

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

تحلیلی بر بازنمایی ایدئولوژی و سبک زندگی در کتاب‌های آموزش زبان اینترچنج

حمید عبداللهیان^۱، آیدا حسینی فر^۲

چکیده

این مقاله به مطالعه روش‌های متنی شأء بازنمایی ایدئولوژی در کتاب‌های آموزشی زبان انگلیسی اینترچنج پرداخته و برای یافتن پاسخی برای این پرسش‌ها که کتاب‌های زبان انگلیسی اینترچنج، به‌مثابه صور نمادین، به معنایی که تامپسون به‌کار می‌برد، چگونه معنای ایدئولوژیک خود را به نوآموزان زبان انگلیسی انتقال می‌دهند؟ و اینکه چگونه در این کتاب‌ها ایدئولوژی و سبک زندگی آمریکایی به شکلی طبیعی و همگانی نشان داده می‌شود؟ ابتدا هر چهار کتاب زرد، قرمز، آبی و سبز اینترچنج مطالعه شد تا مؤلفه‌هایی که به‌وسیله آنها سبک زندگی بازنمایی شده استخراج شود. سپس الگوی بازنمایی سبک زندگی آمریکایی در این کتاب‌ها کشف و مشخص شد که این الگوها راهبردهای اصلی این کتاب، جهت انتقال دیدگاه‌ها و عقاید آمریکایی هستند. برای پیگیری ادعاهای مقاله، روش‌شناسی مقاله طوری طراحی شد که ابتدا چهار بحث گروهی متمرکز انجام شود تا نحوه برخورد مخاطبان با این کتاب‌ها مطالعه و واکاوی شود. با تحلیل اظهارنظر زبان آموزان، یافته‌هایی به‌دست آمد مبنی بر اینکه اگرچه سبک زندگی و فرهنگ بازنمایی شده در این کتاب‌ها بیشتر آمریکایی است، اما این خود مخاطبان هستند که به‌هنگام برخورد با آنچه در این کتاب‌ها مطرح می‌شود و اینکه باید از چه سبک آداب و رسوم و عادات‌های اجتماعی پیروی شود، دست به انتخاب می‌زنند. یافته‌های این نوشتار همچنین نشان می‌دهد که در بسیاری از موارد، زبان‌آموزان حتی در انتخاب خود به‌گونه‌ای دست به یک بریکولاز فرهنگی می‌زنند.

واژه‌های کلیدی

آموزش، ایدئولوژی، اینترچنج، بازنمایی، سبک زندگی، فرهنگ، قدرت

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۰۹/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۱/۲۰

habdolah@ut.ac.ir

۱. دانشیار ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

ahosseinfar@gmail.com

۲. دانشجوی کارشناسی‌ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

مقدمه

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

در این مقاله، با به‌کارگیری چارچوبی نظری مبتنی بر دو مفهوم «ایدئولوژی» و «سبک زندگی»، نحوه انتقال ایدئولوژی از طریق بازنمایی سبک زندگی در کتاب‌های اینترچنج، با کاربرد این سنتز نظری مورد مطالعه قرار می‌گیرد. این مطالعه بر اساس تعریف تامپسون از ایدئولوژی و تعریف بوردیو از سبک زندگی و سلیقه سعی دارد تا نشان دهد که سبک زندگی در کتاب‌های اینترچنج از طریق کاربرد تصاویر و جمله‌هایی بازنمایی می‌شود که معرف ایدئولوژی آمریکایی است. روش‌شناسی این مطالعه، دو لایه و مبتنی بر تحلیل متن و مصاحبه‌های متمرکز است. در قسمت اول مقاله از روش تحلیل متن و انطباق آن با الگوی مطالعه ایدئولوژی در متون ارتباطی استفاده می‌شود تا داده‌های مورد نظر را برای تحلیل معرفی کنیم. این الگو که توسط عبداللہیان و منفرد (۱۳۸۷) در مورد روش‌شناسی مطالعه ایدئولوژی در متون ارتباطی (مطبوعات) در مقاله‌ای با عنوان «روش‌شناسی و تحلیل ایدئولوژی در متون ارتباطی» مطرح شد، ساختار متون ارتباطی را با تکیه بر گرایش‌های ایدئولوژیک آنها تحلیل کرده است. در قسمت دوم مقاله، که نحوه برخورد مخاطبان با کتاب و سبک زندگی بازنمایی شده تحلیل می‌شود، از روش مصاحبه گروهی متمرکز استفاده شده و هدف از این مصاحبه‌ها در واقع اعتبار بخشیدن به یافته‌های تحلیل متن می‌باشد تا روش دوبعدی این مطالعه تکمیل شود. اما ابتدا لازم است مسئله این مطالعه را مرور کنیم.

طرح مسئله؛ ارتباطات آموزش و انتقال سبک زندگی در کتاب‌های آموزش زبان اینترنتی در ایران

مسئله این مقاله به مکانیسم‌های پیچیده انتقال ارزش‌های فرهنگی از طریق کتاب‌های آموزشی زبان انگلیسی در ایران مربوط می‌شود. مطالعه این کتاب‌ها از این جهت برای مطالعات فرهنگی و رسانه دارای اهمیت است که نمونه‌ای از انتقال ارزش‌ها در اثر روابط قدرت در جهان معاصر را معرفی می‌کند. انتقال ارزش‌ها و تأثیر روابط قدرت در کتاب‌های اینترنتی، شکل رسانه‌ای (کتاب آموزشی) پیدا کرده است. از این جهت تحلیل چگونگی انتقال سبک زندگی در این کتاب‌ها به دلیل اثرگذاری آشنایی ایرانیان با سبک‌های زندگی متفاوت در زندگی روزمره دارای اهمیت است. برای تشریح این مسئله لازم است ابتدا با تعریف جدیدی از مفهوم قدرت آغاز کنیم. قدرت، پدیده‌ای طبیعی است که انعکاس و بازتاب‌های مختلفی در زندگی روزمره دارد اما این پدیده دیگر همچون دهه‌های گذشته آشکار و عینی نیست بلکه زیستی و پنهان است. نگری و هارت منظور ما را به شکل بهتر در عبارت زیر بیان می‌کنند:

در شرایط ساختاری، «قدرت» جنسی مرئی و اقتصادی دارد؛ اما در شرایط پساساختاری، قدرت، پنهان و زیستی است به طوری که نیازی به نهادهای عینی برای کنترل فرد وجود ندارد بلکه فرد خودش از درون کنترل می‌شود و زیستی بودن قدرت نیز به خاطر همین پدیده منحصر به فرد کنترل از درون است. پارادایم جدید قدرت، ماهیت زیستی و سیاسی منحصر به فردی دارد که در شکل قدرت مشرف به حیات شناسایی می‌شود. قدرت مشرف بر حیات، صورتی از قدرت است که زندگی اجتماعی را از درون تنظیم و جذب می‌کند و مجدداً مفصل‌بندی می‌کند.

این قدرت، زندگی را کاملاً احاطه می‌کند به گونه‌ای که تولید و بازتولید زندگی را در حیطه کتتری خود درمی‌آورد. قدرت، این کنترل را با به‌کارگیری روش‌های گوناگونی انجام می‌دهد که یکی از آنها معرفی و تشریح ایدئولوژی ویژه خودش است (۱۳۸۴:۴۸).

نگری و هارت (۱۳۸۴) اشاره می‌کنند که جنس قدرت در جهان امروز ملموس نیست، بنابراین، هر محتوایی این امکان را دارد تا از سوی قدرت زیستی کنترل شود به نحوی که دربرگیرنده ایدئولوژی باشد که چنین قدرتی در پی نهادینه کردنش باشد. در بحث زیر سنتز نظری مقاله را معرفی می‌کنیم و استدلال خواهیم کرد که این سنتز نظری قادر است این مسئله را حل و تبیین کند و پاسخ لازم را برای این پرسش‌ها فراهم آورد.

چارچوب نظری: تبیین اثرگذاری ارتباطات آموزشی؛ سنتز نظری سبک زندگی،

ایدئولوژی و بازنمایی

برای ساختن یک سنتز نظری که چگونگی انتقال سبک زندگی آمریکایی را تبیین کند، لازم است ابتدا دو مفهوم ایدئولوژی و سبک زندگی را معرفی کنیم:

ایدئولوژی

دستوت دوتراسی، فیلسوف فرانسوی در سال ۱۷۹۶ برای اولین بار به مفهوم ایدئولوژی اشاره می‌کند. مارکس و ساختارگرایانی همچون آلتوسر، بارت و گریمان نیز به نقش ایدئولوژی در شکل‌گیری‌های اجتماعی اشاره کرده‌اند. اما در بین این افراد، نظر مانهایم و تامپسون درباره ایدئولوژی نوعی روش‌شناسی تحلیلی ایدئولوژی را نیز دربر دارد. از این جهت، در این مقاله نظریه تامپسون و

روشن‌شناسی او را برای مطالعه کتاب‌های اینترچنج به‌کار گرفته‌ایم. قبل از پرداختن به نظریه وی، نظریه مانهایم را به اجمال معرفی می‌کنیم، چراکه تامپسون، ایده خود در مورد ایدئولوژی را بر پایه نظریه مانهایم بنیان گذارده است.

کارل مانهایم که دل‌مشغولی اصلی‌اش پیدا کردن روشی برای مطالعه شرایط اجتماعی معرفت و تفکر بود در کتاب *ایدئولوژی و آرمان‌شهر* خود به این مفهوم می‌پردازد. مانهایم جریان‌های فکری را مرتبط با زمینه‌های اجتماعی می‌داند که از آنها برآمده‌اند. او هرگونه شناخت و تفکر را زائیده ساختار اجتماعی تلقی می‌کرد. بنابراین ایدئولوژی را نیز به‌عنوان جهان‌نگری یک گروه اجتماعی و سیاسی تعبیر می‌کرد که «شامل نظام‌های به هم بافته تفکر و شیوه‌های تجربه‌ای است که شرایط اجتماعی آنها را مشخص کرده است» (عبداللهیان و منفرد، ۱۳۸۷).

ایدئولوژی از نظر مانهایم به نظام‌های فکری یا عقیدتی جا افتاده از نظر اجتماعی همراه با مشارکت جمعی، اشاره دارد و تحلیل ایدئولوژیک، مطالعه شیوه‌ای است که طی آن این نظام‌های فکری یا عقیدتی تحت نفوذ شرایط اجتماعی و تاریخی‌ای قرار دارند که در آن موضع گرفته و جا افتاده‌اند (تامپسون، ۱۳۷۸: ۶۳).

تامپسون با بهره‌گیری از نظریه‌های مارکس، لوکاج و مانهایم، به روشی برای تشخیص و تحلیل ایدئولوژی نزدیک شد و روش ما برای تحلیل ایدئولوژی در این مقاله نیز مبتنی بر روش پیشنهادی تامپسون است که پیش از این عبداللهیان و منفرد (۱۳۸۷) کارآمدی آنرا به‌آزمون گذاشته‌اند. تامپسون ایدئولوژی را مجموعه روش‌هایی می‌داند که با ارائه معانی ایدئولوژیک، در جهت استمرار و حفظ روابط سلطه تلاش می‌کنند. از نظر تامپسون این مفاهیم از طریق ارتباطات صوری به‌کار

می‌روند و او آنها را «صور نمادین» می‌نامد و معتقد است این صور نمادین هستند که ایدئولوژی طبقه حاکم را بازنمایی می‌کنند (همان: ۷۳).

در واقع تعریف مورد نظر تامپسون محدود به:

معنای صور نمادین است که در بافت‌های اجتماعی ریشه گرفته و در جهان اجتماعی انتشار و گردش دارد؛ گستره پهنای از کنش‌ها و گفته‌ها، تصاویر و متون است که به وسیله عوامل (فاعلان) تولید شده و توسط آنها و دیگران به عنوان ساخت‌های مفهومی یا استنباط‌های معنادار تشخیص داده می‌شوند (همان).

تامپسون «ابزارهای زبان‌شناختی» را از این نظر بسیار مهم می‌داند. البته به نظر وی صور نمادین می‌توانند «ماهیت غیرزبانی و شبه‌زبانی» داشته باشند. ما برای تحلیل ایدئولوژی در کتاب‌های ایترچنج، عناصر ساختاری ایدئولوژی از جمله صور نمادین را در مؤلفه‌های سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها مورد مطالعه قرار داده‌ایم.

سبک زندگی

قبل از پرداختن به معنای سبک زندگی و مؤلفه‌های آن، دو مفهوم کلیدی «سلیقه» و «سرمایه» بوردیو را توضیح می‌دهیم چراکه به تعریف سبک زندگی مربوط می‌شوند. بوردیو به معنای سرمایه که تا آن زمان تنها در اقتصاد مورد توجه بود، دو معنای دیگر هم اضافه کرد که این مقاله به یکی از آن دو، یعنی معنای «سرمایه فرهنگی» می‌پردازد. بوردیو معتقد است:

بین «ویژگی‌های مهم شرایط اقتصادی و اجتماعی یعنی حجم و ترکیب سرمایه، هم از جهت هم‌زمانی و هم از جهت درزمانی» با «خصوصیات متمایز مرتبط به موقعیت متناظر با آن»، رابطه بالفعل و واقعی وجود دارد (۱۳۹۰: ۲۳۸).

او با در نظر داشتن این ملاحظه، کسب سرمایه فرهنگی را در گرو «یادگیری و فرهنگ‌پذیری» تعریف می‌کند. او به پشتوانه تأثیرپذیری‌اش از سنت نظری نئومارکسیستی، حکومت طبقه حاکم را تنها مبتنی بر حاکمیت اقتصادی نمی‌داند، بلکه سمبل‌هایی همچون زبان، آداب و رسوم و فرهنگ‌پذیری را که عادت‌ها و الگوهای را برای شهروندان در قالب نظم طبیعی ترسیم می‌کند، از دیگر روش‌های حکومت کردن می‌داند.

گرچه بیشترین بحث بوردیو در مورد مدرسه و نظام آموزشی است اما از آنجا که در این مطالعه هدف ما شناخت مکانیسم اثرگذاری آموزش زبان از طریق کتاب‌های آموزشی و انتقال نوع خاصی از سبک زندگی که در آنها بازنمایی می‌شود و اینکه آیا این‌گونه کتاب‌ها در به‌وجود آوردن تغییرات فرهنگی مؤثرند؟ از این جهت برای شناخت این مکانیسم از چارچوب نظری بوردیو و مفهوم سبک زندگی‌اش استفاده کردیم. علاوه بر مفهوم سرمایه فرهنگی، بوردیو به مفهوم سلیقه یا سبک زندگی می‌پردازد. بوردیو در عبارتی کوتاه، «سلیقه» را «ترجیح‌های به نمایش درآمده» بیان می‌کند. به نظر او:

سلیقه، یعنی گرایش و توانایی تصرف (مادی و نمادین) مقوله معینی از ائزها یا اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده، ضابطه زاننده سبک زندگی است، مجموعه متحدی از ترجیح‌های تمایزبخش که قصد ابرازگری واحدی را در منطق خاص هر خرده فضای نمادینی مانند میلمان، پوشاک، زبان یا حرکت‌های بدنی به نمایش می‌گذارد. سلیقه، نظام شاخه‌های طبقه‌کننده‌ای است که شاید فقط بخش کوچکی از آن آگاهانه باشد (همان: ۲۴۳ - ۲۴۲).

تعبیر بوردیو از سلیقه، هیتوس^۱ است که آنرا کاملاً ناشی از فرایند جامعه‌پذیری و

۱. برای این واژه معادل‌های بسیاری ترجمه شده است مانند: عادت‌واره، خصلت، منش و ... به دلیل همین عدم وجود معنای واحد، از خود کلمه، برای بیان منظور استفاده کردیم.

آموزش اعم از رسمی و غیررسمی و نیز ناشی از موقعیت فرد در محیط اجتماعی یا به تعبیر او حوزه یا میدان می‌داند (مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷). هیتوس از نظر بوردیو به‌وسیلهٔ «عادت‌های شرطی‌شده» مربوط به دستهٔ خاصی از شرایط زندگی (Bourdieu, 1984) به نقل از پن شویره و فونتن، ۱۳۸۵: ۷۶) به‌وجود می‌آیند و قابل انتقال‌اند یعنی می‌توان آنها را از گروهی به گروه دیگر و از طبقه‌ای به طبقه‌ای دیگر منتقل کرد. زمانی که طبقهٔ متوسط جامعه به پشتوانهٔ مصرف تظاهری می‌خواهد خود را به طبقات بالای جامعه منتسب کند به این منظور هیتوس‌های آنها را تقلید می‌کند. از این منظر، وقتی سلیقه قابل انتقال است، بدین معنی است که قابل آموزش دادن نیز هست یا به بیانی دقیق‌تر می‌توان گفت آموزش به سلیقه و به دنبال آن به سبک زندگی شکل می‌بخشد.

بوردیو از تعریف سلیقه و ریختارها به ارائهٔ تعریف سبک زندگی می‌پردازد؛ او ریختارها را ساختارهای شکل‌دهنده و شکل‌گرفته می‌داند که هم مبنای طبقه‌بندی و سازمان‌دهی اجتماعی طبقه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و هم خود نتیجهٔ تقسیم‌بندی‌های اجتماعی هستند.

بوردیو سبک زندگی را حاصل نظام‌مندی‌هایی می‌داند که در عمل ما، ویژگی‌های ما و در دارایی‌های ما وجود دارند. او این دارایی‌ها را هم در قالب کالاهای تجملی معرفی می‌کند و هم در قالب کالاهای فرهنگی: «خانه‌ها، ویلاها، مبلمان، تابلوها، اتومبیل‌ها، کتاب‌ها، مشروبات، سیگارها، عطرها، لباس‌ها» و همچنین در فعالیت‌هایی است که ما به‌واسطهٔ آنها تشخیص و تمایز خود را حفظ می‌کنیم؛ مثل ورزش‌ها، بازی‌ها، سرگرمی‌ها و پوشش. او این فعالیت‌ها را به‌عنوان فعالیت‌های نمادین هویت‌بخش می‌شناسد که در حین تعریف هویت فرد برای خودش، او را از دیگری‌ها متمایز می‌کند (بک، بوردیو، ۱۳۹۰).

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

معرفی سنتز نظری این مطالعه به منظور تبیین اثرگذاری کتاب‌های اینترچنج در ایران

از پیوند دو مفهوم ایدئولوژی و سبک زندگی، چارچوب نظری مقاله با این ادعا ساخته می‌شود که در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی اینترچنج، قدرت زیستی و نهان امپراتوری و ایدئولوژی آن از طریق بازنمایی سبک زندگی آمریکایی، به دانش‌آموختگان منتقل می‌شود. سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها شامل مؤلفه‌هایی همچون: ارتباطات انسانی، مصرف‌گرایی آمریکایی، اوقات فراغت آمریکایی، موفقیت‌گرایی به سبک آمریکایی، نظام شغلی آمریکایی، انتقال مناسک مناسبت‌های اجتماعی و نگرانی درباره تناسبات اندام می‌شود که در ادامه به تحلیل آنها خواهیم پرداخت. اما قبل از آن لازم است نشان دهیم که با چه روشی به مطالعه چنین مؤلفه‌هایی می‌پردازیم. همچنین، از آنجا که شیوه پرداختن به این مسئله صرفاً کیفی است بنابراین به دنبال تعمیم نتایج نیستیم و ضرورتی هم برای ارائه فرضیه وجود ندارد. تنها باید پرسید که آیا نتایج تحقیقاتی این مطالعه، ادعاهای نظری بالا را تأیید خواهند کرد یا خیر؟ که در تحلیل‌ها به این پرسش پاسخ می‌دهیم.

روش‌شناسی تحلیل متون کتاب‌های اینترچنج از منظر بازنمایی ایدئولوژی آمریکایی

روش جدیدی که عبداللهیان و منفرد (۱۳۸۷) در مطالعه متون مطبوعاتی، به‌کار برده‌اند به راهبردهای انتقال ایدئولوژی می‌پردازد. آنها این روش را در قالب مدل‌های تعاملی صور نمادین، مدل تعامل موقعیتی، راهبردهای عملی ایدئولوژی و مدل ساختاری ایدئولوژی توضیح می‌دهند. در اینجا نیز ما از همین الگو برای مطالعه متن کتاب‌های اینترچنج استفاده می‌کنیم. برای تحلیل صور نمادین از مطالعه نمادهای ایدئولوژیک مندرج در متن استفاده کرده‌ایم. در عین حال لازم است اشاره کنیم که مدل تعاملی موقعیتی و راهبردهای عملی ایدئولوژی را در اینجا مطالعه کرده‌ایم.

روش بحث گروهی متمرکز، دومین روش به کار رفته در این مطالعه است. بحث گروهی متمرکز رویکردی تعامل‌گرا دارد و می‌خواهد نشان دهد که چگونه یک موضوع در مباحثه‌های گروهی بر ساخته می‌شود و تغییر می‌کند. معمولاً در نمونه‌گیری تلاش می‌شود تا اعضای گوناگونی از گروه‌های مختلف در مطالعه مشارکت داده شوند. «تحلیل داده‌ها غالباً بسیار عمل‌گرایانه است. جمله‌ها و نه تفسیر مفصل آنها در کانون تحلیل قرار دارند» (فلیک، ۱۳۸۷:۲۲۳؛ حریری، ۱۳۸۵:۱۷۲).

نحوه نمونه‌گیری و انتخاب افراد بر اساس نمونه‌گیری نظری که عینی‌تر و نزدیک‌تر به زندگی روزمره است، صورت گرفته، یعنی مصاحبه‌های گروهی تا اشباع نظری دنبال شد و جایی که دیگر پاسخ‌ها تکراری شده بودند و چیز جدیدی به دست نیامد که با مفاهیم سه‌گانه این مطالعه همخوان باشد، از جمع‌آوری داده‌های جدید اجتناب شد.

از طرف دیگر چون در این مطالعه «گستره جمعیت اصلی از پیش مشخص نیست و حجم نمونه هم از پیش تعریف نشده است» (فلیک، ۱۳۸۷:۱۴۱)، از این جهت «نمونه‌گیری نظری» انتخاب شده است. نمونه‌گیری نظری بر این اساس انجام می‌شود که در طی مطالعه، گروه‌های مختلفی برای تکمیل مفاهیم و ادعاهای نظریه به فرایند تحقیق معرفی می‌شوند. در این مطالعه چهار مصاحبه، گروهی با دو گروه هفت نفره و با دو گروه شش نفره انجام شد. ترکیب سنی در گروه‌های هفت نفره شامل افرادی می‌شد که تحصیلات دانشگاهی را تمام کرده و اغلب در بازار کار جذب شده بودند. ترکیب جنسیتی هم در این گروه‌ها شامل سه مرد و چهار زن بود. اما گروه‌های شش نفره شامل افراد کم‌سن‌تر می‌شد که اغلب از دانشجویان سال اول دانشگاه تشکیل شده بود و ترکیب جنسیتی آنها هم شبیه به ترکیب جنسی

گروه‌های قبل بود. این چهار گروه بر اساس چهار مقطع کتاب‌های اینترچنج (زرد، قرمز، آبی و سبز) انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفتند. اکنون به تشریح یافته‌هایی می‌پردازیم که با کاربرد این روش به دست آمده‌اند.

تحلیل یافته‌ها: مؤلفه‌های سبک زندگی در کتاب‌های اینترچنج

از تحلیل متن کتاب‌های اینترچنج، که بر اساس الگوی عبداللهیان و منفرد انجام شد، مؤلفه‌هایی از سبک زندگی که در این کتاب‌ها بازنمایی شده بود از متن این کتاب‌ها استخراج شد.

منظور از مؤلفه اموری است که مصداق عینی سبک زندگی محسوب می‌شوند. عناصری که زیمل، ویلن و وبر در آثار خود از آنها یاد کرده‌اند عبارت است از: شیوه تغذیه، خودآرایی (نوع پوشاک و پیروی از مد)، نوع مسکن (دکوراسیون، معماری و اثاثیه)، نوع وسیله حمل و نقل، شیوه‌های گذران اوقات فراغت و تفریح، اطفار (رفتارهای حاکی از نجیب‌زادگی یا دست و دل‌بازی، کشیدن سیگار در محافل عمومی، تعداد مستخدمان و آرایش آنها) (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۱۱) و حتی «خوردنی‌ها» (برلسون و استینر به نقل از مهدوی کنی، همان: ۲۱۲).

ما با جمع‌بندی مؤلفه‌های سبک زندگی از طریق مطالعه کتاب‌های اینترچنج به هفت نوع شاخص به شرح زیر دست یافتیم که این کتاب‌ها آنها را برای انتقال سبک زندگی آمریکایی به کار می‌برند:

۱. ارتباطات انسانی (ارتباطات بین‌فردی و ارتباطات درون خانوادگی)؛
۲. نوع مصرف (پوشش، خرید کالا و غذا)؛
۳. نوع مراسم و مناسبت‌های اجتماعی؛

۴. شیوه گذران تعطیلات و اوقات فراغت؛
۵. شیوه بازنمایی موفقیت و فرد موفق؛
۶. بازنمایی و دغدغه‌سازی تناسب اندام؛
۷. نوع شغل.

هر یک از موارد بالا خود نیز از راه‌های مختلفی در این کتاب‌ها بازنمایی یا برای انتقال ارزش‌های سبک زندگی به کار گرفته می‌شوند.

ارتباطات انسانی

همان‌طور که نشان دادیم ارتباطات انسانی دو بعد به شرح زیر دارد: ارتباطات بین‌فردی، ارتباطات درون‌خانوادگی.

ارتباطات بین‌فردی

این نوع ارتباط نیز خود در قالب چهار شکل زیر در این کتاب‌ها بازنمایی شده‌اند:

۱. ارتباط با غیرهم‌جنس؛
۲. ارتباط استاد - شاگردی؛
۳. ارتباط غیرهمسالان؛
۴. ارتباط مؤجر - مستأجری.

جزئیات تحلیل هر یک از چهار بخش به شرح زیر می‌باشد:

۱. روابط غیرهم‌جنس: داشتن پارتنر (همزیست) و طبیعی‌سازی این مسئله و حتی تأکید بر لزوم داشتن یک پارتنر در زندگی و پرداختن به حواشی این رابطه مثل تلاش افراد برای آنکه نزد خانواده پارتنر خود خوب و موجه جلوه کنند که این مسئله در موضوعات متفاوتی در کتاب دنبال می‌شود. مثلاً دعوت پارتنر به منزل برای معرفی او به

والدین، ملاقات با والدین در کافی شاپ و تلاش‌هایی از این قبیل که نشانه‌ی مشروعیت این نوع روابط خارج از ازدواج است و به همان اندازه ازدواج اهمیت دارند.

۲. روابط استاد - شاگردی: این روابط در فرهنگ آمریکایی محدود به محیط آکادمیک نیست و فراتر از آن و خارج از محیط‌های آموزشی، در محیط‌های صمیمی و غیررسمی مثل رستوران‌ها، کلوب‌ها و پارتی‌ها وجود دارد. استدلالی که برای این نوع روابط آورده می‌شود آن است که نقش افراد تنها در محیط خاصی اعتبار دارد و خارج از آن افراد می‌توانند برای یکدیگر نقش یک دوست را داشته باشند.

۳. روابط دوستانه و صمیمی غیرهمسالان: ارتباطات صمیمی جوانان و سالخورده‌گان خارج از چارچوب نصیحت و کوچک‌تر - بزرگ‌تری و خامی - دنیادیدگی است. در واقع در این نوع بازنمایی‌ها، کهن‌سالی و با تجربه بودن، معیار برتری و احترام (به‌گونه‌ای که ما در فرهنگ ایرانی برای سالخورده‌گان قائل هستیم)، تلقی نمی‌شود.

۴. روابط مؤجر - مستأجری: احترام به مستأجر و اهمیت به مسائل و مشکلات او و به عهده گرفتن مشکلات خانه توسط مؤجر حتی در کوچک‌ترین مسائل و مشکلات خانه مثل خرابی اجاق گاز و التزام مؤجر برای فراهم آوردن رفاه کامل مستأجر یکی دیگر از مسائل این کتاب‌ها را شامل می‌شود.

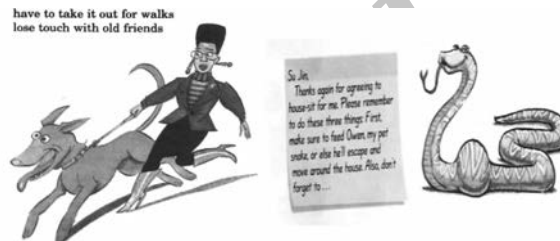
ارتباطات درون‌خانوادگی

دومین شکل از ارتباطات انسانی شامل ارتباطات درون خانوادگی است که خود در سه صورت زیر قابل بحث و ارزیابی می‌باشد:

۱. متن این کتاب‌ها به بیان تغییرات در خانواده آمریکایی پرداخته و اضافه می‌کند که خانواده‌های آمریکایی، متناسب با شرایط، تغییر رویه می‌دهند و خود را با زندگی

منطبق می‌کنند به خصوص در شرایط اقتصادی جدید که نیازهای مالی خانواده‌ها بیشتر شده است و این مسئله منجر به افزایش کار زنان در بیرون از منزل می‌شود.

۲. دومین شکل از اشکال ارتباطات درون خانوادگی به نگهداری حیوانات خانگی به ویژه سگ مربوط می‌شود که همیشه و در همه جا اعم از خانه، اتاق خواب شخصی، گردش در پارک و حتی در مهمانی‌ها و در حضور مهمانان، همراه خانواده حضور دارد (شکل ۱). حیوان خانواده دقیقاً همان موقعیت و امتیازهایی را دارد که سایر اعضای خانواده از آن برخوردارند. این مسئله یعنی همسان و هم‌ارزش تلقی شدن حیوان خانگی همچون سگ، با رفتاری قابل مقایسه است که اخیراً درباره نگهداری سگ در کشورمان دیده می‌شود. برای مخاطبان کتاب، تفاوت زندگی آزاد در آمریکا و در سایر جوامع از همین تقابل‌ها برداشت می‌شود. در حالی که نگهداری سگ در ایران جرم است و جریمه و مجازات دارد، در آمریکا سگ مانند عضوی از خانواده عزیز است.



شکل ۱. نمونه‌ای از تصاویر مربوط به نگهداری حیوانات

۳. اهمیت طراحی داخلی منزل و دغدغه بودن چیدمان وسایل، موضوع بسیاری از پیشنهادها کتاب برای بحث‌های آزاد کلاسی است که زبان‌آموزان را درگیر موضوع می‌کند.

نوع مصرف

دومین شاخص سبک زندگی در کتاب‌های اینترچنج نوع مصرف است. در این

❖ ۴۹ تحلیل بر بازنمایی ایدئولوژی...

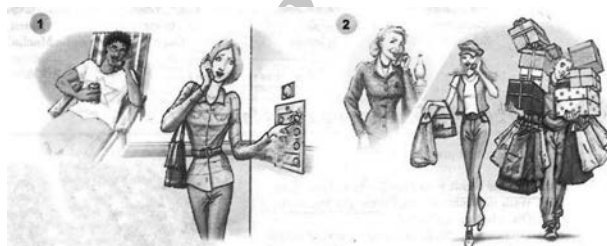
❖ کتاب‌ها رفتارهای مصرفی افراد را با عناوینی همچون پوشش، فرایند خرید و اهمیت غذا مورد بحث قرار می‌دهیم.

پوشش

دغدغه تهیه و خرید لباس مناسب تا حدی که فرد زمان بسیاری صرف می‌کند و در مراجعه به تمامی مراکز خرید هم کوتاهی نمی‌کند. اینها همه نشانه اهمیت لباس در معرفی شخصیت فرد است. حتی در یکی از عنوان‌های کتاب این بحث آغاز می‌شود که «آیا باید به افراد بر اساس پوشش آنها احترام گذاشت؟»

فرایند خرید و ضمانت کالا

تحلیل کتاب‌ها نشان می‌دهد که تمام آنچه مهم است کالا است. برقراری امکاناتی مثل سفارش تلفنی، اینترنتی، دریافت در محل و از همه مهم‌تر ضمانت‌نامه داشتن حتی برای کالاهایی مثل کیف، همه اینها نشانه اهمیت خرید کالا و مصرف است و برای ترغیب خریدار و مصرف‌کننده باید او را از دوام و کیفیت کالا مطمئن ساخت (شکل ۲).



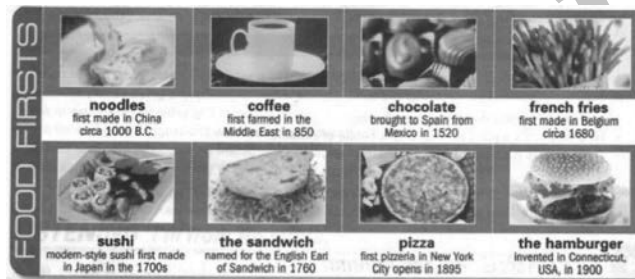
شکل ۲. نماد مصرف‌گرایی آمریکایی

غذا

غذا، تنوع غذایی، تجربه انواع غذاهای بومی و محلی و حتی دست‌پخت افراد بسیار مهم است (شکل ۳). یکی از مثال‌هایی که مرتب در این کتاب‌ها به آن اشاره می‌شود

همیشه به انواع غذاها و نحوه تهیه پخت آنها مربوط است. علاقه آمریکایی‌ها به تجربه انواع غذاهایی که از کشورهای مختلف نسخه‌برداری می‌شود نیز از دیگر نکات این کتاب‌ها می‌باشد.

از جمله مطالبی که در همین زمینه در این کتاب‌ها مطرح می‌شود مصرف مشروبات الکلی است که البته با استناد به نظر برخی از مدرسان زبان، برای آنکه این قسمت از کتاب‌ها واقعاً قابل فهم باشد، سعی می‌شود از جایگزین‌های مرسوم این مشروبات در فرهنگ ایرانی استفاده شود مانند شیر یا آبمیوه در حالی که در واقع در فرهنگ اسلامی - ایرانی هیچ جایگزینی برای مشروبات الکلی نیست.



شکل ۳. تنوع‌گرایی در مصرف خوراکی‌ها و انواع غذاها

مصرف غذاها و نوشیدنی‌های خاص، مخاطب را به فرهنگ و سطح زندگی افرادی که از همین غذاها و نوشیدنی‌ها مصرف می‌کنند مرتبط می‌کند چراکه مصرف این گونه غذاها و نوشیدنی‌های خاص تبدیل به نماد می‌شوند و همان‌طور که بارت معتقد بود خوردن استیک و شراب در فرانسه نشانه ملی‌گرایی است.

نوع مراسم و مناسبت‌های اجتماعی

سومین شاخص از شاخص‌های هفت‌گانه سبک زندگی، همانا مراسم و مناسبت‌های اجتماعی است که در این کتاب‌ها درج شده و می‌توان آنها را در دو دسته

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

کلی جای داد. یک دسته عبارت‌اند از آداب و رسومی که ریشه در مذهب و دین مردم دارد و به‌جز آمریکا کشورهای دیگری که دین رسمی‌شان مسیحیت است را نیز دربر می‌گیرد. مراسمی مانند جشن سال نو، کریسمس، عید پاک و مراسمی از این قبیل که در این کتاب‌ها مورد بحث قرار گرفته و در خلال این بحث‌ها مخاطب را با مراسم و فرهنگ رایج در دین مسیحیت و کشورهای مسیحی آشنا می‌کند. دسته دوم شامل مراسم و عادت‌هایی است که دینی نیستند و بیشتر وابسته به فرهنگ و زمینه اجتماعی هستند و بیشتر از دسته قبل قابلیت انتقال به فرهنگ‌های دیگر را دارند. به‌عبارت دیگر، این مراسم گستره جهانی دارند (شکل ۴). از جمله این مراسم می‌توان به عادت آمریکایی‌ها در انعام دادن و حتی مشخص کردن مقدار آن در قبال انجام خدمات مختلف اشاره کرد. همچنین می‌توان به جشن برداشت محصول یا جشن ولنتاین اشاره کرد که همه‌ساله در چهاردهم فوریه سال مسیحی برپا می‌شود و امروزه در اکثر کشورها از جمله ایران اما در سطحی محدود و با تهیه هدیه جشن گرفته می‌شود. البته از سال ۱۳۸۹، جشن گرفتن چنین روزی در ایران و فروش کادوهای مخصوص آن و استفاده از هرگونه نمادی از این مراسم جرم تلقی می‌شود و مغازه‌های متخلف جریمه می‌شوند.



شکل ۴. شیوه برگزاری جشن در سه گروه مختلف: جشن شکرگذاری، ولنتاین و سال نو

شیوه گذران تعطیلات و اوقات فراغت

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

شاخص چهارم سبک زندگی، شیوه گذران اوقات فراغت در این کتاب‌هاست. اشاره کتاب‌ها به مهمانی و پارتی‌ها^۱ و اشاره مداوم به کلوب‌های رقص و موسیقی به‌عنوان محلی برای تجمع و شکل‌گیری حوزه‌های عمومی‌ای که بتوان در آنها به بحث، اعتراض و انتقادی صحیح و نتیجه‌دار پرداخت از دیگر موضوعاتی است که در این کتاب‌ها به تناوب مطرح می‌شود (شکل ۵).



شکل ۵. تقابل شیوه گذران تعطیلات

گذراندن تعطیلات با مسافرت‌های خارج از کشور مانند سفر به هند یا هاوایی به‌عنوان یکی دیگر از شیوه‌های گذراندن تعطیلات نشان داده می‌شود که هزینه‌های گزافی را به همراه دارد و در ایران با توجه به درآمد کم، امکان چنین سفرهایی در فواصل کوتاه برای اغلب خانواده‌ها بسیار کم است (شکل ۶).



شکل ۶. موج‌سواری و درخت نخل به علامت تقابل در مکان‌های تفریحی

1. Party

همچنین در این کتاب‌ها به تورهای برگزارکننده ورزش‌های هیجان‌انگیز به همراه بازدید از نقاط مختلف ایالات متحده اشاره می‌شود که در ایران ظرفیت چنین تورها و ورزش‌هایی کم است و هزینه زیادی دربر دارد. شاید اشاره به بحث بورديو درباره ورزش کمک کند تا اثر این نمادها را بهتر متوجه شویم. بورديو در خصوص ورزش بیان می‌کند که وضعیت طبقاتی، معنای فعالیت و ورزش و مزایای ناشی از آن را تعریف می‌کند.

شیوه بازنمایی موفقیت و فرد موفق

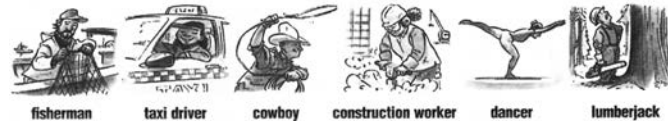
شاخص پنجم سبک زندگی به شیوه بازنمایی موفقیت مربوط می‌شود. در این کتاب‌ها مثال‌هایی از افراد موفق، اهداف و آرزوهای آنان در گذشته و به حقیقت پیوستن و یا نپیوستن آنها در زمان حال، جزئی شدن در راز و رمزهای موفقیت این افراد در کتاب بسیار مورد توجه است. البته در اکثر موارد در مورد ملیت فرد موفق سکوت می‌شود اما این سکوت در کنار تصویری از یک ظاهر غربی است. این تصاویر همچنین اشاره می‌کنند که این فرد با در اختیار داشتن امکاناتی که در آمریکا موجود بوده به این موفقیت رسیده است.

بازنمایی و دغدغه‌سازی تناسب اندام

ششمین شاخص بازنمایی‌کننده سبک زندگی در کتاب‌های ایتترچنج، به این پرسش‌ها می‌پردازد که چگونه می‌توان وزن خود را کم کرد؟ وزن مناسب برای شما چیست؟ چگونه به وزن متناسب خود برسیم؟ و پرسش‌هایی از این دست که بحث آزاد کلاسی را با محور تناسب اندام و وزن به‌عنوان یکی از دغدغه‌های زندگی به راه می‌اندازد.

نوع شغل (تجارت، مدلینگ، رقص)

سرانجام، شاخص هفتم سبک زندگی در کتاب‌های اینترچنج، به شغل و حرفه مربوط است (شکل ۷). تجارت، مدل بودن و رقصندگی سه شغلی هستند که بارها در کتاب‌های اینترچنج به آنها اشاره شده و حتی به بیان راز و رمزهای موفقیت در این شغل‌ها پرداخته شده است.



شکل ۷. انواع مشاغل تبلیغ شده در کتاب‌های اینترچنج

تحلیل دریافت مخاطبان از کتاب

برای تحلیل بخش دوم از این مطالعه و به منظور مراجعه به نمونه‌های مورد نظر یعنی افرادی که یادگیری زبان را به کمک کتاب‌های اینترچنج انجام می‌دهند در چهار جلسه به یکی از آموزشگاه‌های زبان در مرکز شهر تهران مراجعه کردیم و طی چهار بحث گروهی با چهار گروه از زبان‌آموزان، در مورد این کتاب‌ها با آنها گفتگو و بحث کردیم. از آنجا که در نحوه برگزاری بحث به دنبال شکل گرفتن فضایی بودیم که در آن موجی از نظرها یا به اصطلاح یک طوفان مغزی شکل بگیرد، از این جهت از ساختار یک مصاحبه نیمه استاندارد پیروی کردیم. در راهنمای مصاحبه چند موضوع مختلف را دنبال و بحث را با یک پرسش باز آغاز می‌کردیم. موضوع‌ها یا همان پرسش‌های بازی که مدنظر داشتیم این بود که بفهمیم در ابتدا دریافت مخاطبان کتاب‌های اینترچنج از سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها چیست؟ مسئله مهم بعدی این بود که مخاطبان تا چه اندازه شباهت و نزدیکی بین سبک زندگی شخصی خود و سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها می‌بینند؟ و مسئله سوم این بود که

تحلیلی بر بازنمایی ایدئولوژی... ❖ ۵۵

مخاطبان این کتاب، تا چه اندازه این کتاب‌ها را در ایجاد تغییرات فرهنگی مؤثر می‌دانند؟ که البته قبل از آنکه این پرسش را مستقیماً مطرح کنیم، پرسش‌های زمینه‌ای را مطرح می‌کردیم: از جمله از آنها پرسیده شد که به نظر شما ما در فرهنگ خودمان چه مراسم یا عادت‌هایی شبیه به آنچه در کتاب نشان داده شده داریم؟ شما کدام مؤلفه از سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها را در زندگی شخصی خودتان دارید؟

سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

تحلیل و مقوله‌بندی پاسخ‌ها

از جمع‌بندی و تحلیل مطالب چهار بحث گروهی، مقوله‌های سه‌گانه‌ای که در ادامه می‌آید به دست آمد:

- افراد از سبک زندگی بازنمایی شده در کتاب‌های اینترنتی دریافت ویژه خود را دارند.

- سبک زندگی شخصی افراد با سبک زندگی بازنمایی شده در این کتاب‌ها شباهت پیدا کرده است.

- بازنمایی سبک زندگی خاص در این کتاب‌ها موجب تغییرات فرهنگی همسو می‌شود.

البته لازم به ذکر است که به منظور انجام این مقوله‌بندی، در اینجا از کدگذاری موضوعی استفاده شده است. این کدگذاری بر اساس پرسش‌هایی انجام می‌شود که از قبل طراحی شده‌اند. این شیوه کدگذاری دقیقاً متناسب با نمونه‌گیری نظری است یعنی «نمونه‌گیری بر اساس گروه‌هایی انجام می‌شود که به نظر می‌رسد دیدگاه‌هایشان بیشترین سود را برای تحلیل به همراه دارد» (فلیک، ۱۳۸۷).

دریافت افراد از سبک زندگی بازنمایی شده در کتاب‌های اینترچنج

برداشت‌های ما از متن مصاحبه‌ها به شرح زیر می‌باشد.

اول اینکه، تعدادی از مخاطبان معتقد بودند که سبک زندگی که در این کتاب‌ها نشان داده می‌شود کاملاً و عمدتاً آمریکایی است.

تعداد بسیاری از زبان‌آموزان سبک زندگی بازنمایی در این کتاب‌ها را کاملاً آمریکایی نمی‌دانستند و به تصاویری که از زردپوستان شرق آسیا در کتاب‌هایشان وجود داشت اشاره می‌کردند تا نظرشان را ثابت کنند. هرچند وقتی از آنها پرسیده می‌شد تعداد این تصاویر در مقایسه با تصاویر خاص آمریکایی (مثل ستارگان هالیوود، رئیس‌جمهور و دیگر نشانه‌های آمریکایی) چقدر است؟ پاسخ دقیقی نمی‌دادند.

افراد هم که پذیرفته بودند فرهنگ و سبک زندگی بازنمایی شده در کتاب‌های اینترچنج، آمریکایی است، آن را امری طبیعی تلقی می‌کردند و معتقد بودند که نمی‌شود انتظار داشت که باید غیر از این باشد.

شباهت سبک زندگی شخصی افراد با سبک زندگی بازنمایی شده در کتاب‌های اینترچنج

از نظر بسیاری از افرادی که در مصاحبه‌های ما شرکت کرده بودند، شباهت‌های فرهنگ ایرانی و سبک زندگی ایرانی با این کتاب‌ها و آنچه در آنها بازنمایی می‌شود بسیار زیاد است.

آگه اونا ولنتاین دارن، خب ما هم روز مادر و روز زن و پدر و این جور روزا داریم (مرد، ۲۱ ساله).

اونا این همه از کریسمس تو کتاب‌هاشون می‌گن. ما شاید کریسمس رو نفهمیم ولی نوروز رو که می‌فهمیم (مرد، ۲۸ ساله).

من سگ نگه نمی‌دارم ولی پرنده دارم و دقیقاً همین‌طور که تو این کتاب‌ها نوشته کلی بهشون می‌رسم و برام مهمن (زن، ۲۱ ساله).

تغییرات فرهنگی حاصل از بازنمایی سبک زندگی خاص در این کتاب‌ها

تقریباً می‌توان گفت از نظر بیشتر زبان‌آموزانی که در بحث ما شرکت کردند، تغییرات فرهنگی که این کتاب‌ها یا تعامل با آنها به وجود می‌آورد، در مقایسه با رسانه‌های دیگری مثل اینترنت و ماهواره تقریباً هیچ است. البته از نظر برخی دیگر، خیلی از تغییرات فرهنگی که در کشور ما به وجود آمده تحت تأثیر خانواده و روابط انسانی است.

این کتاب‌ها اصلاً تأثیری ندارند. اینترنت در حال حاضر بیشترین تأثیر رو داره (مرد، ۲۶ ساله).

برای اینکه به عادت‌های از زندگی آدم حذف بشه یا مثلاً به شیوه خاص زندگی رو انتخاب کنی، خانواده بیشترین نقش رو داره (مرد، ۲۸ ساله).
خود من از طریق دوستم با ولستاین آشنا شدم. بعدها او مدرم و تو این کتاب‌ها داستاشو خوندم. پس می‌بینی که جامعه خیلی مؤثرتره (زن، ۲۴ ساله).

نتیجه‌گیری

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که «قدرت»، اشکال مختلفی در زندگی امروز دنیا از جمله ایرانیان پیدا کرده و فقط سخت‌افزاری نیست. همین‌طور، پدیده قدرت تنها یک ادعا نیست بلکه به اشکال گوناگون از جمله کتاب‌های آموزش زبان و به شیوه‌ای نرم خود را متبلور می‌کند و حتماً آن‌طور که اغلب تصور می‌شود، عمدی، آگاهانه، سخت و مستقیم نبوده و در این کتاب‌ها نیز با این ویژگی‌ها گنجانده نمی‌شود. از جمله می‌توان گفت زبان یکی از اشکال بازتولید قدرت در شیوه نوین و نرم آن است که در این کتاب‌ها از آن استفاده می‌شود. علاوه بر زبان، آموزش هم یکی دیگر از وجوه انتقال قدرت غیرمادی و غیر ملموس است. آشنایی با دیگر فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی در روند آموزش که در واقع محل شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها هستند، امری متفاوت است

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

❖ که در طرح مسئله این مطالعه به آن اشاره کردیم. آموزش، قدرت بازتولید اندیشه‌ها و مناسب را داراست و می‌تواند به ذائقه و سلیقه افراد نیز شکل ببخشد.

در این مطالعه و در قسمت اول، شیوه‌های انتقال ایدئولوژی از طریق بازنمایی سبک زندگی در این کتاب‌ها استخراج و تحلیل شد و نتایج نشان دادند که ایدئولوژی مسلط در این کتاب‌ها بر محور تأکید بر این است که زندگی آمریکایی نمادی از لذت‌جویی را به ذهن متبادر می‌کند و مهد فرصت‌های جدید می‌باشد. بر این سیاق، ایدئولوژی مندرج در این کتاب‌ها، سبک زندگی مصرفی آمریکایی را بازنمایی کرده و تبلیغ می‌کند. اما در قسمت دوم مقاله که دریافت و برخورد مخاطبان این کتاب‌ها را مدنظر قرار دادیم، متوجه شدیم که بیشتر زبان‌آموزان معتقد بودند که آشنایی آنها با سبک زندگی در این کتاب‌ها تأثیر زیادی بر زندگی آنها نداشته است و بیشترین تأثیر را از سایر رسانه‌ها همچون ماهواره و اینترنت می‌پذیرند. آنها همچنین معتقد بودند که پیش از شرکت در کلاس‌های زبان‌آموزی نیز با بعضی مراسم مثل ولتاین آشنا شده بودند که یا از طریق اینترنت یا از طریق روابط انسانی صورت پذیرفته است. از آن گذشته بیشتر افراد به این کتاب‌ها فقط به‌عنوان کتاب درسی می‌نگریستند و معتقد بودند موضوعات و مثال‌های ابتدایی این کتاب‌ها بر تقلید آنها از این نوع زندگی هیچ تأثیری ندارد. در عین حال عده‌ای از پاسخگویان، به نکات مثبتی از متن کتاب‌ها اشاره می‌کردند که آنها را با برخی سنن ایرانی مقایسه می‌کردند و معتقد بودند این نکات مثبت مورد پسند آنها می‌باشد. به‌نظر می‌رسد این‌گونه مخاطبان معتقد بودند که وقتی مخاطب تشخیص می‌دهد که این‌گونه نکان مثبت یا رفتار یا عادت‌هایی که در کتاب نشان داده می‌شود، نکته خوبی است، سعی می‌کند آن را در زندگی و فرهنگ ایرانی خود تلفیق کند و در انتقال آن

❖ سال سیزدهم، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱

از یک زمینه به زمینه‌ای دیگر، معنای جدیدی از آن تولید کند که همان بریکولاژی است که در بحث نظری به آن اشاره کردیم.

آنچه در جریان مطالعه، جالب به نظر آمد همانا فضا و زمینه‌ای بود که زبان‌آموزان در آن درس می‌خوانند. می‌توان این‌گونه گفت که فضای کلاس‌های زبان برای برخی زبان‌آموزان، یک فضای عمومی جایگزین است که به موازات فضای عمومی رسمی ایرانی به وجود آمده است. این چنین فضایی و مناسکی که در آن انجام می‌شود و تکلم به زبان غیرفارسی و درگیری مداوم با آداب و رسوم‌های سایر جوامع در واقع معرف حضور یک فضای غیرایرانی در داخل ایران است.

Archive of SID

منابع و مأخذ

- اکو، امبرتو، (۱۳۷۳). «زبان، قدرت، نیرو». ترجمه بابک سیدحسینی. فصلنامه *ارغنون*، شماره ۴. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بورديو، پي‌یر، (۱۳۸۱). *نظريه کنش*. ترجمه اکبر معصوم‌بیگی. تهران: آگه.
- بورديو، پي‌یر، (۱۳۹۰). *نمايز (نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی)*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: ثالث.
- پن شویره، کریستی و الیویه فونتن، (۱۳۸۵). *واژگان بورديو*. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نی.
- تامپسون، جان، (۱۳۷۸). *ایدئولوژی و فرهنگ مدرن*. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: مؤسسه فرهنگی آینده پویان.
- حریری، نجلا، (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد.
- عبداللهیان، حمید و لیلا مئفرد، (۱۳۸۷). «روش‌شناسی و تحلیل ایدئولوژی در متون ارتباطی». *نامه صادق*، شماره اول. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- غائب، فریده، (۱۳۸۶). «سرمایه فرهنگی و تأثیر آن بر سبک زندگی دختران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- فلیک، اووه، (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نی.
- مهدوی‌کنی، محمدسعید، (۱۳۸۷). «مفهوم سبک زندگی». فصلنامه *تحقیقات فرهنگی*. شماره ۱، تهران: وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- نگری، آنتونیو و مایکل هارت، (۱۳۸۴). *امپراتوری*. ترجمه رضا نجف‌زاده. تهران: قصیده‌سرا.
- وبلن، تورستین، (۱۳۸۳). *نظریه طبقه مرفه*. ترجمه فرهنگ ارشاد. تهران: نی.
- Hall, Stuart, (1997). *Representation; Cultural Representations and Signifying Practices*. Open University: Sage Publication.

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی