

مطالعه انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان روسی

جامعه‌المصطفی‌العالمیه از مردم ایران

علی مومنی^۱، احسان شاه قاسمی^۲

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 بدین‌وسیله 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 مگاپروتوتایپ 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

هر فردی پیش از مهاجرت به کشور دیگری دارای انگاره‌ها و تصورات پیشینی است که امکان تغییر پس از مهاجرت و زندگی در آن کشور را دارد. افرادی که به ایران مهاجرت می‌کنند نیز از این قاعده مستثنی نیستند؛ بسیاری از مهاجرت‌کنندگان قبل از ورود به ایران، نسبت به مردم و فرهنگ آن کشور تصورات و انگاره‌هایی را داشتند که به واسطه بسیاری از منابع مانند دوستان، تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی، سفرهای پیشین و ... ایجاد شده‌است. انگاره‌های بین‌فرهنگی 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 بین‌فرهنگی»^۱ شکل می‌گیرد. ارتباط 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: ۷۳-۷۲). این نوع از ارتباط می‌تواند میان نژادها، قومیت‌ها، مذاهب و ... رخ دهد. بنت^۲ معتقد است که مطالعات ارتباطات بین فرهنگی به دنبال یافتن پاسخی برای این سوال 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 به‌مثابه فرایندی پیچیده و نه فقط یک برخورد سطحی و گذرا، ارزیابی و تحلیل شود (Stier, 2006). در ارتباطات بین‌فرهنگی «انگاره‌های ذهنی به دلیل ساده‌سازی الگوهای رفتاری و قاعده‌مند کردن آن‌ها به‌شدت 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 بین‌فرهنگی می‌تواند در نوع برخورد ابتدایی ما با افراد دیگر فرهنگ‌ها، بسیار اثر بگذارد.

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 بوده‌است. 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،

1 Intercultural Communication

2 Milton J. Bennett

جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و... را با رویکرد اسلامی ارائه داده‌است. دانشجویان این نهاد، غیر ایرانی بوده و بسیاری از آن‌ها باید برای گذران تحصیل خود وارد کشور ایران شده و سپس به کشور خود بازگردند. دانشجویان در طول تحصیل باید زبان فارسی را فراگیرند؛ چراکه زبان اصلی برای آموزش آن‌هاست و برای زندگی در ایران نیز به زبان فارسی نیاز دارند؛ به عبارتی آن‌ها با یادگیری زبان فارسی بخشی از فرهنگ ایرانی را در خود درونی می‌کنند. بنا به نظر بیلی و پیپلس یکی از روابطی که میان زبان و فرهنگ می‌توان ترسیم کرد، این است که زبان به عنوان بخشی از فرهنگ بوده که رابطه روشنی میان مردم با فرهنگ مشترک را نشان می‌دهد (Bailey & Peoples, 2002). هدف از این پژوهش مطالعه و ارزیابی انگاره‌های ذهنی دانشجویان روسی جامعه المصطفی العالمیه از مردم ایران است؛ بر این اساس سؤالات پژوهش به شرح ذیل است:

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

۲. منابع ساخت انگاره‌های ذهنی چه بوده‌است؟

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

۴. انگاره‌های ذهنی مردم ایران نسبت به دانشجویان چه بوده‌است؟

مبانی نظری

مبانی نظری این پژوهش، نظریه «انگاره‌های بین‌فرهنگی»^۱ است. نظریه انگاره‌های بین‌فرهنگی یا طرح‌واره‌های فرهنگی، تابعی از شناخت اجتماعی بوده که توسط فرهنگ ساخته شده‌است (Sharifian, 2014). طبقه‌بندی در شناخت اجتماعی به ما کمک می‌کند که از تفکر بیش از اندازه برای افراد مختلف دوری کنیم. یکی از طبقه‌بندی‌ها طبقه‌بندی انگاره‌ای است (Shahghasemi, 2017)؛ همچنین نگاه کنید به (Shahghasemi, Heisey & Mirani, 2011)؛ (Shahghasemi & Heisey, 2009)؛ (Shahghasemi, 2009)؛ و (Ameli & Shahghasemi, 2018). تیلور و کراکر^۲ نیز معتقدند که انگاره، ساختار شناختی است که بخشی از بازنمایی گستره‌های انگیزی است؛ این انگاره شامل دانش عمومی در مورد آن گستره، از جمله مشخصات روابط بین ویژگی‌های آن و همچنین مثال‌های خاص یا مواردی از حوزه محرک است. لذا یکی از وظایف

1 Cultural-Schema-Theory

2 Taylor & Crocker

اصلی یک انگاره ارائه پاسخ به این سوال است: «این چیست؟» (Taylor & Crocker, 1981). 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 دربارهٔ مسائل مختلفی با آن‌ها تعامل می‌کنیم، انگاره‌های بین‌فرهنگی در ذهن ما تولید و ذخیره می‌شوند؛ این انگاره‌ها در قالب سیستم‌های به‌هم‌وابسته با یکدیگر ادغام شده و ساختار چندوجهی و پیچیده‌ای را ساخته که زیربنای رفتارهای بعدی ماست (نیشیدا، ۱۳۹۶). انگاره‌های بین‌فرهنگی دسته‌بندی و انواع گوناگونی دارد؛ به طور کلی می‌توان انگاره‌های بین‌فرهنگی را به هشت بخش (Chi, 1981; Taylor & Crocker, 1981; Zola & Squire 1990; Turner, 1994; Nishida, 1999) تقسیم کرد.

۱. **انگاره‌های واقعیت و مفهوم**^۱: اطلاعات عمومی دربارهٔ واقعیت‌هایی مانند «توکیو پایتخت ژاپن است» و مفاهیمی مانند «دوچرخه از دسته وسایل نقلیه‌ای است که دارای دو چرخ، صندلی و فرمان است» هستند.

۲. **انگاره‌های شخصی**^۲: 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.

۳. **انگاره‌های خویشتن**^۳: آگاهی و دانشی که نسبت خود داریم. شیوهٔ نگرش ما به خودمان و شیوهٔ نگرش دیگران نسبت به ما. لذا در ساخت هویت و تعریف خود بسیار اهمیت دارند.

۴. **انگاره‌های نقش**^۴: انگاره‌هایی که دانش دربارهٔ نقش‌های اجتماعی را شامل می‌شود. افراد به واسطهٔ جایگاه و موقعیت اجتماعی خاص خود، انتظارات رفتاری را برای دیگری ایجاد می‌کنند.

۵. **انگاره‌های زمینه**^۵: اطلاعات درمورد موقعیت یا شرایط مناسب پارامترهای رفتاری که پیش از اینکه انگاره‌های رویه و راهبرد فعال شوند، فعال می‌شود.

1 Fact and Concept Schemas
2 Person Schemas
3 Self Schemas
4 Role Schemas
5 Context Schemas

۶. **انگاره‌های رویه^۱**: انگاره‌های سلسله‌مراتبی که شامل اطلاعات در مورد اقداماتی که باید انجام شود، هستند. این انگاره‌ها نظام‌های متمایزی هستند که از برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات گذشته برگرفته شده و علت اصلی انجام کنش‌ها توسط مردم هستند. البته تمایز بین دانش اعلامی و رویه‌ای (یعنی دانستن چه چیزی در مقابل دانستن چگونگی) مهم است. به عنوان مثال، دانستن قوانین و قواعد فوتبال با توانایی انجام آن متفاوت است.

۷. **انگاره‌های راهبرد^۲**: دانش دربارهٔ راهبردهای حل مسئله است و شامل عواملی است که در انتخاب راهبرد افراد موثر است؛ مانند تخصص و مهارت‌های شخصی.

۸. **انگاره‌های هیجانی^۳**: این انگاره حاوی اطلاعاتی دربارهٔ احساسات و تأثیر و ارزیابی آن در حافظه بلندمدت است که با فعال‌شدن سایر انگاره‌ها قابل دسترسی است و در تعاملات اجتماعی در طول زندگی فرد ساخته می‌شود.

در این پژوهش سعی شده با استفاده از تقسیم‌بندی‌های نظری مذکور از انگارهٔ خویشتن (نگرش دیگران نسبت به ما) و انگارهٔ شخصی برای مطالعهٔ انگاره‌های بین‌فرهنگی نمونهٔ تحقیق، استفاده شود.

روش تحقیق

برای پاسخ به سؤالات تحقیق از روش تحقیق کیفی استفاده شده است. تحقیق کیفی رویکردی تفسیری است که سعی دارد از طریق تجربیات شرکت‌کنندگان، به معانی و رفتارهای خاصی که در یک پدیده اجتماعی خاص تجربه شده، 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 دربارهٔ صور احتمالی کنش تا تأمل ما دربارهٔ صورت‌های کنش بالفعل - را ساخت می‌بخشد» (لیندلف و تیلور، ۱۳۹۷: ۳۹). یکی از تکنیک‌های جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش کیفی، مصاحبه است و یکی از گونه‌های مصاحبه نیز مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته^۴ است. در این گونه از مصاحبه‌ها

1 Procedure Schemas

2 Strategy Schemas

3 Emotion Schemas

4 Semi-Structured Interview

باید داده‌ها را از افراد مشخص، در یک مرحله جمع‌آوری کرد. در این فرایند، پرسش‌های یکسان و از پیش تعیین‌شده، از تمام پاسخ‌دهندگان به صورت مشابه پرسیده می‌شود اما پاسخ‌دهنده به‌صورت آزادانه ایده‌های خود را بیان می‌کند (عاملی، ۱۳۹۲)؛ به‌عبارتی 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 پایه روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی^۱ (زنجیره‌ای) انجام شده‌است. در این روش نمونه‌ها به واسطه افرادی که می‌دانند پژوهشگر به دنبال چه کسانی با چه ویژگی‌هایی است، مشخص می‌شوند (لیندلف و تیپلور، ۱۳۹۷). همچنین این روش برای گروه‌های دیرپاب مانند دانشجویان روسی که تعداد کمی دارند و امکان دسترسی پایینی دارند، بسیار مفید است. همانطور که در **جدول ۱** قابل مشاهده است با ۱۲ دانشجوی روسی در مدت زمانی ۳۰ روزه (نیمه دوم اردیبهشت و نیمه اول خرداد ۱۴۰۰) مصاحبه شد. شیوه جمع‌آوری داده و انجام مصاحبه به صورت برخط و به‌واسطه پیام‌رسان‌های در دسترس پاسخگویان، بوده‌است. «مصاحبه می‌تواند به صورت چهره به چهره، با تلفن، یا به شکل آنلاین باشند. مصاحبه‌های آنلاین با ایمیل یا چت امکان‌پذیر است» (دیمن و هالاوی، ۲۰۰۲، نقل‌شده در عاملی، ۱۳۹۲:۲۸۲). در ابتدا، مکالمه‌ای با آن‌ها مبنی بر اعلام رضایت برای حضور در مصاحبه برخط صورت گرفت، سپس سوالات برای آن‌ها ارسال شد و پاسخ‌ها به صورت صوتی یا نوشتاری جمع‌آوری شد. همچنین جمع‌آوری داده‌ها بر اساس مفهوم اشباع نظری^۲، تا زمانی که هیچ گواه و مفهوم جدیدی از داده‌ها حاصل نشد، ادامه داشت. در نهایت، تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده بر اساس روش تحلیل مضمون^۳ انجام شد. تحلیل مضمون روشی 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). مضمون‌الگویی 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 تبدیل شده، سپس فرایند کدگذاری خرده مضامین و در نهایت استخراج مضامین اصلی انجام شد.

1 Snowball Sampling

2 Theoretical Saturation

3 Thematic Analysis

جدول ۱) مشخصات مصاحبه شوندگان 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 اهل بیت
۱۱	المار	کارشناسی	اصول فقه
۱۲	رامیز	کارشناسی ارشد	اخلاق و تربیت

یافته‌های تحقیق

در این بخش تمام پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، کدگذاری و تقسیم‌بندی شده‌اند. تقسیم‌بندی موجود، براساس ترکیب موضوعی است که در **جدول ۲** قابل مشاهده است:

جدول ۲) مضامین اصلی و خرده مضامین استخراج‌شده

ردیف	محورها	مضامین اصلی	خرده مضمون
۱	انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی، از فرهنگ مردم ایران	متدین	- زنان محجه
			- مردم با تقوا
		همراه با نظام حاکم سیاسی ایران	- وطن دوست - انقلابی - استکبار ستیز
		اخلاق مدار	- خوش کرداری - نیکویی

ردیف	محورها	مضامین اصلی	خرده مضمون
۲	منابع ساخت انگاره‌های پیشینی دانشجویان	رسانه‌های جمعی و اجتماعی	- رادیو و تلویزیون روسیه - اینترنت - مطالعات شخصی
		ارتباطات میان فردی	- مبلغان - آشنایان
۳	تغییر / ثبات انگاره‌ها پس از ورود به ایران	چندگانگی مذهبی	- بدحجابی - غیرمذهبی
		تکثر سیاسی	- ضدانقلاب - ضد رهبری - غرب‌گرا
		بی‌اخلاقی	- دروغ‌گو - تهمت‌زن
		رفتارهای غیر قابل درک	- تعارف - فریب
۴	عدم پذیرش مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران	تندخویی	- کج رفتاری - سرزنش
		زربندگی	- تجمل‌گرایی - مشاجره مالی
		بازنمایی قدرتمندی	- شهادت‌طلبی - شجاعت
۵	مؤلفه‌های فرهنگی قابل پذیرش مردم ایران	نیک‌کنشی	- بخشایش - فعالیت خیریه
		مناسک‌گرایی	- مراسم عزاداری - مراسم دعا
		سازنده فقر	- خوردن حق مردم - حقوق بالا
۶	انگاره ذهنی شیوه نگرش ایرانیان نسبت به دانشجویان روسی	رفاه در کشور مبدأ	- وجود زندگی لوکس در روسیه - تعجب از رهایی امکانات و رفاه کشور مبدأ

۱. 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 «اخلاق مدار» بوده است. به طور کلی انگاره‌های پیشینی دانشجویان، نشان‌دهنده وجود انگاره‌هایی یکدست نسبت به تمام مردم ایران و عدم وجود چندگانگی عقیدتی و فرهنگی بوده است.

• متدین

این انگاره پیشینی در اذهان مصاحبه‌شوندگان، حاکی از تصور تدین بالا و پایبندی به احکام اسلامی و ایمان قوی در میان مردم ایران بوده که به اکثریت مردم ایران تعمیم داده شده است. «قبل از اینکه وارد ایران شوم فکر می‌کردم که مردمی هستند که بر اساس دین اسلامی 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] بخاطر حضرت امام و انقلاب اسلامی بود که این تصور را می‌کردیم.» (فضل‌الدین، دکتری قرآن و مستشرقان).

• همراهی با نظام حاکم سیاسی ایران

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 و دارای سه خرده‌مضمون است. نخستین خرده‌مضمون «وطن‌دوست» است. مصاحبه‌شوندگان این تصور را داشتند که مردم ایران، به کشور و نظام سیاسی حاکم بسیار علاقه‌مندند 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 آدمم دیدم که تعدادی اینطور نیستند» (عروه، کارشناسی عمومی).

دومین خرده‌مضمون «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 درصد 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 نداشتیم. تقریباً فکر می‌کردم آن‌ها به انقلاب خود علاقه زیادی دارند و مطیع رهبری هستند» (المیر، کارشناسی ارشد تفسیر و علوم قرآن).

در نهایت خرده‌مضمون «استکبارستیزی» مطرح شده است. این انگاره، دنباله انگاره قبلی است؛ چراکه دانشجویان براساس 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).

• 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؛ حاکی از این است که مردم ایران افرادی خوش برخورد، دارای سلامت رفتاری و پرعاطفه هستند. در انگاره «خوش کرداری»؛ تصور دانشجویان روسی این بوده که مردم ایرانی از رفتارهای ناپسندی مانند دروغ، فریب، و تهمت دور هستند. به عبارتی آن‌ها مردم ایران را از جهت رفتاری به طرز کمال یافته تصویر کرده بودند.

«من واقعاً فکر می‌کردم که ایرانی‌ها دروغ نمی‌گویند، هم‌دیگر را دوست دارند و هم‌دیگر را فریب نمی‌دهند و این‌که 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 مودب هستند و متشخص» (یالچین، دکتری علوم حدیث).

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

«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).

۲. منابع ساخت انگاره‌های پیشینی دانشجویان

به طور کلی منابع ساخت انگاره‌های بین‌فرهنگی، وسعت بسیار بالایی دارد. افراد به واسطه ارتباطات گوناگون خود در جهان، انگاره‌های بین‌فرهنگی 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 بین‌فرهنگی است. منابع ساخت انگاره‌های شخصی توسط دانشجویان روسی دارای دو مضمون اصلی «رسانه‌های جمعی و اجتماعی» و «ارتباطات میان‌فردی» بوده است. هر کدام از این مضامین نیز دارای خرده مضامینی بوده که در ادامه تشریح شده‌اند.

• رسانه‌های جمعی و اجتماعی

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

«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؛ چرا که 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 تغییرات بزرگی در جنبه‌های مختلف زندگی ایجاد کرده است (Zohouri, M., Darvishi, M. & Sarfi, M. (2020); Zohouri et al., 2021; Nosrati, et al., 2020; Sarfi et al., 2021) اینترنت به دلیل دارایی گسترده وسیع از اطلاعات و اخبار و از طرفی به دلیل امکان ساخت ارتباطات شبکه‌ای، به عنوان یکی از مهم‌ترین و در دسترس‌ترین منابع برای کسب اطلاعات و ساخت انگاره‌ها تلقی شده است. دانشجویان نیز اذعان داشتند که بخشی از انگاره‌های پیشینی خود را به واسطه 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، مطالعات شخصی بوده است. 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 شده‌است را به ایرانیان نیز نسبت داده‌بودند.

«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 رای دادن به جمهوری اسلامی؛ پس به دستورات آن هم پایبند خواهند بود» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

• ارتباطات میان فردی

یکی از مهم‌ترین منابع ساخت انگاره‌های بین فرهنگی پیشینی دانشجویان، ارتباطات میان فردی و تعاملات آن‌ها با افراد مختلف بوده‌است. این مضمون اصلی از دو خرده مضمون «مبلغان» و «آشنایان» تشکیل شده‌است. «مبلغان» گروه یکی از گروه‌های مهمی بودند که با دانشجویان ارتباط گرفته و به‌عنوان منبع اطلاعاتی بر اساس تجارب یا دانش خود، باعث ساخت انگاره‌های بین فرهنگی دانشجویان، شده‌اند.

«این تصویرها را معمولاً مبلغان برای تبلیغ دین می‌آوردند، 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 بوده‌است.

«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).

۳. تغییر یا ثبات انگاره‌ها پس از ورود به ایران

پس از ورود به ایران، تعارض و تقابل میان انگاره‌های بین‌فرهنگی و وقایع موجود در فرهنگ مقصد، اتفاق می‌افتد. دانشجویان در تشخیص کنش‌ها و رفتارهای فرهنگ میزبان دچار مشکل شده‌بودند که به دلیل عدم انگاره‌های موردنظر فرهنگ میزبان بوده‌است (نیشیدا، ۱۳۹۶). روند انگاره‌های دانشجویان از یکدست‌سازی مردم به چندگانگی و تقسیم‌بندی آن‌ها میل پیدا کرده‌است. به طور کلی تغییرات انگاره‌های پیشینی دانشجویان و ساخت انگاره‌های جدید را ذیل سه مضمون کلی می‌توان تعریف کرد: «چندگانگی مذهبی»، «تکثر سیاسی» و «بی‌اخلاقی».

• چندگانگی مذهبی

یکی از اصلی‌ترین تغییرات در انگاره‌های دانشجویان، در مورد دین‌داری مردم ایران بوده‌است. 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 این گونه مسائل بودند.

«من نظرم تغییر کرد و براساس آن تصویری که داشتم واقعی نبود. البته زمانی که برای تحصیل آمده بودم وضعیت فرهنگی و حجاب در ایران بسیار بهتر از الان بود. با این حال توقع من بیشتر بود و الان بدتر شده‌است» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«تصورات ما تغییر کرد؛ چراکه رفتار مردم به‌شدت تغییر کرد، آن دین‌داری که میان مردم باید وجود می‌داشت، نبود و تصورات ما را بهم ریخت» (یالچین، 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).

• تکثر سیاسی

یکی دیگر از تغییرات اصلی انگاره‌ای درباب 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 مواجهه 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 آمد، دیدم ضدانقلاب وجود دارد یا برعلیه رهبری حرف می‌زنند و متوجه شدم که فرهنگ‌ها و رویکردهای مختلفی وجود دارد و متوجه عدم یکسانی رفتاری میان مردم شدیم» (ابودر، 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 اینجوری بود که فکر نمی‌کردم که اینقدر این تمایل وجود داشته باشد» (المار، کارشناسی فقه و اصول).

• 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 کرده است.

«متأسفانه در ایران دروغ زیاد شنیدم و بعداً فهمیدم 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 به قول معروف [انسان‌هایی] مومن و بی‌دروغ، نه‌متم‌نمیزند، و خیلی خون‌گرم می‌دانستیم ولی وقتی که آمدیم دروغ‌گو و غیرمومن بسیار دیدیم» (شامیل، کارشناسی ارشد تاریخ اهل‌بیت).

۴. عدم پذیرش مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران

مردم هرکشوری دارای مؤلفه‌های فرهنگی گوناگونی هستند. مصاحبه‌شوندگان نیز اشاراتی به این برخی از مؤلفه‌های فرهنگی مردم ایران که از منظر آن‌ها غیرقابل پذیرش بوده، داشته‌اند. براین اساس سه مضمون اصلی «رفتارهای غیرقابل درک»، «تندخویی» و «پول‌گرایی» حاصل شد.

• رفتارهای غیرقابل درک

زمانی که مردم با موقعیت‌های ناآشنا در فرهنگ میزبان برخورد می‌کنند و از انگاره‌های بین‌فرهنگی 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 دو 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 به نحوی که دروغ و الکی است؛ مثلاً یک تاکسی سوار شدیم، راننده اول تعارف می‌کند، بعد سر کرایه دعوا می‌کند و ما خندمون می‌گیره» (ابوزر، کارشناسی ارشد فقه و اصول).

«آن چیزی که از اولین بار به چشم می‌خورد، تعارفات ایرانی در میان مردم عام بود. آن هم در رفت و آمدهای 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 این چنینی باعث ایجاد وجهه منفی در ذهن ما می‌شود» (علیرضا، کارشناسی ارشد فلسفه اسلامی).

دومین انگاره بین‌فرهنگی 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 هیچ وجهی دروغ گفته نمی‌شد. اینجا هم آمدیم سعی کردیم که اصلاً دروغ نگیم 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).

• تندخویی

این انگاره کلی در اذهان پاسخ‌دهندگان زمانی شکل گرفته‌است که بدرفتاری‌ها، بی‌ادبی‌ها و هرنوع رفتار ناپسندی را از ایرانیان دیده‌اند. رفتارهایی که به‌زعم آن‌ها در فرهنگشان وجود نداشته یا به‌واسطه انگاره‌های پیشینی از مردم ایران، دچار تعارض شده‌بودند. این مضمون اصلی از دو خرده مضمون «کج‌رفتاری» و «سرزنش» تشکیل می‌شود. «کج‌رفتاری» به عنوان یکی از مواجهات مهم پاسخ‌دهندگان برای ساخت انگاره‌های منفی از مردم ایران بوده است. رفتارهایی که نه فقط از مردم بلکه از مسئولان ادارات و نهادها نیز برآمده است.

«بله مثلاً با قطار که می‌رفتم مشهد، ماموری 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 یک بار تاکسی گرفتم تا مدرسه. اما من را تا خود مدرسه نرساند و باید دو تا خیابان را پیاده می‌رفتم. ایشان هم گفته‌بود که شماره 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 (Sarfi et al., in press)، انگاره‌های منفی را در ذهن خود پرورش داده‌اند.

«وقتی که چغیه می‌انداختم برخوردارهای بدی دیدم و به من تیکه می‌انداختند و برخورد بدی می‌کردند. بعضاً بد و بیراه 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 به‌خاطر آمدن به ایران مسخره می‌کردند» (عروه، کارشناسی عمومی).

• زر-بندگی

پژوهش‌های زیادی به مصرف‌گرایی در جامعه ایران اشاره کرده‌اند (برای نمونه، نگاه کنید به Shahghasemi, 2021). وجود مضمون اصلی زر-بندگی، نشان از برجسته بودن نمایش

ثروت دوستی مردم ایران، از منظر دانشجویان است. مصاحبه‌شوندگان به واسطهٔ مواجهاتی که حاکی از ثروت دوستی و ثروت‌اندوزی مردم ایران بوده؛ این انگاره را در ذهن خود بر ساخته‌اند. دانشجویان معتقدند که مردم ایران بسیار به دنبال کسب درآمدهای بالا بوده و درصدد نیل به این هدف مشاخره نیز می‌کنند؛ همچنین 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 می‌خوان دیپلم بگیرن 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).

۵. مؤلفه‌های فرهنگی قابل پذیرش مردم ایران

پس از ورود به فرهنگ جدید علاوه بر مشاهده مؤلفه‌های فرهنگی منفی؛ مؤلفه‌های مثبت و مورد پسند نیز قابل دریافت است؛ لذا مصاحبه‌شوندگان با ورود به ایران براساس رفتارها و بافتار فرهنگی ایرانیان، انگاره‌های مثبتی نیز در ذهن خود بر ساخت کرده‌اند. بر این اساس سه مضمون اصلی «بازنمایی قدرتمندی»، «نیک‌کنشی» و «مناسک‌گرایی» از داده‌ها، استخراج شده است.

• 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.

«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 شهادت طلبی [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).

• نیک‌کنشی

دانشجویان روسی براساس رفتار مردم ایران، این انگاره را بر ساخته‌اند که آن‌ها بسیار مهربان، باگذشت و نیکوکار هستند و این را به‌مثابه یکی از اصلی‌ترین انگاره‌های بین‌فرهنگی 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 دانسته 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 بین المللی‌تر ببینیم همین کشور عراق که باهاش 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 بخاطر آن رژیم بوده است و ارتباطشون به حالت عادی بازگشته است. مثلاً در کشور خودمان با کشوری که جنگ داشته‌است، هنوز خصومت و کینه وجود دارد» (حسین، کارشناسی ارشد مطالعات اسلامی).

«آنچه که بیشتر پسندیدم این است که تحمل شان به هم دیگر خیلی بیشتر است، که قبضه مرا برانگیخته است. این‌که از یکدیگر گذشت دارند، واقعا فوق العاده 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 واقعا 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 سیدکمک‌های فرهنگی را درست می‌کنیم و در کشور خودمان نیز توزیع می‌کنیم» (یالچین، دکتری علوم حدیث).

«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).

• مناسک‌گرایی

آخرین مضمون اصلی این بخش، مناسک است. براساس 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).

۶. 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. براساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان دو مضمون اصلی «عامل مشکل مالی» و «رفاه در کشور روسیه» در این بخش مطرح می‌شود.

• سازنده فقر

بسیاری از ایرانیان این نگرش را دارند که دانشجویان روسی که برای تحصیل علوم دینی به ایران می‌آیند، از پول مردم ایران، امرار معاش و تحصیل می‌کنند و باعث مشکلات اقتصادی و فقر مردم ایران شده‌اند. مصاحبه‌شوندگان براساس برخوردها و موجهات 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 مستشرقان).

• 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 آنجا 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).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، انگاره‌های بین‌فرهنگی دانشجویان روسی جامعه المصطفی درباره فرهنگ مردم ایران (پیش و پس از ورود به ایران) مطالعه شد. بر اساس اهداف پژوهش و مبانی نظری، از میان انگاره‌های رایج، انگاره شخصی و انگاره خویشتن برای جمع‌آوری داده‌ها و فرایند پژوهش استفاده شدند. انگاره‌های پیشینی دانشجویان روسی که ذیل انگاره شخصی قرار می‌گرفت از سه مضمون اصلی متدین، همراهی نظام حاکم سیاسی ایران و اخلاق‌مدار تشکیل شده‌است. آن‌ها مردم ایران را به‌واسطه وجود حکومت دینی و دین رسمی اسلام و بازنمایی دین‌مدارانه از مردم ایران، متدین تصور می‌کردند. همچنین براساس وقوع انقلاب اسلامی و وجود رهبران دینی در کشور تمام مردم را همراه با حاکمیت سیاسی ایران دانسته‌اند. از طرفی دیگر تصور داشتند که نسبت مردم ایران با نظام حاکم و ایدئولوژی آن بسیار خطی و مثبت است و در نهایت دانشجویان پیش از ورود به ایران، مردم این کشور را انسان‌های مهربان، دلسوز، خوش برخورد می‌دانستند؛ افرادی که راستگو، درستکار و بااخلاق بوده‌اند. چنین انگاره‌هایی به‌واسطه منابعی مانند رسانه‌های جمعی و اجتماعی و ارتباطات میان‌فردی شکل گرفته‌است. 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. همچنین بر این عقیده بودند که طلاب و مبلغان دینی (که در مجاورت آن‌ها بوده یا از ایران به روسیه سفر می‌کردند) یا گفت‌وگو با خانواده، اقوام و دوستان در ساخت انگاره‌های آنان بسیار موثر بوده‌است. اما پس از ورود به ایران دچار تغییرات شناختی نسبت به مردم ایران شده‌اند؛ 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، مانند چندگانگی مذهبی، تکثر سیاسی و بی‌اخلاقی را بر ساختند که بخشی از این تعارضات منجر به عدم پذیرش مؤلفه‌های فرهنگی ایرانیان شده‌است. همچنین آن‌ها رفتارهای غیرقابل درک، کج‌رفتاری و زر-بندگی مردم ایران را نپذیرفته‌اند. آن‌ها رفتارهای غیرقابل درک را مانند تعارف و فریب دانسته‌اند. مردم ایران از طریق تعارف با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند؛ به عبارتی 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 منجرکننده 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. از طرفی دیگر آزار و اذیت‌های بعضی مردم یا مسئولان در مواقع مختلف و تمسخر یا توهین دانشجویان روسی به دلیل انتخاب شیوه تحصیل و حضور در ایران توسط مردم ایران باعث انزجار دانشجویان شده‌است. همچنین آن‌ها بر این عقیده‌اند که فرهنگ میزبان دارای روحیه ثروت‌اندوزی و تجمل‌گرایی بوده‌است؛ مهریه‌های سنگین، زندگی تجمل‌گرایانه، دعوا بر سر پول از مواردی بوده است که مصاحبه‌شوندگان با آن مواجه شده‌بودند و باعث ساخت این انگاره شده است.

با این حال آن‌ها به مؤلفه‌های فرهنگی قابل پذیرش ایرانیان نیز دست یافته‌اند. آن‌ها مردم ایران را دارای روحیه شجاع، نترس، جهادی و شهادت‌طلب دانسته‌اند یا فعالیت‌های خیریه و بخشایش مردم فرهنگ میزبان را تجربه کرده‌اند. همچنین برگزاری مراسمات عزاداری و آیین‌های دینی در کشور ایران و اهتمام مردم برای برگزاری از رفتارهای پسندیده ایرانیان است. نیاز به توجه است که اقتباس فرهنگی در این بخش اتفاق افتاده است؛ به عبارتی دانشجویان اذعان داشته‌اند که بسیاری از رفتارهای مورد پسند خود مانند، برگزاری مراسمات عزاداری یا کمک رسانی را در کشور خود نیز ادامه می‌دهند. در نهایت مردم ایران، آن‌ها را عامل مشکلات

اقتصادی و مالی کشور دانسته‌اند و آن‌ها را دارای زندگی بی‌مشکل و مرفه تصور کرده که با ورود به ایران، آن رفاه را از دست داده‌اند.

دانشجویان روسی از مردم ایران یک ایدئال ذهنی را برساخته بودند؛ در این ایدئال 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»^۱ شدند. طبق نظریهٔ پروتوتایپ، انسان‌ها برای طبقه‌بندی ابژه‌هایی که با آن روبه‌رو می‌شوند، از مفهومی معروف به پروتوتایپ استفاده می‌کنند که به عنوان نمایندگی از طبقات کلی ابژه‌ها عمل می‌کنند؛ چراکه نمایانگر ایدئال یا بهترین نمایش از ابژه‌هاست. به عبارتی پروتوتایپ همان چیزی است که افراد برای تعیین اینکه یک مورد خاص به یک دسته یا کلاس کلی از ابژه‌ها 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؛ حاکی از عدم شناخت و ارتباط کامل مردم ایران با دانشجویان روسی است؛ چراکه بنا به اذعان خود دانشجویان، هیچ گونه مبالغه‌نگفت یا امکانات بسیار پیشرفته‌ای در اختیار آن‌ها قرار نمی‌گیرد. بر این اساس دانشجویان روسی نسبت به انگاره‌های مردم ایران از منظر خودشان نیز دچار مگا پروتوتایپ^۲ شده‌اند؛ اساساً مگا پروتوتایپ زمانی حاصل می‌شود، فرد غریبه در فرهنگ میزبان، احساس می‌کند، انگاره‌های مردم میزبان دربارهٔ او منفی است (Imai, 2017).

در نهایت باید در نظر داشت که جامعه المصطفی العالمیه، 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 شده‌است. از طرفی دیگر بر اثر شیوه‌های ارتباطی متفاوت مردم ایران با محصلان علوم دینی، احتمال مخالفت گروهی از مردم با

1 Prototype

2 Mega Prototype

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 دیگر مردم مهاجر به کشور ایران مورد مطالعه قرار گیرد، نتایج قابل توجه و متفاوتی نیز به دست خواهد آمد.

منابع

- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۲). *روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عاملی، سعیدرضا، و حجازی، منصوره. (۱۳۹۷). مطالعه‌ی انگاره‌های ذهنی شکل‌های دانشجویی دانشگاه تهران: انگاره‌های شخصی انجمن اسلامی و خویش‌نمون‌های دانشجویی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۳۰-۱۰۳.
- علی‌رضایی، شایلی. (۱۳۸۷). تعارف در فرهنگ مردم ایران. *فصلنامه‌ی نجوای فرهنگ*، ۱۱۴-۱۰۱.
- فلیک، اووه. (۱۳۹۹). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. (هادی، جلیلی، مترجم). تهران: نشر نی.
- لیندلف، تامس، و تیلور، برایان. (۱۳۹۷). *روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات*. (عبدالله، گیویان، مترجم). تهران: انتشارات همشهری.
- نوربخش، یونس. (۱۳۸۷). فرهنگ و قومیت؛ مدلی برای ارتباطات فرهنگی در ایران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۶۸-۷۸.
- نیشیدا، هیراکو. (۱۳۹۶). نظریه طرح‌واره‌های فرهنگی. در ویلیام، بی. گادیکانست (تدوین)، *نظریه‌پردازی درباره ارتباطات بین‌فرهنگی (حسن، بشیر، و حسین، حسنی، مترجم، ص. ۳۴۱-۳۱۱)*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- Alirezae, Shayli. (2008). Compliments in the culture of Iranian people. *Najvaeeye Farhang Quarterly*, 101-114. (In Persian)
- Amant, Kirk ST. (2005). A Prototype Theory Approach to International. *TRANSACTIONS ON PROFESSIONAL COMMUNICATION*, 219-22.
- Ameli, Saied Reza; Hajjari, Mansoureh. (2018). The Study of Schemata between Student's Organizations in The University of Tehran: The Personal Schemata of the Islamic Association and self-schemata of the student Basij. *Journal of Iranian Research*, 67-78. (In Persian)
- Ameli, Saied Reza. and Shahghasemi, Ehsan. (2018), Americans' cross-cultural schemata of Iranians: an online survey. *Cross Cultural & Strategic Management*, Vol. 25 No. 1, pp. 119-133. <https://doi.org/10.1108/CCSM-10-2016-0176>
- Bailey, Garrick Alan; Peoples, James. (2002). *Essentials of cultural anthropology*. London: Wadsworth Group.
- Bennett, Milton J. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations*, 179-196.
- Bolderston, Amanda; Palmer, Cathryne. (2006). A Brief Introduction to Qualitative Research. *The Canadian journal of medical radiation technology*, 16-19.
- Boyatzis, Richard E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. London: SAGE Publication.
- Braun, Virginia; Clarke, Victoria. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 77-101.

- Flick, Uwe. (2020). *An Introduction to qualitative research*. (Hadi Jalili trans). Tehran: Ney Publication. (In Persian)
- Imai, Tatsuya. (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.
- Lindlof, Thomas; Taylor, Bryan. (2018). *Qualitative Communication Research Methods*. Tehran: Hamshahri Publication. (In Persian)
- Nishida, Hirako. (1999). A Cognitive Approach to Intercultural Communication Based on Schema Theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 753-777.
- Nishida, Hirako. (2017). Cultural Schema Theory in William B. Gudykunst (Editor). *Theorizing About Intercultural Communication*, (Hasan. Bashir, and Hossein. Hasani, trans, pp. 311-341). Tehran: I.S.U Press.
- Nosrati, S., Sabzali, M., Heidari, A. & Sarfi, T. (2020). Chatbots, counselling, and discontents of the digital life. *Journal of Cyberspace Studies*, 4(2), 153-172. <https://doi.org/10.22059/jcss.2020.93910>
- Nourbakhsh, Younes. (2009). Culture and Ethnicity: A Model for Cultural Communications in Iran. *Journal of Iranian Research*, 68-78. (In Persian)
- Sarfi, M.; Sarfi, T.; Aris, S.; Zohouri, M.; Aein, B. (in press). Religion and Migration: An Iranian Survey. *Migration Letters*.
- Sarfi, T., Nosrati, S. & Sabzali, M. (2021). The new celebrity economy in cyberspace. *Journal of Cyberspace Studies*, 5(2), 203-228. <https://doi.org/10.22059/jcss.2021.93903>
- Sarfi, T., Nosrati, S., & Sabzali, M. (in press). Trust, Information, and COVID-19 Conspiracy Theories: Cross-Cultural Implications for Crisis Management and Public Health. *Migration Letters*.
- Shahghasemi, Ehsan. (2009). How do Iranian bloggers view the American people. *iCom* 2009. Melaka.
- Shahghasemi, Ehsan. (2017). *Iranian in the minds of Americans*. NewYork: Nova Science Publishers.
- Shahghasemi, Ehsan. (2021). Rich Kids of Tehran: The Consumption of Consumption on the Internet in Iran. *Society*, 58(5), 398-405. <https://doi.org/10.1007/s12115-021-00626-3>
- Shahghasemi, Ehsan., & Heisey, D. Ray. (2009). The cross-cultural schemata of Iranian-American people toward each other: A qualitative approach. *Intercultural Communication Studies*, XVIII(1), 143-160.
- Shahghasemi, Ehsan., Heisey, D. Ray., & Mirani, Goudarz. (2011). How do Iranians and US Citizens perceive each other: A systematic review. *Journal of Intercultural Communication*, 27(1), 4-5.
- Sharifian, Farzad. (2014). Cultural schemas as 'common ground'. In K. Burridge, & R. Benczes, *Wrestling with Words and Meanings* (pp. 219-235). Melbourne: Monash University.
- Stier, Jonas. (2006). Internationalisation, intercultural communication and intercultural competence. *Journal of Intercultural Communication*, 1-12.
- Taylor, Shelley E; Crocker, Jennifer. (1981). Schematic Bases of Social Information Processing.
- Turner, Roym. (1994). *Adaptive Reasoning for Real-world Problems: A Schema-Based*

Approach. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.

- Zohouri, M., Darvishi, M. & Sarfi, M. (2020). Slacktivism: A critical evaluation. *Journal of Cyberspace Studies*, 4(2), 173-188. [HTTPS://DOI.ORG/10.22059/JCSS.2020.93911](https://doi.org/10.22059/JCSS.2020.93911)
- Zohouri, M., Darvishi, M., Sarfi, M., Nosrati, S. & Zamani, M. (2021). Google's University? An exploration of academic influence on the tech hiant's propaganda. *Journal of Cyberspace Studies*, 5(2), 181-202. [HTTPS://DOI.ORG/10.22059/JCSS.2021.93901](https://doi.org/10.22059/JCSS.2021.93901)
- Zola, Stuart M; Squire, Larry 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. Ameli, Saied Reza. (2013). *Research methods in cultural and media studies*. Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)



فصلنامه انجمن ایرانی
مطالعات فرهنگی و ارتباطات

۱۰۳

مطالعه آثارهای بین
فرهنگی دانشجویان

روسی