

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

فرہنگ توصیفی - کاربرد ارتباطات میان فرہنگ

مؤلف:

دکتر حسن بشیر

استاد جامعہ شناسی ارتباطات بین الملل و میان فرہنگی



انتشارات
دانشگاه امام صادق علیه السلام

عنوان: فرهنگ توصیفی - کاربردی ارتباطات میان فرهنگی

مؤلف: دکتر حسن بشیر

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه السلام

صفحه آرا: رضا عبداللهی بجندی طراح جلد: محمدحسین بصیری

ناظر نسخه پردازی و چاپ: رضا دیبا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان چاپ اول: ۱۴۰۵

شمارگان: ۵۰۰ نسخه / شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۸۱-۱۲۲-۷

برای مشاهده قیمت وارد فروشگاه اینترنتی شوید



فروشگاه مرکزی: تهران: بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه، انتشارات

تلفن: ۰۶۶۹۵۴۶۰۳، تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۰۶۰۶۷۴۱۱

E-mail: pub@isu.ac.ir • https://isupub.ir فروشگاه اینترنتی:

سرشناسه: بشیر، حسن، ۱۳۳۳ -

عنوان و نام پدیدآور: فرهنگ توصیفی - کاربردی ارتباطات میان فرهنگی /

حسن بشیر.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، ۱۴۰۵.

مشخصات ظاهری: ۵۷۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۳۸۱-۱۲۲-۷

موضوع: ارتباطات میان فرهنگی - اصطلاح ها و تعبیرها

موضوع: ارتباطات میان فرهنگی - واژه نامه ها - انگلیسی

موضوع: زبان انگلیسی - واژه نامه ها - فارسی

شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (علیه السلام)

رده بندی کنگره: P ۹۹

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۰۳

شماره کتابشناسی ملی: ۱۰۵۳۵۸۴۷

تمام حقوق محفوظ است، هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، فتوکپی،

انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی باشد.

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست مطالب

.....	سخن ناشر	۹
.....	مقدمه	۱۱
.....	مدخل ها	۱۵
.....	«آ»	۱۷
.....	«الف»	۱۹
.....	«ب»	۱۴۱
.....	«پ»	۱۵۱
.....	«ت»	۱۷۱
.....	«ج»	۱۹۹
.....	«چ»	۲۱۷
.....	«ح»	۲۲۵
.....	«خ»	۲۲۷
.....	«د»	۲۳۹
.....	«ذ»	۲۴۷
.....	«ر»	۲۴۹
.....	«ز»	۲۵۹
.....	«س»	۲۶۳
.....	«ش»	۲۷۹
.....	«ص»	۲۸۹
.....	«ط»	۲۹۱
.....	«ع»	۲۹۵
.....	«غ»	۳۰۵

۳۰۷	«ف»
۳۷۹	«ق»
۳۹۳	«ک»
۳۹۹	«گ»
۴۰۷	«م»
۴۳۵	«ن»
۴۶۳	«و»
۴۷۱	«ه»
۴۹۵	«ی»
۴۹۹	واژه‌نامه فارسی. انگلیسی
۵۲۹	واژه‌نامه انگلیسی. فارسی
۵۵۹	منابع

فهرست جدول‌ها

۱۰۵	جدول (۱): الگوی اصلی ارتباطات میان فرهنگی
۱۰۶	جدول (۲): رویکردهای سه‌گانه ارتباطات میان فرهنگی مارتین و ناکایاما
	جدول (۳): مقایسه الگوهای اصلی ارتباطات میان فرهنگی بر اساس تبیین آن‌ها از آفرینش و پیدایش خود و دیگری
۱۰۷	
۲۲۰	جدول (۴): چهار رویکرد انسان‌شناختی در مرتبه آفرینش
۲۴۰	جدول (۵): تمایز و اختلاف میان اقسام درک و دریافت واقعیت
۴۰۵	جدول (۶): مؤلفه‌ها، داعیه‌های اعتباری و کنش‌های زیست‌جهان‌هابرماس
۴۱۷	جدول (۷): اصول مذاکره بین‌المللی
۴۲۶	جدول (۸): مقایسه مفاهیم تعارف، تحاور، تعاون و تنازع در قرآن

فهرست شکل‌ها

شکل (۱): مفاهیم ارتباطات	۱۰۸
شکل (۲): الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی و جهان‌های آن	۴۰۴

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ.
(قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

رسالت و مأموریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام) «تولید علوم انسانی اسلامی» و «تربیت نیروی درجه یک برای نظام» (که در راهبردهای ابلاغی مقام معظم رهبری مدظله تعین شده) است. اثرپذیری علوم انسانی از مبانی معرفتی و نقش معارف اسلامی در تحول علوم انسانی، دانشگاه را بر آن داشت که به طراحی نو و بازمهندسی نظام آموزشی و پژوهشی جهت پاسخ‌گویی به نیازهای نوظهور انقلاب، نظام اسلامی و تربیت اسلامی به عنوان یک اصل محوری برای تحقق مأموریت خویش بپردازد و بر این باور است که علم توأم با تزکیه نفس می‌تواند هویت جامعه را متأثر در مسیر تعالی و رشد قرار دهد.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چهارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل‌ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهره‌مندی از نتایج آن‌هاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» درواقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) درواقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و

بین المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان گذاران و دانش آموختگان این نهاد است که امید می رود با اتکاء به تأییدات الهی و تلاش همه جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آن ها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه مندان می گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی ها و اصلاح آن هاست تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (ع) را در گستره بین المللی به همراه خواهد داشت (ان شاء الله).

وَلِلّٰهِ الْحَمْدُ

پژوهشگاه و معاونت پژوهشی دانشگاه

مقدمه

فرهنگ نامه‌ها و واژه‌نامه‌ها یکی از مهم‌ترین متونی هستند که استفاده می‌شوند. یکی از دلایل اساسی اهمیت آن‌ها، دسترسی آسان افراد به معانی مفاهیم و واژه‌های مختلف در علوم گوناگون است. اصولاً این فرهنگ‌نامه‌ها و واژه‌نامه‌ها مبتنی بر تعاریف ارائه شده توسط طراحان و اندیشمندان آن‌هاست. با توجه به اینکه علوم اجتماعی عمده‌تاً در جهان غرب شکل گرفته و طراحی شده، معانی و تعاریف مزبور نیز توسط آنان تهیه و تدوین شده و در سطح جهانی مورد استفاده قرار گرفته است. تعاریف این واژه‌نامه‌ها معمولاً مشخص نیست که توسط چه کسانی تهیه و ارائه شده است. این مسئله در رابطه با دائرةالمعارف‌ها کاملاً متفاوت است. به عبارت دیگر، در دائرةالمعارف‌ها مفهوم تفصیلی هر واژه توسط متخصصان با بیان نام آنان درج می‌شود. فرهنگ توصیفی-کاربردی ارتباطات میان فرهنگی دو تفاوت اساسی با واژه‌نامه‌های یا فرهنگ‌نامه‌های دیگر دارد.

۱. مستندسازی: تلاش شده است که همه مفاهیم این واژه‌نامه به شکل مستند از کتاب‌های مهم ارتباطات میان فرهنگی، با ذکر دقیق نام نویسندگان و منبع مورد استفاده جمع‌آوری شود. به عبارت دیگر، از نظر اینکه تنها به تعاریف اکتفا می‌کند و به معنای تفصیلی واژه نمی‌پردازد، به واژه‌نامه‌های معمولی شباهت دارد و با توجه به اینکه ارائه‌کننده تعریف و منبع مرتبط با آن بیان شده است، شباهت به دانشنامه‌ها دارد.

۲. بومی‌سازی: افزون بر معانی ارائه شده توسط اندیشمندان غربی (که معمولاً واژه‌نامه‌ها بر پایه تعاریفی که غربی‌ها از مفاهیم این علوم ارائه می‌کنند، مبتنی است)، تلاش

شده تا آنجا که ممکن است بر پایه معانی ارائه شده توسط اندیشمندان ایرانی نیز استوار باشد.

یکی از دلایل مهم این رویکرد در جمع‌آوری تعاریف ارائه شده توسط اندیشمندان و استادان ایرانی برای مفاهیم مختلف، «بومی‌سازی علمی» است. با توجه به این رویکرد، تلاش شده است که تا حد امکان از کتاب‌های معروف در حوزه ارتباطات میان فرهنگی استفاده و تعاریف و دیدگاه‌های مختلف جمع‌آوری و تدوین شود.

یکی دیگر از فواید این روش، ایجاد زمینه‌ای مناسب است برای به‌کارگیری تعاریف موجود با توجه به ارائه‌دهندگان آن‌ها که بعضاً ایرانی هستند. این تعاریف ارائه شده شاید مبتنی بر تعاریف دیگران نیز باشد، اما طرح نام اندیشمندان و استادان ایرانی در کنار استادان و اندیشمندان خارجی نه تنها دانشجویان و دانش‌پژوهان را با تعاریف ارائه شده توسط استادان ایرانی آشنا می‌سازد، بلکه درحقیقت، آنان را با نام و حوزه علمی این استادان نیز آشنا تر می‌کند. این حرکت خود نوعی از «بومی‌سازی علمی» است که به نظر می‌رسد در کنار حرکت‌های دیگر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

درحقیقت، یکی از انگیزه‌های مهم در تدوین این فرهنگ‌نامه، همین نگاه به طرح نام و دیدگاه اندیشمندان و استادان ایرانی به مفاهیم مختلف است. متأسفانه ما هیچ‌گونه تلاش جدی در طرح نام و دیدگاه‌های اندیشمندان ایرانی در کنار اندیشمندان خارجی نکرده‌ایم. این حرکت شاید فتح بابی برای حرکتی وسیع در راستای «بومی‌سازی علمی» تلقی شود؛ حرکتی که نه تنها باید در تعاریف مفاهیم گنجانده شود، بلکه باید در طراحی نظریه‌ها، اندیشه‌ها و دیدگاه‌ها تعقیب شود.

همچنین، در این فرهنگ‌نامه تلاش شده است که معادل واژه‌های مهم به زبان انگلیسی نیز آورده شود. این خود می‌تواند به واژه‌نامه مستقلی در این زمینه تبدیل شود که در اختیار خوانندگان قرار می‌گیرد.

برای آشنایی عمیق‌تر با این فرهنگ‌نامه چند نکته مهم مطرح می‌شود:

۱. همه مطالب درج شده در این کتاب به صورت نقل قول مستقیم است. به همین دلیل، مطالب بین دو گیومه قرار گرفته‌اند. بدیهی است که کوشش شده است که

- هیچ تصرفی در شیوه نگارش این مطالب صورت نگیرد.
۲. تلاش شده است همه منابع مورد اشاره در تعریف هر مفهوم اعم از فارسی و انگلیسی، با دقت جمع‌آوری و در منابع پایانی آورده شود. بنابراین، می‌توان گفت که افزون بر اصل منبع نقل قول، منابع درون‌متنی تا آنجا که ممکن بوده است نیز در این زمینه درج شده‌اند.
۳. برخی مفاهیم از چند واژه تشکیل شده‌اند که بر اساس اهمیت، واژه مهم‌تر در آغاز و بقیه واژه‌ها بعد از ویرگول آمده‌اند تا بتوان آسان‌تر به مفاهیم اساسی دست یافت.
۴. تلاش شده است که تعاریف و مطالب توضیحی هر مفهوم از کتاب‌های مهم و استادان بنام جمع‌آوری و ارائه شود. بدون اغراق می‌توان گفت که ده‌ها کتاب به صورت دقیق مطالعه و کوشش شده است که مهم‌ترین دیدگاه‌ها، تعاریف و توضیحات در رابطه با هر مدخل/مفهوم تعیین و درج شوند. تشخیص و انتخاب این مطالب خود فرایندی بسیار وقت‌گیر، دقیق و نیازمند تجربه عمیقی بود که در این زمینه امید می‌رود که موفقیت لازم به دست آمده باشد.
۵. در بسیاری از موارد کوشش شده است که تعاریف و دیدگاه‌های مختلف در رابطه با یک مدخل/مفهوم ارائه شود تا خواننده بتواند انتخاب لازم را انجام دهد.
۶. تهیه و تدوین این فرهنگ‌نامه می‌تواند به چابک‌سازی نوشتن پایان‌نامه‌ها، مقالات و کتاب‌های مرتبط، با صرف کمترین زمان ممکن کمک کند.
۷. یکی از فواید این اقدام که امید می‌رود در حوزه‌های دیگر نیز انجام گیرد، آشنایی با تنوع و تعدد مدخل‌ها/مفاهیم گوناگون در حوزه ارتباطات میان‌فرهنگی است. آشنایی به این تنوع و تعدد می‌تواند شمولیت یا محدودیت طرح این‌گونه موارد در زبان فارسی را نشان دهد که در تکمیل مطالب مرتبط با موضوع مورد بحث تأثیرگذار است.
۸. در این کتاب حدود هزار مدخل/مفهوم معرفی شده است. بدیهی است که گاه برای هر مفهوم، چندین تعریف و توضیح آمده که کتاب را به فرهنگ/واژه‌نامه جامعی تبدیل کرده است.

این کتاب سومین کتاب از مجموعه کتاب های «اندیشکده تحلیل گفتمان راهبردی» است که برای انتشار آماده شده است. امیدوارم این کتاب که فرهنگ نامه ای مستند درباره ارتباطات میان فرهنگی است، برای استادان، پژوهشگران، دانشجویان و دیگر علاقه مندان به مباحث مختلف ارتباطات میان فرهنگی، منبعی مفید و قابل استفاده باشد.

دکتر حسن بشیر

استاد جامعه شناسی ارتباطات بین المللی و میان فرهنگی

مدخلها

Uncertainty Thresholds

آستانه‌های عدم اطمینان

«در همه روابط انسانی، درجاتی از عدم اطمینان وجود دارد. ما هرگز نمی‌توانیم رفتار دیگران را به‌طور کامل پیش‌بینی کنیم یا توضیح دهیم. همه ما دارای آستانه حداکثر و حداقل عدم اطمینان هستیم. اگر عدم اطمینان ما بیش از آستانه حداکثر باشد، اطلاعات کافی برای پیش‌بینی یا توضیح آسان رفتار دیگران نداریم. هنگامی که عدم اطمینان ما کمتر از آستانه حداکثر باشد، از اطلاعات کافی برای پیش‌بینی و توضیح رفتار دیگران برخورداریم. ممکن است کاملاً به پیش‌بینی‌های خود مطمئن نباشیم و پیش‌بینی‌های ما نیز کامل و دقیق نباشد، اما اطلاعات کافی برای برقراری نسبتاً آسان تعامل با دیگران داریم. اگر عدم اطمینان ما زیر آستانه حداقل باشد، رفتار دیگران را بسیار قابل پیش‌بینی می‌دانیم. هنگامی که این‌گونه باشد، ممکن است در ارتباط با دیگران آن‌قدر تازگی وجود نداشته باشد که علاقه ما را به حفظ رابطه با آنان برانگیزد. همچنین، ممکن است تصور کنیم می‌توانیم رفتار دیگران را پیش‌بینی کنیم درحالی‌که این پیش‌بینی‌ها ممکن است نادرست باشد. هنگامی که رفتار دیگران را به مقدار زیادی قابل پیش‌بینی می‌دانیم، ممکن است پیام‌های دیگران را نادرست تفسیر کنیم؛ زیرا احتمال نمی‌دهیم که تفسیرهای ما اشتباه باشد» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۳۲).

Propaganda

آوازه‌گری

۱. «آوازه‌گری یا تبلیغ، فعالیتی است برای دگرگون کردن عقاید عمومی از راه‌های غیرمستقیم و احیاناً پنهانی با وسایلی مانند زبان، خط، تصویر، نمایش و جز این‌ها.

آوازه‌گری را باید با ارشاد فرق گذاشت. ارشاد جریانی است که مفاهیم روشن و منظمی به مردم می‌دهد، ولی آوازه‌گری جریانی است که مفاهیم روشن و تاریک را با یکدیگر می‌آمیزد و به وجهی خوشایند درمی‌آورد و به مردم عرضه می‌کند. ارشاد منجر به شناخت ادراکی می‌شود، ولی هدف آوازه‌گری انگیختن عواطف و آماده کردن مردم برای قبول عقایدی معین است. آوازه‌گر به وسیله آمیختن حقیقت با دروغ، نمودها را به صورتی جلوه می‌دهد که باعث تمکین مردم به خواسته‌های او می‌شود. آوازه‌گر از تلقین‌پذیری انسان سود می‌جوید و نیات خود را به مردم تحمیل می‌کند. حتی گاه مقاومت روانی مردم را یک سره درهم می‌شکند و به اصطلاح دست به مغزشویی می‌زند» (رهبر، ۱۳۷۱: ۸۶-۸۷).

۲. «آوازه‌گری یا تبلیغ فعالیتی است برای دگرگون‌سازی افکار عمومی» (رهبر، ۱۳۷۱: ۲۲۵).

«الف»

Artistic Creation

ابداع هنری

«ارسطو می‌گوید ابداع هنری نتیجه رغبت شدید به ایجاد اشکال و صور و شوق وافر به بیان و تعبیر احساسات است... و ظاهراً این حس در حیوانات پایین‌تر وجود ندارد؛ برخلاف "داروین" که با فرضیه نشو و ارتقا و دیدگاه خاص خود درباره انسان، معتقد است حس زیبایی در انسان چیزی فراتر از حس حیوان نیست» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۰۸).

Individualistic-Collectivist Value Dimensions ابعاد ارزش فردگرایانه - جمع‌گرایانه

۱. «ابعاد ارزش فردگرایانه - جمع‌گرایانه به عنوان یک چهارچوب اولیه در تبیین اینکه چرا افراد متفاوت هستند، در انتظارات و نگرانی‌های چهره‌شان در فرهنگ‌های متفاوت، عمل می‌کند. محققان میان فرهنگی در رشته‌های متفاوت شواهدی تجربی ارائه داده‌اند که طیف‌های ارزشی فردگرایی و جمع‌گرایی در واقع در یک گستره فرهنگی فراگیر هستند» (Fiske, 1991; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988; Hofstede, 1991, 1995; Smith et al, 1998; Triandis, 1994, 2001).

۲. «در واقع، فردگرایی به تمایلات ارزشی گسترده‌ای از یک فرهنگ با تأکید بر اهمیت هویت "من" در برابر هویت "ما"، حقوق فردی در برابر منافع گروهی، تمرکز بر احساسات خود در مقابل تمرکز بر احساسات اجتماع اشاره دارد. در مقایسه، جمع‌گرایی به تمایلات ارزشی گسترده‌ای از یک فرهنگ با تأکید بر اهمیت هویت "ما" در برابر هویت "من"، منافع گروهی در برابر خواسته‌های فردی و نگرانی دیگران اشاره دارد (Ting-Toomey, 1985; 1988)» (گادیکانست، ۱۳۹۶، ج: ۱، ۱۶۱).

Cultural Differences Dimensions

ابعاد تفاوت فرهنگی

«ابعادی وجود دارد که فرهنگ‌ها از آن جهات متفاوت یا مشابه‌اند و از آن ابعاد می‌توان برای توضیح و تشریح ارتباط در فرهنگ‌های مختلف سود جست» (گادیکانست، ۱۳۸۳: ۵۳).

Hofstede's Dimensions of Culture

ابعاد فرهنگ از دیدگاه هافستد

۱. اجتناب زیاد از عدم اطمینان^۱: نیاز به امنیت شغلی و ریسک‌پذیری کمتر. کارمندان به جهت‌گیری رهبری قوی و چهارچوبی روشن از قوانین و مقررات نیاز دارند.
۲. اجتناب کم از عدم اطمینان^۲: ترجیح دادن فرصت‌های پرریسک یا تنوع و پیشرفت سریع که با فرصت برای ارائه پیشنهادها همراه است.
۳. فاصله زیاد قدرت^۳: کارمندان انتظار دارند رهبران‌شان مسئولیت داشته باشند و تصمیم‌گیری کنند.
۴. فاصله کم قدرت^۴: مردم با مشارکت کارکنان، کارگروهی و روابط با همسالان خود، انگیزه بیشتری کسب می‌کنند.
۵. فردگرایی بالا: تمرکز بر نیاز به انگیزه بخشی به افراد از طریق فراهم کردن فرصت‌ها برای پیشرفت و استقلال شخصی است.
۶. فردگرایی پایین (جمع‌گرایی): انگیزه بیشتر از طریق جذابیت داشتن اهداف گروهی و حفظ هماهنگی و توازن گروهی تأمین می‌شود.
۷. مردانگی شدید: کارکنان تمایل بیشتری نسبت به تقسیم کار سنتی دارند.
۸. فرهنگ‌های بیشتر زنانه: مرزهای بازتر، انگیزه بخشی از طریق نقش‌های بیشتر انعطاف‌پذیر، فرصت‌های برابر و تأکید بیشتر بر سازش در مقایسه با درگیری انجام می‌شود» (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۲۰۴-۲۰۵).

1. High Uncertainty Avoidance
2. Low Uncertainty Avoidance
3. High Power Distance
4. Low Power Distance

ابهام‌جویی

Ambiguity

۱. «ابهام‌جویی بر تلاش ما برای گردآوری اطلاعات در مورد دیگران تأثیر می‌گذارد. گرایش ما به ابهام، به میزان باز یا بسته بودن ذهن ما بستگی دارد. افرادی که ذهن بازتری دارند، نیاز به دانستن و شناخت درباره خود و دیگران را احساس می‌کنند (روکیچ، ۱۹۶۰: ۶۷)، اما افرادی که ذهن بسته‌ای دارند، نیاز دارند از جنبه تهدیدآمیز واقعیت پرهیز کنند (ص ۶۷). این کار اغلب با نادیده گرفتن اطلاعات جدید انجام می‌پذیرد» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۴۶).

۲. «به گفته ریچارد سورنتینو و جودیت آن شورت^۱ افراد زیادی هستند که به هیچ‌وجه علاقه‌ای به کسب اطلاعات در مورد خود و جهان پیرامون خویش ندارند، به دنبال علل امور نمی‌گردند، هرگز خود را با دیگران مقایسه نمی‌کنند و به هیچ‌وجه برای حل کاستی‌ها و تناقض‌های درونی خود قدمی بر نمی‌دارند. در واقع، این افراد (که آنان را افراد اطمینان‌جو می‌نامیم) حاضرند به زحمت بسیاری بیفتند، اما چنین کارهایی را انجام ندهند (کسانی که خود را به زحمت می‌اندازند تا چنین کارهایی انجام دهند، ابهام‌جو می‌نامیم)» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۴۶).

ابهام، پرهیز از

Ambiguity, Avoiding

«پرهیز از ابهام را نباید با پرهیز از خطر کردن یا ریسک‌گزینی برابر دانست. اعضای فرهنگ‌های ابهام‌گریز از موقعیت‌های مبهم نیز گریزان‌اند. آن‌ها در این فرهنگ‌ها به دنبال ساختاری در سازمان‌ها، نهادها و روابطشان هستند که حوادث را برای آن‌ها به طور کامل قابل تفسیر و پیش‌بینی کند، اما به طور متضادی آنان اغلب آماده دست زدن به رفتارهای مخاطره‌آمیزی هستند تا ابهامات موجود را کاهش دهند مثلاً به جای نشستن و صبر کردن، به مبارزه با حریفی بالقوه پردازند (ص ۱۱۶)» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۶۱-۶۰).

1. Richard Sorrentino & Judith Ann Short

2. Risk

اتحادیه اروپا، نقش فرهنگی European Union, The Cultural Role of The

«اتحادیه اروپا»^۱ بر اساس ماده ۱۵ معاهده ماستریخت^۲ سال ۱۹۹۳، نقش فعالی در فرهنگ پیدا کرد. اتحادیه اروپا مانند یونسکو برنامه های فرهنگی مختلفی داشت؛ به ویژه برنامه "فرهنگ ۲۰۰۰" که طبق آن، هرساله شهر فرهنگی اروپا را معرفی می کرد؛ البته کاری به "شیوه کلی زندگی" آن شهر نداشت و بر ادبیات و هنر متمرکز بود. اتحادیه اروپا همچنین، یک برنامه تبادل آموزشی را اجرا می کرد که ارسموس^۳ نام داشت و در سال ۱۹۸۷ برای اولین بار آغاز شد و در سال ۱۹۹۵ در قالب برنامه سقراط گسترش یافت. برنامه ارسموس درصدد گسترش تحرک دانشجویی در سراسر اروپا و ارتقای افق های آموزشی جوانان اروپایی بود درحالی که برنامه سقراط این اهداف را به سطح آموزش دائمی ارتقا داد. علاوه بر سازمان های بین المللی، بسیاری از کشورها، برنامه ها و تشکیلات روابط فرهنگی خاص خودشان را داشتند که اغلب تحت کنترل وزارتخانه های مسئول امور خارجی بودند» (ریوز، ۱۳۸۷: ۷۲-۷۳).

اثربخشی ارتباطات Effectiveness of Communication

۱. «اثربخشی ارتباطات به عنوان تأثیری بر افکار عمومی، با ماهیت ارتباط تغییر می کند» (Cobley, 1963: 191).
۲. «اثربخشی ارتباطات به عنوان تأثیری بر افکار عمومی، با ماهیت موضوع تغییر می کند» (Cobley, 1963: 197).
۳. «اثربخشی ارتباطات به عنوان تأثیری بر افکار عمومی، با ماهیت مردم تغییر می کند» (Cobley, 1963: 198).
۴. «اثربخشی ارتباطات به عنوان تأثیری بر افکار عمومی، با ماهیت شرایط تغییر می کند» (Cobley, 1963: 200).

1. European Union (EU)
2. Maastricht Treaty
3. Erasmus

اجتماع

Community

۱. «اجتماع شامل افراد مختلفی است که نسبت به هم صداقت و سعه صدر داشته باشند، به یکدیگر اعتماد کنند، رفتارشان اخلاقی باشد و به زندگی با هم متعهد باشند. اعضای اجتماع با هم رفتاری مدنی دارند و درعین حال که به دنبال اصول مشترکی برای همه انسان‌ها می‌گردند، کثرت و گوناگونی را نیز ارج می‌گذارند. اجتماع پدیده‌ای مطلوب و مناسب است؛ زیرا همان‌گونه که بابر خاطرنشان می‌سازد، این اجتماع است که زندگی کردن را ارزشمند می‌سازد. گذشته از این، این وجود اجتماع است که ایجاد صلح و آرامش و هماهنگی بین گروهی را ممکن می‌سازد. اجتماع به شکل گروه‌ها نمود می‌یابد، اما افراد باید مسئولیت تشکیل اجتماع را در ازدواج، محیط کار، مدارس، شهرها، ملل و جهان‌شان بر عهده بگیرند. بر اساس مطالب مذکور، اصول تشکیل اجتماع را می‌توان بر اساس هفت فرضیه به شرح زیر مطرح کرد.

۱- اجتماع برای ارزشمند کردن زندگی انسان‌ها و افزایش پتانسیل صلح و آرامش در جهان ضرورت دارد. صلح بدون اجتماع ممکن نیست. "تجربه ما از ارتباط با دیگران و اجتماع تعیین می‌کند ما که هستیم، چگونه دیگران را درک می‌کنیم و چگونه فشارهای حوادث معمولی و غیرعادی و فوق‌العاده را تحمل می‌کنیم" (استاوب، ۱۹۸۹: ۲۶۹).

۲- تشکیل اجتماع، مسئولیت فرد است. هریک از ما باید در زندگی خود سهمی در تشکیل و سازندگی اجتماع داشته باشیم. "افرادی که قابلیت‌ها، ارزش‌ها و اهداف خود را کامل رشد می‌دهند و به نحوی هماهنگ آن‌ها را هم‌گرا و منسجم می‌کنند، می‌توانند با دیگران پیوند برقرار سازند. تکامل نهایی و کامل مستلزم ایجاد رابطه با دیگران، برقراری و توسعه پیوندهای عمیق و تشکیل اجتماع و علاوه بر این‌ها، داشتن ظرفیت و قابلیت جدایی و تمایز است" (استاوب، ۱۹۸۹: ۲۶۹).

۳- تنوع فرهنگی و قومی (و نیز شکل‌های دیگری از تنوع) از منابع ضروری تشکیل اجتماع هستند. هیچ اجتماع واقعی‌ای بدون تنوع نمی‌تواند موجودیت یابد.

۴- اجتماع می‌تواند هر اندازه‌ای داشته باشد (مثل خانواده، سازمان اجتماعی،

دانشگاه، شهر، کشور و حتی جهان)، اما باید کار اجتماع سازی را با گروه های کوچک تری که عضو آن ها هستیم (مانند خانواده) آغاز کنیم و کار توسعه اجتماع را در گروه های بزرگ تر (مانند دانشگاه ها) ادامه دهیم.

۵- ما همانی هستیم که می اندیشیم. جرالند جامپولسکی^۱ (۱۹۸۹) از جمله کسانی است که معتقد است "هر چیزی در زندگی به افکاری که در ذهن خود برمی گزینیم و به تمایل ما به تغییر نظام های عقیدتی مان بستگی دارد" (ص ۳۱). بودا نیز در دهامپادا^۲ چنین می گوید که "افکار ماست که زندگی مان را شکل می بخشد. ما آن چیزی می شویم که بدان فکر می کنیم".

۶- اجتماع بدون اختلاف و تعارض موجودیت نمی باید و شکل نمی گیرد. استوارت همپشایر^۳ (۱۹۸۹) معتقد است ما باید "اختلافات اجتناب ناپذیر قابل قبول و خصومت هایی را که به نحوی عقلایی مهار می شوند، همچون وضعیتی عادی" در زندگی خود انتظار داشته باشیم (ص ۱۸۹). پک (۱۹۸۷) معتقد است ما معمولاً تصور می کنیم "اگر بتوانیم اختلافاتمان را حل و فصل کنیم، شاید روزی بتوانیم در یک اجتماع در کنار یکدیگر زندگی کنیم" (ص ۷۲). به اعتقاد وی این تصور اشتباه است. در واقع، "اگر بتوانیم با هم در یک اجتماع زندگی کنیم، روزی خواهیم توانست درگیری ها و کشمکش های خود را حل و فصل کنیم" (ص ۷۲). از این رو برای تشکیل و توسعه اجتماع باید در کمال متانت با هم مبارزه کنیم و بکوشیم یکدیگر را متقاعد سازیم نه اینکه به یکدیگر زور بگوییم.

۷- به گفته فیشر و براون (۱۹۸۸)، فرد می تواند رابطه ای را تغییر دهد یا به تشکیل اجتماعی مبادرت ورزد. اگر آن فرد از اصول پیروی کند، افرادی که او با آنان تماس برقرار می کند، شیوه تعامل خود را تغییر می دهند» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۶۱-۲۵۹).

۲. «از دیدگاه بابر برای تشکیل اجتماع، افراد باید نوعی تعادل ظریف را پیشه سازند.

1. Gerald Jampolsky
2. Dhammapada
3. Stuart Hampshire

مفهوم تعادل ظریف مستلزم در نظر گرفتن دیدگاه خود و دیگران به هنگام برخورد با دیگران است» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۸).

۳. «از دیدگاه بابر، اجتماع، گروهی از افراد همفکر نیست، بلکه گروهی از افراد است که به طور ماهر و مکمل یکدیگرند و افکار مختلفی دارند. موريس فریدمن^۱ (۱۹۸۳) در دنباله تحلیل بابر، تمایزی میان اجتماع متفاوت و اجتماع مشابه قائل می‌شود. اجتماع مشابه یا قرابتی عبارت است از گروهی از افراد همفکر که برای برخورداری از امنیت گرد هم آمده‌اند. به عقیده فریدمن، چون آنان از زبانی مشابه و شعارهایی یکسان استفاده می‌کنند، احساس ایمنی می‌کنند، اما روابط نزدیکی با یکدیگر ندارند درحالی‌که اجتماع متفاوت با این فرض آغاز می‌شود که هر عضو اجتماع دارای دیدگاه متفاوتی است که به گروه کمک می‌کند. همه اعضا مثل هم نیستند، اما علایق و دغدغه‌های مشترکی دارند» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۷).

۴. «بابر، سعه صدر (و نه صمیمیت) را از عوامل کلیدی ایجاد و توسعه اجتماع می‌داند. "اجتماع واقعی حتماً نباید متشکل از افرادی باشد که همیشه در کنار یکدیگرند، بلکه باید شامل افرادی باشد که دقیقاً به خاطر رفاقت و دوستی، به یکدیگر دسترسی داشته باشند و همیشه آماده کمک به هم باشند" (به نقل از فریدمن، ۱۹۸۶: ۱۳). اهمیت سعه صدر هنگامی روشن می‌شود که به تمایزی که بابر میان اشکال سه‌گانه ارتباط قائل می‌شود، توجه کنیم؛ تک‌گویی، گفت‌وگوی فنی و گفت‌وگو. تک‌گویی^۲ نوعی گفت‌وگوی خودمحورانه است که در آن به افراد دیگر مانند شیء نگاه می‌شود. گفت‌وگوی فنی در واقع، گفت‌وگوی مبتنی بر اطلاعات یا اطلاعات محور است؛ البته تک‌گویی و گفت‌وگوی فنی گاه‌گاهی لازم است، اما استفاده فراوان از آن‌ها باعث بروز مشکلات می‌شود. هنگامی که میان شرکت‌کنندگان در گفت‌وگو ارتباطی نباشد، اجتماعی نیز شکل نمی‌گیرد؛ زیرا برای شکل‌گیری اجتماع، گفت‌وگو حیاتی و ضروری است. گفت‌وگو شامل ارتباط میان افراد است. در گفت‌وگو، احساس کنترل و مالکیت

1. Maurice Friedman

2. Monologue

هر فرد به حداقل می‌رسد و هریک از طرفین، دیگری را می‌پذیرد حتی در هنگامی که تعارض و اختلاف رخ می‌دهد» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۷).

۵. «مارتین بابر (۱۹۵۸ و ۱۹۶۵)، اجتماع را نوعی انتخاب برای یک هدف مشترک می‌داند. نوعی گرهمایی ارادی و داوطلبانه افراد در یک رابطه مستقیم که شامل توجه به خود، دیگران و گروه می‌شود. او معتقد است اجتماع باید از گروه‌های کوچک آغاز شود و آن را نمی‌توان به زور در سازمان‌ها یا ملل ایجاد کرد. وی درعین حال، اظهار می‌کند که برای ارزشمند کردن زندگی و معنا بخشیدن به آن، وجود شکلی از اجتماع ضروری است» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۶-۲۵۷)

۶. «واژه اجتماع از واژه لاتین "Communitas" مشتق شده است که دو معنای مرتبط به هم، اما مجزا دارد. الف. حالت علایق مشترک و در نتیجه، حالت معاشرت و دوستی و ب. مجموعه‌ای از مردم که نوعی پیوند بیرونی بین آنان برقرار است (روزنتال، ۱۹۸۴: ۲۱۹). به اعتقاد دانیل یانکلوویچ^۱ (۱۹۸۴)، اجتماع یعنی این احساس که "اینجا جایی است که بدان تعلق دارم، این‌ها مردم من هستند، من آن‌ها را دوست دارم، آن‌ها نیز مرا دوست دارند و من جزئی از آن‌ها هستم... و نبود این اجتماع، نوعی نقیصه دردناک است؛ نوعی خلأ... احساس جدایی، پوچی، تزلزل و بی‌ثباتی و فقر روحی" (ص ۲۲۷)» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۶).

اجتماع گفتاری

Speech Community

۱. «در اینجا گفتار به عنوان بدلی برای تمام اشکال زبان شامل نوشتن، آواز، سوت کلامی، طبل زدن، بوق زدن و موارد شبیه آن‌ها در نظر گرفته شده است. اجتماع گفتاری از آنجاکه مبنای توصیف را به عنوان یک موجودیت مستقل اجتماعی (و نه زبان شناختی) دارد، عبارتی اولیه و ضروری است. [به این ترتیب] فرد از یک گروه اجتماعی آغاز می‌کند و به جای تمرکز بر یکی از گونه‌های زبان شناختی، تمام گونه‌های موجود در آن را در نظر می‌گیرد» (Cobley, 1963: 350-351).

1. Daniel Yankelovich

۲. «در گذشته، بلومفیلد (۱۹۳۳) و برخی دیگر، مفهوم اجتماع گفتاری را به مفهوم زبان (یا گوناگونی زبان شناختی) تقلیل دادند. افرادی که به زبان یکسان (یا زبان اول یا زبان استاندارد یکسان) تکلم می‌کنند، به عنوان اعضای یک اجتماع گفتاری تعریف شدند. این اشتباه همچنان به قوت خود باقی است و با مقیاس کمی "فراوانی تعامل" به عنوان روشی برای توصیف نوسان و تغییر داخلی (آن‌گونه که بلومفیلد به طور نظری فرض گرفته بود) همراه بوده است» (Cobley, 1963: 351).
۳. «اجتماع گفتاری به طور آزمایشی به عنوان اجتماعی تعریف می‌شود که قوانینی برای انتقال و تفسیر گفتار و قوانینی برای تفسیر دست‌کم یک گونه زبانی به اشتراک می‌گذارد» (Cobley, 1963: 351).

اجتماع، اصول تشکیل Principles of Community Formation

«می‌توانیم هفت اصل تشکیل اجتماع را این‌گونه مطرح کنیم:

۱. متعهد باشید: باید نسبت به اصول تشکیل اجتماع در زندگی مان و به افرادی که قرار است با آن‌ها این اجتماع را بسازیم، متعهد باشیم (پک، ۱۹۸۷). ۲. هشیار باشید: ما همواره باید نسبت به آنچه می‌گوییم و انجام می‌دهیم، فکر کنیم. اگر ناآگاهانه و بدون مراقبت ارتباط برقرار کنیم، رفتار دیگران را بر اساس چهارچوب فکری خود تفسیر می‌کنیم و به جای درک آن‌ها، به ارزیابی شان می‌پردازیم. اگر به هنگام ارتباط هشیار نباشیم، نه تنها رفتار دیگران را از دیدگاه خود تفسیر می‌کنیم، بلکه بیشتر نگران خود خواهیم بود تا دیگران. چنین وضعیتی تشکیل و توسعه اجتماع را ناممکن می‌سازد، اما اگر هشیار باشیم، بیش از آنکه به نتایج حاصل از ارتباط توجه کنیم، به فرایند ارتباط توجه خواهیم کرد (لانگر، ۱۹۸۹). ۳. بی‌قید و شرط پذیرا باشید: برای تشکیل اجتماع باید دیگران را آن‌طور که هستند، بپذیریم و سعی نکنیم آن‌ها را کنترل کنیم یا تغییر دهیم (فیشرو براون، ۱۹۸۸). ۴. به خود و دیگران اهمیت دهید: اجتماع پدیده‌ای شامل و فراگیر است و همه نوع افراد را دربرمی‌گیرد و فقط گروهی از افراد همفکر نیست. ما باید در تعامل با دیگران هرجا عملی باشد، تعادل ظریف را رعایت کنیم (بابر، ۱۹۵۸). این

بدین معناست که باید از قطبی کردن ارتباط پرهیز کنیم (آرنت، ۱۹۸۶)، وقتی که دیگران سخن می‌گویند، بادقت به حرف آنان گوش فرا دهیم و در زمان لازم به گفت‌وگو بپردازیم (بابر، ۱۹۵۸، ۱۹۶۵). بقای ما به بقای اجتماعی وابسته است که در آن عضویت داریم (لویوی^۱، ۱۹۹۳). اصالت داشتن (خودشکوفای بودن و قدرتمند بودن) منافاتی با احساس تعلق به دیگران و اجتماع ندارد (تیلور، ۱۹۹۱). ما باید دغدغه هویت فردی و اجتماعی خود و دیگران را داشته باشیم و به آن‌ها اهمیت دهیم. باید با دیگران در مورد موضوعاتی که بر آنان تأثیر می‌گذارد، مشورت کنیم و با سعه صدر پذیرای نظرات آنان باشیم (فیشر و براون، ۱۹۸۸). هنگام بروز تعارض باید دیگران را نیز در نظر بگیریم و با برخوردی محترمانه و شایسته، در پی رفع آن باشیم (پک، ۱۹۸۷). ۵. فهمیم باشیم: باید برای درک دیگران تا حد امکان بکوشیم. به قول مارتین لوترکینگ^۲ (۱۹۶۳)، "درک با حسن نیت، اما ناقص و سطحی افراد، به مراتب از اصلاً نفهمیدن منظور آن‌ها به دلیل سوءنیت، نومیدکننده‌تر و دردناک‌تر است" (ص ۸۸). برای این کار باید بدانیم که تفسیر دیگران از حوادث و رفتارها چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی با تفسیر ما دارد. علاوه بر این، باید بفهمیم که فرهنگ، قومیت و دیگر اشکال تنوع، چه تأثیری بر نحوه تفکر و رفتار ما می‌گذارند. باید تفاوت‌های واقعی میان گروه خود و گروه‌های دیگران را درک کنیم، اما تفسیر ما از تفاوت‌ها نباید مبتنی بر تصورات قالبی، تعصبات و پیش‌داوری‌هایمان باشد. "تشکیل اجتماع مستلزم ارج‌گذاری به تفاوت‌هاست. در اجتماع به جای انکار، طرد، کتمان یا تغییر تفاوت‌های بشری، آن‌ها را باید مانند موهبتی گرامی پذیرا شد" (پک، ۱۹۸۷: ۶۲). همچنین، باید به دنبال نقاط مشترکی باشیم که اجتماع بر اساس آن‌ها سامان می‌یابد (بلا^۳ و همکاران، ۱۹۸۵). ما در ارتباط با دیگران، باید به نحو عاقلانه‌ای، احساسات، عواطف، اضطراب و ترس خود را متوازن سازیم (فیشر و براون، ۱۹۸۸). ۶. اخلاقی باشید: ما باید به رفتاری بپردازیم که فقط وسیله‌ای برای رسیدن به هدف نباشد، بلکه به خودی خود از نظر اخلاقی درست باشد (بلا و همکاران، ۱۹۸۵). ما باید به آنچه

1. Loewy
2. Martin Lutherking
3. Bellah

می‌گوییم و انجام می‌دهیم، اطمینان داشته باشیم (فیشر و براون، ۱۹۸۸). باید از نظر اخلاقی پذیرا باشیم (آپتو^۱، ۱۹۹۰) و برای خدمت به دیگران بکوشیم (لینبرگ^۲، ۱۹۸۹). ۷. مسالمت جو باشید: ما نباید خشن یا فریب‌کار باشیم، عهدشکنی کنیم یا پنهان‌کار و مرموز باشیم (بوک^۳، ۱۹۸۹). حتی اگر دیگران نیز در مقابل ما به چنین رفتارهایی مبادرت ورزیدند، ما توجیهی نداریم که نسبت به آنان چنین رفتار کنیم (فیشر و براون، ۱۹۸۸)» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۵۹-۲۶۱ و ۲۶۴).

اجتناب از عدم اطمینان، شاخص Uncertainty Avoidance Index (UAI)

«تحقیقات هافستد، کشورهایی را به عنوان سطوح قوی یا ضعیف در شاخص اجتناب از عدم اطمینان شناسایی کرد. اصطلاح "اجتناب از عدم اطمینان" نشان‌دهنده درجه‌ای است که افراد به دلیل ابهام، موقعیت‌های غیرساختاری یا غیرقابل پیش‌بینی، احساس تهدید می‌کنند و میزانی که جامعه می‌تواند این عدم اطمینان را تحمل کند. در رابطه با کسب و کار، این شاخص نشان‌دهنده میزان پذیرش ریسک در فرهنگ کسب و کار است. جامعه‌ای که اجتناب‌پذیری بالایی از عدم اطمینان دارد، از مخالفت بیشتری با ریسک‌پذیری برخوردار است و برای جلوگیری از عدم اطمینان به انطباق باورها و ایجاد نهادها دست می‌زند. چنین جامعه‌ای بر قوانین و مقررات تأکید می‌کند، نسبت به ثبات اهتمام دارد و ارزش بالایی را برای کارآمدترین استفاده از زمان و وقت‌شناسی قائل خواهد بود» (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۷۹-۸۰).

اختلال ارتباطات میان جوامع تک‌زمانه و چندزمانه

Disruption of Communication between Omnitemporal and Multitemporal Societies

«طبق گفته‌های هال، اختلال ارتباطات میان جوامع تک‌زمانه و چندزمانه نه تنها به سوء تفاهم، بلکه به نگرش منفی منجر می‌شود. فرهنگ‌های لاتین گاهی اوقات به عنوان

1. Optow
2. Lynberg
3. Bok

"مانانا"^۱ (انجام کار را به فردا موکول کن) توسط همتایان شمالی خود توصیف می شوند درحالی که از آن سو، جنوبیان فرهنگ شمالی ها را بی حوصله یا گاه متکبر و گستاخ برمی شمارند» (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۶۷).

Communication Disorder

اختلال ارتباطی

۱. «مایلز هیوستون و هووارد جیلز (۱۹۸۶) الگویی مبتنی بر تصورات قالبی برای تبیین اختلال در ارتباط بین گروهی ارائه کرده اند. آن ها اختلال ارتباطی را نوعی احساس ناخشنودی می دانند که امکان ارتباط رویاروی را کاهش می دهد. برای آنکه این اختلال ماهیتاً بین گروهی باشد، باید افراد ناخشنودی خود را ناشی از عضویت در گروه های اجتماعی متضاد بدانند» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۱۶).

۲. «هیوستون و جیلز (۱۹۸۶) خاطرنشان می کنند زمینه ای که در آن به تعامل با غریبه ها می پردازیم، در ایجاد اختلال ارتباطی مؤثر است. زمینه یا بافت در واقع، همان رابطه تاریخی و در حال تحول میان گروه های اجتماعی است. بافت و زمینه شامل تلاش های گذشته که اعضای گروه های مختلف به منظور سازگاری متقابل اجتماعی و زبانی انجام داده اند؛ سازگاری به معنی گرایش ما به تطابق و سازگاری رفتارمان با رفتار دیگران است. ما ممکن است جذب دیگران شویم (هم گرایی) یا از دیگران دور شویم (واگرایی). مثلاً استفاده از زبان مادری درحالی که افراد پیرامون ما به آن زبان تکلم نمی کنند (واگرایی)، راهی برای نشان دادن هویت مثبت اجتماعی است (جیلز، بوریس و تیلور، ۱۹۷۷)» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۱۶-۱۱۷).

Perception

ادراک

۱. «ادراک شامل آگاهی ما از چیزهایی است که در محیط پیرامونمان رخ می دهد. ادراک های ما دارای سه جنبه مهم است که بر ارتباط ما با غریبه ها تأثیر می گذارد. یکی، گزینشی بودن ادراک هاست. دوم، اینکه، ادراک مستلزم طبقه بندی است و

1. Mañana

بالاخره اینکه، طبقه‌بندی انعطاف‌ناپذیری مانع ارتباط کارآمد و مؤثر می‌شود» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۳۳).

۲. «ویلیام ایتلسون و هادلی کانتریل^۱ (۱۹۵۴) معتقدند تصور و ادراک ما همواره نتیجه کارکرد تعامل ما با افراد خاص در موقعیت‌های معین است. ما به دیگران مستقل از تعامل خود با آنان واکنش نشان نمی‌دهیم، بلکه این واکنش بر اساس تصور و ادراکی است که در جریان این تعامل از آنان به دست می‌آوریم. هریک از ادراک‌های ما منحصر به فرد و مبتنی بر فرهنگ، قومیت، جنسیت، تجربیات قبلی و نیازهای ماست. به هر اندازه که ما با دیگران تجارب مشترک (یعنی فرهنگ مشترک) داشته باشیم، هم‌پوشانی تصور و ادراک ما نیز بیشتر خواهد بود. ادراک‌های ما مبتنی بر تعامل با دیگران است، لیکن به غلط فکر می‌کنیم ادراک‌های ما "واقعی" و خارج از ذهن ماست» (کریمی مَله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۱۳۴).

ادراک فاصله

Distance Perception

«آخرین مورد اینکه، عواملی محیطی می‌تواند ادراک‌های مربوط به فاصله را به وجود بیاورد. ادراک‌های ناشی از ایجاد فاصله به دلیل دوری یا نزدیکی ما با دیگران، بر نوع واکنش ما در برابر آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در واقع، ادراک‌های فاصله در محیط به سایر نشانه‌های غیرکلامی بستگی دارد. ما می‌توانیم با دور شدن از دیگران، فاصله فیزیکی ایجاد کنیم. در محیط‌ها و فضای وسیع و در حضور دیگران، لازم است که با صدای بلندتری صحبت کنیم (که البته موجب می‌شود تعامل‌های ما کمتر حالت شخصی یا خصوصی بگیرد)» (ریچموند و مک‌کروسکی، ۱۳۸۷: ۳۳۱).

ادراک محدودیت

Constraint Perception

«محدودیت با حس آزادی که به راحتی بتوانید به محیطی وارد یا از آن خارج شوید، در تضاد است. اگر شرایط به گونه‌ای است که فضای بسیار کمی در اختیار ماست،

1. William Ittelson & Hadley Cantril

ادراک‌های مربوط به محدودیت شدت می‌یابند. اگر قسمت کوچکی از فضا به ما اختصاص یافته است و هم‌زمان متوجه می‌شوید که خروج از آن دشوار است (درعین‌حال)، درمی‌یابید که هیچ حریم خصوصی برای شما وجود ندارد)، احساس محدودیت شدیدی به شما دست می‌دهد. اگر سوار متروی شلوغی هستید، با آگاهی از اینکه ۴۵ دقیقه بعد به محل توقف خود می‌رسید، شاید زودتر از جای خود بلند شوید و در صورت امکان، قبل از بسته شدن در مترو در ایستگاه بعدی، خود را به در خروجی می‌رسانید» (ریچموند و مک کروسکی، ۱۳۸۷: ۳۳۰).

ارتباط/ارتباطات Communication, Interrelation, Link

۱. «ادوین امیری، مفهوم ارتباط در معنی عام را با توجه به ارتباط جمعی چنین تعریف می‌کند: "ارتباط عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر"» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۴۱).
۲. «ارتباط، انتقال پیام به دیگری و اساس شکل‌گیری جامعه است... به گفته شرام، "به طور کلی، ما می‌خواهیم با گیرنده پیام خود در یک مورد و مسئله، اشتراک فکر و هماهنگی عقیده پیدا کنیم"» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۰۴).
۳. «ارتباط جریان ردوبدل کردن پیام‌ها و خلق معنی است» (گادیکانست/گودیکانست، ۱۳۸۳: ۳۸).
۴. «ارتباط را می‌توان جریانی دانست که در آن، دو نفر یا بیشتر به تبادل افکار، نظرات، احساسات و عقاید خود مبادرت می‌ورزند» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۴۰).
۵. «ارتباط، فرایند پیچیده انتقال اندیشه‌ها، اطلاعات^۱ و تصورها^۲ از ذهن^۳ یک فرد به ذهن دیگری است. این فرایند با نیت و قصد شخص فرستنده برای به جای گذاشتن^۴ اطلاعات در ذهن دیگری یعنی گیرنده آغاز می‌شود. فرستنده باید نیت خود را که

1. Information
2. Images
3. Mind
4. To Plant

اندیشه‌هایی مجردند، به صورت نمادها^۱یی درآورد و آن‌ها را به پیامی محسوس برگرداند، از رسانه مناسب بهره گیرد و پیام خود را به گیرنده انتقال دهد. پس از آنکه گیرنده پیام را دریافت کرد، او هم دوباره نمادها را به اندیشه‌هایی مجرد بازگرداند. درنهایت، گیرنده نیز ممکن است با بهره‌گیری از بازخورد، اطمینان حاصل کند که پیام را به روشنی دریافت کرده است. همچنین، ممکن است در مجموع یا در هر مرحله از این فرایند، اختلالی روی دهد که به احتمال در پیام، انتقال یا دریافت آن تغییر ایجاد کند. این تغییر مانع آن می‌شود که فرستنده و گیرنده درنهایت، به اطلاعات اندیشه و تصور یگانه‌ای برسند» (وسترا، ۱۳۸۶: ۴۵-۴۶).

۶. «از نظر ما، ارتباط یک فرایند پویاست که در آن مردم با استفاده از علامت‌ها، برای اشتراک‌گذاری وضعیت‌های داخلی خود با دیگران تلاش می‌کنند» (سامووار و دیگران، ۱۴۰۰: ۱۴).

۷. «تعریف ارتباط را در دو سطح مفهومی و عملیاتی می‌توان مورد توجه قرار داد. سطح مفهومی ارتباط ناظر به حقیقتی است که در سایه آن تحقق می‌یابد و در سطح عملیاتی، ارتباط در چهارچوب روابط عناصری تعریف می‌شود که تحقق آن را نشان می‌دهد. در سطح مفهومی، ارتباط فرایند دوطرفه‌ای است که در سایه آن، افراد بشر واقعیت‌های اجتماعی را پدید آورده، نظم می‌دهند. در خصوصی‌ترین سطح، مفهوم خود یا فهم و تصویری که از خودمان داریم نیز محصول ارتباط است. در عینی‌ترین سطح، ارتباط هنگامی به وقوع می‌پیوندد که پیامی به قصد نقطه مقصودی (فرد یا افرادی) مطرح شود. با عنایت به امکان استفاده از رسانه برای انتقال پیام، ارتباط (رسانه‌ای) هنگامی اتفاق می‌افتد که منبع، پیامی را از طریق رسانه به مخاطب ارسال کرده باشد. دست‌اندرکار تبلیغ باید بداند که چگونه می‌توان به بهترین وجه از مجموعه ویژگی‌های روان‌شناختی تأثیرگذار بر هریک از این عناصر برای متقاعد کردن بهره گرفت» (حکیم‌آرا، ۱۳۸۴: ۲۴۱).

۸. «دکتر جیهان احمدرشتی می‌نویسد "مفهوم ارتباط، اشاره به هر عملی دارد که

به موجب آن، مردم بر یکدیگر اثر می‌نهند. مفهوم این تعریف این است که در هر کاری از کارها یا حادثه‌ای از حوادث، نوعی ارتباط وجود دارد؛ زیرا آنگاه که یک فرد کار به خصوص یا حادثه خاصی را درک می‌کند، این درک موجب تغییراتی در معلومات این فرد شده و بدین سان به نوعی تحت تأثیر قرار گرفته است» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۴۱).

۹. «لاندبرگ، شراک و لارسن در تعریف بسیار موجز، ارتباط را عبارت از انتقال معانی یا پیام از طریق نمادهایی چند می‌دانند. به نظر این سه دانشمند، زمانی که انسان‌ها از طریق نمادهایی چند به تأثیر بر یکدیگر می‌پردازند، در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته‌اند» (رهبر، ۱۳۷۱: ۱۴۱).

۱۰. «واژه ارتباط به معنی تبادل پیام و خلق معنی است (مثلاً نسبت دادن اهمیت به پیام‌ها). معنی را نمی‌توان از فردی به فرد دیگر انتقال داد. فقط پیام‌ها را می‌توان مستقل کرد. هنگامی که پیامی را می‌فرستیم، از آن پیام، معنای خاص در نظر داریم و به همان منظور نیز نمادها و کانال ارتباطی مناسب آن را برمی‌گزینیم. در هنگام خلق پیام تنها به رفتاری که مخاطب نشان خواهد داد (مثل خندیدن)، اتکا نمی‌کنیم، بلکه تفسیر ما از آن رفتار نیز در این امر دخیل است (مثلاً شاید فکر کنیم که شوخی می‌کند یا ما را دست می‌اندازد و مسخره می‌کند). شیوه ساخت و تفسیر پیام تابعی از ادراک ما از خود و دیگران و رفتار عینی آن‌ها و اینکه چگونه برای ما پیام ارسال می‌کنند، است، اما فردی هم که پیام ما را تفسیر می‌کند، معنای مورد نظر خود را به آن اسناد می‌دهد. معنایی که به پیام داده می‌شود تابعی از اصل پیام ارسال شده، کانال انتقال پیام، محیط ارسال پیام، دریافت‌کننده پیام، رابطه بین فرد گیرنده و فرستنده پیام و شیوه انتقال پیام است» (کریمی مله و هاشمی، ۱۳۸۳: ۲۱).

۱۱. «واژه ارتباط به معنی تبادل پیام و خلق معنی است» (گادیکانست، ۱۳۸۳: ۲۱).

۱۲. «ارتباط شاخه علمی تازه‌ای است که از تلفیق ریاضیات، فیزیک، روان‌شناسی، زیست‌شناسی و زبان‌شناسی به وجود آمده است» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۳۹ به نقل از باطنی، ۱۳۴۹: ۱۰۴۲).

۱۳. «در فرهنگ لغات وبستر، "Communication"، عمل ارتباط برقرار کردن تعریف و از

معادل‌هایی نظیر رساندن، بخشیدن، انتقال دادن، آگاه ساختن، مطالعه و مراوده داشتن استفاده شده است. در وبستر اضافه شده است که عمل برقرار کردن ارتباط می‌تواند از طریق کلمات، حروف، پیام‌ها، کنفرانس‌ها، مکاتبه‌ها و دیگر راه‌ها انجام گیرد» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۱ به نقل از فرهنگ لغات وبستر، ۱۹۷۱).

۱۴. «ارتباط، خطوط ارتباطی، وسایل ارتباطی، مبادله، گزارش، ابلاغیه، ابلاغ، اطلاعیه، نقل و انتقال، مراوده، اخبار، مشارکت، جلسه رسمی و سری فراماسیون‌ها، عمل رساندن، کاغذنویسی، مکاتبه، سرایت، راه و وسیله نقل و انتقال» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۲ به نقل از آریان‌پور کاشانی، ۱۳۵۴: ۴۳۲).

۱۵. «فرهنگ فارسی معین، ارتباط را یک بار به صورت مصدر متعدی و بار دیگر اسم مصدر معنی کرده است.

مصدر متعدی: ربط دادن، بستن، بر بستن و بستن چیزی با چیز دیگر و اسم مصدر: بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۲ به نقل از معین، ۱۳۵۶: ۱۸۹).

۱۶. «معنی لغت ارتباط از یک سو روشن و واضح و از سوی دیگر پیچیده و غامض است. در استفاده معمول از این لغت، مفهوم آن روشن است، ولی وقتی به جست‌وجوی تعیین حدود و کاربرد آن می‌پردازیم، مسئله پیچیده و غامض می‌شود» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۲ به نقل از نیلسون، ۱۹۵۷: ۱۰).

۱۷. «ارتباط عبارت است از جست‌وجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و امتناع دیگران» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۲ به نقل از Rhys, 1946: 6).

۱۸. «در فراگرد ارتباط، به‌طور کلی، ما می‌خواهیم با گیرنده پیام خود در یک مورد و مسئله معین، همانندی (اشتراک فکر) ایجاد کنیم» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۳ به نقل از Schramm, 1954: 3).

۱۹. هرگاه شخصی بپذیرد که دیگری در مورد او اراده کرده است، دومی با اولی ارتباط برقرار کرده است» (محسنیان راد، ۱۳۸۷: ۴۳ به نقل از Newcomb, 1950: 269).

۲۰. «ارتباط عبارت است از تمام روش‌هایی که از طریق آن ممکن است ذهنی بر ذهن