

بازنمایی جنسیت در متون دیداری کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی به غیر انگلیسی‌زبانان از منظر نشانه‌شناسی

اجتماعی تصویر؛ مطالعه موردی:

American English File (2), Four Corners (2) & Interchange (2)

طاهره رضائی^{۱*}، فرزانه سجودی^۲

۱. دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

۲. دانشیار نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی، دانشگاه هنر، تهران، ایران

پذیرش: ۹۳/۶/۸

دریافت: ۹۳/۲/۲۴

چکیده

در این مقاله برآنیم تا چگونگی بازنمایی عامل جنسیت را در تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی (*American English File (2), Four Corners (2) & Interchange (2)*) مورد بررسی قرار دهیم. چارچوب نظری به‌کارگرفته‌شده در نگارش این مقاله، الگوی نشانه‌شناسی^۱ هلیدی^۲ و به دنبال آن، به‌طور مشخص، نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر کرس^۳ و فان لیوون^۴ ([1996] 2006 می‌باشد). تولید متن، از جمله تصویر، یک عمل گفتمانی و در نتیجه، اجتماعی است. این کنش اجتماعی در مورد کتاب‌های درسی که برای زبان‌آموزان غیر انگلیسی‌زبان نوشته شده است، در سطحی فراتر، یعنی بینا فرهنگی عمل می‌کند. در نتیجه، پیوسته این مسئله وجود دارد که آیا ممکن است فرهنگ مرکز، یعنی جامعه انگلیسی‌زبان، از طریق متون کتاب‌های درسی، سازوکارهای گفتمانی تولید کند که در آن دیگری ویژگی‌های غیر و غریب را پیدا کند و خود، طبیعی و آشنا تلقی شود؟ این پژوهش با بررسی تصاویر، متون و عناوین زبانی و حاشیه آن تصاویر، کاوش می‌کند که کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی چگونه فرهنگ جامعه انگلیسی‌زبان را احتمالاً به‌عنوان فرهنگ بدیهی، طبیعی و اجتناب‌ناپذیر به تصویر می‌کشند و دیگران را به غیرهایی که فقط در صورت جذب در این فرهنگ، غیریت خود را از دست می‌دهند، تبدیل کرده و به تصویر می‌کشند. هدف اصلی این پژوهش

دوماهانامه جستارهای زبانی
ش ۳ (پیاپی ۲۴)، مرداد و شهریور ۱۳۹۴، صص ۱۱۵-۱۴۰

E-mail: Tahereh_Rezaei2002@yahoo.com

* نویسنده مسئول مقاله:



این است که متون آموزش زبان انگلیسی را به‌طور گسترده، تحلیل کرده و کارکردهای متفاوت گفتمانی، اجتماعی و فرهنگی آن‌ها را بررسی نماید. همچنین بررسی نقش تصاویر در این عمل گفتمانی بینا فرهنگی، تفاوت‌های فرهنگی و چگونگی بازتاب آن‌ها در کتاب‌های درسی آموزش زبان انگلیسی، کارکردهای ایدئولوژیکی تصاویر و چگونگی وجه‌نمایی در تصاویر کتاب‌های درسی، اهداف فرعی این پژوهش را تشکیل می‌دهند.

واژگان کلیدی: نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر^۵، جنسیت، معنای باز نمودی^۶، معنای تعاملی^۷، معنای ترکیبی^۸.

۱. مقدمه

کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی به غیر انگلیسی‌زبانان، امروزه به‌شدت چندشیوه هستند و از لایه‌های تصویری و نوشتاری در کنار هم استفاده می‌کنند؛ اما تصاویر این‌گونه کتاب‌ها چه چیزی را به ما القا می‌کنند؟ تصاویر ظاهراً کمک می‌کنند تا انگلیسی را آسان‌تر یاد بگیریم. ولی در ضمن به نظر می‌آید که الگوهایی از یک فرهنگ و ساختار گفتمانی مسلط در آن فرهنگ را به ما ارائه می‌دهند. آن‌ها پیوسته، خود (جامعه انگلیسی‌زبان) را به تصویر می‌کشند؛ اما چطور این کار را می‌کنند؟ در این مقاله برآنیم تا با تحلیل پنج تصویر از کتاب‌های ذکر شده، پاسخی مناسب برای این پرسش پیدا کنیم. مطالعه ما براساس زبان‌شناسی نقش‌گرای هلیدی و به دنبال آن، به‌طور مشخص، الگوی نشانه‌شناسی کرس و فان لیوون (۲۰۰۶) انجام می‌شود که تصاویر در سه سطح معنای باز نمودی، تعاملی و ترکیبی بررسی می‌شوند. این مقاله می‌کوشد به این سؤال بپردازد که در تصاویر مربوط به کتاب‌های آموزشی یاد شده، جنسیت^۹ چگونه بازنمایی می‌شود؟

درخصوص سؤال طرح شده بالا هم فرضیه‌ای بدین قرار وجود دارد: به نظر می‌رسد که تصاویر کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی به غیر انگلیسی‌زبانان می‌کوشند فضایی فاقد سوگیری جنسیتی را به تصویر بکشند؛ اما این پژوهش نشان می‌دهد که دلالت‌های ضمنی‌ای بر سوگیری جنسیتی در این کتاب‌ها وجود دارد.

روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی و تحلیلی است و نگارندگان با مراجعه به کتابخانه‌ها و مراجع ذی‌ربط به مطالعه دقیق منابع کتابخانه‌ای پرداخته‌اند.

۲. پیشینه تحقیق

این پژوهش بر مبنای دستاوردهای نشانه‌شناسی هلیدی و نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر کرس و فان لیوون انجام شده است. در این دیدگاه، نشانه‌ها و عمل ارتباط از طریق نشانه‌ها، عملی اجتماعی است و با دیگر اعمال اجتماعی ما و همچنین با ساختارهای اجتماعی، ارتباطی دوسویه دارد و نشانه، بازتاب مناسبات اجتماعی و به‌نوعی، در خدمت بازتولید روابط قدرت است.

مفهوم فرانقش^{۱۱} از مایکل هلیدی گرفته شده است. سه فرانقشی که او از آن‌ها نام می‌برد، عبارت‌اند از: فرانقش اندیشگانی^{۱۱}، فرانقش بینافردی^{۱۲} و فرانقش متنی^{۱۳}. این فرانقش‌ها محدود به گفتار و نوشتار نمی‌شوند، بلکه در تمام روش‌های نشانه‌شناسی کاربرد دارند (Kress & Van Leeuwen, 2006: 43). در نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، به پیروی از سه فرانقش اندیشگانی، بینافردی و متنی که هلیدی (1978) آن‌ها را مطرح می‌کند، برای تصویر نیز سه فرانقش قایل می‌شوند. آن‌ها به‌جای فرانقش اندیشگانی، از فرانقش بازنمودی، به‌جای فرانقش بینافردی از فرانقش تعاملی و به‌جای فرانقش متنی از فرانقش ترکیبی استفاده کرده‌اند.

با توجه به پیشرفت روزافزون علم نشانه‌شناسی و زبان‌شناسی، به‌ویژه نشانه‌شناسی اجتماعی و با توجه به گسترش آموزش زبان انگلیسی در ایران و جدیت مسئله تعامل بینافرهنگی، از طریق کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی، انجام چنین پژوهش انتقادی‌ای در چارچوب نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، بدون شک مؤثر، مفید و بدیع است.

۲-۱. نشانه‌شناسی چیست؟

کوتاه‌ترین تعریف برای نشانه‌شناسی شاید این‌گونه باشد که نشانه‌شناسی مطالعه نشانه‌هاست یا چنان‌که امبرتو اکو می‌گوید: نشانه‌شناسی با هر چیزی که بتواند نشانه قلمداد شود، سروکار دارد (Eco, 1979: 7). نشانه‌شناسی، امروز مطالعه نشانه را به شکلی منزوی و جدا نمی‌پذیرد و آن را در یک نظام نشانه‌ای بررسی می‌کند (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۷). نشانه‌شناسی به‌مثابه دانشی که نقش نشانه‌ها را در جامعه بررسی می‌کند، پیش‌بینی می‌شود.



سوسور، نشانه‌شناسی را علم بررسی نشانه‌های منفرد نمی‌داند؛ بلکه علم بررسی نظام‌های نشانه‌ای می‌داند که بدیهی است پدیده‌های اجتماعی‌اند. نشانه، بیرون از نظام نشانه‌ای بی‌معنی است و تلقی کارکردی بیرون از زندگی اجتماعی برای نظام‌های نشانه‌ای به همان اندازه بی‌ربط است (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۴۱). در نشانه‌شناسی به‌جای مطالعه یک عامل زبانی-متنی در شرایط ایستا، با چند عامل در شرایطی پویا و کاربردمدار روبه‌رو هستیم. پس باید بیشترین عامل‌ها و پارامترهای تأثیرگذار ممکن در معناسازی در نظر گرفته شوند. نشانه‌شناسی به دلیل تعامل با بسیاری رشته‌های دیگر، اساساً رویکردی چندرشته‌ای است. بنابراین نشانه‌شناسی معاصر مجبور است در مطالعه متن، پیوسته روش خود را با توجه به متن‌ها، بافت‌ها، شرایط موقعیتی و اجتماعی-فرهنگی مختلف تعدیل کند (ساسانی، ۱۳۸۹: ۷۸).

۲-۲. تحلیل گفتمان انتقادی

تحلیل گفتمان انتقادی از بازنمایی ارزش‌ها، تبعیض‌ها، جهان‌بینی‌ها، روابط قدرت و مؤلفه‌هایی نظیر آن در جای‌جای زبان صحبت می‌کند. فیلسوف و متفکر این رویکرد، میشل فوکو، بر این باور است که هیچ متنی عاری از جهان‌بینی‌ها و مؤلفه‌های ارزشی نیست. برخی از شخصیت‌هایی که در حوزه تحلیل گفتمان انتقادی پژوهش می‌کنند، بر این باورند که دستور نقش‌گرای نظام‌مند^۴ هلیدی، درون‌داد نظری و توصیفی بسیار مناسبی برای انجام دادن تحلیل گفتمان انتقادی است.

تحقیقات تحلیل گفتمان انتقادی حوزه‌هایی مانند تحلیل سازمانی، آموزشی، ارتباط کلان، نژادپرستی و میهن‌دوستی را تحت پوشش قرار می‌دهد. گفتمان نه‌تنها زبان نوشتاری و گفتاری است، بلکه تصاویر را نیز دربرمی‌گیرد. تحلیل متون که شامل تصاویر نیز می‌شود، باید شامل ویژگی‌های خاصی از نشانه‌شناسی تصویر و رابطه بین زبان و تصویر باشد. به هر حال در تحلیل گفتمان انتقادی، گرایشی به سمت تحلیل تصاویر وجود دارد؛ گویی تصاویر متون زبانی هستند. هاج و کرس (۱۹۸۸) و کرس و فان لیوون (۱۹۹۶) تلاش می‌کنند تا نظریه و شیوه‌ای برای تحلیل متون چندشیوه، یعنی متونی که از نظام‌های نشانه‌شناسی متفاوت، مانند زبان و تصاویر و یا صدا استفاده می‌کنند، به وجود بیاورند. تحلیل گفتمان

انتقادی بر این باور است که شیوه‌های گفتمانی به خلق و بازتولید روابط قدرت نابرابر بین گروه‌های اجتماعی، به‌طور مثال بین طبقات اجتماعی، بین زنان و مردان و بین اقلیت‌ها و اکثریت‌های قومی کمک می‌کنند. تحلیل گفتمان انتقادی خود را به‌لحاظ سیاسی بی‌طرف نمی‌داند و از گروه اجتماعی سرکوب‌شده جانبداری می‌کند.

۳-۲. معنای بازنمودی

در سطح معنای بازنمودی، تصاویر از الگوی روایتی^{۱۵} یا مفهومی^{۱۶} پیروی می‌کنند. الگوهای روایتی اعمال، وقایع و مراحل تحول را نشان می‌دهند. در تصاویر روایتی، بردار^{۱۷} وجود دارد. بردار، خطی است که مشارکت‌کنندگان را به هم وصل می‌کند. تصاویر روایتی خود به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ تصاویری که در آن‌ها کنشی وجود دارد و تصاویری که در آن‌ها واکنشی وجود دارد. تصاویر کنشی نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ تصاویر گذرا^{۱۸} و تصاویر ناگذر^{۱۹}. اگر در تصویری هم بیننده (ناظر) و هم شخص یا حیوان و یا شیء که بیننده به آن نگاه می‌کند (منظور)، حضور داشته باشند، یعنی هم کنش‌گر و هم هدف در تصویر باشند، آن تصویر، «تصویری گذرا» خواهد بود. تصاویر ناگذر به سه دسته تقسیم می‌شوند؛ نوع اول این تصاویر شامل تصاویری است که در آن‌ها تنها ناظر یا کنش‌گر و بردار وجود دارد. این تصاویر هدف کنش را در خود ندارند. نوع دوم این تصاویر شامل تصاویری است که هدف، یعنی مفعول کنش را به همراه برداری نشان می‌دهند. در این‌گونه تصاویر آغازگر عمل یا کنش‌گر در تصویر حضور فیزیکی ندارد. این‌گونه تصاویر تنها یک رویداد را نشان می‌دهند. نوع سوم تصاویر ناگذر، تصاویری هستند که در آن‌ها تنها قسمت کوچکی از کنش‌گر، یعنی تنها پاها یا دست‌ها و یا کل بدن او، به‌استثنای سر و غیره، نشان داده می‌شوند. این‌گونه تصاویر در تحلیل انتقادی متون دیداری از اهمیت بسیاری برخوردار هستند. به همان طریق که گاه در جملات مجهول عامل یا همان انجام‌دهنده کار برای جلوگیری از شناخته‌شدن، حذف می‌شود. البته گاهی اوقات بردارها دوسویه هستند. گاه در تصاویر روایتی کنشی وجود ندارد. در این تصاویر خط دید مشارکت‌کنندگانی که به هم خیره شده‌اند- چنان‌که این خط دید به سوی بیننده نباشد- یک نوع بردار است؛ بنابراین در



تصاویر روایتی واکنشی، به جای کنش‌گر، واکنش‌گر و به جای هدف، پدیده وجود دارد. تصاویری که دارای بردار نیستند، مفهومی‌اند. آن‌ها به لحاظ تصویری، اشیاء، مکان‌ها و اشخاص را تعریف، طبقه‌بندی و تحلیل می‌کنند. این تصاویر بر سه قسم می‌باشند: طبقه‌بندی^{۲۰}، نمادین^{۲۱} و تحلیلی^{۲۲}. تصاویر طبقه‌بندی، طبقه‌بندی اشخاص، مکان‌ها و اشیای متفاوت را در یک تصویر جمع کرده و وجوه اشتراک آن‌ها را به نمایش می‌گذارند. ساخت‌های نمادین به این موضوع اشاره دارند که یک مشارکت‌کننده چیست و چه معنایی دربردارد.

شاخص‌های نمادین^{۲۳} اشیایی هستند که یک یا چند مشخصه از این مشخصات را دربردارند: الف. با قرار گرفتن در پیش‌زمینه یا اندازه بزرگشان یا داشتن نور و جزئیات زیاد در تصویر و یا رنگ، برجسته می‌شوند؛ ب. به آن‌ها اشاره می‌شود مانند فلش‌ها که فهم تصویری یک مشارکت‌کننده را به فهم زبانی آن وصل می‌کنند؛ پ. خارج از تصویر به نظر می‌رسند؛ ت. به طور قراردادی دارای ارزش نمادین می‌باشند (Kress & Van leeuwen, 2006: 105- 106). ساخت‌های تحلیلی، مشارکت‌کنندگان را از دیدگاه ساختار جزء به کل به هم ربط می‌دهند. آن‌ها شامل دو مشارکت‌کننده حامل^{۲۴} (کل) و هر تعداد شاخص‌های ملکی^{۲۵} (اجزا) هستند (Ibid: 87- 88).

۲-۴. معنای تعاملی

جهت نگاه مشارکت‌کنندگان موجود در تصویر، چگونگی قرارگرفتن آن‌ها در تصویر و پیام یا درخواستی که از طریق تصویر ارائه می‌شود، معنای تعاملی تصویر را شکل می‌دهد. گاه تصویر خطاب مستقیم ایجاد می‌کند. در این‌گونه موارد کنش تصویری به وجود می‌آید. تولیدکننده، از تصویر برای تأثیر بر بیننده، فراخواندن^{۲۶} او بر عملی یا باوری استفاده می‌کند. به همین دلیل با پیروی از هلیدی (1985) چنین تصاویری را فراخواننده می‌نامیم. آنچه در تصویر نشان داده می‌شود، می‌تواند ارتباط مشخصی با بینندگان ایجاد کند. هنگامی که افراد داخل قاب تصویر به بینندگان لبخند می‌زنند، از بینندگان می‌خواهند که به لحاظ اجتماعی به آن‌ها نزدیک شوند. آن‌ها ممکن است که با تحقیری سرد به بیننده خیره شوند. به هر حال از

بینندگان می‌خواهند که با آن‌ها ارتباط برقرار کنند. گاه نیز حالات صورت مشارکت‌کنندگان داخل تصویر جنبه منفی دارد؛ به‌طور مثال آن‌ها به بیننده اخم می‌کنند. باز هم در این مورد آن‌ها با بیننده ارتباط برقرار می‌کنند. هنگامی که اشخاص درون تصویر به بینندگان نگاه می‌کنند، با آن‌ها تماسی^{۲۷} برقرار می‌کنند؛ بنابراین برداری از خط دید آن‌ها تشکیل می‌شود. کرس و فان لیوون چنین تصاویری را «فراخواننده» می‌نامند. در این تصاویر شخصیت‌های درون تصویر از بینندگان چیزی می‌خواهند. از آن‌ها درخواستی دارند یا این‌که آن‌ها را سرزنش می‌کنند. گاه نیز هر دو مورد با هم اتفاق می‌افتد. عدم حضور چنین تماسی، نوع نگاه ما را به این شخصیت‌ها تغییر می‌دهد. در چنین مواقعی ما خود را از آن‌ها جدا می‌پنداریم. چنین تصاویری را کرس و فان لیوون «نشان‌دهنده»^{۲۸} می‌نامند. ما در این‌گونه تصاویر اشخاص درون قاب تصویر را در حالت نمایشی خواهیم دید. آن‌ها ما را وادار می‌کنند که به آن‌ها بنگریم؛ همان‌طور که به مردمی که متوجه نگریستن ما نمی‌باشند، می‌نگریم.

هنگامی که عکس‌ها از روبه‌رو گرفته می‌شوند، بیننده با مشارکت‌کننده^{۲۹} درون تصویر بیشترین درگیری را دارد. در این صورت، نگاه ما هم‌سطح چشم خواهد بود که نشان‌دهنده برابری مشارکت‌کنندگان داخل قاب تصویر و بینندگان می‌باشد. هنگامی که عکس‌ها از پشت گرفته می‌شوند، بیننده با مشارکت‌کننده درون تصویر کمترین درگیری را دارد. با نگاه بر این‌گونه تصاویر بیننده احساس می‌کند که اشخاص درون قاب تصویر به دلایل متفاوت (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مذهبی و غیره) از وی دور می‌باشند. هنگامی که عکس‌ها از پهلو گرفته می‌شوند، بیننده در کنار مشارکت‌کننده تصویر قرار گرفته و درگیری چندانی با آن ندارد. تولیدکننده تصویر باید مشخص کند که مشارکت‌کنندگان به بیننده نزدیک باشند یا این‌که از وی دور باشند. این فاصله به اندازه قاب^{۳۰} ترجمه می‌شود؛ بنابراین اندازه قاب می‌تواند از نوع نمای نزدیک^{۳۱}، نمای متوسط نزدیک^{۳۲}، نمای متوسط دور^{۳۳} و نمای دور^{۳۴} باشد. ما فقط انسان‌هایی که با آن‌ها صمیمی هستیم را در نمای نزدیک می‌بینیم. این عکس‌ها از نزدیک گرفته می‌شوند؛ بنابراین تنها سر و شانه شخص را نشان می‌دهند. در این فاصله می‌توانیم تمام جزئیات چهره اشخاص را دیده و احساسات آن‌ها را درک کنیم؛ به قدری که



آن‌ها نزدیک هستیم که می‌توانیم لمسشان کنیم. این عکس‌ها شخصیت و ویژگی‌های اشخاص را برای ما نمایان می‌سازند. در نمای متوسط، بدن انسان تا کمر یا زانو نشان داده می‌شود. این نما نشان‌دهنده رابطه اجتماعی می‌باشد. ما فقط غریبه‌ها را در نمای دور می‌بینیم. در این نما تمام بدن شخص نشان داده می‌شود. گاهی نیز علاوه بر تمام قسمت‌های بدن، فاصله‌ای دورتر نیز نشان داده می‌شود. در این فاصله اشخاص نسبت به هم بیگانه‌اند. البته مطالبی را که پیش‌تر ذکر کردیم، بدان معنی نیست که اشخاصی را که در نمای نزدیک می‌بینیم، واقعاً به ما نزدیک هستند و اشخاصی که آن‌ها را در نمای دور می‌بینیم، واقعاً از ما دور می‌باشند. سومین عاملی که در درک بینندگان از تصویر تأثیری شگرف دارد، زاویه دید^{۳۵} است. زاویه دید خود بر سه قسم می‌باشد: زاویه دید عمودی بالا، زاویه دید هم‌سطح چشم و زاویه دید عمودی پایین.

زاویه دید عمودی، تداعی‌کننده مفهوم قدرت^{۳۶} است. هنگامی که عکس افراد، اشخاص و اشیاء از بالا گرفته می‌شود، عکس، برتری، پیروزی و تفوق ما را بر آن‌ها نشان می‌دهد. با نگاه به سمت پایین و به سمت اشیاء، اشخاص و مکان‌ها، ما دارای جایگاهی والا و قدرتی نمادین بر آن‌ها خواهیم بود. هنگامی که عکس‌ها از پایین گرفته می‌شوند، این‌گونه به نظر می‌رسد که مشارکت‌کنندگان داخل تصویر در موضعی برتر از ما قرار داشته و بر ما قدرت و سلطه دارند.

۲-۵. معنای ترکیبی

در متن‌هایی که برای رساندن معنایی خاص از متون تصویری و متون نوشتاری همزمان استفاده می‌کنند، می‌توان معنای ترکیبی را بررسی کرد. سه عنصر ارزش اطلاعات^{۳۷}، تنظیم قاب‌ها و برجستگی^{۳۸} در فهم معنای ترکیبی حائز اهمیت می‌باشند. ارزش اطلاعات مربوط به نحوه چیدمان عناصر در ترکیبی خاص است؛ یعنی این‌که آیا آن عنصر معین در سمت چپ یا راست، بالا یا پایین و یا مرکز یا حاشیه فضای تصویر یا متن قرار گرفته است. جهت نوشتن در فرهنگ‌های متفاوت، مختلف است. به‌طور مثال جهت نوشتن در زبان فارسی و عربی از راست به چپ، در زبان انگلیسی و فرانسه از چپ به راست و در زبان‌های چینی و ژاپنی از

بالا به پایین می‌باشد؛ بنابراین با توجه به فرهنگ و زبانی خاص، این جهات دارای معانی متفاوتی هستند. در زبان انگلیسی چیدمان چپ-راست ساخت داده‌شده^{۳۹} - جدید^{۴۰} را ساخته و نشان می‌دهد آنچه در سمت چپ قرار می‌گیرد، معنای داده‌شده و بدیهی است؛ آن چیزی است که همگان بر سر آن توافق دارند و مخاطبان از قبل با آن آشنا و مأنوس هستند. اما آنچه در سمت راست قرار می‌گیرد، معنای جدیدی است که بر سر آن توافق وجود نداشته و جایگاه بحث و مجادله است؛ بنابراین مخاطبان توجه خاصی به آن می‌کنند. چپ در ارتباط با گذشته و راست در ارتباط با حال می‌باشد. زمان از چپ به راست حرکت می‌کند. هنگامی که اطلاعات کلی و اطلاعات خاص داریم، اطلاعات کلی در سمت چپ و اطلاعات خاص در سمت راست قرار می‌گیرند (Van Leeuwen, 2005: 201).

اگر در یک ترکیب تصویری، برخی از عناصر در قسمت فوقانی و برخی از عناصر در قسمت تحتانی مکان تصویر یا صفحه قرار بگیرند، آنچه در بالا قرار می‌گیرد، آرمانی و آنچه در پایین قرار می‌گیرد، واقعی^{۴۱} در نظر گرفته می‌شود. ایده‌آل^{۴۲}، برجسته‌ترین قسمت و ماهیت پیام است. واقعی، برخلاف آن اطلاعات خاص‌تری مانند جزئیات را نشان می‌دهد. آنچه در مرکز قرار می‌گیرد، به‌عنوان متحدکننده عناصر حاشیه‌ای دیده می‌شود. بنابراین عناصر حاشیه‌ای گاهی به شکل عناصری متعلق به مرکز یا کم‌ارزش‌تر از آن یا تابع آن دیده می‌شوند که عنصر مرکزی آن‌ها را کنار هم نگه داشته است. عبارت «قاب»^{۴۳} نشان‌دهنده آن است که عناصر یک ترکیب می‌توانند به‌تنهایی و جداگانه هویت داشته باشند و یا به‌عنوان کلی یک‌پارچه و به‌هم‌پیوسته بازنمایی شوند. به عبارت دیگر تنظیم قاب باعث پیوند یا گسست عناصر می‌شود. گسستگی ممکن است به شکل‌های مختلف مثلاً از طریق خطوط قاب‌بندی (که می‌توانند ضخیم یا نازک باشند و درجات مختلفی از گسستگی را نشان دهند) یا با قراردادن فضای خالی بین عناصر یا به‌وسیله تضاد در رنگ و فرم یا عناصر بصری دیگر در قسمت‌های مختلف ایجاد شود. در نقطه مقابل، پیوستگی از شباهت و هم‌خوانی در فرم و رنگ بردارها و خطوطی که اجزا را به هم متصل می‌کنند و البته نبود فضای خالی بین عناصر به وجود می‌آید. پیوستگی یا گسست بین عناصر توضیح می‌دهد که آیا آن‌ها عناصری جداگانه‌اند یا عناصری هستند که به یکدیگر تعلق دارند (مصلح‌زاده، ۱۳۹۱: ۳۷-۳۸).



برجستگی، اصطلاحی است که کرس و فان لیوون آن را برای اشاره به این موضوع که برخی از عناصر تصویر بیشتر از بقیه چشم را درگیر می‌کنند، به کار برده‌اند. این جلب توجه ممکن است از طریق اندازه، تضاد رنگ یا تضاد تنالیتة اتفاق بیفتد. به‌طور خلاصه هر چیزی که باعث شود یک عنصر خاص از پس‌زمینه‌اش جدا شود و جلو بایستد، آن عنصر را برجسته می‌کند.

۶-۲. وجه‌نمایی^{۲۴}

وجه‌نمایی با این مسئله مرتبط است که یک نشانه، متن یا ژانر چقدر با واقعیت منطبق است یا ادعای آن را دارد. در فهم یک متن، مفسران اغلب در مورد وجه‌نمایی آن قضاوت می‌کنند. آن‌ها امکان‌پذیر بودن، واقعی بودن، باورپذیری، صحت و درستی متون را در بازنمایی واقعیات ارزیابی می‌کنند. این کار بر پایه دانش آن‌ها نسبت به جهان (رمزگان اجتماعی) و رسانه (رمزگان متنی) استوار است (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۳۲).

۳. جنسیت

در ابتدا لازم می‌دانیم که دو مفهوم «جنس^{۲۵}» و «جنسیت» را از هم متمایز کنیم. «جنس» جنبه 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 جهت بازتولید انواعی از تبعیض عمل می‌کند و همواره درصدد است که این ارزش‌گذاری‌ها را از طریق متون مختلف به‌عنوان امری طبیعی به جامعه القا کند (آقایی، ۱۳۹۲: ۷۰).

۳-۱. بررسی چگونگی بازنمایی جنسیت در تصاویری چند از کتاب‌های

American English File (2), Four Corners (2) & Interchange (2)

در مجموع، ۱۱۴۰ تصویر در سه کتاب انگلیسی ذکر شده وجود دارد که همه آن‌ها به‌طور کامل مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از این میان، ۱۶۰ تصویر متعلق به کتاب (2) Interchange،

۳۶۴ تصویر متعلق به کتاب (2) American English File و ۶۱۶ تصویر متعلق به کتاب Four Corners (2) می‌باشند. اما از آنجا که در این پژوهش مجال پرداختن به همه آنها نیست، پنج تصویر، نمونه‌وار انتخاب شده‌اند. اما نتایجی که در قسمت نتیجه‌گیری این پژوهش ذکر خواهند شد، بر مبنای کل تصاویر این کتاب‌ها هستند.

۱-۳. جنسیت در ساختار مفهومی

An informal letter WRITING 3

2 Baker Street

1

3

4

5

Thank you for your letter. We're very happy that you're coming to stay with us in August, and we're sure you'll have a good time.

What time are you arriving at the airport? You can get a train to the city from there. Do you have a car phone? Then you can call us when you're on the train, and we'll meet you at the station.

Could you also tell me a few more things about yourself? Is there anything you can't eat or drink? Do you want a single room, or do you prefer to share a room? Are you going to go back to Sams right after the course ends? If not, how many more days are you going to stay with us?

Some Sanders

I'm sending you a photo of the family so you'll recognize us at the station!

Imagine you are going to stay with Mrs. Sanders. Answer her letter using your own information. Remember to include your address and the date.

WRITE three paragraphs:
Paragraph 1: Thank her for her letter.
Paragraph 2: Say when you are arriving, etc.
Paragraph 3: Answer her other questions.
End the letter with her name and your name.

CHECK your letter for mistakes (grammar, punctuation, and spelling).

3 What do you remember?

تصویر ۱

(Vide. American English File 2, P. 37)

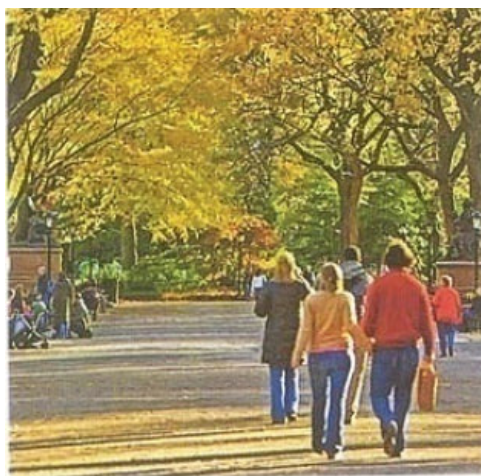
این صفحه یک متن چندشبیه است که از یک لایه تصویری و یک لایه نوشتاری تشکیل شده است. در این متن چندشبیه، لایه نوشتاری به مثابه اطلاع‌کننده در سمت چپ قرار دارد و



لایه تصویری به‌مثابه امر آرمانی و هدف در چنین خانواده‌ای در سمت راست قرار دارد که همسو با ساختار اطلاعاتی متون در فرهنگ‌هایی است که از چپ به راست می‌نویسند. این ترکیب‌بندی مرکز‌محور است. مادر و دختر خانواده که هر دو از جنس مؤنث هستند، در مرکز قرار دارند. مادر از نظر مناسبات بالا و پایین، یک سر و گردن از بقیه بالاتر است. پس یک شخصیت آرمانی‌تر است. در این گفتمان گویی خانواده آرمانی، خانواده‌ای است که پیرامون مادر شکل گرفته و فرزندان کنار پدر و مادر احساس آرامش و شادی می‌کنند. در میان انسان‌ها که مشارکت‌کنندگان این عکس هستند، مادر از طریق عناصر مربوط به ترکیب‌بندی که در مرکز و بالا است، به‌عنوان مشارکت‌کننده مرکزی مطرح می‌شود. نورپردازی تصویر به‌گونه‌ای است که سر مادر در فضای روشن مربوط به پنجره قرار گرفته است. از این جهت برجستگی پیدا می‌کند. تصویر در سطح معنای بازنمودی از الگوی مفهومی پیروی می‌کند. اشخاص درون تصویر کاری به هم ندارند، عملی انجام نمی‌دهند و در موقعیت سکون قرار دارند. تصویر اساساً ثابت است. هیچ‌یک از افراد کنش‌گر نیست. تصاویر مفهومی، تحلیلی، طبقه‌بندی یا نمادین هستند. این تصویر کاربرد نمادین داشته و نماد یک خانواده خوشبخت است. جز چهره‌های خندان، یک آینه، گلدان و مبل چیزی نمی‌بینیم. در این تصویر، مشارکت‌کنندگان اصلی، اعضای خانواده هستند. مبل، گلدان و آینه بافت موقعیتی برای این تصویر درست می‌کنند. در سطح ترکیب‌بندی می‌بینیم که بین مشارکت‌کنندگان تصویر، یعنی پدر، مادر، دختر و پسر هیچ گسستی وجود ندارد. آن‌ها خیلی به هم نزدیک بوده و در رابطه کاملاً صمیمی و فشرده با همدیگر قرار دارند. ژستی که آن‌ها گرفته‌اند، ژست انسان‌های خوشحال است، صورت‌های آن‌ها حاکی از نشاط است و لب‌خند می‌زنند. اعضای خانواده سفیدپوست هستند. مجموعه عوامل درون تصویر تعلق آن‌ها را به طبقه متوسط بالا نشان می‌دهد. در سطح تعاملی، اشخاص درون تصویر با بیننده وارد تعامل می‌شوند. تصویر در تراز چشم است. از بالا یا پایین نیست. از روبه‌رو است. پس بیشترین صمیمیت را با بیننده به وجود می‌آورد. فاصله این تصویر متوسط نزدیک است. از این فاصله اجتماعی، اشخاص شادیشان را با ما تقسیم می‌کنند. بیننده از این اشخاص فاصله نمی‌گیرد. آن شخصی که می‌خواهد با این خانواده زندگی کند، از دور به این تصویر نگاه می‌کند. از طرفی باید رابطه‌ای گرم با این خانواده برقرار کند. از طرف دیگر این خانواده هنوز برای او آشنا نیست. پس

نمای متوسط نزدیک می‌بینیم که کل خانواده در آن جای می‌گیرد. موضوع این عکس این است که شخصی می‌خواهد زمانی را با این خانواده سپری کند. این تصویر مخاطب را به ورود به این خانواده گرم و صمیمی فرامی‌خواند. تمامی مشارکت‌کنندگان داخل قاب تصویر به روبه‌رو، یعنی به بیننده نگاه می‌کنند؛ بنابراین تماسی با وی ایجاد می‌کنند. در نتیجه این تصویر، تصویری *فراخواننده* است. این تصویر به دلیل این‌که یک عکس رنگی است، از وجه‌نمایی بالایی برخوردار است.

۲-۱-۳. جنسیت در ساختارهای روایتی



go for a walk

تصویر ۲

(Vide. Four Corners 2, P. 142)

پیاده‌روی فعالیت و تفریحی سالم است. به همگان توصیه می‌شود که روزانه دقایقی از وقت خود را صرف پیاده‌روی کنند. پیاده‌روی می‌تواند در مکان‌های مختلفی صورت گیرد.



اما مکانی که در آن این تفریح و فعالیت مفرح در این تصویر صورت می‌گیرد، پارکی بسیار زیبا است. در این تصویر خودی‌های انگلیسی‌زبان در حال انجام این تفریح و ورزش سالم نشان داده شده‌اند. اما آن‌ها تنها نیستند و دست‌درست یکدیگر پیاده‌روی می‌کنند که حاکی از صمیمیت میان آن‌ها است. این تصویر در سطح معنای بازنمودی، تصویری روایتی است. افرادی که در حال قدم‌زدن هستند، کنش‌گر و عمل پیاده‌روی کردن فرآیند است؛ اما هدف مشخص نیست. از آنجا که هدف کنش در این تصویر مشخص نیست، این تصویر ناگذر است. البته در آن قسمت از تصویر که اشخاص دست‌درست هم پیاده راه می‌روند، داستان آن‌ها برداری دوسویه را تشکیل می‌دهد؛ بنابراین این قسمت از تصویر گذرا است. مشارکت‌کنندگان بازنمایی‌شده این عکس، افراد، درختان، چراغ‌هایی که در دو طرف خیابان قرار دارند و غیره می‌باشند. ترکیب‌های رنگی، نشاط و شادی را القا می‌کنند. همان‌طور که در این عکس دیده می‌شود، رنگ لباس‌های زنان و مردان خیلی از یکدیگر متمایز نیست. در این عکس، رنگ‌های شاد مانند رنگ قرمز بسیار چشمگیر است. این رنگ‌ها نشان‌دهنده شادی و سرور و نه غم و غصه هستند. تصویر نشان می‌دهد که هم زنان و هم مردان می‌توانند به یک اندازه در فعالیت مفرح پیاده‌روی شرکت کنند. هیچ عاملی که تمایز جنسیتی ایجاد کند و در پیاده‌روی کردن دست‌وپاگیر، بازدارنده و یا مشکل‌آفرین باشد، در این تصویر وجود ندارد. در سطح معنای تعاملی مشاهده می‌کنیم که افراد درون تصویر به بینندگان یا همان زبان‌آموزان غیر انگلیسی‌زبان پشت کرده و در حال دور شدن از آن‌ها هستند؛ بنابراین از بیننده فاصله می‌گیرند. این امر به معنای جدایی و انفصال بین اشخاص درون قاب تصویر و بینندگان است. از آنجا که تمام بدن افراد درون عکس به همراه فضای اطراف آن نشان داده شده است، فاصله این عکس از نوع نمای دور است و باز هم به این نتیجه می‌رسیم که بین افراد داخل تصویر و بینندگان انفصال و گسستگی بسیار وجود دارد.

تصویر هم‌سطح چشم است. از بالا یا پایین نیست؛ از روبه‌رو است. اما از آنجا که این عکس از پشت گرفته شده است، کمترین درگیری بین بیننده و اشخاص درون عکس وجود دارد. در سطح معنای ترکیبی عناصری که در قاب تصویر قرار گرفته‌اند، بیشترین میزان پیوستگی را دارند. اشخاص هیچ فاصله‌ای با هم ندارند. از نظر مناسبات بالا و پایین، متن تصویری که در قسمت فوقانی صفحه قرار گرفته است، ایده‌آل و متن نوشتاری که به صورت

زیرنویس نشان داده شده است، در قسمت تحتانی آن قرار گرفته و واقعی است. تصویر، پیاده‌روی در شرایط ایده‌آل و در محیطی مناسب را نشان می‌دهد. اما واقعیت که تنها پیاده‌روی است، در متن نوشتاری آمده است. متن تصویری نسبت به متن نوشتاری بزرگ‌تر بوده و فضای بیشتری را اشغال کرده است. همین‌طور از رنگ‌های متضاد و نور در این تصویر استفاده شده است؛ بنابراین، این متن تصویری و نه متن نوشتاری است که از برجستگی برخوردار است. وجه‌نمایی این تصویر بسیار بالا است. زیرا یک عکس رنگی است. وجه‌نمایی بالای برگزیده‌شده در این تصویر نشان می‌دهد که شادی و سرور و صمیمیت نشان‌داده‌شده میان خودی‌های غربی عین حقیقت و واقعیت است.

2 CONVERSATION If I found \$750,000 . . .

A Listen and practice.

Phil: Look at this. Some guy found \$750,000!
He returned it and the owner simply thanked him with a phone call.

Pat: You're kidding! If I found \$750,000,
I wouldn't return it so fast.


Phil: Why? What would you do?

Pat: Well, I'd go straight to the mall and spend it. I could buy lots of nice clothes and jewelry.

Phil: Someone might also find out about it.
And then you could go to jail.

Pat: Hmm. You've got a point there.

B Listen to the rest of the conversation.
What would Phil do if he found \$750,000?



تصویر ۳

(Vide. Interchange 2, P. 100)

تصویر از نظر معنای بازنمودی، تصویری روایتی است. در تصویر پایین زن به مرد نگاه می‌کند. او واکنش‌گر، خط دید او بردار و مرد پدیده است. در نتیجه، ساخت روایتی واکنشی گذرا به چشم می‌خورد. مرد هم واکنش‌گر است. خط دید او بردار و روزنامه پدیده است؛ بنابراین باز هم ساخت روایتی واکنشی گذرا نشان داده شده است. اما در تصویر بالا ساخت روایتی واکنشی ناگذر وجود دارد. زن واکنش‌گر و خط دید او بردار است. اما معلوم نیست که او به چه چیزی یا به



چه کسی یا به چه مکانی نگاه می‌کند. در نتیجه، پدیده در تصویر حضور ندارد. این زن جزء طبقه متوسط جامعه است. ظاهر او نه به اشخاص تهیدست و نه به اشخاص ثروتمند شباهت دارد. به کمک توضیحاتی که در متن نوشتاری آمده است و همین‌طور به کمک متن تصویری می‌توان دریافت که این تصویر قشر متوسط جامعه را به تصویر می‌کشد. این تصویر فقط دارای مشارکت‌کنندگان بازنمایی‌شده است که عبارت‌اند از زن‌ها، مرد، گل‌دان، میز، چمدان و روزنامه. در سطح معنای تعاملی، عواملی مانند زاویه دید، تماس و فاصله مورد بررسی قرار می‌گیرند. زاویه دید این تصویر، هم‌تراز چشم و از روبه‌رو است. بدین جهت حس تساوی و تشابه را بین مشارکت‌کنندگان آن و بینندگان تداعی می‌کند. شاید بینندگان هم این رؤیا را در سر داشته باشند که اگر هفتصد و پنجاه هزار دلار پیدا می‌کردند با آن چه چیزهایی می‌توانستند بخرند. آن‌ها خود را در این موقعیت قرار می‌دهند. مشارکت‌کنندگان این تصویر هیچ‌یک به بینندگان نگاه نمی‌کنند. پس با آن‌ها تماسی ندارند. این تصاویر، تصاویری نشان‌دهنده هستند. بینندگان تماشاگر دنیای آن‌ها هستند. فاصله این تصویر از نوع نمای متوسط است. زیرا بدن مشارکت‌کنندگان موجود در آن تقریباً تا کمر نشان داده شده است. در این تصویر مشارکت‌کنندگان نه آن‌قدر به بیننده نزدیک هستند که با وی صمیمیتی ایجاد کنند و نه آن‌قدر از او دور هستند که با او بیگانه باشند. این متن، متنی چندشیوه است که از یک لایه تصویری و یک لایه نوشتاری تشکیل شده است. از نظر ترکیب‌بندی، در قسمت متن تصویری دو تصویر وجود دارد. تصویر فوقانی از جذابیت برخوردار است. اما واقعیت ندارد. این تصویر، رؤیایی که پت در سر می‌پروراند را نشان می‌دهد. در نتیجه، ایده‌آل است. اما تصویر تحتانی که واقعی نامیده می‌شود، دنیای حقیقی که در آن فیل و پت با هم گفت‌وگو می‌کنند را نشان می‌دهد. این تصویر از جزئیات بسیاری برخوردار بوده و به دنیای زمینی ما نزدیک‌تر است. در این متن چندشیوه، متن نوشتاری، توضیحی در مورد متن تصویری می‌دهد و در سمت چپ قرار گرفته و حاوی اطلاعات کهنه است. فیل روزنامه‌ای در دست داشته و در حال مطالعه آن است. او ناگهان به پت می‌گوید: نگاه کن. یک نفر هفتصد و پنجاه هزار دلار پیدا کرده و به صاحبش برگردانده است؛ اما صاحب پول در عوض، طی تماسی تلفنی فقط از او تشکر کرده است. پت در پاسخ به او می‌گوید: شوخی می‌کنی. اگر من هفتصد و پنجاه هزار دلار پیدا می‌کردم، آن را خیلی سریع به صاحبش برمی‌گردانم. مستقیم به پاساژ رفته و می‌توانستم لباس‌های زیبا و جواهرآلات بسیاری بخرم. در این تصویر، زن در سمت راست و مرد در سمت

چپ است؛ بنابراین مرد، بدیهی است. زن است که خبر نو می‌سازد. مرد روزنامه می‌خواند و به واقعیت امور نزدیک است و زن رؤیاپردازی می‌کند. زن مصرف‌گرا است و میل به مصرف، رؤیای روزانه او را شکل می‌دهد. دست‌کم تصور عملی غیر اخلاقی را می‌کند. این همان الگوی زن سبک‌سر است. هم متن تصویری و هم متن نوشتاری در یک قاب قرار گرفته‌اند؛ بنابراین بین آن‌ها همبستگی و نه گسستگی وجود دارد. این بدان دلیل است که موضوع متن نوشتاری و متن تصویری یکی است و متن نوشتاری دقیقاً تصویر را توضیح می‌دهد. تنها تصویر رؤیایی فوقانی که به دور از واقعیت است توسط قابی از این متون جدا شده است. نقاشی‌ها از وجه‌نمایی بسیار پایینی برخوردار هستند. میزان اشباع‌شدگی رنگ‌ها در نقاشی‌ها بسیار زیاد، غیر طبیعی و به دور از واقعیت است. استفاده از این وجه‌نمایی پایین نشان می‌دهد که تصویرساز به‌طور غیر مستقیم بیان می‌کند که این مورد غیر اخلاقی، یعنی پیدا کردن پولی و خرج کردن آن توسط انگلیسی‌زبانان تنها در تصاویر و داستان‌ها مشاهده می‌شود و حقیقت ندارد. اگر آن‌ها در واقعیت پولی را پیدا کنند، هیچ‌گاه آن را خرج نخواهند کرد. آن‌ها حتماً سعی خواهند کرد که صاحب آن پول را پیدا کرده و پول را به او بازگردانند.



Cindy: So, Luk, how are things in Bangkok?
 Luk: Great. It's warm and sunny today.
 Brian: It's really cold here in Chicago. So when are you coming to see us?
 Luk: Well, when's a good time to visit?
 Cindy: Hmm . . . I'm not sure.
 Luk: Brian? **What do you think?**

تصویر ۴

(Vide. Four Corners 2, P. 28)



تصویر شماره «۴» متنی چندشیوه است. تصویر از نظر معنای بازنمودی، تصویری روایتی است و چیزی را روایت می‌کند. این تصویر هم دارای ساختار روایتی کنشی گذرا و هم دارای ساختار روایتی واکنشی گذرا است. مرد درون قاب تصویر در حال چت‌کردن (گپ‌زدن) است. به همین دلیل او کنش‌گر، دستان او بردار و صفحه کلید رایانه، هدف است. در نتیجه این قسمت از تصویر دارای ساختار روایتی کنشی گذرا است. هم زن و هم مرد درون قاب تصویر به صفحه کلید نگاه می‌کنند؛ بنابراین آن‌ها واکنش‌گر، خط دیدشان، بردار و صفحه کلید رایانه، پدیده است. در نتیجه ساختار روایتی واکنشی گذرا هم در این تصویر به چشم می‌خورد. مشارکت‌کنندگان بازنمایی شده این تصویر عبارت‌اند از زن، مرد، لباس‌های آن‌ها، رایانه و غیره. ظاهر اشخاص و رایانه‌ای که آن‌ها از آن استفاده می‌کنند و خود عمل چت‌کردن نشان می‌دهد که آن‌ها به طبقه متوسط بالای اجتماع تعلق دارند. زن داخل قاب تصویر لب‌خندی بر لب دارد که حاکی از خوشحال بودن وی است. در این تصویر هیچ‌یک از مشارکت‌کنندگان، تعاملی با یکدیگر ندارند. در نتیجه این تصویر دارای مشارکت‌کننده برقرارکننده تعامل نمی‌باشد. در سطح معنای تعاملی، زاویه دید این تصویر، هم‌تراز چشم و از روبه‌رو است. بدین جهت حس تساوی و تشابه را بین مشارکت‌کنندگان آن و بینندگان تداعی می‌کند. اما از آنجا که این عکس از نیم‌رخ گرفته شده است، بینندگان نظاره‌گر دنیای مشارکت‌کنندگان درون قاب تصویرند و درگیری‌ای با آن‌ها ندارند. مشارکت‌کنندگان این تصویر هیچ‌یک به بینندگان نگاه نمی‌کنند. پس با آن‌ها تماسی ندارند؛ بنابراین، این تصویر تصویری نشان‌دهنده است. فاصله این تصویر از نوع نمای متوسط است. همان‌طور که در تصویر مشاهده می‌شود، بین دو مشارکت‌کننده درون قاب تصویر هیچ فاصله‌ای وجود ندارد. این موضوع نشان‌دهنده رابطه بسیار صمیمی و نزدیک میان آن‌ها است. همان‌طور که در قسمت متن نوشتاری ذکر شده است، لوک در بانکوک و برایان و سیندی در شیکاگو هستند. برایان از لوک دعوت می‌کند که به دیدن آن‌ها بیاید که نشانگر صمیمیت بین آن‌ها است. از نظر ترکیب‌بندی، در این متن چندشیوه، متن نوشتاری‌ای که در قسمت تحتانی متن تصویری آمده است، توضیحی در مورد آن می‌دهد. به‌لحاظ برجستگی، متن تصویری رنگی، بزرگ و دارای نور و در نتیجه، برجسته است. در این متن چندشیوه، هریک از متون (تصویری و نوشتاری) دارای معانی متفاوتی هستند. در نتیجه درون قاب‌های متفاوتی قرار

گرفته‌اند. اما درنهایت، قابی بزرگ‌تر آن‌ها را دربرگرفته و نشان می‌دهد که بین آن‌ها همبستگی و نه گسستگی وجود دارد. این بدان دلیل است که موضوع متن نوشتاری و متن تصویری یکی است و متن نوشتاری دقیقاً تصویر را توضیح می‌دهد. این تصویر یک عکس است. عکس‌ها لحظه‌ای ثابت از واقعیت را نشان می‌دهند. در نتیجه وجه‌نمایی بالایی دارند؛ زن داخل قاب تصویر کاری انجام نمی‌دهد. وضعیت و موقعیتی ثابت و ساکن دارد؛ بنابراین این عکس هم نشان می‌دهد که درواقع این مردان هستند که کنش‌گر و آغازگر عمل هستند.

۳-۱-۳. جنسیت در ساختار روایتی - مفهومی



تصویر ۵

(Vide. American English File 2, P. 10)

در سطح معنای ترکیبی، این تصویر مرکزگر/ است. هرچه شخصی از مرکزیت بیشتری برخوردار باشد، مهم‌تر و مقدس‌تر خواهد بود. زن که عنصر مرکزی، هسته‌ای، برجسته و مهم است، در وسط قرار گرفته است. دلیل برجسته‌بودن این شخص، قرارگرفتن در مرکز تصویر، نورانی‌بودن و رنگ آن است. این شخصیت برجسته، یک سفیدپوست مؤنث است. او نه یک رنگین‌پوست و نه یک مرد است. او در مرکز نگاه است و مردان به حاشیه رانده شده‌اند. این تصویر چه نوع تصویری است که مردان در آن در حاشیه‌اند و شخصیت زن مرکزی است؟ زن درون قاب تصویر، یک مدل است. به‌لحاظ سیاسی، اقتصادی، علمی و غیره



مشهور نیست؛ یعنی اگر این شخصیت مشهور یک سیاستمدار، یک پزشک موفق، یک استاد موفق و یا یک دانشمند بود، احتمالاً تصویرساز به جای یک زن، از یک مرد استفاده می‌کرد. خبرنگاران و عکاسان که عناصر حاشیه‌ای و تابع این عنصر مرکزی بوده و نسبت به آن فرعی می‌باشند، حول این عنصر مرکزی قرار می‌گیرند. آن‌ها در اطراف او به‌طور متقارن قرار گرفته‌اند. در این متن چندشیوه، متن تصویری، مرکز و هریک از کادرهایی که در آن‌ها متن نوشتاری وجود دارد، عناصر حاشیه‌ای هستند. اما عناصر حاشیه‌ای در این تصویر به یک میزان حاشیه‌ای نیستند. شماره یک که مربوط به تصویر بوده و با آن ارتباط تنگاتنگ دارد، کمتر به حاشیه رانده می‌شود. اما کادرهای دیگر بسیار حاشیه‌ای هستند. در مقایسه با متن نوشتاری، متن تصویری به دلیل اندازه، رنگ و نور آن برجسته است. در این تصویر هفت قاب وجود دارد: یک قاب بزرگ که هم متن تصویری و هم متون نوشتاری را دربرمی‌گیرد و نشان از جدایی دنیای درون قاب تصویر از بینندگان است. شش قاب نیز به دور شش متن نوشتاری وجود دارد. این قاب‌ها نیز معنایی دربرداشته و متن نوشتاری را از متن تصویری جدا می‌کنند. به‌واقع نیز متن تصویری از متون نوشتاری جدا است؛ زیرا تنها یکی از این متون (متن سمت چپ و بالا) به متن تصویری ارتباط دارد. حتی این متن هم می‌تواند راجع به هرکسی که مانند این شخصیت است، باشد نه خود او؛ زیرا در جای خالی از زبان‌آموزان خواسته می‌شود نام شخصی را در آن قرار دهند که تمام عمرش کار می‌کند تا مشهور شود، سپس عینک‌آفتابی می‌زند تا مردم او را نشناسند. به‌طورضمنی، این تصویر بیان می‌دارد که شهرت در دسرها و مزاحمت‌های متعددی را با خود به همراه می‌آورد. در این صورت ناشناخته‌بودن بهتر از مشهوربودن است؛ بنابراین ما انگلیسی‌زبانان زندگی آرام و بی‌دردسر را ترجیح می‌دهیم. در سطح معنای بازنمودی، این تصویر روایتی - مفهومی است. این تصویر، روایتی است؛ زیرا خط دید هریک از مشارکت‌کنندگان برداری را شکل می‌دهد. عکاسان داخل قاب تصویر همگی به زن نگاه می‌کنند. اما او نه به آن‌ها، بلکه به نقطه‌ای دیگر خیره شده است. به همین دلیل نگاه آن‌ها با یکدیگر تلاقی نمی‌کند. شخص، نیم‌رخ خود را نسبت به بیننده متمایز کرده و در این مورد به‌خصوص سطح خود را فراتر از بیننده قرار می‌دهد. لباس‌ها و عینک او نیز نشان می‌دهند که او شخصی مشهور است. عینک تیره آفتابی که او بر چشم دارد، نشان می‌دهد که او نمی‌خواهد با بیننده وارد تعامل چشمی شود. افراد،

لباس‌های آن‌ها، کیف و عینک، مشارکت‌کنندگان بازنمایی‌شده این تصویر بوده و بافت موقعیتی تصویر را می‌سازند. در این تصویر کنش‌گران اصلی، مردان (خبرنگاران) هستند. آن‌ها هستند که دست به عمل می‌زنند. زن بیشتر به‌مثابه سوژه انفعالی تماشایی به تصویر کشیده شده است. در ضمن، این تصویر مفهومی نیز می‌باشد؛ زیرا در آن عنصر نمادین شخص مشهور وجود دارد. در سطح معنای تعاملی ملاحظه می‌کنیم که مشارکت‌کنندگان تصویر به بینندگان نگاه نمی‌کنند و به همین دلیل با آن‌ها تماسی برقرار نمی‌کنند. عدم حضور چنین تماسی، نوع نگاه ما را به این شخصیت‌ها تغییر می‌دهد. ما خود را از آن‌ها جدا می‌پنداریم. چنین تصاویری مانند تصویر شماره «۵» نشان‌دهنده نامیده می‌شوند. ما تنها نظاره‌گر اشخاص درون قاب تصویر هستیم. از آنجا که زن داخل قاب تصویر، شخص مشهوری است، وانمود می‌کند که تمایل دارد خود را زیر عینک آفتابی پنهان کند؛ اما در عین حال می‌خواهد که عکاسان از او عکس بگیرند. فاصله این تصویر از نوع نمای متوسط دور و زاویه دید آن، هم‌سطح چشم است. اما زن موجود در این تصویر، از نیم‌رخ نشان داده شده است و عکس شخصیت‌های دیگر از پشت گرفته شده است. هنگامی که عکس‌ها از پهلو گرفته می‌شوند، بیننده در کنار مشارکت‌کنندگان تصویر قرار گرفته و درگیری چندانی با آن‌ها ندارد و هنگامی که عکس‌ها از پشت سر گرفته می‌شوند، بیننده با مشارکت‌کنندگان درون تصویر کمترین درگیری را دارد. زن درون قاب تصویر عینک زده است و معلوم نیست به کجا نگاه می‌کند. وی نگاه خنثی و غیر تعاملی دارد؛ برعکس، همه اشخاص به او نگاه می‌کنند. عکاس او را طوری در تصویر قرار داده است که همه ما به او نگاه می‌کنیم. در نتیجه، این تصویر فاصله بین اشخاص درون قاب تصویر و بینندگان را نشان می‌دهد. عینک زن، نیم‌رخ‌بودنش و زاویه نگاهش، همه عواملی هستند که بین ما و او به‌عنوان یک چهره مشهور فاصله می‌اندازند. این تصویر یک عکس است و تمامی جزئیات مانند تارهای مو، سایه رنگ‌ها، نور، زاویه دید و غیره در آن نشان داده شده‌اند؛ بنابراین از وجه‌نمایی بسیار بالایی برخوردار است. انتخاب این عکس و در نتیجه انتخاب این نوع از وجه‌نمایی به‌طور ضمنی بیان می‌دارد که موضوع داخل قاب تصویر، واقعی و حقیقی است.



۴. نتیجه‌گیری

تصویری که فرهنگ انگلیسی‌زبان می‌کوشد از خود نشان دهد، تصویر فرهنگی است که فاقد سوگیری جنسیتی است و در آن زن و مرد به‌لحاظ کنش‌گری تمایزی ندارند یا در وضعیتی کم‌وبیش برابر قرار دارند. اما مجموعه عوامل متنی دخیل در تصاویری که نمونه‌وار انتخاب شده‌اند، کماکان نشانگر نوعی تقسیم‌بندی جنسیتی نقش‌های اجتماعی است. به این معنا که زنان در برخی نقش‌ها و مردان در برخی نقش‌های دیگر به تصویر کشیده می‌شوند. زنان در تصاویر، کنش‌پذیر و پذیرنده عمل و مردان، کنش‌گر، آغازگر و عامل عمل هستند. این تصاویر نشان می‌دهند که در فرهنگ غرب هیچ محدودیتی در انتخاب رنگ‌ها برای جنسیت‌های مختلف وجود ندارد. هم زنان و هم مردان می‌توانند بنا به دلخواه لباس‌های تیره یا روشن بپوشند.

اما در تصاویر این کتاب‌ها، زنان مسلمان درحالی‌که چادر سیاه بر سر دارند، به تصویر کشیده شده‌اند. رنگ چادر لزوماً سیاه نیست؛ معنای ضمنی این تصاویر بدین‌گونه است: مسلمانان همیشه در محدودیت بوده و اشخاص افسرده‌ای هستند. آن‌ها از رنگ‌های شادی که انسان را به وجد می‌آورد، استفاده نمی‌کنند. دین آن‌ها پیام‌آور شادی نیست. زنان مسلمان به‌دلیل چادری که بر سر دارند، از بسیاری فعالیت‌ها محروم هستند؛ به‌طور مثال نمی‌توانند داخل آب رفته و شنا کنند.

در این تصاویر خبری از پدرسالاری و قرارگرفتن پدر در مرکز خانواده و برجسته‌بودن وی، آن‌گونه که در برخی از فرهنگ‌ها وجود دارد، نیست؛ برعکس این مادر خانواده است که برجسته بوده و با قرارگرفتن در مرکز، عنصری هسته‌ای تلقی می‌شود. در تصاویر بی‌شمار این کتاب‌ها، تصویرساز به‌جای انتخاب مردان به‌عنوان چهره‌های شاخص و موفق، شخصی را از میان خانم‌ها انتخاب می‌کند؛ بنابراین به جنس مؤنث بها می‌دهد، او را وارد عرصه‌های مختلفی مانند عرصه‌های ورزشی و خوانندگی می‌کند و توانایی‌های او را ارج می‌نهد.

گفتنی است تمام تصاویر دربردارنده این موارد، همه عکس هستند. انتخاب عکس‌ها به‌جای نقاشی‌ها در این تصاویر بی‌دلیل نیست؛ نقاشی‌ها موضوع خود را به افسانه و داستان تبدیل می‌کنند. تصویرساز با انتخاب عکس‌ها می‌خواهد به مخاطب خود القا کند که هر آنچه در مورد موفقیت و فعالیت‌های اجتماعی بانوان در غرب بیان شده است، عین واقعیت است. اما

برخلاف تمام موارد ذکرشده، در این تصاویر هیچ‌گاه زنان را در فعالیت‌های مهم آموزشی، پزشکی، فنی، سیاسی، اقتصادی و غیره مشاهده نمی‌کنیم. آن‌ها بیشتر به‌عنوان یک عنصر بصری جذاب نشان داده شده‌اند.

۵. پی‌نوشت‌ها

1. semiotics
2. Halliday
3. Kress
4. Van Leeuwen
5. visual social semiotics
6. representational meaning
7. interactive meaning
8. compositional meaning
9. sexuality
10. metafunction
11. ideational
12. interpersonal
13. textual
14. systemic functional grammar
15. narrative
16. conceptual
17. vector
18. transitive
19. intransitive
20. classificational
21. symbolic
22. analytical
23. symbolic attributes
24. carrier
25. possessive attributes
26. demand
27. contact
28. offer
29. participant
30. size of frame
31. close shot (close – up)
32. medium close shot
33. medium long shot



34. long shot
35. point of view
36. power
37. information value
38. salience
39. given
40. new
41. real
42. ideal
43. frame
44. modality
45. gender

۶. منابع

- آقای، حمید (۱۳۹۲). *تحلیل نحوه آموزش فرهنگ و بازنمایی آن در برگزیده کتاب‌های آرفا از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- چندلر، ب. (۱۳۸۷). *منابع نشانه‌شناسی*. به ترجمه م. پارسا. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی. (نشر اثر اصلی، ۲۰۰۷)
- ساسانی، فرهاد (۱۳۸۹). *معنا کاوی: به سوی نشانه‌شناسی اجتماعی*. تهران: علم.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۰ الف). *نشانه‌شناسی کاربردی*. چ ۲. تهران: علم.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۰ ب). *نشانه‌شناسی: نظریه و عمل*. چ ۲. تهران: علم.
- مصلح‌زاده، فاطمه (۱۳۹۱). *نشانه‌شناسی تصاویر کتاب‌های درسی دوره راهنمایی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه هنر.

References:

- Aghaei, H. (2013). *The Analysis of Culture Education and its Representation in the Chosen Persian language Teaching Books based on Cultural Semiotics*. M. A. Thesis. Tehran: Shahid Beheshti University [In Persian].
- Barths, R. (1973). *Mythologies*. London: Paladin.
- ----- (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana.

- Chandler, D. (2002[2007]). *Semiotics: The Basics*. London & New York: Routledge.
- ----- (2007) *Semiotics, the Basics*. London: Routledge [In Persian].
- Eco, U. ([1967]1979). *A theory of Semiotics*. Bloomington, IN Indiana University Press.
- Fairclough, N. (1992 b). *Discourse and Social Change*. Cambridge, Polity Press.
- ----- (1995 b). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fowler, R. (1978). "Notes on Critical Linguistics; first published in *Language*". *Topics: Essays in honor of Michael Halliday*, ed. R. Steele & T. Threadgold.
- -----; R. Hodge; G. Kress & T. Trew (1979). *Language and control*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Halliday, M. (1978). *Language and social Semiotics*. London: Edward Arnold.
- ----- (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- Hodge, B. (1988). *Social Semiotics*. New York: Cornell Press.
- Jorgensen, M. & L. Phillips (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage Publications, Thousands Oaks, New Delhi.
- Kress, G. & Van leeuwen, Th. (2006[1996]). *Reading Images, the Grammar of Visual Design*. (2nd ed.). New York: Routledge.
- Kress, G. (1990). *Critical Discourse Analysis*. Robert Kaplan, Annual Review of Applied Linguistics. II.
- Mosleh Zadeh, F. (2013) *The Semiotics of the Guidance School Textbooks* . M. A. Thesis. Tehran: Art university [In Persian].
- Oxenden, C.; C. Latham- Koenig; P. Christina & Seligson (1997). *American English File*. Oxford: Oxford University Press.
- Parret, H. (1983). *Semiotics and Pragmatics, An Evaluative Comparison of Conceptual Frameworks*. San Francisco: Benjamin.



- Peirce, Ch. S. (1931-58) *Collected Writings*. (8 Vols.) (Ed. Hartshorne, Ch., Weiss, P. & Burks, A. W.). Cambridge, MA.: Harvard university Press.
- Richards, J. C. & D. Bohlke (2012). *Four Corners 2, Student's Book*. 1st ed., Cambridge: Cambridge University Press.
- Richards, J. C.; J. Hull & S. Proctor (2013). *Interchange 2*. 3rd ed., Cambridge.
- Sasani, F. (2011). *The Quest of Meaning: Toward Social Semiotics*. Tehran: ELM [In Persian].
- Saussure, F. D. ([1916]1959). *Course in General Linguistics* (Baskin, W., Trans.). New York: Philosophical Library.
- Sojoodi, F. (2012) . *Applied Semiotics*. 2th ed. Tehran: ELM [In Persian].
- ----- (2012) *Semiotics; Theory and Practice*. 2th ed. Tehran: Elm Publication. [In Persian]
- Van Leeuwen, Th. (2005). *Introducing social semiotics*. London & New York: Routledge Taylor & Francis group.
- ----- (2008). *Discourse and Practice New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford university press.