

فصلنامه علمی - تخصصی فرهنگ پژوهش

شماره ۳۸، تابستان ۱۳۹۸، ویژه علوم اجتماعی

مطالعه انتقادی ترمینولوژی ارتباطات میان فرهنگی در دائرة المعارف بین المللی ارتباطات مبتنی بر نظریه قرآنی تعارف

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۵

تاریخ تأیید: ۹۸/۰۴/۲۲

مریم غازی اصفهانی*

چکیده

ارتباطات میان فرهنگی نوعی از ارتباطات است که عهده‌دار بررسی ارتباطات و روابط میان دو فرهنگ، دو فرد از دو فرهنگ و مانند آن است و رشته‌های مختلف علمی را برای پاسخگویی به نیازهای انسان جدید با خود همراه نموده و به بشر کمک می‌کند تا خود و جهان پیرامون را بهتر بشناسد. این شناخت با پذیرش تفاوت‌های میان فرهنگ‌های مختلف میسر می‌شود؛ تیلور معتقد است به رسمیت شناختن فرهنگ‌ها و هویت‌های متفاوت اساساً به معنی به رسمیت شناختن اموری است که انسان‌ها گرامی می‌شمارند. در نظریه ارتباطات میان فرهنگی و میان گروهی اثر واتس و گیلز، گروه‌های اجتماعی، مثل گروه‌های نوجوانان و گروه‌های قومی، فرهنگ‌های خاص خود را دارند که شامل غذا، آداب‌ورسوم، ادبیات و موسیقی است. ارتباطات میان فرهنگی بر این مسئله تأکید می‌کند که فرهنگ‌ها چگونه از طریق مدیریت بر رفتارهایی مثل فاصله شخصی و ژست‌ها، از یکدیگر متمایز می‌شوند و ارزش‌های فرهنگی که زیربنای اقدامات ارتباطی فرهنگ‌های مختلف از جمله فردگرایی-جمع‌گرایی، فرهنگ‌هایی با بافت فرهنگی ساده و بافت فرهنگی پیچیده و غیره است، چگونه درک می‌شود. با توجه به اینکه الگوی موجود تمایز بین فرهنگ‌های گوناگون را نمی‌پذیرد، پژوهش‌هایی جهت دانش‌افزایی در امر ارتباطات میان فرهنگی بدون تأکید بر یکسان‌سازی فرهنگ‌ها و با توجه به رسمیت شناختن فرهنگ‌های گوناگون، دارای ضرورت و اولویت است. در این بررسی پس از ترجمه مداخل ارتباطات میان فرهنگی در دائرة المعارف بین المللی ارتباطات به فارسی با دقت نظری بالا، آخرین الگوی ترمینولوژیک آن تبیین می‌شود. با روش اصطلاح‌شناسی انتقادی مشخص می‌شود، باوجود ادعای این شاخه از دانش مبتنی بر پذیرش تفاوت‌ها، در روند جهانی‌شدن، یکسان‌سازی

* دانش آموخته کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی، دانشگاه باقرالعلوم (ع).

فرهنگی در راستای اهداف طبقه غالب در حال وقوع است. تحقیق حاضر با استفاده از نقد درونی و بیرونی، فهمی انتقادی از مطالعات ارتباطات میان فرهنگی به دست داده و بایان نظریه ارتباطات میان فرهنگی قرآنی مبتنی بر اصطلاح تعارف به نقد و نتیجه‌گیری پرداخته است.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، ارتباطات، ارتباطات میان فرهنگی، ترمینولوژی، الگوی تعارف.



مقدمه

در عصر حاضر که آن را عصر ارتباطات می‌نامند به مدد پیشرفت فناوری‌های ارتباطی همه جهان را مانند دهکده‌ای جهانی به یکدیگر مرتبط ساخته است. در این عصر، ارتباطات میان فرهنگ‌های مختلف به صورت گسترده و در همه جهان رو به افزایش است و نظریه‌پردازانی از سراسر دنیا به بررسی اصول و مبانی آن همت گماشته‌اند. تحلیلگران بر این باورند که: «جهانی‌شدن اغلب شیوه‌های زندگی سنتی را هماهنگ و یکنواخت کرده است و در نتیجه، تنوع از بین رفته و در حال نزدیک شدن به دوران پساملی هستیم. از این دیدگاه، جهانی‌شدن معرف فرهنگ جهانی واحدی است مبتنی بر مصرف‌گرایی، رسانه‌های گروهی، آمریکا گرایی و سیطره زبان انگلیسی؛ این گونه همگن‌سازی بسته به دیدگاه شخصی، مستلزم جهان‌وطن‌گرایی پیشرو یا جهان‌خواری ظالمانه است.» (شولت، ۱۳۸۶، ۱۸)

به تعبیر جیمز پتراس، امپریالیسم فرهنگی آمریکا دو هدف مهم را دنبال می‌کند: هدف اقتصادی و هدف سیاسی. هدف اقتصادی آن این است که به منظور ارائه کالاهای فرهنگی بازارها را در اختیار خود بگیرد و هدف سیاسی ایجاد سلطه از طریق شکل‌دهی به افکار عمومی است. وی می‌گوید: «درصد روبه‌رشدی از ثروتمندان آمریکای شمالی ثروتشان را از طریق رسانه‌ها به دست آورده‌اند. در عصر حاضر در میان ثروتمندترین افراد آمریکای شمالی، از هر پنج نفر یک نفر ثروت خود را از رسانه‌ها کسب کرده است. امپریالیسم فرهنگی، به‌منزله یکی از منابع ثروت و نفوذ، در آمریکا جایگزین تولید صنعتی شده است.» (توکلی، ۱۳۸۹، ۲۰۶)

در پژوهش حاضر فرض غالب بر این است که جهانی‌شدن در چارچوب امپریالیسم شکل گرفته است و باعث گسترش فرهنگ غربی و آمریکای برای هر بخش از جهان و به دنبال آن از دست رفتن سنت‌های فرهنگی غیر غربی شده است. خطر اینجاست که تسلط این

فرهنگ جهانی از طریق ابزارهای تبلیغاتی و بدون هیچ‌گونه مخالفتی در حال پیشرفت است. «در سراسر جهان، بسیاری از صاحب‌نظران (به‌ویژه کسانی که جهانی‌شدن را برحسب آزادسازی و غربی‌سازی^۱ یا مدرنیسم استنباط می‌کنند)، بر این باورند که جهانی‌شدن موجب نوعی همخوانی فرهنگی در سراسر جهان خواهد.» (نظری، ۱۳۹۱، ۱۲۶)

«ارتباطات انسانی فرایندی پویا است که طی آن افراد تلاش می‌کنند افکار خود را از طریق به کار بردن نمادها به روش‌هایی خاص با افراد دیگر به اشتراک بگذارند.»^۲ (samovar 2013, 10) «علم ارتباطات میان فرهنگی - به مفهوم عام، شاخه‌ای از ارتباطات - به‌طور مستقل - یا شاخه‌ای از ارتباطات جهانی است که عهده‌دار بررسی و مطالعه ارتباطات و روابط میان دو فرهنگ، دو فرد از دو فرهنگ و مانند آن است. این حوزه ماهیتی میان‌رشته‌ای دارد و از ویژگی دو بخش اصلی آن (فرهنگ و ارتباطات) گرفته‌شده است و رشته‌های مختلف علمی را برای پاسخگویی به مسائل و نیازهای انسان جدید با خود همراه کرده است.» (رضی، ۱۳۷۷، ۲۲) به دلیل اینکه فرهنگ مفهومی گسترده و وسیع است و شامل همه ابعاد زندگی انسان می‌شود؛ و ارتباطات که سطوح مختلف را دربرمی‌گیرد، توجه و پرداختن اندیشمندان و محققان حوزه‌های مختلف، به مباحث ارتباطات میان فرهنگی لازم و ضروری است. «ارتباطات میان فرهنگی ابتدا توجه به جهان اطراف، فرهنگ‌های دیگر و شناخت آن‌ها را برمی‌انگیزد و این شناخت باعث می‌شود تا خود را نیز بهتر بشناسیم، زیرا مفهوم خود و دیگری، در توجه به وجوه مشترک و متفاوت نهفته است.» (Rohrlich 1987, 127-128)

اما حقیقت این است که در فرایند جهانی‌شدن بر اثر امپریالیسم فرهنگی ارزش‌ها باورها و آداب‌ورسوم فرهنگ‌های مختلف نادیده انگاشته شده و نوعی یکسان‌سازی

1. WESTERNALIZATION.

2. Human communication is a dynamic process in which people attempt to share their thoughts with other people through the use of symbols in particular settings.

فرهنگی در حال وقوع است. در نتیجه نظریات مربوط به ارتباطات میان فرهنگی برخلاف فلسفه وجودی و اصول و مبانی خود که تأکید بر به رسمیت شناختن و حفظ تفاوت‌ها است، بر یکسان‌سازی تمرکز دارد. مسئله این است که امر میان فرهنگی در حقیقت مفهومی مقابل نظریه آمریکایی شدن یا جهانی شدن است.

در پژوهش حاضر، در بررسی ترمینولوژی اصطلاحات مربوط به ارتباطات میان فرهنگی تأکید بر یکسان‌سازی و جهانی شدن وجود دارد، مانند آنچه در مدخل فرایند فرهنگ پذیری و ارتباطات^۱ آمده است: «پدیده فرهنگ پذیری اغلب با تجربه فرهنگ‌زدایی^۲ همراه است که دست‌کم همان یادگیری زدایی موقتی یا جایگزینی برخی از عادات فرهنگی اصلی است.» هربرت شیلر معتقد است: «صادرات تلویزیونی آمریکا، همواره با آگهی‌های تجاری تبلیغاتی، فرهنگی تجاری را انتشار می‌دهد که شکل‌های محلی بیان فرهنگی را تباه می‌کند.» (کیدنز، ۱۳۷۷، ۵۸۶) «این دیدگاه، جهانی شدن را نیز به‌مثابه شکلی از آمریکایی شدن که برای دولت ایالات‌متحده و منافع شرکت‌های خصوصی آن سودمند است با امپریالیسم فرهنگی ملزوم می‌داند.» (گریفیتس، ۱۳۸۸، ۹۹) چندگانگی فرهنگی تنها با حضور همه فرهنگ‌ها میسر است اما در حال حاضر، «جامعه‌شناسان توسعه بر این باورند که مصرف کالاهای فرهنگی در سراسر جهان به سمت ایجاد یک فرهنگ جهانی بوده است. با به وجود آمدن فرهنگ جهانی، نوسازی فرهنگی در کشورهای در حال توسعه آسان‌تر می‌شود و جهان به سمت یک فرهنگ واحد قدم می‌نهد.» (زاده، ۱۳۸۸، ۸۱)

رسالت پیامبران الهی در طول تاریخ رساندن ندای حق به وجدان‌های بیدار جهان و هدایت انسان‌ها بوده است. رسول گرامی اسلام در زندگی سراسر خیر و برکتشان و در راستای رسالت خویش با استفاده از کلام الهی از اصولی خاص در ارتباطات میان فرهنگی استفاده نمودند که باید مبنای نظریه و عمل در ارتباطات اسلامی قرار گیرد.

1. Acculturation Processes and Communication.

2. Deculturation.

اصطلاحات ارتباطات میان فرهنگی که در حال حاضر در دایره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات موجود است، چارچوبی خاص در این دانش را مرجعیت بخشیده است که باهدف اصلی ارتباطات میان فرهنگی فاصله دارد. این چارچوب نه تنها باهدف اصلی ارتباطات میان فرهنگی بلکه با نظام قرآنی ارتباطات میان فرهنگی نیز در تقابل قرار دارد. به‌عنوان نمونه در دایره‌المعارف ارتباطات نوشته ولفگانگ ذیل مدخل فرایند فرهنگ پذیری و ارتباطات آمده است: «پدیده فرهنگ پذیری اغلب با تجربه «فرهنگ‌زدایی»^۱ همراه است که همان یادگیری زدایی موقتی یا جایگزینی برخی از عادات فرهنگی اصلی است. نقش متقابل تجربه‌های فرهنگ پذیری و فرهنگ‌زدایی انطباق میان فرهنگی^۲ را تسهیل می‌کند، فرآیند تغییر درونی، فرد را به ایجاد رابطه‌ای نسبتاً باثبات، دوسویه و کارکردی با محیط میزبانی مشخص، رهنمون می‌سازد.» (ولفگانگ، ۲۰۰۸، ۲۱) نویسنده این مدخل بر این باور است که برای پذیرش یک فرهنگ جدید باید فرهنگ پیشین از طریق جایگزینی عادات جدید زوده شود تا فرهنگ جدید بتواند جایگزین آن شود که این مطلب نشان‌دهنده عدم پایداری به فرهنگ اصیل در هنگام ارتباط بین فرهنگی است.

یکی از جنبه‌های مهم توسعه علم ارتباطات، گسترش واژگان آن است. در حقیقت یک علم از طریق برساختن واژه‌های جدید و گسترش آن‌ها غنا می‌یابد. در سال‌های اخیر اقدامات مهمی در راستای ایجاد واژگان در علم ارتباطات و به‌ویژه در حوزه ارتباطات میان فرهنگی انجام پذیرفته است. دانشنامه بین‌المللی ارتباطات ویراسته ولفگانگ دونزباخ مهم‌ترین و جامع‌ترین دایره‌المعارف در حوزه ارتباطات است که توسط پژوهشگرانی از سراسر دنیا گردآوری شده است. پژوهش حاضر به هدف بررسی تحلیلی و انتقادی اصول و مبانی نظری ارتباطات میان فرهنگی در دایره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات و مقایسه آن با

1. Deculturation.

2. Cross-cultural adaptation.

مبانی ارتباطات میان فرهنگی اسلام به روش اصطلاح‌شناسی و بررسی انتقادی از طریق
مبنای واژه قرآنی تعارف انجام می‌پذیرد.



چارچوب نظری و روش شناختی

در مبانی نظری ارتباطات میان فرهنگی غرب یکی از مسائل مهم توجه به تفاوت‌ها و تمایزات بین فرهنگ‌ها و یا عدم توجه به آن است. نظریه آمریکایی شدن^۱ مهم‌ترین اصل حاکم بر این حوزه است. «این نظریه در قبال مسئله تکثر فرهنگی دو راهبرد ارتباطی متفاوت را توصیه کرده است. اول اینکه ارتباطات بین فرهنگی در جامعه چند فرهنگی آمریکا بوده و این راهبرد در قبال مسئله ملتی با چندین فرهنگ دارای جهت‌گیری تک فرهنگ‌گرایی و بر فرایند استحاله در (دیگ‌گداز) تأکید دارد. منظور از این استعاره فرایندهایی است که نشان می‌دهد که چطور مهاجران به ایالات متحده تشویق می‌شدند خود را آمریکایی تصور کنند و فرهنگ اصلی خود را به تدریج رها سازند.» (واتسون، ۱۳۸۱:۱۳) «راهبرد دوم بر چند فرهنگ‌گرایی مبتنی است؛ اما متناسب با ایدئولوژی استعماری آمریکا خوانش شده و نتیجه آن شکل‌گیری مردمانی است که یا فرهنگ غالب استعماری آمریکایی را پذیرفته‌اند و یا گروه‌های متنوعی هستند که اجتماع جهانی را شکل داده‌اند.» (samovar, 2013:2).

۱. آمریکایی شدن (به انگلیسی: Americanization) تأثیری است که فرهنگ کشور آمریکا بر جنبه‌های گوناگون فرهنگ دیگر کشورها همچون فرهنگ عامه، رسانه، آشپزی، فناوری، روابط تجاری و کنش‌های سیاسی آن کشورها دارد. [۱] بهره‌گیری از این عبارت از سال ۱۹۰۷ آغاز شد. با وجود آنکه این عبارت به خودی خود معنای خصومت‌آمیزی در بر ندارد، اما در برخی کشورها از آن برای نقد گرایش به فرهنگ آمریکایی در میان مردم آن کشور بهره می‌برند. آمریکایی شدن خود را بیش‌تر پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۱ و نیز به ویژه در دهه نخست قرن ۲۱ و با ظهور اینترنت پرسرعت نمایان ساخت. در اروپا این نگرانی وجود دارد که پدیده آمریکایی شدن از راه برخی شرکت‌ها و سازمان‌های اینترنتی آمریکایی همچون گوگل، فیس‌بوک، توئیتر، اپل و اوبر در این قاره به وقوع بپیوندد. کشورهای اروپایی همواره نگرانی خود از مسائلی همچون عدم امنیت اطلاعات شخصی، عدم اعتمادسازی و مالیات این غول‌های بزرگ آمریکایی بیان داشته‌اند. مجله وال استریت ژورنال در سال ۲۰۱۵ از «نگرانی روزافزون اتاق فکرهای اروپایی در رابطه با قدرت شرکت‌های فناوری آمریکایی» خبر داد. در کشور ایالات متحده عبارت آمریکایی شدن عموماً به معنای ادغام مهاجران در فرهنگ آمریکایی اطلاق می‌شود. (<https://fa.wikipedia.org/wiki/آمریکایی‌سازی>)

«امپریالیسم فرهنگی نوعی نفوذ اجتماعی است که با استفاده از آن کشوری تصورات، باورها، ارزش‌ها، معلومات و هنجارهای رفتاری و نیز زندگی خود را به سایر کشورها تحمیل کند.» (شیلر، ۱۳۷۷: ۳۰) و این در حالی است که «موج تغییرات و یکسان‌سازی فرهنگی با مقاومت چندانی از طرف فرهنگ‌های دیگر مواجهه نمی‌شود و خرده‌فرهنگ‌ها نمی‌توانند در مقابل آن تاب‌آوری داشته باشند و در نتیجه فرهنگ‌های گوناگون از بین می‌روند. جهانی‌شدن در راستای امپریالیسم فرهنگی- رسانه‌ای درصدد تعمیم نوعی گرایشی فرهنگی (همان غرب‌گرایی یا آمریکایی‌شدن) به همه جهان و سلطه بر فرهنگ‌های گوناگون موجود در دنیا است. به همین دلیل در پی یکپارچه‌سازی و یکسان‌سازی فرهنگی در جهان است که منجر به تضعیف و اضمحلال فرهنگ‌های متکثر می‌شود.» (فرخی، ۱۲، ۱۳۹۴)

«در زمان جهانی‌شدن باید همه فرهنگ‌ها امکان فعالیت مساوی همگام با سایر فرهنگ‌ها را داشته باشند و در این زمینه تبعیضی وجود نداشته باشد. هرچند در جوامع انسانی از لحاظ فرهنگی اشتراکاتی وجود دارد، اما فرهنگ‌های گوناگون با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند. این گوناگونی و تنوع به‌عنوان گنجینه‌ای ارزشمند باید مورد توجه و حمایت قرار بگیرد. کثرت‌گرایی یعنی احترام به کثرت فرهنگ‌ها که هم در روابط بین قومی و هم در ارتباطات بین فرهنگی حائز اهمیت بسیار است. حق برخورداری از فرهنگ خاص خود، حق ابراز ایمان و اجرای مراسم دینی خاص خود، حق استفاده از زبان خاص خود، حق شرکت در زندگی فرهنگی و... از جمله مواردی هستند که در حوزه داخلی می‌توان آن‌ها را برشمرد.» (آذری، ۳: ۱۳۸۵-۴) «جامعه جهانی اگر مبتنی بر توجه و حتی برجسته نمودن فرهنگ‌ها و اجتماعات محلی و منطقه‌ای باشد، باعث غنا و اعتلا و درعین حال پالایش و تثبیت فرهنگ‌ها شده و امکان بیشتر جهت تعامل و ایجاد تعادل در باورهای فرهنگی بومی و منطقه‌ای را فراهم خواهد کرد» (فرخی، ۱۳، ۱۳۹۴).

اصطلاح‌شناسی

اصطلاح‌شناسی^۱ که روشی میان‌رشته‌ای و فرازبانی است این‌گونه تعریف می‌شود: به مجموعه‌ای از اصطلاحات که نمایانگر نظامی از مفاهیم یک حوزه منفرد موضوعی است. از مهم‌ترین کاربردهای روش اصطلاح‌شناسی تدوین و شکل‌گیری مفاهیم مربوط به یک حوزه خاص است. به عبارت دیگر برای نظم‌بخشی دانش بر مبنای روابط مفاهیم. (حسینی بهشتی، ۱۳۹۳: ۲۳) هسته اصلی ترمینولوژی کشف واحدهای زبانی بر اساس دیدگاه شناختی، زبان‌شناختی و ارتباطی است که پژوهش حاضر با توجه به دیدگاه ارتباطی نگارش می‌شود.

اصطلاح‌شناسی ارتباطی کاربره

«کاربره معتقد است اصطلاحات بازتاب ساختار مفهومی هر رشته و سازنده پایه‌های ارتباط تخصصی هستند. او اصطلاح را واحدی چندوجهی می‌داند. ویژگی خاص اصطلاح‌شناسی ارتباط بنیاد پردازش زبانی-کاربردی-شناختی و ویژگی عمومی آن چرخش اصطلاح در تلاقی نظریه‌های زبانی، ارتباطی و کاربردشناختی است. این رویکرد بر شرایط کاربردشناختی ارتباط تخصصی تأکید دارد که در آن نقش‌های شناختی، ارتباطی و زبان‌شناختی باهم عمل می‌کنند.» (سمائی، ۱۳۹۵، ۲۴)

به عبارت دیگر کاربره به این باور است که یک اصطلاح سه موطن دارد: در زبان، در ذهن و در جهان عینی و الگوی ارتباطی کاربره یعنی بررسی نسبت یک واژه با واژگان دیگر، بافهم مخاطبانش و با مصداقش. این الگو شامل پردازش زبانی، شناختی و کاربردشناختی است. در پردازش زبانی به خود اصطلاح توجه می‌شود. در پردازش شناختی مفهوم در نظر گرفته می‌شود و در پردازش کاربردشناختی، ارتباط و بافت موقعیت موردتوجه است. «رویکرد ارتباطی اصطلاح‌شناسی نوعی رویکرد میان‌رشته‌ای است که با یافته‌های نظریه دانش، نظریه ارتباطات

1. Termonology.

و نظریه زبان شکوفا شده است و بیشتر برت نوع زبانی تکیه دارد. به نظر کابره هدف اصلی رویکرد ارتباطی جستجو برای رویکردی جدید است که بتواند پیچیدگی واحدهای اصطلاحی را در چهارچوب ارتباط تخصصی توجیه کند.» (کابره ۱۹۹۹ الف، ۶۹).

نقد درونی

جهت ارائه نقد درونی به حوزه ارتباطات بین فرهنگی لازم است به تبیین اهداف و مؤلفه‌های اساسی آن پرداخته شود. اهداف اصلی ارتباط گران در ارتباطات بین فرهنگی شناخت جهان پیرامون است و از راه شناخت دنیای پیرامون می‌توانند به شناخت بهتری از خود دست یابند؛ زیرا مفهوم خود و دیگری، در توجه به وجوه مشترک و تفاوت‌ها نهفته است. همچنین، ارتباطات میان فرهنگی می‌تواند از طریق: تجارت، حکومت، آموزش و مهارت‌های زبانی و تمام حوزه‌هایی که سرانجام به تماس میان فردی مربوط می‌شود، به ما کمک کند. (Rohrlich, 1987, pp.127-128)

نقد بیرونی

نقد بیرونی از سه مرحله تشکیل می‌شود:

الف) مقایسه مطالب نویسنده اثر با دیگر مطالب مشابه که به لحاظ روشی و محتوایی در خصوص همین موضوع هستند؛

ب) بررسی خاستگاه‌های فکری نویسنده؛

ج) مطالب نویسنده با واقعیت‌های بیرونی مطابقت داده شود. (عابدی جعفری،

به صورت کلی می توان گفت نقد بیرونی هویت متن را مطالعه می کند و نقد درونی درگیر مبانی و مطالب متن و درستی و نادرستی آن هاست. نقد درونی خود را درگیر مضامین و مطالب می کند و اعتبار مضامین را مورد بررسی قرار می دهد.

ارتباطات

«در فرهنگ لغات وبستر، ارتباطات^۱ برای عمل بخشیدن، انتقال دادن، آگاه ساختن، مکالمه و مرادده داشتن استفاده شده است.» (سایت فرهنگ لغات وبستر) ارتباط عبارت است از جریان پویایی که در آن تبادل اطلاعات صورت می گیرد. این جریان می تواند چهره به چهره یا رودررو باشد که آن را ارتباط مستقیم یا میان فرد می نامند. در این نوع ارتباط شخص پیام دهنده یا پیام گیرنده با یکدیگر تماس دارند و به همین جهت پیام دهنده و پیام گیرنده می توانند به نوبت نقش خود را تغییر دهند؛ و هر کدام به جای دیگری ایفای نقش نماید. ریشه این لغت کلمه لاتین Communis است که می توان آن ها به تفاهم و اشتراک فکر ترجمه کرد.

فرهنگ

یکی از مشهورترین و کامل ترین تعاریف، تعریفی است که تیلور از فرهنگ ارائه نموده است. «او فرهنگ را مجموعه ای پیچیده می داند که برگیرنده دانستنی ها، باورها، هنرها، اخلاقیات، قوانین، عادات و باورها، هنرها و هرگونه توانایی دیگری است که انسان به عنوان عضوی از جامعه به دست می آورد.» (روحالامینی، ۱۳۶۸، ۶۲) کوئن نیز معتقد است: «فرهنگ مجموعه ای از رفتارهای اکتسابی و ویژگی اعتقادی اعضای یک جامعه معین است. (کوئن، ۱۹۳۸، ۵۶)

ارتباطات میان فرهنگی

اصطلاح روابط میان فرهنگی مفهوم گسترده‌ای دارد که «بر عملیاتی اطلاق می‌شود که به واسطه اشخاص منسوب به فرهنگ‌های متفاوت برای همکاری بین معانی مختلف انجام می‌پذیرد.» (شرف‌الدین، ۱۳۸۸، ۱۳۵) «روابط میان فرهنگی که توسط اعضا انجام می‌پذیرد از سنت‌های رایج و شایع بین جوامع بشری در طول حیات قدیمی و دیرینه‌شان است.» (شرف‌الدین، ۱۳۸۸، ۱۳۷) به عبارت دیگر «روابط میان فرهنگی همان روابط بین گروه‌های مختلف مردم است که نزد آن‌ها مفاهیم فرهنگی و نظام‌های رمزی متفاوت وجود دارد به گونه‌ای که روابط و امور مخصوص به آن‌ها می‌تواند تغییر کند.» (سامووار، ۱۳۷۹، ۹۸) اگر از جنبه کاربردی به این مفهوم نگاه کنیم می‌توان گفت: «ارتباطات میان فرهنگی موجب توجه به جهان اطراف، فرهنگ‌های دیگر و شناخت آن‌ها می‌شود و این شناخت کمک می‌کند تا خود را نیز بهتر بشناسیم، زیرا مفهوم خود و دیگری، در توجه به وجوه مشترک و تفاوت‌ها نهفته است.» (رضی، ۱۳۸۸، ۲)

همان‌طور که قبلاً بیان شد، بر طبق یکی از تعاریف ارائه‌شده توسط فلبر از اصطلاح‌شناسی، این دانش بر مجموعه‌ای از اصطلاحات که نمایانگر نظامی از مفاهیم یک حوزه منفرد موضوعی دلالت دارد. در حوزه ارتباطات میان فرهنگی نیز، اصطلاحات نقش اساسی داشته و از طریق بررسی و تحلیل آن‌ها می‌توان به اصول حاکم بر آن‌ها و مبانی آن دست یافت.

یافته‌های تحقیق

مهم‌ترین بخش از هر شاخه از دانش، جهت شناخت و نقد و بررسی آن علم، اصطلاحات موجود در هر شاخه از دانش است. اصطلاحات مربوط به ارتباطات میان فرهنگی در دائره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات از ۳۱ مدخل و اصطلاح اصلی تشکیل شده

که توسط دانشمندی از سراسر جهان نگارش شده و ولفگانگ آن‌ها را به زبان انگلیسی جمع‌آوری نموده است. در پژوهش حاضر این مداخل با یافتن بهترین معادل‌های حوزه تخصصی ارتباطات میان فرهنگی به فارسی روان ترجمه شده است.

از آنجا که دائره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات یک متن تخصصی به حساب می‌آید، جهت ترجمه مداخل از روش ترجمه معنوی استفاده شده است. در این نوع ترجمه درعین حال که مطابقت کامل بین زبان مبدأ و زبان مقصد وجود دارد، با استفاده از معادل‌های فارسی مناسب و رعایت ساختار زبان فارسی متن روان و قابل فهم و کاملاً متعهد به متن اصلی دائره‌المعارف ارائه شده است.

می‌توان با استفاده از مبانی نظری ارتباطات اسلامی مداخل موجود در مورد ارتباطات را نقد نموده و با استفاده از اصطلاحات و واژگان قرآنی آن‌ها را ارتقا داد. همان‌گونه که مارسل موس در کتاب رساله پیشکش در ۳ مورد از اصطلاحات قرآنی استفاده می‌کند که یکی از آن موارد استفاده از سوره تغابن آیات ۱۵ تا ۱۸ در تکمیل نظریه خود در مورد پیشکش و هدیه است. او در بخش نتیجه‌گیری کتاب پیشکش با توجه به آیات مذکور بیان می‌کند که: «اگر جامعه را جایگزین نام خدا کنید یا آن‌ها را باهم در نظر بگیرید و همکاری‌های نوع‌دوستانه را جایگزین صدقه کنید، ایده‌ای بی‌طرفانه خواهید داشت که در مسیر تکوین است.» (موس، ترجمه اردبیلی: ۱۹۸)

مداخل مربوط به ارتباطات میان فرهنگی (۳۱ مدخل) به فارسی ترجمه شد و با روش اصطلاح‌شناسی کابره از جنبه زبان‌شناختی، شناختی و کاربردشناختی بررسی شد که به جهت اختصار تنها یک مدخل به همراه تحلیل‌های مربوطه در اینجا آورده می‌شود.

مدخل فرایندهای فرهنگ پذیری و ارتباطات^۱

در این مدخل در مورد فرایند پذیرش یک فرهنگ جدید توسط افرادی که محل زندگی‌شان را تغییر داده‌اند توضیح داده می‌شود. پذیرش فرهنگ جدید همواره با کنار گذاشتن فرهنگ پیشین همراه است. تحقیقات انجام‌شده در مورد فرهنگ پذیری پناهنده‌ها از طریق رشته‌های علم اجتماعی وسعت پیدا کرده است و نشان‌دهنده تغییرات انطباقی و درازمدت افراد، جهت همانندسازی، وضعیت هم‌گرایی روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی با بومیان را نشان می‌دهد. کیم در کتاب خود با عنوان نظریه یکپارچه انطباق بین فرهنگی^۲ با ارائه مدلی چندبعدی فعالیت‌های درون فردی، میان فردی و ارتباطات جمعی غریبه‌های فرهنگی، فرایند متقابل و بالقوه‌ای را به‌پیش می‌برد که با روابط کارکردی و روان‌شناختی آن‌ها با محیط میزبان هماهنگ است. بری نیز که یکی از نظریه‌پردازان این حوزه است در هنگام پذیرش فرهنگ جدید چهار استراتژی فرهنگ پذیری: «همانندسازی^۳»، «یکپارچگی^۴»، «جداسازی^۵» و «به‌حاشیه راندن^۶» را شناسایی می‌کند.

تحلیل زبان شناختی

اصطلاح فرهنگ پذیری به معنی هماهنگ شدن با هنجارهای فرهنگی جامعه دیگر است که بر اثر تماس بین گروهی یا فردی ایجاد می‌شود. این اصطلاح در اواخر قرن ۱۹ به مفهوم (عاریت گرفتن فرهنگ) وارد علوم اجتماعی این اصطلاح در کنار واژه ارتباطات اصطلاح عام‌تری با عنوان فرهنگ پذیری و ارتباطات را تشکیل می‌دهد.

1. Acculturation Processes and Communication.
2. integrative theory of cross-cultural adaptation.
3. Assimilation.
4. Integration.
5. Separation.
6. Marginalization.

هم‌نشینی اصطلاح فرهنگ پذیری با واژه فرایند نشان می‌دهد فرهنگ پذیری پدیده‌ای است که به صورت دفعی ایجاد نمی‌شود و باید طی فرایندی انجام شود. علاوه بر این اصطلاح فرهنگ پذیری با اصطلاح فرهنگ‌زدایی^۱ متضاد است و همواره با یکدیگر همراه هستند. فرهنگ‌زدایی همان یادگیری زدایی موقتی یا جایگزینی برخی از عادات فرهنگی اصلی است.

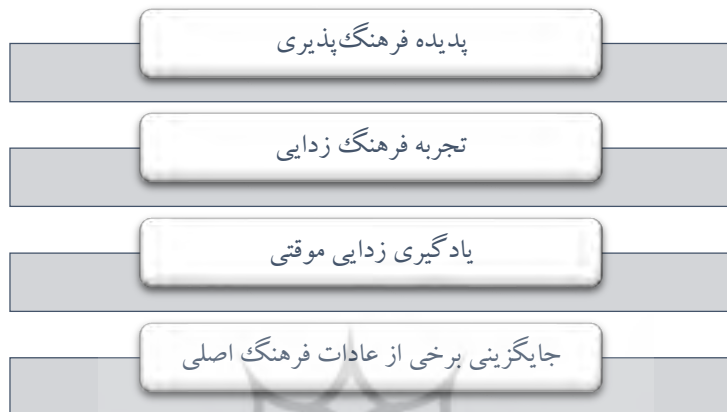


تحلیل شناختی

آنچه از اصطلاح فرهنگ پذیری برداشت می‌شود این است که بر پذیرش فرهنگ از سوی مردم دلالت می‌کند. این فرایند پذیرش دارای جریانی یک‌سویه یا دوسویه است که یک‌سویه بیشتر مربوط به کودکان است. در بزرگسالان فرهنگ پذیری فرایندی پیچیده و دوسویه است، زیرا شخصیت آنان تکوین یافته و دارای فرهنگ پیشینی هستند. فرهنگ

1. Deculturation.

پذیری دوسویه از طریق مهاجرت‌های بین‌المللی، برخوردهای تاریخی اقوام یا تلاقی دو فرهنگ به‌روش‌های مختلف، سلطه استعمارگران بر مستعمرات و جز این‌ها به وجود می‌آید.



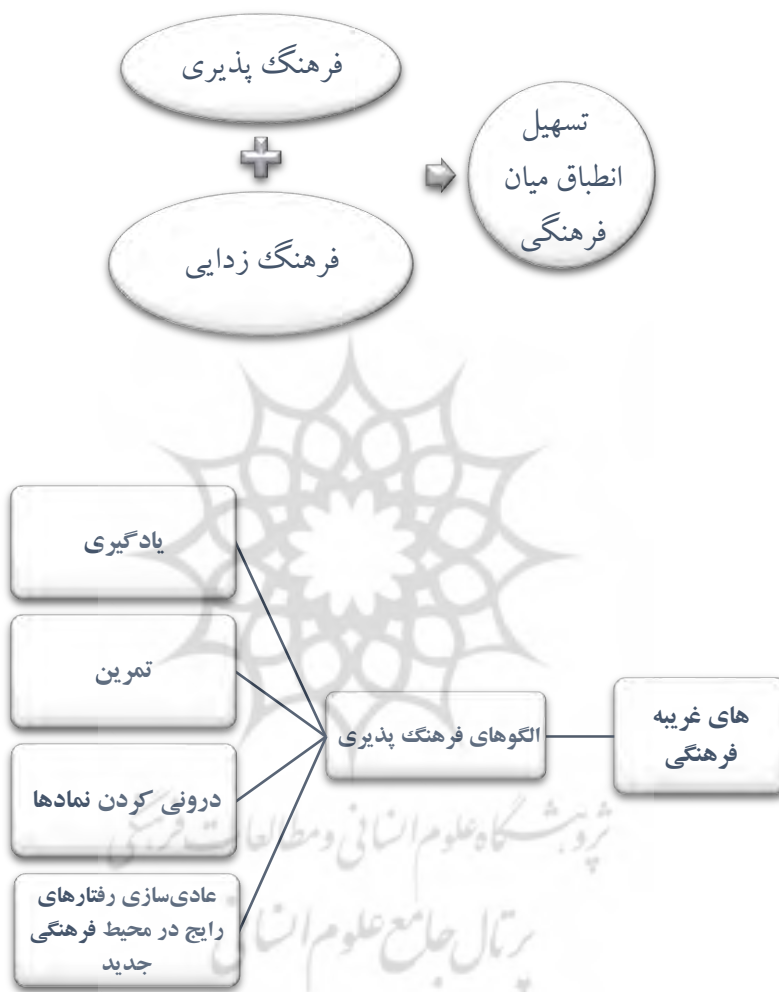
«نظریه روان‌شناختی فرهنگ پذیری»^۱ یکی از نظریه‌های مربوط به فرهنگ پذیری است که بر تمایلات هویت هشیارانه و ناهشیاران افراد در نسبت با فرهنگ اصیل آن‌ها و فرهنگ میزبان دلالت دارد. این نظریه چهار استراتژی فرهنگ پذیری: «هماندسازی»^۲، «یکپارچگی»^۳، «جداسازی»^۴ و «به حاشیه راندن»^۵ را شناسایی می‌کند.

تحلیل کاربردشناختی

از جمله کاربردهای دو اصطلاح فرهنگ پذیری و فرهنگ زدایی نقش متقابل تجربه‌های فرهنگ پذیری و فرهنگ زدایی در تسهیل انطباق میان فرهنگی^۶ است. زمانی که افرادی مانند دانشجویان بین‌المللی و کارمندان شرکت‌های چندملیتی، با گذشتن از مرزهای فرهنگی، محل زندگی‌شان را عوض می‌کنند اصطلاح فرهنگ پذیری به‌کاربرده

1. Psychological theory of acculturation.
2. Assimilation.
3. Integration.
4. Separation.
5. Marginalization.
6. Cross-cultural adaptation.

می‌شود. این اصطلاح در مجاورت واژه ارتباطات به کار می‌رود زیرا این فرایند افرادی از فرهنگ میزبان با افراد فرهنگ مهمان ارتباط برقرار می‌کنند.



فعالیت‌هایی که غریبه‌های فرهنگی در راستای فرهنگ پذیری انجام می‌دهند به این شرح است: یادگیری، تمرین، درونی کردن نمادها و عادی‌سازی رفتارهای رایج در محیط فرهنگی جدید.

تحلیل کلی

اصطلاح فرایندهای فرهنگ پذیری و ارتباطات یکی از اصطلاحات محوری در ارتباطات میان فرهنگی است. فرهنگ پذیری در تقابل با فرهنگ زدایی است و می‌توان این‌گونه استنباط نمود که در ارتباطات میان فرهنگی فرهنگ پذیری افراد طی فرایندی باعث تغییر فرهنگ پیشین و پذیرش فرهنگ جدید می‌شود. این در حالی است که ارتباطات بین فرهنگی باید همراه با حفظ فرهنگ اصیل هر دو طرف ارتباط باشد. کاربرد این اصطلاح در مورد غربیه‌های فرهنگی است و روندی که آن‌ها طی می‌کنند تا فرهنگی جدید را بپذیرند و این فرایند از طریق ارتباطات آن‌ها با فرهنگ میزبان رخ می‌دهد.

تحلیلگران بر این باورند که: «جهانی‌شدن اغلب شیوه‌های زندگی سنتی را هماهنگ و یکنواخت کرده است و در نتیجه، تنوع از بین رفته و در حال نزدیک شدن به دوران پساملی هستیم. از این دیدگاه، جهانی‌شدن معرف فرهنگ جهانی واحدی است مبتنی بر مصرف‌گرایی، رسانه‌های گروهی، آمریکا گرایی و سیطره زبان انگلیسی؛ این‌گونه همگن‌سازی بسته به دیدگاه شخصی، مستلزم جهان‌وطن‌گرایی پیشرو یا جهان‌خواری ظالمانه است.» (شالت، ۱۳۸۶: ۱۸)

به دلیل اینکه فرهنگ مفهومی گسترده و وسیع است و شامل همه ابعاد زندگی انسان می‌شود؛ و ارتباطات که سطوح مختلف را در برمی‌گیرد، توجه و پرداختن اندیشمندان و محققان حوزه‌های مختلف، به مباحث ارتباطات میان فرهنگی لازم و ضروری است. «ارتباطات میان فرهنگی ابتدا توجه به جهان اطراف، فرهنگ‌های دیگر و شناخت آن‌ها را برمی‌انگیزد و این شناخت باعث می‌شود تا خود را نیز بهتر بشناسیم، زیرا مفهوم خود و دیگری، در توجه به وجوه مشترک و متفاوت نهفته است.» (Rohrlich, 1987, pp.127-128)

اما حقیقت این است که در فرایند جهانی‌شدن بر اثر امپریالیسم فرهنگی ارزش‌ها باورها و آداب‌ورسوم فرهنگ‌های مختلف نادیده انگاشته شده و نوعی یکسان‌سازی

فرهنگی در حال وقوع است. در نتیجه نظریات مربوط به ارتباطات میان فرهنگی برخلاف فلسفه وجودی و اصول و مبانی خود که تأکید بر به رسمیت شناختن و حفظ تفاوت‌ها است، بر یکسان‌سازی تمرکز دارد. مسئله این است که امر میان فرهنگی در حقیقت مفهومی مقابل نظریه آمریکایی شدن یا جهانی شدن است.

پژوهشی که در مورد نظریات چالز تیلور (۱۹۸۹) فیلسوف جامعه‌شناس کانادایی صورت گرفته نشان می‌دهد، «از دید او فرهنگ در شالوده بخشی به هویت افراد نقش اساسی دارد و به رسمیت شناختن تفاوت‌های فرهنگی را به‌عنوان یک ضرورت اخلاقی و سیاسی مطرح می‌کند.» (تقوی، ۱۳۸۸: ۱) در سراسر جهان جوامع گوناگونی با سلايق، رفتارها، باورها و... متفاوتی وجود دارد که با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. این تنوع و تکثر لازمه این ارتباط است، اما امپریالیسم فرهنگی درصدد یکسان‌سازی فرهنگی در راستای تأمین اهداف کشورهای سلطه‌جو است. امپریالیسم فرهنگی که در خدمت امپریالیسم سیاسی و اقتصادی قرار دارد، به بهانه توسعه فرهنگی، روند آمریکایی کردن یا جهانی شدن را در کشورهای تحت سلطه به اجرا گذاشته است. «گرچه توسعه فرهنگی به معنای گسستن از سنت‌های گذشته نیست، زیرا سنت‌ها انباشت و ذخیره تجارب گذشته یک جامعه است و توسعه بر مبنای گسترش سنت‌های گذشته انجام می‌گیرد، نه بر اساس نفی آن‌ها.» (ازکیا، ۱۳۸۶: ۴۸). در پژوهش حاضر، در بررسی ترمینولوژی اصطلاحات مربوط به ارتباطات میان فرهنگی تأکید بر یکسان‌سازی و جهانی شدن وجود دارد، مانند آنچه در مدخل فرایند فرهنگ پذیری^۱ و ارتباطات آمده است: «پدیده فرهنگ پذیری اغلب با تجربه فرهنگ‌زدایی^۲ همراه است که دست‌کم همان یادگیری زدایی موقتی یا جایگزینی برخی از عادات فرهنگی اصلی هست.»

1. Acculturation Processes and Communication.
2. Deculturation.

هربرت شیلر معتقد است: «صادرات تلویزیونی آمریکا، همواره با آگهی‌های تجاری تبلیغاتی، فرهنگی تجاری را انتشار می‌دهد که شکل‌های محلی بیان فرهنگی را تباه می‌کند». (گیدنز، ۱۳۷۷: ۵۸۶) این دیدگاه، «جهانی‌شدن را نیز به‌مثابه شکلی از آمریکایی‌شدن که برای دولت ایالات متحده و منافع شرکت‌های خصوصی آن سودمند است با امپریالیسم فرهنگی ملازم می‌داند.» (گریفیتس، ۱۳۸۸: ۹۹). چندگانگی فرهنگی تنها با حضور همه فرهنگ‌ها میسر است اما در حال حاضر، «جامعه‌شناسان توسعه بر این باورند که مصرف کالاهای فرهنگی در سراسر جهان به سمت ایجاد یک فرهنگ جهانی بوده است. با به وجود آمدن فرهنگ جهانی، نوسازی فرهنگی در کشورهای در حال توسعه آسان‌تر می‌شود و جهان به سمت یک فرهنگ واحد قدم می‌نهد.» (لهستانی زاده، ۱۳۸۸: ۸۱) این فرهنگ واحد همان فرهنگ آمریکایی و در راستای تأمین اهداف امپریالیسم آمریکا است. در حالی که بشر امروز به دنبال یافتن راهی جهت تعامل با جهان به همراه درک تخالفات و درعین حال اجتناب از سلطه و امپریالیسم است.

رسالت پیامبران الهی نیز در طول تاریخ رساندن ندای حق به وجدان‌های بیدار جهان و هدایت انسان‌ها بوده است. رسول گرامی اسلام در زندگی سراسر خیروبرکتشان و در راستای رسالت خویش با استفاده از کلام الهی از اصولی خاص در ارتباطات میان فرهنگی استفاده نمودند که باید مبنای نظریه و عمل در ارتباطات اسلامی قرار گیرد.

اصطلاحات ارتباطات میان فرهنگی که در حال حاضر در دائره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات موجود است، چارچوبی خاص در این دانش را مرجعیت بخشیده است که باهدف اصلی ارتباطات میان فرهنگی فاصله دارد. این چارچوب نه‌تنها باهدف اصلی ارتباطات میان فرهنگی بلکه با نظام قرآنی ارتباطات میان فرهنگی نیز در تقابل قرار دارد. به‌عنوان نمونه در دائره‌المعارف ارتباطات نوشته ولفگانگ ذیل مدخل فرایند فرهنگ پذیری و

ارتباطات آمده است: «پدیده فرهنگ پذیری اغلب باتجربه «فرهنگ‌زدایی»^۱ همراه است که همان یادگیری‌زدایی موقتی یا جایگزینی برخی از عادات فرهنگی اصلی هست. نقش متقابل تجربه‌های فرهنگ‌پذیری و فرهنگ‌زدایی انطباق میان فرهنگی^۲ را تسهیل می‌کند، فرآیند تغییر درونی، فرد را به ایجاد رابطه‌ای نسبتاً باثبات، دوسویه و کارکردی با محیط میزبانی مشخص، رهنمون می‌سازد.» (ولفگانگ، ۲۰۰۸: ۲۱) نویسنده این مدخل بر این باور است که برای پذیرش یک فرهنگ جدید باید فرهنگ پیشین از طریق جایگزینی عادات جدید زوده شود تا فرهنگ جدید بتواند جایگزین آن شود که این مطلب نشان‌دهنده عدم پایبندی به فرهنگ اصیل در هنگام ارتباط بین فرهنگی است.

یکی از جنبه‌های مهم توسعه علم ارتباطات، گسترش واژگان آن است. در حقیقت یک علم از طریق برساختن واژه‌های جدید و گسترش آن‌ها غنا می‌یابد. در سال‌های اخیر اقدامات مهمی در راستای ایجاد واژگان در علم ارتباطات و به‌ویژه در حوزه ارتباطات میان فرهنگی انجام پذیرفته است. دانشنامه بین‌المللی ارتباطات ویراسته ولفگانگ دونزباخ مهم‌ترین و جامع‌ترین دایره‌المعارف در حوزه ارتباطات است که توسط پژوهشگرانی از سراسر دنیا گردآوری شده است. پژوهش حاضر به هدف بررسی تحلیلی و انتقادی اصول و مبانی نظری ارتباطات میان فرهنگی در دایره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات و مقایسه آن با مبانی ارتباطات میان فرهنگی اسلام به روش اصطلاح‌شناسی و از طریق مبنای واژه قرآنی تعارف انجام می‌پذیرد.

نظریه قرآنی تعارف

«در الگوی تعارف خود و دیگری به‌مثابه ارتباط‌گران میان فرهنگی در یک‌روند خطی از خود به دیگری قرار ندارند بلکه در یک قوس صعود و نزول در پی همدیگر

1. Deculturation.
2. Cross-cultural adaptation.

می‌رسند. اختلاف خود از دیگری و استخلاف خود پس از دیگری بیانگر کثرت در عین وحدت است. خود و دیگری انسان‌هایی هستند که در پی همدیگر می‌آیند و گاهی اختلاف آن‌هاست که نشانه‌ای به‌سوی توحید است و گاهی استخلاف آن‌هاست که سازنده اتحاد می‌شود.» (غمامی، ۱۳۹۰: ۲۲۷)

«اصطلاح‌شناسی علم بررسی مفاهیم و اصطلاحات و رابطه میان آن‌هاست ... در اصطلاح‌شناسی سه مکتب، وین، مسکو و پراگ وجود دارد که مکتب وین از همه فراگیرتر است.» (سمائی، ۱۳۹۵: ۳) یکی از رویکردهای اصطلاح‌شناسی، اصطلاح‌شناسی ارتباطی است که توسط کابره مطرح شد. «ویژگی خاص آن پردازش زبانی-کاربردی-شناختی و ویژگی عمومی آن چرخش اصطلاح در تلافی نظریه‌های زبانی، ارتباطی و کاربردشناختی است.» (سمائی، ۱۳۹۵: ۲۳) «این رویکرد بر شرایط کاربردشناختی ارتباط تخصصی تأکید دارد که در آن نقش‌های شناختی، ارتباطی و زبان‌شناختی باهم عمل می‌کنند. رویکرد ارتباطی اصطلاح‌شناسی نوعی رویکرد میان‌رشته‌ای است که با یافته‌های نظریه دانش، نظریه ارتباطات و نظریه زبان شکوفا شده است و بیشتر برتنوع زبانی تکیه دارد.» (سمائی، ۱۳۹۵: ۲۴) «یاکوبسن نیز مدل ارتباطی دارد که خاستگاه رویکرد ارتباطی کابره محسوب می‌شود و برای زبان شش نقش ارجاعی، بیانی، کنایی، همدلی، فرازبانی و شاعرانه قائل است.» (کابره ۱۹۹۸: ۹۲)

نتیجه‌گیری

بر طبق یکی از تعاریف ارائه‌شده توسط فلبر از اصطلاح‌شناسی، این دانش بر مجموعه‌ای از اصطلاحات که نمایانگر نظامی از مفاهیم یک حوزه منفرد موضوعی دلالت دارد. در حوزه ارتباطات میان فرهنگی نیز، اصطلاحات نقش اساسی داشته و از طریق بررسی و تحلیل آن‌ها می‌توان به اصول حاکم بر آن‌ها و مبانی آن دست‌یافت. در انتخاب روش بررسی مناسب از میان مکاتب و روش‌های اصطلاح‌شناسی، مکتب وین و به‌تبع آن الگوی اصطلاح‌شناسی ارتباطی کاربر بهترین روش جهت پژوهش حاضر است زیرا هم عملکردی چندوجهی دارد و هم در هنگام بررسی اصطلاحات، به بعد ارتباطی آن‌ها توجه ویژه‌ای شده است.

از آنجا که در عصر حاضر دین و کارکردهای آن جایگاه ویژه‌ای در همه امور از جمله: امور اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... به دست آورده است، شایسته است از مبانی دین اسلام جهت نقد و رفع نقص حوزه ارتباطات بین فرهنگی بهره‌برداری شود. از جمله کارهای انجام‌شده در این زمینه استفاده از الگوی قرآنی تعارف است. در کتاب هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی نوشته اصغر اسلامی تنها و سید محمدعلی غمامی نیز به ترسیم الگوی ارتباطات میان فرهنگی اسلامی بر مبنای اصطلاح قرآنی تعارف پرداخته است. در آیه ۱۳ سوره حجرات آمده است:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ: ای مردم، ما همه شما را نخست از مرد و زنی آفریدیم و آنگاه شعبه‌های بسیار و فرق مختلف گردانیدیم تا یکدیگر را بشناسید، همانا بزرگوار و بافخارترین شما نزد خدا باتقواترین شماست، همانا خدا کاملاً دانا و آگاه است.

هدف تعارف رسیدن به توحید است که نه تنها تکثر قومی و فرهنگی را از بین نمی‌برد بلکه آن را ایجاد می‌کند.

ساموور برجسته‌ترین نظریه‌پرداز در حوزه ارتباطات بین فرهنگی، بر این باور است که مهم‌ترین عامل تمایز فرهنگ‌ها مذهب است و تمام ساحت‌های حیات انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به همین دلیل در این پژوهش به استفاده از مذهب و بهره‌گیری از مبنای نظری اصطلاح قرآنی تعارف جهت نقد و بررسی مبانی موجود استفاده می‌شود. بر طبق نظریه اسلامی تعارف فرهنگ‌ها در عین تکثر واحد هستند و همگی حول محور توحید شکل می‌گیرند. الگوی قرآنی تعارف دیگر الگوها را نفی نمی‌کند بلکه آن‌ها را مبتنی بر هم‌گرایی و یکدلی بازسازی می‌کند.

چیستی تعارف

تعارف مصدر باب تفاعل و از ماده ع، ر، ف است و از نظر لغوی به معنای یکدیگر را شناختن است و در اینجا به معنای مشارکت به کار می‌رود. به‌طور کلی بررسی واژه شناختی تعارف به این شرح است: «تعارف یا هم‌شناسی، عمل مشترکی است که دو فرد یا دو گروه مختلف یا بیشتر انجام می‌دهند تا یکدیگر را بشناسند. این امر با شناساندن خود و دیگری محقق می‌شود به گونه‌ای که هر کدام علم و معرفت به دیگری یافته و هریک نزد دیگری معلوم، متمایز و آشکار باشند. تعارف یا هم‌شناسی عبارت است از تعامل شایسته خود با دیگری.» (اسلامی تنها، ۱۳۹۵، ۱۷۶)

چرایی تعارف

«در پاسخ به چرایی تعارف به دو سؤال اهمیت تعارف و غایت آن پاسخ داده می‌شود:

- اهمیت آن این است که یک تجویز الهی است که در قرآن به آن تأکید شده و این

اختلاف از سوی خداوند جعل شده تا زمینه‌ای برای بالفعل کردن پیوند معرفتی بین انسان‌ها

باشد. عدم تحقق تعارف به معنای غفلت و بی‌توجهی به این ظرفیت معرفتی انسان‌هاست و نیز نبود آن به تعبیر علامه طباطبایی در تفسیر المیزان، به جدایی، ستیزه، برتری و برخورد مبدل می‌شود.

- غایت تعارف همان غایت خلقت انسان است. خداوند متعال انسان را آفرید تا شناخته شود و گام اول برای شناخت خداوند، شناخت خود انسان است. انسان نیز نمی‌تواند خود را بشناسد مگر در آینه دیگری. با متمایز شدن انسان‌ها امکان شناخت کامل انسان فراهم می‌شود.» (اسلامی تنها، ۱۳۹۵، ۱۷۷)

چگونگی تعارف

«در آیه تعارف از ۴ جنبه به مسئله روابط خود و دیگری پرداخته شده است. اول از جهت تکوینی خلقی، دوم تکوینی جعلی و سپس جهت تشریحی و درنهایت جهت ارزشی. بخش نخستین آیه بیان می‌کند که تمایز خود از دیگری در قالب جنسیت و اشکال گوناگون تجمع انسانی مانند شعوب و قبائل، ملل و شرایع، مدن و امم یک امر تکوینی و نه قراردادی است (وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ). بخش دوم آیه نیز حاکی از سنت تشریح الهی است (لِتَعَارَفُوا). چگونگی کنش میان فرهنگی و تحقق اراده تشریحی الهی در قالب تعارف و همدیگر را شناسی و با رعایت اصول کرامت و تقوا است (إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ). تعارف و همدیگرشناسی نیز باید برمدار توحید و ایمان به علم و آگاهی مطلق الهی انجام گیرد چراکه به‌راستی خداوند بسیار دانا و آگاه است (إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ).» (اسلامی تنها، ۱۳۹۵، ۱۸۵)

«دیدگاه قرآن نسبت به مسئله شناخت میان فرهنگی بر دو عنصر بازخورد با اندیشه دیگران و گزینش آگاهانه تأکید دارد. این دیدگاه موجب می‌شود که عقل انسانی هیچ راه بسته‌ای که حق ورود به آن را نداشته باشیم در مقابل خود نبیند. البته این تعامل و مبادله

فرهنگی باید همراه با اندیشه و بصیرت باشد. اسلام نه تنها اقوام و ملل کنونی را نفی نمی‌کند بلکه آن‌ها را مورد شناسایی قرار داده و بر همین اساس نیز نظریه خود را بنا می‌نهد. تحقق این نظریه با یک شیوه علمی صحیح مبتنی بر دو رکن است: توجه به اندیشه دیگران، گزینش صحیح در میان اندیشه‌ها. «(اسلامی تنها، ۱۳۹۵، ۱۹۵) حسن یوسف زاده در ترسیم الگوی ارتباط میان فرهنگی در اسلام بر این باور است که «این الگو رویکردی هنجاری و ارزشی به ارتباطات میان فرهنگی دارد. الگوی ارتباط میان فرهنگی ترسیم چارچوب کنش میان فرهنگی از نگاه اسلامی است. چارچوب کنش میان فرهنگی بر پایه شش اصل مستخرج از آموزه‌های اسلامی استوار است. الگوی ارتباط میان فرهنگی، الگویی هنجاری است و کنشی که با الهام از این الگو صورت گیرد، کنش دعوتی نام می‌گیرد. کنش دعوتی گفتگوی مبتنی بر حکمت باهدف دعوت به راه خداست که در قالب مشترکات ادیان، فطرت بشری و نیز دین اسلام تجلی می‌یابد.» (یوسف زاده، ۱۳۹۳، ۱)

نکته دیگر در ترسیم الگوی تعارف این است که «زمان و مکان بخش اصلی الگوی ارتباطات میان فرهنگی در قرآن است. بهترین زمان و مکان شناخت باید مشخص شود تا تعارف به تمام عینیت یابد و حقیقت آن در این جهان رخ نماید و امکان تعارف اثبات گردد. علاوه بر این تا زمانی که انسان‌ها در بستر تاریخی و جغرافیایی واحدی قرار نگیرند قادر نیستند همدیگر را درک کنند و در معرفتی مشترک با یکدیگر سهیم شوند. توجه به زمان و مکان در تعارف آن را به الگوی تعاملی و تراکنشی ارتباطات نزدیک می‌کند اما در تعارف این نکته نیز مورد توجه است که حاضر شدن خود در مکان و زمانی که دیگری قرار گرفته است با حاضر شدن دیگری هر دو باید هجرت کنند. باید زمان و مکان سومی وجود داشته باشد که خود و دیگری احساس تعلق به آن داشته باشند و دربی بازگشت به آن باشند. آن زمینه‌ای خواهد بود که خود و دیگری به بهترین شناخت از همدیگر برسند.» (اسلامی تنها، ۱۳۹۵، ۲۰۰)

فهرست منابع

- قرآن کریم.
۱. آذری، میرحسن، تنوع فرهنگی: سیری در اقدامات و اعلامیه‌های یونسکو، تهران، دفتر مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۵.
 ۲. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا، جامعه‌شناسی توسعه، چاپ ششم، تهران، نشر کیهان، ۱۳۸۶.
 ۳. استونز، راب، متفکران بزرگ جامعه‌شناسی، مهرداد میردامادی، چاپ سوم، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۳.
 ۴. اسلامی تنها، علی‌اصغر، غمامی، سید محمدعلی، هم‌شناسی فرهنگی، الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵.
 ۵. بشیر، حسن، محمدرضا، روحانی، نظریه هم فرهنگی و گروه‌های هم فرهنگ: مطالعه مناسبات مسلمانان در آمریکا، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۸، تابستان ۱۳۸۸، ۹۷-۱۲۳.
 ۶. حقانی، نادر، مهارت پنجم، پژوهش زبان‌های خارجی، شماره ۲۵، پاییز، ۱۳۸۴، ۱۰۷-۱۱۸.
 ۷. حسینی بهشتی، ملوک السادات، ساختار، اصطلاح‌شناسی و مهندسی دانش، پژوهشگاه علوم و فناوری ایران، تهران، نشر چاپار، ۱۳۹۳.
 ۸. تقوی، سید محمدعلی، به رسمیت شناختن تفاوت‌های فرهنگی در عرصه عمومی جامعه: بررسی و نقد نظریه چارلز تیلور، فصلنامه نامه مفید، شماره ۱۳۸۸، ۴۴.
 ۹. دهقان، علیرضا، معتمدی، بشیر، الگوی دینی پیرامون ارتباطات بین فرهنگی، نشریه راهبرد، بهار ۱۳۹۳ شماره ۳۶-۷.
 ۱۰. توکلی خمینی، نیره، جامعه‌شناسی صنعتی، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۹، چاپ نهم، ۲۰۶.
 ۱۱. رضی، حسین، ارتباطات میان فرهنگی (تاریخ، مفاهیم و جایگاه)، فصلنامه امام صادق، ۱۳۷۷.
 ۱۲. روح‌الامینی، محمود، زمینه فرهنگ‌شناسی تألیفی در انسان‌شناسی فرهنگی، تهران، انتشارات عطار، ۱۳۶۸.
 ۱۳. ساروخانی، باقر، درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی، جلد ۱، چاپ سوم، تهران، کیهان، ۱۳۸۰.
 ۱۴. ساموور، لاری، پورتر، ریچارد و استفانی، لیزا، ارتباط بین فرهنگ‌ها، غلامرضا کیانی، اکبر میرحسینی، مرکز بازشناسی اسلام و ایران (باز)، تهران، ۱۳۷۹.
 ۱۵. سلیمی، علی، درون‌مایه‌های یک نظریه ارتباطات میان فرهنگی در آموزه‌های قرآنی، دو فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، تهران، ۱۳۷۹.
 ۱۶. سمائی، فرشید، گرایش‌های نوین اصطلاح‌شناسی امروز، ادبیات و زبان‌ها، مطالعات واژه‌گزینی، ویژه‌نامه فرهنگستان، زمستان ۱۳۹۵، شماره ۱، ۱ تا ۷۸.
 ۱۷. شیلر، هربرت، وسایل ارتباط‌جمعی و امپراتوری آمریکا، ترجمه احمد میر عابدینی، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۷۷.
 ۱۸. شرف‌الدین، سید حسین، ارتباطات میان فرهنگی در یک نگاه، فصلنامه معرفت، ش ۱۳۸۸، ص ۱۳۹.

۱۹. عابدی جعفری، حسن، نوه ابراهیم، عبدالرحیم، حسن پور، اکبر، پیرملکی، پویا، نقد روشمند مطالعات دین و مدیریت در غرب و ارائه یک طرح تحقیقاتی برای بررسی پیشینه تحقیق در این حوزه، فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی، سال ۲۳ شماره ۹۹، پاییز ۱۳۹۶، ۴۵ - ۷۶.
۲۰. فرخی، میثم، کاوشی نظری پیرامون پدیده جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی - رسانه‌ای یکسان‌سازی و همگونی فرهنگی، ۱۳۹۴.
۲۱. فلبر، هلموت، مبانی اصطلاح‌شناسی، ترجمه محسن عزیزی، تهران، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، ۱۳۸۱.
۲۲. قاسمی، فرهاد، اصول روابط بین‌الملل، تهران، نشر میزان، ۱۳۹۱.
۲۳. کریمی مله، علی، چند فرهنگ‌گرایی و رهیافت‌های مختلف آن، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال دوم، شماره چهارم، پاییز ۲۱۱، ۱۳۸۶-۲۴۸.
۲۴. کوئن، بروس، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه غلام عباس توسلی و رضا فاضل، تهران، نشر سمت، ۱۳۸۶.
۲۵. گادیکانست، ویلیام بی. نظریه‌پردازی درباره ارتباطات میان فرهنگی (جلد اول) ترجمه حسن بشیر و همکاران، تهران، چاپ دانشگاه امام صادق، ۱۳۹۶.
۲۶. گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، چاپ چهارم، منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۷۷.
۲۷. گریفیتس، مارتین، دانش‌نامه روابط بین‌الملل و سیاست جهان، چاپ اول، علیرضا طیب، تهران، نی، ۱۳۸۸.
۲۸. لهستانی‌زاده، عبدالعلی، جامعه‌شناسی توسعه، چاپ هفتم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۸.
۲۹. محمدی، علی، ماهنامه کیهان فرهنگی، امپریالیسم فرهنگی و هویت فرهنگی، حسین بشیر، خرداد ۱۳۸۲، شماره ۲۰۰.
۳۰. مرادی، مریم، رحمانی، مرضیه، بررسی رابطه متقابل زبان و فرهنگ، با استفاده از فرضیه نسبیت زبان‌شناختی. دوره ۱۲، شماره ۱۶ بهار و تابستان (۱۳۹۵).
۳۱. معین، محمد، فرهنگ فارسی، تلخیص مجموعه شش‌جلدی، تهران، نشر سرایش، ۱۳۸۰.
۳۲. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، جلد ۲، چاپ سی و دوم، تهران دارکتب اسلامی، ۱۳۷۴.
۳۳. موس، مارسل، رساله پیشکش، ترجمه لیلا اردبیلی، تهران، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۹۴.
۳۴. مولانا، حمید، گذر از نوگرایی، چاپ اول، مترجم یونس شکر خواه تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۷۱.
۳۵. ولفگانگ، دونزباخ، ارتباطات توسعه، ترجمه حسین حسینی، سر ویراستار حسن بشیر، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۹۵.
۳۶. ولی‌خان‌ی ماشاءالله، منصور، رحمتی، تأثیر روابط میان فرهنگی بر شیوه زمامداری از دیدگاه حضرت علی دو فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۰، شماره ۱، بهار و تابستان (۱۳۹۵) ۸۱-۹۷.
۳۷. یوسف زاده، حسن، الگوی ارتباطات میان فرهنگی در اسلام، دانشگاه باقرالعلوم علیه‌السلام، دانشکده علوم اجتماعی، ۱۳۹۳.
۳۸. _____، بررسی نقش فرهنگ و زبان در ارتباط میان فرهنگی، معرفت فرهنگی اجتماعی، سال هفتم، شماره چهارم، پیاپی ۲۸، پاییز ۱۳۹۵، ص ۱۸۳.

39.-Baker, Keith, Hybrids, Paradigms and Boundry spanning: A conceptual framework, Birmingham University, Institute of Local Government Studies, 2004.

40. -Budin, G. A Critical Evaluation of the State-of-the-Art of Terminology Theory, Terminology Science & Research, 12 (1-2), pp. 7-23 (2001)
41. -Cabré, M. T (1999a), Terminology: Theory, Methods and Applications, edited by Juan C. Sager and translated by Anne Decesaris, Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
42. -Cabré, M. T (2003), "Theories of Terminology: Their Description, Prescription and Explanation", Terminology, 9 (2), pp.163-199.
43. - Scholte, J.A, The International relations of Social Change, Buckingham, open university press, 1993, P 13-14.
44. - Miller, Richard, 2013/10/01- Gudykunst, William B DO-10.1002/9781118339893.wbecp256
45. -Prosser, Michael H. Intercultural Communication Theory and Research Overview of Major Constructs, in B.O.Ruben, Communication Yearbook 2, Transaction Press, 1978, pp.335-350.
46. - Rohrlich, Paul Egon, Why Do We Study Intercultural Communication, International Journal of Intercultural Relations, II, 1987, pp. 123-128.
47. -Samovar. Larry A. Richard E. Porter, Intercultural Communication, A Belmont, Wadsworth, 1994.
48. - Samovar. Larry A. Richard E. Porter, Communication between Cultures, Belmont, Wadsworth, 1995.
49. -Wolfgang Donsbach, the international encyclopedia of communication, 2008, by Blackwell Publishing Ltd.
50. -Wolfgang, Donsbach, the concise the encyclopedia of communication, 2015, by Blackwell Publishing Ltd.