



Iranians' Attitudes toward and their Moral Judgment of Market Place Shrewdness

Mohammad Ali Ayatollahi¹

Received: Feb. 09, 2017; Accepted: Sep. 10, 2017

Extended Abstract

The cultural concept of “zerangi” (market place shrewdness) is semantically ambivalent between two senses: shrewdness and wiliness or craftiness. The aim of the study was to investigate Iranians' attitudes toward the concept of zerangi (market place shrewdness). It also aimed at investigating the Iranians' moral judgments in this regard. Using data collected from 200 personal weblogs, this study employed content analysis to investigate the semantic aspects of zerangi. It also used five discourse completion tasks to find out Iranians' attitude toward and moral judgment of the concept in question. Thirty-three university students of the Jahrom University and 20 university professors of the Shiraz University and the University of Isfahan were included in this study. The results suggested that the participants had a negative attitude toward this concept in its pejorative form. Also, the analysis of results indicated that the majority of the participants in the study preferred unambiguous and absolute judgmental terms to ambiguous ones as an explanation for success stories, suggesting that Iranians prefer making absolute moral judgments to relative ones.

Keywords: cultural keyword, cultural scripts, cultural linguistics, ethno pragmatics

1. Assistant Professor, Teaching English as a Foreign Language, Department of English, Faculty of Humanities, Islamic Azad University-Sepidan Branch, Sepidan, Iran.

✉ ayatollahi1345@iausepidan.ac.ir



Introduction

The Iranian culture is replete with cultural keywords, including both negative and positive keywords, for praising or criticizing certain character types or modes of behavior. Some of the negative keywords are *zerang-i* (literally, 'shrewdness,' pejoratively, 'wiliness'), *forsatlab-i* (literally, 'opportunity-seeker' + noun marker *i*; roughly, 'opportunism'), etc. On the contrary, some of the positive cultural keywords are *ba-aatefeh* (literally, 'with feeling'; roughly, 'a feeling person'), *khoon-garm* (literally, 'warm-blooded'; roughly, 'compassionate'), *del-sooz* (literally, 'heart-burning,' roughly, 'a very concerned person').

Purpose

The lexical item *zerangi* could be regarded as a cultural keyword in Persian due to its saliency in daily conversations. Yet, the concept is not easy to interpret. This is partly because *zerangi* is ambivalent between two opposite senses, so a *zerang* person is either as shrewd as a fox or as smart as a lion. It has been claimed that *zerangi* is an Iranian national ethos (Barr, 2004, p. 9) or national character (Beeman, 1976, p. 26). The present study attempts to examine the concept of *zerangi* analytically from the perspectives of Iranian informants in order to set out its implications.

It has been claimed that the Persian word *zerangi* is a deception modality reflecting the Shi'a principles of *taghiyya* (dissimulation of beliefs) and *ketman* (hiding of truth). Beeman (1986, pp.36-60) stated the "cleverness of this sort has an institutional reflection in the practice of *taqiyah* (dissimulation), which grows out of long Shi'a Islamic tradition" (p.28). Fazlur Rahman (1968, p.142), Amir-Moezzi (1999, p. 13), and Clarke (2005, p. 34) maintained that *taqiyah* and esotericism constitute two characteristics of Shi'a and Sufism doctrines. According to this view, "Shi'ism answers the national aspirations of a downtrodden Persian people and in its esotericism answers fundamental national needs built up through centuries of historical tradition" (Beeman,1986; p 28).

This study deals with the following research questions.

1. What is the nature of the concept of *zerangi*?
2. What is the Iranians' attitude toward the concept of *zerangi* (market place shrewdness)?

Methodology

In order to answer the first research question, the following techniques were used. Firstly, a corpus of Persian weblogs (N=100) containing the word "*zerangi*" was downloaded. It was then subjected to content analysis to find out in what sense the word has been used. Qualitative content analysis, alternatively known as conceptual analysis, has been used in certain areas such as communication, anthropology, and library science. Secondly, two Iranian films, i.e., *Gav* ('Cow') and *Sazesh* ('Accommodation'), claimed by Beeman (1986) to feature instances of "*zerangi*", were shown to a group of college students (N=30). Subsequently, through focus group interviews, their opinions were sought as to the theme/themes of the films.

Results

In the next step, two Iranian films, i.e., *Gav* ('Cow') and *Sazesh* ('Accommodation'), claimed by Beeman (1986. pp. 36-60.) to feature instances of *zerangi*, were shown to a group of college students (N=33). Subsequently, through focus group interviews, their opinions were sought as to the theme/themes of the films. The results are presented below.

Gav ('Cow') is the story of a villager who has a great attachment to his only cow. So when his cow dies, the villagers decide to hide the truth by telling the cow owner that his cow has strayed. The poor cow owner gradually becomes insane, assuming the identity of the dead cow; so when the villagers finally decide to reveal the truth, it is of no use. Beeman (1986. Pp. 28-32) described the way the villagers handled the news, i.e., the initial concealment of the truth, as a type of *zerangi*.

Sazesh ('Accommodation') is the story of a poor fellow who works in a lower-class theater and is also a sneak-thief. On breaking into an apartment of the mistress of a city politician, he overheard the politician telling his wife that he has been detained by an old friend of his—an Iranian expatriate who is visiting Iran for a few days. The next day, the actor-thief showed up at the politician's real home, introduces himself as that Iranian expatriate to the politician's wife, and accepts her invitation to stay there as a guest. He then used this opportunity to blackmail the politician.

During the focus group interview, the participants were asked to describe the protagonist in the film. The responses were *marmoolak* (literally, 'lizard') (N=15), *siyaah-baazi* (literally, 'acting black') (N=5), *tiqh-zaan* ('blackmailer') (N=6), *hoghe-baaz* ('one who plays tricks') (N=4), and *xordeshishe-daashtan* (literally, 'having broken pieces of glass') (N=1). All the words carry a strong negative connotation. They were then asked if they felt any sympathy toward the film protagonist. The responses were overwhelmingly negative (N=25). Only 5 participants answered positively.

Discussion

Through content analysis of the weblog corpus, it was revealed that the word *zerangi* is used with negative, neutral, and positive connotations in Persian. In its negative sense, *zerang* is an unscrupulous individual who advances beyond the acceptable limits in order to benefit himself/herself or his/her immediate circle with no regards for others' rights, and *zerangi* is the quality exhibited by such an individual. Through content analysis of excerpts, the following themes emerged. 1. *Zeangi* could be safely defined as "skill in achieving a desired end." 2. It is semantically ambivalent, i.e., it has opposite senses. 3. In its pejorative sense, it is often dispraised at least openly. However, when it is used in a positive sense, it is praised. 4. In its pejorative sense, it denotes unscrupulous behavior.

Innovation

As mentioned before, much of the confusion regarding the concept of *zerangi* arises from the fact that it is ambivalent between two senses, one positive and the other negative. Moreover, this word is ambiguous in the sense that one might have difficulty interpreting sentences containing this word as to which of the senses of the word is meant by the speaker.



Iran Cultural Research

Abstract



Bibliography

- Ahmadi, B. (1994). *Modernite va andiše-ye enteqādi* [Modernity and critical thought]. Tehran, Iran: Našr-e Markaz.
- Amir-Moezzi, M. A. (1999). *The divine guide in early Shi'ism: The sources of esotericism in Islam* (D. Streight, Trans.). Albany: Sunny Press. doi: 10.1017/S1356186300007318
- Apresjan, J. (2000). *Systematic lexicography* (K. Windle, Trans.). London: Oxford University Press.
- Barker, K. (2012). *Motāle'āt-e farhangi: Nazariye va amalkard* [Cultural studies: Theory and practice] (M. Faraji, & N. Hamidi, Trans.). Tehran, Iran: Institute for Humanities and Cultural Studies Ministry of Science, Research and Technology.
- Barr, S. (2004). *Iran: Cultural values, self images and negotiation behavior*. Herzliya Papers, Institute for Policy and Strategy, the Lauder School of Government, Diplomacy and Strategy IDC.
- Bateson, C., Clinton, J., Kassarian, J., Safavi, H., & Soraya, M. (1977). Safāy-i bātin: A study of the interrelations of a set of Iranian ideal character types. In C. Brown, & N. Itzkowitz, (Eds.). *Psychological Dimensions of Near Eastern Studies* (pp. 257-274), Princeton, N.J.: Darwin Press.
- Beeman, W. O. (1976). What is (Iranian) national character? A sociolinguistic approach. *Iranian Studies*, 9(1), 22-48. doi: 10.1080/00210867608701506
- Beeman, W. O. (1986). *Language, status, and power in Iran*. Bloomington: Indiana University Press.
- Campbell, A. (2006). Iran's nuclear deception: Taqiyya and kitman (part one). *National Observer*, 67, 8-25. Retrieved from http://www.nationalobserver.net/2006_summer_campbell.htm
- Clarke, L. (2005). The rise and decline of Taqiyya in twelver Shi'ism. In L. Tod, (Ed.). *Reason and Inspiration in Islam: Theology, Philosophy and Mysticism in Muslim Thought. Essays in honour of Hermann Landolt* (pp. 34-63), London: IB Tauris/Institute of Ismaili Studies. doi: 10.1163/157006009x458519
- Dehkhoda, A. A. (1966). *Loghatnāme-ye Dehkhoda* [Dehkhoda dictionary]. Tehran, Iran: University of Tehran Press.
- Dupree, L. (1979). Further notes on Taqiyya: Afganestan. *Journal of American Oriental Society*, 99(4), 680-682. doi: 10.2307/601454
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (2007). *Cultural theory: The key concepts*. New York: Routledge.
- Fazlur Rahman, M. (1968). *Islam*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fischer, M. (2009). Iran and boomeranging cartoon wars: Can public spheres at risk ally with public spheres yet to be achieved?. *Cultural Politics*, 5(1), 27-62. doi: 10.2752/175174309X388464

- Golato, A. (2003). Studying compliment responses: A comparison of DCTs and recordings of naturally occurring talk. *Applied Linguistics*, 24(1), 90-121. doi: 10.1093/applin/24.1.90
- Hass, W. (1946). *Iran*. New York: Columbia Press.
- Jonsen, A., & Toulmin, S. (1990). *The abuse of casuistry: A history of moral reasoning*. Berkeley: University of California Press.
- Ketabkhani, (2015, April, 3). *Donyā-ye ketāb* [World of books]. [post on Hammihan social media network]. Retrieved from <https://hammihan.com/group/ketabkhani&page=139>
- Kohlberg, E. (1975). Some Im mi Shia views on Taqiyya. *Journal of American Oriental Studies*, 95(3), 395-402. doi: 10.2307/599351
- Kramersch, C. (2004). Language, thought, and culture. In A. Davis, & C. Elder, (Eds.). *The Handbook of Applied Linguistics* (pp. 235-261). Oxford: Blackwell. doi: 10.1002/9780470757000.ch9
- Lorenzo-Dus, N. (2001). Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study. *Journal of Pragmatics*, 33(1), 107-127. doi: 10.1016/S0378-2166(99)00127-7
- Malcolm, I., & Sharifian, F. (2002). Aspects of aboriginal English oral discourse: An application of cultural schema theory. *Discourse Studies*, 4(2), 169-181. doi: 10.1016/j.pragma.2010.05.006
- Marashi, H. (2015, April, 3). *Qahvexāne* [Teashop]. [Blog post]. Retrieved from <http://www.marashi.ir/TeaShop.aspx?TID=124>
- Mill, J. (2009). *Fāyedegerāyi* [Utilitarianism] (M. Mardiha, Trans.). Tehran, Iran: Ney.
- Millspaugh, A. C. (1946). [Review of the book *Iran* by W. Hass]. *The American Historical Review*, 41(4), 712-713. doi: 10.1086/ahr/51.4.712
- Millspaugh, A. C. (1977). *Ma'muriyat-e Āmrīkāyihā dar Iran* [The American task in Persia] (H. Abootorabian, Trans.). Tehran, Iran: Zaryāb.
- Moyne, J., & Beeman, W. O. (1988). Language, status, and power in Iran. *Language*, 64(2), 402-404. doi: 10.2307/415442
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. London: Sage pub.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rathi, Z. (2015, April, 3). *Zerang Kasi ast ke* ['Zerang' is the one who]. [Google+ post]. Retrieved from <https://plus.google.com/101679667443221734478>
- Sachedina, A. (2010). Prudential concealment in Shi'ite Islam: A strategy of survival or a principle?. *Common Knowledge*, 16(2), 233-246. doi: 10.1215/0961754X-2009-089
- Shahriar (2015, April, 3). *Zerang Kie?* [Who is 'zerang?']. [Blog post]. Retrieved from <http://www.zerangkie.blogfa.com/post-12.aspx>
- Sharifian, F. (2003). On cultural conceptualizations. *Journal of Cognition and Culture*, 3(3), 187-207. doi: 10.1163/156853703322336625



Iran Cultural Research

Abstract



- Sharifian, F. (2008). Cultural schemas in L1 and L2 compliment responses: A study of Persian-speaking learners of English. *Journal of Politeness Research*, 4(1), 55-80. doi: 10.1515/pr.2008.003
- Sharifian, F. (2011). *Cultural conceptualisations and language: Theoretical framework and applications* (Vol. 1). Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Soroush, A. (2003, February, 1). *Nagd-e axlāgi godrat* [Ethical critique of power]. *Majal-ye Baztāb-e Andiše*, p15,24. Retrieved from <http://www.ensani.ir/fa/content/92388/default.aspx>
- Sözer, H. (2014). *Managing invisibility: Dissimulation and identity maintenance among Alevi Bulgarian Turks*. Boston: Brill.
- Sultana, N. (2003). *Sociocultural and psychological frames of reference in developing Second language reading skills in Pakistan* (Unpublished PhD dissertation). National University of Modern Languages, Islamabad, Pakistan.
- Taheri, K. (2015, April, 3). *Zerang kist va zerangi čist?* [Who is 'zerang' and what is 'zerangi'?]. [Blog post]. Retrieved from <http://dilom.blogfa.com/post-1050.aspx>
- Tahoor Encyclopedia (2015). *Mobalegh* [Preacher]. Retrieved from <http://www.tahoor.com/FA/Article/View/111825>
- Wierzbicka, A. (1986). Does language reflect culture? Evidence from Australian English. *Language in Society*, 15(03), 349-374. doi: 10.1017/s0047404500011805
- Wierzbicka, A. (1997). *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1525/jlin.2000.10.2.279
- Wierzbicka, A. (2002). Russian cultural scripts: The theory of cultural scripts and its applications. *Ethos: The Journal of the Society for Psychological Anthropology*, 30(4), 401-432.
- Wierzbicka, A. (2006). *English: Meaning and culture*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1177/0075424209332966
- Ziaiparvar, H. (2015, April, 3). *Xabanegār* [Reporter]. [Blog post]. Retrieved from <http://www.reporter.ir/archives/85/9/004785.php>



نگرش و قضاوت‌های اخلاقی ایرانیان در مورد مفهوم فرهنگی «زرنگی»

محمدعلی آیت‌اللهی^۱

دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۰۱ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۱۵

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی این مسئله است که نگرش و قضاوت‌های اخلاقی ایرانیان در مورد مفهوم فرهنگی «زرنگی» چیست. واژه فرهنگی زرنگی، دارای تضاد معنایی است و از یک سو به معنای زیرکی و از سوی دیگر به معنای حیله و تزویر به کار می‌رود. این پژوهش با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری‌شده از ۲۰۰ وبلاگ شخصی و با به‌کارگیری روش تحلیل محتوایی، نگرش ایرانیان به مفهوم فرهنگی زرنگی را بررسی کرده است. همچنین، پژوهشگر از آزمون تکمیلی مباحثه‌ای استفاده کرده است تا دریابد که ایرانیان تا چه اندازه در ارزش‌گذاری رفتارهایی که با برچسب زرنگی قابل توصیف هستند، از قضاوت‌های اخلاقی مطلق استفاده می‌کنند. شرکت‌کنندگان در پژوهش، ۳۳ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی در دانشگاه جهرم و ۲۰ نفر از استادان رشته‌های علوم انسانی در دانشگاه‌های شیراز و اصفهان بودند. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که اگرچه واژه «زرنگی» مفهومی دوپهلو دارد، اما اکثر شرکت‌کنندگان در این پژوهش، به مفهوم منفی این واژه توجه بیشتری داشته‌اند. علاوه بر این، هنگامی که از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد که در مورد نمونه‌های رفتاری که می‌توانست با برچسب زرنگی توصیف شود، قضاوت کنند، بسیاری از آن‌ها مفاهیم غیر مبهم و مطلق را بر مفاهیم مبهم و نسبی ترجیح دادند.

کلیدواژه‌ها: کلیدواژه‌های فرهنگی، چارچوب‌های فرهنگی، زبان‌شناسی فرهنگی، کاربردشناسی زبان

۱. استادیار، آموزش زبان انگلیسی، گروه زبان انگلیسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سپیدان،

سپیدان، ایران.

ayatollahi1345@iausepidan.ac.ir ✉

تصور کنید که به کشوری دوردست مسافرت کرده‌اید. طبیعی است که بسیار هیجان‌زده هستید و کتاب‌هایی را که فکر می‌کنید در این سفر به شما کمک می‌کنند، تهیه کرده‌اید، ولی تنها چند ساعت کافی است تا متوجه شوید که برقراری ارتباط و فهم عقاید و رسوم مردمان آن سرزمین به آن آسانی‌ای که شما پیشتر تصور می‌کردید، نیست. این دشواری، ریشه در تفاوت در مفهوم‌سازی فرهنگی دارد. منظور از مفهوم‌سازی فرهنگی، روشی است که مردم از طریق آن، جهان را می‌بینند، جنبه‌های متفاوت مربوط به آن را تفسیر می‌کنند و تجربه‌ها، تفکرات و احساساتشان را بیان می‌کنند (شریفیان^۱، ۲۰۰۳، ۱۸۹؛ ۲۰۰۸، ۵۷). تفاوت در مفهوم‌سازی فرهنگی، احتمال تفسیر نادرست پیام‌های فرهنگی را افزایش می‌دهد.

یکی از نمونه‌های تفاوت فهم فرهنگی مردم که سبب ایجاد تفسیرهای متفاوتی از دنیا و تجربه‌هایشان از زندگی، مرگ، ازدواج، و دوستی می‌شود، روش تفسیر «بدن» در فرهنگ‌های مختلف است. اگرچه تصور بدن در هر جایی از دنیا یکسان است، اما بررسی‌های زبان‌شناسان نشان می‌دهد که فرهنگ‌های مختلف ممکن است در مورد قسمت‌های مختلف بدن، احساسات انسانی متفاوتی داشته باشند؛ به‌عنوان مثال، انگلیسی‌زبان‌ها و فارسی‌زبان‌ها، از قلب به‌عنوان نمادی برای احساسات استفاده می‌کنند، اما این کلمه در زبان چینی، هم به احساسات و هم به تفکر اشاره دارد.

زبان، به‌عنوان بانک حافظهٔ جمعی، مکانی برای چنین فهم فرهنگی‌ای است و فرهنگ، آن‌گونه که کرامچ^۲ (۲۰۰۴، ۲۳۵) بیان می‌کند، عضویت در جامعهٔ زبانی با فضا و تاریخ اجتماعی مشترک و یک نظام متعارف برای ادراک، اعتقاد، ارزیابی، و عمل است. از این تعریف می‌توان چنین استنباط کرد که زبان، نقشی حیاتی در فرهنگ ایفا می‌کند؛ به‌گونه‌ای که غیرممکن به‌نظر می‌رسد که بدون زبان، هر نوع آموزش یا انتقال دانشی انجام شود. همچنین، با استفاده از زبان است که می‌توان فرهنگ یک جامعه را از یک نسل به نسل دیگر انتقال داد.

می‌توان گفت، واژگان، در محدوده زبان، مکان فهم فرهنگی هستند (ویرزبیکا^۳، ۱۹۹۷، ۱۱-۷)؛ به این معنا که واژه‌ها به‌عنوان برجسب‌هایی برای فهم ساخت‌های فرهنگی عمل می‌کنند. واژه‌های بسیاری وجود دارند که تفسیر آن‌ها برای گویندگان زبان‌های دیگر، آسان نیست؛ برای مثال، سولتاناً^۴ (۲۰۰۳، ۷) بر این نظر است که فهم کلمه‌های «منافق» و «غیرت» در زبان اردو برای



1. Sharifian
2. Kramsch
3. Wierzbicka
4. Sultana

بسیاری از غربی‌ها دشوار است. چنین واژه‌هایی، معضل بغرنجی در ارتباطات میان‌فرهنگی هستند. یک نمونه دیگر، مفهوم «آبرو» در ایران است. از نظر ایرانیان، آبروی یک نفر با آبروی خانواده در هم آمیخته است؛ بنابراین، اگر عضوی از خانواده، کار اشتباهی انجام دهد، این عمل او بر خوشنامی اعضای دیگر خانواده نیز تأثیر می‌گذارد، در حالی که چنین نگرشی در بسیاری از کشورهای غربی وجود ندارد؛ بنابراین، این کلمه در ارتباطات میان‌فرهنگی، مشکل‌ساز است (شریفیان، ۲۰۱۱، ۱۱۸).

ایرانی‌ها اغلب برای انتقاد از نمونه‌های شخصیتی خاص یا شیوه خاصی از رفتار، از کلیدواژه‌های فرهنگی منفی استفاده می‌کنند. واژه‌های «فرصت‌طلبی»، «چرب‌زبانی»، «تظاهر» و «زدوبند» از جمله این نوع واژه‌ها هستند. در مقابل، برخی نمونه‌های شخصیتی و رفتاری هستند که ایرانی‌ها آن‌ها را ستایش می‌کنند، مانند «باعاطفه»، «خون‌گرم»، «دل‌سوز»، «متواضع»، «دست‌ودلباز»، «مهمان‌نواز»، «باصفا»، «جوانمرد»، «بی‌شیله‌پيله» و «بی‌ریا» (بیتسون، کلینتون، کسارجیان، صفوی و ثریا، ۱۹۷۷، ۲۵۷). در این میان، واژه زرنگی، دارای ابهام معنایی است و از این رو، گاهی با معنای منفی و گاهی نیز با معنای مثبت به کار می‌رود. فرهنگ دهخدا (۱۳۴۵، جلد ۱۴، ۴۳۰) سه معنی را برای واژه زرنگی برشمرده است: الف - چابکی و چالاکي در کار؛ ب- زیرکی و کاردانی؛ و ج- حيله‌گری.

بیمین^۲ (۱۹۸۶، ۳۶) نگاه ایرانی‌ها به مفهوم زرنگی را از دیدگاه انسان‌شناسی فرهنگی بررسی کرده است. وی نگرش ایرانی‌ها به این مفهوم را همچون سایر پدیده‌های زبانی، حاصل اندرکنش دو نیروی در تقابل با هم می‌داند: از یک سو تقابل ظاهر و باطن و از سوی دیگر، ساختار سلسله‌مراتبی اجتماعی. باطن، نزد ایرانیان، حقیقتی انکارناپذیر است. اصطلاح‌هایی مانند صفای باطن، خلوص نیت، تصفیة باطن، و قلب پاک، بر این گوشه از ذهن ایرانی دلالت دارند. ظاهر نیز به این سبب مهم است که در برقراری ارتباط با دیگران، بازتاب‌دهنده ساختار سلسله‌مراتبی و نابرابر اجتماعی است. «حفظ ظاهر» از دید ایرانیان به این دلیل مهم است که ارتباطات کلامی در بافتی به شدت حساس به سلسله‌مراتب و نابرابری طرفین رخ می‌دهد؛ از این رو، ایرانی‌ها لازم می‌دانند که در گفتار و کردار خویش، محتاط و باملاحظه عمل کنند تا مبدا نقض‌کننده ساختار سلسله‌مراتبی جامعه باشند؛ به گونه‌ای که در هر ارتباط کلامی ای یکی از طرفین خود را مقید به این می‌داند که نقش طرف فرودست و دیگری نقش طرف فرادست را ایفا کند، اما این، همه ماجرا



1. Bateson, Clinton, Kassarjian, Safavi and Soraya
2. Beeman



نیست. سویه دیگر فرهنگی به شدت تأکیدکننده بر سلسله مراتب، ماهیت «بده‌وبستانی» روابط اجتماعی است؛ ازاین‌رو، هر رابطه‌ای یک «مبادله» است که طرفین آن، انتظارات خاصی از یکدیگر دارند: اینکه طرف فرودست، الزامات احترام و فرمانبرداری را بپذیرد و در مقابل، طرف فرادست نیز وی را از لطف و محبت خویش بهره‌مند کند.

از نظر بیمن (۱۹۸۶، ۳۴-۳۲)، ماهیت بده‌وبستانی روابط اجتماعی ایرانیان، سبب ایجاد عرف‌ها و راهبردهایی شده است که به فرد کمک می‌کنند تا پیام خود را در روابط اجتماعی بین‌فردی به‌گونه‌ای مؤثر و قابل‌پذیرش، منتقل کند. زرنگی، جنبه‌ای از این راهبردها است که به فرد کمک می‌کند که انتقال پیام را در راستای منافع و علایق خود جهت دهد. پیام، محور هرگونه واقعه ارتباطی است. یک وجه پیام، محتوا است. در اینجا، زرنگی به آن وجه از این راهبردها اشاره دارد که کمک می‌کنند که فرایند تفسیر محتوای این پیام‌ها به‌گونه‌ای مناسب کنترل شود. وجه دیگر پیام، «صورت» است که در این بخش، نقش بی‌بدیل نظام دستوری زبان فارسی آشکار می‌شود؛ به‌عنوان مثال، دستگاه ضمیرهای شخصی در نظام دستوری، دارای پیچیدگی‌هایی است که به فرد کمک می‌کنند ریزه‌کاری‌های مربوط به نظام اجتماعی متکی بر سلسله‌مراتب را در پیام خود در نظر بگیرد. از سوی دیگر، واژگان زبان فارسی نیز متغیرهای سبکی لازم را برای این نوع مبادله‌های روزمره زبانی، فراهم می‌کنند. به نظر بیمن (۱۹۷۶، ۳۶)، رابطه بین صورت پیام و محتوای آن، تابع نوع رابطه افراد درگیر در تعامل است، زیرا صورت پیام، تحت تأثیر برابر یا سلسله‌مراتبی بودن روابط قرار می‌گیرد؛ ازاین‌رو، یک صورت پیام ممکن است معنای فراوانی داشته باشد؛ به‌عنوان نمونه، «تعارف» در تعامل‌هایی وجود دارد که در آن طرفین تعامل، موقعیت نابرابری دارند و یکی فرادست و دیگری فرودست است، اما «پارتنری‌بازی» ویژه تعامل‌هایی است که افراد در آن‌ها موقعیت برابری دارند.

بیمن در بررسی چرایی چنین نظام پیچیده‌ای از تعاملات اجتماعی، (۱۹۸۶، ۶۰-۳۶) به عوامل تاریخی و جامعه‌شناختی اشاره می‌کند. وی به لحاظ تاریخی، موضوع تقابل تاریخی ایرانی‌ها با خلفای سنی مذهب اموی و عباسی را مطرح می‌کند؛ تقابلی که از نظر وی، باعث تقویت دو‌گرایی شیعی و تصوف در میان ایرانیان شد. گاهی ایرانی‌های شیعه در مقابل ظلم و جور خلفا ناچار به توسل به سازوکارهای حفاظتی مانند تقیه و پنهان‌سازی می‌شدند. از سوی دیگر، اهل تصوف نیز در میان خود، نظامی از رازداری و درون‌بستگی را بسط و گسترش دادند. ویژگی دیگری که به این‌گونه رفتارها دامن می‌زند، تک‌رو بودن و کم‌اعتمادی ایرانیان به همدیگر است (بیمن، ۱۹۷۶، ۳۷). این کم‌اعتمادی باعث می‌شود که گویندگان، سخنانشان را به‌گونه‌ای بیان

کنند و شنوندگان آن را به نحوی تعبیر کنند که همیشه امکان تعدد معنا و تعبیر وجود داشته باشد. یکی از محصولات چنین نظامی از روابط، مفهوم فرهنگی زرنگی است که افراد را قادر می‌کند کلامشان را به گونه‌ای صورت‌بندی کنند که ضمن جلوگیری از تعبیر مستقیم محتوای پیام، راه را برای تفسیرهای متفاوت، باز بگذارند تا انگیزه‌ها و کنش‌های حقیقی‌شان پنهان بماند. ادعا شده است که زرنگی، رفتار نیرنگ‌آمیزی است که بازتاب‌دهنده اصل تقیه و کتمان است (بیمن، ۱۹۸۶، ۶۰-۳۶). کلبرگ^۱ (۱۹۷۵، ۴۰۰-۳۹۵) می‌گوید، این‌گونه زیرکی، بازتابی است از سنت تقیه که در تاریخ سنت اسلامی شیعی رشد کرده است. فضل‌الرحمان^۲ (۱۹۶۸، ۱۴۲)، بار^۳ (۲۰۰۴، ۳۴) و سوزر^۴ (۲۰۱۴، ۵۴) بر این نظرند که «تقیه و درون‌بستگی^۵»، دو دکترین اصلی تعالیم تشیع و تصوف هستند. براساس این نظر، تشیع پاسخی به آرزوی ملی مردم ستمدیده ایران بوده و درون‌بستگی آن، پاسخی به نیازهای بنیادین ملی است که در طول قرن‌ها سنت و تاریخ گذشتگان ساخته شده است. حاس^۶ (به نقل از: میلسپو^۷، ۱۹۴۶، ۷۱۲) استدلال می‌کند که در قلب این سنت، سازوکار محافظتی تقیه قرار دارد که برخاسته از قرن‌ها زندگی زیر سلطه حکمرانان ظالم غیرشیعی بود (نک: دوپری^۸، ۱۹۷۹، ۶۸۰؛ امیر معزی^۹، ۱۹۹۹، ۱۳؛ کلارک^{۱۰}، ۲۰۰۵، ۳۴؛ ساجدینا^{۱۱}، ۲۰۱۰، ۲۳۷).

از نظر بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷)، زرنگی، توانایی پیش بردن پیام با روشی زیرکانه است. این واژه با جزئیات بیشتر، این‌گونه تعریف شده است: «کاری از فردی ماهر در راستای جلوگیری از تفسیر مستقیم اعمال خود یا به‌عمد دیگران را به‌سوی یک تفسیر غلط از اعمال خود هدایت کردن درحالی که شخص، قادر است اعمال دیگران را به‌خوبی تفسیر کند (بیمن، ۱۹۸۶، ۲۸).

بار (۲۰۰۴، ۹) زرنگی را به‌عنوان یکی از ویژگی‌های ایرانیان برمی‌شمارد و مدعی است، ایرانیان این ویژگی بالقوه منفی را—اگرچه گاهی اوقات با اکراه—می‌ستایند. بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) نمونه‌هایی از فیلم‌های سینمایی ایرانی را ذکر می‌کند و نتیجه می‌گیرد که ایرانی‌ها، زرنگی را تا زمانی که نتیجه‌بخش باشد، می‌ستایند، حتی اگر موجب کژراهه رفتن شود. از سوی دیگر، اگر



1. Kohlberg
2. Fazlur Rahman
3. Barr
4. Sözer
5. esotericism
6. Hass
7. Millspaugh
8. Dupree
9. Amir-Moezzi
10. Clarke
11. Sachedina



شخصی در رسیدن به نتیجه مورد نظر شکست بخورد، چیزی جز شرمساری نصیبش نمی‌شود. همچنین، میلیسو (۱۳۵۶، ۱۰۴) مدعی است که در ایران، نیرنگ جزئی از قواعد بازی است؛ بنابراین، شخص باهوش و شارلاتان موفق در دید عامه چیزی را از دست نمی‌دهد.

این تصور از زرنگی به‌عنوان نوعی سرشت نیرنگ‌آمیز ایرانی‌ها، راهش را به نشریه‌های سیاسی نیز باز کرده است. کمبل^۱ (۲۰۰۶، ۱۱) با اشاره به شیوه مذاکره دیپلمات‌های ایرانی در طول مذاکرات هسته‌ای می‌گوید: «ایرانی‌ها توان دیپلماتیک خود را در استفاده از رفتار حيله‌آمیز فرهنگی خود، یعنی زرنگی و خدعه نشان دادند که می‌تواند به نوعی هنر به‌شدت مورد تحسین تبدیل شود. در ایران، حقیقت همیشه پشت پرده است».

آنچه در تحلیل بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) از کاربرد معمول مفهوم زرنگی به‌چشم می‌خورد، تحلیل ریشه‌های تاریخی و جامعه‌شناختی مفهوم فرهنگی زرنگی و نقش آن در ارتباطات روزمره ایرانی‌ها است. روش پژوهش وی، از نوع قوم‌نگاری^۲ و روش استدلال او از نوع نمونه‌بنیاد^۳ است. در این روش استدلالی، به‌جای ارجاع به قواعد کلی یا تعمیم‌های آماری، به نمونه‌ها و رویه‌ها ارجاع داده می‌شود و از همان‌ها نیز نتیجه‌گیری می‌شود. این روش استدلال از دو جنبه قابل‌خداشه است؛ نخست اینکه انتخاب نمونه به‌عهده مدعی است و به همین سبب، او ممکن است آگاهانه یا ناآگاهانه، نمونه‌های نقیض را نادیده بگیرد؛ دیگر اینکه، با تغییر نمونه‌ها، نتایج به‌دست‌آمده نیز ممکن است دچار تغییر و دگرگونی شوند (جانسون و تالمین^۴، ۱۹۹۰، ۲۳۱)؛ بنابراین، لازم است بررسی شود که آیا نمونه‌های نقیض یا تعدیل‌کننده نظریه بالا نیز وجود دارند یا خیر.

به‌هرحال، براساس مقدمه مطرح‌شده، پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها است: ۱. نگرش ایرانی‌ها در مورد مفهوم فرهنگی زرنگی چیست؟ ۲. قضاوت‌های اخلاقی ایرانیان در مورد مفهوم فرهنگی زرنگی چیست؟

۱. چارچوب پژوهش

هدف از انجام مطالعات فرهنگی، فهم فرهنگ در همه شکل‌های پیچیده آن و همچنین، تحلیل زمینه‌های سیاسی و اجتماعی‌ای است که فرهنگ در آن‌ها ظهور می‌کند (ادگار و سجویک^۵، ۲۰۰۷، ۸۱). علاوه بر این، مطالعات فرهنگی به‌دنبال کشف پیوندها و

1. Campbell
2. ethnography
3. casuistic
4. Jonsen and Toulmin
5. Edgar and Sedgwick

وابستگی‌های بین شکل‌های مختلف قدرت و بسط شیوه‌هایی از تفکر درباره فرهنگ و قدرت است که می‌تواند توسط عاملان فردی که به دنبال تغییر هستند، به کار رود (بارکر، ۱۳۹۱، ۵۵). یکی از حوزه‌های پژوهش در مطالعات فرهنگی، کلیدواژه‌های فرهنگی است که نقش مهمی در نحوه نگاه افراد به خود و جامعه دارند. زبان مربوط به هر فرهنگ، بسته به شرایط، لفظ‌های مختلفی برای هر نهاد فرهنگی تولید می‌کند. این نهادها بازتاب‌دهنده ارزش‌های فرهنگی، باورها، و حتی تاریخ یک ملت هستند.

ویرزبیکا (۱۹۹۷، ۲۵) چارچوب تحلیلی متشکل از ملکول‌های معنایی^۱ را پیشنهاد کرده است که پژوهشگر را قادر می‌کند که به شرح، تفصیل، و مقایسه کلیدواژه‌های فرهنگی بپردازد. این ویژگی‌ها در گروه‌های مختلف اما مرتبط، قرار دارند و از دستوری مختص به خود برخوردار هستند. این ملکول‌های معنایی خود، از واحدهای کوچک‌تری به نام «آحاد معنایی»^۲ تشکیل شده‌اند و از سوی دیگر، خودشان جزئی از واحدهای بزرگ‌تری با عنوان «الگوهای معنایی» هستند. در این میان، تنها آحاد معنایی هستند که ویژگی جهان‌شمول دارند.

ویرزبیکا (۱۹۹۷، ۲۸) مدعی است که چارچوب پیشنهادی وی، فراهم‌کننده روشی برای تحلیل زبانی و مفهومی ملکول‌ها و الگوهای معنایی – که ممکن است جهان‌شمول نباشند – از طریق تجزیه آن‌ها به آحاد معنایی جهان‌شمول است. این چارچوب پیشنهادی، مستلزم تحویل کلیدواژه‌های فرهنگی به اموری بنیادی‌تر است؛ با این فرض که مقصد تحویل، امر بنیادینی است که همه ویژگی‌های سطح کلان مبدأ تحویل را به گونه‌ای حداقلی بیان می‌کند. به این ترتیب، یک واژه فرهنگی به شکلی حداقلی، قابل تعریف می‌شود؛ به عنوان نمونه، وجود میز و صندلی، کمترین چیزی است که سبب می‌شود یک اتاق، اتاق غذاخوری نامیده شود. این حداقل‌ها، بازتاب‌دهنده کارکردها هستند.

الگوی ابتدایی مورد نظر ویرزبیکا، پس از مدتی با الگوهای دیگری از جمله رهیافت پیشنهادی زبان‌شناس برجسته روس، اپرسژان^۳ (۲۰۰۰، ۱۴۴)، موسوم به «توصیف زبانی یکپارچه»، بسط و گسترش یافت. این رهیافت، مستلزم توصیف یکپارچه عوامل معناشناختی، نحوی، میل ترکیبی کلمه‌ها، چندمعنایی، مترادف‌ها، متضادها، و اطلاعات تاریخی و ریشه‌شناختی است. یک نمونه مشهور از کاربرد این چارچوب، مربوط به مطالعه‌ای است که ویرزبیکا (۲۰۰۲، ۴۱۹-۴۱۱) در مورد مفهوم حقیقت در زبان روسی به کار برد. دو واژه «پراودا» و «اینستینا» به جنبه‌های متفاوتی از مفهوم حقیقت در زبان روسی اشاره دارند؛ هرچند با هم هم‌پوشانی‌هایی نیز دارند. هدف از بررسی

1. semantic molecules
2. semantic primes
3. Apresjan



کلیدواژه‌های فرهنگی، تمرکز بر انتخاب تصادفی کلمه‌ها نیست، بلکه تمرکز بر مفاهیم اصلی‌ای است که در شکل دادن یک حوزه کامل فرهنگی، سودمند هستند؛ بنابراین، با کاوش عمیق این واژه‌ها ممکن است بتوانیم اصول کلی ساخت‌دهنده و انسجام‌بخش حوزه فرهنگی را بشناسیم. فرهنگ ایرانیان سرشار از این‌گونه کلیدواژه‌های فرهنگی است.

۲. روش پژوهش

این پژوهش از روش تحلیل محتوا^۱ استفاده کرده است. پژوهشگرانی که در حوزه ارتباط کلامی از این شیوه استفاده می‌کنند، خود را در برابر این پرسش می‌بندند که کدام یک از جنبه‌های پیام در تحلیل محتوا برتری دارند. ممکن است براساس یک رویکرد، کانون توجه در پیام، قرائن و موقعیت‌ها باشد نه صورت پیام (نیاندارف^۲، ۲۰۰۲، ۳۴-۳۱) و در مقابل، رویکرد دیگری از این ایده دفاع کند که کانون توجه باید بر آنچه محتوای داده‌های لغوی آشکار می‌کنند، مبتنی باشد نه موقعیت‌ها (نیاندارف، ۲۰۰۲، ۹۸ و ۳۱۰). در پژوهش حاضر از یک‌سوز تکنیک آزمون مباحثه‌ای تکمیلی استفاده شده که کانون توجه در آن، موقعیت‌ها و قرائن هستند و از سوی دیگر، از تحلیل شبکه‌های معنایی براساس الگوی پیشنهادی اپرژان (۲۰۰۰، ۱۴۴) موسوم به «توصیف زبانی یکپارچه» بهره گرفته شده است که کانون توجه آن، محتوای داده‌های لغوی است.

برای جمع‌آوری داده‌ها، مجموعه‌ای از ۲۰۰ وبلاگ فارسی که کلمه زرنگی در آن‌ها به کار رفته بود، بارگیری شدند. آن‌گاه، از ۱۰۶ جمله یا پاراگراف حاوی این کلمه، فیش برداری شد. مواردی که حذف شدند، مربوط به آن دسته از کاربردهای این کلمه بودند که به چابکی و چالاکی اشاره داشتند و در نتیجه، خارج از حوزه پژوهش حاضر بودند. سپس از روش تحلیل محتوا استفاده شد تا مشخص شود که این کلمه به چه مفهومی به کار رفته است. از تحلیل کیفی محتوا که با عنوان تحلیل مفهومی نیز شناخته می‌شود، در حوزه‌هایی مانند ارتباط، علم انسان‌شناسی و علم کتابداری استفاده شده است. پاتن^۳ (۲۰۰۲، ۴۵۳) تحلیل محتوای کیفی را هر نوع تحلیل داده کیفی و تلاش برای درک معنا با استفاده از داده‌های کیفی، و کوشش برای دستیابی به هسته اصلی و تغییرناپذیر معنا می‌داند.

در مرحله دوم، دو فیلم ایرانی «گاو» و «سازش»، که به ادعای بیمن (۱۹۷۶، ۳۵)، بیانگر ویژگی زرنگی هستند، برای ۳۳ نفر از دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه جهرم، نمایش



1. content analysis
2. Neuendorf
3. Patton

داده شدند. این دانشجویان در رشته‌های مترجمی زبان انگلیسی، ادبیات فارسی، مهندسی کامپیوتر و باغبانی در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند. سپس برای دریافت نظر این گروه دربارهٔ درون مایه فیلم با آنان مصاحبه شد. در نهایت، تعریفی که بیمن (۱۹۸۶، ۲۷) از کلمهٔ «زرنگی» ارائه کرده است، با حذف کلمه زرنگی از آن، به گروهی از فرهیختگان (۲۰ نفر) در رشته‌های مختلف داده شد و از آنان درخواست شد که کلمهٔ حذف‌شده را حدس بزنند. این فرهیختگان، استادان رشته‌های اقتصاد، آمار، جامعه‌شناسی، ادبیات فارسی، و زبان انگلیسی در دانشگاه شیراز (۱۳ نفر) و زبان عربی، علوم تربیتی، و اقتصاد دانشگاه اصفهان (۷ نفر) بودند.

برای پاسخ به پرسش دوم پژوهش، پنج آزمون تکمیلی مباحثه‌ای به گروهی از دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مترجمی زبان انگلیسی در دانشگاه جهرم (۲۰ نفر) داده شد و از آنان درخواست شد که دلایل احتمالی موفقیت این افراد را بیان کنند. هدف از این آزمون، سنجش این نکته بود که شرکت‌کنندگان بیشتر از کدام یک از واژه‌های دارای بار معنایی منفی، مثبت، یا دوپهلوی برای توصیف موقعیت‌هایی استفاده می‌کنند که می‌توان آن‌ها را نمونه‌های «زرنگی» قلمداد کرد.



۳. بحث و بررسی

داده‌های زیر نشان می‌دهند که کلمهٔ «زرنگی» در زبان فارسی با معنای منفی، دوپهلوی و مثبت استفاده می‌شود. در معنای منفی آن، زرنگی، فردی بی‌مرام است که از مرزهای پذیرفته‌شده جلوتر می‌رود تا به خودش یا نزدیکانش، بدون توجه به حقوق دیگران، سود برساند. متن‌های زیر که همگی از اینترنت استخراج شده‌اند، نشان می‌دهند که این کلمه در معنای منفی‌اش چگونه به کار می‌رود.

۱. چراغ خطر: عبور از چراغ قرمز، در صورتی که پلیس در صحنه نباشد، یک نوع زرنگی برای بعضی از راننده‌ها محسوب می‌شود (ضیایی‌پرور، ۱۳۹۴).

۲. مادر ما به جای کاشتن بذر محبت و صداقت، به بیچه‌هایش یاد می‌دهد که زرنگی، یعنی کلاه سر هم کلاسیت گذاشتن، زرنگی یعنی وقتی میری تو صف نونوایی، نباید توصیف بایستی، جامعه ما به جای تکریم هنجارهای متعارف، می‌گه اگه حق دیگران رو رعایت نکردی، آدم موفق هستی (مرعشی، ۱۳۹۴).

این مثال‌ها نشان می‌دهند که زرنگی بر مبنای تعرض به حقوق دیگران توصیف می‌شود و این امر، برخلاف هنجارهای جامعه است. همان‌گونه که در نمونه‌های زیر نشان داده شده است، حالت منفی زرنگی حتی از این هم شدیدتر می‌شود.

۳. باید زد و برد، و در عرف عام، زرنگی یعنی همین. خزانهٔ نادرشاه هم که خالی می‌شد، گور



پدر کار و درآمد ملی و این حرف‌ها. راه می افتاد هند را غارت می کرد. ناصرالدین شاه هم مملکت را می فروخت (کتابخوانی، ۱۳۹۴).

۴. اکنون، زرنگ الزاماً باهوش و زیرک در مفهوم مثبت نیست، بلکه به کسی اطلاق می شود که بدون هر زحمتی بتواند با استفاده از اهرم قدرت و رانت، یک شبه به ثروت‌های کلان دست یافته و خود و فک و فامیل و دوست و آشنا را از آن منتفع کند (شهریار، ۱۳۹۴).

۵. زرنگ، شخصی است که در طرفه‌العینی پوست بیندازد و رنگ عوض کند و با وزش اندک نسیمی تغییر جهت بدهد؛ اصلاً زرنگ، امروز نان را به نرخ روز می خورد و تابع حزب و جناح و دسته و گروهی هم نیست، البته در جای خودش نسبت به آن‌ها بی میل نخواهد بود. بستگی دارد کدام طیف فعلاً حاکم باشد تا او بله‌قربان‌گوی آن‌ها گردد (طاهری، ۱۳۹۴).

۶. زرنگ کسی است که به راحتی بتواند سر من و شما را کلاه بگذارد و آب هم از آب تکان نخورد (رائی، ۱۳۹۴).

۷. شما خودتان می دانید که در آن شکل نظامات که نظامات توتالیترنند، زیرکی یعنی چه؟ همان چیزی است که میان ما دیده می شود. این نوع زیرکی و این نوع زرنگی که ما داریم، رذیلت قوه عاقله است. این بود که عارفان ما وقتی که در نظامات استبدادی سابق می دیدند که زیرکی علی العموم به نحو شیطانی مصرف می شود و راه بروز پیدا می کند، پس افراد را به تعطیل عقل و زیرکی دعوت می کردند و عشق را به جای او می نهادند (سروش، ۱۳۸۱).

به ظاهر، نمونه‌های بالا تأییدکننده نظر بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) و معینی و بیمن (۱۹۸۸، ۴۰۶) هستند، البته آن‌ها تأییدگر نوعی خودآگاهی جمعی در مورد این مفهوم نیز هستند. خودآگاهی، ماهیتی خودانتقادی (تأملی) دارد و لازمه هر کنش مصلحانه است. بدون خودآگاهی، درک تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار، ممکن نیست. منظور از خودآگاهی جمعی، آگاهی از نقاط قوت و ضعف، داشتن تصویر واقع‌بینانه از خود، آگاهی از حقوق و مسئولیت‌ها، توضیح ارزش‌ها و شناخت نقش یک شهروند مسئول است. به گفته احمدی (۱۳۷۳، ۱۲)، تأمل یا کرتیک^۱ به معنای داوری اثری فکری یا پدیده‌ای اجتماعی است. نیای این واژه در زبان یونانی «krites» به معنای «جداسازی» است. همین تأمل است که امکان نفی را فراهم می کند. چنین حجمی از اظهارنظرهای تندوتیز (نمونه‌های بالا تنها بخش کوچکی از ۱۰۶ نوشته مشابه است) نشان می دهد که اگرچه ایرانی‌ها، منکر وجود چنین صفتی در میان خود نیستند، اما آن را نکوهیده می دانند و نگرشی انتقادی به آن دارند.

اما در نمونه زیر نویسنده زرنگی را از حيله گری جدا کرده و در مقابل، زرنگی را در معنای مثبت به کار برده است. او این واژه را با «تدبیر»، برابر دانسته است.

۸. البته باید توجه داشت که زیرکی غیر از حيله گری است. حيله گری، یعنی انسان از هر فرصتی به نفع خود استفاده کند، ولی زرنگی، یعنی بتواند شرایط زمان و مکان را به دقت بشناسد و در راه هدف خویش به کار گیرد (دائرةالمعارف اسلامی طهور، ۱۳۹۴).

همان گونه که در نمونه های بالا می توان دید، واژه «زرنگی» دارای تضاد معنایی است. صورت مثبت آن، به معنای زیرکی و تدبیر است، در حالی که صورت اهانت آمیز آن، عملی است که توصیف گر تقلب، دروغ گویی، فریب دیگران، تجاوز به حقوق دیگران، ریاکاری، حيله گری، غارت گری، گناه و سوء استفاده از قدرت است.

در گام بعدی، دو فیلم ایرانی «گاو» و «سازش» که ادعا شده است، بیانگر نمونه هایی از ویژگی های زرنگی هستند را به گروهی از دانشجویان نشان داده (۳۳ نفر) و سپس با مصاحبه با آنان، نظرشان را درباره درون مایه های فیلم ها جویا شدیم. فیلم «گاو» به این سبب متضمن مفهوم زرنگی دانسته شده است که در آن، گروهی از مردم، زیرکانه پیامی را به گونه ای پیش می برند تا از تفسیر مستقیم اعمال خود جلوگیری کنند و به عمد، طرف مقابل را به سوی یک تفسیر غلط از اعمال خود هدایت کنند تا بتوانند کنترل بیشتری بر پیامدهای رفتارشان داشته باشند (بیمن، ۱۹۸۶، ۳۲-۲۷). بیمن، دو فیلم دیگر ایرانی را نیز شاهد این مدعا می گیرد که ایرانیان، شخص زرنک و شارلاتان را تا زمانی که موفق باشد، می ستایند. با این حال، چنانچه یک شخص زرنک و شارلاتان در رسیدن به نتیجه مورد نظر شکست بخورد، چیزی جز شرمساری نصیبش نمی شود. این دو فیلم به ترتیب، «سازش» و «رقاصه» نام دارند. درون مایه هر دو فیلم، کلاه برداری و اخاذی است، با این تفاوت که در اولی شخصیت کلاه بردار در نهایت موفق می شود، ولی در دومی، شکست می خورد.

«گاو»، داستان یک فرد روستایی است که دلبستگی زیادی به تنها گاوش دارد. هنگامی که گاوش می میرد، اهالی ده تصمیم می گیرند حقیقت را پنهان کنند و به او بگویند که گاوش گم شده است. صاحب بیچاره گاو به تدریج عقلش را از دست می دهد و هویت گاو مرده را به خود می گیرد. در نهایت، هنگامی که روستایی ها حقیقت را به او می گویند، هیچ فایده ای ندارد. بیمن (۱۹۷۶، ۳۵) روش خبررسانی روستایی ها، یعنی پنهان کردن ابتدایی حقیقت را نوعی زرنگی توصیف می کند.

پس از تماشای فیلم و در طول مصاحبه با این گروه از شرکت کنندگان، پرسیده شد که آیا آن ها نیز





در شرایط مشابه، مانند اهالی ده رفتار می‌کردند؟ اکثریت شرکت‌کنندگان (۲۸ نفر از مجموع ۳۳ مصاحبه‌شونده) پاسخ مثبت دادند. سپس از شرکت‌کنندگان درخواست شد که کلمه‌ای که به‌خوبی این نوع رفتار را مشخص می‌کند، بیان کنند. پاسخ‌ها این‌گونه بود: «ملاحظه‌کاری» (۱۰ نفر)، «مراعات کسی کردن» (۱۰ نفر)، «مصلحت» (۵ نفر)، «حساب‌گری» (۳ نفر) و «نرمی» (۱ نفر). از آنجا که اکثریت شرکت‌کنندگان در پژوهش گفتند که در چنین شرایطی، آن‌ها نیز رفتار مشابهی در پیش می‌گرفتند، به‌ظاهر، نتایج این بخش، تأییدکننده تحلیل بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) است. استدلال او این است که زرنگی، نوعی انتقال پیام است که افراد را قادر می‌سازد کلامشان را به‌گونه‌ای صورت‌بندی کنند که ضمن جلوگیری از تعبیر مستقیم محتوای پیام، راه را برای تفسیرهای متفاوت باز بگذارند تا انگیزه‌ها و کنش‌های حقیقی‌شان پنهان بماند یا اینکه بتوانند بر پیامدهای عملشان کنترل داشته باشند، اما آنچه در این تحلیل از آن غفلت شده این است که فیلسوفان اخلاق، چنین رفتاری را در چارچوب مکتب فایده‌گرایی^۱، کاملاً اخلاقی می‌دانند (نک میل^۲، ۱۳۸۸، ۳۰-۱). فایده‌گرایی، یکی از زیرشاخه‌های پیامدگرایی^۳ است. اینکه ایرانی‌ها رفتارهای پیامدگرا را بپسندند، چیزی نیست که حد فارغ آن‌ها از بقیه جوامع باشد و به‌سختی می‌توان جامعه‌مدرنی را پیدا کرد که پیامدگرا نباشد.

فیلم «سازش»، داستان بازیگر فقیری است که در یک تئاتر درجه سه، کار می‌کند و علاوه‌بر این، دله‌دزدی نیز می‌کند. وی برای دزدی وارد آپارتمان زنی می‌شود که با یک عضو شورای شهر، رابطه نامشروع دارد و ناخواسته می‌شود که این مرد خائن، تلفنی به زنش می‌گوید که به دیدار یکی از دوستان قدیمی‌اش آمده که به‌تازگی از خارج برگشته است و به همین دلیل، دیر به خانه می‌رود. روز بعد، بازیگر دزد در خانه مرد خائن حضور می‌یابد و خود را به‌عنوان دوست شوهرش به همسر وی معرفی می‌کند و دعوت زن را برای ماندن به‌عنوان مهمان می‌پذیرد. بازیگر دزد از این فرصت برای اخاذی از قربانی‌اش استفاده می‌کند.

در طول مصاحبه از شرکت‌کنندگان درخواست شد که نظر خود را درباره شخصیت اصلی فیلم بیان کنند. پاسخ‌ها به این شرح بود: «مارمولک» (۱۵ نفر)، «سیاه‌باز» (۵ نفر)، «تیغ‌زن» (۶ نفر)، «حقه‌باز» (۴ نفر)، «خرده‌شیشه داشتن» (۱ نفر). سپس از آن‌ها پرسیده شد که آیا با شخصیت اول فیلم، احساس همدردی می‌کنند؟ اغلب پاسخ‌ها منفی بود (۲۵ نفر). تنها پنج شرکت‌کننده پاسخ مثبت دادند.

1. utilitarianism
2. Mill
3. consequentialism



ادعای بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) این است که ایرانی‌ها شخص زرننگ و شارلاتان را - تا زمانی که موفق باشد - می‌ستایند. نتایج بالا به هیچ‌روی با این ادعا سازگار نیست. نخست به این سبب که تقریباً تمام شرکت‌کنندگان در پژوهش، از کلمه‌هایی با بار معنایی به شدت منفی برای توصیف شخصیت اصلی فیلم استفاده کرده‌اند و هنگامی که به صراحت از آن‌ها پرسیده شد که آیا با او احساس همدردی می‌کنند، پاسخ اکثریت مصاحبه‌شوندگان، منفی بود. همان‌گونه که پیشتر بیان شد، ایراد کار استنتاج نمونه‌بنیاد، این است که دست مدعی را در انتخاب نمونه‌ای که پشتیبان ادعایش باشد، باز می‌گذارد؛ به عنوان مثال، می‌توان از همین روش استدلال استفاده کرد و مدعی شد که داستان «رابین هود»، نشان‌دهنده این است که اهالی انگلستان، دزدی را در شرایط خاصی نه تنها نکوهدیده نمی‌دانند، بلکه آن را می‌ستایند. چه بسا چنین تعمیم‌هایی به شدت ناروا باشد.

برای سنجش میزان سازگاری تعریف بیمن (۱۹۷۶، ۳۴) از مفهوم زرننگی با روشی که ایرانی‌ها آن را توصیف می‌کنند، این تعریف به ۲۰ نفر از ایرانی‌ها با تحصیلات عالی نشان داده شد و از آنان پرسیده شد که چه کلمه‌ای این مفهوم را به خوبی تعریف می‌کند. ۸ نفر از پاسخ‌دهندگان، کلمه «سیاست»، ۵ نفر از آن‌ها کلمه «رندی»، ۳ نفر، کلمه «تدبیر»، ۲ نفر کلمه «شعور حرف زدن» و ۲ نفر نیز کلمه «درایت» را به عنوان واژه پنهان در این تعریف ذکر کردند.

این داده‌ها به این موضوع اشاره دارند که مفهوم زرننگی، به دایره معنایی گسترده‌تری از کلمه‌های هم‌راستا مشکل از سه رشته بسیار منفی، دوپهلوی، و مثبت تعلق دارد. دسته نخست، «مارمولک‌بازی» را دربر می‌گیرد که دارای معنای ضمنی بسیار منفی است. سایر کلمه‌های این دسته، شامل «سیاه‌بازی» و «خرده‌شیشه داشتن» هستند. دسته دوم، «رندی» و «سیاست» را دربر می‌گیرند که واژه‌هایی دوپهلوی و دارای تضاد معنایی هستند و در نهایت، دسته سوم، از «تدبیر و درایت» تشکیل شده است که دارای معنای ضمنی مثبت هستند. جدول شماره (۱) این روابط را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۱). دایره معنایی کلمه‌های هم‌عنان با واژه «زرنگی»

مفهوم	مارمولک‌بازی	رندی	سیاست	تدبیر	درایت
معنای ضمنی	منفی	دوپهلوی	دوپهلوی	مثبت	مثبت

همان‌گونه که داده‌های جدول شماره (۱) نشان می‌دهند، مفهوم زرننگی با دایره‌ای از کلمه‌ها با دست‌کم سه لایه مفهومی کم‌و بیش متمایز، هم‌عنان است: نخست، یک لایه بسیار منفی و اغلب، مایه رسوایی، دوم، لایه دوپهلوی و سوم، لایه مثبت. مثال‌هایی برای نخستین لایه (یعنی با معنایی



منفی) شامل «مارمولک‌بازی» و «پدرسوخته‌بازی» است. مثال‌های لایه دوم، «رندی»، «زرنگی» و «سیاست» را دربر می‌گیرند و مثال‌های لایه سوم، عبارتند از «تدبیر» و «درایت».

به‌نظر می‌رسد که بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷؛ ۱۹۷۶، ۳۴) مفهوم زرنگی را از نوع مهارت‌های تاکتیکی می‌داند که مثلاً یک پوکر باز، هنگام بازی پوکر به آن نیاز دارد؛ اینکه اجازه ندهد که طرف مقابل، نیت یا به‌اصطلاح، دست او را بخواند. فراموش نکنیم که وی ایرانی‌ها را ملتی توصیف می‌کند که به‌دلیل جفاهای تاریخی‌ای که در حق آن‌ها شده، دو صفت بی‌اعتمادی به دیگران و تک‌روی را در خود پروانده‌اند. همین دو ویژگی هستند که سبب بروز رفتارهایی مانند زرنگی و تعارف شده‌اند؛ بنابراین، می‌توان گفت که از نظر بیمن، کارهایی مانند زرنگی و تعارف، نوعی سازوکار دفاعی جمعی در برابر سرکوب و ظلم و جور بوده‌اند. از این حیث، این سازوکارها با سازوکارهای دفاعی روانی، که زیگموند فروید از آن‌ها سخن می‌گفت، شباهت دارند.

بیمن (۱۹۸۶، ۳۲-۲۷) سه مفهوم فرهنگی زرنگی، تعارف، و پارتی‌بازی را به‌هم مرتبط می‌داند. وی تعامل ایرانی‌ها را حاصل اندرکنش دو مقوله درون در مقابل بیرون و برابری (صمیمیت) در مقابل سلسله‌مراتب (رسمیت) می‌داند. از نظر او، زرنگی و تعارف، هر دو متعلق به بافت‌هایی هستند که در آن‌ها، وجهه بیرونی فرد و رعایت سلسله‌مراتب اهمیت دارند. برعکس، «پارتی‌بازی»، متعلق به بافت‌هایی است که در آن‌ها درون و برابری (صمیمیت) اولویت دارند.

هیچ‌یک از داده‌های گردآوری‌شده در این پژوهش، تأییدکننده این ادعا نیستند که زرنگی، منحصر به بافت‌های سلسله‌مراتبی است. به‌گونه‌ای که حتی در یک بافت صمیمی نیز ممکن است نمونه رفتارهایی که نوعی زرنگی تلقی می‌شوند، رخ دهد؛ به‌عنوان مثال، اگر از میان چند دانشجوی هم‌خوابگاهی، یک نفر از انجام بخشی از کارهایی که از وی انتظار می‌رود - مانند کمک به شست‌وشو و نظافت - طفره برود، عمل وی نوعی زرنگی تلقی می‌شود. این درحالی است که این رفتار در بافتی کاملاً برابر و صمیمانه رخ می‌دهد. به‌نظر نمی‌رسد که بین زرنگی و بی‌اعتمادی یا تک‌روی، رابطه ساختاری وجود داشته باشد. داده‌های گردآوری‌شده، بیشتر ارتباط زرنگی را با فرصت‌طلبی نشان می‌دهند.

برای پاسخ به پرسش دوم این پژوهش، پنج آزمون تکمیلی مباحثه‌ای، طرح شد. این آزمون‌ها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که هر یک، توصیف‌کننده رفتاری باشند که به‌طور بالقوه می‌تواند نوعی زرنگی به‌شمار آید. به‌گفته لورنر داس (۲۰۰۱، ۱۱۷) و گولاتو^۱ (۲۰۰۳، ۹۱) با وجود تمام کاستی‌هایی که آزمون تکمیلی مباحثه‌ای دارد، این آزمون، روش ایده‌آلی برای جمع‌آوری داده‌ها

در محیطی کنترل شده است. در اینجا به منظور جلوگیری از طولانی شدن بحث، تنها به دو مورد از این آزمون‌ها اشاره می‌کنیم.

آزمون نخست: یکی از آشنایان من در یک اداره دولتی، استخدام شد. می‌دانستم که از نظر اقتصادی، فرد متوسطی است. او در طول سه سال توانست آپارتمانی بخرد و سال بعد، اتومبیل نسبتاً گران‌قیمتی خریداری کرد. حال نظر شما را راجع به این موضوع می‌پرسم. او چگونه به اینجا رسید؟
نظر شما...

آزمون دوم: یکی از آشنایان من در یک اداره دولتی، استخدام شد. او فرد متوسطی بود که هیچ تجربه، مدرک دانشگاهی یا تحصیلات عالی نداشت. در طول چهار سال توانست بالاترین سمت را در اداره به دست آورد. حال نظر شما را راجع به این موضوع می‌پرسم. او چگونه به اینجا رسید؟
نظر شما...

نتایج این آزمون در جدول شماره (۲) ارائه شده است. از آنجاکه هریک از شرکت‌کنندگان به ۵ آزمون پاسخ داده‌اند و برخی از آن‌ها بیش از یک کلمه برای هر آزمون نوشته‌اند، تعداد بسامدها از تعداد شرکت‌کنندگان بیشتر است.



جدول شماره (۲). بسامد پاسخ‌های شرکت‌کنندگان

گروه	بسامد	درصد	درصد مجاز	درصد کل
عُرضه	۵۹	۴۷/۲	۴۷/۲	۴۷/۲
زرنگی	۱۶	۱۲/۸	۱۲/۸	۵۵
زدوبند	۱۵	۱۲	۱۲	۷۲
دوزوکلک	۱۲	۹/۶	۹/۶	۸۱/۶
سرکیسه کردن	۷	۵/۶	۵/۶	۸۷/۲
پارتی‌بازی	۴	۳/۲	۳/۲	۹۰
سیاه‌بازی	۳	۲/۴	۲/۴	۹۲/۸
دلایل دیگر	۹	۷/۲	۷/۲	۱۰۰

بسامد زیاد مفهوم «عُرضه»، جالب توجه به نظر می‌رسد. در میان دلایل منفی، چنانچه از کلمه زرنگی که دارای ابهام معنایی است صرف نظر شود، «زدوبند» بیشترین بسامد را دارد. از نظر معنایی، «عُرضه» زمینه مشترک زیادی با زرنگی دارد. لغت‌نامه دهخدا (۱۳۴۵، ج ۲۲، ۱۲۰۵)، عُرضه را با همت، لیاقت، طاقت، و توانایی معادل دانسته است. همین لغت‌نامه «باعُرضه» را

فردی که دارای همت و توانایی است، معرفی می‌کند. در مورد زرنگی، این لغت‌نامه به سه معنی اشاره کرده است. در معنای نخست، این واژه با چابکی و چالاکی در کار و در معنی دوم، با زیرکی و کاردانی، معادل دانسته شده است، اما معنی سوم، حيله‌گری است. تهیه‌کنندگان لغت‌نامه دهخدا، هر سه معنی بالا را مستند به دستخط‌های دهخدا کرده‌اند (دهخدا، ج ۱۴، ۴۳۰). نکته جالب، یادداشتی از مرحوم دهخدا است که در مورد تطور تاریخی این وجه از معنی واژه یادشده ذیل مدخل این واژه در لغت‌نامه آمده است. دهخدا بر این نظر است که زرنگی کردن در واقع، «به رنگ زر کردن» بوده است که کنایه از دغل و حقه‌کاری است! یعنی چیزی را با حيله به جای طلا وانمود کردن که به مرور زمان، «زَر رنگی کردن» با استفاده مداوم به «زرنگی کردن» تبدیل شد. جدول شماره (۳) شباهت‌ها و تفاوت‌های بین دو مفهوم زرنگی و عُرضه را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۳). شباهت‌ها و تفاوت‌های حوزه معنایی «زرنگی» و «عُرضه»

شباهت/تفاوت	عُرضه	زرنگی
تعریف	مهارت در به‌انجام رساندن کاری	مهارت در به‌انجام رساندن کاری
بعد اجتماعی	معمولاً تمجید و ستایش شده	نکوهش شده/ستوده شده
بعد معنایی	رفتاری خوب و اخلاقی	رفتاری پسندیده/ناپسند

شباهت بین زرنگی و عُرضه که در جدول شماره (۳) به آن اشاره شده است، به این احتمال اشاره دارد که این دو (زرنگی و عُرضه) یک جفت مترادف را شکل می‌دهند. هم زرنگی و هم عُرضه، نحوه انجام کاری را نشان می‌دهند. می‌توان فرض کرد که در فارسی، مرحله مشترکی وجود دارد که یک عضو از جفت واژه‌های مترادف، با گذر زمان به واژه‌ای اهانت‌آمیز^۱ یا ستایشی^۲ تبدیل می‌شوند. در این روند، معنای قدیمی برای مدتی در کنار معنای جدید باقی می‌ماند و در نتیجه، ابهام معنایی ایجاد می‌شود. برای تأیید چنین فرضی به نمونه‌های فراوانی نیاز داریم. چنین نمونه‌هایی در زبان فارسی کم نیستند. می‌توان به جفت‌واژه «زاهد و عابد» اشاره کرد. درحالی‌که «زاهد» دو معنای «ریاکار» و «پارسا» دارد، «عابد» چنین نیست و تنها معنای مثبت دارد. نمونه دیگر، جفت‌واژه «صوفی و عارف» است. واژه «صوفی» به صوفی‌هایی که شبیه گدایان هستند نیز اطلاق می‌شود، اما «عارف» چنین نیست و تنها معنای مثبت دارد. اکنون به کلمه‌هایی



1. Pejorative
2. Ameliorative

اشاره می‌کنیم که دارای تضاد معنایی شده‌اند و معنای بهتری پیدا کرده‌اند؛ اگرچه «جاهل و لوطی» زمانی شباهت بسیار زیادی به هم داشتند، در گذر زمان، «لوطی» معنای بهتری پیدا کرده است. اکنون «جاهل» به مردی بی‌مرام اطلاق می‌شود، ولی «لوطی»، همسایه‌ای نگهبان و قهرمان اخلاقی است (فیشر، ۲۰۰۹، ۳۱).

ادبیات فارسی از چنین مثال‌هایی انباشته است؛ به‌عنوان نمونه‌ای دیگر می‌توان به جفت‌واژه «طرار و عیار» اشاره کرد. درحالی‌که «طرار» معمولاً به یک قانون‌شکن یاغی اطلاق می‌شود، عیار به‌عنوان یاغی و سرکشی شناخته می‌شود که مثل رابین‌هود از ثروتمندان می‌دزدد تا به فقیران کمک کند.

بیشترین اشتباه در مورد مفهوم زرنگی از آنجا ناشی می‌شود که واژه‌ای دارای تضاد معنایی است و معنای مثبت و منفی را با هم دارد. چیزی که توضیح این دو معنایی بودن را بیش از حد انتظار پیچیده می‌کند این است که نه‌تنها این کلمه دارای تضاد معنایی مثبت و منفی است، بلکه دارای ابهام معنایی نیز هست؛ بنابراین، فهمیدن اینکه گوینده، کدام معنی را در نظر دارد، دشوار است. علاوه بر این، این امکان نیز وجود دارد که مردم، عامدانه به‌صورت دوپهلوی و مبهم از این کلمه استفاده کنند؛ برای مثال، هنگامی که فردی که یک‌شبه ثروتمند شده است را زرنگ توصیف می‌کنند، هم به این معنا است که این کار در توانایی او بوده (به‌اصطلاح، عُرضه داشته است) و هم اینکه او با حقه‌بازی، تقلب، و زدویند به اینجا رسیده است.

اکنون پرسش این است که چرا شرکت‌کنندگان در آزمون، هنگامی که از آن‌ها پرسیده شد که آن موفقیت‌ها چگونه به‌دست آمده‌اند، واژه «عُرضه» را به‌عنوان توضیحی برای موفقیت، بر زرنگی ترجیح داده‌اند. علاوه بر این، چرا از مفهوم‌های واضح و منفی‌ای مانند «زدویند و پارتی‌بازی» بیشتر از واژه‌هایی با تضاد معنایی، مانند «زرنگی» استفاده کرده‌اند؟

به نظر می‌رسد که ایرانی‌ها بیشتر تمایل دارند از کلمه‌هایی استفاده کنند که به‌گونه‌ای واضح به معنای مثبت یا منفی اشاره می‌کند تا از واژه‌هایی دوپهلوی و گنگ. چرا این‌گونه است؟ یک احتمال این است که ایرانی‌ها، قضاوت‌های اخلاقی مطلق را بر قضاوت‌های نسبی ترجیح می‌دهند.

آیا برای این فرض که ایرانی‌ها قضاوت‌های اخلاقی قطعی را بر قضاوت‌های نسبی ترجیح می‌دهند، دلایل زبان‌شناختی‌ای وجود دارد؟ می‌توان واژه‌های متضاد بسیار زیادی که در زبان فارسی وجود دارند را به‌عنوان مدرک مطرح کرد؛ به‌عنوان مثال، دو کلمه متضاد «بی‌مرام و بامرام» یا «نامرد در برابر مرد». لازم به ذکر است که مفهوم مرد در این زمینه با ارزش‌های اخلاقی‌ای مانند حق و ناحق کردن و شجاعت در پیوند است. «رفیق» در برابر «نارفیق» نیز دو کلمه متضاد دیگر را شکل داده‌اند. باید به این نکته توجه داشت که نارفیق، به‌سادگی به معنای شخصی با رفتار



غیردوستانه یا حتی شخصی که در جرگهٔ دوستان شما قرار ندارد، نیست، بلکه به معنای فرد خائنی است که از پشت به دوستش خنجر می‌زند. علاوه بر این، جالب است توجه کنیم که متضاد کلمهٔ فارسی «حق» یعنی «باطل»، هیچ معادل دقیقی در انگلیسی ندارد. کلمهٔ «باطل» به سادگی قابل برگرداندن به wrong یا falsity نیست. معادل تقریبی آن در انگلیسی می‌تواند evil باشد. شاید این تمایل ایرانی‌ها به قضاوت‌های اخلاقی قطعی در واقعهٔ عاشورا ریشه داشته باشد، زیرا نبردی است بین جبههٔ مطلقاً حق با جبههٔ مطلقاً باطل (نک: فیشر، ۲۰۰۹، ۳۰-۲۹).

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، نگرش ایرانیان به مفهوم زرنگی بررسی شد و نمونه‌هایی از نگرش انتقادی ایرانی‌ها به وجه منفی این مفهوم در قالب وب‌نوشته‌ها ارائه شد. علاوه بر این، نشان دادیم که ایرانیان از قضاوت‌های اخلاقی مطلق که ریشه در اختلافی عمیق بین حق و باطل دارد، بیشتر استفاده می‌کنند؛ از جمله، نشان داده شد که مردم ایران، «عرضه» را برای توضیح موفقیت بر واژهٔ دومعنایی و متضاد «زرنگی» ترجیح می‌دهند و هنگامی که فکر می‌کنند که موفقیت از راه‌های نادرست به دست آمده است، دلایل آشکارا منفی مانند زدوبند و پارتی‌بازی را بر «زرنگی» ترجیح می‌دهند. موارد یادشده، برخلاف این ادعا هستند که ایرانیان در باطن، زرنگی در مفهوم منفی آن را می‌ستایند.



منابع

- احمدی، بابک (۱۳۷۳). مدرنیته و اندیشه انتقادی. تهران: نشر مرکز.
- بارکر، کریس (۱۳۹۱). مطالعات فرهنگی: نظریه و عملکرد (مترجم: مهدی فرجی، و نقیسه حمیدی). تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- دائرة المعارف طهور (۱۳۹۴). مبلّغ. برگفته از <http://tahoor.com/fa/article/view/111825>
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۴۵). لغت نامه دهخدا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رائی، زینب (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). زرنگ کسی است که [پست گوگل پلاس]. برگرفته از <https://plus.google.com/101679667443221734478>
- سروش، عبدالکریم (۱۳۸۱، ۱ اسفند). نقد اخلاقی قدرت. مجله بازتاب اندیشه. ۳۶، ۲۴-۱۵. برگرفته از <http://www.ensani.ir/fa/content/92388/default.aspx>
- شهریار، (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). زرنگ کیست و زرنگی چیست؟ [پست وبلاگی]. دریافت شده از <http://www.zerangkie.blogfa.com/post-12.aspx>
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). خبرنگار [پست وبلاگی]. برگرفته از <http://www.reporter.ir/archives/85/9/004785.php>
- طاهری، کرامت‌اله (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). زرنگ کیست و زرنگی چیست؟ [پست وبلاگی]. برگرفته از <http://dilom.blogfa.com/post-1050.aspx>
- کتابخوانی، (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). دنیای کتاب. [پست شبکه اجتماعی هم‌میهن]. برگرفته از <https://hammihan.com/group/ketabkhani&page=139>
- مرعشی، حسین (۱۳۹۴، ۱۴ فروردین). قهوه خانه. برگرفته از <http://www.marashi.ir/%20TeaShop.aspx>
- میل، جان استیوارت (۱۳۸۸). فایده‌گرایی (مترجم: مرتضی مردیها). تهران: نشر نی.
- میلسپو، آرتور (۱۳۵۶). مأموریت آمریکایی‌ها در ایران (مترجم: حسین ابوترابیان). تهران: زریاب.
- Amir-Moezzi, M. A. (1999). *The divine guide in early Shi'ism: The sources of esotericism in Islam* (D. Streight, Trans.). Albany: Sunny Press. doi: 10.1017/S1356186300007318
- Apresjan, J. (2000). *Systematic lexicography* (K. Windle, Trans.). London: Oxford University Press.
- Barr, S. (2004). *Iran: Cultural values, self images and negotiation behavior*. Herzliya Papers, Institute for Policy and Strategy, the Lauder School of Government, Diplomacy and Strategy IDC.
- Bateson, C., Clinton, J., Kassarjian, J., Safavi, H., & Soraya, M. (1977). Safay-i batin: A study of the interrelations of a set of Iranian ideal character types. In C. Brown, & N. Itzkowitz, (Eds.). *Psychological Dimensions of Near Eastern Studies* (pp. 257-274), Princeton, N.J.: Darwin Press.



- Beeman, W. O. (1976). What is (Iranian) national character? A sociolinguistic approach. *Iranian Studies*, 9(1), 22-48. doi: 10.1080/00210867608701506
- Beeman, W. O. (1986). *Language, status, and power in Iran*. Bloomington: Indiana University Press.
- Campbell, A. (2006). Iran's nuclear deception: Taqiyya and kitman (part one). *National Observer*, 67, 8-25. Retrieved from http://www.nationalobserver.net/2006_summer_campbell.htm
- Clarke, L. (2005). The rise and decline of Taqiyya in twelver Shi'ism. In L. Tod, (Ed.). *Reason and Inspiration in Islam: Theology, Philosophy and Mysticism in Muslim Thought. Essays in honour of Hermann Landolt* (pp. 34-63), London: IB Tauris/Institute of Ismaili Studies. doi: 10.1163/157006009x458519
- Dupree, L. (1979). Further notes on Taqiyya: Afganestan. *Journal of American Oriental Society*, 99(4), 680-682. doi: 10.2307/601454
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (2007). *Cultural theory: The key concepts*. New York: Routledge.
- Fazlur Rahman, M. (1968). *Islam*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fischer, M. (2009). Iran and boomeranging cartoon wars: Can public spheres at risk ally with public spheres yet to be achieved?. *Cultural Politics*, 5(1), 27-62. doi: 10.2752/175174309X388464
- Golato, A. (2003). Studying compliment responses: A comparison of DCTs and recordings of naturally occurring talk. *Applied Linguistics*, 24(1), 90-121. doi: 10.1093/applin/24.1.90
- Hass, W. (1946). *Iran*. New York: Columbia Press.
- Jonsen, A., & Toulmin, S. (1990). *The abuse of casuistry: A history of moral reasoning*. Berkeley: University of California Press.
- Kohlberg, E. (1975). Some Im mi Shia views on Taqiyya. *Journal of American Oriental Studies*, 95(3), 395-402. doi: 10.2307/599351
- Kramsch, C. (2004). Language, thought, and culture. In A. Davis, & C. Elder, (Eds.). *The Handbook of Applied Linguistics* (pp. 235-261). Oxford: Blackwell. doi: 10.1002/9780470757000.ch9
- Lorenzo-Dus, N. (2001). Compliment responses among British and Spanish university students: A contrastive study. *Journal of Pragmatics*, 33(1), 107-127. doi: 10.1016/S0378-2166(99)00127-7
- Malcolm, I., & Sharifian, F. (2002). Aspects of aboriginal English oral discourse: An application of cultural schema theory. *Discourse Studies*, 4(2), 169-181. doi: 10.1016/j.pragma.2010.05.006
- Millsbaugh, A. C. (1946). [Review of the book *Iran* by W. Hass]. *The American Historical Review*, 41(4), 712-713. doi: 10.1086/ahr/51.4.712
- Moyné, J., & Beeman, W. O. (1988). Language, status, and power in Iran. *Language*, 64(2), 402-404. doi: 10.2307/415442





- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. London: Sage pub.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sachedina, A. (2010). Prudential concealment in Shi'ite Islam: A strategy of survival or a principle?. *Common Knowledge*, 16(2), 233-246. doi: 10.1215/0961754X-2009-089
- Sharifian, F. (2003). On cultural conceptualizations. *Journal of Cognition and Culture*, 3(3), 187-207. doi: 10.1163/156853703322336625
- Sharifian, F. (2008). Cultural schemas in L1 and L2 compliment responses: A study of Persian-speaking learners of English. *Journal of Politeness Research*, 4(1), 55-80. doi: 10.1515/pr.2008.003
- Sharifian, F. (2011). *Cultural conceptualisations and language: Theoretical framework and applications* (Vol. 1). Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Sözer, H. (2014). *Managing invisibility: Dissimulation and identity maintenance among Alevi Bulgarian Turks*. Boston: Brill.
- Sultana, N. (2003). *Sociocultural and psychological frames of reference in developing Second language reading skills in Pakistan* (Unpublished PhD dissertation). National University of Modern Languages, Islamabad, Pakistan.
- Wierzbicka, A. (1986). Does language reflect culture? Evidence from Australian English. *Language in Society*, 15(03), 349-374. doi: 10.1017/s0047404500011805
- Wierzbicka, A. (1997). *Understanding cultures through their key words: English, Russian, Polish, German, and Japanese*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1525/jlin.2000.10.2.279
- Wierzbicka, A. (2002). Russian cultural scripts: The theory of cultural scripts and its applications. *Ethos: The Journal of the Society for Psychological Anthropology*, 30(4), 401-432.
- Wierzbicka, A. (2006). *English: Meaning and culture*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1177/0075424209332966