

## مطالعه انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان روسی

### جامعه‌المصطفی‌العالمیه از مردم ایران

علی مومنی<sup>۱</sup>، احسان شاه قاسمی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۰۰/۶/۱۲، تاریخ تایید: ۰۰/۷/۱۰

#### چکیده

انگاره‌های بین فرهنگی تصاویر ذهنی انتزاعی هستند که انسان‌ها از یکدیگر و چیزهای موجود در جهان می‌سازند و بدین وسیله جهان را فهم‌پذیرتر می‌کنند. این پژوهش به مطالعه انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان روس جامعه‌المصطفی‌العالمیه از مردم ایران، می‌پردازد. به این جهت از نظریه انگاره‌های بین فرهنگی به عنوان بخش نظری پژوهش استفاده شده است. از میان انواع انگاره‌های بین فرهنگی، دو انگاره خویش‌نمایی و شخصی مورد استفاده قرار گرفت. روش پژوهش حاضر، کیفی است و برای گردآوری داده‌ها از تکنیک مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شده است. در مجموع با تحلیل مضمون استفاده شد. به‌طور کلی روند انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان، پیش از ورود، خطی، مثبت و یکدست بوده است، اما پس از ورود دستخوش تغییراتی شده و چندگانه می‌شود. انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی، «متدین»، «همراه با نظام سیاسی ایران» و «اخلاق‌مدار» بوده است؛ اما این انگاره‌ها پس از ورود به ایران تغییر پیدا کرده و مخالف آنها انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان روسی را بر ساخته است. دانشجویان روسی پس از ورود به ایران انگاره‌های مثبتی مانند «بازنمایی قدرتمندی»، «نیک‌کنشی» و «مناسک‌گرایی» را نیز بر ساختند. همچنین رفتار مردم ایران در خصوص تحصیل دانشجویان در ایران باعث ساخت انگاره خویش‌نمایی منفی (انگاره‌های منفی دیگران درباره آنها) مانند «رفاه در کشور روسیه» و «زمینه‌ساز فقر» در مصاحبه‌شوندگان روسی شده است. به دیگر سخن، دانشجویان دچار پروتوتایپ و مگا پروتوتایپ شناختی شده‌اند.

**واژگان کلیدی:** جامعه‌المصطفی‌العالمیه، انگاره‌های بین فرهنگی، انگاره خویش‌نمایی، انگاره شخصی، دانشجویان روسی.

۱ کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران ali.momeni.77@ut.ac.ir

۲ استادیار گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران shahghasemi@ut.ac.ir

## مقدمه و بیان مسئله

ذهن انسان یک هستنده پیچیده است و روش‌های خود را برای شناخت جهان و انسان‌های موجود در آن دارد. یکی از ویژگی‌های ذهن انسانی این است که همه چیزهایی که قرار است بشناسد را طبقه‌بندی می‌کند. طبقه‌بندی‌ها اساس اندیشه‌ها و تصورات آدمی را شکل می‌دهند ولی وقتی قرار باشد که این طبقه‌بندی‌ها برای شناخت فرهنگ‌های دیگر به کار روند، مشکلاتی پدید می‌آید. گروه‌های فرهنگی از بدبازنمایی و کلیشه‌سازی علیه خودشان انتقاد می‌کنند و خواهان تصویری بهتر - یا به قول خودشان واقعی‌تر از خودشان هستند. این بدبازنمایی در سال‌های اخیر درباره ایران مصداق‌های زیادی داشته است و تصویری نامطلوب از ایرانیان ساخته است (برای نمونه نگاه کنید به Ameli & Shahghasemi, 2017, Shahghasemi, 2017, و Shahghasem, Heisey & Mirani, 2011).

خارجیانی که برای بار نخست به ایران سفر می‌کنند قبل از ورود به ایران، نسبت به مردم و فرهنگ آن کشور تصورات و انگاره‌هایی را دارند که به واسطه بسیاری از منابع مانند دوستان، تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی، سفرهای پیشین و... ایجاد شده است. انگاره‌های بین فرهنگی دسته‌هایی عام و کلی از دانش هستند که در مورد تجارب گذشته با ساخت کلیشه‌ها و قالب‌ها، در ذهن ما سازمان‌دهی شده و برای هدایت رفتار ما در بسیاری از موقعیت‌های آشنا استفاده می‌شود (نیشیدا، ۱۳۹۶). با حضور مهاجران، خصوصاً محصلان خارجی، در ایران، «ارتباطات بین فرهنگی»<sup>۱</sup> رخ می‌دهد. ارتباطات بین فرهنگی، میان دو گروه از مردم است که ادراکات فرهنگی و سیستم نمادینشان از یکدیگر جدا است تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند (ساوور، ۱۳۸۴)، نقل شده در نوربخش، ۱۳۸۷)). این نوع از ارتباط می‌تواند میان نژادها، قومیت‌ها، مذاهب و... رخ دهد. بنت<sup>۲</sup> معتقد است که مطالعات ارتباطات بین فرهنگی به دنبال یافتن پاسخی برای این سؤال است که چگونه مردم یکدیگر را درک می‌کنند؟ به‌ویژه در مواقعی که مشترکات فرهنگی ندارند (Bennett, 1986). باید در نظر داشت که ارتباطات بین فرهنگی باید به عنوان یک فرایند پیچیده و نه فقط یک برخورد سطحی و گذرا، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد (Stier, 2006). در ارتباطات بین فرهنگی

1 Intercultural Communication  
2 Milton J. Bennett

انگاره‌های ذهنی به دلیل ساده‌سازی الگوهای رفتاری و قاعده‌مند کردن آنها به شدت از قدرت تعمیم‌پذیری برخوردارند، اما با اینکه کار را آسان می‌کنند، ممکن است نتیجه‌گیری را به سمت نادرستی هدایت کنند (گیدنز، ۱۳۷۸) نقل شده در عاملی و حجاری (۱۳۹۷: ۱۰۴). لذا انگاره‌های بین فرهنگی می‌تواند در نوع برخورد ابتدایی ما با افراد دیگر فرهنگ‌ها، بسیار تأثیر بگذارد. دانشجویانی که برای تحصیل به ایران می‌آیند نیز از این قاعده مستثنی نیستند؛ آنها با برخورد با منابع اطلاعاتی متنوع، انگاره‌های خاصی را نسبت به فرهنگ مردم ایران در ذهن خود ساخته‌اند.

جامعه‌المصطفی‌العالمیه نهادی آموزشی و علمی در گستره‌ای بین‌المللی است که با هویتی حوزوی به دنبال گسترش علوم انسانی، اسلامی و اجتماعی با رویکردی آموزشی، پژوهشی و تربیتی است. این نهاد، دانشجویان بسیاری از کشورهای مختلف دنیا تحت تعلیم خود قرار داده و رشته‌هایی مانند فقه، اصول فقه، قرآن، حدیث، فلسفه، عرفان، اخلاق، روانشناسی، اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، ارتباطات و... را با رویکرد اسلامی ارائه می‌دهد. بسیاری از دانشجویان این نهاد علمی، غیر ایرانی هستند و باید برای گذران تحصیل خود وارد کشور ایران شده و سپس به کشور خود بازگردند. دانشجویان در طول تحصیل باید زبان فارسی را به خوبی فراگیرند؛ چراکه زبان اصلی برای آموزش آنهاست؛ همچنین آنها برای زندگی در کشور ایران نیز نیاز به یادگیری زبان فارسی دارند. به دیگر سخن، آنها با یادگیری زبان فارسی بخشی از فرهنگ ایرانی را در خود درونی می‌کنند. گروهی از دانشجویان جامعه‌المصطفی‌اهل کشور روسیه هستند. دانشجویانی که از این کشور همسایه برای تحصیل به ایران می‌آیند، قبل از ورود، انگاره‌هایی را نسبت به فرهنگ و مردم ایرانی داشتند و به واسطه مدت اقامت و مواجهات مکرر خود با فرهنگ مردم ایران، ارتباط بین فرهنگی این دو گروه شکل می‌گیرد و امکان تغییر آن انگاره‌ها ایجاد می‌شود. هدف از این پژوهش مطالعه و ارزیابی انگاره‌های ذهنی دانشجویان روسی جامعه‌المصطفی‌العالمیه از مردم ایران است. با استفاده از روش کیفی و بر اساس تکنیک مصاحبه، انگاره‌های ذهنی ۱۲ نفر از دانشجویان روسی این دانشگاه را نسبت به مردم ایران پیش و پس از ورود به کشور ایران جمع‌آوری کرده و یافته‌ها را بر اساس روش تحلیل مضمون مورد تحلیل قرار دادیم.

## چهارچوب نظری

چهارچوب نظری این پژوهش نظریه «انگاره‌های بین فرهنگی»<sup>۱</sup> است. نظریه انگاره‌های بین فرهنگی یا طرح‌واره‌های فرهنگی، تابعی از شناخت اجتماعی است که توسط فرهنگ ساخته شده است (Sharifian, 2014). طبقه‌بندی در شناخت اجتماعی به ما کمک می‌کند که از تفکر بیش‌ازاندازه برای افراد مختلف دوری کنیم. یکی از طبقه‌بندی‌ها طبقه‌بندی انگاره‌ای است (Shahghasemi, 2017). تیلور و کراکر<sup>۲</sup> نیز معتقدند که انگاره، یک ساختار شناختی است که بخشی از بازنمایی گستره‌های انگیزی، تعریف شده است. این انگاره شامل دانش عمومی در مورد آن گستره است؛ از جمله مشخصات روابط بین ویژگی‌های آن و همچنین مثال‌های خاص یا مواردی از حوزه محرک. لذا، یکی از وظایف اصلی یک انگاره ارائه پاسخ به سؤال است: «این چیست؟» (Taylor & Crocker, 1981)؛ بنابراین، انگاره‌ها مجموعه‌ای عمومی از دانش تجربیات گذشته است که در گروه‌های دانش مرتبط سازمان یافته‌اند و برای هدایت رفتارهای ما در موقعیت‌های آشنا استفاده می‌شوند (Nishida, 1999). البته انگاره‌ها می‌توانند حین تعاملات اجتماعی ما نیز شکل بگیرند؛ زمانی که ما با اعضای یک فرهنگ در حال تعامل هستیم یا درباره مسائل مختلفی با آنها تعامل می‌کنیم، انگاره‌های بین فرهنگی در ذهن ما تولید و ذخیره می‌شوند؛ این انگاره‌ها در قالب سیستم‌های بهم‌وابسته با یکدیگر ادغام شده و ساختار چندوجهی و پیچیده‌ای را ساخته که زیربنای رفتارهای بعدی ماست (نیشیدا، ۱۳۹۶). انگاره‌های بین فرهنگی دسته‌بندی و انواع گوناگونی دارد؛ به‌طور کلی می‌توان انگاره‌های بین فرهنگی را به ۸ بخش تقسیم کرد:

۱. انگاره‌های واقعیت و مفهوم<sup>۳</sup>: اطلاعات عمومی درباره واقعیت‌هایی مانند «توکیو پایتخت ژاپن است» و مفاهیمی مانند «دوچرخه از دسته وسایل نقلیه‌ای است که دارای دو چرخ، صندلی و فرمان است» هستند (Quoted in Chi(1981), Hampton(1982) Nishida,(1999,p.757)).

۲. انگاره‌های شخصی<sup>۴</sup>: اطلاعات و دانش نسبت به افراد مختلف و ویژگی‌های شخصیتی آنهاست. به عبارتی افراد را به واسطه ویژگی‌های شخصیتی که در آنها غالب است، دسته‌بندی می‌کنیم (Taylor & Crocker, 1981).

1 Cultural schema theory

2 Taylor and Crocker

3 Fact and Concept Schemas

4 Person Schemas

۳. انگاره‌های خویشتن<sup>۱</sup>: آگاهی و دانشی که نسبت خود داریم. شیوه نگرش ما به خودمان و شیوه نگرش دیگران نسبت به ما. لذا در ساخت هویت و تعریف خود بسیار اهمیت دارند (Taylor & Crocker, 1981; Nishida, 1999).

۴. انگاره‌های نقش<sup>۲</sup>: انگاره‌هایی که دانش درباره نقش‌های اجتماعی را شامل می‌شود. افراد به واسطه جایگاه و موقعیت اجتماعی خاص خود، انتظارات رفتاری را برای دیگری ایجاد می‌کنند (Taylor & Crocker, 1981; Nishida, 1999).

۵. انگاره‌های زمینه<sup>۳</sup>: اطلاعات در مورد موقعیت یا شرایط مناسب پارامترهای رفتاری هستند. این انگاره پیش از اینکه انگاره‌های رویه و راهبرد فعال شوند، فعال می‌شود (Turner, 1994; Nishida, 1999).

۶. انگاره‌های رویه<sup>۴</sup>: انگاره‌های سلسله‌مراتبی‌ای هستند که شامل اطلاعات در مورد اقداماتی که باید انجام شود، هستند. از منظر ترنر انگاره‌های رویه، نظام‌های متمایزی هستند که از برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات گذشته برگرفته شده‌اند. این انگاره‌ها علت اصلی انجام کنش‌ها توسط مردم هستند. البته تمایز بین دانش اعلامی و رویه‌ای (یعنی دانستن چه چیزی در مقابل دانستن چگونگی) مهم است. به‌عنوان مثال، دانستن قوانین و قواعد فوتبال با توانایی انجام آن متفاوت است (Zola & Squire, 1990; Turner, 1994; Nishida, 1999; Taylor & Crocker, 1981).

۷. انگاره‌های راهبرد<sup>۵</sup>: دانش درباره راهبردهای حل مسئله است. عواملی که در انتخاب راهبرد افراد مؤثر است، تخصص و مهارت‌های شخصی است (Turner, 1994; Nishida, 1999).

۸. انگاره‌های هیجانی<sup>۶</sup>: حاوی اطلاعاتی درباره احساسات و تأثیر و ارزیابی آن در حافظه بلندمدت است که با فعال شدن سایر انگاره‌ها قابل دسترسی است. این انگاره‌ها در تعاملات اجتماعی در طول زندگی فرد ساخته می‌شوند (Nishida, 1999).

1 Self Schemas

2 Role Schemas

3 Context Schemas

4 Procedure Schemas

5 Strategy Schemas

6 Emotion Schemas

در این پژوهش سعی شده است با استفاده از تقسیم‌بندی‌های نظری تیلور و کراکر (۱۹۸۱)، نیشیدا (۱۹۹۰) و ترنر (۱۹۹۴) درباره انگاره‌های بین فرهنگی، از انگاره خویشتن (نگرش دیگران نسبت به ما) و انگاره شخصی برای مطالعه انگاره‌های ذهنی نمونه‌های مورد مطالعه، استفاده شود.

## سؤالات تحقیق

با توجه به چهارچوب نظری و اهداف تحقیق، سؤالات اصلی این پژوهش به شرح ذیل است:

۱. انگاره‌های ذهنی دانشجویان روسی نسبت به مردم ایران، پیش و پس از ورود به ایران چه بوده است؟

۲. منابع ساخت انگاره‌های ذهنی چه بوده است؟

۳. مؤلفه‌های فرهنگی پذیرفته‌شده و غیرقابل پذیرش نسبت به مردم ایران چه بوده است؟

۴. انگاره‌های ذهنی مردم ایران نسبت به دانشجویان چه بوده است؟

## روش تحقیق

برای پاسخ به سؤالات تحقیق از روش تحقیق کیفی استفاده شده است. تحقیق کیفی یک رویکرد تفسیری است، که سعی دارد از طریق تجربیات بین فرهنگی شرکت‌کنندگان، به معانی و رفتارهای خاصی که در یک پدیده اجتماعی خاص تجربه شده است، بینشی کسب کند. روش تحقیق کیفی برای کمک به محققان در درک مردم و زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی که در آن زندگی می‌کنند، طراحی شده است (Bolderston & Palmer, 2006). «ساختن معنا و از آن خود کردن، آن چیزی است که پژوهشگران کیفی به دنبال آن هستند. از این منظر، معنا چیزی است که کنش جمعی - از تصور ما درباره صور احتمالی کنش تا تأمل ما درباره‌ی صورتهای کنش بالفعل - را ساخت می‌بخشد» (لیندلف و تیلور، ۱۳۹۷: ۳۹).

یکی از تکنیک‌های جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش کیفی، مصاحبه است. در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته<sup>۱</sup> باید داده‌ها را از افراد مشخص، در یک مرحله جمع‌آوری کرد. در این فرایند،

---

1 semi-structured interview

پرسش‌های یکسان و از پیش تعیین‌شده، از تمام پاسخ‌دهندگان به صورت مشابه پرسیده می‌شود اما پاسخ‌دهنده به صورت آزادانه ایده‌های خود را بیان می‌کند (عاملی، ۱۳۹۲)؛ به دیگر سخن، هرکدام از مصاحبه‌شوندگان مخزن پیچیده‌ای از اطلاعات و دانش درباره‌ی موضوع مورد مطالعه هستند، که از آن به عنوان نظریه شخصی یاد می‌شود (فلیک، ۱۳۹۹).

شیوه نمونه‌گیری نیز بر اساس روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی<sup>۱</sup> (زنجیره‌ای) انجام شد. در این روش نمونه‌ها به واسطه افرادی که می‌دانند پژوهشگر به دنبال چه کسانی با چه ویژگی‌هایی است، مشخص می‌شوند (لیندلف و تیلور، ۱۳۹۷). همچنین این روش برای گروه‌های دیرپاب مانند دانشجویان روسی که تعداد کمی دارند و امکان دسترسی پایینی دارند، بسیار مفید است. در مجموع با ۱۲ دانشجوی روسی در مدت زمان یک‌ماهه (نیمه دوم اردیبهشت و نیمه اول خرداد ۱۴۰۰) مصاحبه شد. ویژگی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ درج شده است. شیوه جمع‌آوری داده و انجام مصاحبه به صورت آنلاین و به واسطه پیام‌رسان‌های در دسترس پاسخگویان، بوده است. «مصاحبه می‌تواند به صورت چهره به چهره، با تلفن، یا به شکل آنلاین باشند. مصاحبه‌های آنلاین با ایمیل یا چت امکان‌پذیر است» (دیمن و هالووی، ۲۰۰۲)، نقل شده در عاملی، (۱۳۹۲: ۲۸۲). در ابتدا، مکالمه‌ای با آنها مبنی بر اعلام رضایت برای حضور در این مصاحبه‌ی آنلاین صورت گرفت، سپس سوالات برای آنها ارسال شده و پاسخ‌ها به صورت صوتی یا نوشتاری جمع‌آوری شد. همچنین جمع‌آوری داده‌ها بر اساس مفهوم اشباع نظری<sup>۲</sup>، تا زمانی که هیچ گواه و مفهوم جدیدی از داده‌ها حاصل نشد، ادامه داشت.

در این پژوهش، تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس روش تحلیل مضمون<sup>۳</sup> انجام شد. تحلیل مضمون یک روش اساسی برای تجزیه و تحلیل کیفی است؛ چراکه مهارت اصلی را برای انجام بسیاری از اشکال دیگر تجزیه و تحلیل کیفی فراهم می‌کند (Braun & Clarke, 2006). مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و به توصیف و تفسیر آنها می‌پردازد (Boyatzis, 1998). برای فرایند تحلیل مضمون، ابتدا تمام داده‌ها به طور کامل به نوشتار

1 Snowball sampling

2 Theoretical saturation

3 Thematic analysis

تبدیل شده، سپس فرایند کدگذاری خرده مضامین و درنهایت استخراج مضامین اصلی انجام شد.

جدول (۱) ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان دانشجویان روسی جامعه المصطفی العالمیه

ردیف	نام	مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی
۱	حسین	کارشناسی ارشد	مطالعات اسلامی
۲	ابوذر	کارشناسی ارشد	فقه و اصول
۳	علیرضا	کارشناسی ارشد	فلسفه اسلامی
۴	فضل‌الدین	دکتری	قرآن و مستشرقان
۵	یالچین	دکتری	علوم حدیث
۶	اشرف	کارشناسی	فلسفه
۷	عروه	کارشناسی	عمومی
۸	المیر	کارشناسی ارشد	تفسیر و علوم قرآن
۹	الیاس	دکتری	حدیث تطبیقی
۱۰	شامیل	کارشناسی ارشد	تاریخ اهل‌بیت
۱۱	المار	کارشناسی	اصول فقه
۱۲	رامیز	کارشناسی ارشد	اخلاق و تربیت

### یافته‌های تحقیق

در این بخش تمامی پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، کدگذاری و تقسیم‌بندی شده‌اند. تقسیم‌بندی موجود در این بخش بر اساس ترکیب موضوعی است که به شرح ذیل است:

#### انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی، از فرهنگ مردم ایران

انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی از فرهنگ مردم ایران، که ذیل انگاره‌های شخصی قرار می‌گیرد، دارای سه مضمون کلی «متدین»، «همراه با جمهوری اسلامی» و «اخلاق‌مدار» بوده



است. به‌طور کلی انگاره‌های پیشینی دانشجویان، نشان‌دهنده وجود انگاره‌های یکدست نسبت به تمام مردم ایران و عدم وجود چندگانگی عقیدتی و فرهنگی بوده است.

## الف) متدین

انگاره پیشینی این محصلان عمدتاً این بوده که اکثر مردم ایران مردمی بسیار متدین هستند.

«قبل از اینکه وارد ایران شوم فکر می‌کردم که مردمی هستند که بر اساس دین اسلام حرکت می‌کنند. البته می‌دانستم همه مساوی و یکسان نیستند ولی در مجموع فکر می‌کردم تعداد مذهبی‌ها بسیار زیاد است. اما وقتی ایران آمدم دیدم انواع جاهلیت در ایران خیلی زیاد است» (المار، کارشناسی اصول فقه).

«قبل از اینکه به ایران بیایم من فکر می‌کردم مردم مذهبی‌تر و خانم‌ها محجبه‌تر هستند و بعد که آمدم مثلاً دیدم که نه این‌طور نیست و بدحجاب زیاد است (مخصوصاً در تهران) و آن توقعی که من داشتم بیشتر که مردم مذهبی هستند و این‌ها بهم ریخت» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«نگاه ما بسیار مثبت بود. مردم ایران را با تقوا و بسیار مؤمن می‌دانستیم؛ آن‌هم! به خاطر حضرت امام و انقلاب اسلامی بود که این تصور را می‌کردیم» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و مستشرقان).

## ب) همراهی با نظام سیاسی ایران

این انگاره کلی از ۳ خرده مضمون «وطن‌دوست»، «انقلابی» و «استکبارستیز» تشکیل شده است. بیان این انگاره‌های پیشینی توسط مصاحبه‌شوندگان حاکی از آن است که تصور آنها در نسبت تعامل مردم با نظام و تفکر سیاسی حاکم، رابطه‌ای مثبت، یکدست و هم‌پوشان بوده است.

نخستین انگاره «وطن‌دوست» است. مصاحبه‌شوندگان این تصور را داشتند که مردم

ایران، کشور و نظام سیاسی خود را بسیار دوست دارند و برای حفظ آن فداکاری می‌کنند.

«تصور من نسبت به مردم ایران، قبل از تحصیل، محدود بود. من آنها را دلسوز برای کشور می‌دانستم. تصور می‌کردم آنها افرادی میهن‌دوست، همراه با رهبران و فداکار برای حفظ خاک ایران هستند» (رامیز، کارشناسی ارشد اخلاق و تربیت).

«قبل از ورود به ایران تفکری که داشتم این بود که مردمی هستند که بسیار به کشور خود علاقه‌مند هستند و آن را دوست دارند ولی آدم‌دیده‌ای که تعدادی این‌طور نیستند» (عروه، کارشناسی عمومی).

انگاره دوم «انقلابی» است. طبیعتاً منظور از انقلابی افرادی هستند که با ایدئولوژی و نظام سیاسی حاکم همراه هستند و از آن دفاع می‌کنند. نمونه‌های مورد مطالعه این تصور را داشتند که به واسطه وقوع انقلاب اسلامی توسط مردم، همه آنها تاکنون نسبت به انقلاب و جمهوری اسلامی پایبند هستند.

«قبل از آمدن به ایران این‌طور تصور شده بود که مردم ایران از ابتدای انقلاب که برای آزادی دین و مذهب خود قیام کرده بودند. این‌طور تصور می‌کردیم که همه سعی می‌کنند که درصدد حفظ آرمان‌های انقلاب باشند و سعی کنند از انقلاب اسلامی حفاظت کنند و با این ذهنیت به ایران آمده بودیم و ما هم در حفظ انقلاب و شناخت اسلام سهیم باشیم و مانع نباشیم» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

«قبل از ورود به ایران اطلاعات زیادی درباره ایران و مردم آن نداشتم. تقریباً فکر می‌کردم آنها به انقلاب خود علاقه زیادی دارند و مطیع رهبری هستند» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).

در نهایت انگاره «استکبارستیزی» مطرح می‌شود. این انگاره، دنباله‌ی انگاره‌ی قبلی است؛ چراکه دانشجویان بر اساس انگاره «انقلابی»، آنها را افرادی استکبارستیز و مخالف با دشمنان جمهوری اسلامی تصور کرده بودند.

«قبل از ورود به ایران، ایرانی‌ها را اهل دین و در جلوی استکبار بصیر و مقاوم می‌دانستیم و چون معمولاً ما مذهبی بودیم، با مذهب‌یونی که از ایران می‌آمدند و عمدتاً نخبه بودند ارتباط می‌گرفتیم و این تصور غلط از مردم ایران در ما ایجاد شده بود» (اشرف، کارشناسی فلسفه).

«در کل تصور می‌کردم ایرانی‌ها شیعیان بسیار متعصبی هستند، و اینکه با دشمنان خود و کشورهای مثل آمریکا و این‌ها بسیار دشمن و در تخاصم هستند. اما وقتی به ایران آمدم بسیاری از این تصورات تغییر کرد» (الیاس، دکتری حدیث تطبیقی).

## ج) اخلاق مدار

این انگاره کلی از دو خرده مضمون «خوش کرداری» و «نیکویی» تشکیل شده است. انگاره‌های پیشینی که در این مضمون کلی بیان شد؛ نشان از این است که مردم ایران افرادی خوش‌برخورد، دارای سلامت رفتاری و پرعاطفه هستند. «خوش کرداری» اولین انگاره بین فرهنگی است؛ تصور دانشجویان روسی این است که مردم ایرانی از رفتارهای ناپسندی مانند دروغ، فریب، و تهمت دور هستند. به عبارتی آنها مردم ایران را از جهت رفتاری به طرزی کمال یافته تصویر کرده بودند.

«من واقعاً فکر می‌کردم که ایرانی‌ها دروغ نمی‌گویند، همدیگر را دوست دارند و همدیگر را فریب نمی‌دهند و این که واقعاً ایرانی‌ها آدم خوبی هستند» (شامیل، کارشناسی ارشد تاریخ اهل بیت).

«ویژگی‌هایی مانند صالح بودن، سالم بودن هم در بعد معنوی و هم در بعد مادی را برای مردم ایران فرض می‌کردم. مثلاً انسان‌هایی که دروغ‌گو نیستند و مؤدب هستند و متشخص» (یالچین، دکتری علوم حدیث).

دومین انگاره نیز «نیکویی» است. تصور آنها این بود که ایرانیان بسیار انسان‌های مهربان و پرعاطفه هستند و رفتارهای اجتماعی متفاوتی نسبت به مردم روس خواهند داشت.

«من آنها را مردم دلسوز و مهربانی می‌دانستم و فکر می‌کردم ارتباط بسیار خوبی را با ما بگیرند. تا حدودی نیز وقتی ایران آمدم این را دیدم» (رامیز، کارشناسی ارشد اخلاق و تربیت).

«تصور من این بود که آنها انسان‌هایی نرم‌خو و خونگرم هستند برخلاف روس‌ها» (المار، کارشناسی اصول فقه).

## منابع ساخت انگاره‌های پیشینی دانشجویان

به‌طور کلی منابع ساخت انگاره‌های بین فرهنگی، وسعت بسیار بالایی دارد. افراد به واسطه ارتباطات گوناگون خود در جهان، انگاره‌های بین فرهنگی خود را می‌سازند. این اطلاعات صرفاً از طریق رسانه‌هایی مثل کتاب، تلویزیون، رادیو، شبکه‌های اجتماعی، سینما و دیگر رسانه‌ها شکل نمی‌گیرد؛ بلکه اولین برخورد یک فرد با محیط جدید، یا ارتباطات فردی و گروهی، نیز از منابع ساخت انگاره‌های بین فرهنگی هستند. منابع ساخت انگاره‌های شخصی

توسط دانشجویان روسی دارای ۲ مضمون کلی «رسانه‌های جمعی» و «معاشرات» بوده است. هرکدام از این مضامین نیز دارای خرده مضامینی هستند که تشریح خواهند شد.

## الف) رسانه‌های جمعی

این مضمون از ۳ خرده مضمون «رادیو و تلویزیون روسیه»، «مطالعات» و «اینترنت» تشکیل شده است. دانشجویان معتقد بودند که استفاده از رسانه‌های جمعی کشور روسیه و استفاده از رسانه‌های اجتماعی و همچنین مطالعات در ساخت انگاره‌های پیشینی آنان بسیار مؤثر بوده است. نخستین خرده مضمون، رادیو و تلویزیون روسیه است. اخبار و برنامه‌هایی که از این دو رسانه در کشور روسیه پخش شده است، از منابع ساخت انگاره‌ها بوده‌اند.

«تلویزیون روسی از ایران به عنوان جمهوری اسلامی یاد می‌کرد و این باعث می‌شد تصور کنم که یک کشور اسلامی است و مسلمان و دین‌دار هستند» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

«بسیار بسیار رسانه‌ها تأثیر گذاشتند. البته در زمانی که من روسیه بودم رسانه زیاد نبود. بیشتر اخبار و اطلاعات از رادیو می‌شنیدیم. در تلویزیون این امکان نبود؛ چراکه رسانه‌ها تحت نظر شوروی بود و شوروی هم جز نگرش خود را نمی‌گذاشت که اشاعه پیدا کند و نمی‌گذاشتند اطلاعات از کشورهای دیگر گسترش پیدا کنند. فروپاشی شوروی در اینکه اطلاعات را ما پیدا کنیم، بسیار اهمیت داشت» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و مستشرقان).

دومین خرده مضمون «اینترنت» است. اینترنت به دلیل دارایی گسترده وسیع از اطلاعات و اخبار و از طرفی به دلیل امکان ساخت ارتباطات شبکه‌ای، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و در دسترس‌ترین منابع برای کسب اطلاعات و ساخت انگاره‌ها تلقی شد. دانشجویان نیز اذعان داشتند که بخشی از انگاره‌های پیشینی خود را به‌واسطه سایت‌های خبری و گروه‌های شبکه‌های اجتماعی، ساخته بودند.

«خودمان از طریق دوستانی که از طریق اینترنت پیدا کردیم، این تصورات را پیدا کردیم. بعضاً دوستانی را داشتیم که نسبت به ایران آگاه بودند» (عروه، کارشناسی عمومی).  
«بیشتر از گروه‌های اینترنتی و مطالب موجود در سایت‌های خبری اینترنت بود. البته که خیلی از آنها صدق نکرد. [از میان] گروه‌های اینترنتی گروه‌های شیعیان خیلی مؤثر بود» (المار، کارشناسی اصول فقه)

یکی دیگر از منابع مهمی که برای ساخت انگاره‌های پیشینی در اختیار دانشجویان قرار داشت، کتاب بوده است. طبیعتاً بسیاری از افراد برای شناخت فرهنگ و مردم ایران می‌توانند از کتب مختلف استفاده کنند. بخشی از منابع ساخت انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی نیز مطالعات و تحقیقات آنها درباره اسلام، انقلاب اسلامی و ایران بوده است. آنها به این دلیل که ایران را از کشورهای مسلمان می‌دانستند، بسیاری از ویژگی‌های مسلمانان که در کتب مورد مطالعه بدان‌ها اشاره شده است را به ایرانیان نیز نسبت داده بودند.

«من درباره اسلام مطالعات زیادی داشتم و ایران را کشور اسلامی می‌دانستم و فکر می‌کردم همه [مانند] امام خمینی هستند» (ابوذر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).  
«بر اساس مطالعات و تحقیقاتم، درباره انقلاب اسلامی این تصور را داشتم که وقتی که اکثریت یک کشوری چیزی را خواستند و برای آن انقلاب کردن و رأی دادن به جمهوری اسلامی؛ پس به دستورات آن‌هم پایبند خواهند بود» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

## ب) ارتباطات میان فردی

یکی از مهم‌ترین منابع ساخت انگاره‌های بین فرهنگی پیشینی دانشجویان، معاشرات و تعاملات آنها با افراد مختلف بوده است. این مضمون اصلی نیز از ۲ خرده مضمون «مبلغان» و «آشنایان» تشکیل شده است.

«مبلغان» گروه یکی از گروه‌های مهمی بودند که با دانشجویان ارتباط گرفته و به عنوان منبع اطلاعاتی بر اساس تجارب یا دانش خود، باعث ساخت انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان، شده‌اند.

«این تصویرها را معمولاً مبلغان برای تبلیغ دین می‌آمدند، درست می‌کردند. چون عمدتاً آنها افراد نخبه و مصلح و آگاه و بصیری بودند و این تصور از آن ایجاد می‌شد» (اشرف، کارشناسی فلسفه).

«تنها منبع درباره ایران چند طلبه‌ای بودند که با آنها صحبت می‌کردم و به واسطه صحبت‌های آنها بود که من این تصورات را نسبت به ایران داشتم» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).

«آشنایان» گروه دیگری بودند که دانشجویان با آنها درباره ایران تعامل کرده‌اند که شامل خانواده، اقوام، دوستان و آشنایان بوده است.

«ذهنیت من از بچگی به واسطه اقوام من یعنی دایی‌هام و پسر دایی من که در قم طلبه بودند [شکل گرفت] و ما از طریق آنها از مردم ایران شناخت پیدا کرده بودیم» (شامیل، کارشناسی ارشد تاریخ اهل بیت).

«چیزی که دیدگاه ما را به وجود آورده بود از آن دوستان و آشنایانی که با آنها در معاشرت بودیم به دست می‌آمد» (الیاس، دکتری حدیث تطبیقی).

### تغییر یا ثبات انگاره‌ها پس از ورود به ایران

پس از ورود به ایران، تعارض و تقابل میان انگاره‌های بین فرهنگی و وقایع موجود در فرهنگ مقصد، اتفاق می‌افتد. دانشجویان در تشخیص کنش‌ها و رفتارهای فرهنگ میزبان دچار مشکل شده بودند که به دلیل عدم انگاره‌های موردنظر فرهنگ میزبان بوده است (نیشیدا، ۱۳۹۶). قابل توجه است که روند انگاره‌های دانشجویان از یکدست‌سازی مردم به چندگانگی و تقسیم‌بندی آنها میل پیدا کرده بود. به‌طور کلی تغییرات انگاره‌های پیشینی دانشجویان و ساخت انگاره‌های جدید را ذیل سه مضمون کلی می‌توان تعریف کرد: «چندگانگی مذهبی»، «تکثر سیاسی» و «بی‌اخلاقی».

### الف) چندگانگی مذهبی

یکی از اصلی‌ترین تغییرات در انگاره‌های دانشجویان، در مورد دین‌داری مردم ایران بوده است. بر اساس انگاره‌های پیشینی آنها، مردم ایران را به‌طور یکدست، مذهبی و پایبند به احکام اسلامی، می‌پنداشتند؛ اما پس از ورود به ایران و با مشاهده و برخوردهای متفاوت، آن انگاره‌ها تغییر پیدا کردند. به زعم آنها به واسطه اسلامی بودن کشور ایران، حجاب یا مسائل شرعی نیز باید در این کشور کاملاً رعایت شود؛ اما پس از ورود به ایران، شاهد تفاوت‌های زیادی میان افراد این‌گونه مسائل بودند.

«من نظرم تغییر کرد و بر اساس آن تصویری که داشتم واقعی نبود. البته زمانی که برای تحصیل آمده بودم وضعیت فرهنگی و حجاب در ایران بسیار بهتر از آن بود. باین حال توقع من بیشتر بود و الآن بدتر شده است» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«تصورات ما تغییر کرد؛ چراکه رفتار مردم به شدت تغییر کرد، آن دین‌داری که میان مردم باید وجود می‌داشت، نبود و تصورات ما را بهم ریخت» (بالچین، دکتری علوم حدیث).

«بله تغییر کرد و زمانی که وارد ایران شدم، دیدیم که بسیاری از مردم به مذهبی و باحجاب نیستند؛ لذا تصورم نسبت به مردم ایران بسیار تغییر کرد» (عروه، کارشناسی عمومی).

### ب) تکثر سیاسی

یکی دیگر از تغییرات اصلی انگاره‌ای در باب عقاید مردم ایران نسبت به انقلاب و نظام سیاسی فعلی بوده است. دانشجویان پس از ورود به ایران بر اساس رفتارهای مردم در مواقع مختلف، با تعارض انگاره‌ای مواجه شده بودند. آنها توقع اکثریت انقلابی، همراه با گفتمان حاکمیت و مخالف کشورهای غربی را داشتند؛ اما شاهد گونه‌های مختلف رفتاری در این خصوص بودند.

«وقتی ایران آمدم، دیدم ضدانقلاب وجود دارد و یا برعلیه رهبری حرف می‌زنند و متوجه شدم که فرهنگ‌ها و رویکردهای مختلفی وجود دارد و متوجه عدم یکسانی رفتاری میان مردم شدیم» (ابوذر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).

«با حضورم در ایران بعضاً افرادی هم دیدم که زیاد به دنبال انقلاب و اسلام نیستند و در سطوح مردمی زیاد اون ارزش‌ها و آرمان‌ها وجود نداره» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

«تغییر کرد. فکر می‌کردم که اکثر مردم ایران انسان‌های متدین و مذهبی و انقلابی هستند اما الان مشاهده کردم که متأسفانه ما دو گروه مذهبی و غرب‌گرا داریم. [آنها] تمایل بسیاری به کشورهای غربی دارند. تغییر این جوهری بود که فکر نمی‌کردم که این قدر این تمایل وجود داشته باشد» (المار، کارشناسی فقه و اصول).

### ج) بی‌اخلاقی

ساخت انگاره‌هایی از قبیل خوش‌کرداری، نیکویی نسبت به مردم ایران، مواجهه دانشجویان را با بدرفتاری و رفتارهای دوگانه مردم، بسیار سخت کرده بود. دروغ‌گویی از مواجهات مهمی

بوده است که ذیل بی‌اخلاقی مردم ایران قرار گرفته است. آنها مردم ایران را راست‌گو می‌دانستند، اما پس از ورود به ایران این انگاره تغییر پیدا کرد.

«متأسفانه در ایران دروغ زیاد شنیدیم و بعداً فهمیدیم این طبیعی است. دیدم ایران مانند بسیاری از کشورها چند فرهنگی دارد و تغییر نگاه خودم را هم طبیعی می‌دانستم» (ابودر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).

«ما مردم ایران را به‌قول معروف /انسان‌هایی/ مؤمن و بی‌دروغ، تهمت نمی‌زنند، و خیلی خونگرم می‌دانستیم ولی وقتی که آمدیم دروغ‌گو و غیر مؤمن بسیار دیدیم» (شامیل، کارشناسی ارشد تاریخ اهل بیت).

### عدم پذیرش مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران

طبیعتاً مردم هر کشوری دارای مؤلفه‌های فرهنگی گوناگونی هستند. مصاحبه‌شوندگان نیز اشاراتی به این برخی از مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران که غیرقابل‌پذیرش بوده است، داشته‌اند. بر این اساس سه مضمون اصلی «رفتارهای غیرقابل درک»، «تندخویی» و «پول‌گرایی» حاصل شد.

### الف) رفتارهای غیرقابل درک

زمانی که مردم با موقعیت‌های ناآشنا در فرهنگ میزبان برخورد می‌کنند و از انگاره‌های بین فرهنگی متناسب با آن فرهنگ تهی هستند، دچار استرس یا ناراحتی می‌شوند (نیشیدا، ۱۳۹۶). مصاحبه‌شوندگان نسبت به بسیاری از رفتارهای مردم ایران و تفکرات آنها، احساس ناراحتی یا تعجب داشتند. رفتارهایی که به دلیل عدم حضور در بافتار فرهنگی ایران برای آنها بسیار غیرمعمول و غیرمعقول می‌آمد. این مضمون کلی از ۲ خرده مضمون «تعارف» و «فریب» تشکیل شده است.

«تعارف» یکی از رایج‌ترین انگاره‌های منفی مصاحبه‌شوندگان نسبت به مردم ایران بود. آنها معتقد بودند که قابلیت درک تعارفات را نداشته و بعضاً باعث ناراحتی و دلخوری مردم ایران نیز شده است.

«مثلاً تعارفات در کشور ایران خیلی زیاد است، در صورتی که در کشور ما این‌طور نیست. تعارف‌های الکی به‌نحوی که دروغ و الکی است؛ مثلاً یک تاکسی سوار شدیم، راننده اول



تعارف می‌کند، بعد سرکرایه دعوا می‌کند و ما خندمون می‌گیره» (ابوذر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).

«آن چیزی که از اولین بار به چشم می‌خورد، تعارفات ایرانی در میان مردم عام بود. آن‌هم در رفت‌وآمدهای میان مردم عامه در مغازه و تاکسی. در صورتی که واقعی نیستند. الفاظی مثل قابل ندارد یا مهمان ما باش معمولاً برای ما جدی تلقی می‌شود و خب این تعارفات یا الفاظی این‌چنینی باعث ایجاد وجهه منفی در ذهن ما می‌شود» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

دومین انگاره بین فرهنگی منفی مصاحبه‌شوندگان، «فریب» است؛ به عبارتی دوگانه‌ی جدی میان انگاره‌های پیشینی و انگاره‌های جدید آنها شکل گرفته است.

«مردم ایران چه راننده تاکسی، راننده اتوبوس، خیلی دروغ می‌گویند و بعد به آن می‌گویند دروغ مصلحتی. در کشور ما به هیچ‌وجهی دروغ گفته نمی‌شد. اینجا هم آمدیم سعی کردیم که اصلاً دروغ نگیریم اما در ایران در بسیاری از نهادها یا ادارات می‌دیدیم که باید دروغ بگوییم. این‌طور تلقین شده است که اتباع یا ایرانی‌ها باید دروغ بگویند تا بتوانند کارشان را انجام دهند. بعد به آن می‌گویند دروغ‌های مصلحتی» (یالچین، دکتری علوم حدیث).

«رفتارهایی هست که خوشمون نیاد. مثلاً در بازار و معاملات افراد سودجو و طمع‌کار و کلاهبردار زیاد دیدیم. مثلاً تاکسی‌ها و رانندگان تاکسی بفهمن که ما خارجی هستیم یا تازه آمدیم سرمان کلاه می‌گذارند یا کرایه زیاد می‌گیرند» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و مستشرقان).

## ب) تندخویی

این انگاره کلی در اذهان پاسخ‌دهندگان زمانی شکل گرفته است که بدرفتاری‌ها، بی‌ادبی‌ها و هر نوع رفتار ناپسندی را از ایرانیان دیده‌اند. رفتارهایی که در فرهنگ آنها نبوده است یا به واسطه انگاره‌های پیشینی از مردم ایران، دچار تعارض شده بودند. این مضمون اصلی از ۲ خرده مضمون «کج‌رفتاری» و «سرزنش» تشکیل می‌شود.

«کج رفتاری» به عنوان یکی از مواجهات مهم پاسخ‌دهندگان برای ساخت انگاره‌های منفی از مردم ایران بوده است. رفتارهایی که نه فقط از مردم بلکه از مسئولین ادارات و نهادها نیز برآمده است.

«بله مثلاً با قطار که می‌رفتم مشهد، مأموری جلوی من را گرفت، گذرنامه من را خواست و گفت کارت ترددت کجاست و با من بدرفتاری کرد و بعد تلف شدن وقت زیادی از من، اجازه دادند من بروم» (الیاس، دکتری حدیث تطبیقی).

«توهین و بی‌ادبی هم بوده است. مثلاً یک‌بار تاکسی گرفتم تا مدرسه. اما من را تا خود مدرسه نرساند و باید دو تا خیابان را پیاده می‌رفتم. ایشان هم گفته بود که شما را به مدرسه می‌رسانم اما این کار را نکرد و [در نهایت] گفت شما طلاب، بد هستید. بعضاً تعدادی از طلاب را دیدم که کتک خورده‌اند، گول می‌خورند و غیره» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).

دومین خرده مضمون «سرزنش» است. مصاحبه‌شوندگان با تمسخرهای بعضی از مردم در خصوص مهاجرت و تحصیل در ایران، انگاره‌های منفی را در ذهن خود پرورش داده‌اند.

«وقتی که چفیه می‌نداختم برخوردهای بدی دیدم و به من تیکه می‌نداختند و برخورد بدی می‌کردند. بعضاً بدوبیراه به این مدل تفکر می‌گفتند» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«بیشتر رفتار تاکسی‌دارها یا جوانان بوده که می‌آمدند می‌گفتند چرا آمدید ایران و اینجا جای ماندن نیست یا ما را به خاطر آمدن به ایران مسخره می‌کردند» (عروه، کارشناسی عمومی).

### ج) زربندگی

وجود این مضمون اصلی نشان از برجسته بودن نمایش ثروت‌دوستی مردم ایران، از منظر دانشجویان است. مصاحبه‌شوندگان به واسطه مواجهاتی که حاکی از ثروت‌دوستی و ثروت‌اندوزی مردم ایران بوده است؛ این انگاره را در ذهن خود ساختند. دانشجویان معتقدند که مردم ایران بسیار به دنبال کسب درآمدهای بالا هستند و حتی مشاجره نیز می‌کنند و از طرفی فرهنگ تجمل‌گرایی و نمایش ثروتمندی در میان آنها بسیار دیده می‌شود.

«در میان مردم ایران همه چیز پول هست و توجهشان بر پول هست و رفتارهایی را دیدم که تنها به دنبال پول درآوردن به هر شکلی هستند و حتی اگر میخواندند دیپلم بگیرند [برای این است که] پول در بیاورند» (الیاس، دکتری حدیث تطبیقی).  
«تجمل‌گرایی در میان مردم ایران بسیار زیاد است. مرد هم وقتی که زندگی به این مسئله برسد قدرت خود را از دست می‌دهد» (اشرف، کارشناسی فلسفه).  
«در میان مردم ایران فرهنگ مهریه سنگین و تجمل هم در کنار دروغ‌گویی‌ها، بی‌نظمی‌ها و خلف وعده‌ها بسیار دیده می‌شود که واقعاً بد است» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).

### مؤلفه‌های فرهنگی قابل پذیرش مردم ایران

بدیهی است پس از ورود به فرهنگ جدید علاوه بر مشاهده مؤلفه‌های فرهنگی منفی؛ مؤلفه‌های مثبت و مورد پسند نیز دیده شود. مصاحبه‌شوندگان نیز با ورود به ایران بر اساس رفتارها و بافتار فرهنگی ایرانیان، انگاره‌های مثبتی نیز در ذهن خود بر ساخت کرده‌اند. بر این اساس سه مضمون اصلی «شجاعت»، «نیکی و احسان» و «مناسک» از داده‌ها، استخراج شده است.

### الف) بازنمایی قدرتمندی

منظور از بازنمایی قدرتمندی، حضور حداکثری مردم ایران برای رفع مشکلات و حوادث مختلف است. مصاحبه‌شوندگان این انگاره را در ذهن خود بر ساخته‌اند که ایرانی‌ها مردمی دلیر، شجاع، شهادت‌طلب و مقاوم هستند.

«بله رفتارهای خوبی را هم دیدیم و یاد گرفتیم. نترس و شجاع بودن آنها در برابر ظلم، گرفتن حق خود و تلاش برای آن» (ابوذر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).  
«رفتن به جهاد، شجاعت و شهادت‌طلبی [ایرانیان] بسیار بی‌نظیر است و من خودم سعی می‌کنم مانند آنها باشم. ایرانی‌ها از شهادت نمی‌ترسند و خیلی شجاع هستند» (اشرف، کارشناسی فلسفه).

«بهترین ویژگی، این است که به دنبال نمایش شجاعت و قدرت خود هستند و ضعف خود را نمی‌خواهند نشان دهند» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

## ب) نیک‌کنشی

دانشجویان روسی بر اساس رفتار مردم ایران، این انگاره را بر ساخته‌اند که آنها بسیار مهربان، باگذشت و نیکوکار هستند و این را به عنوان یکی از اصلی‌ترین انگاره‌های بین فرهنگی خود از رفتارهای پسندیده ایرانیان یاد کرده‌اند. این مضمون اصلی از دو خرده مضمون «بخشایش» و «فعالیت خیریه» تشکیل شده است.

خرده مضمون «بخشایش» حاکی از آن است که دانشجویان، ایرانیان را افرادی بسیار باگذشت و بخشنده می‌دانند و این را نه تنها در ارتباطات بین فردی، بلکه در ارتباطات بین فرهنگی نیز شاهد بوده‌اند.

«گذشت در فرهنگ ایرانی بسیار دیده می‌شود و بیشتر مردم خیلی زود از یکدیگر گذشت می‌کنند و حتی اگر در گستره بزرگتر و بین‌المللی‌تر ببینیم همین کشور عراق که باهائش جنگ داشتند و زمان زیادی نگذشته، ولی مردمشان با مردم آن کشور خصومت و دشمنی ندارند و باهم خوب هستند و متوجه میشن که این جنگ به خاطر آن رژیم بوده است و ارتباطشون به حالت عادی بازگشته است. مثلاً در کشور خودمان با کشوری که جنگ داشته است، هنوز خصومت و کینه وجود دارد» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«آنچه که بیشتر پسندیدم این است که تحملشان به همدیگر خیلی بیشتر است، که غبطه مرا برانگیخته است. این که از یکدیگر گذشت دارند، واقع فوق‌العاده است. ظاهر را حفظ می‌کنند و پرده‌داری نمی‌کنند» (رامیز، کارشناسی ارشد اخلاق و تربیت).

خرده مضمون «فعالیت‌های خیریه» نیز بر کمک‌های انسان‌دوستانه مردم ایران به فقرا، نیازمندان، خصوصاً در مواقع اضطراری یا در مناسبت‌هایی مانند ماه رمضان اشاره دارد.

«یکسری آداب و رسوماتی هستند که واقعاً پسندیده است؛ مثلاً در ماه محرم و در ماه رمضان و در این اواخر کرونا، کمک به یکدیگر، احسان کردن، افطاری دادن. مثلاً حتی این رفتارها را ما در روسیه اجرا می‌کنیم. مثلاً سبد کمک‌های فرهنگی را درست می‌کنیم و در کشور خودمان نیز توزیع می‌کنیم» (یالچین، دکتری علوم حدیث).

«بله ویژگی فرهنگی ایران که را بیشتر دوست داریم؛ محبت و خیر به دیگران، کمک‌های عمومی به درماندگان و فقرا و نیازمندان کارهای بسیج و جهادی که توسط مردم انجام می‌شود» (شامیل، کارشناسی ارشد تاریخ اهل بیت).

### ج) مناسک‌گرایی

آخرین مضمون اصلی این بخش، مناسک است. بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان باید برگزاری مراسمات مذهبی، عزاداری و هر نوع مناسک مرتبط با اسلام را به عنوان یکی از مؤلفه‌های پسندیده فرهنگی مردم ایران، در اذهان دانشجویان دانست.

«یکی از چیزهایی که من در ایران خیلی خوشم آمد، توجه به برگزاری مراسم مذهبی در همه مردم ایران بود که بسیار زیبا بود» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).  
«فرهنگ دعا در میان مردم خیلی دیدم. بسیار بی‌نظیر هستند؛ خیلی معتقد به دعا هستند. عزاداری‌ها و مناسک نیز بسیار استفاده می‌کنیم. در کشور خود هم در صورت برگشت سعی می‌کنیم آن را در میان مردم گسترش دهیم و اگر نشد حداقل خودمان آن را رعایت کنیم» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و مستشرقان).

### انگاره ذهنی شیوه نگرش ایرانیان نسبت به دانشجویان روسی

بر اساس دومین انگاره موردنظر، انگاره خویشتن (شیوه نگرش دیگران نسبت به ما)، انگاره دانشجویان روسی از شیوه نگرش مردم ایران نسبت آنان نیز مورد مطالعه و پرسش قرار گرفت. مصاحبه‌شوندگان بر اساس رفتاری که مردم ایران با آنها داشتند، انگاره‌های آنها را تشخیص دادند. بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان دو مضمون اصلی «عامل مشکل مالی» و «رفاه در کشور روسیه» در این بخش مطرح می‌شود.

### الف) زمینه‌ساز فقر

بسیاری از ایرانیان این نگرش را دارند که دانشجویان روسی که برای تحصیل علوم دینی به ایران می‌آیند، از پول مردم ایران، امرارمعاش و تحصیل می‌کنند و علت مشکلات اقتصادی و فقر مردم ایران شده‌اند. مصاحبه‌شوندگان بر اساس برخوردها و مواجهات خود، این انگاره را در ذهن ایرانیان ترسیم کرده‌اند.

«بعضاً خیلی‌ها وقتی می‌فهمند از خارج آمدیم برای درس، می‌گویند خیلی همت و غیرت کردید که آمدیم اینجا و درس خواندیم البته بعضاً به من می‌گویند حق ما را به شما می‌دهند یا پول ما را خوردید و حقوق بالا می‌گیرید. حتی یک بار یک روحانی از من پرسید آیا واقعاً شما حقوق بالا می‌گیرید یا خیر؟» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و متسشرقان).

«در باره ما کلاً یک حالتی وجود دارد که این‌ها خارجی هستند و ایران دارد آنها را ساپورت می‌کند؛ درحالی‌که کل شهریه‌ای که می‌گیریم به پول صاحب‌خانه هم نمی‌رسد. بسیاری از شبکه‌های اسرائیلی هم می‌گویند که این طلاب پول‌های زیادی می‌گیرند؛ و این سوءظنی است که دارند به مردم القا می‌کنند. ما خودمان پول‌هایی که از کشورهایمان می‌آید را در ایران می‌آوریم و آن را اینجا خرج می‌کنیم؛ یعنی ارزآوری داریم» (اشرف، کارشناسی فلسفه).

## ب) رفاه در کشور مبدأ

مصاحبه‌شوندگان انگاره‌ی دیگری از نگرش‌های ایرانیان نسبت به خود بر ساخت کرده‌اند؛ مبنی بر اینکه آنها در کشور خود دارای وضعیت رفاهی بسیار مناسب و خوبی بودند و حتی در ایران نیز شرایط مالی خوبی دارند.

«مردم معمولی، غالباً زمانی که می‌شنوند که شرایط کشور روسیه را رها کرده و آمدیم اینجا، بسیار متعجب می‌شوند و می‌گویند برای چی اینجا را رها کردی و آمدی در کویر؟ و عمدتاً این تعجب را دارند» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

«حس می‌کنم غیرمذهبی‌ها یا معمولی‌ها که باهاشون صحبت می‌کردیم فکر درستی ندارند و فکر می‌کنند که در کشور خودمان کیف می‌کنیم و لذت می‌بریم و بسیاری از امکانات را داریم. اینجا هم آمدیم به قول خودشان مفت‌خور هستیم. نسبت به مسائل ما جاهل بودند و متأسفانه تفکر جاهلی داشتند» (المار، کارشناسی ارشد اخلاق و تربیت).

## نتیجه‌گیری

در این پژوهش، انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان روسی جامعه‌المصطفی درباره فرهنگ مردم ایران (پیش و پس از ورود به ایران) مورد مطالعه قرار گرفت. بر اساس اهداف پژوهش و چهارچوب نظری، از میان انگاره‌های رایج، انگاره شخصی و انگاره خویش‌نمون برای جمع‌آوری داده‌ها و فرایند پژوهش انتخاب شدند. انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی که ذیل انگاره

شخصی قرار می‌گرفت از سه مضمون اصلی «متدین»، «همراهی نظام سیاسی ایران» و «اخلاق‌مدار» تشکیل شده است.

نخستین مضمون «متدین» است. آنها مردم ایران را به‌واسطه وجود حکومت دینی و دین رسمی اسلام و بازنمایی دین‌مدارانه از مردم ایران، را متدین تصور می‌کردند. در مضمون دوم «همراهی نظام سیاسی ایران» است. مصاحبه‌شوندگان این انگاره را بر اساس وقوع انقلاب اسلامی، رهبران کشور و اطلاعات خود در این زمینه، بر ساخته‌اند. آنها تصور داشتند که نسبت مردم ایران با نظام حاکم و ایدئولوژی آن بسیار خطی و مثبت است. سومین مضمون اصلی از انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی، «اخلاق‌مداری» است که حاکی از آن است که دانشجویان پیش از ورود به ایران، مردم این کشور را انسان‌های مهربان، دلسوز، خوش‌برخورد می‌دانند؛ افرادی که دروغ نمی‌گویند و کسی را فریب نمی‌دهند و بسیار با اخلاق هستند.

منابع ساخت انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی نیز بخش دوم یافته‌های این پژوهش است. این بخش از دو مضمون اصلی «رسانه‌های جمعی» و «ارتباطات میان‌فردی» شکل گرفته است. دانشجویان معتقد بودند که انگاره‌های پیشینی خود را از طریق رسانه‌هایی مانند تلویزیون و رادیوی رسمی کشور روسیه، شبکه‌های ماهواره‌ای کشور ایران، سایت‌های خبری، گروه‌های شبکه‌های اجتماعی و مطالعات و تحقیقات، بر ساخته‌اند. مضمون «ارتباطات میان‌فردی» بخش دیگری از منابع ساخت انگاره‌های مصاحبه‌شوندگان بوده است. دانشجویان معتقد بودند که طلاب و مبلغان دینی که در مجاورت آنها بوده‌اند یا از ایران به روسیه سفر می‌کردند در ساخت انگاره‌های آنان بسیار مؤثر بوده است. همچنین گفت‌وگو با خانواده، اقوام و دوستان نیز یکی از منابع مهمی بوده است که بدان اشاره شد.

در بخش سوم، تغییر یا ثبات انگاره‌های پیشینی دانشجویان مورد پرسش قرار گرفت. مصاحبه‌شوندگان از تغییری زیاد در انگاره‌های خود یاد کردند. به عبارتی آنها با ورود به ایران و برخورد با فرهنگ میزبان، دچار تعارض با انگاره‌های پیشینی خود شدند و انگاره‌های جدیدی که متضاد با انگاره‌های پیشینی بود، بر ساختند. در این بخش، سه مضمون اصلی «چندگانگی مذهبی»، «تکثر سیاسی» و «بی‌اخلاقی» از میان داده‌ها استخراج شده است.

در بخش چهارم عدم پذیر مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران مورد مطالعه قرار گرفت. دانشجویان روسی، رفتارهای منزجرکننده‌ای که به واسطه برخورد با فرهنگ میزبان تشخیص داده‌اند، متشکل از سه مضمون اصلی «رفتارهای غیرقابل درک»، «کج‌رفتاری» و «زربندگی» بوده است. آنها رفتارهای غیرقابل درک را مانند تعارف و فریب دانسته‌اند. مردم ایران از طریق تعارف با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند؛ به دیگر سخن، آغاز و پایان ارتباط اجتماعی مردم ایران، با تعارف صورت می‌گیرد (علیرضایی، ۱۳۸۷). اما پاسخ‌دهندگان به دلیل عدم درک درست بافتار فرهنگی ایرانی، تعارف را یکی از رفتارهای منزجرکننده تلقی کردند. فریب نیز انگاره دیگری است که مصاحبه‌شوندگان بدان اشاره کردند. کلاهبرداری، سودجویی و دروغ‌گویی از مواردی بوده است که به طور متعدد با آنها برخورد کردند. «کج‌رفتاری» دومین مضمون اصلی است. آزار و اذیت‌های بعضی مردم یا مسئولین در مواقع مختلف باعث انزجار دانشجویان شده است. «سرزنش» نیز از رفتارهایی بوده که بسیار به آن اشاره شده است؛ تمسخر یا توهین دانشجویان روسی به دلیل انتخاب شیوه تحصیل و حضور در ایران توسط مردم ایران از مواجهات مکرر مصاحبه‌شوندگان بوده است. سومین مضمون اصلی «زربندگی» بوده است. مصاحبه‌شوندگان فرهنگ میزبان را دارای روحیه ثروت‌اندوزی و تجمل‌گرایی می‌دانند. مهریه‌های سنگین، زندگی تجمل‌گرایانه، دعوا بر سر پول از مواردی بوده است که مصاحبه‌شوندگان با آن مواجه شده بودند و باعث ساخت این انگاره شده است.

در بخش پنجم مؤلفه‌های فرهنگی قابل‌پذیرش ایرانیان از منظر پاسخ‌دهندگان، مورد تحلیل قرار گرفت. در این بخش سه مضمون اصلی «بازنمایی قدرتمندی»، «نیک‌کنشی» و «مناسک‌گرایی» مطرح شده است. «بازنمایی قدرتمندی»، حاکی از نترس بودن، شهادت‌طلبی و روحیه جهادی مردم ایران است. دومین مضمون «نیک‌کنشی» است که از دو خرده‌مضمون «بخشایش» و «فعالیت خیریه» تشکیل شده است؛ دو مؤلفه اخلاقی و رفتاری که در میان مردم ایران نه تنها در ابعاد درون فرهنگی، بلکه در ابعاد بین فرهنگی نیز قابل مشاهده است. سومین مضمون اصلی نیز «مناسک‌گرایی» است؛ از منظر دانشجویان روسی، برگزاری مراسمات عزاداری و آیین‌های دینی در کشور ایران و اهتمام مردم برای برگزاری از رفتارهای پسندیده ایرانیان است. همچنین اقتباس فرهنگی در این بخش اتفاق افتاده است؛ به عبارتی



دانشجویان اذعان داشته‌اند که بسیاری از رفتارهای موردپسند خود مانند، برگزاری مراسمات عزاداری یا کمک‌رسانی را در کشور خود نیز ادامه دهند.

در بخش پایانی نیز بر اساس انگاره خویشتن، انگاره دانشجویان از نگرش فرهنگ میزبان نسبت به آنان، مورد مطالعه قرار گرفت. «زمینه‌ساز فقر» و «رفاه در کشور مبدأ» دو مضمون اصلی این بخش بودند. مردم ایران، آنها را عامل مشکلات اقتصادی و مالی کشور دانسته‌اند. همچنین در کشور روسیه زندگی بسیار خوب و بی‌مشکلی را از جهت مادی دارند و با ورود به ایران آن رفاه را از دست داده‌اند.

لازم به توجه است که دانشجویان روسی از مردم ایران یک ایده‌آل ذهنی را بر ساخته بودند؛ در این ایده‌آل مردم ایران، مطلقاً کاستی نداشتند و از یکدستی فرهنگی مثبت برخوردار بوده‌اند؛ اما پس از ورود به ایران و مواجهه با کاستی‌ها و تعارضات، دچار «پروتوتایپ»<sup>۱</sup> شدند. طبق نظریه پروتوتایپ، انسان‌ها برای طبقه‌بندی ایزه‌هایی که با آن روبه‌رو می‌شوند، از مفهومی معروف به پروتوتایپ استفاده می‌کنند که به عنوان نمایندگی از طبقات کلی ایزه‌ها عمل می‌کنند؛ چراکه نمایانگر ایده‌آل یا بهترین نمایش از ایزه‌ها هستند. به عبارتی پروتوتایپ همان چیزی است که افراد برای تعیین اینکه یک مورد خاص به یک دسته یا کلاس کلی از ایزه‌ها تعلق دارد، استفاده می‌کنند. پروتوتایپ‌ها به طور تصادفی به وجود نمی‌آیند، بلکه باید آموخته شود و چنین یادگیری غالباً فعال و در زمینه‌ای فرهنگی پیش می‌رود. لذا باید در نظر داشت که پروتوتایپ بر اساس فرهنگ موجود شکل می‌گیرد (Amant, 2005) بر این اساس دانشجویان، انگاره‌های مثبت و یکدست نسبت به مردم ایران را به انگاره‌هایی چندگانه تغییر دادند. همچنین آنچه به عنوان انگاره‌های دانشجویان از نگرش مردم ایران نسبت به آنها یاد شده است؛ حاکی از عدم شناخت و ارتباط کامل مردم ایران با دانشجویان روسی است؛ چراکه بنا به اذعان خود دانشجویان، هیچ‌گونه مبالغه‌هنگفت یا امکانات بسیار پیشرفته‌ای در اختیار آنها قرار نمی‌گیرد. بر این اساس دانشجویان روسی نسبت به انگاره‌های مردم ایران از منظر خودشان نیز دچار مگاپروتوتایپ<sup>۲</sup> شده‌اند؛ اساساً

1 Prototype

2 Mega Prototype

مگاپروتوتایپ زمانی حاصل می‌شود، فرد غریبه در فرهنگ میزبان، احساس می‌کند، انگاره‌های مردم میزبان درباره او منفی است (Imai, 2017).

همچنین باید در نظر داشت که جامعه‌المصطفی‌العالمیه به عنوان نهاد بین‌المللی علمی-دینی، بافتار سازمانی، فرهنگی و مذهبی خاصی دارد و طبیعتاً افرادی که در این دانشگاه تحصیل می‌کنند، دارای مشابهت‌های عقیدتی و رفتاری فراوان هستند؛ لذا بخشی از ساختار ذهنی دانشجویان نیز بر اثر محیط تحصیلی و عقاید فعلی، دارای سوگیری‌های خاصی است که باعث ساخت انگاره‌های ذهنی پیشینی و خصوصاً پسینی آنها شده است. از طرفی دیگر بر اثر شیوه‌های ارتباطی متفاوت مردم ایران با محصلان علوم دینی، احتمال مخالفت گروهی از مردم با این محصلان وجود دارد، لذا باعث ساخت نگرش‌ها و رفتارهای منفی، نه فقط با دانشجویان کشوری خاص، بلکه دانشجویان تمام کشورها می‌شود. بدین ترتیب در صورتی که انگاره‌های پیشینی و پسینی مردم مهاجر به کشور ایران مورد مطالعه قرار گیرد، نتایج متفاوتی نیز به دست خواهد آمد.

## منابع

- عاملی، س. (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه. تهران: دانشگاه تهران.
- عاملی، س.، و حجاری، م. (۱۳۹۷). مطالعه انگاره‌های ذهنی تشکل‌های دانشجویی دانشگاه تهران: انگاره‌های شخصی انجمن اسلامی و خویش‌نشان بسیج دانشجویی. تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۰۳-۱۳۰.
- علی‌رضایی، ش. (۱۳۸۷). تعارف در فرهنگ مردم ایران. نجوای فرهنگ، ۱۰۱-۱۱۴.
- فلیک، ا. (۱۳۹۹). درآمدی بر تحقیق کیفی. (ه. جلیلی، مترجم) تهران: نشر نی.
- لیندلف، ت.، و تیلور، ب. (۱۳۹۷). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات. (ع. گیویان، مترجم) تهران: همشهری.
- نوربخش، ی. (۱۳۸۷). فرهنگ و قومیت؛ مدلی برای ارتباطات فرهنگی در ایران. تحقیقات فرهنگی، ۶۷-۷۸.
- نیشیدا، ه. (۱۳۹۶). نظریه طرح‌واره‌های فرهنگی. در و. ب. گادیکانست (تدوین)، نظریه‌پردازی درباره ارتباطات بین فرهنگی (ح. بشیر، و ح. حسنی، مترجم، ص. ۳۱۱-۳۴۱). تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

- Ameli, S. R., Shahghasemi, E. (2017). Cross Cultural Schemata Americans have of Iranians: An Online Survey, *Cross Cultural & Strategic Management* (Special issue on Conflict Resolution).
- Bailey, G., & Peoples, J. (2002). *Essentials of cultural anthropology*. London: Wadsworth Group.
- Bolderston, A., & Palmer, C. (2006). A Brief Introduction to Qualitative Research. *The Canadian journal of medical radiation technology*, 16-19.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 77-101.
- Imai, T. (2017). How You See Us Hurts Me! Influences of Metastereotypes That International Students Hold on Their Self-disclosure, Loneliness and Depression. *Journal of Intercultural Communication Research*, 385-399.
- Sharifian, F. (2014). Cultural schemas as 'common ground'. In K. Burrige, & R. Benczes, *Wrestling with Words and Meanings* (pp. 219-235). Melbourne: Monash University.
- Stier, J. (2006). Internationalisation, intercultural communication and intercultural competence. *Journal of Intercultural Communication*, 1-12.
- Taylor, S. E., & Crocker, J. (1981). Schematic Bases of Social Information Processing.
- Amant, K. S. (2005). A Prototype Theory Approach to International. *Transactions On Professional Communication*, 219-22.
- Bennett, M. J. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations*, 179-196.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. London: SAGE.
- Nishida, H. (1999). A cognitive approach to intercultural communication based on schema theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 753-777.
- Shahghasemi, E., Heisey, D. R., & Mirani, G. (October 01, 2011). How do Iranians and U.S. Citizens perceive each other: A systematic review. *Journal of Intercultural Communication*, 27.
- Shahghasemi, E. (2017). *Iranian in the minds of Americans*. New York: Nova Science Publishers.
- Shahghasemi, E. (2017). Cultural schema theory. In, Kim, Y. Y. *The international encyclopedia of intercultural communication*. New York: Wiley.
- Turner, R. (1994). *Adaptive Reasoning for Real-world Problems: A Schema-Based Approach*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Zola, S. M., & Squire, L. R. (1990). Neurophysiological investigations of memory and amnesia: findings from humans and nonhuman primates. In A. Diamond (Ed.), *The development and neural bases of higher cognitive functions* (pp. 434-456). New York: Academy of Sciences.