه بین‌المللی جامعه‌المصطفی

دریافت: ۱۳۹۵/۲/۱۵ - پذیرش: ۱۳۹۵/۷/۱۳

چکیده

ارتباط میان فرهنگی، مشحون از مسائلی است که پاسخ متناسب به آنها، افراد را در مدیریت ارتباطات موفق در فضای چندفرهنگی یاری می‌کند. یکی از مهم‌ترین پرسش‌ها، به نقش فرهنگ و زبان در ارتباطات میان فرهنگی مربوط می‌شود؛ به این معنی که ویژگی‌های فرهنگی، از جمله زبان، چه نقشی در ارتباطات میان فرهنگی ایفا می‌کنند؟ آیا افراد قادرند از ویژگی‌های فرهنگی جامعه خود فاصله بگیرند؟ آیا صرف تسلط به زبان مخاطب، برای برقراری ارتباطات میان فرهنگی موفق کافی است؟ این پژوهش تلاش دارد با بهره‌گیری از روش اسنادی و تحقیقات انجام شده در این زمینه، پاسخ مناسبی برای سؤال پیدا کرده، و به دیدگاه اسلام در این خصوص اشاره کند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که نمی‌توان افراد را تماماً به ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی جامعه تقلیل داد. ویژگی‌های فردی، نقشی تعیین کننده در کامیابی یا شکست ارتباطات میان فرهنگی دارند. شناخت فرهنگ خود و فرهنگ مخاطب، تسلط به ظرافت‌های زبانی و نیز ویژگی‌های فردی، سه مؤلفه تعیین کننده در ارتباطات میان فرهنگی هستند.

زبان و فرهنگ او، دوگانگی وجود دارد. بهتر است راه‌های هموارتری برای مفاهمه پیدا کرد. البته جامعه‌شناسانی که در عرصه مطالعات میان‌فرهنگی کار کرده‌اند، هیچ‌یک از این تلقی‌ها را مناسب نمی‌دانند. به نظر جامعه‌شناسان، شما هر قدر هم حسن نیت داشته باشید، نمی‌توانید از ذهن یک ژاپنی مطلع باشید. همان‌گونه که فهم تخصصی فرهنگ نیز برای غلبه بر مشکل کافی نیست. هرکسی که در بیرون از کشور خود کار کرده باشد، می‌داند که خارج، مملو از امور غافلگیرکننده است. البته غافلگیرکننده در اینجا به معنای خوشایندی نیست. در خارج، نشانه‌های فراوانی وجود دارد که ما قادر به فهم و خوانش آنها نیستیم. این امور بیانگر پشت‌صحنه‌ها و زیرساخت‌هایی است که ما از آنها بی‌اطلاع هستیم. *اروینگ گافمن*، برای توضیح چنین امری از اصطلاح «پشت‌صحنه» استفاده می‌کند. اطلاع از پشت‌صحنه و فهم نشانه‌ها، سبب پیش‌بینی ما از واکنش مخاطبان در برابر گفتار و رفتارمان می‌شود. از این رو، ابهام افکنی، ویژگی ارتباطات میان‌فرهنگی است (هال، ۱۹۶۴).

مهم‌ترین ساختار، که اثر مستقیم بر شخصیت و نحوه تعاملات فرد دارد، فرهنگی است که وی در آن رشد و تربیت یافته است. گذر از ساختارهای فرهنگی، که طی سال‌هایتمادی در فرد نفوذ کرده، به آسانی ممکن نیست. هر فرد در کلیت خود، یک فرهنگ است و اصل اساسی ارتباطات بین‌فرهنگی این است که مردم از طریق فرهنگ، ارتباط برقرار می‌کنند. شیوه‌های ارتباطی و کنشی، الگوهای زبانی و وضعیت‌های غیرکلامی، افراد را فرهنگ آنها تعیین می‌کند. بنابراین، نظریه بین‌فرهنگی با فرضیه‌هایی درباره تفاوت‌های فرهنگی آغاز می‌شود. تفاوت‌های فرهنگی، به مثابه مرزهایی برای ارتباطات عمل می‌کنند. ارتباط‌گر، با آگاهی از تفاوت‌ها و تشخیص ظرفیت تأثیرگذاری آنها بر ارتباطات، نسبت به واقعیت‌ها حساس‌تر خواهد بود. این امر نشان می‌دهد که داشتن حداقلی از زمینه‌های مشترک برای درک متقابل ضروری است. ارتباطات به طور پیچیده، به فرهنگ بافته شده است. فرهنگ، فرایند ارتباطی را شکل داده و تقویت می‌کند. از این رو، همبستگی قوی میان فرهنگ و زبان وجود دارد. هوش فرهنگی، جمع‌گرایی یا فردگرایی، تصورات قالبی، آشنایی با زبان و ظرافت‌های آن، چگونگی بازنمایی رسانه‌های جمعی از فرهنگ‌های دیگر، ساختارهای سیاسی اجتماعی که فرد در آن پرورش یافته و مانند آن، برخی از مؤلفه‌هایی هستند که می‌توانند به عنوان عامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده ارتباطات میان‌فرهنگی عمل کنند.

نگاه‌ها درباره میزان تأثیرگذاری فرهنگ بر ارتباطات، بسیار متفاوت است. نویسندگانی که در عرصه مطالعات میان‌فرهنگی پژوهش می‌کنند، معتقدند: فرهنگ در اینکه مردم چگونه واقعیت را مشاهده و با

آن ارتباط برقرار کنند، نقش مهمی دارد (سموار و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۴۰)، اما برخی از آنها، نقش فرهنگ برای افراد را تنها به عنوان یکی از عوامل چندگانه در نظر می‌گیرند. به عنوان نمونه، *لرد چسترفیلد*، یک جمله بسیار معروف دارد که می‌گوید: «از بدو خلقت، هرگز دو چیز مثل هم نبوده‌اند» (پیکر، ۲۰۰۹). او احتمالاً به این هم اشاره کرده باشد که هرگز دو فرد نمی‌توانند مثل هم باشند. دلیل آن روشن است: رفتار تحت تأثیر منابع چندگانه شکل می‌گیرد. فرهنگ تنها یکی از آنهاست. نتیجه اینکه ما فراتر از فرهنگ‌های خود هستیم. درست است که همه فرهنگ‌ها چارچوب معینی را برای افراد خود فراهم می‌کنند، ولی افراد اسیر فرهنگ خود نبوده، در معرض همه آموزه‌های فرهنگی قرار نمی‌گیرند. این تصور که افراد لوح سفید هستند، نادرست است. همچنان که پینکر هم اشاره کرده، ذهن نمی‌تواند لوح سفید باشد؛ چون لوح سفید قادر به انجام هیچ‌کاری نیست. بعکس، افراد دارای اندیشه و احساس هستند که ویژگی‌های زیستی و تاریخی آنان، نقش اساسی در رفتارهای جمعی و اجتماعی آنان ایفا می‌کند. در نتیجه، ارزش‌ها و رفتارهای یک فرهنگ خاص، ممکن است ارزش‌ها و رفتارهای همه افراد درون آن فرهنگ نباشد. عوامل زیادی از قبیل ژنتیکی، منطقه زندگی، جنسیت و مانند آن، در کنار فرهنگ در زندگی فرد تأثیر می‌گذارند که فرهنگ، تنها یکی از آنهاست. به نظر هوکر:

شخصیت متشکل از ویژگی‌هایی است که منحصر در فرد انسانی است. شخصیت تا حدودی ژنتیکی و تا اندازه‌ای اکتسابی است. از آنجا که بیشتر شخصیت اکتسابی است، فرد عمیقاً تحت تأثیر فرهنگ قرار می‌گیرد. وقتی بخش وسیعی از شخصیت می‌تواند درون یک فرهنگ معین گسترش یابد، چرا به ویژگی ملی این همه تأکید می‌شود (سموار و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۴۱).

شناخت فرهنگ مخاطب

چه زمانی ارتباطات، تبدیل به ارتباطات میان‌فرهنگی می‌شود؟ چه چیزی ارتباطات میان‌فرهنگی را از ارتباطات غیر میان‌فرهنگی جدا می‌کند؟ مؤلفه اصلی ارتباطات میان‌فرهنگی چیست؟ در حقیقت، ارتباطات میان‌فرهنگی از طریق همان متغیرهای اساسی و فرایندهایی درک می‌شوند که در سایر انواع ارتباطات وجود دارد. همه ارتباطات، میان مردمانی روی می‌دهد که درجات گوناگونی از آشنایی میان آنها وجود دارد. عنصر اصلی فهم ارتباطات میان‌فرهنگی، «غریبه» است.

غریبه بودن و آشنا بودن، یک پیوستاری را تشکیل می‌دهد. مثلاً، برای *ویلیام گادیکانست* و *یونگ یون*، اصطلاح «غریبه» به افرادی اشاره دارد که در ناآشناترین بخش پیوستار قرار دارند. غریبه، کسی است که اطلاعات محدودی درباره محیط، ارزش‌ها و هنجارهای آنان دارد. در مقابل، آشنا کسی است

که شناخت کمی از باورها، علائق و عادت‌های غریبه دارد. به‌طورکلی، ارتباط با دیگران، مستلزم پیش‌بینی واکنش‌های آنان است. در ارتباط با آشنایان، ما معمولاً در پیش‌بینی‌های خود مطمئن هستیم؛ حتی گاهی ناآگاهانه دست به چنین پیش‌بینی‌هایی می‌زنیم. بعکس، هنگام ارتباط با غریبه‌ها، از واکنش‌های احتمالی گوناگون آنها و از نااطمینانی پیش‌بینی‌های خود آگاه می‌شویم.

پیش‌بینی‌های ارتباطی، شامل سه سطح از اطلاعات است: سطح اول، فرهنگی است. این سطح، شامل اطلاعاتی درباره فرهنگ دیگران، ارزش‌های مسلط و هنجارهای آنان است. این سطح، همچنین شامل اطلاعاتی است که به هنگام ارتباط با غریبه قابل دسترس است. بدین ترتیب، فهم بهتر فرهنگ غریبه، سبب پیش‌بینی بهتر واکنش‌های او می‌شود (کیس، ۲۰۰۸). سطح دوم، سطح فرهنگی اجتماعی است که شامل داده‌هایی درباره عضویت در گروه‌های دیگر، یا تعلقات گروهی آنان می‌شود. این سطح از اطلاعات، داده‌های غالب مورد استفاده در ارتباطات میان‌فرهنگی هستند. سطح سوم، داده‌های فرهنگی روان‌شناختی است. این اطلاعات، به ویژگی‌های افراد مربوط می‌شود؛ ویژگی‌هایی که در ارتباط با دوستان بروز می‌کند. چنین داده‌هایی، از طریق فرایند شناخت اجتماعی حاصل می‌شود. شناخت اجتماعی، فرایند دیالکتیکی است که هم شامل خصیصه‌هایی است که افراد را به گروهی متعلق و هم شامل خصیصه‌هایی است که فرد را از آن متمایز می‌کند. برای تقویت ارتباط با غریبه، باید به ویژگی‌های منحصر و فردی آنها توجه کنیم. گودیکانست و کیم معتقدند: ارتباط مؤثر با غریبه‌ها، مستلزم آگاهی فزاینده از رفتارهای ارتباطی ماست (همان). این امر سبب می‌شود ما افراد خاصی را از دسته‌بندی‌های کلیشه‌ای جدا کنیم. از آنجاکه خطوط ارتباطات روزمره ما عمدتاً با آشناها صورت می‌گیرد، ما از رفتار ارتباطی خود آگاه نیستیم. نمی‌توان با غریبه‌ها نیز مثل آشناها ارتباط برقرار کرد. شیوه ارتباطی با آشنایان، همواره در موقعیت‌های میان‌فرهنگی کارایی ندارد، باید تلاش کرد شیوه‌های ارتباطی خود را اصلاح کنیم.

معمولاً وقتی درباره منابع شناخت فرهنگ‌های دیگر، سؤال می‌شود بسیاری از ما تصور می‌کنیم که منبعی در مورد فلان فرهنگ وجود ندارد، یا بسیار نادر است. این یک امر طبیعی است؛ چون شناخت فرهنگ‌های دیگر، نه با مطالعه که با تجربه به دست می‌آید. کسی که با فرهنگ‌های دیگر سر و کار دارد و مأموریتی در آنجا دارد، باید آنها را به‌گونه‌ای متفاوت از فرهنگ خود بشناسد و تلاش کند اصول اساسی آن فرهنگ‌ها و تکنیک‌ها را کشف و تجربه کند. به هنگام کشف تکنیک‌های فرهنگ‌های دیگر، باید توجه داشت که فرهنگ‌ها از درون متنوع و قابل‌تغییرند (ر.ک: همان).

توانش فرهنگی و میان فرهنگی

«توانش» در لغت، به معنی قدرت و قوت (دهخدا، ذیل واژه) و در اصطلاح، به توانایی انجام‌دادن چیزی به خوبی اطلاق می‌شود. همچنان توانش زبانی در زبان‌شناسی، به قدرت یادگیری زبان اطلاق می‌شود. «یکی از وجوه تمایز میان انسان و حیوان استعداد یادگیری زبان است. بازخوانی افکار زبانی ابن‌خلدون در مقدمه مشهورش، بر ما نشان می‌دهد که توانش زبانی از طریق دو حالت فطری و کسبی حاصل می‌شود» (صیادی‌نژاد، ۱۳۹۲). بدین ترتیب، می‌توان گفت: واژه «ملکه» از لحاظ معنایی به «توانش» نزدیک‌تر است. این واژه در اصطلاح علوم تربیتی و روان‌شناسی، به معنای «لیاقت»، «شایستگی» و «تناسب قدرت یا تمرین برای انجام عملی» آمده است (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۲۱). در اصطلاح علم زبان‌شناسی، توانش زبانی به دانش بنیادی آدمی از نظام یک زبان، یعنی قواعد دستور آن، واژگان و همه اجزای زبان دلالت می‌کند (عزبدفتری، ۱۳۷۲، ص ۱۵۱).

برای فهم توانش میان‌فرهنگی، ابتدا باید درباره توانش ارتباط فرهنگی بحث کرد. توانش ارتباط فرهنگی، چیزی است که همه ما آن را داریم: یعنی توانایی‌ای که ما را برای عضویت درون جامعه خود قادر می‌سازد. در این مورد نیز همچون زبان، ما زیاد فکر نمی‌کنیم؛ چون ما از زمانی که توانسته‌ایم عضو جامعه شویم، به لحاظ فرهنگی توانایی پیدا کرده‌ایم. توانش فرهنگی هم مثل زبان، به مرور از بدو تولد آغاز شده است. این امر، چنان سریع اتفاق افتاده است که همه ما تقریباً از پنج سالگی کاملاً عضو جامعه شده‌ایم و کاملاً به زبان اصلی صحبت کرده‌ایم. زبان اصلی، بسیار با اهمیت است؛ چون عضویت ما در جامعه با مشارکت ما در سیستم زبانی میسر می‌گردد. ما بدون اینکه متوجه شویم، به زبان اصلی مسلط شدیم و زبان اصلی هم بر ما مسط گشته است.

فرهنگ تا حد زیادی نامرئی است. اگرچه امروزه از بسیاری از مرزهای سیاسی و جغرافیایی عبور کرده‌ایم، ولی به راحتی نمی‌توان از مرزهای فرهنگی عبور کرد. فرهنگ، مسیری برای درک جهان و طریقی برای شکل‌دهی رفتارهاست. بسیاری از ما در موقعیت‌های میان‌فرهنگی، به شیوه‌های مختلفی شکست می‌خوریم: عدم آگاهی از خصوصیات و جهت‌گیری‌های فرهنگ خودی؛ احساس ترس، خطر و ناراحتی در تعامل با افرادی که از فرهنگ متفاوتی برخوردارند؛ عدم توانایی درک یا تشریح رفتار افراد فرهنگ‌های دیگر، عدم درک تأثیر جهت‌گیری فرهنگی بر رفتار؛ عدم سازگاری با کار و زندگی در فرهنگ دیگر (ابزری و خانی، ۱۳۸۹). این قبیل مسائل، هم به توانش میان‌فرهنگی مربوط می‌شود.

هوش فرهنگی

«هوش فرهنگی، دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار نزدیکی با محیط‌های کاری متنوع دارد. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند که دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند. در نتیجه، موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش داده و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی می‌دهد» (ابزری و خانی، ۱۳۸۹). یادگیری هوش فرهنگی، بصیرت‌هایی را به فرد می‌دهد که به او کمک می‌کند تا نقاط قوتشان را مورد استفاده قرار دهند. آگاهی از قابلیت‌های هوش فرهنگی، می‌تواند به فرد کمک کند تا استراتژیک، با اطلاع، برانگیخته و قابل انعطاف شود. همچنین، آگاهی از هوش فرهنگی به فرد کمک می‌کند در مواردی که قوی نیست، خود را اصلاح کند و بهبود بخشد.

مفهوم «هوش فرهنگی» برای نخستین بار توسط *ایرلی و انگ*، از محققان مدرسه کسب و کار لندن مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید، در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند. آنها معتقدند:

در مواجهه با موقعیت‌های فرهنگی جدید، به زحمت می‌توان علامت و نشانه‌های آشنایی یافت که بتوان از آنها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود، یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب، درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی برمی‌آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند. بر اساس این تعریف، هوش فرهنگی، هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی به شمار می‌رود (انگ، ۲۰۰۳، ص ۵۹).

در تعریفی دیگر، *پیترسون* (۲۰۰۴)، هوش فرهنگی را یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته که از تنوع فرهنگی برخوردارند و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگارند که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند (به نقل از فقاهتی، ۱۳۹۰). مطابق این تعریف، هوش فرهنگی با تمرکز بر قابلیت‌های خاصی که برای روابط شخصی با کیفیت و اثربخشی در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه‌های دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد. هوش فرهنگی، همچنین شامل بینش‌های فردی است که برای انطباق با موقعیت‌ها و تعاملات میان فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چندفرهنگی مفید است (همان).

ابعاد هوش فرهنگی

ایرلی و موساکوفسکی، هوش فرهنگی را مشتمل بر سه جزء می‌دانند: شناختی، فیزیکی و احساسی - انگیزشی. به عبارت دیگر، باید هوش فرهنگی را در سر، بدن و قلب جست‌وجو کرد. اگرچه اغلب

مدیران، در هر سه زمینه، به یک اندازه توانمند نیستند، اما هر قابلیت بدون دو قابلیت دیگر، به‌طور جدی با مانع مواجه می‌شود.

بعد شناختی (سر): یادگیری طوطی‌وارِ باورها، رسوم و تابوهای فرهنگی خارجی، هرگز فرد را برای برخورد با موقعیت‌های فرهنگی متنوعی که پیش روی اوست، آماده نمی‌کند و جلوی اشتباهات فرهنگی وحشتناک را نمی‌گیرد. با این حال، بعضی از رسوم را به راحتی نمی‌توان شناخت؛ زیرا مردم بسیاری از کشورها در این موارد ساکت هستند و از بیان ویژگی‌های فرهنگی خود به خارجی‌ها اجتناب می‌کنند، یا گاهی حتی خود نیز از تحلیل و تبیین فرهنگشان عاجزند.

از سوی دیگر، لازم است هر کس در بدو ورود به فرهنگ خارجی در مورد راه‌های نفوذ به لایه‌های درونی آن فرهنگ، اطلاعات لازم را کسب کند؛ بخصوص آنکه، مهم‌ترین نکته در برقراری ارتباط، یافتن نقاط اشتراک با طرف مقابل و تأکید بر آنهاست. هوش فرهنگی، به فرد اجازه می‌دهد، اشتراکات فرهنگی را درک کند و از آنها در برقراری ارتباط بهره گیرد.

بعد فیزیکی (بدن): شما می‌توانید با نشان دادن شناخت خود از فرهنگ میزبانان، میهمانان یا همکارانتان، آنها را خلع سلاح کنید. اعمال و رفتار شما، باید بیانگر آمادگی شما برای ورود به دنیای درون آنها باشد. بسیاری از تفاوت‌های فرهنگی، در رفتارهای قابل مشاهده فیزیکی تبلور می‌یابند. تماس فیزیکی، یکی از مهم‌ترین این رفتارهاست. در بعضی نقاط، مانند آمریکای لاتین و فرانسه، رسم است که همکاران یکدیگر را درآغوش می‌گیرند. در بعضی فرهنگ‌های دیگر، این رفتار، بی‌ادبی یا صمیمیت بی‌مورد تلقی می‌شود (لی، ۲۰۰۲).

بعد احساسی - انگیزشی (قلب): این بعد، سخت‌ترین و ظریف‌ترین جزء هوش فرهنگی است و بیشترین شباهت را به هوش عاطفی و احساسی (اجتماعی) دارد. سازگاری با یک فرهنگ جدید، مستلزم غلبه بر موانع و مشکلات است. افراد تنها زمانی از عهده کاری برمی‌آیند که از انگیزش زیادی برخوردارند و به توانایی خود ایمان دارند. اگر آنها در مواجهه با موقعیت‌های چالش‌برانگیز، در گذشته موفق عمل کرده باشند، اعتماد به نفسشان افزایش می‌یابد؛ زیرا اعتماد به نفس، همیشه از تبحر در کاری خاص سرچشمه می‌گیرد. شخصی که در برخورد با فرهنگ‌های دیگر، به توانایی‌های خود ایمان ندارد، اغلب با ناکامی اولیه در برقراری ارتباط، به خصومت و سوءتفاهمات عمیق‌تر رو می‌آورد. در مقابل، کسی که انگیزه بالایی دارد، در مواجهه با موانع یا مشکلات یا حتی شکست، بر تلاش خود می‌افزاید. افراد با انگیزه و مشتاق، به دنبال کسب پاداش نیستند و بر مبنای انگیزش درونی خود فعالانه اقدام به برداشتن موانع و انحرافات ادراکی می‌کنند.

موانع فرهنگی در ارتباطات میان فرهنگی

غلبه بر موانع ارتباطات میان فرهنگی، همواره یکی از دغدغه‌های مهم پژوهشگران عرصه ارتباطات اجتماعی بوده است. در پاسخ به این پرسش که چرا افراد در ارتباطات میان فرهنگی، دچار سوء تفاهم می‌شوند، به این نکته اشاره می‌شود که برخی تصور می‌کنند که انسان بودن، نقطه مشترک همه افراد روی زمین است. همین برای برقراری ارتباطات میان فرهنگی کافی است و در نتیجه، تفاوت‌های ناشی از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها را نادیده می‌گیرند. در میان موانع ارتباطات میان فرهنگی موفق به قوم‌مداری، تصورات قالبی، پیش‌داوری‌های غیرواقعی، نشانه‌های غیرکلامی، اضطراب بالا و مانند آن اشاره شده است. در اینجا، تنها به قوم‌مداری و تصورات قالبی، به عنوان دو عامل ناشی از ساختارهای فرهنگی اشاره می‌شود.

قوم‌مداری

تعصب قومی - هر چند به شکل سطحی - به عنوان «نگرش‌های منفی» اعضای یک گروه درباره سایر گروه‌ها تعریف شده است و اساساً به عنوان بازنمایی‌های اجتماعی سازمان‌یافته مشترک، در میان بسیاری یا اکثر اعضای گروه‌های فرادست درباره گروه‌های فرودست تحلیل می‌شود. این بازنمایی‌های اجتماعی خاص، محتواها، ساختارها و راهبردهایی را ترسیم می‌کنند که در نهایت، مدل‌ها و کنش‌های عینی را به شیوه‌ای سازمان می‌دهند که غلبه مثلاً قومی یا نژادی، ممکن است به شکلی مؤثر بازتولید شود (کوبلی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۶۱۱). اعضای گروه، اکثریت در برخوردهای خود با اعضای گروه‌های اقلیت، یا «رویدادهای قومی» دانش و عقایدی را درباره اینکه اعضای برون‌گروه از کجا آمده‌اند، شبیه چه هستند، چرا «اینجا» هستند، چه هنجارها و ارزش‌های فرهنگی‌ای دارند و «آن افراد» چه نوع شخصیتی دارند (مثلاً آیا خشن، جنایتکار و... هستند؟)، تثبیت یا ترسیم می‌کنند. از این‌رو، جایگاه اجتماعی و عضویت گروهی اعضای اجتماعی ممکن است بر گوناگونی‌های خاص، محتواها یا استفاده‌های راهبردی از این تعصبات تأثیر بیشتری بگذارد (همان). این افراد، در عین حال تلاش می‌کنند از تأثیرگذاری بد بر چهره خود پرهیز کنند. به همین دلیل، افراد متعصب به راه‌کارهایی راهبردی متوسل می‌شوند که در آن، «دیگرنمایی» منفی با راه‌کارهای مدیریت تأثیر از قبیل خودنمایی (معرفی خود)، یا حفظ وجهه ادغام می‌شود. از این‌رو، نشان‌دادن اقلیت‌ها مملو از تکذیب است. همچون انکار (من نژادپرست نیستم، اما ...)، قبول آشکار (آدم‌های خوب هم میانشان پیدا می‌شود، اما ...) و سایر موارد. فرض بر این است که دانش محدودتر، درباره برون‌گروه احتمالاً به ساختارهای انحصارگرایانه (ما در مقابل آنها)، در بازنمایی‌های مدلی بینجامد (همان).

«قوم‌مداری»، به احساس برتری اعضای یک فرهنگ معین، نسبت به سایر فرهنگ‌ها اشاره دارد. به‌طور کلی، افراد قوم‌محور فرهنگ‌های دیگر را بر اساس ارزش‌های فرهنگی خود ارزیابی می‌کنند. برای نمونه، یک مدیر آمریکایی، زبان انگلیسی را به عنوان «بهترین» زبان تلقی می‌کند و برای یادگیری زبان‌های دیگر تلاش نمی‌کند. این فرد، زبان‌های دیگر را حقیر و غیرمنطقی فرض می‌کند. اگر چنین فردی، نظام زبان غیرکلامی خود را متمدانه قلمداد کند، سایر زبان‌های غیرکلامی را به بهانه ابتدایی بودن، طرد خواهد کرد. در این صورت، قوم‌مداری عاملی بازدارنده برای ارتباط صمیمانه، نه تنها به تخریب ارتباطات، بلکه به خصومت منجر خواهد شد. هر جامعه، دارای ارزش‌ها و فرهنگ خود است. اینها شیوه‌هایی است که افراد جامعه با یکدیگر تعامل می‌کنند. قوم‌مداری، باوری در کانون فرهنگ یک فرد است که جهان‌بینی فرهنگ خودی را محور همه واقعیت‌ها فرض می‌کند.

تصورات قالبی

«تصور غالب انگلیسی‌ها درباره روس‌ها این است که آنها هرگز تبسم نمی‌کنند و با همدیگر حرف نمی‌زنند. پنج سال زندگی در روسیه، به من نشان داد که این تصور دست‌کم درباره مسکو حقیقت دارد» (استفین و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۴). هنگامی که معلمان، زبان‌های خارجی، یا ارتباطات میان فرهنگی تلاش می‌کنند در جهان به سرعت جهانی‌شونده، ارتباطات بین فرهنگ‌ها را تسهیل کنند، یکی از دشوارترین عوامل برای غلبه، تصورات قالبی است. با توجه به ماهیت تصورات قالبی، به عنوان فرایندی شناختی، آنها در همه جا حضور دارند و ارتباطات میان فرهنگی را تضعیف می‌کنند (همان، ص ۱). در این زمینه، چند نکته مهم وجود دارد:

۱. وقتی ما از موضوعی، مثلاً مردم یا جوامع، درک درستی نداشته باشیم، دوست داریم فرضیه‌هایی درباره آنها بسازیم. تصور قالبی چیزی نیست، جز همین فرضیه‌هایی که به یک دانش رایج تبدیل می‌گردد. افراد معمولاً در داوری درباره گروه‌های مردمی، یا دینی بی‌طرفی را رعایت نمی‌کنند. به همین دلیل، کلیشه‌ها شیوه‌ای برای انتقال نفرت تلقی می‌شوند.

تعاریف تصور قالبی، بسته به روندها در رویکردها و تحقیقات پژوهشی متفاوت است. از آنجاکه پارادایم ارتباطات میان فرهنگی، در حال بنیادی‌تر و چند رشته‌ای شدن است و دانشمندان در حوزه‌های گوناگون علوم انسانی، به داده‌های گوناگونی دست پیدا می‌کنند، باید تعریفی جامع از تصورات قالبی ارائه گردد. با این حال، تعریف جامعه‌شناختی لیپمن از تصورات قالبی از سال ۱۹۲۲ تاکنون اعتبار خود را در میان دانشمندان این حوزه حفظ کرده، با ادبیات مختلف بازسازی شده است:

تصور قالبی ریشه‌ای یونانی دارد و به معنای «محکم» و «غیرمتحرک» است و اصطلاحاً تصور یا عقیده‌ای است که شخص یا گروهی بدون تعمق بپذیرد. تصور قالبی، بیانگر قضاوتی ساده‌شده، بررسی نشده و گاه نادرست، در باب گروهی دیگر و یا حتی وقایعی چند است (بیرو، ۱۳۸۰، ص ۴۰۶).

۲. تصور قالبی یا کلیشه‌سازی در کاربرد امروزی، در زمینه‌های مختلفی به کار گرفته می‌شود: معمولاً از کلیشه‌سازی برای اشاره به اعضای برخی جمع‌ها استفاده می‌شود: آتش‌نشان‌ها باغیرتند، مو بورها کمتر باهوشند، ایتالیایی‌ها پر سر و صدا هستند؛ همه آمریکایی‌ها در همه جا، کلاه بسکتبال می‌پوشند؛ آلمانی‌ها و ایرلندی‌ها بیشتر وقت خود را به می‌گساری صرف می‌کنند؛ مسلمانان، به هیچ‌کاری فرصت نمی‌کنند جز اینکه پنج نوبت در روز نماز بخوانند. ممکن است این مثال‌ها احقمانه به نظر برسند، اما ما بارها این جملات را در مناسبت‌های گوناگون شنیده‌ایم. این مثال‌ها، در واقع بازنمایاننده برخی بی‌پایانی تصورات قالبی مردمی است که درباره‌ی گروه‌های دیگر صحبت می‌کنند. تصورات قالبی، مجموعه‌ای از تصورات اشتباه است که مردم در همه فرهنگ‌ها، درباره ویژگی‌های اعضای گروه‌های مختلف باور دارند. واژه «مردم در همه فرهنگ‌ها»، در جمله اخیر خیلی مهم است. البته کلیشه‌سازی‌های فرهنگی فراوان است؛ چون به سادگی ساخته می‌شوند. وقتی به طور منظم تکرار می‌شوند درباره همه اعضای یک فرهنگ به کار برده می‌شوند (سموار و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۱۷۱-۱۷۴).

کلیشه‌سازی، شامل تصور خود از خود و دیگران، و تصور دیگران از خود و ما می‌شود. به عنوان نمونه، یک فنلاندی ممکن است تصور کند که فنلاندی‌ها، سخت‌کوش و با صداقت‌اند. در عین حال، ممکن است تصور کنند که سوئدی‌ها آنها را مست، عقب‌مانده و ساده می‌دانند. همین‌طور، سوئدی‌ها خودشان را افرادی تحصیل کرده، و خوب ارزیابی می‌کنند. درحالی‌که در نظر فنلاندی‌ها، افرادی متظاهر و سرد هستند (پتکووا و لهتونن، ۲۰۰۵).

۳. کلیشه‌سازی فطری نیست، بلکه همانند فرهنگ، به شیوه‌های گوناگون آموخته می‌شود. آشکارترین و چه بسا مهم‌ترین عامل یادگیری کلیشه‌سازی، فرایند جامعه‌پذیری است که از خانواده آغاز می‌شود. کلیشه‌سازی می‌تواند مثبت و یا منفی باشد. بسیاری از والدین، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، به آن دامن می‌زنند. به عنوان نمونه، وقتی والدین می‌گویند: «همه افراد بی‌خانمان تبیل‌تر از آنند که بتوانند برای خود شغلی دست و پا کنند»، تصورات قالبی، شکل می‌گیرد. تصورات قالبی با ورود به مدرسه از طریق هم‌آلان و عضویت در گروه‌های اجتماعی و مذهبی تداوم می‌یابد. این گروه‌ها، همزمان که با آموختن جهان‌بینی‌های خود، ممکن است به‌طور خواسته یا ناخواسته، به کلیشه‌سازی از جهان‌بینی‌های مخالف اقدام کنند. اما کلیشه‌سازی، با محدود کردن شناخت‌های ما،

ارتباط میان فرهنگی را به خطر انداخته، رنگ منفی به خود می‌گیرد. این به دلیل افراط در تعمیم‌دهی ویژگی‌های گروهی از مردم است.

۴. برای مقابله با تصورات قالبی، باید توجه کرد که اولاً، این تصورات ویژگی‌های همه افراد را دربر نمی‌گیرد. تجربه نشان داده است که همه افراد فرهنگ‌ها، الزاماً از مدل‌های پذیرفته شده رفتارهای فرهنگی تبعیت نمی‌کنند. رابرت برتون می‌گوید:

هیچ قاعده‌ای آنچنان فراگیر نیست که هیچ استثنایی نداشته باشد. ثانیاً، ارزش‌های کانونی در هر فرهنگ وجود دارد که همه اعضای فرهنگ را شامل می‌شود. به عنوان نمونه، وقتی فرهنگ غالب آمریکا را بررسی می‌کنید، فردگرایی در میان آمریکایی‌ها از پوشش گرفته تا رفتارها کاملاً مشهود است. این ویژگی‌ها، به این دلیل قابل مشاهده هستند که در دوره‌های بلندمدت وجود داشته و چندین نسل را شامل می‌شوند. ثالثاً، در تعمیم‌دادن‌ها بایستی محتاط بوده و اصطلاحاتی مانند به‌طور میانگین، تقریباً، به احتمال زیاد و عمدتاً استفاده کرد تا از استثنائات غفلت نشود. درباره برخی کشورها که دارای تنوع قومی و نژادی و خرده‌فرهنگ‌های زیاد هستند، تصورات قالبی را به دشواری می‌توان درباره تک‌تک اعضای آن کشور تعمیم داد (سموار و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۱۷۱-۱۷۴).

اگرچه به نظر می‌رسد، تصورات قالبی برای ارتباطات میان‌فرهنگی مضر و کنار گذاشتن آنها، پیش‌نیاز تبادل فرهنگی موفق است، اما کنار گذاشتن تصورات قالبی و کلیشه‌ها نه تنها ممکن نیست، بلکه احتمالاً برای شناخت انسان مضر باشد. آنها ساختارهای ذهنی هستند که در ساده‌سازی محیط پیچیده و درک آن به ما کمک می‌کنند. اگر ما در یک خیابان در حال پرسه‌زدن باشیم، و از ما سؤال شود که در فلان خیابان، چند تا آرایشگاه وجود داشت، به احتمال قوی نمی‌توان پاسخ داد. اما اگر به دنبال آرایشگاه خاصی در همان خیابان باشیم، به همه تابلوهای نصب‌شده روی مغازه‌ها در پیاده‌روها توجه خواهیم کرد. تصورات قالبی و کلیشه‌ها هم با تمرکز بر ویژگی‌های خاص و تقویت آنها، نقش تابلوها را برای ما بازی می‌کنند تا با به واسطه آنها، بتوانیم گروه‌های اجتماعی را از هم متمایز کنیم (لهتونن، ۱۹۹۴).

به هر حال، تصورات قالبی یا کلیشه‌سازی شکل پیچیده‌ای از طبقه‌بندی است که به لحاظ ذهنی، تجربه افراد درباره گروه خاصی از مردم را سازمان‌دهی کرده، رفتار آنها را در قبال آنها هدایت می‌کند. همین امر، به ابزاری برای ساماندهی تصورات در قالب دسته‌بندی‌های تعریف شده و ساده تبدیل می‌شود که برای بازنمایی دسته‌ای از مردم، به کار گرفته شود. دلیل اغلب کلیشه‌سازی‌ها، این است که انسان به لحاظ روان‌شناختی، نیازمند طبقه‌بندی و دسته‌بندی است. دنیایی که شما در آن زندگی می‌کنید، بزرگ‌تر، پیچیده‌تر و پویاتر از آن است که شما بتوانید با همه جزئیاتش بشناسید. بنابراین،

چاره‌ای جز طبقه‌بندی و دسته‌بندی ندارید. البته، مشکل اصلی نه در دسته‌بندی یا طبقه‌بندی، بلکه در دشواری‌های به وجود آمده از قبیل افراط در تعمیم‌دهی و ارزیابی‌های منفی است که به سمت اعضای آن دسته‌ها نشانه می‌رود.

۵. تصورات قالبی از طریق رسانه‌های جمعی تهیه می‌شود و به طور گسترده، با اشکال متنوعی از رسانه‌ها، همچون آگهی‌های بازرگانی، فیلم‌ها، برنامه‌ها و طنزهای تلویزیونی و مانند آن، منتشر می‌گردد. تلویزیون، مقصر اصلی تأمین تصاویر تحریف شده از گروه‌های قومیتی است (سموار و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۱۷۱-۱۷۴). همزمان که جوامع در گفت‌وگو و شوک فرهنگی شناور هستند، نقش رسانه‌های جمعی در نمایش رویدادها، بسیار اساسی است. رسانه‌ها با شیوه‌های گوناگون، می‌توانند از طریق پخش نگاه‌های کلیشه‌ای، یا ارائه اطلاعات غلط، موجب تنش در جامعه شوند، یا با تبیین هوش‌مندانه رویدادهای سیاسی و اجتماعی مستعد، سوءتفاهم میان جوامع را از بین ببرند. تلاش‌های مشترک برای ارتقای این وضعیت در سراسر جهان، آثار مثبت داشته و زمینه گفت‌وگو میان شهروندان، بر اساس شناخت و احترام متقابل را فراهم می‌سازد (همان).

۶. تنها راه اجتناب از تصورات قالبی و فرار از حصار آنها، تماس‌های بی‌واسطه و مستقیم با مردم سایر فرهنگ‌ها و گشودن راه کسب تجربیات و اطلاعات جدید است. پیش‌داوری‌ها هم که تعمیم‌های غیرعقلانی درباره گروهی از مردم است، ریشه در تصورات قالبی دارد. به هر میزان که باورها و تعمیمات از عمق کمتری برخوردار باشند، تغییر آنها ساده‌تر خواهد بود (همان). در خصوص شیوه‌های غلبه بر تصورات قالبی و کلیشه‌ها در ارتباطات میان‌فرهنگی، مباحث مهم و جدی وجود دارد. پژوهش‌هایی نیز در این زمینه صورت گرفته است، اما در این مجال از ورود به آن صرف‌نظر می‌شود.

جایگاه زبان، در ارتباط میان فرهنگی

هیچ‌کس در اهمیت زبان در زندگی تردید ندارد. در واقع، تصور زندگی بدون توانایی برای ارتباط بسیار دشوار است. اما از آنجایی که زبان همواره موجود بوده است، ما از نقش و تأثیر نظام مشخصی از نمادها، که به طور روزمره به کار می‌گیریم، آگاه نیستیم. البته این بحث درباره زبان بومی صدق می‌کند. همان‌گونه که درباره مردمی با زمینه‌های فرهنگی زبانی دیگر هم صدق می‌کند. برای فهم نقش و تأثیر زبان بومی خود، همچنین درباره نقش و تأثیر زبان دوم در یک تماس فرهنگی، باید دید زبان چگونه واسطه کارهایی می‌شود که ما می‌خواهیم انجام دهیم. تصور کنید که زبان شبه انسان عمل می‌کند.

هنگامی که در نوشتار، کلمه‌ای را داخل گیومه قرار می‌دهیم، یا در گفتار با صدا بر آن تأکید می‌کنیم، در واقع از این طریق معنایی را منتقل می‌کنیم. زبان، راحت‌ترین و مؤثرترین کار برای انتقال معنی، از شخصی به شخص دیگر است. زبان نماینده همه چیز است، به جای حاضر کردن اشیاء، از زبان استفاده می‌کنیم. واژگان یک زبان، تجربیات ما و افکار ما را شکل می‌دهد و به صورت نشانه‌گذاری‌های گرافیکی، یا صدا به دیگران منتقل می‌کند. از طریق همین نشانه‌های نمادی، انواع شگفت‌آوری از کارکردها را انجام می‌دهیم: با زبان، اشیاء را طبقه‌بندی می‌کنیم و مفهوم‌گیری می‌کنیم، تعمیم می‌دهیم و... ولی هیچ‌گاه به اهمیت آن در زندگی خود پی نبرده‌ایم. در واقع، زبان هم از تجربه برخاسته و هم بر آن شکل می‌دهد، به گونه‌ای که برخی می‌گویند ما بدون زبان، «انسان» نیستیم. کودکان وحشی‌ای را در نظر بگیرید که در سال ۱۷۹۷ در فرانسه و جاهای دیگر، از جنگل آورده شده‌اند. این کودکان وحشی بودند؛ چون از اجتماع بشری دور مانده، فاقد توانش زبانی بودند؛ زیرا زبان از کنش متقابل با افراد ناشی می‌شود و برای عضو یک فرهنگ ضروری است. بنابراین، استفاده از رفتارهای نمادین، ما را برای اطرافیان خود قابل فهم و قابل پذیرش می‌کند. در واقع استفاده از زبان، بلیط ما برای عضویت در محیط فرهنگی است. این مثال‌ها نشان می‌دهد که زبان و فرهنگ، تا چه اندازه با هم ارتباط دارند و چگونه عادت‌ها و اندیشه‌های اعضای یک فرهنگ از هم جدانشدنی است. هیچ‌کس نمی‌تواند زبان را در انزوا خلق کند. طبقه‌بندی‌های زبانی برای اشیاء، عمدتاً ریشه در فرهنگ دارد. به عنوان نمونه، عرب‌ها برای شتر اسامی زیادی دارند، ولی دیگران فقط به اسم شتر می‌شناسند. ایتالیایی‌ها برای شیرینجات اسامی بسیار متنوعی انتخاب می‌کنند، آمریکایی‌ها در مورد اتومبیل چنین هستند و... بنابراین، زبان از فرهنگی ناشی می‌شود و متقابلاً بر آن تأثیر می‌گذارد (جکسون، ۲۰۱۲).

زبان دارای تأثیر دوگانه است: هم رهایی‌بخش و هم محدودکننده. ما از طریق زبان، از «اینجا» و «اکنون» فراتر می‌رویم، گذشته را فراخوانده و از اندیشه‌ها و تجربه انسان‌هایی که چندین قرن پیش از این، در نقاط مختلف جهان زیسته‌اند، آگاه می‌شویم. همین‌طور آینده را تصور می‌کنیم و از طریق همین زبان، متوجه می‌شویم که اطلاعات ما از جهان بسیار محدود است. ما با زبان متوجه می‌شویم که بسیاری از چیزها را نمی‌فهمیم و هرگز تجربه نکرده‌ایم. همه اینها، از طریق نظام زبانی ممکن می‌شود؛ چیزی که معمولاً درباره‌اش نمی‌اندیشیم. با زبان، چیزهایی را خلق می‌کنیم که هرگز وجود خارجی نداشته‌اند و نخواهند داشت. کودکی را در نظر بگیرید که درباره تصورات و خیالات خود داستان‌های عجیبی را سر هم می‌کند و به هم‌سن و سال‌های خود تعریف می‌کند. زبان همچنین گزینه‌های را برای

اندیشیدن در اختیار ما قرار می‌دهد. تصور مرگ برای انسان‌ها، سؤالات زیادی را مطرح می‌کند، که ممکن است برای پاسخ به آنها، گزینه‌های متعدد و سناریوهای گوناگونی را تصور کند. مثل اینکه اگر قرار است بمیرد، اصلاً چرا به دنیا آمده است. چگونه خواهد مرد و از این قبیل سؤالات.

در حقیقت، همه زبان‌های بشری دارای چنین ظرفیت‌هایی هستند، اما هر زبان به شیوه متفاوت، این تجربه‌ها را کدگذاری می‌کند. کودکان هر فرهنگ، به شیوه زبانی خاص آن فرهنگ، اجتماعی می‌شوند. همین امر عامل محدودکننده‌ای می‌شود برای فهم احتمالاتی که در سایر فرهنگ‌ها و نظام‌های زبانی تجربه و کدگذاری می‌شوند. بدین ترتیب، زبان که یک عامل میانجی و تسهیل‌کننده در فرهنگ ما عمل می‌کند، به بزرگترین مانع برای فهم تجربیات دیگران از هستی تبدیل می‌گردد (همان).

رویکرد اسلامی

فرهنگ

به هر حال، ارتباطات میان فرهنگی موفق، با ارتباطات میان فرهنگی، به هر شکل تفاوت دارد. عمده ارتباطات کنشگران میان فرهنگی، به شکل ناآگانه و غیرمستقیم صورت می‌گیرد. به عنوان نمونه، بسیاری از گردشگرانی که به کشورهای مختلف سفر می‌کنند، الزاماً در صدد تأثیرگذاری بر دیگران در کشورهای هدف نیستند، اما هیچ ارتباطی خالی از تأثیر نیست. چگونگی تعامل گردشگران، تأثیراتی در مخاطبان دارد، اگرچه فرد گردشگر از عمق و میزان تأثیرگذاری رفتارهای خود آگاهی نداشته باشد. در این میان، به هر میزان آشنایی فرد از فرهنگ خود بیشتر باشد، می‌تواند تعاملات خود را مدیریت کرده، بر میزان تأثیرگذاری خود به صورت آگاهانه بیافزاید. مسلمانان اگر همواره متوجه باشند که دیگران آنان را به چشم یک مسلمان می‌نگرند، و در مدیریت رفتارهای خود، شئون مسلمانی را رعایت کنند، به طور حتم بر دامنه تأثیرگذاری‌شان بر دیگران افزوده خواهد شد. اینجاست که هر مسلمان، یک نماینده فرهنگی اسلام و نماینده همه مسلمانان قلمداد می‌شود. حدیث معروف امام صادق علیه السلام، در خطاب به شیعیان که می‌فرماید: «ای شیعیان شما منتسب به ما هستید، مایه زینت ما باشید...» (مجلسی، ۱۳۷۹، ص ۶۷)، به همین معناست. این حدیث، در واقع ناظر به قلمروهای میان فرهنگی است. بخصوص که آن حضرت در ادامه، به پیروان خود توصیه می‌کنند که مراقب رفتارهای کلامی و غیرکلامی خود باشند (مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۱۱، ص ۳۱۰). برآیند احادیث شریف این است که مسلمان، به‌ویژه شیعه همیشه و در همه جا، باید بهترین باشد تا داعی دیگران به اسلام باشد. امام صادق علیه السلام، فلسفه حسن معاشرت با دیگران را جذب آنان به مذهب اهل‌بیت علیهم السلام بیان

می‌کنند: «مردم را با غیر زبان خود [به مذهب خویش] دعوت کنید، تا پارسایی و سخت‌کوشی [در عمل و عبادت] و نماز و خوبی را از شما ببینند؛ زیرا اینها، خود [بهترین] مبلغند» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۷۸، ح ۱۴). از این رو، برخی اندیشمندان معتقدند: با توجه به احادیث آداب معاشرت با دیگران، رعایت مسائل و وظایفی که امامان برای شیعیان بر شمرده‌اند، بر همه لازم است. ولی برای کسانی که بین اهل سنت زندگی می‌کنند، واجب‌تر است» (www.islamquest.net) روشن است که مضمون احادیث به غیر برادران اهل سنت، یعنی به کفار نیز قابل تعمیم است.

زبان

حضرت علی علیه السلام می‌فرماید:

يا أَيُّهَا النَّاسُ، فِي الْإِنْسَانِ عَشْرُ خِصَالٍ يُظْهِرُهَا لِسَانُهُ: شَاهِدٌ يُخْبِرُ عَنِ الضَّمِيرِ. حَاكِمٌ يُفَصِّلُ بَيْنَ الْخَطَابِ، وَنَاطِقٌ يُرَدُّ بِهِ الْجَوَابُ، وَشَافِعٌ يُدْرِكُ بِهِ الْحَاجَةَ، وَوَاصِفٌ يُعْرِفُ بِهِ الْأَشْيَاءَ، وَأَمِيرٌ يَأْمُرُ بِالْحَسَنِ، وَوَاعِظٌ يَنْهَى عَنِ الْقَبِيحِ، وَمُعَزِّزٌ تَسْكُنُ بِهِ الْأَخْرَانُ، وَحَاضِرٌ تَجَلَّى بِهِ الضَّعَائِنُ، وَمَوْثِقٌ تَلْتَدُ بِهِ الْأَسْمَاعُ؛ در انسان ده خصلت وجود دارد که زبان او آنها را آشکار می‌سازد، زبان گواهی است که از درون خبر می‌دهد. داوری است که به دعواها خاتمه می‌دهد. گویایی است که به وسیله آن، به پرسش‌ها پاسخ می‌دهد. واسطه‌ای است که با آن مشکل برطرف می‌شود. وصف‌کننده‌ای است که با آن اشیاء شناخته می‌شود. فرماندهی است که به نیکی فرمان می‌دهد. اندرزگویی است که از زشتی باز می‌دارد. تسلیت‌دهنده‌ای است که غم‌ها به آن تسکین می‌یابد. حاضری است که به وسیله آن، کینه‌ها برطرف می‌شود و دل‌ریایی است که گوش‌ها به وسیله آن لذت می‌برند (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۸، ص ۲۰).

روایات از زاویه‌ای دیگر به مقوله زبان پرداخته‌اند. احادیث شریف درباره زبان، به چهار دسته تقسیم می‌شوند: دسته‌ای، به زبان گفتاری و اهمیت آن در روابط اجتماعی تأکید دارند. دسته‌ای دیگر، بر زبان غیرکلامی تأکید کرده و مؤمنان را به این شیوه از تبلیغ و دعوت ترغیب می‌کنند. دسته سوم، ناظر به هماهنگی میان زبان کلامی و غیرکلامی است. دسته چهارم نیز، که از ظرافت و ویژه‌ای برخوردار است، حاوی نکات زبان‌شناختی، رابطه زبان با عقل و تفکر و جهان‌بینی است. زبان، ابزار تفاهم به شمار می‌رود. در بحث از نقش زبان در اسلام، باید به هر چهار دسته از روایات توجه شود.

توصیه پیامبر صلی الله علیه و آله که فرمود: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَسْكُتْ» (همان، ج ۲، ص ۶۶۷)؛ هرکس به خدا و روز قیامت ایمان دارد، باید سخن خیر بگوید یا سکوت نماید، و همچنین «جَمَالُ الرَّجُلِ فَصَاحَةُ لِسَانِهِ» (متقی هندی، ۱۴۲۴، ج ۱۰، ص ۱۵۲، ح ۲۸۷۷۵)؛ زیبایی مرد به شیوایی زبان اوست. احادیثی از این قبیل، ناظر به زبان گفتاری است (صدوق، ۱۴۱۲، ص ۳۳۸، همو،

۱۴۱۹ق، ۵۶۶؛ طبرسی، ۱۴۲۶ق، ص ۴۱۹؛ ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۷۴). امام علی علیه السلام فرمود: «لا تَقُلْ مَا لَا تُحِبُّ أَنْ يُقَالَ لَكَ» (طبرسی، بی تا، ص ۷۴)؛ آنچه دوست نداری، درباره‌ات گفته شود، درباره دیگران مگوی. امام باقر علیه السلام به رعایت ادب در گفتار توصیه می‌کنند:

فِي قَوْلِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا قَالَ قَوْلُوا لِلنَّاسِ أَحْسَنَ مَا تُحِبُّونَ أَنْ يُقَالَ لَكُمْ فَإِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يَبْغِضُ الْعُلَّانَ السَّبَّابَ الطَّغَانَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ الْفَاحِشَ الْمُتَفَحِّشَ السَّائِلَ الْمُلْحِفَ وَيُحِبُّ الْحَيَّ الْحَلِيمَ الْعُفْيِفَ الْمَتَعَفِّفَ؛ درباره این گفته خداوند که «با مردم به زبان خوش سخن بگویند» فرمود: بهترین سخنی که دوست دارید مردم به شما بگویند، به آنها بگویند؛ چرا که خداوند، لعنت‌کننده، دشنام‌دهنده، زخم زبان زن بر مؤمنان، زشت گفتار، بدزبان و گدای سمج را دشمن می‌دارد و با حیا و بردبار و عفیف پارسا را دوست دارد (صدوق، ۱۴۱۲ق، ص ۲۵۴).

روایات ناظر به حسن معاشرت، عمدتاً در دسته دوم (ارتباطات غیرکلامی) جای می‌گیرند که به تعدادی از آنها اشاره شد. از دسته سوم، به عنوان نمونه می‌توان به حدیثی از امام علی علیه السلام اشاره کرد که فرمود: «مَا أَضْمَرَ أَحَدٌ شَيْئاً إِلَّا ظَهَرَ فِي فَلَتَاتِ لِسَانِهِ وَصَفَحَاتِ وَجْهِهِ» (نهج البلاغه، ص ۴۷۲، ح ۲۶)؛ هیچ کس چیزی را در دل پنهان نداشت، جز اینکه در لغزش‌های زبان و خطوط چهره او آشکار شد. این حدیث نفاق در گفتار و عمل را مورد نکوهش قرار داده، مؤمنان را از دوگانگی میان ارتباط کلامی و غیرکلامی نهی می‌کند. قرآن کریم، مؤمنان را در این مورد توبیخ می‌کند: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ؛ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ» (صف: ۲-۳). در عین حال، به نظر می‌رسد در هنگام مشاهده ناهماهنگی میان گفتار و عمل، معیار قضاوت درباره افراد، عمل آنها خواهد بود.

فهم و نسبت آن با زبان، در روایات دسته چهارمی به معنای امروزی آن، دقت زیادی می‌طلبد. در روایتی از امام علی علیه السلام آمده است: «جمیل القول دلیل وفور العقل»؛ علت و دلیل زیبایی کلام، زیادی و وفور عقل است (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۲۱۰). زبان، حاصل اندیشه است؛ هر قدر درباره زبان گفتاری و رفتاری بیشتر اندیشه شود، زیباتر و جذاب‌تر خواهد بود. جالب‌تر اینکه، هر قدر تفکر بیشتر باشد، سخن گفتن کمتر خواهد شد: «إِذَا تَمَّ الْعَقْلُ نَقَصَ الْكَلَامُ» (همان، ص ۵۲). به همین دلیل، در کلام امام علی علیه السلام عقل و منطق در کنار هم بیان شده است: «للإنسان فضيلتان عقل و منطق فبالعقل يستفيد و بالمنطق يفيد» (همان، ص ۸۵۳)؛ دو فضیلت و برتری، از جمله مزایای انسان است: یکی عقل و دیگری منطق. در واقع، عقل به منزله پشتوانه کلام است. به هر میزان که عقل گوینده، روشن‌تر و مراتب علم و درکش بیشتر باشد، به همان میزان، کلامش وزین‌تر و ارزش سخنش زیادتر است.

حاصل اینکه در نگاه اسلامی، عاملیت نیز در کنار ساختار اهمیت شایانی پیدا می‌کند. چنین نیست که همه تحلیل‌ها، به سمت تحلیل فرهنگ و ساختار زبان سوق داده شود. زبان با تفکرات و جهان‌بینی فرد ارتباطی تنگاتنگ دارد. تکلم بنا به تعریف ملاحظه‌شده، اظهار و اعلان باطن متکلم است. پس، همان‌گونه که زبان آنچه را درون متکلم است، آشکار می‌کند، همه آسمان‌ها و زمین و تمامی موجودات نیز کلمات خداوند هستند که نهان جهان را آشکار می‌کنند (صدرالمتألهین، ۱۹۸۱، ج ۷، ص ۵). از این رو، ملاحظه‌شده معتقد است: با نفس‌شناسی انسان به جهان‌شناسی و از آن به خداشناسی می‌رسد. یکی از راه‌های شناخت حقیقت کلام انسان، این است که مبدأ فاعلی آن را شناسایی کنیم (جوادی آملی، ۱۳۶۴، ج ۷، ص ۵).

بنابراین، زبان را نباید در صورت ظاهری آن (کلامی و غیرکلامی) و حتی در ذهن خلاصه کرد.

مبدأ زبان تعقل، و در مرحله پایین‌تر تخیل است ... فرایند زبان دارای مراتب و درجاتی است، و ممکن است هر شخص متکلمی با درجه‌ای متفاوت از عمق باطن خود سخن بگوید... زبان با فعالیت، خلاقیت و آفرینش متکلم صادر می‌شود تا معارف و صورت‌های عقلانی را از مراحل عقلانی به مراتب عالم مثال و سپس به عالم طبیعت تبدیل نماید. در نهایت، این متکلم است که کلمات را انشاء و خلق می‌کند. شناخت پیش از زبان اتفاق می‌افتد، و این شناخت اگر چه درون انسان جریان دارد اما بی‌شک تنها مربوط به معرفت درونی انسان نیست. نفس انسانی به عنوان مبدأ فاعلی زبان، حقایق یا علوم نفسانی را - که به صورت علم حضوری و یا علم حصولی دریافت کرده بود - از مراتب مختلف باطن نفس به ظاهر اعطا می‌کند. در نتیجه، نفس ناطقه برای درک تصورات و ایده‌ها که حاصل دانش‌های حضوری و حصولی است، به حرکت در می‌آید. ... پس این دانش و معرفت کسب‌شده مقدم بر زبان، تنها مربوط به دانش درونی انسان از خویش نبوده، بلکه شامل معرفت از جهان پیرامون، به‌طور کلی، نیز می‌شود (زرگر، ۱۳۹۳).

زبان، فرهنگ و جهان‌بینی

بر اساس روایات مزبور و آرای ملاحظه‌شده، اهمیت زبان در ارتباط میان‌فرهنگی به عنوان یک عامل ساختاری، بیش از پیش آشکار می‌شود. فهم زبان ارتباط‌گر، هنگامی به صورت کامل میسر است که جهان‌بینی او نیز درک شود. برای فهم مخاطب یا ارتباط‌گر، صرفاً شناخت قواعد ساختاری زبانی، که سطح ظاهری از کلام است، کافی نیست. از آنجاکه ارتباطات درون‌فرهنگی بر جهان‌بینی مشترکی استوار است، مفاهیم هیچ‌گاه به یک «مسئله» تبدیل نمی‌گردد؛ چون در این نوع از ارتباطات، مشکل زبان وجود ندارد. مسئله مفاهیم از زبان آغاز می‌شود، اما به زبان ختم نمی‌شود.

درست است که مشکل عدم درک در زبان خود را نشان می‌دهد، ولی بسیار فراتر از زبان، به شناخت و جهان‌بینی مربوط می‌شود. روشن است منظور از «درک» و «مفاهمه»، صرفاً امکان گفت‌وگو در مسائل روزمره نیست، بلکه فهم متقابل است. به همین دلیل، هم «بشر به همان اندازه که به گفتار خود برای بیان مقاصد خود و عرضه کردن افکارش اهمیت می‌داده، به همان اندازه، فهم و درک صحیح مقاصد و یا افکار دیگران، چه گفتاری و چه نوشتاری، نیز برای او اهمیت داشته است تا جایی که کمک به فهم کلام دیگران را همچون رسالتی الهی و نقشی پیامبرانه دانسته، و اساطیر و داستان‌های تاریخی، فن بیان و فهم کلام و حکمت را به نماینده‌ای از جانب خدا، به نام هرمس (در اساطیر یونانی) یا ادریس پیامبر (در فرهنگ اسلامی) و هرمز یا هوشنگ نوه کیومرث (بشر نخستین، در اساطیر ایرانی) نسبت می‌داده‌اند. در فرهنگ و تمدن‌های زنده آن زمان‌ها مشهور بوده است و بعدها در اساطیر مشرکانه یونان، به یکی از خدایان یونان باستانی ارتقا یافته و حتی مشتقاتی از نام هرمس، در زبان یونانی در معانی مختلف، از جمله پیام و تفسیر به کار رفته است و /ارسطو با الهام از این نام، بابی را در منطق خود «پری هرمیناس» یعنی «اندرتفسیر» نامید و مسلمین نیز گاهی این نام را در کتب خود به کار می‌بردند» (خامنه‌ای، بی‌تا: مقدمه‌ای است بر کتاب هرمنوتیک ملاصدرا).

بر اساس این نگاه، زبان محصول محیط نیست، بلکه محیط محل ظهور و شکوفایی آن است. به تعبیر چامسکی، «نقش محیط بر قوه نطق، تنها در حد محرک است. براین‌اساس، تجربه، چگونگی عملکرد ذهن را تعیین نمی‌کند، بلکه آن را تحریک می‌کند» (آقاگل زاده، ۱۳۸۲). همچنان‌که انسان خود نیز محصول محیط نیست، در محیط رشد و شکوفا می‌شود. به همین دلیل، نیز فهم انسان تنها با فهم محیط میسر نیست.

نتیجه‌گیری

الف. اهمیت فرهنگ: در خصوص اهمیت فرهنگ در ارتباطات میان‌فرهنگی باید گفت که اولاً، احساس فرد از هویت فرهنگی تا هنگامی که با فرهنگ‌های دیگر مواجه نشود، آشکار نمی‌گردد؛ آنچه در یک فرهنگ منطقی و مهم است ممکن است در فرهنگ دیگر غیرمنطقی و کم‌اهمیت تلقی شود؛ ثانیاً، در توصیف فرهنگ‌های دیگر، معمولاً افراد تمایل دارند که به تفاوت‌ها تأکید و از شباهت‌ها چشم‌پوشی کنند؛ کلیشه‌سازی به دلیل تعمیم، ممکن است در میان کسانی که تماس زیادی با

فرهنگ‌های دیگر ندارند، اجتناب‌ناپذیر باشد. ثالثاً، برای فهم پیچیدگی‌های هر فرهنگ، تجربه بلاواسطه آن فرهنگ ضروری است؛ به این نکته هم باید توجه داشت که فرهنگ‌ها پیوسته در حال تغییرند و فهم یک فرهنگ دیگر، فرایندی مستمر است؛ رابعاً، اضطراب، تهایی و فقدان اعتماد به نفس به هنگام مشاهده و تجربه فرهنگ دیگر امری طبیعی است؛ و از همین جهت، تفاوت‌های بین فرهنگ‌ها اغلب به عنوان امری تهدیدآمیز تجربه می‌شود؛ و خامساً، برای فهم بهتر فرهنگ‌های دیگر، فهمیدن زبان آن فرهنگ ضروری است؛ اگرچه آگاهی از فرهنگ در میان افراد متفاوت است. در هر صورت فهم این اصول به شما کمک می‌کند تا فرهنگ‌های دیگر را به صورت دقیق‌تر مشاهده کنید.

ب. اهمیت زبان: زبان برای ارتباط‌گیری و فهم فرهنگ‌ها عنصری کلیدی است. تسلط بر زبان برای غلبه بر موفقیت‌های میان‌فرهنگی امری حیاتی به شمار می‌رود؛ فهم زبان مخاطب کمک می‌کند در موقعیت‌های گوناگون واکنش مناسب داشته و بر ابهامات غلبه کنیم؛ بدون زبان امکان انجام وظایف وجود ندارد و اگر موفق به برقرار ارتباط نشویم در انجام وظایفمان شکست می‌خوریم؛ علاوه بر اینکه زبان دنیایی از فرصت‌ها و تجربیات جدید را فراهم می‌کند؛ با یادگیری زبان و ارتقای مهارت‌های زبانی احتمالاً نگرش تغییر می‌کند؛ و امکان مشارکت در گفت‌وگوها فراهم می‌شود؛ زبان امکان لذت از تجربیات را فراهم می‌کند. ندانستن زبان، محرومیت از ارتباطات و فرهنگ‌های دیگران است.

ج. شناخت فرهنگ خود و ویژگی‌های آن در بحث از هدف ارتباطات میان‌فرهنگی اهمیت دارد. مهم‌ترین ویژگی فرهنگ جوامع مسلمان، به اسلام مربوط می‌شود. بنابراین، میان میزان شناخت از هنجارهای اسلام برای ساحت‌های اجتماعی چندفرهنگی و میزان موفقیت ارتباطات میان‌فرهنگی اسلامی ارتباط مستقیم وجود دارد.

د. اگر چه ویژگی‌های شخصی و شخصیتی عاملی مهم در ارتباط میان‌فرهنگی به شمار می‌روند لکن، انتساب به ساختار فرهنگ اسلامی و تعلق به هویت مسلمانی الزاماتی را بر مسلمانان در ارتباطات میان‌فرهنگی تحمیل می‌کند که توجه به آنها برخی محدودیت‌ها و پاره‌ای فرصت‌ها را به دنبال دارد. آنچنان‌که در جایگاه زبان هم توضیح داده شد، الفاظ، قالب‌های معانی هستند که از ذهنیت‌های افراد ناشی می‌شود؛ بدین معنی حتی ادبیات گفتاری و رفتاری مسلمان منطقی‌بایستی با دیگران تفاوت بارزی داشته باشد. بنابراین، گذشته از تأثیرات طبیعی ساختارهای فرهنگی و زبانی بر ارتباطات فرد، تعلق به ساختارهای فرهنگی خاص (مثلاً اسلام) به صورت هنجاری نیز الزاماتی را به دنبال دارد.

منابع

نهج البلاغه، بی تا، ترجمه صبحی صالح، قم، مؤسسه دارالهجره.

آقاگل زاده، فردوس، ۱۳۸۲، «نگاهی به تفکر و زبان»، *تازه های علوم شناختی*، سال پنجم، ش ۱، ص ۵۷-۶۴.

ابزری، مهدی و اعظم خانی، ۱۳۸۹، «هوش فرهنگی: رویارویی با تفاوت ها»، *عصر مدیترت*، سال چهارم، ش ۱۶ و ۱۷، ص ۵۲-۵۷.

ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۴۰۴ق، *تحف العقول*، قم، جامعه مدرسین.

ابوالقاسمی، شهنام و همکاران، ۱۳۸۸، *فرهنگ تخصصی روان شناسی - روان پزشکی، علوم تربیتی*، تهران، آروبیج.

بیرو، آلن، ۱۳۸۰، *فرهنگ علوم اجتماعی*، ترجمه باقر ساروخانی، چ چهارم، تهران، کیهان.

تیمی آمادی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ق، *غررالحکم و دررالکلم*، محقق و مصحح: سیدمهدی رجائی، چ دوم، قم، دارالکتاب اسلامی.

جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۶۴، *نرم افزار تدریس اسفار*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.

حرانی، ابن شعبه، ۱۳۷۶، *تحف العقول*، تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری، تهران، امیرکبیر.

خامنه ای، سیدمحمد، بی تا، «رابطه زبان و هستی»: مقدمه ای است بر کتاب هرمنوتیک ملاصدرا، قابل دسترس در:

(بازبینی: ۲۰ شهریور ۱۳۹۵) www.mullasadra.org

زرگر، نرگس، ۱۳۹۳، «تقدم فرایندهای شناختی بر زبان در فلسفه ملاصدرا»، *فلسفه*، دوره چهل و دوم، ش ۲، ص ۵۵-۷۱.

صدرالمتألهین، ۱۹۸۱ م، *الحکمه المتعالیه فی الاسفار العقلیه الاربعه*، ط الثالثه، بیروت، داراحیاء التراث العربی.

صدوق، محمدبن علی، ۱۴۱۲ق، *امالی*، تهران، دارالکتاب الاسلامیه.

____، ۱۴۱۹ق، *الخصال*، تهران، المكتبة الاسلامیه.

صیادی نژاد، روح الله، ۱۳۹۲، «نقد و بررسی توانش زبانی از دیدگاه ابن خلدون»، *جستارهای زبانی*، ش ۲، (پیاپی ۱۴)، ص ۲۲۳-۲۴۳.

طبرسی، علی بن حسن، بی تا، *مشکاة الأنوار فی غرر الاخبار*، نجف الاشرف، المكتبة الحیدریه.

طبرسی، فضل بن حسن، ۱۴۲۶ق، *مکارم الاخلاق*، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

عزیدفتری، بهروز، ۱۳۷۲، *درباره نوآم چامسکی*، تهران، فرهنگ معاصر.

فقاہتی، سیدعلیرضا، ۱۳۹۰، «هوش فرهنگی و مدیریت در دنیای امروز»: *پگاه حوزه*، ش ۳۰۸، ص ۲۹-۳۱.

کوبلی، پل، ۱۳۹۱، *نظریه های ارتباطات: مفاهیم انتقادی در مطالعات رسانه ای و فرهنگی*، ترجمه گودرز میرانی، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.

کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۴۰۷ق، *کافی*، چ چهارم، تهران، دارالکتب الإسلامیه.

متقی هندی، علاءالدین علی، ۱۴۲۴ق، *کنز العمال فی سنن الأقوال و الأفعال*، بیروت، دارالکتب العلمیه.

مجلسی، محمدباقر، ۱۳۷۹، *مشکات الانوار*، قم، مسجد مقدس جمکران.

____، ۱۴۰۴ق، *بحار الانوار*، لبنان، مؤسسه الوفاء بیروت.

وبگاه رسمی شورای عالی انقلاب اسلامی: شورای تخصصی حوزوی. قابل دسترس در:

(بازبینی: ۲۰ بهمن ۹۴) <http://hz.farhangoelm.ir>

Ang, soon and P. Christopher Earley, 2003, *Cultural Intelligence: individual interactions across cultures*, Stanford, Stanford Business Books.

Hall, Edward T, 1964, Adumbration as a Feature of Intercultural Communication, *American Anthropologist*, v. 66, No. 6, The Ethnography of Communication, p. 154-163.

Hooker. J, 2009, *working across cultures (Stanford, ca: Stanford university press, 2003)*, 60. In: Samovar, Porter, McDaniel.

<http://www.islamquest.net/fa/archive/question/fa8379>

Jackson Jane, 2012, *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication*, Routledge.

Kiss, G, 2008, A theoretical approach to intercultural communication, *Aarms communication*, v. 7, N. 3, P. 435-443.

Li, Jin, 2002, Learning Models in Different Cultures: New Directions for Child Development, N. 96.

Luhtonen, Jaakko, 1994, Cultural stereotypes: available at: (<https://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/kp/vf/jaakko.shtml>).

Petkova, Diana & Jaakko Lehtonen, 2005, cultural identity in an intercultural context, University of Jyväskylä. Publication of the Department of Communication, p. 61-85.

Pinker, 2009, *The Blank Slate: The Modern Denial of Human Nature*.

Samovar, et al, 2013, *communication between cultures*, Wadsworth, Boston.

Stephanie Ann Houghton, et al, 2013, *Critical Cultural Awareness: Managing Stereotypes through Intercultural (Language) Education*, Cambridge Scholars Publishing.

پی نوشت ها

۱. این مقاله مستخرج از پروژه «ارتباطات میان فرهنگی در اسلام» است که با حمایت پژوهشگاه بین المللی جامعه المصطفی انجام شده است.