

با توجه به رشد روزافزون ارتباطات بین فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف و نیز نقش مهم رسانه‌های ارتباطی در جهان کنونی، نیاز به درک و استنباط فرهنگ‌های دیگر بیش از پیش احساس می‌شود. این نیاز مخصوصاً به‌هنگام یادگیری زبان‌های خارجی رخ می‌نماید. آموزش زبان خارجی عمدتاً با ورود مسائل فرهنگی خاص آن زبان به حیطه معلومات زبان‌آموز همراه است. با گذشت بیش از سه دهه از انقلاب اسلامی در ایران دست‌اندرکاران آموزش زبان هنوز با این چالش مواجه‌اند که چگونه باید با تفاوت‌های بین فرهنگ وارداتی موجود در کتب و مواد درسی خارجی و فرهنگ اسلامی - ایرانی روبرو شد.

مقاله حاضر با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی به بررسی کتاب‌های Impact که در برخی آموزشگاه‌های زبان انگلیسی در ایران تدریس می‌شوند می‌پردازد. این کتاب‌ها مورد تجزیه و تحلیل محتوایی قرار گرفته و ارزش‌های فرهنگی مندرج در آنها استخراج و بررسی شده است. نتیجه بررسی نشان می‌دهد که ارزش‌های فرهنگی متعددی در این کتب به چشم می‌خورد که از عمده‌ترین‌شان می‌توان به تبعیض‌های جنسیتی، روابط دختر و پسر، توجه به مد و زیبایی ظاهری اشاره کرد. کتاب‌های آموزش زبان علاوه بر دانش زبانی، تلاش دارند فرهنگ خاص گویشوران آن زبان را نیز انتقال دهند و بنابراین یکی از عوامل القای ارزش‌های فرهنگی به‌شمار می‌آیند.

■ واژگان کلیدی:

آموزش زبان انگلیسی، ارزش‌های فرهنگی، القای فرهنگی، زبان.

# تحلیل ارزش‌های فرهنگی در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی

نسرین بحرینی

استادیار دانشگاه تهران

nbahrainy@ut.ac.ir

## مقدمه

زبان، وجه متمایز انسان و حیوان، مجموعه‌ای است نظام‌مند از اصوات، کلمات، ساختارهای دستوری و اجزای دیگر که برای برقراری ارتباط بین انسان‌ها به کار می‌رود و نیز وسیله‌ای برای انتقال افکار، ایده‌ها، آداب و رسوم، عقاید، نیازها و درخواست‌ها است. زبان ابزاری بسیار قدرتمند و قوی است که می‌تواند به وسیله انسان در اختیار قرار گیرد و او را به مقصودش برساند. رابطه تنگاتنگ زبان و فرهنگ بر هیچ کس پوشیده نیست. به گفته استارکی<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) زبان تجلی‌گاه فرهنگ است و به وسیله آن می‌توان ارزش‌ها و مسائل فرهنگی را منتقل نمود. تعاریف گوناگونی از فرهنگ شده است. روش زندگی گروه خاصی از مردم که شامل الگوهای فکری، عقاید، رفتار، آداب و سنن، تشریفات آیینی، پوشاک و زبان می‌گردد را فرهنگ نامیده‌اند (دائرةالمعارف وبستر، ۱۹۹۲). همچنین فرهنگ به مجموعه قوانینی اطلاق می‌شود که رفتارهای ویژه گروه خاصی را شکل می‌دهد. نونان<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) فرهنگ را هنجارها و قوانینی می‌داند که اغلب تلویحی و مجازی هستند و بر رفتار شخصی و نیز تعاملات بین مردم حکم فرمایند. این رفتارها از گروهی به گروه دیگر متفاوت است و لذا گروه‌های متفاوت، فرهنگ‌های متفاوت دارند که در زبان‌شان متجلی شده است. در یادگیری هر زبان خارجی، زبان آموزان علاوه بر زبان، فرهنگ ملتی را که به آن زبان تکلم می‌کنند نیز فرا می‌گیرند. به گفته سویدرسکی<sup>۳</sup> (۱۹۹۳) یادگیری فرهنگ بر یادگیری زبان احاطه دارد و در حالی که «یادگیری زبان، نقطه آغازین و کانونی است، یادگیری فرهنگ، هدف است» (سویدرسکی، ۱۹۹۳: ۹). کتب آموزش زبان انگلیسی در میان دیگر وسایل آموزشی، یکی از محمل‌هایی است که یادگیری زبان و به دنبال آن یادگیری فرهنگ را میسر و محقق می‌سازد.

۱۶۴

## بیان مسئله

مسئله جهانی شدن<sup>۴</sup>، نیاز روزافزون به ارتباطات جهانی، اقتصادی و سیاسی، ازدیاد تمایل به ادامه تحصیل در کشورهای خارجی، نقش چشمگیر رسانه‌های دیجیتالی و الکترونیکی ارتباط جمعی و سهولت مسافرت به کشورهای دیگر اهمیت مسئله زبان‌آموزی و به تبع

1. Starkey
2. Nunan
3. Swiderski
4. Globalization

آن فرهنگ‌آموزی را دوجندان می‌کند. این نیاز فزاینده برای استنباط و درک فرهنگ‌های دیگر دست‌اندرکاران آموزش زبان‌های خارجی را وادار به جستجوی شیوه‌هایی برای آموزش موارد فرهنگی کرده است که یکی از چالش‌برانگیزترین مسائل آموزشی است، چرا که آموزش زبان خارجی عمدتاً همراه با ورود مسائل فرهنگی خاص آن زبان به حیطه معلومات زبان‌آموز می‌باشد، به‌قول کرامش<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) و بنت و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) افزایش درک دیگر فرهنگ‌ها جریانی است که زبان‌آموز را با خود به سفری اکتشافی و همراه با تفکر می‌برد، اکتشاف موارد فرهنگی جدید و گاه مغایر با فرهنگ اول و تفکر راجع به ارزش‌های فرهنگی هر دو زبان و مقایسه آنها با یکدیگر. بررسی اجمالی رابطه تنگاتنگ زبان و فرهنگ، اهمیت و ضرورت تلفیق فرهنگ در آموزش زبان را دوجندان می‌کند، موضوع مهمی که تا همین اواخر مغفول مانده است. با گذشت بیش از سه دهه از انقلاب اسلامی در ایران دست‌اندرکاران آموزش زبان هنوز با این چالش مواجه‌اند که چگونه باید با پدیده تفاوت‌های بین فرهنگ وارداتی موجود در کتب و مواد درسی خارجی و فرهنگ اسلامی - ایرانی برخورد کرد. از آنجا که در ایران معمولاً زبان انگلیسی به‌عنوان زبان بیگانه<sup>۳</sup>، در کلاس و به کمک کتاب و مواد آموزشی فراگرفته می‌شود، نقش کتاب و مواد آموزشی بسیار پراهمیت می‌گردد. چون این‌گونه کتب علاوه بر یاد دادن یک زبان دیگر، مجموعه‌ای از عقاید و افکار، ارزش‌ها و دیدگاه‌های آن زبان را نیز منتقل می‌کنند (اپل<sup>۴</sup>، ۱۹۹۱). کتب درسی بخشی از سیستمی هستند که حس مسئولیت‌پذیری، اخلاقیات و انسجام فرهنگی را تقویت می‌کنند. لبرون و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۲) کتاب درسی را به‌عنوان یک محصول فرهنگی و نماینده فرهنگ یک ملت می‌بینند و لذا هیچ کتاب درسی نیست که خالی از ارزش‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و... باشد.

در زمینه آموزش زبان انگلیسی تعداد بی‌شماری کتاب‌های درسی در بازار کتاب وجود دارد. بسیاری از این کتاب‌ها توسط مؤلفان خارجی تهیه شده‌اند و معدودی از آنها هم توسط مؤلفان ایرانی به رشته تحریر در آمده‌اند. بحث در مورد کتاب‌های داخلی از حیطه پژوهش حاضر خارج است و در اینجا فقط به کتاب‌های وارداتی می‌پردازیم. بنابر آنچه گفته شد این سؤال‌ها پیش می‌آید که کتاب‌های وارداتی زبان انگلیسی حاوی چه

1. Kramsch
2. Bennett, et. al
3. Foreign Language
4. Apple
5. Lebrun, et. al

ارزش‌ها و ایده‌هایی هستند. آیا تلاش دارند دیدگاه‌ها و فرهنگ خاص زبان انگلیسی را به همراه خود آن زبان انتقال دهند؟ آیا فرهنگ و ارزش‌های ارائه‌شده در این کتاب‌ها با فرهنگ و ارزش‌های زبان‌آموزان ایرانی همخوانی دارد یا مغایر آنهاست؟ آیا این ارزش‌ها بر نگرش زبان‌آموز تأثیرگذار است یا خیر؟ کینگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۰: ۲) نگرش زبانی را این‌گونه تعریف می‌کند: «پاسخی خاص به جنبه‌های ویژه‌ای از زبانی خاص». آیا این پاسخ‌ها و تأثیرات، مثبت و در راستای ارتقاء سطح آگاهی و بینش زبان‌آموزند یا منفی و مخرب‌اند؟ در همین راستا مقاله حاضر بر آن است که ثابت کند که کتاب‌های آموزشی زبان انگلیسی به‌طور اعم و کتب مورد بررسی در این پژوهش به‌طور اخص، مملو از ارزش‌های فرهنگی گوناگون‌اند و سعی دارند ارزش‌های فرهنگی خاص انگلیسی‌زبان‌ها را منتقل کنند. اهمیت این پژوهش در آن است که خیل عظیمی از کودکان، نوجوانان و جوانان ایرانی راهی مؤسسات زبان می‌شوند (یا به‌دلیل نیاز یا پرستیژ و یا دلایل دیگر) و این نسل آینده‌سازان ما هستند. برای همین ارزش‌های فرهنگی این کتب باید مورد مذاقه قرار گیرند و اگر مغایر با ارزش‌های اسلامی و ایرانی جامعه باشند بایستی جایگزین گردند.

### پیشینه تحقیق

نظر به اهمیت روزافزون زبان‌آموزی (و به‌ویژه زبان انگلیسی به‌عنوان زبان بین‌المللی) و رابطه عمیق بین زبان و فرهنگ فعالیت‌های پژوهشی فراوانی در جهان انجام شده است، اما کند و کاو در زمینه بررسی کتب آموزش زبان انگلیسی به‌عنوان محمل‌هایی برای مسائل فرهنگی مخصوصاً در کشور ما از پیشینه کمتری برخوردار است. در حال حاضر زبان انگلیسی رایج‌ترین زبانی است که مورد اقبال عمومی مردم در سراسر دنیا قرار گرفته است. در سال‌های اخیر مخصوصاً در ایران با اقبال توده مردم به یادگیری زبان انگلیسی مواجه شده‌ایم. این اقبال از یک‌سو و ورود انواع بی‌شمار کتب خارجی و مواد کمک آموزشی از سوی دیگر دست‌اندرکاران آموزش زبان انگلیسی را با چالشی بزرگ مواجه کرده است که ناشی از حجم عظیم موارد فرهنگی است که به‌ویژه در کتب انگلیسی به‌چشم می‌خورد. به‌گفته سرجنت<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) زبان انگلیسی در جهان زبانی است که عمدتاً بر مبنای طرز تفکر و سیاست خاصی بنا شده است. عدم موفقیت و ناکامی در برقراری

1. King  
2. Sargeant

ارتباط بین فرهنگ‌ها معمولاً ناشی از عدم شناخت ارزش‌ها، عقاید و جنبه‌های فرهنگی مستتر در فرهنگ خاص افرادی است که به زبان‌های مختلف تکلم می‌کنند (تانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). تانگ معتقد است که با یادگیری فرهنگ آن مردم می‌توان از تکرار سوء تفاهمات و عدم موفقیت در ارتباطات بین فرهنگ‌ها کاست. کراسنر<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) معتقد است که برای توانمند شدن در زبان، تنها توانش زبانی صرف برای زبان‌آموزان کافی نیست بلکه ایشان باید با فرهنگ آن زبان نیز آشنا گردند، مثلاً از روش‌های مناسب خطاب قرار دادن، ابراز تشکر، درخواست و ابراز موافقت یا مخالفت باید آگاه گردند. در زمینه ارزش‌های فرهنگی موجود در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی و تأثیرات آنها تاکنون مطالعاتی شده است که ناظر بر موارد مختلفی بوده است. مشکوه (۲۰۰۲) در رساله دکتری خویش در بررسی کتاب‌های Headway و New Interchange به این نتیجه رسیده است که ارزش‌های فرهنگی متعددی در آنها وجود دارد که مهم‌ترین آنها مصرف‌گرایی و استیلا و تفوق زبان و فرهنگ انگلیسی بر زبان‌ها و فرهنگ‌های دیگر می‌باشند. ضمناً وی معتقد است که کتب تنها منبع تأثیرگذار نیستند بلکه یکی از آنها به‌شمار می‌آیند. مشکوه در پژوهش خود به این مسئله نیز اشاره کرده که گرچه این سری کتاب‌ها با کتب درسی مصوب وزارت آموزش و پرورش از لحاظ فرهنگی متفاوت‌اند، نقش مدرسان و معلمان این دو نهاد آموزشی یکسان و مشابه است بدین معنا که هر دو گروه از ارتباط بین زبان و فرهنگ آگاه بوده و سعی می‌کردند آگاهی فرهنگی را به شاگردان خود منتقل کنند. عسگری (۲۰۱۱) در مطالعات خود به کلیشه‌های فرهنگی و مسائل جنسیتی اشاره دارد که از ارزش‌های ویژه فرهنگی کشورهای انگلیسی زبان نشئت گرفته و در کتب آموزش زبان انگلیسی متجلی شده است. اما وی نیز همچون مشکوه اذعان دارد که کتاب تنها راه تأثیرپذیری فرهنگی نیست و زبان‌آموزان از روش‌های گوناگونی در معرض تأثیرات فرهنگی و ارزشی هستند. عبدالله‌زاده و بنی‌اسد (۲۰۱۰) در مطالعه خود بر روی کتب True to life و Spectrum خاطر نشان کرده‌اند که کتب وارداتی زبان انگلیسی نمایانگر ارزش‌های خاص فرهنگی هستند که رایج‌ترین آنها در این کتب، برتری و استیلای زبان انگلیسی، جنسیت‌گرایی، کلیشه‌های فرهنگی و مصرف‌گرایی هستند. ایشان در تحلیل و مقایسه سطوح مختلف این کتب به این مطلب دست‌یافته‌اند که هر چه سطح زبانی کتب

1. Tang  
2. Krasner

پیشرفته‌تر شده، ارزش‌های فرهنگی بیشتری در آنها گنجانده شده است. یعنی در کتاب Spectrum VI نسبت به بقیه کتاب‌های مورد بررسی آنها، ارزش‌ها از فراوانی بیشتری برخوردارند. زارعی (۲۰۱۱: ۲۰۴۹) اذعان دارد که کتب آموزش زبان، حاوی ارزش‌های بسیاری هستند و «علاوه بر دانش زبانی، فرهنگ زبان مقصد را تا حدودی به زبان‌آموزان منتقل می‌سازند». وی در یافته‌های خویش به این نتیجه رسیده است که یادگیری یک زبان بیگانه تا حد قابل توجهی به شکل‌گیری هویت‌های خاص اجتماعی می‌انجامد که نقش کتب در این امر چشمگیر است. زارعی (۲۰۱۱) به نقل از کورتازی و جین (۱۹۹۹) می‌نویسد که کتب آموزشی زبان در حقیقت در حکم معلمان، نقشه‌های راه و مآخذی هستند که با راهنمایی‌ها و جهت‌یابی‌های گوناگون، منابع اساسی فرهنگ را تشکیل می‌دهند. یافته‌های باتیا<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) در تحقیقی بر روی زبان‌آموزان هندی، روشن‌گر آن است که مصرف‌زدگی و تبلیغات سرسام‌آور، که از طریق آموزش و ترویج زبان انگلیسی القا می‌شود، تأثیرات چشمگیری بر فرهنگ عمومی در هند داشته است. کوبتا<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) در مقاله خود به این باور رسیده است که رسالت مواد آموزشی زبان انگلیسی ترویج ابتذال فرهنگی و به‌وجود آوردن چارچوب‌های اجتماعی، ارزشی و فرهنگی بر طبق فرهنگ غرب و بزرگنمایی برخی ارزش‌های مثبت و در عوض چشم‌پوشی از مسائل منفی موجود در جامعه انگلیسی زبان است.

### اهداف و پرسش‌های پژوهش

وجود رابطه عمیق بین زبان انگلیسی و فرهنگ وارداتی غربی و لزوم تأیید اینکه کتب آموزش زبان انگلیسی علاوه بر مسائل زبانی حاوی مسائل فرهنگی هم هستند، محقق را بر آن داشت تا به استخراج و بررسی ارزش‌های فرهنگی موجود در یک سری از کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی موجود در ایران یعنی کتب Impact (conversation series) بپردازد. از آنجا که این کتب به‌تازگی در ایران منتشر و تدریس می‌شود تاکنون روی آنها از جهت ارزش‌های فرهنگی و انتقال آن به زبان‌آموزان مطالعه‌ای صورت نگرفته است. در راستای هدف پژوهش که استخراج، تجزیه و تحلیل ارزش‌های فرهنگی در کتب مذکور است پرسش اصلی تحقیق حاضر به شرح زیر می‌باشد:

1. Bhatia
2. Kubota

۱. چه ارزش‌های فرهنگی در کتاب‌های *Impact (conversation series)* وجود

دارد؟

همچنین ضرورت دارد برای روشن شدن جوانب مختلف بحث، علاوه بر سؤال اصلی، به دو سؤال زیر به‌عنوان سؤالات فرعی نیز پاسخ داده شود:

۲. آیا این کتب علاوه بر آموزش زبان انگلیسی، در صدد انتقال دیدگاه‌ها و فرهنگ

خاص آن زبان نیز هستند؟

۳. آیا فرهنگ و ارزش‌های ارائه‌شده در این کتاب‌ها با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی

- ایرانی همخوانی دارد یا مغایر آنهاست؟

### روش پژوهش

پژوهش حاضر یک پژوهش کیفی است و لذا از روش تحلیل محتوای کیفی<sup>۱</sup> استفاده می‌شود. از آنجا که برای تحلیل محتوای کیفی روش‌های متعددی هست (گیون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸)، در این پژوهش از روش توصیفی و تحلیلی بهره گرفته می‌شود. محتوای کتب *Impact* از لحاظ ارزش‌های فرهنگی موجود در آنها پس از توصیف و دسته‌بندی، تحلیل می‌شوند تا ماهیت ارزش‌های فرهنگی در این کتاب‌ها شناخته و روشن شوند. در این تحقیق مجموعه کتاب‌های *Impact (conversation series)* یعنی کتاب‌های *Impact Values* (دی و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳) و *Impact Topics* (دی و یاماناکا<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳) توسط محقق به‌دقت مطالعه، بررسی، تجزیه و تحلیل محتوایی شدند.

### یافته‌های پژوهش

۱. چه ارزش‌های فرهنگی در کتاب‌های *Impact (conversation series)* وجود دارد؟  
کتب وارداتی آموزش زبان انگلیسی *Impact* توسط انتشارات لانگمن چاپ و منتشر می‌شود. سری کامل شامل *Conversation series* (سه کتاب)، *Skills courses* (سه کتاب)، *Course books* (سه کتاب)، *Grammar* (یک کتاب) و *Words and phrases* (یک کتاب) می‌شود. دلیل انتخاب این سری، یعنی *(Conversation series)*، این است که

1. Qualitative Content Analysis
2. Given
3. Day & et. al
4. Day & Yamanaka

بررسی تمامی کتب موجود از محدوده مقاله خارج می‌باشد. از سری Conversation دو تایی آنها یعنی کتاب‌های Impact Values (دی و همکاران، ۲۰۰۳) و Impact Topics (دی و یاماناکا، ۲۰۰۳) در ایران موجود است و کتاب دیگر یعنی Impact Issues (دی و یاماناکا، ۲۰۰۲) در ایران در دسترس نیست. از طریق سایت این مجموعه هم توانستم فقط به مشخصات شناسنامه‌ای Impact Issues و یک نمونه از دروسش دست بیابم. لذا تحقیق به دو کتاب Impact Values و Impact Topics محدود شد. ضمناً این سری، ویژه سطوح متوسط و پیشرفته است که قبلاً مهارت‌های اساسی چهارگانه را در انگلیسی کسب کرده‌اند. هر دو کتاب مشتمل بر ۳۰ درس است که حول ۳۰ محور مورد علاقه و رایج در بین جوانان و بزرگسالان می‌باشد. این محورها در ۵ گروه (ارزش‌های مردم، ارزش‌ها در روابط، ارزش‌ها در محل کار، ارزش‌ها در خانواده و ارزش‌ها در جامعه در Impact Values و موضوعات مردم، زنان و مردان، روابط، جامعه و زندگی در Impact Topics) طبقه‌بندی شده و در هر طبقه شش موضوع قرار دارد که هر موضوع در قالب یک درس ارائه شده است. اهداف این کتب کمک به زبان‌آموزان برای آشنایی و فهم این موضوعات و توانمند ساختن ایشان در بیان نظرات، عقاید و ارزش‌های خویش به زبان انگلیسی است. این کتب به دقت مطالعه و از لحاظ ارزش‌های فرهنگی موجود در محتوای دروس و نیز تصاویر، بررسی و فراوانی هر ارزش جمع‌آوری شد. برای اطمینان از دسته‌بندی ارزش‌ها، نظرات یک متخصص دیگر زبان نیز مدنظر قرار گرفت و میزان همبستگی به‌عنوان ملاک پایایی<sup>۱</sup> با استفاده از آلفای کربناخ محاسبه و میانگین معادل ۰/۹۳ برای دو کتاب برآورد شد که از لحاظ آماری بسیار خوب است. لازم به‌ذکر است که در این پژوهش صرفاً به ارزش‌هایی پرداخته‌ایم که در فرهنگ ایرانی - اسلامی ما دارای بار ارزشی مثبت یا منفی هستند و از موارد ارزشی خنثی صرف‌نظر شده است.

جدول شماره (۱) ارزش‌های فرهنگی منفی و فراوانی آنها را در دو کتاب نشان می‌دهد. در تنظیم ارزش‌ها در جدول مزبور تلاش شده است که حتی‌المقدور از جهت موضوعی با هم قرابت داشته باشند. بدین ترتیب ابتدا موضوعات مرتبط با خانواده، محیط‌های آموزشی، مسائل اخلاقی نوجوانان و جوانان و سپس مسائل شغلی و محیط کار، رفتارهای اجتماعی و مسائل کلی‌تر در رابطه با جهان ارائه شده است.

1. Inter-rater Reliability



جدول ۱: ارزش‌های فرهنگی منفی موجود در کتاب‌های Impact Values و Impact Topics و فراوانی آنها

فراوانی	Impact Topics	Impact Values	ارزش‌های فرهنگی
۶	۴	۲	اختلاف‌نظر با والدین
۲	۱	۱	افسارگسیختگی فرزندان
۲	۲	-	مشکلات تحصیلی دانش‌آموزان
۲۰	۸	۱۲	داشتن دوست دختر یا پسر و قرار ملاقات
۱۶	۶	۱۰	روابط نامشروع
۱۲	۴	۸	مد و توجه افراطی به زیبایی ظاهر
۱	۱	-	ترویج استعمال سیگار در هر محیطی
۵	۲	۳	مشروب‌خواری
۱	-	۱	اعتماد به کامپیوتر
۲	۱	۱	اختلاف همسران شاغل در کارخانه
۲	۱	۱	مشکلات روابط زنان شاغل با همکاران مرد
۲۴	۹	۱۵	تبعیض‌های جنسیتی در جامعه و محیط کار
۲	-	۲	رابطه نادرست رئیس و کارمند
۷	۵	۲	تلاش برای کسب درآمد بالا به هر قیمت
۲	۲	-	رعایت نکردن نوبت در صف
۱	۱	-	بلند حرف‌زدن با موبایل در کتابخانه و اتوبوس
۱	۱	-	انداختن ته سیگار روی زمین
۹	۵	۴	مصرف‌زدگی
۱	-	۱	آتش‌افروزی و جنگ
۱۱۶	۵۳	۶۳	جمع کل
۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۵	پایایی بین دو نفر

لازم به توضیح است که ملاک ارزش‌گذاری در این پژوهش، انطباق ارزش‌ها با فرهنگ اسلامی - ایرانی جامعه ماست و نه دنیای غرب، چرا که بسیاری از ارزش‌های منفی موجود در کتب، از لحاظ دیدگاه غربی منفی به حساب نمی‌آیند و در عرف جامعه غرب کاملاً پذیرفته شده‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که در کتاب Impact Values ارزش‌های فرهنگی منفی تبعیض‌های جنسیتی<sup>۱</sup>، داشتن دوست دختر یا پسر و قرار ملاقات<sup>۲</sup>، روابط

1. Gender Segregation
2. Dating

نامشروع، مد و توجه افراطی به زیبایی ظاهر<sup>۱</sup> از فراوانی بیشتری برخوردار است در حالی که در Impact Topics تبعیض‌های جنسیتی، داشتن دوست دختر یا پسر و قرار ملاقات، روابط نامشروع، مصرف زدگی<sup>۲</sup> و تلاش برای کسب درآمد بالا به هر قیمت بیشتری فراوانی را دارند. در این مجال به رایج‌ترین ارزش‌های منفی فرهنگی کتب می‌پردازیم. یافته‌های حاصل از بررسی کتب در جدول (۱) نشان می‌دهد تبعیض‌های جنسیتی، شایع‌ترین مورد فرهنگی است. یک جنبه از این تبعیض‌ها و تفاوت‌ها در نقش‌هایی است که برای هر جنس مشخص شده است. در بررسی دروس این کتب محقق به موارد زیادی برخورد که در آن خانم‌ها نسبت به آقایان دارای نقش منفی و خلاف اخلاقی بیشتری هستند. مثلاً در IT<sup>۳</sup> درس ۴ ترزا، ۳۵ ساله معتاد به قماربازی است تا حدی که این امر موجب از هم پاشیده شدن زندگیش با وجود یک فرزند دختر شده است. درس ۵ (IT) یومی، زن جوان را نشان می‌دهد که به هنگام گذراندن تعطیلاتش در هاوایی از مغازه‌های انگشتر گران قیمتی را دزدیده است. درس ۱۲ (IT) راجع به ریخت و پاش و مصرف‌گرایی کیم، زن جوان ۲۳ ساله صحبت می‌کند. در درس اول Impact Values (IV) میشل عاشق بینی واره و موارد غیرمتعارف دیگری برای ابراز وجود است، در حالی که دوست پسرش از این وضع راضی نیست. در درس ۹ (IV) این دختر است که همیشه سر قرار با نامزدش دیر می‌رسد و پدر پسر به همین دلیل او را از ازدواج با این دختر نهی می‌کند. روی هم رفته مسائل غیراخلاقی (به‌زعم ما شاید!) در این دو کتاب برای زنان ۱۷ مورد و برای مردان ۷ مورد است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد شغل‌های خوب با درآمد بالا و دارای پرستیژ از آن مردان و شغل‌های پایین‌تر و معمولی از آن زنان است. در درس ۱۴ (IV) خانم ناومی کارمند است و راجع به رئیسش که مرد است با برادرش صحبت می‌کند. در درس ۱۶ (IV) آقای لی مدیر مدرسه و خانم ریوس معلمی است که از دست همکار خانمش شکایت می‌کند. در درس ۱۲ (IT) آقای جی‌ها در بانک کار می‌کند و حقوق بالایی دارد در حالی که دوست دخترش بیکار است و تنبل و ولخرج. در درس ۱ (IT) در مصاحبه برای استخدام در شرکتی معتبر، داوطلبان همگی پسر هستند که «علیرغم ظاهر عجیب و غریب‌شان، با ویژگی‌های هوش و استعداد، شخصیت خارق‌العاده و ظاهری با مزه معرفی می‌شوند» (دی و یاماناکا، ۲۰۰۳: ۱۲).

1. Fashion
2. Consumerism
3. Impact Topics

دیگر یافته پژوهش که نشانگر ارزش‌های فرهنگی در اکثر دروس این کتب است رابطه دوستی بین دو جنس مخالف و قرار ملاقات است. مثلاً در درس ۱ (IV)، دو دوست، بری‌ان و فیل راجع به میشل، دوست دختر فیل صحبت می‌کنند. در درس ۳ (IV) یومی و سارا راجع به دوست پسر یومی و آمانی و جرج راجع به دوست دختر آمانی با هم صحبت می‌کنند. همچنین در دروس ۴، ۱۱، ۱۲، ۱۴، و ۲۳ از کتاب (IV) این مسئله وجود دارد. در درس ۷ (IT) کوین و استن راجع به دوست دختر کوین، جوآن و ملاقات قبلی آنها صحبت می‌کنند. دروس ۲، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۸ از کتاب (IT) نیز حول محور دوستی دختر و پسر می‌چرخد.

همان‌گونه که اشاره شد روابط نامشروع در کتب مورد بررسی به ویژه در Impact Values از فراوانی زیادی برخوردارند. شایان ذکر است که به دلیل محظورات اخلاقی در این پژوهش از پرداختن به آنها صرف‌نظر شده است (برای کسب اطلاعات بیشتر ر.ک. به سایت کتب Impact).

دیگر مورد فرهنگی که حاصل یافته‌های پژوهش و دارای فراوانی بیشتری است مد و توجه افراطی به زیبایی ظاهر است. در درس ۱ (IV) صحبت دو پسر جوان بر سر آرایش کردن و زیباتر کردن ظاهر دوست دختری از ایشان از طریق سوراخ کردن گوش، بینی، زبان و دیگر اعضا است. در درس ۳ (IV) چهار دوست راجع به آرایش برای مردان و زنان بحث می‌کنند. درس ۴ (IV) راجع به جراحی پلاستیک و زیباتر کردن چهره است. در درس ۱ (IT) ظاهر متفاوت مثل سبزه کردن رنگ مو یا آرایش‌های زننده و عجیب و پوشیدن لباس‌های پاره به‌عنوان مظاهر مد آمده است. درس ۵ (IT) راجع به استفاده از جواهرات و لباس‌های گرانبها و درس ۶ (IT) اشاره به مسابقه ملکه زیبایی و ملاک‌های انتخاب آن است. در این درس راجع به شرکت زنان در مسابقه ملکه زیبایی یکی از فاکتورهای بسیار مهم، زیبایی ظاهر است. برنده این مسابقه در پاسخ یکی از منتقدین که در این مسابقه فقط به جنبه‌های ظاهری بدن یک زن توجه می‌شود و نه به ارزش‌های مهم دیگر او، اذعان می‌دارد که: «چه اشکالی دارد! به ستارگان سینما توجه کنید. شما باید زیبا، جذاب و فریبنده باشید تا بتوانید ستاره شوید!» (دی و یاماناکا، ۲۰۰۳: ۲۷). در تصاویر این کتب نیز توجه به ظاهر و لباس بسیار به چشم می‌خورد. تصویر صفحه یک (IT) جوانی با شلوار پاره و موهای سبزه و صفحه ۱۸ (IT) مردی با بینی واره و موهای عجیب و غریب را نشان می‌دهد.

مصرف‌زدگی، ارزش فرهنگی شایع دیگری است که حاصل یافته‌های پژوهش در این کتاب‌هاست. این ویژگی در مواردی از قبیل اسراف در خرید، مصرف مواد آرایشی و لباس‌های گرانبها به چشم می‌خورد. مثلاً در درس ۳ (IV) در صحبت آمانی و جرج، راجع به دوست دخترهایشان بر روی مصرف مواد آرایشی تأکید شده است (دی و همکاران، ۲۰۰۳: ۶). یا در (II) درس ۲ در توجیه تلاش برای به دست آوردن پول بیشتر از راه‌های گوناگون، امبر، دختر ۲۵ ساله اظهار می‌دارد که عاشق لباس‌های شیک و قشنگ، رستوران‌های گران قیمت، و کنسرت‌های معروف است. درس ۱۲ (IT)‌های جین، ۲۳ ساله را نشان می‌دهد که با مردی ۵۲ ساله دوست شده و به او قول ازدواج داده است اما انگیزه او فقط خرج کردن پول‌های آن مرد برای لباس و خریدهای گران است.

برآیند یافته‌های حاصل از بررسی کتب نشان می‌دهد که این کتب علاوه بر ارزش‌های منفی به ارزش‌های مثبت هم پرداخته‌اند. جدول شماره (۲) ارزش‌های فرهنگی مثبت و فراوانی آنها را در دو کتاب نشان می‌دهد. در تنظیم این ارزش‌ها در جدول مزبور سعی شده ابتدا موضوعات مربوط به وظایف فردی و سپس وظایف اجتماعی ارائه گردد.

جدول ۲: ارزش‌های فرهنگی مثبت موجود در کتاب‌های Impact Values و Impact Topics و فراوانی آنها

۱۷۴

فراوانی	Impact Topics	Impact Values	ارزش‌های فرهنگی
۲	-	۲	مسئولیت‌پذیری
۱	-	۱	برنامه‌ریزی
۱	-	۱	پرهیز از تلویزیون
۲	۱	۱	تشویق به داشتن پشتکار
۱	-	۱	وقت‌شناسی
۱۲	۳	۹	تشویق به مشورت و گفتگو برای حل مشکلات
۱	-	۱	مراقبت از سالمندان
۲	۱	۱	کمک به هم‌نوع
۱	۱	-	کمک‌های خیریه
۲	۱	۱	رعایت حقوق حیوانات
۲	۱	۱	توجه به بهداشت و محیط زیست
۲	۱	۱	پیشرفت‌های تکنولوژی
۲۹	۹	۲۰	جمع کل
۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۹۵	پایایی بین دو نفر

یافته‌های حاصل از بررسی کتب نشانگر آن است که در کتاب Impact Values ارزش‌های فرهنگی مثبت از فراوانی بیشتری برخوردار است در حالی که در Impact Topics فراوانی کمتری دارد. نسبت موارد مثبت فرهنگی Impact Values به Impact Topics (۲۰ به ۹) می‌باشد. در تحلیل یافته‌ها مشخص گردید که ارزش‌های مثبت نسبت به ارزش‌های منفی در این کتب از فراوانی بسیار کمتری برخوردار است (۲۹ به ۱۱۶)، به بیان دیگر در این کتب، ارزش‌های مثبت ۱۹/۴۵٪ و ارزش‌های منفی ۸۰/۵۵٪ می‌باشد. در ضمن نسبت ارزش‌های مثبت به ارزش‌های منفی در Impact Values ۲۰ به ۶۳ (۲۴٪ به ۷۶٪) و در Impact Topics ۹ به ۵۳ (۱۴٪ به ۸۵٪) است و این نشان می‌دهد که ارزش‌های منفی فرهنگی در کتاب Impact Topics بیشتر از کتاب Impact Values است. روی هم رفته Impact Values نسبت به Impact Topics موارد فرهنگی بیشتری دارد (۸۳ به ۶۲).

۱۷۵

در این مجال به برخی ارزش‌ها که از فراوانی نسبتاً بالاتری برخوردارند می‌پردازیم. تشویق به مشورت و گفتگو برای حل مشکلات، ارزش مثبتی است که در هر دو کتاب از بیشترین فراوانی برخوردار است. فاصله عددی این ارزش با ارزش‌های دیگر بسیار قابل توجه است (نه مورد در Impact Values شامل دروس ۱۳، ۱۴، ۲۰، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۷، ۲۹ و ۳۰ و سه مورد در Impact Topics شامل دروس ۱۰، ۲۰ و ۲۶). به‌عنوان مثال در درس ۱۰ (IT) مری دختر ۲۴ ساله راجع به مشکلی که به دکترلی نامه می‌نویسد و از او راهنمایی می‌خواهد یا در درس ۲۰ (IT) دانشجوی یک دانشگاه با پست الکترونیکی نظر استادش را در موضوعی که ذهنش را مشغول داشته جویا می‌شود. در درس ۱۳ و ۱۴ (IV) شین با دوستش جان و نامی با برادرش تام، راجع به مشکلاتی که در محیط کاریشان پیش آمده مشورت می‌کنند. درس ۲۷ (IV) راجع به پسر ۱۲ ساله‌ای است که راجع به مسائلی از دعوای کودکانه با دوستش گرفته تا جنگ و صلح بین کشورها، نامه‌ای به سردبیر یک روزنامه می‌نویسد و مشکلاتش را مطرح می‌کند.

در درس ۱۴ (IV) ارزش مسئولیت‌پذیری مدنظر قرار گرفته است. کارمند وظیفه‌شناس و منضبط اداره از نحوه برخورد رئیس اداره با خودش در غیرمسائل کاری راضی نیست و معتقد است در محیط کار باید به نحو احسن مسئولیت‌های محوله را انجام دهد. درس ۱۵ (IV) نیز مارک، مهندس نرم‌افزاری را به تصویر می‌کشد که با احساس مسئولیت شدید از اتلاف وقت جلوگیری می‌کند و حتی از قبول دعوت همکاران برای برخی تفریحات سرباز می‌زند.

ارزش فرهنگی پشتکار داشتن، ارزش بعدی است. مثلاً در درس ۱۸ (IV) به تد که به تازگی از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده دو موقعیت شغلی پیشنهاد شده است و او شغل دشوارتر را به دلیل داشتن آینده بهتر می‌پذیرد. علیرغم نظر دوست صمیمی‌اش که به شدت با او مخالف است تد عزم را جزم کرده که با هرگونه سختی دست و پنجه نرم کند تا به اهداف عالیش برسد.

روحیه کمک به هم‌نوع در درس ۵ (IV) و درس ۲۳ (IT) به تصویر کشیده شده است. براد کارمندی است که دوست دارد به همه کمک کند و همیشه در انجام کارها پیشقدم می‌شود، تا حدی که برای کارهای خودش وقت کم می‌آورد. پت ماهونی نیز برای کمک به فقرا و بی خانمان‌ها همواره در تکاپو است.

توجه به بهداشت و محیط زیست ارزش مثبت دیگری است که در این کتاب‌ها به آن پرداخته شده است. مثلاً در درس ۲۵ (IV) در برنامه تلویزیونی صندلی داغ با نویسنده‌ای که کتابش در مورد حفظ کره زمین، عنوان پر فروش‌ترین را به خود اختصاص داده و در آن، سبک نادرست زندگی را زیر سؤال برده، مصاحبه می‌شود. این نویسنده معتقد است که اسراف در کلیه شئون زندگی و افراط در مصرف انرژی، سلامت انسان‌ها و محیط زیست و نیز کره زمین را به مخاطره افکنده است.

برخی دیگر از ارزش‌های مثبت در کتاب‌های IV و IT به شرح زیر است که فقط به دروس ارائه دهنده آنها اشاره می‌کنیم: برنامه‌ریزی (درس ۲۲، IV)، پرهیز از دیدن تلویزیون به منظور موفقیت در دانشگاه (درس ۲، IV)، وقت‌شناسی (درس ۹، IV)، مراقبت از سالمندان (درس ۲۶، IV)، شرکت در امور خیریه (درس ۲۳، IT)، رعایت حقوق حیوانات (درس ۲۸، IV و ۲۷، IT) و پیشرفت‌های تکنولوژی (درس ۲۴، IV و ۳۰، IT).

۲. آیا این کتب علاوه بر آموزش زبان انگلیسی، در صدد انتقال دیدگاه‌ها و فرهنگ خاص آن زبان نیز هستند؟

۳. آیا فرهنگ و ارزش‌های ارائه‌شده در این کتاب‌ها با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی - ایرانی همخوانی دارد یا مغایر آنهاست؟

با توجه به آنچه در پاسخ سؤال اصلی پژوهش مطرح شد اکنون می‌توان با اطمینان به جواب سؤالات فرعی نائل شد. کتب مورد بررسی علاوه بر افزایش توانش زبانی، تلاش

دارند دیدگاه‌ها و فرهنگ خاص انگلیسی زبان‌ها را به زبان‌آموزان انتقال دهند و دروس این مجموعه علاوه بر آموزش زبان، برای آشنایی و فهم ایشان با موضوعات خاص فرهنگ غربی و در راستای توانمند ساختن یادگیرندگان زبان در ابراز عقاید، افکار و باورهای ارزشی به زبان انگلیسی مدون شده‌اند. همان گونه که ارزش‌های این کتب مورد بررسی قرار گرفت و در جداول (۱) و (۲) گزارش شد بیشتر ارزش‌های ارائه‌شده با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی - ایرانی مغایرت دارد و در مقابل، ارزش‌های همسو با معیارهای دینی و ملی ما از شمار کمتری برخوردار است.

### بحث، نتیجه‌گیری، پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی

آموزش زبان انگلیسی در ایران قدمتی دیرینه دارد. در سال‌های پس از انقلاب اسلامی این امر با چالش‌های فراوانی همراه بوده که یکی از آنها انتخاب کتب و مواد آموزشی متناسب با موازین انقلاب اسلامی و فرهنگ ایرانی می‌باشد. از این رو ضرورت توجه به گزینش کتب آموزشی زبان انگلیسی برای سنین و سطوح مختلف بسیار حائز اهمیت است. نتایج حاصل از پژوهش حاضر را می‌توان به شرح زیر توضیح داد. اولاً تحلیل یافته‌های پژوهش بر این موضوع دلالت دارد که کتاب‌ها و مواد آموزشی زبان انگلیسی حاوی ارزش‌های فرهنگی هستند و به نوعی (مستقیم یا غیرمستقیم) می‌کوشند فرهنگ غربی را به یادگیرندگان انتقال دهند. سؤال این تحقیق در مورد ارزش‌های فرهنگی است که در سری کتاب‌های Impact وجود دارد. نتایج تحلیل داده‌ها نشانگر آن است که این کتب مشحون از ارزش‌های فرهنگی هستند و این امر با نظر کریستین اسمیت<sup>۱</sup> (۱۹۹۱)، ون دایک<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، زارعی (۲۰۱۱)، مشکوه (۲۰۰۲) و عسگری (۲۰۱۱) هماهنگ است. مسلم است هر کتابی به خصوص کتب آموزشی حاوی ارزش‌ها و ایده‌های خاص خود می‌باشند و تصور اینکه کتابی عاری از هر گونه ارزشی باشد تصور نادرستی است؛ در واقع کتاب‌های درسی محملی هستند برای ایدئولوژی‌هایی که در برنامه‌های آموزشی گنجانده می‌شوند. تحلیل جدول فراوانی ارزش‌های منفی آشکار می‌سازد که تبعیض‌ها و تفاوت‌های جنسیتی، شایع‌ترین مورد فرهنگی موجود در این کتاب‌ها است. جنبه‌های مختلف این تفاوت‌ها در نقش‌های تعیین‌شده برای هر جنس و شغل‌هایی است که زنان

1. Christian-Smith

2. Van Dijk

و مردان دارند. یافته‌های پژوهش حاضر در این قسمت با نتایج تحقیق عبدالله‌زاده و بنی‌اسد (۲۰۱۰)، بخشی از یافته‌های عسگری (۲۰۱۱) و کوبتا (۱۹۹۸) هم‌راستا است. عسگری در تحقیقات خود به این نتیجه رسید که کتاب‌های وارداتی آموزش زبان انگلیسی حاوی ارزش‌های خاص فرهنگی جامعه انگلیسی زبان از جمله مسائل جنسیتی و کلیشه‌های فرهنگی هستند. یافته‌های پژوهش حاضر همچنین نشان داد پدیده مد و مدپرستی و توجه افراطی به زیبایی ظاهری، رابطه بین دو جنس مخالف به‌عنوان دوست و قرار ملاقات گذاشتن و مصرف‌زدگی دیگر موارد فرهنگی‌اند که در این کتاب‌ها به‌چشم می‌خورد. این نتایج در مورد متغیرهای فوق با یافته‌های باتیا (۲۰۰۰) و مشکوه (۲۰۰۲) همخوانی دارند. باتیا معتقد است زبان انگلیسی مصرف‌زدگی، تبلیغات سرسام‌آور و مد را در هند ترویج می‌کند که به‌میزان زیادی بر فرهنگ عامه مردم در هند تأثیر گذاشته است. در پژوهش‌های مشکوه (۲۰۰۲) و عبدالله‌زاده و بنی‌اسد (۲۰۱۰)، مصرف‌زدگی یکی از ارزش‌هایی است که در کتب مورد بررسی از فراوانی بیشتری برخوردار بوده است. کوبتا (۱۹۹۸) در مطالعه خویش اشاره می‌کند که یکی از موارد فرهنگی موجود در مواد آموزشی ایجاد قالب‌های ارزشی و فرهنگی و ابتذال محتواست؛ مسائلی چون توجه افراطی به‌ظاهر، مد، پول، رفاه و... علاوه بر این، کوبتا اشاره می‌کند که موارد مثبت که در چشم زبان‌آموزان غرب را همچون بهشت و مدینه فاضله‌ای می‌نمایند در این کتاب‌ها فراوان‌اند و تصاویری که از دنیای غرب در کتب آموزش زبان یافت می‌شوند چیزی است که مطلوب و آرزوی زبان‌آموزان است. باید اذعان کرد که یافته‌های پژوهش حاضر در این زمینه تاحدودی با نظرات کوبتا ناهمخوانی دارد چرا که در کتب بررسی شده علاوه بر نکات مثبت به نکات منفی هم پرداخته شده است که به‌نظر محقق تصویری نسبتاً واقعی از جامعه غرب را به‌دست می‌دهد و همان‌گونه که اشاره شد در این کتب ارزش‌های منفی از فراوانی بیشتری نسبت به ارزش‌های مثبت برخوردار است، ارزش‌هایی که با فرهنگ و ارزش‌های دینی و ملی جامعه ایرانی مغایر و ناهمسان است.

پژوهش حاضر روی کتبی انجام شد که برای سطوح متوسط و پیشرفته تدوین شده است. مسلماً در سطوح پایین‌تر و برای کودکان که میزان تأثیرپذیریشان بیشتر و قدرت تفکر و تجزیه تحلیل‌شان کمتر است این امر حساس‌تر می‌گردد و باید دقت بیشتری در انتخاب کتب آموزشی زبان انگلیسی و مخصوصاً تصاویر آنها نمود که مستلزم پژوهش‌های دیگری برای سطوح مبتدی زبان‌آموزان است. دیگر کتب آموزش زبان انگلیسی که در



بازار موجود است نیز می‌تواند از همین جنبه بررسی شود. شناسایی ارزش‌های موجود در انواع کتب زبان انگلیسی که جامعه دینی و ملی ما ارج می‌نهد و مقایسه آنها با ارزش‌هایی که با موازین جامعه در تضاد است موضوعی است که برای تحقیقات بعدی مناسب است. پژوهش حاضر با توجه به هدف خود فقط به بررسی کتب و استخراج ارزش‌های آنها پرداخت و اینکه این کتب سعی در انتقال ارزش‌های فرهنگی به زبان‌آموزان دارند. از نقش معلمان و مدرسان زبان در این زمینه نباید غافل شد. آگاهی معلم زبان از ارزش‌های حاکم بر این گونه کتب و سعی در انتقال این ارزش‌ها به همراه توجه دادن به ارزش‌های فرهنگ اول به زبان‌آموزان و مقایسه دو فرهنگ می‌تواند به تقویت موارد مثبت کمک کند. اطلاعات فرهنگی باید از جانب معلم بدون جانبداری ارائه گردد، به طریقی که پیش‌داوری نسبت به فرهنگ اول یا دوم نداشته باشد. این روش با ایجاد یک فضای خنثی به زبان‌آموز در کشف فرهنگ خودش و فرهنگ مقصد و تفکر در مورد هر دو در حین آموختن زبان کمک می‌کند به نحوی که با احترام متقابل به هر دو فرهنگ اول و دوم بتواند موارد مثبت آنها را اتخاذ و موارد منفی را رد کند و به سواد فرهنگی دست‌یابد که کرامش (۱۹۹۳) آن را فرهنگ سوم می‌نامد، فرهنگی که از خلال آن زبان‌آموز با کلیه فرهنگ‌های دنیا آشنا بشود ولی تحت تأثیر موارد منفی قرار نگیرد. برای روشن شدن ابعاد دقیق تأثیرگذاری معلمان زبان پیشنهاد می‌گردد نقش حساس ایشان در پژوهش‌های بعدی مطمح‌نظر قرار گیرد.

علاوه بر پیشنهادهای پژوهشی بالا پیشنهادهای کاربردی زیر می‌تواند مورد توجه قرار گیرد: علیرغم تلاش‌های انجام‌شده برای مناسب‌سازی کتب وارداتی و به‌خصوص کتب آموزش زبان انگلیسی، متأسفانه در بازار کتاب هنوز کتاب‌هایی حاوی ارزش‌های غیراسلامی و غیراخلاقی یافت می‌شود. با کند و کاو در زمینه کتب آموزش زبان انگلیسی به‌عنوان یکی از محمل‌های مسائل فرهنگی و انتقال یافته‌های این پژوهش‌ها به متولیان امر می‌توان بر نشر و توزیع این کتب و همچنین بر مؤسسات آموزش زبان انگلیسی نظارت دقیق‌تری کرد. مراکز تربیت معلم زبان انگلیسی نیز باید با درک حساسیت وظیفه‌شان در آموزش و تربیت نیروهای متعهد و دلسوز به بهبود وضع آموزش زبان انگلیسی و انتقال صحیح مفاهیم فرهنگی به دور از اثرات منفی و مخرب آن همت گمارند. یکی از یافته‌های جنبی پژوهش حاضر این است که کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی وارداتی می‌توانند از برخی جهات الگوی مناسبی برای تدوین‌گران کتب زبان و برنامه‌ریزان درسی

باشند. آنها حاوی مطالبی هستند که بسیار هوشمندانه، ظریف، بادقت و جذابیت بالا، موارد بسیار جزئی رفتاری زندگی انگلیسی‌زبانان را توضیح داده‌اند. ضمناً اگر این کتاب‌ها را با دیدی بی‌طرفانه و منصفانه بررسی کنیم درمی‌یابیم که ارزش‌های مثبت نیز در آنها به‌چشم می‌خورد که با فرهنگ ما همخوانی دارد، ارزش‌هایی که در یافته‌های پژوهش حاضر به برخی از آنها همچون برنامه‌ریزی، پشتکار و وقت‌شناسی اشاره شد. می‌توان بر اینها تأکید کرد و با الگو گرفتن از این شیوه، ارزش‌های فرهنگی، دینی و ملی خود را در تدوین کتاب‌های آموزش زبان گنجانند.

1. Abdollahzadeh, E. & S. Baniasad. (2010). Ideologies in the Imported English Textbooks: EFL Learners and Teachers Awareness and Attitude. *English Language Teaching and Learning*. Vol. 217. pp.1-17.
2. Apple, M.W. (1991). The Culture and Commerce of the Textbook. In M.W. Apple and L.K. Christian Smith. (Eds.). *The Politics of the Textbook*. London: Rutledge.No. 5. pp.22-40.
3. Asgari, A.(2011). The Compatibility of Cultural Value in Iranian EFL Textbooks. *Journal of Language Teaching and Research*. Vol. 2. No.4. pp. 887-894. doi: 10.4304/jltr.2.4.887-894
4. Bennett, J.M.; M. J. Bennett & W.Allen. (1999). Developing Intercultural Competence in the Language Classroom. In R.M. Paige; D.L. Lange & Y.A. Yershova (Eds.). *Culture as the Core: Integrating Culture into the Language Curriculum*. Minneapolis: CARLA, University of Minnesota. pp. 13-46.
5. Bhatia, T. (2000). *Advertising in Rural India: Language, Marketing Communication, and Consumerism*. Tokyo University Of Foreign Studies.
6. Christian-Smith, L.K. (1991). Texts and High Tec: Computer, Gender, and Book Publishing. In M.W. Apple, and L.K. Christian-Smith (Eds.). *The Politics of the Textbooks*. London: Rutledge. pp.46-70.
7. Cortazzi, M. & L. Jin. (1999). Cultural Mirrors, Materials and Methods in the EFL Classroom. In E. Hinkel (Ed.). *Culture in Second Language Teaching and Learning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kong. 8. Day, R.R. et. al. (2003). *Impact Values*. Longman Asia ELT. Hong Kong.
- Kong. 9. Day, R.R. & J. Yamanaka. (2003). *Impact Topics*. Longman Asia ELT. Hong Kong.
10. Day, R.R. & J. Yamanaka. (2002). *Impact Issues*. [Online], Available: <http://www.Impactseries.com/issue>
11. Given, L. M. (2008). *Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. London & California: Sage publications.
12. King, M. (2000). *Transformative Learning in Adult ESL Education*. Online, Available: <http://ocs.sfu.ca/fed/can/index.php/csse2010/csse2010/paper/view/667>.
13. Kramsch, C. (2001). *Language and Culture*. Oxford: Oxford University Press.
14. Kramsch, C. (1993). *Context and Culture in Language Teaching*. Oxford: Oxford University Press.
15. Krasner, I. (1999). The Role of Culture in Language Teaching. *Dialog on Language Instruction*. Vol.13. No.1-2. pp. 79-88.
16. Kubota, R. (1998). Ideologies of English in Japan. *World Englishes*. Vol. 17. No.3. pp 295-306.
17. Lebrun, J. et.al. (2002). Past and Current Trends in the Analyses of Textbooks in a Quebec Context. *Curriculum Inquiry*: Vol. 32. No.1. pp. 51-83.
18. Meshkat, M. (2002). The Cultural Impact of EFL Books on Iranian Language learners. Unpublished PhD. Dissertation. University of Tehran.
19. Nunan, D.(1999). *Second Language Teaching and Learning*. Boston, Massachusetts: Heinle & Heinle Publishers.
20. Seargeant, P. (2008). Language, Ideology, and, English within a Globalized Context. *World Englishes*. Vol. 27. No.2. pp. 217-232.
21. Starkey, H. (1999). Foreign language Teaching to Adults: Implicit and Explicit Political Education. *Oxford Review of Education*. Vol. 25. No.1. pp. 155-169.
22. Swiderski, R. M. (1993). *Teaching Language, Learning Culture*. Bergin & Garvey Publication.
23. Tang, Y. (2006). Beyond Behavior: Goals of Cultural Learning in the Second Language

- Classroom. *The Modern Language Journal*. Vol.90. No. 1. pp. 86–99. Online, Available: doi: 10.1111/j.1540-4781.2006.00386.x
24. Van Dijk, T.A. (2001). *Political Discourse and Ideology*. Online Available: <http://www.hum.uva.nl/teun/dis-pol-ideo.htm>
25. *Webster's New World Encyclopedia*. (1992). John Wiley & Sons Inc.
26. Zarei, Gh.R. (2011). Cultural Effects of L2 Learning: a Case Study of Iranian Learners Learning English. Elsevier Ltd. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Vol.15. pp. 2048-2053. Online Available: [www.Sciencedirect.com](http://www.Sciencedirect.com) doi: 10.1016/j.sbspro.2011.04.051.