

بازنمود متغیرهای اجتماعی در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی "Prospects" در آموزش و پرورش

شیما زرگربالای جمع*

شهرام مدرس خیابانی**، محمدجواد حجازی**

چکیده

فرهنگ‌ها انتظارات خود را درباره‌ی دستیابی به باورها و ارزش‌های اجتماعی خود توسط آموزش زبان به افراد جامعه منتقل می‌کنند و نقش‌پذیری یکی از پیامدهای آشکار این فرایند است. وظیفه‌ی مراکز آموزشی تنها به موضوع آموزش محدود نمی‌شود بلکه بخش مهمی از تأثیرپذیری فرهنگی نیز از کارکردهای آن‌ها می‌باشد. براین اساس، پژوهش حاضر بر مبنای زبان‌شناسی نقش‌گرای هیلدی (۱۹۶۰) و به‌طور مشخص الگوی نشانه‌شناسی کرس و ون لیوون (۲۰۰۶) به بررسی موردی بازنمود متغیرهای اجتماعی در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی "Prospects" در آموزش و پرورش می‌پردازد. این مقاله بر این پرسش‌ها تأکید دارد: ۱- بازنمایی گفتمان در تصاویر مرتبط با "فعالیت‌های تفریحی" چگونه است؟ ۲- "جنسیت" در تصاویر این کتاب‌ها به چه صورت به تصویر کشیده می‌شود؟ هدف اصلی این مطالعه آن است که به روش توصیفی-تحلیلی از طریق بررسی تصاویر کتاب‌های آموزش زبان، کارکردهای اجتماعی و فرهنگی زبان را بررسی کرده و چگونگی بازنمایی گفتمان را در این متون تبیین نماید. نتایج نشان می‌دهد که این کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی در آموزش و پرورش از رویکرد غالب جنسیتی برخوردار

* دانشجوی دکتری گروه زبان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران، shz5723@yahoo.com
** استادیار گروه مترجمی زبان انگلیسی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران، (نویسنده مسئول)، shmodarress@yahoo.com

*** استادیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

تاریخ دریافت ۹۹/۰۳/۲۷، تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۶/۱۰

نیست و انتخاب نوع فعالیت‌های تفریحی نیز بدون جهت‌گیری فرهنگ زبان مبدأ یا زبان مقصد بوده است؛ بدین صورت که تصویرساز درانتخاب تصاویر توجه مشخصی به زبان خود یا دیگری نداشته است.

کلیدواژه‌ها: "آموزش زبان"، "متغیرهای اجتماعی"، "تأثیرگذاری فرهنگی"، "نقش‌پذیری"، "ارتباط تصویری".

۱. مقدمه

نظر به اهمیت روزافزون یادگیری زبان انگلیسی به عنوان زبانی بین‌المللی و ارتباط عمیق میان زبان و فرهنگ، پژوهش در این حوزه یکی از فعالیت‌های مهم به‌شمار می‌رود؛ ازسوی دیگر کندوکاو در زمینه‌ی بررسی کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی به عنوان محملی‌هایی فرهنگی به ویژه در کشور ما ایران از پیشینه‌ی کمتری برخوردار است. یادگیری زبان انگلیسی به شکل مطلوب، مورد علاقه و مطلوب اکثر افراد است. درحال حاضر زبان انگلیسی رایج‌ترین زبانی است که مورد اقبال عمومی مردم در سراسر دنیا قرار گرفته است. این علاقه‌مندی از یک جهت و ورود انواع بی‌شماری از کتاب‌های خارجی و مواد کمک آموزشی از جهت دیگر، صاحب‌نظران آموزش زبان انگلیسی را با چالشی بزرگ مواجه کرده که ناشی از حجم عظیم تأثیرگذاری فرهنگی است که از طریق آموزش این زبان ایجاد می‌شود (تانگ Y. Tang، ۲۰۰۶).

فرهنگ‌های متفاوت، الگوهای ارزشی مختلفی را نهادینه می‌کنند. نهادینه‌کردن این الگوها و انتقال آن به افراد جامعه از طریق فرایند جامعه‌پذیری صورت می‌گیرد. نقش‌پذیری فرهنگی و باور فرد نسبت به علایق و نوع فعالیت‌های او، از نتایج جامعه‌پذیری است که می‌تواند از طریق کتاب‌های آموزشی بازنمایی گردد (هاشمی و شهرآرای، ۱۳۸۷). کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی به غیر انگلیسی‌زبانان امروزه مطالب را به چند شیوه ارائه می‌کند که در یکی از این شیوه‌ها از لایه‌های تصویری و نوشتاری درکنار یکدیگر استفاده می‌شود. تصاویر این‌گونه کتاب‌ها چه چیزی را القا می‌کنند؟ تصاویر ظاهراً کمک می‌کنند تا انگلیسی را آسان‌تر یاد بگیریم اما به نظر می‌آید که الگوهایی از یک فرهنگ و ساختار گفتمانی مسلط در آن فرهنگ را نیز به ما ارائه می‌دهد. آن‌ها معمولاً جامعه‌ی انگلیسی‌زبان را به تصویر می‌کشند و می‌خواهند به طریقی زبان‌آموز را بخشی از خود نمایند. در این مقاله بر آن هستیم تا با تحلیل تصاویری از کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی "Prospects" در

آموزش و پرورش، پاسخی مناسب برای پرسش‌های مطرح‌شده پیدا کنیم. ما در نظر داریم با استفاده از الگوی زبان‌شناسی نقش‌گرایی functional linguistics هیلیدی (M. Halliday، ۱۹۶۰) که توسط کرس و ون لیوون (G. Kress & T. Van leeuwen، ۲۰۰۶) به تصاویر تسری پیدا کرده و به‌خصوص به شیوه‌ای تصویری به مطالعه‌ی متون پردازیم و آن‌ها را در سطوح معنی‌بازنمودی representational meaning، تعاملی interactive meaning و ترکیبی compositional meaning بررسی کنیم تا نشان دهیم که چگونه اهداف آموزشی مورد نظر را پوشش داده است. امروزه باور بر این است که ورود به فرهنگ دیگر در خلال متن صورت می‌گیرد. تصاویر در سطح معنی‌بازنمودی، روایتی narrative یا مفهومی conceptual و یا روایتی - مفهومی هستند. در سطح تعاملی و ترکیب‌بندی، جایگاه کنشگران actors در تصویر مشخص می‌شود؛ مشارکت‌کنندگان نقش‌های اجتماعی دارند و در بافت‌های فرهنگی به تصویر کشیده می‌شوند. داده‌ها به صورتی هدفمند از میان متون این کتاب‌ها انتخاب شده است و عوامل مورد بررسی عبارتند از: "فعالیت‌های تفریحی recreational activities" و "جنسیت gender". باتوجه به اهمیت روزافزونی که امروزه آموزش زبان و ارتباط تصویری پیدا کرده است، پژوهش حاضر دیدگاهی نو در جهت بررسی این مسأله دارد و به بررسی شکل‌های گوناگون ارتباط تصویری و بازنمود گفتمان در تصاویر مرتبط با متغیرهای اجتماعی فعالیت‌های تفریحی و جنسیت می‌پردازد. این پژوهش بر این پرسش‌ها تأکید دارد: ۱- بازنمایی گفتمان در تصاویر مرتبط با "فعالیت‌های تفریحی" چگونه است؟ ۲- "جنسیت" در تصاویر این کتاب‌ها به چه صورت به تصویر کشیده می‌شود؟ و بر این فرضیه‌ها استوار است که تصاویر مرتبط با فعالیت‌های تفریحی، بدون سوگیری فرهنگ زبان مبدأ یا زبان مقصد در انتقال مفاهیم نقش دارند و این کتاب‌ها از رویکرد غالب جنسیتی برخوردارند. در تدوین بخش پیشینه‌ی عملی و چارچوب نظری از روش کتابخانه‌ای و بهره‌گیری از منابع مختلف کتاب‌ها، مقاله‌ها و پایان‌نامه‌های مرتبط بهره‌گرفته شده است که در ادامه نگارنده سعی دارد به معرفی مختصری از پژوهش‌های مرتبط با این موضوع بپردازد.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

پژوهشگرانی همچون افضل‌شهری (۱۳۸۸)، صادقی (۱۳۸۷)، رحیمی و یداللهی (۱۳۸۸)، عبدالله‌زاده و بنی‌اسد (۱۳۸۹)، عبدالهیان و حسینی‌فر (۱۳۹۱)، مشکات (۲۰۰۲)، میمنندی

(۱۳۹۴)، رهبر و حاتمی (۱۳۹۵)، اکبرپور و روحانی (۱۳۹۳)، یاری (۱۳۹۰) و روستایی (۱۳۹۰) بررسی‌های مختلفی در ارتباط با آموزش زبان داشته‌اند که در این بخش به برخی از آن‌ها خواهیم پرداخت.

۱.۲ رحیمی و یدالهی (۱۳۸۸): نگرش معلمان زبان نسبت به زبان انگلیسی

رحیمی و یدالهی به مطالعه‌ی نگرش معلمان زبان به ترویج نگرش مصرفی غرب در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی پرداختند. آن‌ها با بیان اینکه نظریه‌های ارتباط میان‌فرهنگی اصل آموزش را برپایه‌ی انتقال اطلاعات فرهنگی می‌گذارند، با استفاده از پرسش‌نامه، نظر ۶۰ معلم زبان شاغل در آموزشگاه‌های تهران را در این زمینه جویا شدند. نتایج این بررسی حاکی از آن است که کتاب‌های آموزش زبان، فرهنگ مصرفی غرب را به دوصورت عمده منتقل می‌کند. اول انتقال فرهنگ نامناسب تغذیه‌ی غربی و دوم کمبود مطالب مرتبط با مصرف صحیح انرژی و صرفه‌جویی. آن‌ها راهبرد مناسب برای حل این مشکل را نظارت بر محتوای کتاب‌های آموزش زبان و تلاش در جهت تألیف کتاب‌هایی منطبق بر الگوهای رفتاری و مصرفی و کاهش مقوله‌های مصرف‌گرایی می‌دانند.

۲.۲ عبدالله‌زاده و بنی‌اسد (۱۳۸۹): ایدئولوژی‌های موجود در کتاب‌های زبان

عبدالله‌زاده و بنی‌اسد در تحقیق خود برای مطالعه‌ی دیدگاه معلمان و دانش‌آموزان درمورد ایدئولوژی‌های موجود در کتاب‌های انگلیسی خارجی، ابتدا ارزش‌های ایدئولوژیکی موجود در تصاویر، مکالمه‌ها و متن‌ها را از طریق تحلیل محتوا استخراج و سپس تحلیل کردند. شایع‌ترین ارزش‌های فرهنگی این منابع عبارتند از: سلطه‌ی زبان انگلیسی، تبعیض جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی. آن‌ها برای آگاهی از نگرش دانش‌آموزان و معلمان نسبت به این باورها، از پرسش‌نامه استفاده کردند و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دانش‌آموزان دبیرستان و زبان‌آموزان آموزشگاه‌ها نگرش متفاوتی در این ارتباط دارند. همچنین آگاهی معلمان آموزشگاه‌ها از وجود این ایدئولوژی‌ها در کتاب‌های موجود درمقایسه‌با معلمان آموزش‌وپرورش بیشتر است.

۳.۲ میمندی (۱۳۹۴): مولفه‌های فرهنگی در کتاب‌های آموزش زبان فارسی و آموزش زبان انگلیسی

میمندی در پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد خود به بررسی مقایسه‌ای مؤلفه‌های فرهنگی در دو کتاب آموزش زبان فارسی و آموزش زبان انگلیسی پرداخت. او نقش فرهنگ و آگاهی معلمان به دانش فرهنگی زبان‌آموزان را در آموزش و یادگیری زبان، موجب یادگیری بهینه‌تر می‌داند. هدف از این پژوهش آن بود که به صورت مقایسه‌ای در دو کتاب درسی آموزش زبان دوم، یکی به زبان فارسی (یک دوره فارسی همگانی) و دیگری به زبان انگلیسی (Top Notch)، مشخص نماید که مؤلفه‌های فرهنگی تا چه اندازه و چگونه ارائه شده‌اند. نتیجه‌ی تحقیق نشان داد که ارائه‌ی مؤلفه‌های فارسی متعلق به موضوع‌هایی نظیر غذا، تعارف و آداب و رسوم بود؛ در حالی که در کتاب‌های زبان انگلیسی بیشتر بر شیوه‌ی گذراندن اوقات فراغت مانند فعالیت‌های تفریحی، ورزشی، موسیقی و هنری تأکید می‌شد. این تفاوت‌ها به دلیل ضرورت‌ها و بافت محیطی متفاوت همچون مراسم و جشن‌های محلی و همگانی بود که در هر کتاب منعکس شده بود. به‌طور کلی، تمایزهای موجود در ارائه‌ی مؤلفه‌های فرهنگی در این دو کتاب، تضاد فرهنگی دویافت متفاوت فارسی و انگلیسی را آشکار می‌سازد که بر گزینش مطالب آموزشی با راهکارهای مختلف آموزش تأثیر می‌گذارد.

۴.۲ رهبر و حاتمی (۱۳۹۵): تبعیض جنسیتی در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان

از دیدگاه رهبر و حاتمی، علی‌رغم تأثیر شگرف تصاویر کتاب‌های آموزشی بر سیر انتقال هنجارها، باورها و ارزش‌ها به فراگیران، اثر منفی آن‌ها بر زبان‌آموزان از جهت تبعیض جنسیتی قابل چشم‌پوشی نیست. در این پژوهش، تفاوت‌های معنادار از منظر وجود تبعیض جنسیتی از دو زاویه‌ی فراوانی حضور و نوع محیط فعالیت زنان و مردان مورد بررسی قرار گرفت. به جهت مطالعه‌ی این موضوع در تصاویر کتاب‌های Speak Now آموزشگاه‌های زبان، با لحاظ کردن معیارهای فراوانی حضور زن و مرد، نوع و محیط فعالیت آن‌ها بررسی شد. نتایج به دست آمده نشان‌دهنده‌ی وجود تبعیض جنسیتی در تصاویر کتاب‌های آموزش

زبان مؤلفان ایرانی است و می‌تواند حاوی نکته‌هایی قابل تعمق برای پژوهشگران عرصه‌های مختلف آموزش باشد.

۵.۲ نتایج حاصل از بررسی آثار پژوهشگران

بررسی آثار پژوهشگران نشان می‌دهد که در بیشتر موارد، فرهنگ زبان انگلیسی به‌عنوان زبان مقصد، به‌صورت موجه نمایش داده شده و مؤلفان این کتاب‌ها تلاش می‌کنند ضمن انتقال غیرمستقیم باورهای فرهنگی، فرایند یادگیری را تسریع کنند. در این میان به‌طور آگاهانه یا غیرآگاهانه، مفاهیمی به زبان‌آموزان منتقل می‌شود که چندان مناسب فرهنگ ملی و زبان مبدأ آن‌ها نیست و تداوم این مغایرت می‌تواند در طولانی‌مدت موجب آسیب‌رسانی به دیدگاه‌های این جامعه شود. لزوم توجه به این موضوع می‌تواند برای فراگیران، مؤلفان و معلمان زبان‌های خارجی مؤثر باشد تا با بررسی جنبه‌های مختلف تأثیرگذاری مثبت و منفی متون چندشیوه، بر شکل‌گیری دانش زبانی و فرهنگی زبان‌آموزان پرداخته شود؛ به‌نحوی که با فرایند رشد ادراکی، ذهنی و فرهنگ غنی زبان‌آموزان ایرانی هماهنگی داشته باشد. بررسی انتقادی جنبه‌های ذکرشده و بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر و تحلیل کلام، می‌تواند گامی مؤثر در تشخیص پیام‌های مورد نظر باشد تا مانع از آسیب فرهنگی در مسیر یادگیری زبان مقصد گردد.

۳. چارچوب نظری

۱.۳ نشانه‌شناسی اجتماعی ارتباط‌های تصویری

نشانه‌شناسی اجتماعی به‌دنبال تحلیل هلیدی (۱۹۶۰) مطرح می‌شود. کرس و ون لیوون (۱۹۹۶) ایده‌ی هلیدی را با اندکی تغییر در واژگان درباره‌ی تصاویر به‌کار برده‌اند. آن‌ها به‌جای نقش اندیشگانی *ideational metafunction* از بازنمودی، به‌جای نقش بینافردی *interpersonal metafunction* از تعاملی و به‌جای نقش متنی *textual metafunction* از ترکیبی استفاده کرده‌اند. از دیدگاه کرس و ون لیوون، هر تصویر مانند یک نقاشی یا یک پوستر سیاسی یا تبلیغی در مجله نه‌تنها جهان را بازنمایی می‌کند بلکه در تعاملات نقش دارد و نوعی متن ترکیبی را به‌وجود می‌آورد. نقش بازنمودی همچون رابطه‌ی خانوادگی در فضای خانه و کنار میز غذا، به رابطه‌ی بین مشارکت‌کنندگان موجود در تصویر و فضایی که در آن

قرار دارند اشاره می‌کند. این خط فکری است که نشانه‌شناسان مکتب پاریس مانند بارت R. Barths (۱۹۷۷) و متر C. Metz (۱۹۷۵) دنبال کرده‌اند. بارت در این ارتباط می‌گوید که برای حرکت از واقعیت به عکس لازم است این واقعیت را به واحدهایی تقسیم و سپس این واحدها را نشانه در نظر بگیریم؛ این عکس یک پیام است و مطمئناً یک واقعیت نیست اما شباهت بسیاری با آن دارد (کرس و ون لیوون، ۲۰۰۶: ۲۴-۲۳).

۲.۳ معنی بازنمودی

اجزای سازنده‌ی تصویر مانند اشخاص، مکان‌ها و اشیا با معنی بازنمودی در ارتباط است؛ به‌عنوان نمونه چهره و پوشش افراد بر موضوع خاصی دلالت دارد. این معنی تصویری همان کاری است که واژه‌ها در زبان دارند و از این جهت نشانه‌شناسان اجتماعی، فعالیتی فراتر از نشانه‌شناسان ساختارگرا و شمایل‌شناسان انجام نمی‌دهند. دیدگاه‌های جدید نشانه‌شناسی اجتماعی در جهت تحلیل تصویری معنی بازنمودی مربوط با تاکید بر نحو syntax تصاویر به‌عنوان یک منبع بازنمودی است. در بازنمایی‌های زمان‌محور مانند ادبیات و موسیقی، نحو به ترتیب چیدمان پشت سرهم اجزا مانند ترتیب واژه‌ها مربوط می‌شود. در نشانه‌شناسی مکان‌محور مانند تصویر و معماری، نحو در ارتباط با موقعیت نسبی قرار گرفتن در فضا است؛ مثلاً اجزا در کنجای فضای نشانه‌شناسی قرار گرفته‌اند؟ آیا به‌وسیله‌ی خطوط، هماهنگی رنگی و شکل به هم مرتبط شده است یا خیر؟ البته این شکل از نحو فضایی قبلاً توسط نظریه‌پردازان هنر عمدتاً در بیان‌های صورت‌گرایانه و زیبایی‌شناختی به‌کار گرفته شده است و نه برای ساخت معنی بازنمودی. کرس و ون لیوون الگوهای نحو تصویر را برحسب کاربرد آن‌ها در ایجاد ارتباط معنادار میان اجزای تصویر دسته‌بندی می‌کنند. نوع اول الگوی بازنمایی روایتی که اجزا را براساس انجام دادن و رخ دادن بر مبنای نمایان کردن اتفاق‌ها و رویدادها با فرایندهای تغییر به هم مرتبط می‌سازد و نوع دوم الگوهای مفهومی است که اجزا را برطبق ویژگی‌های عمومی و پایدار ذاتی بازنمایی می‌کند؛ این الگوها اجزا را در حال انجام کاری نشان نمی‌دهد بلکه آن‌ها را در وضعیت چیزی‌بودن یا معنایی‌داشتن یا به‌گروهی متعلق بودن یا ویژگی‌های معینی داشتن می‌نمایاند. با توجه به آن‌که تصمیم بر بازنمایی با الگوی روایتی یا مفهومی، کلیدی برای فهم گفتمانی است که واسطه‌ی بازنمایی است، انتخاب یکی از این الگوها اهمیتی بسیار دارد (کرس و ون لیوون، ۲۰۰۶: ۱۷۸-۱۷۵).

۳.۳ معنی تعاملی

تصاویر می‌توانند رابط‌های مشخصی میان بیننده‌ی تصویر و جهان قباب ایجاد کنند. بدین ترتیب آن‌ها با بیننده‌ی خود تعامل برقرار کرده و او را ترغیب می‌کنند تا گرایش مشخصی در برابر آنچه بازنمایی می‌شود داشته باشند. سه عامل در درک این معنی‌ها توسط مخاطب تأثیرگذار است: فاصله distance، تماس contact و زاویه‌ی دید point of view این عوامل با هم می‌توانند ارتباطی پیچیده و زیرکانه میان بازنموده و بیننده برقرار کنند. برآیند این عوامل ممکن است باعث شود که مخاطب زن و مرد، تعاملی متفاوت با یک تصویر داشته باشند یا گروه‌های سنی، طبقه‌های اجتماعی و اقوام مختلف، دارای احساس دوری یا نزدیکی متفاوتی نسبت به یک تصویر باشند.

جدول ۱- معنی تعاملی در تصاویر (کرس و ون لیون، ۲۰۰۶: ۱۴۸)

معادل معنایی	معادل بصری
تقاضا	خیره شدن به بیننده
عرضه	نبود نگاه از داخل تصویر به سمت بیننده
صمیمی / شخصی	نمای نزدیک
اجتماعی	نمای متوسط
غیرشخصی	نمای دور
مشارکت و درگیر شدن	زاویه‌ی روبه‌رو
جدابودن بیننده از افراد تصویر	زاویه‌ی مورب، نیم‌رخ
قدرت بیننده	زاویه‌ی دید از بالا
تساوی	دید هم‌سطح چشم
قدرت جزء بازنمایی شده	دید از پایین

۴.۳ معنی ترکیبی

تحلیل‌های مربوط به معنی ترکیبی بیشتر به کار تحلیل متن‌هایی می‌آید که تصویر و نوشته را در کنار هم برای رساندن یک معنی به کار می‌گیرد؛ مانند صفحات مجله‌ها یا کتاب‌های مصور یا گزارش‌های وابسته به تصویر. ارزش اطلاعات information value تنظیم چارچوب‌ها و برجسته‌سازی foregrounding از منابع مهم معنی ترکیبی هستند که در اینجا مورد بحث قرار می‌گیرد.

۵.۳ ارزش اطلاعات

ارزش اطلاعات با توجه به نحوه‌ی جاگیری عناصر مختلف یک ترکیب استنباط می‌شود. ایده‌ی کلی این است که نقش هر جزء مشخص نسبت به کل بستگی به این دارد که در سمت چپ یا راست، در مرکز یا حاشیه یا در بخش بالایی یا پایینی فضای تصویر و صفحه قرار گرفته باشد.

۴. تحلیل داده‌ها

۱.۴ فعالیت‌های تفریحی

زندگی روزانه‌ی ما به دو بخش کار و تفریح تقسیم می‌شود. ساعت‌های بسیاری را در طول روز به کارکردن می‌پردازیم و زمان اندکی را به فعالیت‌هایی با عنوان سرگرمی اختصاص می‌دهیم؛ سرگرمی‌هایی که در اوقات فراغت انجام می‌دهیم، می‌تواند از فرهنگی تا فرهنگ دیگر متفاوت باشد. در ادامه‌ی این قسمت به بازنمایی فعالیت‌های تفریحی در تعدادی از تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی مذکور خواهیم پرداخت.



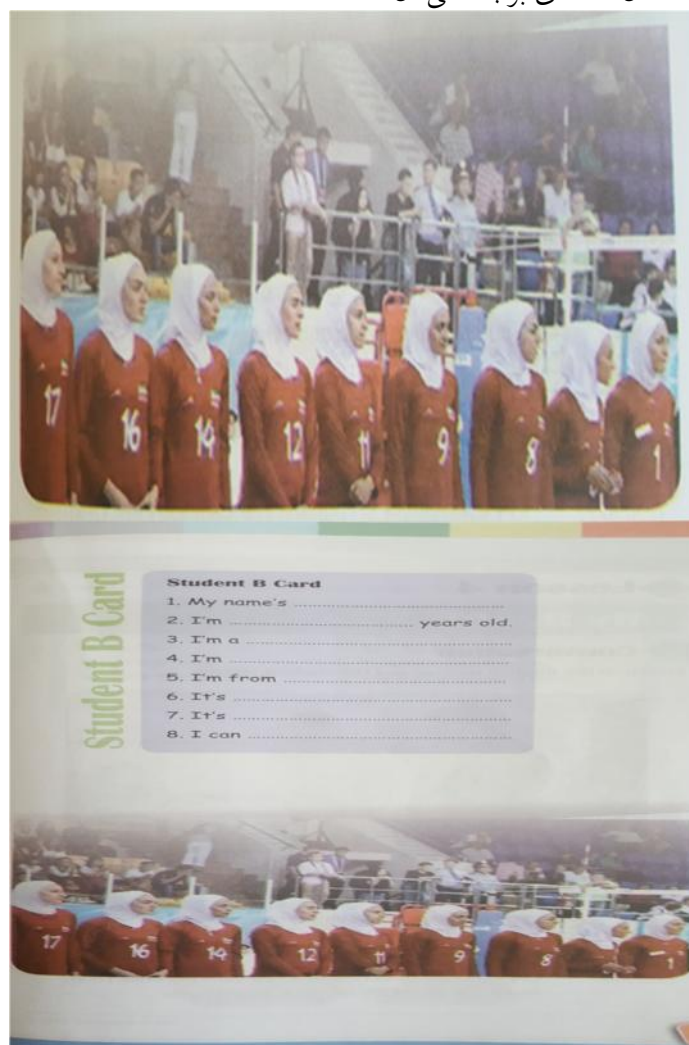
تصویر ۱- برگرفته از Prospect2 (۲۰۱۷: ۵۶)

این تصویر در سطح معنای بازنمودی، تصویری روایتی است. افرادی که در حال قدم‌زدن هستند کنشگر و عمل پیاده‌روی فرایند است. مسیر پیاده‌روی که خیابان و بازار می‌باشد و یک مکان همگانی مشترک در فرهنگ‌های مختلف است مانند یک بردار vector می‌باشد اما هدف یعنی مقصدی که این مسیر به آن منتهی می‌شود مشخص نیست و این قسمت از تصویر فرایند کنشی ناگذرا intransitive را نشان می‌دهد. در بخش بالای تصویر که اشخاص چتری در دست دارند دست‌های آن‌ها برداری را تشکیل می‌دهد که به علت مشخص بودن هدف، تصویری گذرا transitive است. مشارکت‌کنندگان این عکس افراد، درخت‌ها و مغازه‌هایی که در دو طرف خیابان قرار دارند است. این مشارکت‌کنندگان همگی مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده هستند. نوع فعالیت، راه‌رفتن و پیاده‌روی است که فعالیتی مفرح است. در این عکس رنگ‌های شاد بسیار چشمگیر هستند که نشان از شادابی و سرزندگی است و غم و غصه را نمایش نمی‌دهد. این تصویر نشان می‌دهد که زنان و مردان می‌توانند به یک اندازه در فعالیت‌های مفرح عمومی مانند پیاده‌روی و خریدکردن شرکت کنند؛ هیچ عاملی که تمایز جنسیتی ایجاد کند و دست و پاگیر، بازدارنده و یا مشکل‌آفرین در این فعالیت اجتماعی باشد مشاهده نمی‌شود.

در سطح معنای تعاملی مشاهده می‌کنیم که افراد درون قاب عکس هیچ‌یک به بینندگان نگاه نمی‌کنند؛ در نتیجه تماسی میان آن‌ها و بینندگان به وجود نمی‌آید و این تصویر، تصویری عرضه‌گر است. آن‌ها به بینندگان یا همان زبان آموزان غیرانگلیسی زبان پشت کرده، در حال دورشدن هستند و یا توجهی به آنان ندارند؛ لذا بیشتر و بیشتر از بیننده فاصله می‌گیرند. افراد درون عکس به‌همراه فضای اطراف و دورنمایی از فضای موردنظر آن نشان داده شده‌اند، فاصله‌ی این عکس از نوع نمای دور است و بین افراد داخل تصویر و بینندگان انفصال و گسستگی بسیار وجود دارد. تصویر، از رو به‌رو و هم‌سطح چشم است. اما از آن‌جایی که این عکس از پشت گرفته شده، کمترین درگیری بین بیننده و اشخاص درون عکس ایجاد می‌کند.

در سطح معنای ترکیبی، عناصری که در قسمت پایین تصویر قرار گرفته‌اند اشخاص، فاصله‌ی چندانی با هم نداشته و بیشترین میزان پیوستگی را دارند. اما مشارکت‌کنندگان قسمت بالای تصویر، بیشترین گسستگی را نسبت به یکدیگر داشته و بافاصله پیاده‌روی می‌کنند؛ در نتیجه فعالیتی میان آن‌ها به‌تصویر کشیده نشده است. از نظر جایگاه بالا و پایین، متن تصویری که در قسمت فوقانی قرار گرفته ایده‌آل و متن نوشتاری به صورت زیرنویس

در پایین آن قرار گرفته و برجستگی کمتری دارد. تصویر، پیاده‌روی در شرایط رمانتیک بارانی و و خرید کردن در محیطی مناسب را نشان می‌دهد اما واقعیت که تنها پیاده‌روی می‌باشد در متن نوشتاری آمده است. متن تصویری نسبت به متن نوشتاری بزرگ‌تر بوده و فضای بیشتری را گرفته است؛ همین طور از رنگ‌های متضاد و نور در این تصویر استفاده شده است که نشان دهنده‌ی برجستگی آن است.



تصویر ۲- برگرفته از Prospect2 (۲۰۱۷: ۳۳)

به لحاظ معنای بازنمودی، این تصویر از نوع تصاویر مفهومی است که زنان و مردان را در حال تماشا و انجام یک فعالیت تفریحی همگانی در ورزشگاه به تصویر کشیده است. تصاویر مفهومی می‌توانند تحلیلی، طبقه‌بندی و نمادین باشند. زنان داخل قاب این تصویر از ورزشکاران موفق هستند که در عرصه‌ی ورزشی موفق بوده و افرادی را جهت تماشای توانمندی‌های خود به یک مکان عمومی جذب کرده‌اند. تفریح و فعالیتی که در لایه‌ی تصویری متن چندشیوه‌ی دوم نشان داده شده، ورزشی جسمی و سالم است که بدن انسان را به کار انداخته و آماده و مهیا می‌کند. این تصویر ساختاری مفهومی دارد چون از نوع نمادین است. این مشارکت‌کنندگان نماد انسان‌هایی موفق هستند و با توجه به اینکه حالت پویا نداشته و ژست ایستا و ساکن دارند، کنشگر محسوب نمی‌شوند. در واقعیت هم این تصویر تنها یک ژست است زیرا ما تنها یک تیم را می‌بینیم که تیم دیگری مقابل آن مشاهده نمی‌شود که با یکدیگر رقابت کنند. افراد موجود در تصویر، مشارکت‌کننده‌ی برقرار کننده‌ی تعامل هستند و عناصر درون قاب تصویر مانند لباس‌ها، پله، نرده‌ها و صندلی‌ها مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده‌اند.

در سطح معنای تعاملی، سه عامل تماس، فاصله و زاویه‌ی دید مورد بررسی قرار می‌گیرند. این تصویر عرضه‌گر است زیرا مشارکت‌کنندگان درون قاب تصویر به بیننده نگاه نکرده و در نتیجه با او تماسی برقرار نمی‌کنند. زاویه، نوع نگاه، حالت چهره و بدن و ژست شخصیت‌ها به بینندگان نشان می‌دهد که چیزی را از آن‌ها درخواست نمی‌کنند. قاب موجود در این تصویر نمای متوسط است زیرا بدن زنان داخل قاب تصویر تا نیمه نشان داده شده که این قاب نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی اجتماعی است و بیان می‌کند که مشارکت‌کننده‌ی داخل آن نه‌آن‌قدر به بیننده نزدیک است تا احساس صمیمیت و نزدیکی با او داشته باشد و نه چندان از او دور است که احساس بیگانگی نسبت به او به‌وجود بیاورد. به دلیل این که فعالیت تخصصی و مکان قراردادن این مشارکت‌کنندگان متفاوت با زبان‌آموزان است و فضای نزدیک برای این تصویر انتخاب نشده؛ زاویه‌ی دید این تصویر از پهلو است. هنگامی که عکس‌ها از این زاویه گرفته می‌شوند بیننده با موضوع درون تصویر کمترین درگیری را دارد و این نوع نگاه، نشان‌دهنده‌ی عدم برابری مشارکت‌کنندگان داخل قاب تصویر و بیننده است.

در سطح معنای ترکیبی، سه عامل ارزش اطلاعات، برجستگی و قاب‌بندی مورد بررسی قرار می‌گیرند. این تصویر که از یک متن تصویری و یک متن نوشتاری تشکیل شده، متنی

چندشیه است و هر یک از متون تصویری یا نوشتاری، معنایی را در برخواهند داشت. متن نوشتاری در قسمت بالا است که از جایگاه موردپسند و ایده‌آل برخوردار می‌باشد اما متن تصویری در قسمت پایین قرار دارد، دارای جزئیات بوده و به حقیقت زندگی نزدیک‌تر است که این جایگاه‌ها ارتباط متن - تصویر را برقرار می‌کنند. زنان در پیش‌زمینه‌ی تصویر قرار داشته و درمقایسه با تماشاچیان پس‌زمینه، برجسته‌تر هستند. در حالی که در گذشته رسم بر این بود چهره‌های موفق ورزشی مردان میانسال باشند اما متن تصویری این موضوع را نقض کرده و دارای دو معنی صریح *explicit meaning* و ضمنی *implicit meaning* است. معنی صریح، زنانی ورزشکار را نشان می‌دهد که از ویژگی‌های قهرمانی، جذابیت، جوانی برخوردار هستند. معنی ضمنی آن نخست این که این فرهنگ سنت‌شکنی کرده و اکنون به جای انتخاب مردان به عنوان چهره‌های شاخص ورزشی، اشخاصی را از میان خانم‌ها انتخاب می‌کند بنابراین به جنس مؤنث بها داده، او را در عرصه‌ی به‌خصوص ورزشی که با توانایی جسمی سروکار دارد وارد می‌کند و توانایی‌ها و ارزش‌های او را ارج می‌نهد. دوم این که زنان همیشه در عرصه‌های مختلف از جمله ورزشی می‌توانند با مردان رقابت کنند. در مقایسه با متن نوشتاری، متن تصویری به علت نور موجود در آن برجسته بوده و چشم را درگیر می‌کند. در این تصویر قاب‌هایی، متن تصویری و متن نوشتاری را در بر می‌گیرند؛ این قاب‌ها جدایی متن نوشتاری از متن تصویری را نشان می‌دهد که محتوای نامرتبط متن نوشتاری نیز تأییدکننده‌ی این نکته است.



تصویر ۳- برگرفته از Prospect3 (۲۰۱۶: ۳۳)

این تصویر، سفرکردن را به‌عنوان فعالیتی تفریحی معرفی کرده که در فرهنگ‌های گوناگون مشترک و همگانی است و از نظر معنای بازنمودی، تصویری روایتی- مفهومی است. از یک طرف، روایتی است که کنش مراحل مهیاشدن برای مسافرت را روایت می‌کند و کلیت آن بازتولید سازوکار نمادین مشترک در فرهنگ‌های مختلف است. بخشی از بردارهای موجود، بردار نگاه و بخشی مربوط به دست‌های موجود در تصویر است. از جهت مفهومی، تصویر حاضر دارای ساختار طبقه‌بندی است زیرا طبقه‌بندی مراحل مختلف سفر را نشان می‌دهد. این تصویر اشخاصی با درآمد مالی متوسط جامعه را به تصویر می‌کشد که در حال مبادله‌ی پول، رزرو هتل و مهیاکردن ملزومات مسافرت هستند. تصویر دارای مشارکت‌کنندگان برقرارکننده‌ی تعامل و مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده است. افرادی که در تصویر مشاهده می‌شوند در تعامل با یکدیگر بوده و مشارکت‌کنندگان برقرارکننده‌ی تعامل محسوب می‌شوند.

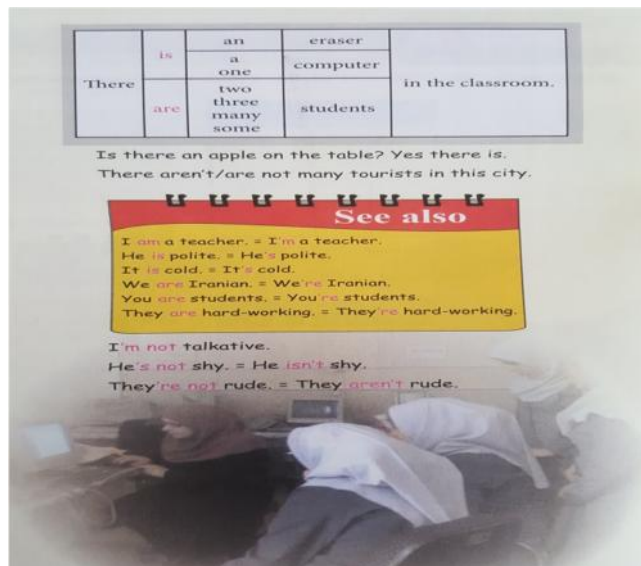
در سطح معنای تعاملی، تصویر افرادی را نشان می‌دهد که در حال گفتگو با یکدیگر هستند و مشارکت‌کنندگان برقرارکننده‌ی تعامل محسوب می‌شوند. مشارکت‌کنندگان تصاویر با نگاه به شخص یا مکانی غیر از بیننده، جدایی و انفصال را به وجود آورده و تماسی با او ندارند بنابراین مخاطبان آن‌ها فراگیر بوده و تنها شخص یا اشخاص خاصی نیستند؛ در نتیجه این تصاویر عرضه‌گر هستند. فاصله‌ی این تصاویر متوسط است زیرا بدن مشارکت‌کنندگان به‌طور کامل نشان داده نشده است. زاویه‌ی دید این تصویر به حالت مورب و از نیم‌رخ است که این موضوع موجب جدابودن بیننده از اشخاص داخل تصویر می‌شود.

از نظر ترکیب‌بندی، این تصویر یک ترکیب‌بندی مرکز محور است. در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی مورد بررسی در این پژوهش، گاهی مانند این تصویر با مواردی مواجه می‌شویم که در آن‌ها عنصری برجسته مانند "رزروکردن هتل" در مرکز قرار می‌گیرد و چند عنصر در اطراف و حاشیه‌ی آن جای می‌گیرند. در چنین تصاویری عنصر مرکزی دارای نقش اصلی و هسته‌ی اطلاعات بوده و هسته‌ی اطلاعات است و عناصری که در اطراف و حاشیه‌ی آن قرار می‌گیرند دارای نقش فرعی بوده و تابع عنصر مرکزی هستند. البته باید خاطر نشان کرد که تمامی عناصر حاشیه‌ای دارای یک ارزش نیستند و برخی عناصر نسبت به برخی دیگر حاشیه‌ای‌تر می‌باشند بنابراین می‌توان نوعی درجه‌بندی را بین

عناصر حاشیه‌ای ملاحظه کرد. در کلیه‌ی قاب‌ها، متن تصویری رنگی در قسمت بالا و متن نوشتاری در پایین قرار گرفته که نشان از اهمیت و برجسته‌بودن متن تصویری دارد.

۲.۴ جنسیت

"جنس" sex جنبه‌ی زیستی هویت انسان را مشخص می‌کند اما "جنسیت" عاملی اجتماعی - فرهنگی است که در بستر زندگی اجتماعی و قراردادهای آن شکل گرفته و همواره قابل تغییر است. بنابراین آنچه تحت عنوان نقش‌های ذاتی یا طبیعی زنان و مردان در جامعه مطرح می‌شود حاصل نوعی ارزش‌گذاری و تقسیم کار جنسیتی است که عموماً در بازتولید انواعی از تبعیض عمل می‌کند و همواره درصدد است که این ارزش‌گذاری‌ها را از طریق متون مختلف به عنوان امری طبیعی به جامعه القا کند. جنس، مجموعه‌ای از صفات‌های بیولوژیک و جنسیت، مجموعه‌ای از صفات اکتسابی، فرهنگی، روان‌شناختی و اجتماعی است. کلیشه‌های جنسیتی، منجر به جنسی‌سازی مشاغل، فرودستی زنان، کم‌ارزش‌نشان دادن کار زنان، نسبت دادن خانه‌داری و مادری و مهربانی و ملزومات مادر بودن به زنان و نسبت دادن قوی بودن، باهوش بودن و ملزومات قدرتمندبودن به مردان می‌شود. هنگامی که ما زن و مرد را دو موجود مجزا در نظر می‌گیریم و جامعه را متشکل از افراد یعنی زن و مرد می‌دانیم، طبیعتاً تمام کلیشه‌های جنسیتی که به تبع آن، انتظار ما از جایگاه زن و مرد متفاوت می‌شود غیرقابل قبول و ناعادلانه است؛ یعنی زن باید بتواند به اندازه‌ی مرد در جامعه حضور داشته و در مشاغل مختلف فعال باشد اما هنگامی که با مفهوم دیگری به عنوان "خانواده" مواجه هستیم که متشکل از یک زن و مرد و شاید فرزندان و دیگر اعضا باشد، موضوع متفاوت خواهد بود. گاهی بعضی از کلیشه‌های جنسیتی مانند آموزش‌های متفاوت مدارس به دختران و پسران ناعادلانه نیست چرا که قرار است هر یک از آن‌ها نقش متفاوتی در خانواده به‌عهده گیرند و برای آن آماده شوند. در نتیجه با تغییر نوع نگاه، کلیشه‌های نادرست می‌توانند درست باشند البته بعضی کلیشه‌ها هم به‌طور مطلق و منطقی نادرست است مانند این باور که زنان در خلقت، فرودست‌تر از مردان هستند (معینیان، ۱۳۹۵: ۹۳-۸۳).



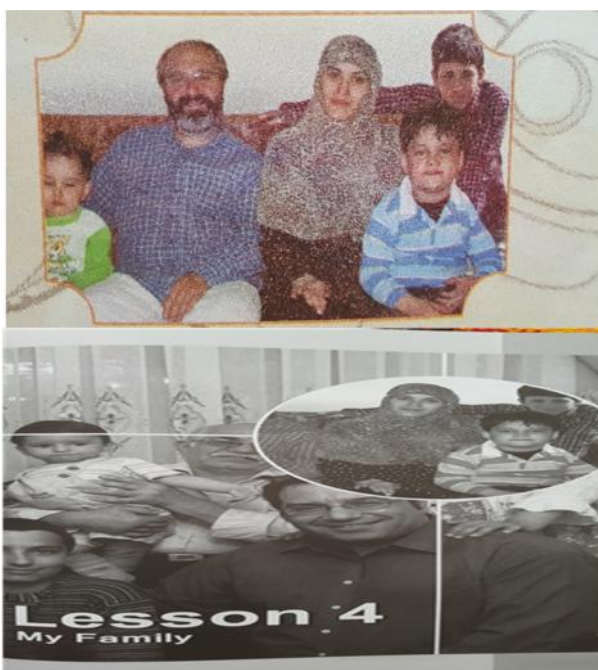
تصویر ۴- برگرفته از Prospect3 (۲۰۱۶: ۲۲)

تصویر از نظر معنای بازنمودی، تصویری روایتی است و فرایند آموزش را روایت می‌کند. این تصویر دارای ساختار روایتی کنشی و واکنشی گذرا است. افراد داخل تصویر شامل معلم و دانش آموزان دارای جنسیت مؤنث‌اند که در شرایط نسبتاً مناسبی در حال آموزش و یادگیری هستند. معلم درون قاب تصویر در حال آموزش با رایانه است. به همین علت معلم کنشگر، دستان او بردار و صفحه‌کلید مانند هدف است؛ در نتیجه این قسمت از تصویر دارای ساختار روایتی کنشی گذرا است. معلم و دختران دانش آموز درون قاب تصویر به صفحه‌کلید نگاه می‌کنند؛ آن‌ها واکنشگر، خط دیدشان بردار و صفحه‌کلید نیز پدیده phenomenon است. بنابراین ساختار روایتی واکنشی گذرا هم در این تصویر وجود دارد. دختران دانش آموز داخل قاب تصویر، موقعیتی ثابت و ساکن دارند؛ فعالیت خاصی انجام نمی‌دهند و کنشگر نیستند. مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده‌ی این تصویر عبارتند از معلم، دختران دانش آموز، لباس‌ها، صندلی‌ها و رایانه. باتوجه به آنکه در این تصویر جهت نگاه مشارکت‌کنندگان به یک سو است، لذا آن‌ها برقرارکننده‌ی تعامل نیستند.

در سطح معنای تعاملی، به بررسی عوامل زاویه‌ی دید، تماس و فاصله می‌پردازیم. زاویه‌ی دید این تصویر، همتراز چشم و از روبه‌رو است. به همین جهت حس تساوی و تشابه را میان مشارکت‌کنندگان و بیننده تداعی می‌کند. از آنجا که این عکس از نیم‌رخ گرفته

شده است، بیننده نظاره‌گر دنیای مشارکت‌کنندگان درون قاب تصویر شده و ارتباطی با آن‌ها ندارد. مشارکت‌کنندگان این تصویر به بیننده نگاه نمی‌کنند و تماسی با او ندارند که این موضوع نشان‌دهنده‌ی عرضه‌گر بودن تصویر است. فاصله‌ی این تصویر از نوع نمای متوسط است، میان مشارکت‌کنندگان درون قاب تصویر فاصله‌ای وجود ندارد و با یکدیگر صمیمی هستند.

از نظر ترکیب‌بندی، قرارگرفتن متون تصویری یا نوشتاری در قسمت بالا یا پایین فضای تصویر هدفی را دنبال می‌کند. آنچه در بالا قرار دارد برجسته‌تر و آنچه در پایین قرار گرفته دارای جزئیات بوده و به حقیقت زندگی نزدیک‌تر می‌باشد. در این متن چندشیوه، متن نوشتاری که در قسمت بالا است، ارتباط غیرمستقیمی با متن تصویری دارد. متن تصویری رنگی، بزرگ و دارای نور است که به لحاظ جایگاه قرارگرفتن، نماد این حقیقت است که زنان می‌توانند در مسیر پیشرفت و موفقیت و نقش‌های حائز اهمیتی مانند آموزش‌دهنده قرار بگیرند. در این متن، برخی از متون نوشتاری درون قاب‌های متفاوتی قرار گرفته اما در نهایت قاب بزرگ‌تری آن‌ها را در بر گرفته و نشان می‌دهد که بین‌شان همبستگی وجود دارد.



تصویر ۵- برگرفته از Prospect1 (۲۰۱۷: ۱)

تصویر در سطح معنای بازنمودی از الگوی مفهومی پیروی می‌کند. اشخاص درون تصویر نگاهی به یکدیگر ندارند و عملی انجام نمی‌دهند. تصویر اساساً ثابت است؛ اشخاص در موقعیت سکون قرار دارند و هیچ یک از افراد کنشگر نیستند. این تصویر کاربرد نمادین دارد و نماد یک خانواده‌ی خوشبخت است. مشارکت‌کنندگان بازنمایی‌شده‌ی تصویر، چهره‌های خندان است و لباس‌ها، پرده و مبلمان بافت موقعیتی تصویر را تشکیل می‌دهند.

در سطح معنای تعاملی، اشخاص درون تصویر با بیننده وارد تعامل می‌شوند. تصویر از رو به‌رو است، پس بیشترین صمیمیت را با بیننده به‌وجود می‌آورد و حس زندگی کردن در یک خانواده‌ی خوشبخت را به بیننده القا می‌کند. فاصله‌ی این تصویر از نوع متوسط نزدیک است و بیننده از این اشخاص فاصله نمی‌گیرد. موضوع عکس این است که مخاطب زمانی را با این خانواده‌ی شاد سپری کند. این نما کلیت این خانواده را نشان می‌دهد. این تصویر مخاطب را به ورود به این خانواده‌ی گرم و صمیمی فرا می‌خواند. تمام مشارکت‌کنندگان داخل قاب تصویر به روبه‌رو یعنی بیننده نگاه کرده و با او تماس ایجاد می‌کنند. به همین علت این تصویر از نوع تقاضاگر است و از بیننده تقاضا می‌کند که وارد این خانواده شده و زمانی را با آن‌ها سپری کند.

از نظر ترکیب‌بندی، این تصویر مرکزگرا است. همان‌طور که مشاهده می‌شود مادر خانواده در مرکز قرار دارد. مادر از نظر جایگاه بالا و پایین، یک سر و گردن از بقیه بالاتر است، پس یک شخصیت آرمانی‌تر را شکل می‌دهد؛ به‌نظر می‌رسد خانواده‌ی آرمانی خانواده‌ای است که پیرامون مادر شکل گرفته و فرزندان کنار پدر و مادر احساس آرامش دارند. مادر از طریق عناصر مربوط به ترکیب‌بندی که در مرکز و بالای تصویر قرار دارد به عنوان مشارکت‌کننده مرکزی مطرح می‌شود. نورپردازی تصویر به گونه‌ای است که مادر در فضای روشن مربوط به پنجره قرار گرفته و برجسته‌تر است. در سطح ترکیب‌بندی، میان مشارکت‌کنندگان تصویر گسستگی وجود ندارد. آن‌ها بسیار به یکدیگر نزدیک بوده و در رابطه‌ای کاملاً صمیمی و فشرده قرار دارند. در این متن چندشیوه، لایه‌ی نوشتاری به‌مثابه اطلاع‌کهنه در سمت چپ و لایه‌ی تصویری به‌عنوان امری آرمانی و هدف، در سمت راست قرار گرفته که همسو با ساختار اطلاعاتی متون در فرهنگ زبان‌هایی است که از چپ به راست می‌نویسند.



تصویر ۶- برگرفته از Prospect1 (۲۰۱۷: ۶۱)

در این تصویر نقاب مشاهده می‌شود که زن را به لحاظ جایگاه اجتماعی شغلی، در قالب نماد یک شخص آرمانی تر بازنمایی کرده و مردان را در شغل‌های نسبتاً معمول به تصویر کشیده است. در سطح معنای بازنمودی، دو تصویر مرد راننده و آشپز مفهومی است؛ در صورتی که تصویر زن پرستار و مردان نانوا و کارگر از نوع روایتی می‌باشند. مفهومی به این علت که تصویر افراد مربوط به driver و cook در حال انجام کنشی نیستند. این تصاویر، اشخاص را در موقعیت سکون نشان می‌دهد به گونه‌ای که کنشگر نیستند. این تصویر کاربردی نمادین دارد و نماد یک راننده و آشپز شاد و موفق است. مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده‌ی تصویر، چهره‌های خندان مردان است و لباس‌ها، ماشین‌ها و کلاه نیز بافت موقعیتی تصویر را تشکیل می‌دهند. تصویرهای دیگر مربوط به nurse, baker و worker روایتی است. اول به علت اینکه کنشی در آن وجود دارد. مرد نانوا در حال پخت نان، مرد کارگر در حال انجام امور ساختمانی و زن هم از بیماران پرستاری می‌کند. دوم به دلیل اینکه بردارهایی در آن وجود دارد و دست هر یک از مشارکت‌کنندگان برداری را شکل می‌دهد.

سه عامل تماس، فاصله و زاویه‌ی دید در سطح معنای تعاملی بررسی می‌شوند. مشارکت‌کنندگان تصویر مرد نانوا و راننده نگاه مستقیم به مخاطب دارند و تقاضاگر محسوب می‌شوند اما سایر تصاویر که با بیننده وارد تعامل چشمی نمی‌شوند عرضه‌گر هستند. فاصله‌ی این عکس‌ها از نوع نمای نزدیک است؛ کنشگران چهره‌ای گرم و صمیمی

دارند و ژست آن‌ها موجب کاهش فاصله‌ها و ارتباط نزدیک‌تر با بیننده شده است. تصاویر این قاب‌ها از زاویه‌ی روبه‌رو است که نشان‌دهنده‌ی مشارکت و درگیر شدن بیننده با این افراد است.

از نظر معنای ترکیبی در این متن چندشیوه، متن تصویری ایده‌آل‌تر و بالاتر از متن نوشتاری قرار گرفته و متن نوشتاری، متن تصویری را توضیح می‌دهد. این تصویر شادمانی و خوشحالی حاصل از موفقیت و خدمت به انسان‌ها را نشان می‌دهد. متن نوشتاری، معادل با واقعیت و توضیحی در ارتباط با متن تصویری است. متن تصویری در مقایسه با متن نوشتاری از اندازه‌ی بزرگ‌تری برخوردار است. از آنجاکه افراد درون تصویر در پیش‌زمینه قرار گرفته‌اند، به همین دلیل این اشخاص از برجستگی برخوردار هستند. قابی متن تصویری را از متن نوشتاری و همین‌طور از دنیای بیرون جدا می‌کند اما این قاب بسیار کوچک است و این جدایی‌ها را به حداقل می‌رساند؛ به‌گونه‌ای که بیننده می‌تواند خود را در این عکس‌ها و در کنار مشارکت‌کنندگان آن تصور کند.

۵. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها

کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی از برخی جهات الگوی مناسبی برای تدوین‌گران کتاب‌های درسی می‌باشند. آن‌ها حاوی مطالبی هستند که بسیار ظریف، دقیق، هوشمندانه و باجذابیت بالا پیام‌های موردنظر خود را به زبان آموز انتقال می‌دهند که بسیاری از این موارد مثبت با فرهنگ ما نیز مطابقت دارد. مؤلفان کتاب‌های درسی می‌توانند با بهره‌گیری از این شیوه‌های به‌کاررفته، ارزش‌های فرهنگی و مذهبی و ملی خود را در تدوین مطالب درسی مدارس بگنجانند. از نقش معلمان زبان انگلیسی نیز در این زمینه نباید غافل شد. آگاهی مدرس زبان از ارزش‌های حاکم بر اینگونه کتاب‌ها و تلاش در انتقال ارزش‌های مثبت به همراه آموزش غیرمستقیم بر ارزش‌های فرهنگ خود به زبان آموزان و مقایسه‌ی آن‌ها می‌تواند به تقویت پیام‌های مثبت کمک کند. اطلاعات فرهنگی بهتر است از جانب معلم بدون جانبداری یا پیش‌داوری ارائه گردد تا مؤثرتر واقع شود؛ به‌نحوی که ضمن احترام به هر دو زبان مبدأ و مقصد، موارد مثبت اتخاذ و موارد منفی رد شوند.

تصویری که فرهنگ انگلیسی‌زبان تلاش می‌کند از خود نشان دهد تصویر فرهنگی است که به‌طورکلی فاقد سوگیری جنسیتی است و در آن زن و مرد به لحاظ کنشگری تمایز چندانی ندارند یا در وضعیتی کم‌وبیش برابر قرار دارند اما برخی عوامل متنی در

تصاویری که نمونه‌وار و هدف‌مند انتخاب شده‌اند کماکان نشانگر نوعی تقسیم‌بندی جنسیتی در نقش‌های اجتماعی است. به این معنا که زنان در برخی نقش‌ها و مردان در نقش‌هایی دیگر به تصویر کشیده می‌شوند. فعالیت‌های تفریحی به تصویر کشیده شده در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی مذکور نیز در موضوع‌هایی مانند پیاده‌روی، ورزش کردن و خرید کردن خلاصه می‌شود که تفریح‌هایی از این دست بسیار سالم، مفرح و مشترک در فرهنگ‌های مختلف هستند؛ تفریح‌های اجتماعی که انسان را از حالت انزوا بیرون آورده و لذت‌بخش است. در این تصاویر خبری از مردسالاری یا قرار گرفتن پدر در مرکز خانواده و برجسته بودن او مشاهده نمی‌شود. زنان همراستا با مردان، برجسته بوده و با قرار گرفتن در مرکز و موقعیت‌های فعال اجتماعی، عنصری مرکزی تلقی می‌شوند. تصویرساز در تصاویر بسیاری از این کتاب‌ها اشخاصی را از میان زنان انتخاب می‌کند؛ آن‌ها را وارد فعالیت‌های مختلف تفریحی، ورزشی، هنری و شاخص کرده و توانایی او را به نمایش می‌گذارد. در پژوهش حاضر، دو پرسش مبتنی بر دو فرضیه مطرح شد. پرسش نخست چنین عنوان شد:

۱- بازنمایی گفتمان در تصاویر مرتبط با "فعالیت‌های تفریحی" چگونه است؟ این پرسش مبتنی بر این فرض بود که تصاویر مرتبط با فعالیت‌های تفریحی بدون سوگیری فرهنگ زبان مبدأ یا زبان مقصد در انتقال مفاهیم نقش دارند. پرسش دوم چنین مطرح شد: ۲- "جنسیت" در تصاویر این کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی مورد نظر به چه صورت به تصویر کشیده می‌شود؟ این پرسش بر این فرضیه مبتنی بود که این کتاب‌ها، از رویکرد غالب جنسیتی برخوردار است. آنچه که از تصاویر مورد بررسی استنباط می‌شود فرضیه‌ی مطرح شده‌ی اولیه را تایید کرده و فرضیه‌ی دوم را نقض می‌کند؛ به این ترتیب که در انتخاب تصاویر مربوط به فعالیت‌های تفریحی، موارد مشترک و همگانی انتخاب شده‌اند که در کلیه‌ی فرهنگ‌ها جنبه‌ی عمومی داشته و به‌طور خاص ارتباط با زبان یا فرهنگ خاصی ندارد؛ در نتیجه بدون جهت‌گیری فرهنگ زبان مبدأ یا زبان مقصد در انتقال مفاهیم نقش دارند. از سوی دیگر، تصاویر بررسی شده در موارد بسیاری زن و مرد را در کنار هم به تصویر می‌کشند. آن‌ها تمایل دارند نشان دهند که از رویکرد غالب جنسیتی برخوردار نیستند بلکه انسان‌ها فارغ از جنسیتی که دارند می‌توانند افرادی موفق و کارآمد باشند. نوع برخورد با تبعیض جنسیتی در مقایسه با گذشته و پیش‌فرض‌های احتمالی که زنان را محصور به خانه‌داری یا امور خاص در نظر می‌گیرند تفاوت زیادی داشته؛ به‌گونه‌ای که زنان و مردان در امور اجتماعی مختلف در کنار یکدیگر فعالیت دارند.

کتاب‌نامه

- چندلر، د. (۱۳۸۷). *منابع نشانه‌شناسی، ترجمه‌ی مهدی پارسا، تهران: پژوهشکده‌ی فرهنگ و هنر اسلامی.*
- رحیمی، مهرک و یدالهی، سمانه (۱۳۸۸). "نگرش مدرسان زبان به ترویج فرهنگ مصرفی غرب در کتب آموزش زبان انگلیسی"، فصلنامه‌ی فرهنگی - دفاعی زنان و خانواده، سال ۵، ۱۶: ۸۵-۱۱۲
- رهبر، بهزاد و حاتمی، پدرام (۱۳۹۵). "بررسی چگونگی نمود تبعیض جنسیتی در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی Speak Now تألیف مؤلفان ایرانی و غیرایرانی"، دومین کنفرانس ملی چارسوی علوم انسانی، شیراز: مرکز توسعه‌ی آموزش‌های نوین ایران.
- عبداله‌زاده، اسماعیل و بنی‌اسدزاده، سمیه (۱۳۸۹). "ایدئولوژی‌های موجود در کتاب‌های زبان انگلیسی": مطالعه‌ی دیدگاه‌های معلمان و دانش‌آموزان، مجله‌ی مطالعات آموزش و فراگیری زبان انگلیسی، سال ۵۳، ۲۱۷: ۱۸-۱.
- معینیان، نریمه (۱۳۹۵). "بررسی جامعه‌شناختی تفاوت زبان بین زنان و مردان"، مطالعات جامعه‌شناسی، سال ۹، ۳۳: ۸۳-۹۳
- میمندی، شهریانو (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای مؤلفه‌های فرهنگی در دو کتاب آموزش زبان فارسی و انگلیسی به‌عنوان زبان‌های خارجی، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز: دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی.
- هاشمی، سهیلا و شهرآرای، مهرناز (۱۳۸۷). "بررسی باورها و ارزش‌های دانش‌آموزان، خانواده و کتاب‌های درسی درباره‌ی تساوی جنسیت"، پژوهشکده‌ی زنان: مطالعات زنان، ۶ (۲): ۴۶-۲۷.
- Alavi Moghaddam B., Kheirabadi R., Anani sarab M., Forouzandeh E., Khadir Sharabyan Sh., & Ghorbani N. (2017). *Prospect 1*, Tehran: Iran text-books Press.
- Alavi Moghaddam B., Kheirabadi R., Forouzandeh E., Khadir Sharabyan Sh., & Nikoopour J. (2016). *Prospect 2*, Tehran: Iran text-books Press.
- Barths, R. (1977). *Image, music, text*, London: Fontana.
- Kheirabadi R., Alavi M., Alavi Moghaddam B., Anani sarab M., Ghorban Dordi Nejad F. & Rahimi M. (2016). *Prospect 3*, Tehran: Iran text-books Press.
- Kress, G. & Van leeuwen, T. (2006) [1996]. *Reading images, the grammar of visual design*, (2nd ed), New York: Routledge.
- Meshkat, M. (2002). The cultural impact of EFL books on Iranian language learners, Ph.D. Dissertation: University of Tehran.
- Metz, C. (1975). "The Imaginary Signifier", Retrieved from: <https://academic.oup.com/screen/articleabstract/16/2/14/1644356?redirectedFrom=PDF>
- Tang, Y. (2006). "Beyond behavior" : Goals of cultural learning in the second language classroom, *The Modern Language Journal*, 90, 1: 86-99.