

نگاهی به پاره‌ای از الگوهای رفتاری و فرهنگی ایرانیان (۱)^۱

سوفیا کوتلاکی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۱۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۲/۱۲

چکیده

این مقاله برخی از الگوهای رفتاری و فرهنگی ایرانیان را از دیدگاه یک پژوهشگر غیر ایرانی مورد بررسی قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر، با استفاده از الگوی هافستد (۲۰۰۱) و تحقیقات پیشین نویسنده روی الگوهای فرهنگی مردم ایران (تعارف و آبرو، کوتلاکی، ۱۹۹۷، ۲۰۰۲، ۲۰۰۹) که به روشهای پژوهش میدانی و مشاهده آزمودنی‌ها انجام شده‌اند، کوتلاکی نشان می‌دهد

۱. این مبحث در قالب دو بخش، تدوین و نگارش یافته است. بخش اول آن در شماره حاضر (شماره دوم فصلنامه مطالعات ایرانشناسی) بچاپ رسیده و هم اکنون پیش‌روی علاقمندان قرار دارد. بخش دوم آن نیز در شماره آینده فصلنامه مطالعات ایرانشناسی (شماره سوم) بچاپ خواهد رسید.

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه قرآن و حدیث.

سوفیا کوتلاکی متولد ۱۹۶۴ م. یونان است. او پس از اتمام دوره لیسانس، با یک ایرانی مسلمان به نام حسین آشنا شد و این آشنایی زمینه گرایش او را به دین مبین اسلام و تشکیل خانواده برای او فراهم آورد. در نگاه او متانت و شخصیت یک فرد مسلمان و نیز پیامی که از قرآن دریافت کرد، وی را به اسلام فراخوانده است. کوتلاکی در سال ۱۹۸۷ م. / ۱۳۶۶ برای ادامه تحصیل در رشته «ادبیات کلاسیک یونان»، راهی لندن شد و با ایرانیان و مسلمانان ساکن آنجا انس گرفت و عقیده به اسلام و علاقه به فرهنگ ایران در وجود او راسختر شد؛ بگونه‌یی که عنوان رساله دکترای خود را موضوع نظام ادب و تعارف در زبان فارسی انتخاب کرد. برای انجام این رساله، او جامعه آماری تقریباً گسترده‌یی را در نظر گرفت. این جامعه آماری شامل همکاران او در یک شرکت ایرانی در لندن، دوستان و آشنایان و خانواده همسر او در ایران، چند نفر در بازار شهر تهران، یک معلم دبستان، یک آهنگر و افراد دیگر ... بود. وی بیشتر گفتگوها و برخوردهای آنها را با اجازه ضبط و ثبت کرد. از سوی دیگر او به واسطه تعدادی مصاحبه که با افراد مختلف ایرانی انجام داد و همچنین با نگاهی به مدل هافستد و اندیشه‌های گافمن و نیز فرمول‌بندی جدید نظریه او توسط بروان و لونیسن، یکی از مهمترین وجوه نظام اجتماعی ایران؛ یعنی نظام تعارف و مفهوم وجهه را در بین ایرانیان مورد بررسی قرار داد.

کوتلاکی نه بعنوان یک فرد خارجی؛ بلکه بعنوان همسر و همراه یک ایرانی، با علاقه فراوان از بیرون به جامعه ایران نظر کرده و این موضوع را مورد ارزیابی قرار داده است. فعالیت او در اشاعه و معرفی فرهنگ ایران به نگارش پایان‌نامه دکترای خاتمه نیافت. وی در سال ۲۰۱۰ م. کتابی به نام در میان ایرانیان (به زبان انگلیسی در آمریکا بچاپ رسانده است) (آنچه در این شماره آمده، بخشی از کتاب مورد نظر است).

او هم اکنون ساکن تهران و مشغول تدریس در دانشگاه قرآن و حدیث است و با بسیاری از مراکز علمی و پژوهشی (مانند دانشگاه تهران، دانشگاه شهید بهشتی، مرکز دایرةالمعارف بزرگ اسلامی، بنیاد ایرانشناسی) همکاری دارد.

که مفهوم آبرو (وجه اجتماعی) و برخی دیگر از رفتارها که در فرهنگ ایرانی از اهمیت بسیاری برخوردار است، بر اساس محوریت مفاهیمی مانند زندگی جمعی، ارزشهای درون گروهی و سلسله مراتب در جامعه ایران قرار دارد.

کلیدواژگان

الگوهای رفتاری- فرهنگی؛ ایرانیان؛ هافستد؛ گافمن؛ وجه و اعتبار

مقدمه

در فوریه ۱۹۸۹م. قرار شد، برای اولین بار در یک سفر کوتاه از ایران دیدن کنم. در این هنگام اطلاعات من از ایران و فرهنگ ایرانی بسیار محدود و در اندازه گفته‌ها و شنیده‌های معمولی خارجیها از این کشور بود؛ بعنوان مثال، برخی از اطرافیان غیرایرانی من درباره الگوهای رفتاری، مانند اینکه زیاد صحبت نکنم و در صورت ضرورت در پاسخ، به آری یا نه اکتفا نکنم؛ در جمع پایم را دراز نکنم و نکاتی مشابه آن مرا راهنمایی کرده بودند. اکنون بعد از گذشت ۲۸ سال از آن سفر، به این نکته پی میبرم که فرهنگ رفتاری ایرانیان تا چه اندازه در خارج از ایران ناآشناست. در طول این مدت من از دو راه با این فرهنگ آشنا شدم؛ نخست داشتن همسر ایرانی که باعث شد از نزدیک با درونمایه رفتارهای ایرانیان، بویژه فرهنگ رفتاری خانوادگی آنها انس بگیرم و دیگر اینکه بطور آکادمیک این فرهنگ را مطالعه کردم. در نتیجه آنچه در این مقاله ارائه شده، ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌یی و تحقیقات میدانی صورت گرفته توسط نگارنده است. با این حال به نظر من نتیجه این تحقیق را باید نگاهی از بیرون به فرهنگ و رفتارهای ایرانی دانست؛ چون من در یونان به دنیا آمده و بخشی از زندگی‌ام را در کشورهایی مانند انگلستان سپری کرده‌ام.

الگوها و قوانین فرهنگ رفتاری در ایران و تفاوت آن با سایر کشورها

در برخورد دو فرهنگ، گاه پیش می‌آید که افراد در قضاوت‌هایشان درباره دیگران قواعد فرهنگ خود را به رفتارهای برخاسته از فرهنگ دیگری تعمیم می‌دهند؛ بعنوان مثال، یک‌روز در یکی از خیابانهای شلوغ مرکز خرید آتن به همراه همسرم در حال حرکت بودم. همسرم، حسین که یک ایرانی است، میخواست راه را برای من باز کند؛ بنابراین جلوتر از من راه میرفت. در این موقع درست پشت سرم صدای مردی را شنیدم که به همسرش میگفت: «بین چطور مردان عرب جلوتر

از زنان خود راه میروند و احترام کمی برای همسرانشان قائلند؟!». در آن روز من محجبه بودم و اینطور تصور میشد که من یک زن عرب هستم نه یک شهروند یونانی. اگرچه این اتفاق سالها پیش رخ داد؛ ولی همچنان این نوع برداشت از فرهنگ ایرانی در سایر کشورها هم دیده میشود. در آن زمان یک اصل پذیرفته شده در یونان برای مرد این بود که وی در را برای زن باز کند و پشت سر او راه برود. بنابراین، مرد یونانی این چنین استدلال کرد که اگر «یک مرد عرب» این کار را نمیکند، برای همسر خود احترام قائل نیست. در مورد ما نیز همسر من به این دلیل جلوتر از من راه میرفت که در میان جمعیت راه را برایم باز کند و به همان میزان ممکن است، در فرهنگ عرب هم دلایل قانع کننده‌یی برای این کار وجود داشته باشد.

در ایران وقتی که یک زن به همراه مردی که هیچ خویشاوندی با او ندارد، برای مثال با یک همکار یا یکی از اقوام نامحرم خود راه می‌رود، اگر برای هر دو نفر آنهاجا نباشد که در کنار هم راه بروند، آن خانم معمولاً ترجیح میدهد که پشت سر آقا راه برود تا اینکه بخواهد جلوی او راه برود؛ زیرا بیشتر خانمها از اینکه پشت خود را به یک مرد نامحرم کنند، ناراحت هستند. مردی که یک خانم را همراهی میکند، همیشه به او تعارف خواهد کرد که جلوتر راه برود. آن خانم نیز از وی چنین چیزی را خواهد خواست؛ اما احتمالاً آقا زیاد اصرار نخواهد کرد؛ زیرا وی ملاحظه راحتی خانم را میکند، در حالی که اگر همراه او یک آقا باشد بر تعارف خود بیشتر اصرار می‌ورزد.

این مورد، مثال روشنی است در مورد اینکه چطور در قضاوتها ایمان درباره «دیگران» از زاویه نگاه فرهنگی خود به آنها مینگریم. تقریباً بیشتر برداشتهای اروپاییان از فرهنگ ایرانی به همین اندازه دستخوش خطاست. اگر یک پژوهشگر عرصه فرهنگ در مطالعه فرهنگها دقت نظر داشته باشد و از پیش‌داوری و قضاوت، بطور جدی اجتناب ورزد و الگوهای رفتاری هر فرهنگی را با معیارهای خود آن فرهنگ بررسی کند، میتواند به نتیجه مطلوب دست پیدا کند.

مشاهده و تحلیل فرهنگ خودی کاری دشوار است؛ زیرا در زندگی روزمره آنچنان با فرهنگ بومی خود عجین شده‌ایم که نموده‌های آن را امری بدیهی می‌پنداریم. بنابراین بسختی میتوانیم از زاویه‌یی دیگر بدان نگاه کنیم. حرکت بسوی فرهنگی دیگر میتواند در وهله نخست منجر به درجات مختلفی از شوک فرهنگی شود؛ اما معمولاً پس از مدتی یک درک روشن نه فقط از فرهنگ دیگری؛ بلکه از فرهنگ خودی را نیز با خود به‌همراه می‌آورد. مثل همان چیزی که برای من اتفاق افتاد، با این حال، پس از گذشت سالها، اکنون کاملاً با فرهنگ ایرانیان منطبق شده‌ام (استحاله فرهنگی) و قادرم از آنچه که می‌بینم سر در بیاورم.

جمع‌گرایی^۱ در برابر فردگرایی^۲ در فرهنگ ایرانیان

بر طبق اظهارات گریت هافستد^۳، یک اصل طبقه‌بندی در فرهنگها، حول محور فردگرایی و جمع‌گرایی جریان دارد. در جوامع فردگرا، مناسبات اعضا با یکدیگر سست است و روابط نزدیک فقط در میان اعضای خانواده درجه اول وجود دارد. در چنین جوامعی از افراد انتظار می‌رود که مراقب خودشان باشند؛ از حقوق خود دفاع کنند و گروههایی را که می‌خواهند به آنها تعلق داشته باشند، انتخاب کنند. ایالات متحده آمریکا، انگلستان و استرالیا بالاترین سطح فردگرایی را در جهان بخود اختصاص داده‌اند.^۴

در انتهای دیگر این پیوستار، جوامع جمع‌گرا، درون‌گروههایی را شامل می‌شوند که عبارتند از: گروههای منسجم و ثابت، مثل خانواده‌های گسترده و یا سازمانهای شغلی دائمی. در چنین بافتارهایی، افراد به گروه وفادارند؛ گروه از آنها محافظت میکند و آنها نیز در مقابل، گروه را حمایت میکنند. هافستد در مطالعات خود دریافت که فرهنگهای آمریکای لاتین، دارای محلی‌ترین فرهنگها هستند و در یک مقیاس فردگرایی- جمع‌گرایی ایران در ردیف ۴۱ قرار گرفت.

1. Collectivism

2. Individualism

۳. جرارد هندریک (گریت) هافستد (Gerard Hendrik (Geert) Hofstede، متولد سوم اکتبر ۱۹۲۸ م. در هارلم، وی جامعه‌شناس هلندی است که درباره نسبت و تعامل فرهنگهای ملی و فرهنگهای سازمانی مطالعاتی داشته است. او مؤلف چندین کتاب از جمله دستاوردهای فرهنگی و فرهنگها و سازمانها و نیز نرم‌افزار ذهن است که آنها را با همکاری فرزندش، گرت یان هافستد نوشته است. مطالعات او نشان داده است که تجمع و اجتماع افراد در قالب الگوهای فرهنگی منطقه‌یی و ملی است که رفتار افراد را در جوامع و سازمانها تحت تأثیر قرار میدهد و این امر در طول زمان ثابت میماند (دانشنامه آزاد ویکی پدیا).

۴. از مدل هافستد درباره ابعاد فرهنگی بطور گسترده‌یی در تجزیه و تحلیل فرهنگ استفاده شده است؛ اما همانگونه که تمام مطالعات، درباره فرهنگ کلی‌گویی میکنند، کمی محتاطانه باید عمل کنیم. هرگونه تجزیه و تحلیل از فرهنگ مطلق نیست؛ بلکه نمایانگر گرایشهایی است که باید به منزله یک رهنمود کلی مورد استفاده قرار گیرند و نه بعنوان یک اظهار نظری که قانون طبیعی را نیز در آن دخیل بدانیم. تفاوت‌های فرهنگی حتی در بین اجتماعات خیلی کوچک وجود دارد و در میان ملت‌های بزرگ این تفاوتها بیشتر میشود و در میان آنها، افرادی هم وجود دارند که در این الگو قرار نمیگیرند.

یک احتیاط کلی دیگر در مورد استفاده از پرسشنامه، بعنوان شیوه‌یی برای جمع‌آوری داده‌هاست. در فصل سوم رساله دکترای خود عنوان کرده‌ام (کوتلاکی، ۱۹۹۷) که برغم مزایای آشکار پرسشنامه در جمع‌آوری مقادیر فراوانی از اطلاعات در یک زمان کوتاه، نتایج مطالعات اثبات کرده‌اند که رفتارهای واقعی و رفتارهای گزارش شده، اغلب تفاوت‌هایی با هم دارند و پاسخها نمایانگر رفتارهای تجویز شده بودند و نه رفتارهای واقعی. علاوه‌برین در مطالعه خاص هافستد درباره فرهنگ ایرانیان، اطلاعات جمع‌آوری شده مربوط به سال ۱۹۷۲ م. است. اگرچه من قصد ندارم استدلالی بر علیه اعتبار کلی نتایج مطالعه بیاورم؛ ولی با این حال گذشت زمان اهمیت چشمگیری پیدا میکند.

این مبحث سنگ بنای درک کردن و در آمیختن با یک فرهنگ بیگانه است: رفتارها وقتی بهتر فهمیده میشوند که در ساختار ارزشهای فرهنگی و جهان‌بینی مورد بررسی قرار گیرند. وقتی یک رفتار، در دو مجموعه ارزشی مختلف بررسی شود، ممکن است، تفاسیر متفاوتی از آن بدست آید: مؤدبانه و با ملاحظه یا مداخله‌گرانه و کاملاً بی‌شرمانه. با این حال، حتی واژه «مداخله‌گرانه» نیز برای افراد مختلف، معانی متفاوتی دارد؛ برای مثال، یک مسافرت بین شهری با قطار را در نظر بگیرد. در انگلستان در طول مسیر، مسافران بندرت با یکدیگر صحبت میکنند، شاید فقط برای گفتن: «معذرت میخواهم، میتوانم روی این صندلی بنشینم؟» با یکدیگر صحبت میکنند. سپس در پشت یک روزنامه یا کتاب پناه گرفته یا این که هدفون خود را در گوش میگذارند تا خود را سرگرم کنند. همچنین ممکن است آنها یک علامتی دور گردنشان بچسبانند که روی آن نوشته شده است: «لطفاً مزاحم نشوید». این رفتار عمومی به معنای این است که او با کسی کاری ندارد و از دیگران هم همین توقع را دارد.

این رفتار ناشی از علاقه به حفظ حریم و آزادی فردی در غرب است. موضوعی که قانون نیز شدت از آن حمایت میکند؛ اما در ایران وضع کاملاً متفاوت است. ایرانیان عادت دارند در طول سفر با همسفران خود آشنایی یافته و از معاشرت با یکدیگر لذت ببرند. برای ایرانیان خونگرم، بسیار عجیب و سخت است که ساعتها در کنار یک نفر بنشینند؛ به مسافرت بروند؛ به مقصد برسند و قطار را ترک کنند، بدون اینکه با همسفر خود صحبت کنند. ایرانیها که عادت به باز کردن سر صحبت با غریبه‌ها را دارند، اغلب فکر میکنند که آمریکاییها و انگلیسیها خیلی سرد و بی‌تفاوتند و نمیتوان با آنها ارتباط دوستانه برقرار کرد. با این حال، این مسئله به این علت است که ارزشها و قوانین اجتماعی متفاوتی بر آن جوامع حاکم است. آمریکاییها و انگلیسیها برای حریم خصوصی، آزادی عمل و دوری از تحمیل ارزش قائلند. حال آنکه برای ایرانیها، گرم گرفتن، محبت، صمیمیت و اظهار دوستی کردن مهمتر است و این امر در جایگاه ویژه‌ی قرار دارد. در اینجا یک استثنا بزرگ وجود دارد و آن در مورد غریبه‌های غیر هم‌جنس است. معمولاً وقتی یک مرد با زنی در یک کوپه قطار یا وضعیت مشابه قرار گیرد، مرد باید حرمت زن را نگاه داشته و از ورود به حریم خصوصی او پرهیز کند. زن نیز بدلیل عفاف، هیچ صحبتی با مرد غریبه نخواهد داشت. از این بحث چنین نتیجه گرفته میشود که در مجموع غریبه‌ها تمایل به حفظ آزادی عمل شخصی خود دارند و ایرانیها بیشتر از آنها متمایل به مشارکت جمعی هستند.

چرخه خانواده و عملکرد آن

فرهنگ خانواده در ایران را میتوان بصورت مجموعه‌یی از دایره‌ها فرض کرد. دایره اول زن و مرد و فرزندان آنها را شامل میشود. با تشکیل زندگی مشترک توسط هرکدام از فرزندان، دایره جدیدی در نزدیکی مدار دایره اول شکل میگیرد و در دایره‌های بعدی، خانواده همسر فرزندان این چرخه را تشکیل میدهند و به همین ترتیب در ادامه دایی و خاله و عمه و عموها قرار میگیرند.

خانواده در ایران کارکردی شگفت و متفاوت با کشورهای دیگری که من تاکنون دیده‌ام، دارد. خانواده‌ها نقش بسیاری از نهادهای حمایتی را در غرب ایفا میکنند. خیلی وقتها در نگهداری کودکان، خانواده پدر بزرگ و مادر بزرگها به کمک فرزندان می‌آیند. در مقابل آنها نیز در هنگام پیری و از کارافتادگی از خدمات و پرستاری فرزندانشان بهره‌مند میشوند.

خانواده اساس هویت هر فرد ایرانی است. موقعیت اجتماعی فرد بسیاری از اوقات با وابستگی خانوادگی وی در جامعه معنا پیدا میکند. در این هویت نقش هر یک از دایره‌های پیش گفته بسیار مهم است و فرد بر اساس آنها وابستگیهای خود را بیان میکند. از اینرو، خانواده‌ها روی نقش اجتماعی آینده فرزندان از کودکی آموزش را آغاز میکنند.

محفل خانوادگی در ایران

برای ایرانیها، همانند بیشتر جوامع، خانواده هسته‌یی، واحد اصلی بنیان جامعه است. با وجود این، برخلاف برخی از جوامع غربی، خانواده گسترده از اهمیت بسیار بیشتری برخوردار است. اگر بخواهیم این ایده را به اجمال نشان دهیم، میتوانیم یکسری محافل هم‌مرکز تشکیل دهیم و در مرکز و کانون آن، فرد را قرار دهیم. درونی‌ترین محفل، خانواده درجه اول فرد است؛ یعنی والدین و خواهر و برادر و در صورت تأهل، همسر و فرزند. در مورد دوم، یعنی متأهل بودن، محفل بعدی، والدین همسر، خواهر و برادر او و همسر و فرزندان آنها را شامل میشود. محفلهایی که بعد از این محفل قرار میگیرند، عبارتند از: دایی، عمو، خاله، عمه، پسرعمو، پسر دایی، دخترخاله، دختر عمه، پسر عمه، پسرخاله، دخترعمو، پسرعمو و همسران و فرزندان و عروس و دامادهای آنها. تمام این روابط، مبنای یک شبکه اجتماعی را تشکیل میدهند که هر فردی در هر خانواده‌یی بدان تعلق دارد. در گذشته خانواده نقشهای بسیار زیادی را برعهده داشت که در جوامع غربی و (اکنون بطور روزافزون در ایران، حداقل در ساختارهای زندگی شهری)، این نقشها را مؤسسات مالی، مراکز

مهد کودک، مشاوره خانواده و حتی پزشکان انجام می‌دهند؛ بعنوان مثال، ممکن است به یک وام کوتاه مدت یک ماهه نیاز داشته باشید تا گره از مشکلاتان گشوده شود. پسرعمو مجید در این مورد میتواند کمکتان کند. یا به یک مراسم عروسی دعوت شده‌اید که نباید فرزندانان را همراه خود ببرید. در این صورت مادر و خاله میتوانند، یاریتان کنند. با همسر خود اختلاف پیدا کرده‌اید؟ میتوانید از یک بزرگتر بخواهید که به حل اختلافتان کمک کند. پسر ده ساله‌تان سرما خورده است؟ خاله سوپ جو با مرغ برای او تهیه و سر راهش به منزل شما از عطاری محل جوشانده گیاهی خریداری میکند و برای او می‌آورد.

خانواده و گروه‌های اجتماعی نقشی حیاتی در زندگی روزمره ایرانیان ایفا میکنند. تعلق داشتن به یک خانواده، بقدری برای ایرانیها اهمیت دارد که یکی از نخستین کارهایی که آنها پس از رسیدن به یک کشور بیگانه انجام می‌دهند، این است که پاتوق مورد علاقه‌ی از دیگر ایرانیها، مغازه‌ها یا رستورانهای ایرانی بیابند؛ جایی که بتوانند آشنایان جدیدی پیدا کنند. دیر یا زود، آنها گروه اجتماعی را تشکیل می‌دهند تا جایگزین آن گروه اجتماعی باشد که در ایران داشتند.

محافل بزرگتر

عضویت در یک خانواده یا گروه دوستانه / اجتماعی، نه تنها نیازهای روحی و روانی فرد را برآورده می‌سازد؛ بلکه نیازهای عملی وی را نیز برطرف میکند. محفل خانواده گسترده فرد، دوستان، آشنایان، همکاران و همسایه‌ها هستند که یک شبکه حمایتی دائمی و قابل اطمینانی را تشکیل می‌دهند و فرد میتواند در هنگام نیاز به آنها مراجعه کند. در این گروه بزرگ، وقتی فرد به چیزی نیاز داشته باشد، میداند به کجا مراجعه کند یا حداقل کسی را میشناسد که بتواند نیاز وی را برطرف کند؛ برای مثال، هنگامی که ما در جستجوی یک مدرسه جدید برای پسرمان بودیم، برادر خانم پسردایی همسر ما که کارمند یک واحد آموزشی در منطقه محل سکونت ماست، توانست درباره یک مدرسه خوب به ما مشاوره دهد. وی مدرسه‌ی را که ما انتخاب کرده بودیم، تأیید کرد و برای حمایت از درخواست ما، یک معرفی‌نامه به مدرسه فرستاد. باید در اینجا خاطر نشان کنم که یک شبکه حمایتی فقط برای درخواستهای خاص بکار نمی‌آید. اغلب اوقات ایرانیها، بازاریان و متخصصان را به خویشاوندان و دوستان خود معرفی خواهند کرد؛ برای مثال، یک خیاط، پزشک یا معلم خصوصی در اغلب موارد توجه خاصی به مشتریان جدید خود میکند و به آنها اطمینان میدهد که توجه ویژه‌ی به آنها خواهد شد.

تعلق داشتن به یک محفل، در برگیرنده وظایف و مسئولیتهای متقابل نیز هست؛ بعنوان مثال وقت و کمکی که از یکی از اعضای محفل درخواست میشود، در آینده باید توسط فرد دریافت کننده کمک یا یک خویشاوند جبران شود. این دین اجتماعی، یک بار یا اجبار تلقی نمیشود؛ بلکه مؤلفه اساسی و پذیرفته شده اینگونه تعاملات محسوب میشود؛ در واقع همان بده وستان زندگی روزمره است. حس تعلق داشتن به یک محفل به ایرانیها احساس امنیت میدهد و فرد میداند که در این دنیا تنها نیست.

درون گروه و بیرون گروه^۱

در کنار محافل خانوادگی، نوع دیگری از محافل گسترده تر هم در ایران دیده میشود. یک تجربه شخصی در اینجا مفید است. برای خرید دارو به داروخانه‌یی رفته بودم. فروشنده با وجودی که مرا دید، همچنان سرگرم صحبت با همکارش بود. بعد از چند دقیقه، وی بالاخره رو به من کرد و بدون هیچگونه واکنشی نسخه مرا گرفت. در این وقت یکی از آشنایان وی وارد داروخانه شد. او برای لحظاتی از پیچیدن نسخه من دست کشید و به گرمی مشغول صحبت با شخص تازه وارد شد. آن شخص نیز با فروشنده احوالپرسی و از او تشکر کرد و به انتهای صف رفت. خانم فروشنده با همان نگرش محافظه کارانه قبلی خود، داروهای مرا آماده کرد و به من تحویل داد.

بعد از بدست آوردن چنین تجربه‌یی، شما درباره آنچه درباره دوستی، مهمان نوازی و خوش مشربی ایرانیان شنیده‌اید، مردد خواهید شد. با این حال، وقتی به ذهنیتی که در ورای این دو نوع تعامل قرار دارد، پی بردید، مسئله برایتان روشنتر میشود. در این موقعیت، شخصی که بعد از من وارد داروخانه شد، یک «خودی» است؛ بدین معنی که او به درون گروههای خانم فروشنده تعلق دارد، در حالی که من بعنوان فردی که به عضوی خارج از گروه او تعلق دارم، یک بیرونی «غریبه» بودم. از آنچه که پیرامون روابط اعضا در خانواده، محفل و در درون گروههای شغلی گفته شد، چنین برمی آید که از خودگذشتگی، محبت و صمیمیت بر روابط خودی / درون گروهی حاکم است و همانطور که اشاره خواهد شد، ملاحظات وجهه و احترام بشدت در آنها مشهود است. از آنجایی که تبادل کالاها و رفتارها، بعنوان امری بدیهی از اعضا انتظار میرود، ایرانیهایی که در منصبهای خدمات رسانی هستند، سعی میکنند که موقعیت اجتماعی بیرون گروهی خود را با مشتریان حفظ کنند تا تقاضاهای بیش از حد از آنها نشود.

با وجود این، موقعیت اجتماعی بیرونی (یک غریبه بودن) غیرقابل تغییر نیست. یک صحبت غیررسمی و خودمانی یا پیداشدن نقاط مشترک میتواند یک بیرونی (غریبه) را داخل گروه (خودی) بیاورد. کمال مطلوب از خودگذشتگی، اصلی است که همواره در راه آن تلاش میشود، هرچند که هرگز حاصل نشود.^۱

نظام خویشاوندان و غریبه‌ها در فرهنگ ایرانی-اسلامی

هرگاه در جامعه ایرانی بیشتر کندوکاو کنیم، یک تمایز مهمی که باید آن را درک کرد، طبقه‌بندی روابط به محرم و نامحرم است. طبقه محرم، شامل خویشاوندان سببی و نسبی از هردو جنسند که ازدواج با آنها جایز نیست؛ مثل والدین، پدربزرگ، مادربزرگ، خواهر و برادر و فرزندان آنها، والدین همسر، فرزندان خود فرد و همسران آنها، نوه‌ها، عمو، دایی و خاله، عمه‌های تنی و ناتنی و ...^۲ افراد دیگر، چه خویشانند و چه غریبه، نامحرم محسوب میشوند و ازدواج با آنها جایز است.

فرهنگ خانواده در ایران (فرزندان، سالمندان و ...)

نتایج حاصل از پژوهشهای انجام شده ما نیز حاکی از آن است که بر روی این پیوستار، فرهنگ ایرانیان به سمت جمع‌گرایی متمایل است (Koutlaki, 1997; 2002; 2009). این مطلب که ایرانیها در چارچوب خانواده به رشد و بالندگی میرسند، به شیوه‌های مختلفی در عملکردهای اجتماعی و رسانه‌های جمعی آنها نمایان است. فرزندان بزرگسال خانواده تا زمانی که ازدواج نکرده‌اند با والدین خود زندگی میکنند و گاهی اوقات پس از ازدواج نیز با آنها یا در نزدیکی والدین خود زندگی میکنند. مفهوم فرزند بزرگسالی که مجرد باشد و با کس دیگری به غیر از خانواده خود زندگی کند، در ایران غیرقابل تصور است. در مورد مفهوم زوجین مطلقه‌یی که تنها زندگی میکنند، حتی اگر مسئولیت هیچ فرزندی را نیز بر عهده نداشته باشند، وضع به همین منوال است و هرکدام (زوج یا زوجه) به نزد والدین خود برمیگردند تا زمانی که دوباره ازدواج کنند؛ زیرا ایرانیها احساس میکنند که آنها نیاز به حمایت عاطفی و عملی دارند که این حمایت از طرف والدین خواهد شد.

هویت یک فرد از راه نقشهای او در خانواده تعریف میشود؛ بعنوان مثال، روی سنگ قبرها اغلب

۱. این یک مفهوم پیچیده‌یی است که در اینجا آن را بشکلی ساده بیان کرده‌ایم. ر.ک: Bateson et al. 1977: 263

۲. برای آگاهی بیشتر از این موضوع، ر.ک: قرآن کریم، سوره نساء، آیات ۲۲-۲۴

عنوان مادر یا پدر دیده میشود. یک دوبیتی مناسب که اشاره به از دست دادن آن فرد دارد نیز به سفارش اعضای خانواده بر روی آن نوشته میشود. روی سنگ قبری متعلق به یک خانم مجرد، نوشته شده بود: «عمه جان».

نشانه دیگر از اهمیت روابط خانوادگی در ایران این است که مسئولیت مراقبت از سالمندان بر عهده خانواده درجه اول است، نه یک غریبه‌یی که به او پول پرداخت میشود تا این کار را انجام دهد. به غیر از رضایت اجتماعی که چنین کاری به همراه می‌آورد، مراقبت از پدر و مادر سالمند یک وظیفه توأم با عشق و محبت تلقی میشود که در اسلام پاداش معنوی بزرگی برای آن در نظر گرفته شده است (این بدین معنا نیست که هیچگاه غریبه‌ها از افراد مسن مراقبت نمیکنند؛ بلکه به این معناست که این کار چندان مرسوم و خوشایند نیست). به جای اینکه چنین وظیفه‌یی به منزله یک بار انگاشته شود، بسیاری از خانواده‌ها حضور یک فرد سالمند را در خانواده نشان رحمت و کانون یک خانواده گسترده میدانند؛ یعنی وقتی از یک خویشاوند سالمند دیدار میکنند، در عین حال با دیگر اعضای آن خانواده نیز ملاقات میکنند. این هر دو مورد، در زمره فعالیت‌های درخور تحسین در اسلام بشمار میروند.

نتایج حاصل از یک تحقیق که من درباره ویژگی‌های رفتاری ایرانیان انجام دادم، اهمیت ارزشهای گروهی را در بین خانواده‌های ایرانی پررنگتر نشان داد. مفاهیمی مثبت مانند وظیفه، وظیفه‌شناسی، فداکاری و هماهنگی بودن با گروه و یا تابع جمع بودن در میان نظرات پاسخ‌دهندگان وجود داشت. برخی نیز فردگرایی را نوعی خودخواهی قلمداد کرده بودند. فردگرایی اغلب در مورد فرهنگ غریبه‌ها ذکر میشود.

ایرانیها خانواده هسته‌یی را منشأ تمام رفتارها و گرایشهای خوب و بد میدانند که در جامعه نمود می‌یابد. اگر در خانواده هسته‌یی فرزندان خوب تربیت شوند، در آینده آنها افرادی وظیفه‌شناس و جامعه‌گرا خواهند بود که آنها نیز به نوبه خود فرزندان خود را درست تربیت خواهند کرد. به همین ترتیب، بروز رفتارهای نامناسب؛ مانند بی‌ادبی، وظیفه‌شناسی، خودخواهی، نادیده انگاشتن دیگران و نپذیرفتن مسئولیت اجتماعی، نتیجه تربیت نادرست افراد در کودکی است.

اهمیت خانواده در رسانه‌های جمعی

اهمیت خانواده در رسانه‌های تبلیغی ایران نیز به روشنی قابل مشاهده است، بویژه در تلویزیون که جاذبه و مخاطب گسترده تری دارد. این رسانه‌ها در پیامهای بازرگانی خود در تبلیغ محصولات

و خدمات؛ مانند معرفی وسایل منزل و مایع ظرفشویی، شهرسازی، تسهیلات بانکی و ... از حضور خانواده‌های جمعی استفاده کرده و از این موضوع به نفع خود بهره میبرند. رسانه‌ها اغلب خانواده‌های هسته‌یی و گسترده‌ی شاد را نمایش می‌دهند که حضور پدربزرگ و مادربزرگ محفل آنها را گرمتر کرده است. تلویزیون ایران بطور مرتب فیلمهای کوتاه انیمیشن را بعنوان بخشی از اقدامات مثبت گروهی تولید میکند (برای مثال ذخیره آب و انرژی) که در آنها مادر یا یک عضو کوچکتری از خانواده که پیام صرفه‌جویی در وی نهاده شده است، سرانجام بصورت یک طرح از پیش آماده شده، خطاهای پدر خودرأی و لجوج خانواده خود را به وی یادآوری میکند. این امر همچنین در موقعیتهای عمومی، مانند رسانه‌های جمعی و سخنرانیهای عمومی نیز ظاهر میشود. سخنرانان، مجریان خبری و سخنگویان عمومی پس از آنکه صحبت خود را با طلب یاری از خداوند؛ یعنی «بسم الله الرحمن الرحيم» آغاز میکنند، با بینندگان و همکاران خود با استفاده از کلمات و اصطلاحاتی، مانند شنوندگان / مهمانان عزیز و ارجمند، به همکار خود اشاره میکنند و میگویند: همکار عزیزم آقای Y، خانم X و همچنین با گفتن «کشور عزیزمان» به کشور خود اشاره میکنند. در مناسبتهای خاص مثل جشنها یا روزهای عزاداری، سخنگو تبریک یا تسلیت خود را به مخاطبان عرض میکند. اینگونه آداب بین فردی، به مخاطبان این احساس را میدهد که آنها در حضور آشنایان هستند و به حفظ توجه آنها کمک میکنند.

نظام سلسله مراتبی در مقابل همسانی (اختلاف قدرت)^۱

طبقه‌بندی دیگر هافستد، مربوط به تمایز، بین سلسله مراتب و مساوات است. در این خصوص فرد یا گروه اجتماعی با توجه به میزان فاصله از محور قدرت دسته‌بندی میشود. البته این طبقه‌بندی، به چگونگی برداشت از قدرت بستگی دارد و در هر جامعه‌یی متفاوت است. اگرچه در تمامی جوامع، قدرت بطور نامساوی تقسیم شده است، در برخی از جوامع این نابرابری در رفتار هم نهاده شده است؛ بعنوان مثال در شیوه‌یی که زیردستان و مافوقان یکدیگر را خطاب میکنند و با هم تعامل دارند، این نابرابری بیشتر دیده میشود.

بر طبق اظهارات هافستد، در جوامع دارای فاصله قدرت زیاد، مثل مالزی و اسلواکی، در خانواده‌ها و نهادها اعضای دارای قدرت کمتر، توزیع ناعادلانه قدرت را در جوامع خود و نیز روابط

دیکتاتوری و پدرسالارانه را از سوی صاحبان قدرت، میپذیرند. آنها انتظار دارند آنهایی که در رأس قدرت هستند، بخاطر جایگاه و موقعیت خود، سلطه و اقتدار بیشتری داشته باشند و زیردستان نیز به تصمیماتی که از بالا گرفته میشود، اعتراضی ندارند؛ بعبارت دیگر در جوامعی؛ مانند استرالیا، دانمارک، زلاندنو که فاصله قدرت کمی در جامعه وجود دارد، زیردستان بر مبنای مناسبات مساوی با آنهایی که در رأس قدرت هستند، رابطه برقرار میکنند و این احساس را دارند که میتوانند نظرات خود را مطرح و درباره تصمیم‌گیریها اظهار نظر کنند. از اینرو، روابط بین آنها مردمسالارانه‌تر است. بر اساس این طبقه‌بندی، جامعه ایران در ردیف ۵۸ قرار گرفته است. در نگاه اول، بنظر میرسد که فرهنگ ایرانیها گرایش به سمت فاصله قدرت زیاد دارد. ایرانیها میپذیرند که برخی از افراد در خانواده‌ها و گروه‌بندیهای اجتماعی بطور طبیعی قدرت و اختیار بیشتری دارند که این امر ناشی از جایگاه، سن بیشتر یا دانش آنهاست و این اقتدار به زبان آنها نیز وارد شده است.^۱

با این حال، هم احترام به شخص دارای قدرت و اختیار و هم مشورت درون‌گروهی جزئی از ارزشهای بسیار ستوده در اسلام بشمار میروند. بنابراین خانواده‌ها و گروههای اجتماعی نگاهی مثبت به تصمیم‌گیری مشارکت‌آمیز و غیرمستبدانه دارند. رسیدن به رضایت اعضای گروه، یا حداقل در نظر گرفتن نظرات آنها، اغلب پیش‌شرط لازم در تصمیم‌گیری است. ایرانیها معمولاً آماده ارائه نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود به شیوه انجام کارها در منزل، مدرسه، دانشگاه یا محل کار هستند و تصمیم‌گیرندگان اغلب سعی میکنند تصمیمی را اتخاذ کنند که مورد توافق همه است. اعضای گروه همچنین سعی میکنند، انعطاف‌پذیر و هماهنگ با آرای اکثریت باشند.

روابط نامتقارن، شامل مبادله اعمال و اجناس مادی است. شخص ارشد برای زیردستان خود پاداش و حمایتی را فراهم میکند و در مقابل به شخص زیردست دستور میدهد که اجناس را تأمین کند یا کارها را به انجام برساند. زیردستان نیز خدماتی را به مافوقان خود ارائه داده و به آنها احترام میگذارند و از آنها درخواست میکنند که برای آنها کالاهایی را تأمین کرده یا عملی را به انجام برسانند.

در روابط متقارن نیز مبادله صورت میپذیرد؛ اما در اینگونه روابط هیچ تمایز موقعیت اجتماعی وجود ندارد و طرفین معامله کمک و پشتیبانی خود را از هم دریغ نمیکنند. نکته حائز اهمیت در

1. <https://geert.hofstede.com/iran.html>. Accessed on 16 June 2016

اینجاست که هیچگونه نیاز و درخواست یا دستوری در اینجا وجود ندارد. در فرهنگ ایرانی هر دو نوع این روابط ارزشمند و از جایگاه ویژه‌ی برخوردار است (Beeman, 2001:4).

وجه و جایگاه اجتماعی^۲

مفهوم «وجه» به تصویری برمیگردد که افراد از خود به مردم ارائه می‌دهند. بر طبق اظهارات اروینگ گافمن^۳، وجهه خصوصی‌ترین و ارزشمندترین دارایی افراد و منشأ امنیت و خوشی آنهاست؛ اما بطور بی‌قید و شرط به آنها تعلق ندارد. هرگاه افراد طوری رفتار کنند که متناسب با جلوه‌ی که از خود بروز داده‌اند، باشد، این وجهه توسط جامعه به آنها قرض داده می‌شود. اروینگ گافمن، رفتار و اعمالی را که افراد با در نظر گرفتن جایگاه و موقعیت اجتماعی خود، به نمایش می‌گذارند (با اگر با موقعیت خود همسو نباشد از انجام آنها پرهیز می‌کنند) و نیز حتی اعمالی را انجام می‌دهند که ممکن است همراه با هزینه باشد (یا انجام آن شخص را بسختی بیندازد)، «غرور» مینامد.^۴ رفتارهای دیگر که در آن فرد بر جسم، احساس یا اموال خود نظارت می‌کند، شامل شیوه‌ی است که گافمن آن را «عزت» مینامد. او تصدیق می‌کند که این کنترل رفتار در حکم یک زندان برای فرد است؛ اما ضرورتاً به این معنا نیست که افراد سلولهای خود را دوست ندارند. جدا از حفظ وجهه، احساسات دیگران نیز برای افراد مهم است و میکوشند که در حفظ وجهه خود به آنها کمک کنند؛ از اینرو با آنان احساس همدردی می‌کنند. گافمن تأکید می‌ورزد که هر دو جهت‌گیری؛ یعنی جهت‌گیری دفاعی نسبت به وجهه خود فرد و مراقبت از وجهه دیگران، اغلب همزمان و با هم هستند؛ اگرچه یکی از آنها گاهی اوقات بارزتر می‌شود.

برخلاف پیش‌زمینه‌ی که درباره جمع‌گرایی و ارزشهای گروهی وجود دارد، به راحتی میتوان اینطور نتیجه‌گیری کرد که هویت یک ایرانی نهفته در هویت گروه است. هویت هر فردی متمایز از هویت دیگران است؛ اما با پرورش استعدادها، تواناییها و روابط اجتماعی توسعه می‌یابد. از این راه، فرد عضوی کامل و مفید برای گروه خود می‌شود. ایرانیها مسئول سرنوشت خود هستند و مسئولیت حفظ و بالابردن وجهه خود و همچنین وجهه خانواده یا گروهی که بدان تعلق دارند نیز بر عهده آنهاست؛

۱. برای مطالعه بیشتر در این مورد، ر.ک: Beeman, 2005: 52, 101, 121.

2. Face

3. Erving Goffman

۴. اروینگ گافمن بطور گسترده درباره وجهه مطلب نوشته است. برای مثال، ر. ک: Goffman, 1959; 1967: 7-10, 14; 1972: 322

زیرا افراد نمایانگر گروه خود هستند. بنابراین، خطر از دست دادن وجهه و آبرو و ابعاد وسیعی خواهد داشت؛ زیرا از دست رفتن آبروی یک فرد، تأثیر نامطلوبی بر آبروی جمعی گروه یا خانواده وی خواهد داشت. این یکی از مهمترین ریشه‌های ادب استادانه (یا پیچیده) ایرانی است.^۱

وجهه و اعتبار در فرهنگ ایرانی

یک اصطلاح فارسی در اغلب مکالمات ایرانیها شنیده میشود: «حفظ ظاهر کن»

اکنون به دو جنبه از وجهه در فرهنگ ایرانی نگاهی می‌اندازیم:

الف) شخصیت / آبرو (شخصیت، ویژگی، مناعت طبع، جایگاه اجتماعی)

ب) احترام / عزت (احترام، ارج، شرف)

شخصیت که همان هویت یک فرد را نشان میدهد، نتیجه تحصیلات و پرورش اوست. از سوی دیگر، احترام از راه وفاداری فرد به قواعد ادب و آداب تعارف نشان داده میشود، مانند تعارف یا دعوت کردن. در این مورد اگرچه شخصیت ثابت و احترام، پویاست؛ ولی نمود آنها ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. افراد شخصیت خود را با رفتار خود نشان میدهند. پایبندی به رفتارهای اجتماعی و احترام شایسته و کافی به طرف مقابل گفتگو، مبین شخصیت افراد است.

دولت و نهادهای تبلیغاتی از احساس تعلق ایرانیها به خانواده و روح جمعی آنها هم به نفع خود و هم به سود خانواده‌ها بهره میگیرند. علاوه بر این حس قوی که ایرانیها برای حفظ شخصیت خود دارند، در متقاعد ساختن آنها به منظور رعایت قوانین ایمنی و وظایف شهری بسیار مفید است؛ برای مثال، در سیستم متروی تهران که در ساعات ترافیک، بسیار پر ازدحام میشود، تابلویی بالای در مترو نصب شده که روی آن نوشته شده است: «مسافر عزیز (به خطاب قرار دادن مستقیم مسافران توجه کنید) با رعایت کردن نظم در سوار شدن و پیاده شدن، فرهنگ و شخصیت والای خود را نشان دهید». در عقب مترو نیز نوشته شده است: «تسلیم به موقع اظهارنامه مالیاتی نشانگر شخصیت اجتماعی شماست».

با این وجود هنگامی که یکی از موارد زیر اتفاق بیفتد، آبروی آنها به مخاطره می‌افتد:

اگر اطلاعاتی درباره زندگی شخصی آنها (که ترجیح میدهند، پوشیده باقی بماند) برملا شود.

اگر طوری رفتار کنند که متناسب با شخصیتشان نباشد.

اگر به شیوه‌ی غیرمحترمانه با آنها رفتار شود و سن و موقعیت اجتماعی آنها در نظر گرفته نشود. بطور معمول در بین ایرانیها این چنین احساس میشود که اگر فرزندان توسط والدین تحقیر شوند، شخصیت فرزندان ضعیف یا به قول آنها «شخصیت بچه خُرد» میشود. به منظور جلوگیری از این رویداد، باید فرزند یا فرد جوان را با کلماتی همراه با احترام خطاب کرد و مسئولیتهایی را به وی محول کرد. بنابراین در افراد جوان، یک هویت اجتماعی شکل میگیرد که آنها را قادر میسازد بنحوی کارآمد جایگاه اجتماعی خود را در جامعه پیدا کنند.

در مورد از دست رفتن وجهه و اعتبار دیگران، یک منع مذهبی سخت‌گیرانه‌ی درباره غیبت کردن وجود دارد. حدیثی از رسول اکرم (ص) روایت شده که: «غیبت کردن و پشت سر دیگران حرف زدن گناه کبیره‌ی بدتر از زناست». امام خمینی (که غریبها ایشان را با نام آیت‌الله خمینی میشناسند)، در مجموعهٔ *چهل حدیث* خود پیرامون درسهای اخلاقی، شرح داده‌اند که غیبت جایگاه و شهرت اجتماعی مأمنان را تخریب میکند و بدتر از آن اینکه قربانیان ناآگاه و غایب، قادر به دفاع از خود نیستند. بخشی از مجازات غیبت کننده در دنیای دیگر این است که وی در حضور پیامبران، امامان و مؤمنان شرمنده و روسیاه و از کار اشتباهی که در این دنیا انجام داده است، بارها نامد و پشیمان خواهد شد (امام خمینی، ۱۳۷۶).

نکتهٔ حائز اهمیت در اینجا، ادراکات متفاوتی است که از آسیب دیدن اعتبار و آبروی شخص در نظر زنان و مردان بوجود می‌آید که این موضوع نیازمند تحقیق و پژوهشهای بیشتر است. بر اساس مشاهدات شخصی که انجام داده‌ام، بنظر میرسد، بعضی از مردان ایرانی نگرانی بیشتر و جدی‌تری دربارهٔ وجههٔ کشور خود در خارج از مرزهای کشور دارند. این در حالی است که برخی از زنان ایرانی دوست دارند، دیدگاههای خود را اعلام کنند و صدایشان را هم در داخل و هم در خارج از ایران به گوش جهانیان برسانند.

درنهایت، تخریب وجهه وقتی اتفاق می‌افتد که حقایق پنهانی که نباید آشکار میشدند، برملا شوند. همچنین است وقتی که حقایق نامطلوب یا منفی دربارهٔ شخصیت یا اعمال یک فرد هویدا شود. حفظ ظاهر، حفظ حقایق پنهانی که باید مخفی نگاه داشته شوند و آشکار نساختن اطلاعاتی که ممکن است چهرهٔ ناشایستی از یک فرد نشان دهد، تماماً بخشی از حفظ وجههٔ افراد و گروه اجتماعی آنها محسوب میشود. این احساس و عقیده ارتباط قوی با رفتار ایرانیان، منش و روابط بین آنها دارد.

نتیجه‌گیری

آنچه که در بررسی الگوهای رفتاری ایرانیان بیشتر از همه توجه مرا بخود جلب کرد، فرهنگ تعارف ایرانیان است. بعنوان نمونه، در ایران وقتی که یک زن به همراه مردی که هیچ نسبتی با او ندارد، برای مثال با یک همکار یا یکی از اقوام نامحرم خود راه می‌رود، اگر برای هر دو نفر آنها جا نباشد که در کنار هم راه بروند، آن خانم معمولاً ترجیح می‌دهد که پشت سر آقا راه برود تا اینکه بخواهد جلوی او راه برود؛ زیرا بیشتر خانمها از اینکه پشت خود را به یک مرد نامحرم کنند، راحت نیستند. مردی که یک خانم را همراهی میکند، همیشه به او تعارف خواهد کرد که جلوتر راه برود. آن خانم نیز از وی چنین چیزی را خواهد خواست؛ اما احتمالاً آقا زیاد اصرار نخواهد کرد؛ زیرا وی ملاحظه‌ی راحت بودن خانم را میکند، در حالی که اگر همراه او یک آقا باشد بر تعارف خود بیشتر اصرار می‌ورزد.

نکته‌ی دیگر در مطالعه‌ی برخی از الگوهای رفتاری - فرهنگی ایرانیان نقش خانواده‌ی هسته‌یی و نیز خانواده‌ی گسترده، متشکل از اعضای بزرگ خانواده (پدر بزرگ، مادر بزرگ، عمه، خاله، عمو، دایی، پدر و مادر) بسیار پررنگ دیده می‌شود. خانواده اساس هویت هر فرد ایرانی است. موقعیت اجتماعی فرد بسیاری از اوقات با وابستگی خانوادگی وی در جامعه معنا پیدا می‌کند. در این هویت نقش هر گروه مشخص شده و فرد بر اساس آنها تعلقهای خود را بیان می‌کند. از اینرو، خانواده‌ها روی نقش اجتماعی آینده‌ی افراد از کودکی کار تربیتی را آغاز می‌کنند. خانواده در ایران کارکردی شگفت و متفاوت با کشورهای دیگری که من تاکنون دیده‌ام، دارد (البته بجز کشور خودم که شباهتهای بسیاری به ایران دارد). خانواده‌های ایرانی نقش بسیاری از نهادهای حمایتی در غرب را ایفا می‌کنند. بیشتر وقتها خانواده پدر بزرگ و مادر بزرگ در نگهداری کودکان، به کمک فرزندان می‌آیند. در مقابل آنها هم در هنگام پیری و از کار افتادگی از خدمات و پرستاری فرزندان بهره‌مند میشوند. از این بحث اینگونه نتیجه گرفته می‌شود که ایرانیها در مقایسه با کشورهای غربی و اروپایی بیشتر متمایل به مشارکت جمعی هستند تا آزادی عمل شخصی و فردی. این موارد، مثالهای روشنی هستند. ایرانیها معمولاً آماده‌ی ارائه نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود به شیوه انجام کارها در منزل، مدرسه، دانشگاه یا محل کار هستند و تصمیم‌گیرندگان اغلب سعی می‌کنند، تصمیمی را اتخاذ کنند که مورد توافق همه است. اعضای گروه همچنین سعی می‌کنند، انعطاف‌پذیر و هماهنگ با آرای اکثریت باشند.

نکته‌ی حائز اهمیت دیگر در برخی الگوهای رفتاری - فرهنگی ایرانیان، موضوع احترام، وجهه و

اعتبار و شخصیت فرد است. مفهوم «وجهه» به تصویری برمیگردد که افراد از خود به مردم ارائه می‌دهند. جدا از حفظ وجهه، احساسات دیگران نیز برای افراد مهم است و میکوشند که در حفظ وجهه خود به آنها کمک کنند؛ از اینرو با آنان احساس همدردی میکنند.

هویت یک ایرانی نهفته در هویت گروه است. هویت فردی متمایز است؛ اما با پرورش استعدادها، تواناییها و روابط اجتماعی توسعه می‌یابد. از این راه، فرد عضوی کامل و مفید برای گروه خود میشود. ایرانیها مسئول سرنوشت خود و مسئول حفظ و بالابردن وجهه خود و همچنین وجهه خانواده یا گروهی را که بدان تعلق دارند نیز هستند؛ زیرا افراد نمایانگر گروه خود هستند. با این توضیحات، خطر از دست دادن وجهه و آبرو ابعاد وسیعی خواهد داشت؛ زیرا از دست رفتن آبروی یک فرد، تأثیر نامطلوبی بر آبروی جمعی گروه یا خانواده وی خواهد داشت. این یکی از مهمترین ریشه‌های ادب استادانه (یا پیچیده) ایرانی است.

در مورد از دست رفتن وجهه و اعتبار دیگران، حدیثی از رسول اکرم (ص) روایت شده که: «غیبت کردن و پشت سر دیگران حرف زدن گناه کبیره‌یی بدتر از زناست». تخریب وجهه وقتی اتفاق می‌افتد که حقایق پنهانی که نباید آشکار میشدند، برملا شوند یا وقتی که حقایق نامطلوب یا منفی درباره شخصیت یا اعمال یک فرد هویدا شود. حفظ ظاهر، حفظ حقایق پنهانی که باید مخفی نگاه داشته شوند و آشکار نساختن اطلاعاتی که ممکن است چهره ناشایستی از یک فرد نشان دهد، تماماً بخشی از حفظ وجهه افراد و گروه اجتماعی آنها محسوب میشود. این احساس و عقیده ارتباط قوی با رفتار ایرانیان، منش و روابط بین آنها دارد.

شخصیت که همان هویت یک فرد را نشان میدهد، نتیجه تحصیلات و پرورش اوست. از سوی دیگر، احترام از راه وفاداری فرد به قواعد ادب و آداب تعارف نشان داده میشود، مانند تعارف یا دعوت کردن. در این مورد اگرچه شخصیت ثابت و احترام، پویاست؛ ولی نمود آنها ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. افراد شخصیت خود را با رفتار خود نشان میدهند. پایبندی به رفتارهای اجتماعی و احترام شایسته و کافی به طرف مقابل گفتگو، مبین شخصیت افراد است.

در نهایت باید بگویم، در مورد اینکه چطور در قضاوت‌هایمان درباره «دیگران» از زاویه نگاه فرهنگی خود به آنها مینگریم. تقریباً بیشتر برداشتهای اروپاییها از فرهنگ ایرانی به همین اندازه دستخوش خطاست. اگر یک پژوهشگر عرصه فرهنگ در مطالعه فرهنگها دقت نظر داشته باشد و از پیش‌داوری و قضاوت بطور جدی اجتناب ورزد و الگوهای رفتاری هر فرهنگی را با معیارهای خود آن فرهنگ بررسی کند، میتواند به نتیجه مطلوب دست پیدا کند.

منابع فارسی

- امام خمینی؛ شرح چهل حدیث، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، چاپ چهارم، ۱۳۷۶.
- قرآن کریم.

منابع لاتین

- Bateson, Margaret C., J. W. Clinton, J. B. M. Kassarian, H. Safavi, and M. Soraya. 1977. "Safa_yi Batin: A Study of the Interrelations of a Set of Iranian Ideal Character Types." In *Psychological Dimensions of Near Eastern Studies*, edited by L. C. Brown and J. Itzkowitz. Princeton, NJ: Darwin Press
- Beeman, William O. 2001. "Emotion and Sincerity in Persian Discourse: Accomplishing the Representation of Inner States." *The International Journal of the Sociology of Language* 148 (2001): 31-57
- Beeman, William O. 2005. *The "Great Satan" vs. the "Mad Mullahs": How the United States and Iran Demonize Each Other*. Westport, CT and London: Praeger
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*. New York: Doubleday
- Goffman, Erving, 1972. "On Face-work: an Analysis of Ritual Elements in Social Interaction" In *Communication in Face-to-Face Interaction*, edited by J. Laver and S. Hutcheson. Harmondsworth: Penguin
- Hofstede, Geert, 1991. *Cultures and Organisations: Software of the Mind*, 1991
- Hofstede, Geert, 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Second Edition. London: Sage
- Koutlaki, Sofia A. 1997. *The Persian system of politeness and the Persian folk concept of face, with some reference to EFL teaching to Iranian native speakers*. Unpublished Ph.D. thesis, University of Wales College of Cardiff

- Koutlaki, Sofia A. 2002. *Offers and Expressions of Thanks as Face Enhancing Acts: tae'arof in Persian*. *Journal of Pragmatics* 34 (2002), 1733-1756
- Koutlaki, Sofia A. 2009. *Two Sides of the Same Coin: How the Notion of 'Face' is Encoded in Persian Communication*. In *Face, Communication and Social Interaction*, edited by F. Bargiela-Chiappini and M. Haugh. London: Equinox, 115-133

منابع اینترنتی

- https://geert_hofstede.com/national_culture.html (accessed 15 June 2016)
- https://geert_hofstede.com/iran.html (accessed 15 June 2016)
- https://geert_hofstede.com/iran.html. Accessed on 16 June 2016
- Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Geert_Hofstede (accessed 15 June 2016)