

## آثار ارتباطات بین‌فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین‌فرهنگی آن‌ها

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۲/۰۸

شیما حکیمی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۱/۲۳

دکتر صدیقه ببران<sup>۱</sup>

از صفحه ۹۱ تا ۱۰۵

### چکیده

افزایش ارتباطات جهانی و میزان مهاجرت به دیگر کشورها طی دهه‌های اخیر، ضرورت بررسی آثار ارتباطات میان‌فرهنگی را تقویت کرده است. در همین راستا، این پژوهش با هدف بررسی آثار ارتباطات میان‌فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی به انجام رسید و آثار این ارتباطات بر انگاره‌های ذهنی حساسیت بین‌فرهنگی آن‌ها را می‌سنجد. این موضوع که ارتباطات ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها پیش از انقلاب بسیار گسترده و مثبت بوده ولی طی سال‌های اخیر به تیرگی گراییده یکی از دلایل انتخاب فرانسوی‌های ساکن تهران برای جامعه آماری این پژوهش بوده است. این یعنی چگونه ارتباطات سیاسی و اجتماعی و رسانه‌ها بر ذهنیت فرانسوی‌ها نسبت به ایرانی‌ها اثر گذاشته است و آیا ارتباطات رو در روی آن‌ها به بهبود ذهنیت و قالب‌های ذهنی آن‌ها و کاهش حساسیت بین‌فرهنگی آن‌ها منجر شده است؟ به این منظور با استفاده از روش پیمایشی و تدوین پرسشنامه و توزیع آن میان ۲۱ زوج فرانسوی-ایرانی عضو انجمن دوستی ایران و فرانسه (مجموعاً ۴۲ نفر) آثار این ارتباطات میان‌فرهنگی بررسی شد. براساس نظریه حساسیت بین‌فرهنگی بنت، این حساسیت تابعی از میزان و کیفیت طرحواره‌های ذهنی افراد از یکدیگر است. بنابراین، هرچه این دو گروه (فرانسوی-

۱. استادیار گروه ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی (نویسنده مسئول)  
S.babran@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی hakimi.shima@gmail.com

آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها.....

ایرانی) از شباهت‌ها و تفاوت‌های یکدیگر آگاه باشند، میزان حساسیت آن‌ها به یکدیگر کاهش می‌یابد. یافته‌های تحقیق نشان داد فرضیه‌های تحقیق نیز که در راستای این نظریه تنظیم شده بودند، تأیید شد؛ یعنی، ازدواج‌های میان‌فرهنگی دیدگاه‌های اغلب پاسخگویان را از منفی به مثبت تغییر داده یا حداقل تعدیل کرده است. همچنین، مشخص شد روابط ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها در مرحله نسبی‌گرایی قومی و پذیرش قرارداد. همچنین، مشخص شد ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها به اندازه کافی از طرحواره‌های ذهنی یکدیگر آگاهی ندارند و همدیگر را نمی‌شناسند اما هر دو فرهنگ علاقه‌مندند نسبت به فرهنگ دیگر شناخت پیدا کنند. بر اساس فرضیه‌های تحقیق و با آزمون آن‌ها مشخص شد، این دو فرهنگ نسبت به یکدیگر قوم‌گرایی شدید ندارند و فرهنگ دیگر را حقیر نمی‌دانند.

**واژگان کلیدی:** ارتباطات بین فرهنگی، اسکیمما، حساسیت بین فرهنگی، مدل توسعه‌ای حساسیت بین فرهنگی، مرحله قوم‌گرایی.

## مقدمه

از کنفوسیوس نقل است که: «انسان‌ها به‌خاطر طبیعت مشترکشان به‌هم نزدیک می‌شوند، ولی آداب و رسوم آن‌ها را از هم جدا می‌کند.» امروزه، چندین عامل در جذب و تشویق مردم محدوده‌های ملی مختلف دست به دست هم داده‌اند که قبلاً وجود نداشته است و بدین ترتیب، تماس بین فرهنگی را موضوع مهم و اصلی قرن آینده ساخته است (سامووار و دیگران، ۱۳۷۹: ۴۷).

ارتباط فرهنگ‌ها موضوع جدیدی نیست. از ابتدای هستی تاکنون چادرنشینان کوچ‌نشین، مبلغان مذهبی و جنگجویان فاتح با مردمانی متفاوت روبه‌رو شده‌اند. آن برخوردها یا ملاقات‌ها اغلب مغشوش و گاه خصوصت‌آمیز بودند. در دوره‌های باستان، شناخت تفاوت‌های بیگانه فاقد دانش فرهنگی لازم بود و اغلب تمایل انسان را برای عکس‌العمل کینه‌توزانه به آن تفاوت‌ها نشان می‌داد.

علی‌رغم تداوم این اندیشه، برخوردهای بین فرهنگی امروزه با ملاقات‌های گذشته تفاوت دارد. این برخوردها به‌دلیل وجود ارتباطات و تماس‌های موجود در دنیا بیشتر شده و اهمیت بیشتری دارند. اکنون می‌توان سوار بر هواپیما طی چند ساعت به هر جای دنیا پرواز کرد و واقعیت‌های مربوط به اقتصاد جهانی، تماس‌های امروزی را بسیار متداول و عادی‌تر از هر دوره دیگری در تاریخ جهان می‌سازد (سامووار و دیگران، ۱۳۷۹: ۲۵).

بنابراین، تماس‌های محلی در حال افزایش است، زیرا تعداد مهاجران جدید و فرهنگ‌های وابسته افزایش یافته است. شرایطی که متأثر از تغییرهای فرهنگی است عبارت است از نظام آموزشی، محیط کار و روابط بین افراد. تماس‌های گسترده در بخش‌های تجاری و آموزشی منجر به افزایش روابط بین فرهنگی اشخاص شده است. در نتیجه این دوستی‌های جدید، آمار ازدواج بین اعضای فرهنگ‌های مختلف رو به افزایش است. پژوهش حاضر سعی دارد به بررسی آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها با تکیه بر نظریه‌های طرحواره‌های ذهنی و حساسیت بین فرهنگی بپردازد.

## مبانی نظری

افزایش روابط ایران و فرانسه در طول تاریخ با فرازونشیب‌های فراوانی همراه بوده است. در دوره‌هایی این روابط گرم و گسترده و طی سال‌های اخیر سرد و تا حدودی خصمانه بوده است. نتیجه این اتفاق، پوشش رسانه‌ای گسترده و جهت‌دهی به افکار عمومی مردم کشورهای مختلف دنیاست.

در این پژوهش، بر آن بوده‌ایم تا دریابیم، رسانه‌ها تا چه حدی بر افکار عمومی فرانسوی‌ها اثر داشته‌اند. این کار از طریق بررسی دیدگاه‌های فرانسوی‌ها پیش از سفر به ایران یا ازدواج با فردی ایرانی و بررسی دیدگاه آن‌ها پس از سفر و ارتباط از طریق پیوند زناشویی انجام شده است. به این معنا که در این پژوهش، توانایی و شکل اثربخشی ارتباطات و ازدواج‌های میان فرهنگی بر قالب‌های ذهنی (طرحواره‌های ذهنی) و

آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها.....

نقش آن در کاهش حساسیت میان فرهنگی افراد سنجیده شده است.

تفہیم این مسئله با یادآوری طیف بوگاردوس امکان‌پذیر است که برای سنجش ارزش‌های اجتماعی زمان و مکان تنظیم شده بود. در آن طیف، میزان تمایل یا عدم تمایل اقوام مختلف به ارتباط با یکدیگر سنجیده شده است. در این پژوهش که اساس کار آن بر نظریه حساسیت بین فرهنگی بنت است، این موضوع بررسی شد که آیا ارتباط و ازدواج میان فرهنگی ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها باعث شده از مرحله قوم‌مداری به قومی‌گرایی نسبی برسند؟

نظریه حساسیت بین فرهنگی همچنین می‌گوید، میزان این حساسیت همواره تابعی از میزان و کیفیت طرحواره‌های ذهنی افراد و گروه‌ها از یکدیگر است. بنابراین، مسئله این است که چه رویدادها و مسائلی ذهنیت این دو گروه را نسبت به هم شکل داده و اینکه آیا مواجههٔ رو در رو توانسته است، دیدگاه‌هایی را که به واسطهٔ آن رویدادها ایجاد شده تغییر دهد یا تعدیل کند؟ به این ترتیب، مشخص می‌شود روابط ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها طبق نظریه حساسیت بین فرهنگی در چه مرحله‌ای قرار دارد.

در این پژوهش می‌خواهیم بدانیم آیا ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها در روابط خود به مرحله‌ای از انطباق و هماهنگی رسیده‌اند تا هضم فرهنگی میان آن‌ها اتفاق بیفتد؟ یا تنها پذیرشی نسبی و دوسویه برقرار است؟ همچنین، می‌خواهیم بدانیم آیا ارتباطات میان فرهنگی، روابط دو گروه ایرانی‌ها و فرانسوی‌ها را بهبود می‌بخشد؟ به طور خلاصه، در اینجا قصد داریم بفهمیم فرانسوی‌ها ما را چگونه می‌بینند و ما آن‌ها را چگونه؟ حد و حدودی که برای ارتباط بین این دو فرهنگ وجود دارد چیست و واکنش افراد در برخورد با مردم فرهنگ دیگر چگونه است؟

### چارچوب نظری

این پژوهش با استفاده از نظریه‌های حوزه مطالعات فرهنگی، ارتباطات بین فرهنگی و روان‌شناسی اجتماعی به تحقیق دربارهٔ چگونگی ارتباطات میان فرهنگی ایران و فرانسه می‌پردازد. در این میان تکیه اصلی بر نظریه طرحواره‌ها و انگاره‌های ذهنی (کانت، نیشیدا، روملهارت) یا اسکیمما و نظریه حساسیت بین فرهنگی بنت و همر است. به این ترتیب، در اینجا منظور از طرحواره‌ها یا اسکیمما چیزی است که کانت برای اولین بار در قرن نوزدهم آن را مجموعه تجارب هر فرد نامید که در حافظه او به شکل گرفتن مفاهیم منتهی می‌شود. تجربه‌های هر فرد در حافظه او جمع می‌شود و به مفاهیم درون ذهن شکل می‌دهد. موجودی دانش در ذهن آدمی که او را در شرایط مختلف آمادهٔ کشش می‌سازد، محصول تجربه‌ها و تعاملات اجتماعی است.

نیشیدا هم اسکیمما را مجموعه‌ای از دانش تعمیم‌یافته از تجربه‌های گذشته معرفی می‌کند که به صورت مجموعه‌ای از دانش مرتبط سازماندهی می‌شود و برای راهنمایی یا رفتار در موقعیت‌های عادی به کار می‌رود (Nishida, 1999). همچنین، حساسیت بین فرهنگی توضیح می‌دهد که پاسخ فرد به تفاوت‌های فرهنگی و دیدگاه‌های مردم از فرهنگ‌های دیگر چگونه است.

## ۱. نظریه طرحواره‌های ذهنی<sup>۱</sup>

منسیک و تیلور (۱۹۸۴) بر این باورند که خواسته یا ناخواسته همه ما درباره خود، دیگران و موقعیت‌هایی که با آن مواجه می‌شویم زمینه‌هایی می‌سازیم. اغلب، فرضیه‌های ما ممکن است واقعاً گمراه‌کننده باشند. با وجود این، غالباً عملکردها با این فرضیه‌ها در ارتباط‌اند و در سلامت روان ما نقش اساسی دارند، زیرا به ما توان پیش‌بینی و کنترل می‌دهند. وانگهی، آنچه برای ما امکان شناخت جهان بیرون و در نتیجه احساس پیش‌بینی و کنترل وقایع را فراهم می‌سازد، طرحواره‌ها و دسته‌بندی‌هایی است که غالب صحیح دارند، اگرچه در برخی موارد غلط از آب درمی‌آیند. به علاوه، بدون این طرحواره‌های شناختی و طبقه‌بندی‌های ذهنی توانایی برخورد با موقعیت‌های جدید رویارویی با افراد و فرهنگ‌های ناشناس و حتی رویارویی با افرادی با جنسیت یا سن متفاوت و نقش‌های گوناگون را نخواهیم داشت (ایروانی، ۱۳۸۳). همچنین، نظریه پردازان دیگر درباره طرحواره‌ها معتقدند برای پردازش سریع و راحت اطلاعات بی‌شماری که هر روز در آن غوطه می‌خوریم شیوه خاصی وجود دارد. به جای متوسل شدن به فرایندهای شناختی مبتنی بر تحلیل و توزیع دقیق هر اطلاع می‌توان مقدار زیادی از اطلاعات را با ارتباط دادن آن‌ها به ساخت‌های شناختی ثبت شده در حافظه خود پردازش کرد. این ساخت‌های شناختی که اطلاعات پیچیده مربوط به اشخاص و موقعیت‌ها را سازمان می‌دهند اصطلاحاً طرحواره نامیده می‌شوند.

زمانی که فرد در موقعیتی آشنا قرار می‌گیرد، ذخیره اطلاعاتی او از رفتار و نقش مناسبی که باید در آن موقعیت ایفا کند بازیافت می‌شود. به عبارت دیگر، جهان اجتماعی فعل و انفعالات، چارچوبی از دانش و آگاهی مانوس در مورد موقعیت‌های متفاوت است. این آگاهی آشنا و باسابقه قبلی اسکیمای نامیده می‌شود. درک ما از دیگران یا آنچه به دیگران نسبت می‌دهیم، در واقع قضاوت ما درباره دیگران، ممکن است تحت تأثیر اسکیمایی باشد که از قبل به صورت پیش‌فرض در ذهن داریم.

انگاره‌ها موجب تعامل بین دانش سازمان یافته قبلی و اطلاعات فعلی می‌شوند که نهایتاً در نحوه تصمیم‌گیری ما تأثیر عمده می‌گذارند.

مفهوم اسکیمای به ارسطو و افلاطون برمی‌گردد ولی اولین بار فیلسوف آلمانی، امانوئل کانت در قرن ۱۹ اسکیمای را ساختارهای سازمان‌دهی نام می‌برد که می‌تواند بر چگونگی دیدن ما و تفسیر کردن جهان تأثیر گذارد. طبق تعریف کانت، مجموعه تجربه‌های هر فرد در حافظه او اسکیمای نام دارد که منتهی به شکل گرفتن مفاهیم در ذهن می‌شود و تجربه‌های هر فرد در حافظه‌اش با هم جمع می‌شوند و مفاهیم عالی‌تری را شکل می‌دهند. موجودی دانش در ذهن آدمی محصول تجربه‌ها و تعامل‌های اجتماعی است که او را در شرایط مختلف آماده‌کنش می‌سازد (Nishida, 1999). نیشیدا اسکیمای را مجموعه‌ای از دانش تعمیم‌یافته از تجربه‌های گذشته معرفی می‌کند که به صورت مجموعه‌ای از دانش مرتبط سازمان‌دهی می‌شود و برای

### 1. schema

راهنمایی یا رفتار در موقعیت‌های عادی به کار می‌رود. (Sharifian, 2000:1)

اسکیما تصویر گروهی مشترکی، از گروه خاصی از مردم است؛ یعنی، برداشت یا باوری بیش از حد ساده شده درباره افرادی که عضو گروه خاصی اند. در ذات کلیشه‌ای تعمیمی وجود دارد که کار را راحت‌تر می‌کند اما نتیجه‌گیری را به سمت نادرستی سوق می‌دهد. وجود اسکیما نشان می‌دهد که افراد برای تنظیم و مجزا ساختن تجارب خود، از طبقه‌بندی‌های ذهنی استفاده می‌کنند (Fuller, 2007:221). نتیجه این طرحواره‌ها هر چه باشد تأثیر مستقیم بر کیفیت ارتباطات بین فرهنگی گروه‌ها بر یکدیگر خواهد داشت و به نوعی حساسیت بین فرهنگی گروه‌ها تابعی از میزان و کیفیت طرحواره‌های ذهنی افراد و گروه‌ها از یکدیگر خواهد بود.

## ۲. حساسیت‌های بین فرهنگی

در هزاره جدید، اهمیت روابط بین فرهنگی مؤثر در زمینه‌های جهانی و محلی اهمیت بسیاری یافته است. همان‌گونه که بهاروک و بریسلین (۱۹۹۲) اظهار داشتند: «برای تأثیر هر چه بیشتر در فرهنگ‌های دیگر باید مردم نسبت به فرهنگ‌های دیگر از خود علاقه نشان دهند، در توجه به تفاوت‌های فرهنگی به اندازه کافی حساسیت داشته باشند، همچنین برای اصلاح رفتارهایشان به منزله شاخصی برای احترام گذاشتن به مردمان فرهنگ‌های دیگر، از خود اشتیاق نشان دهند» (Hammer, bennet & wiseman, 2003)

نظریه حساسیت بین فرهنگی تأکید زیادی بر مهارت‌ها و توانش ارتباطی دارد. مدل توسعه‌ای حساسیت بین فرهنگی بنت (۱۹۹۳) یکی از اندک نظریه‌هایی است که حوزه‌های ارتباط بین فرهنگی و توسعه بشری را به هم متصل کرده است. این مدل عکس‌العمل‌های مردم را به تفاوت‌های فرهنگی شرح می‌دهد. فرضیه اصلی این مدل این است که هنگامی که چالش‌های بین فرهنگ منجر می‌شود که تجربه‌های فردی از تفاوت‌های فرهنگی پیچیده‌تر شود، توانش فرد در روابط بین فرهنگی افزایش می‌یابد (Endicott, 2003).

طبق نظر بنت، حساسیت بین فرهنگی روی پیوستاری متشکل از سه مرحله قوم‌مدارانه (یعنی انکار محض، دفاع، و حداقل‌سازی) و سه مرحله نسبی‌گرایی قومی (پذیرش، اقتباس، و ادغام) اندازه‌گیری می‌شود (Paige & others, 2003)

حساسیت بین فرهنگی توضیح می‌دهد که پاسخ فرد به تفاوت‌های فرهنگی و دیدگاه‌های مردم از فرهنگ‌های دیگر چگونه است. شاید اولین و شاخص‌ترین تحقیق در باب حساسیت بین فرهنگی که به ذهن همه ما خطور می‌کند همان طیف بوگاردوس باشد. طیف بوگاردوس که با توجه به ارزش‌های اجتماعی زمان و مکان تنظیم شده بیانگر میزان تمایل یا عدم تمایل اقوام مختلف نسبت به یکدیگر است. اما، بهتر و کامل‌تر از بوگاردوس در مطالعه ارتباطات بین فرهنگی بی‌شک مطالعه بنت است. در مطالعه بنت شش مرحله برای فرد در مواجهه با فرهنگ‌های دیگر برشمرده می‌شود:

## ۱. مواجهه اولیه، قوم‌مداری است. در پارادایم قوم‌مداری سه مرحله پیش می‌آید:

الف) انکار محض<sup>۱</sup>. طرف مقابل نوعی قوم‌گرای محض است که فرهنگ‌ها و گروه‌های دیگر را کاملاً انکار می‌کند. این مرحله ابتدایی از قوم‌مداری شامل بی‌تفاوتی به تفاوت‌های فرهنگی است. عدم توانایی در درک تفاوت‌های فرهنگی است. در این مرحله، نگاه به تفاوت فرهنگی به صورت ساده‌لوحانه و اظهارات مصنوعی همراه با اغماض و قدرت تحمل پایین نسبت به تفاوت‌های فرهنگی است. افراد در مرحله انکار عموماً، در محیطی رشد کرده‌اند که از نظر فرهنگی همگن است و تماس‌های محدودی با مردم خارج از گروه فرهنگی خود داشته‌اند. افراد در این مرحله معمولاً تمایل به کوچک شمردن و تحقیر اعضای فرهنگ‌های دیگر دارند (Paige & others, 2003).

بنت (۱۹۹۴) در الگوی خود این موارد را نیز در مرحله انکار ذکر می‌کند: ساختار شکنی، ویژگی ظاهری، تأکیدهای رفتاری، اعمال قدرت، مهارت‌های فرهنگی ضروری در این مرحله.

ب) دفاع<sup>۲</sup>، نوعی هویت مقاومت است؛ یعنی، نسبت به انکار محض مرحله‌ای پایین‌تر و متعادل‌تر است. ویژگی این مرحله شناخت و ارزیابی منفی از تفاوت است. افراد در این مرحله احساس تهدید می‌کنند و واکنش آن‌ها به صورت حفظ جهان‌بینی‌شان است. دوگانگی «ما-آن‌ها» و کلیشه‌های منفی در این مرحله عمومیت دارد. مرحله دفاع شامل سه بعد است. در اولین بعد که برتری نام دارد، ویژگی‌های یک گروه با سایر گروه‌ها مقایسه می‌شود و در مورد جنبه‌های مثبت گروه خودی اغراق می‌شود و نقد این فرهنگ حمله تلقی می‌شود. بعد دوم به نام کردن نام دارد که در این مرحله افراد سایر فرهنگ‌ها پست‌تر ارزیابی می‌شوند و از اصطلاح‌های موهن و کلیشه‌های منفی برای توصیف سایر گروه‌ها استفاده می‌شود. بعد سوم، وارونه‌سازی نام دارد که در این مرحله فرد سایر فرهنگ‌ها را برتر از فرهنگ خودی می‌داند و احساس بیگانگی نسبت به فرهنگ خودی دارد (Paige & others, 2003).

ج) حداقل‌گرایی<sup>۳</sup>. فرد دچار حداقل‌گرایی قومی می‌شود؛ یعنی، تأکید بر حداقل مشترکات با فرهنگ‌های دیگر. در مرحله کمیته‌سازی تفاوت‌ها تفاوت‌های ظاهری و سطحی فرهنگی را تشخیص می‌دهد اما این عقیده را دارد که در اصل همه انسان‌ها شبیه هم‌اند. در این مرحله بر شباهت‌ها تأکید می‌شود، نه تفاوت‌ها. چند زیرمرحله برای حداقل‌گرایی وجود دارد که اولین آن عام‌گرایی فیزیکی<sup>۴</sup> است. در اینجا تأکید بیشتر بر شباهت‌های روان‌شناختی است. شباهت بر پایه این حقیقت استوار است که همه انسان‌ها نیازهای مشابهی دارند (Paige & others, 2003).

1. denial
2. defense
3. minimization
4. physical universalism

۲. حلقه دوم، نسبی‌گرایی قومی<sup>۱</sup> است. در این حلقه فرد قبول می‌کند که قومیت‌ها و فرهنگ‌های دیگر هم وجود دارند و به زندگی مسالمت‌آمیز با آن‌ها تن می‌دهد. این حلقه نیز سه مرحله را شامل می‌شود: الف) پذیرش<sup>۲</sup> گروه‌ها و فرهنگ‌های دیگر. پذیرش تفاوت نخستین مرحله سه‌گانه نسبی‌گرایی قومی است. افراد در این مرحله تفاوت‌های فرهنگی را تشخیص می‌دهند و آن را تحسین می‌کنند. فرهنگ روش مناسبی برای سازماندهی رفتار انسانی است و تفاوت‌های فرهنگی در رفتارها و ارزش‌ها امری هنجار و مناسب شناخته می‌شود. مرحله پذیرش شامل دو مرحله است. مرحله اول نسبی‌گرایی رفتاری<sup>۳</sup> نام دارد. افراد این عقیده را می‌پذیرند که رفتار در میان گروه‌های فرهنگی مختلف و براساس زمینه فرهنگی تفاوت می‌کند. الگوهای رفتاری برای آن‌هایی ارزشمند است که در آن سهیم‌اند و آن را درک می‌کنند. پذیرش تفاوت‌های فرهنگی، لزوماً به این معنی نیست که شخصاً نسبت به تفاوت‌های خاص بی تفاوت است. مرحله دوم نسبی‌گرایی ارزشی<sup>۴</sup> و به معنای پذیرش این دیدگاه است که ارزش‌ها و باورها در یک زمینه فرهنگی وجود دارد و بسته به جوامع فرهنگی تفاوت می‌کند. مفاهیم خوب و بد گرایش‌های ارزشی‌اند که مطابق گروه فرهنگی دارای آن دیدگاه تفاوت دارد (Paige & others, 2003).

ب) انطباق<sup>۵</sup>. سازگاری و انطباق شکل می‌گیرد. افراد در این مرحله آگاهانه سعی می‌کنند بفهمند سایر اشخاص چگونه درباره امور گوناگون می‌اندیشند. می‌توانند به طور مؤثر با افراد سایر فرهنگ‌ها ارتباط برقرار کنند و با آن‌ها تعامل داشته باشند.

ج) هضم شدن فرهنگی<sup>۶</sup>. ادغام شدن در فرهنگ و هضم شدن را در پی دارد. افراد در این مرحله، بیش از یک دیدگاه فرهنگی را در خود درونی کرده‌اند. هویت آن‌ها از فرهنگ‌هایی که بخشی از آن‌اند فراتر می‌شود. خودشان را اشخاصی می‌بینند که در حاشیه فرهنگ‌ها قرار دارند (حاشیه‌های فرهنگی) و تسهیل‌کننده گذرگاه‌های فرهنگی‌اند (Paige & others, 2003).

بی‌شک با در نظر گرفتن عامل زمان در مطالعه ارتباطات بین فرهنگی، شیوه مطالعه بنت شیوه‌ای قابل استفاده است که در دو سطح نگرش و رفتار این حساسیت بین فرهنگی قابل بررسی است.

1. ethno relative
2. acceptance
3. behavioral relativism
4. value
5. adaptation
6. integration



مدل توسعه‌ای حساسیت بین فرهنگی بنت

تجربه تفاوت‌ها

ادغام/ سازگاری/ پذیرش/ کمینه‌سازی تفاوت/ دفاع/ انکار

مرحله قوم‌گرایی نسبی / مرحله قوم‌گرایی

مراحل مدل توسعه‌ای حساسیت بین فرهنگی بنت، واکنش مردم را به تفاوت‌های فرهنگی نمایان می‌کند. هر مرحله نشانگر ساختار شناخت خاصی است که از طریق نگرش‌ها و رفتارهای مرتبط فرهنگی شکل گرفته است. همان‌گونه که دیدیم این مدل شامل شش مرحله و دو سطح است. فرض بر آن نیست که پیشرفت در هر مرحله یک جهتی یا ثابت است. بنابراین، تفاوت‌های کیفی میان مراحل ویژگی‌های تعریف شده آن‌هاست. افرادی که طر حواره‌های ذهنی پیچیده‌تر را ترجیح می‌دهند یا دارند، حساسیت بین فرهنگی پیشرفته‌تر و توسعه‌یافته‌تری دارند. افزایش حساسیت بین فرهنگی به گونه‌ای به افزایش افکار انعطاف‌پذیر در افراد می‌انجامد. در مورد افکار انعطاف‌پذیر مطالعات زیادی صورت گرفته است و با عناوین بسیاری از آن‌ها یاد می‌شود: انعطاف‌پذیری شناختی، راه‌حل‌های جایگزین فکر کردن، افکار واگرا و تحمل ابهام (Endicott, 2003).

## روش‌شناسی

در این تحقیق بنا به ماهیت موضوع، اهداف پژوهش، سؤال‌ها و وسعت امکانات اجرایی آن، از روش توصیفی و از نوع پیمایشی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش رازوج‌های ایرانی و فرانسوی عضو انجمن دوستی ایران و فرانسه ساکن تهران تشکیل می‌دهند که ۲۵ زوج بودند. پرسشنامه میان آن‌ها توزیع شد. در نهایت ۴۲ پرسشنامه از ۲۱ زوج به دست محقق رسید. بنابراین، پژوهش به شکل تمام‌شمار انجام شد و پرسشنامه میان تمامی زوج‌هایی که یکی از آن‌ها ایرانی و دیگری فرانسوی بود توزیع شد. تمامی افرادی که اقدام به تکمیل پرسشنامه کردند از اعضای فعال انجمن بودند.

در این پژوهش به منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته استفاده شد. پرسشنامه‌ها ۲۳ سؤال داشتند که به صورت جداگانه برای همسران ایرانی و فرانسوی طراحی شد. شایان ذکر است پرسشنامه‌های این پژوهش مجموعه‌ای از سؤال‌های باز و بسته بود.

از آنجا که بخشی از پرسشنامه خودساخته بر اساس رتبه‌بندی مقیاس لیکرت طراحی شده بود، برای بررسی اعتبار و همسانی درونی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به این منظور پرسشنامه تدوین شده روی نمونه کوچک چهار نفری از جامعه مورد نظر به صورت تصادفی و آزمایشی اجرا، سپس داده‌های به دست آمده وارد رایانه شد و با نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج حاکی از آن است که پرسشنامه با ضریب ۰/۷۹۶ اعتبار مناسبی دارد.

## یافته‌های تحقیق

در این پژوهش چهار فرضیه بررسی شد که حاصل این تجزیه و تحلیل به قرار زیر است. فرضیه اول، به نظر می‌رسد دو فرهنگ ایرانی و فرانسوی به طور کافی از طراحواری‌های ذهنی یکدیگر آگاه نیستند و یکدیگر را نمی‌شناسند.

با توجه به نتایج و کلماتی که در پاسخ‌های افراد به پرسشنامه آمده، می‌توان چنین نتیجه گرفت که دو فرهنگ ایرانی و فرانسوی به طور کافی از طراحواری‌های ذهنی یکدیگر آگاه نیستند و یکدیگر را نمی‌شناسند. کمبود ارتباطات میان این دو فرهنگ در شکل نگرفتن طراحواری‌ها مؤثر است. بنابراین، فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود.

فرضیه دوم، به نظر می‌رسد ایجاد ارتباط و آگاهی از تفاوت‌ها و شباهت‌ها برای دو فرهنگ اهمیت لازم را ندارد.

با توجه به نتایج به دست آمده ۸۵/۷٪ همسران ایرانی علاقه‌مند به شناخت فرهنگ فرانسه بودند. همچنین، علاقه‌مند بودند بدانند فرانسوی‌ها در مورد ایرانی‌ها چگونه فکر می‌کنند. با اندکی تفاوت ۷۷۲٪ همسران فرانسوی نیز علاقه‌مند به شناخت فرهنگ ایران بودند. همچنین، علاقه‌مند بودند بدانند ایرانی‌ها در مورد فرانسوی‌ها چگونه فکر می‌کنند. بنابراین، دو فرهنگ فرانسه و ایران در پی شناخت فرهنگ گروه مقابل خودند. بنابراین، فرضیه دوم رد می‌شود. در نتیجه، ایجاد ارتباط برای دو فرهنگ از اهمیت لازم برخوردار است. به این معنی که ضرورت دانستن تفاوت‌ها و شباهت‌ها احساس می‌شود و هر دو فرهنگ علاقه‌مند به شناخت فرهنگ مقابل‌اند. همچنین، علاقه‌مند به دانستن تفکر گروه مقابل نسبت به فرهنگ خودند. فرضیه سوم، این دو فرهنگ طبق مدل توسعه حساسیت بنت نمی‌توانند به مرحله نسبی‌گرایی قومی نزدیک شوند.

در مرحله نسبی‌گرایی قومی فرد قبول می‌کند که قومیت‌ها و فرهنگ‌های دیگری هم وجود دارند و به زندگی مسالمت‌آمیز با آن‌ها تن می‌دهد. پذیرش تفاوت، نخستین مرحله سه‌گانه نسبی‌گرایی قومی است. افراد در این مرحله تفاوت‌های فرهنگی را تشخیص می‌دهند و آن را تحسین می‌کنند. فرهنگ روش مناسبی برای سازماندهی رفتار انسانی شناخته می‌شود و تفاوت‌های فرهنگی در رفتارها و ارزش‌ها امری معمول و مناسب شناخته می‌شود. مرحله پذیرش شامل دو مرحله است. در مرحله اول که نسبی‌گرایی رفتاری نام دارد، افراد این عقیده را می‌پذیرند که رفتار در میان گروه‌های فرهنگی مختلف و براساس زمینه فرهنگی تفاوت می‌کند. الگوهای رفتاری برای آن‌هایی ارزش‌مندند که در آن سهیم‌اند و آن را درک می‌کنند و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی، لزوماً به این معنی نیست که شخصاً نسبت به تفاوت‌های خاص بی‌تفاوت‌اند. نسبی‌گرایی ارزشی به معنای پذیرش این دیدگاه است که ارزش‌ها و باورها در یک زمینه فرهنگی وجود دارد و بسته به جوامع فرهنگی تفاوت می‌کند. مفاهیم خوب و بد گرایش‌های ارزشی‌اند که مطابق گروه فرهنگی دارای آن دیدگاه تفاوت می‌کند.

با توجه به نتایج به دست آمده، ۷۷٪ همسران ایرانی و فرانسوی تفاوت‌های فرهنگی را مهم‌تر از شباهت‌های فرهنگی می‌دانند. همچنین، ۹۰/۵٪ همسران ایرانی و فرانسوی فرهنگ ایران و فرانسه را بیشتر متفاوت از یکدیگر می‌دانند تا مشابه. بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که دو فرهنگ ایران و فرانسه طبق نظریه حساسیت بین فرهنگی بنت، در مرحله نسبت‌گرایی و پذیرش قرار دارد و فرضیه سوم پژوهش رد می‌شود.

فرضیه چهارم. کمبود ارتباط میان فرهنگی و قومی‌گرایی شدید هر دو فرهنگ مانع ایجاد رابطه مناسب است.

پارادایم قوم‌مداری در سه مرحله پیش می‌آید. مرحله اول، انکار محض است. در این مرحله طرف مقابل نوعی قوم‌گرایی محض دارد که فرهنگ‌ها و گروه‌های دیگر را کاملاً انکار می‌کند. این مرحله ابتدایی از قوم‌مداری شامل بی‌تفاوتی به تفاوت‌های فرهنگی است. ناتوانایی در درک تفاوت‌های فرهنگی است. در این مرحله، نگاه به تفاوت فرهنگی به صورت ساده‌لوحانه و اظهارات مصنوعی همراه با اغماض و قدرت تحمل پایین نسبت به تفاوت‌های فرهنگی است. افراد در مرحله انکار عموماً، در محیطی که از نظر فرهنگی همگن است رشد کرده‌اند و تماس‌های محدودی با مردم خارج از گروه فرهنگی خود داشته‌اند. افراد در این مرحله معمولاً تمایل به کوچک شمردن و تحقیر اعضای فرهنگ‌های دیگر دارند. مرحله انکار شامل دو گروه است. اولین آن انزوا نام دارد که انزوای غیرعادی از گروه‌های فرهنگی است. انزوا در گروه‌های همگن باعث شکست افراد در ایجاد فرصت یا انگیزه کافی برای بازسازی طبقه‌بندی‌های مرتبط در تفسیر و توجه به تفاوت‌های فرهنگی می‌شود. مرحله دوم تفکیک نام دارد، شامل تفکیک عمده‌ای از سایر گروه‌های فرهنگی برای رسیدن به مرحله وضعیت انزوا. تفکیک یا جداسازی عمده‌ای از تفاوت‌های فرهنگی مانع تغییر دیدگاه جهانی فرهنگ‌ها نسبت به فرهنگ‌های دیگر می‌شود.

مرحله بعد دفاع و نوعی هویت مقاومتی است؛ یعنی، نسبت به انکار محض مرحله‌ای پایین‌تر و متعادل‌تر است. ویژگی این مرحله شناخت و ارزیابی منفی از تفاوت است. افراد در این مرحله احساس تهدید می‌کنند و واکنش آن‌ها به صورت حفظ جهان‌بینی شان است. دوگانگی «ما-آن‌ها» و کلیشه‌های منفی عمومیت دارد. مرحله دفاع شامل سه بعد است. در اولین بعد که برتری نام دارد، ویژگی‌های یک گروه با سایر گروه‌ها مقایسه می‌شود و در مورد جنبه‌های مثبت گروه خودی اغراق می‌شود. نقد این فرهنگ حمله تلقی می‌شود. بعد دوم به نام کردن نام دارد که در این مرحله افراد سایر فرهنگ‌ها پست‌تر ارزیابی می‌شوند و از اصطلاح‌های موهن و کلیشه‌ای منفی برای توصیف سایر گروه‌ها استفاده می‌شود و همچنین از کلیشه‌های منفی. بعد سوم وارونه سازی نام دارد که در این مرحله فرد سایر فرهنگ‌ها را برتر از فرهنگ خودی می‌داند و احساس بیگانگی نسبت به فرهنگ خودی دارد. (Paige & others, 2003)

طبق بررسی‌ها، ۶۷٪ همسران ایرانی اظهار داشتند پیش از سفر به فرانسه، فرهنگ ایران را نسبت به فرانسه برتر تلقی نمی‌کرده‌اند. ۷۷٪ آنان نیز پس از سفر به فرانسه، چنین تلقی‌ای نداشتند. همچنین،

آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها.....

۴۲/۹٪ همسران فرانسوی نیز اظهار داشتند پیش از سفر به ایران، فرهنگ فرانسه را نسبت به ایران برتر تلقی نمی‌کردند. ۶۶۷٪ آنان نیز پس از سفر به ایران، چنین تلقی نداشتند. بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که دو فرهنگ ایران و فرانسه طبق نظریه حساسیت بین فرهنگی بنت، در مرحله قوم‌مداری قرار ندارد و مردم هر دو فرهنگ، فرهنگ مقابل را حقیر نمی‌دانند و فرهنگ خود را برتر جلوه نمی‌دهند. با این تفاسیر فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر آنکه کمبود ارتباط میان فرهنگی و قومی‌گرایی شدید هر دو فرهنگ مانع ایجاد رابطه مناسب است رد می‌شود.

### نتیجه‌گیری

روابط خارجی ایران و فرانسه از ابتدا تاکنون فرازونشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشته است. گاهی بین این دو کشور روابط دوستانه و در برخی موارد و به دنبال حوادث و اتفاق‌های تاریخی، روابط خصمانه حاکم بوده است. امروزه، فرانسویان خصمانه‌ترین مواضع در پرونده هسته‌ای بر ضد کشورمان را دارند. پیش از این نیز در اجلاس دوربان، فرانسه با کمک انگلستان قطعنامه‌ای ضدایرانی را به تصویب رسانید و اکنون بانی مهم دور جدید تحریم‌ها بر ضد ایران است.

با توجه به این تنش‌ها و اختلاف‌ها، در این پژوهش سعی شد به بررسی طح‌حواره‌های ذهنی دو فرهنگ نسبت به هم و شناخت ذهنیت و حساسیت‌های بین فرهنگی پرداخته شود که عکس‌العمل‌های فرد به تفاوت‌های فرهنگی و نگرشی سایر فرهنگ‌هاست.

در همین راستا، این تحقیق با هدف بررسی آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها با تکیه بر نظریه‌های طح‌حواره‌های ذهنی و حساسیت بین فرهنگی و با استفاده از روش پیمایش انجام گرفت. نتایج آن به شرح زیر است.

۱. با توجه به نتایج به دست آمده، مشخص شد اکثر همسران ایرانی تحصیلات کارشناسی و اکثر همسران فرانسوی شرکت‌کننده در طح‌تحصیلات کارشناسی‌ارشد داشتند.

۲. اکثر همسران ایرانی در فاصله سنی ۲۵ تا ۳۰ سال و اکثر همسران فرانسوی در گروه سنی بالاتر از ۴۵ سال بودند.

۳. در این پژوهش برای آگاهی از طح‌حواره‌های ذهنی ایرانیان نسبت به فرانسویان، همچنین فرانسویان نسبت به ایرانیان، از آنان پرسیده شد سه واژه را که پس از شنیدن نام ایران / فرانسه به ذهنشان خطور می‌کند بیان کنند. با بررسی پاسخ‌ها مشخص شد، همسران ایرانی از واژه‌های منفی کمتر و در مقابل همسران فرانسوی از واژه‌های منفی مانند جنگ‌طلبی، تروریسم، فقر فرهنگی و کهنه‌پرستی بیشتر استفاده کردند.

۴. با توجه به بررسی‌ها، همسران ایرانی اولین ویژگی یا خصلتی که در برخورد با فرانسوی‌ها برایشان جلب توجه کرده است، ویژگی‌های مثبتی چون اصالت و ادب و سکوت بوده و متقابلاً فرانسوی‌ها نیز بیشتر به مهمان‌نوازی ایرانی‌ها اشاره کردند. این مشخص می‌کند که قالب‌های ذهنی دو گروه نسبت به یکدیگر

منفی نیست.

۵. نتایج نشان داد در پاسخ به این سؤال که «کدام عامل ذهنیت شما را نسبت به فرهنگ ایران/فرانسه شکل داده است؟» ۳۸/۱٪ از همسران ایرانی مواجهه با فرانسوی‌ها، ۳۳/۳٪ از دواج، ۱۴/۳٪ رسانه‌ها، همچنین ۱۴/۳٪ شنیده‌هایشان از دیگران را عامل شکل دهنده ذهنیت خود نسبت به فرانسوی‌ها مطرح کردند. همچنین، ۷۱/۴٪ همسران فرانسوی مواجهه با ایرانی‌ها، ۱۴/۳٪ از دواج، همچنین ۱۴/۳٪ رسانه‌ها را عامل شکل دهنده ذهنیت خود به ایرانی‌ها می‌دانند.

۶. بررسی‌ها حاکی از آن است که در کل نگرش و نوع نگاه ایرانی‌ها به فرانسه و فرانسوی‌ها مثبت است، در حالی که نگرش و نوع نگاه فرانسوی‌ها به ایران و ایرانی‌ها چندان مثبت و مطابق با واقعیت نبود. آنان ایران را کشوری عقب‌مانده و دچار فقر فرهنگی می‌دانستند و از خشونت، جنگ‌طلبی و فعالیت‌های هسته‌ای ایران ابراز نگرانی می‌کردند و ایرانی‌ها را مردمانی بی‌نظم و دارای حکومت دیکتاتور معرفی کردند. برخی از آنان نگرشی مثبت به ادبیات غنی ایران داشتند و در عین حال به دلیل برخی تبلیغات منفی ترسی در وجود خود نسبت به ایران و ایرانی‌ها حس می‌کردند. البته، تعدادی از همسران فرانسوی ایرانی‌ها را مردمانی مهربان، مذهبی و میهن‌پرست می‌دانستند.

۷. همچنین، ۹۵/۲٪ همسران ایرانی اظهار داشتند زندگی در فرانسه و تماس با فرانسوی‌ها بر نوع نگاه‌شان به فرهنگ فرانسه تأثیر داشته است و در پاسخ به سؤال چه نوع تأثیری، به ترتیب ۳۳/۳٪ اظهار داشتند که دیدگاه و تصورشان پس از تماس با فرانسوی‌ها تثبیت شده، ۲۳/۸٪ دیدگاه‌شان از مثبت به منفی تغییر یافته، ۱۴/۳٪ دیدگاه‌شان از منفی به مثبت تغییر یافته و ۱۹٪ نیز معتقدند پس از تماس با فرانسوی‌ها شناخت بیشتری از فرهنگ فرانسه پیدا کردند.

۸. طبق بررسی‌ها مشخص شد که ۹۵/۲٪ همسران فرانسوی اظهار داشتند زندگی در ایران و تماس با ایرانی‌ها بر نوع نگاه‌شان به فرهنگ ایران تأثیر داشته است و در پاسخ به سؤال چه نوع تأثیری، به ترتیب ۵۷/۱٪ اظهار داشتند دیدگاه و تصورشان پس از تماس با ایرانی‌ها از منفی به مثبت تغییر یافته، ۲۸/۶٪ دیدگاه‌شان تعدیل شده، ۹/۵٪ معتقدند دیدگاه‌شان پس از تماس با ایرانی‌ها تثبیت شده است.

۹. همان‌طور که پیش از این نیز مطرح شد، نگرش فرانسوی‌ها به ایرانی‌ها چندان مثبت نبود، اما پس از تماس با ایرانی‌ها ۸۶٪ آنان اظهار داشتند دیدگاه و نگرش‌شان از منفی به مثبت تغییر یافته و تعدیل شده است. بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که طرحواره‌های ذهنی فرانسوی‌ها به ایرانی‌ها مطابق با واقعیت نیست.

۱۰. نتایج نشان داد ۵۲/۴٪ همسران ایرانی معتقدند کم و خیلی کم نگرش‌شان به فرانسه و فرانسوی‌ها براساس اخبار رسانه‌های غربی شکل گرفته است؛ در حالی که ۴۷/۶٪ همسران فرانسوی، اخبار رسانه‌های غربی را زیاد و خیلی زیاد در شکل‌گیری نگرش‌شان به ایران و ایرانی‌ها مؤثر دانستند.

۱۱. طبق بررسی‌ها، ۵۲/۴٪ همسران ایرانی پیش از سفر به فرانسه با رسانه‌های فرانسوی مواجه شده بودند و ۷۷/۲٪ آنان نیز هنگام اقامت در فرانسه از رسانه‌های داخلی فرانسه (اعم از رادیو، تلویزیون و

آثار ارتباطات بین فرهنگی زوج‌های ایرانی و فرانسوی بر انگاره‌های ذهنی و کاهش حساسیت بین فرهنگی آن‌ها.....

مطبوعات) استفاده می‌کردند. همچنین، ۱/۵۷٪ همسران ایرانی اظهار داشتند رسانه‌های فرانسوی نتوانسته‌اند در ذهنیت آنان به فرهنگ فرانسه تغییر ایجاد کنند. در مقابل ۹/۴۲٪ آنان نیز معتقدند رسانه‌های فرانسوی در تغییر ذهنیتشان به فرهنگ فرانسه موفق عمل کرده‌اند. اکثر همسران ایرانی معتقدند تصویری که رسانه‌های غربی از فرانسوی‌ها نشان می‌دهند مطابق با واقعیت است.

۱۲. در زمینه رسانه‌ها، دیدگاه همسران فرانسوی کاملاً متفاوت از دیدگاه همسران ایرانی بود. نتایج نشان داد ۷/۸۵٪ همسران فرانسوی پیش از سفر به ایران با رسانه‌های ایرانی مواجه شده بودند و ۶/۴۷٪ آنان هنگام اقامت در ایران نیز از رسانه‌های داخلی ایران (اعم از رادیو، تلویزیون و مطبوعات) استفاده نکرده‌اند. همچنین، ۱/۵۷٪ همسران فرانسوی اظهار داشتند رسانه‌های ایرانی نتوانسته‌اند در ذهنیت آنان به فرهنگ ایران تغییر ایجاد کنند. اکثر همسران فرانسوی نیز معتقدند تصویری که رسانه‌های غربی از ایرانی‌ها نشان می‌دهند مطابق با واقعیت نیست و تنها کمتر از ۵٪ آنان تصاویر منفی رسانه‌های غربی از ایرانی‌ها را مطابق با واقعیت می‌دانند. بدین ترتیب، می‌توان در جمع‌بندی و نتیجه‌گیری کلی از یافته‌های تحقیق چنین اظهار داشت که دو فرهنگ ایرانی و فرانسوی به طور کافی از طرحواره‌های ذهنی یکدیگر آگاه نیستند و یکدیگر را نمی‌شناسند. کمبود ارتباطات میان این دو فرهنگ در شکل نگرفتن طرحواره‌ها مؤثر است. در عین حال، ایجاد ارتباط برای دو فرهنگ از اهمیت لازم برخوردار است؛ بدین معنی که ضرورت دانستن تفاوت‌ها و شباهت‌ها احساس می‌شود و هر دو فرهنگ علاقه‌مند به شناخت فرهنگ مقابل و به دانستن تفکر گروه مقابل نسبت به فرهنگ خودند.

دو فرهنگ ایران و فرانسه طبق مدل توسعه حساسیت بنت در مرحله نسبی‌گرایی قومی و پذیرش یکدیگر قرار دارند، تفاوت‌های فرهنگی را تشخیص می‌دهند و بر آن احترام می‌گذارند. همچنین، این دو فرهنگ در مرحله قوم‌گرایی شدید قرار ندارند و مردم هر دو فرهنگ، فرهنگ مقابل را حقیر نمی‌دانند و فرهنگ خود را برتر جلوه نمی‌دهند. از طرفی، رسانه‌ها نتوانسته‌اند در مورد ایرانی‌ها تأثیر چندانی بر ذهنیت پاسخگویان بگذارند اما رسانه‌های غربی به شدت بر شکل‌گیری ذهنیت فرانسوی‌ها نسبت به ایرانی‌ها مؤثر بوده‌اند.

ایروانی، محمود. (۱۳۸۳). روانشناسی اجتماعی. چاپ اول. تهران: ساوالان.  
سامووار، لاری ای پورتر، ریچارد و استفانی، لیزا ا. (۱۳۷۳). ارتباط بین فرهنگ ها. (غلامرضا کیانی و سید اکبر میر حسینی، مترجمین). چاپ اول. تهران: باز.

Endicott, L., Bock, T. & Narveaz, D. (2003) "Moral Reasoning, Intercultural Development and Multicultural Experiences: Relations and Cognitive Underpinning", in *International Journal of Intercultural Relations* , Vol.27 (-): 403–419.

Fuller, T. (2007) "Study Abroad Experiences and Intercultural Sensitivity among Graduate Theological Students: a Preliminary and Exploratory Investigation", in *Christian Higher Education* , Vol.6 (-): 321- 322.

Hammer, M. R., Bennett, M. J., & Wiseman, R. L. (2003). Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory. *International Journal of Intercultural Relations*, 27, 421–443.

Nishida , Hiroko).1999(A cognitive approach to intercultural communication based on schema theory, *International journal of intercultural Relations* , Volume 23 , Issue 5, pages 753 – 777

Piaget. R.M.(2003) Assessing intercultural sensitivity: on empirical analysis of the Hammer and Bennet Intercultural Development Inventory. *International Journal of Inter cultural Relations*, 27(2003) 467-486

Sharifian Farzad (2000). Aspects of schematic processing in Indigenous speakers of Aboriginal English: An initial exploration. In *Proceedings The 5th Annual Round Table of the Centre for Applied Language and Literacy Research*, Edith Cowan University, Western Australia