



بررسی استراتژیهای کلان و خرد ادب در کتابهای زبان انگلیسی دوران اول و دوم متوسطه مدارس ایران

علی اکبر خمیجانی فراهانی*

(نویسنده مسئول)

دانشیار دانشکده زبان‌ها و ادبیات خارجی، دانشگاه تهران، ایران

Email: farahani@ut.ac.ir



داود برزآبادی فراهانی**

استادیار دانشکده زبان‌ها و ادبیات خارجی، دانشگاه تهران، ایران

Email: Borzabadi@gmail.com



عشرت السادات بازارمچ حقی***

دانشجوی دکتری آموزش زبان انگلیسی دانشکده زبان‌ها و ادبیات خارجی، دانشگاه تهران، ایران

Email: eshrat.haghi@ut.ac.ir



چکیده

تحقیق حاضر تلاش می‌کند تا کتابهای زبان انگلیسی چاپ جدید متوسطه را به لحاظ منظورشناسی زبان در حوزه ادب بررسی نماید. هدف اصلی تحقیق یافتن نحوه توزیع استراتژیهای کلان و خرد ادب بر پایه نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) در مکالمات کتابها است. هدف دیگر بررسی وجود ارتباط میان سطح کتابهای درسی و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب می‌باشد. بدین منظور فراوانی و درصد استفاده از استراتژیهای کلان و خرد ادب در مکالمات هر یک از کتابهای زبان بررسی گردید و برای یافتن ارتباط میان سطح کتابهای درسی و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این پژوهش نشان داد که تمامی انواع استراتژیهای کلان در کتابها استفاده شده است اما در میزان استفاده از آنها و استراتژیهای خرد مربوطه تفاوت بسیاری وجود دارد. همچنین مشخص گردید که هر چه سطح کتاب بالاتر می‌رود میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب کاهش می‌یابد. نتایج تحقیق می‌تواند اطلاعات مفیدی را در اختیار طراحان کتابهای

اطلاعات مقاله

تاریخ ارسال: ۱۳۹۷/۰۹/۱۱
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۲۱
تاریخ انتشار: زمستان ۱۴۰۰
نوع مقاله: علمی پژوهشی

کلید واژگان:

منظورشناسی، کتاب‌های
زبان انگلیسی، نظریه ادب،
استراتژیهای کلان ادب،

شناسه دیجیتال DOI: 10.22059/JFLR.2019.270694.582

خمیجانی فراهانی، علی اکبر، برزآبادی فراهانی، داوود، بازارمچ حقی، عشرت السادات. (۱۴۰۰). بررسی استراتژیهای کلان و خرد ادب در کتابهای زبان انگلیسی دوران اول و دوم متوسطه مدارس ایران. پژوهشهای زبان‌شناختی در زبانهای خارجی ۱۱ (۳)، ۶۵۵-۶۸۱.
Khomeijani Farahani, A., Borzabadi Farahani, D., Bazarmaj Haghi, E. (2021). An Investigation of Macro and Micro Politeness Strategies in Iranian Junior and Senior High schools' English Textbooks. Foreign Language Research Journal, 11 (3), 655-681.

*علی اکبر خمیجانی فراهانی، دانشیار زبان‌شناسی، دانشکده زبانها و ادبیات خارجی دانشگاه تهران، بیش از ۳۰ سال مشغول به تدریس زبان‌شناسی و زبان انگلیسی است.
**داوود برزآبادی فراهانی استادیار آموزش زبان انگلیسی در دانشکده زبانها و ادبیات خارجی دانشگاه تهران است. حوزه پژوهشی وی یادگیری کلمات، روش تدریس و پرورش معلم است.

***عشرت السادات بازارمچ حقی موفق به اخذ درجه دکتری در رشته آموزش زبان انگلیسی از دانشکده زبانها و ادبیات خارجی دانشگاه تهران شده است. زمینه تحقیقاتی ایشان آموزش تکلیف محور زبان انگلیسی، نگارش حرفه ای و ارزیابی کتب درسی زبان انگلیسی است.



An Investigation of Macro and Micro Politeness strategies in Iranian Junior and Senior High schools' English Textbooks



Ali Akbar Khomeijani Farahani*
(corresponding author)

Associate Professor of Linguistics, Department of English language and Literature, the University of Tehran, Tehran, Iran
Email: farahani@ut.ac.ir



Davood Borzabadi Farahani**

Assistant professor in English Language Teaching, Faculty of Foreign Languages and Literatures, University of Tehran Tehran, Iran
Email: Borzabadi@gmail.com



Eshrat Alsadat Bazarmaj Haghi***

English Department, Faculty of Foreign Languages, University of Tehran, Tehran, Iran
Email: eshrat.haghi@ut.ac.ir

ABSTRACT

The present study analyzes the high schools' English textbooks from the pragmatic aspect. The primary aim of the study is to investigate the macro and micro politeness strategies used in textbooks' dialogues based on Brown and Levinsons' (1987) Politeness Theory. The secondary aim of the study is to find out whether there is a significant relationship between textbooks' levels and the amount of politeness strategies used in them. Therefore, the frequencies and percentages of macro and micro politeness strategies were specified. Moreover, Pearson Correlation Test was used to find out the relationship between textbooks' levels and the amount of politeness strategies used in them. The results indicated that all types of macro politeness strategies were used; however, there is a huge difference among the frequencies of the macro and micro politeness strategies. Moreover, it was found out that as the as the textbooks' levels are increased, the amount of politeness strategies used in them are decreased. The results of the study can provide useful information for English textbooks' material developers.

DOI: 10.22059/JFLR.2019.270694.582

ARTICLE INFO

Article history:

Received: December 2, 2018

Accepted: April 10, 2019
Available online:
winter 2021

Keywords:

"Pragmatics", " English Textbooks", " Politeness Theory", " Macro Politeness Strategies", " Micro Politeness Strategies".

Khomeijani Farahani, A., Borzabadi Farahani, D., Bazarmaj Haghi, E. (2021). An Investigation of Macro and Micro Politeness Strategies in Iranian Junior and Senior High schools' English Textbooks. *Foreign Language Research Journal*, 11 (3), 655-681.

*Ali Akbar Khomeijani Farahani, is Associate Professor of Linguistics in Department of English language and Literature, the University of Tehran. He has been teaching Linguistics and English Language 30 years.

** Davood Borzabadi Farahani is an assistant professor in English Language Teaching at the Faculty of Foreign Languages and Literatures, University of Tehran. His areas of interest are vocabulary learning, teaching methodology, and teacher development.

*** Eshrat Alsadat Bazarmaj Haghi is has got a PhD degree in TEFL from the University of Tehran. As an EFL teacher, her research interests are: Task-based Language Teaching, Academic Writing, Language Learning Strategies, English Textbooks' Evaluation.

دانستن زبان یکی از اساسی‌ترین عوامل برای فهم بشر از خود و دیگران است. معناهایی که می‌توان از طریق دانش زبانی ایجاد کرد، ارتباطات بین‌المللی را میسر می‌سازد (غلامی، ۲۰۱۵). در کنار زبان مادری، یادگیری زبان انگلیسی به‌عنوان یک زبان بین‌المللی در کشورهای مختلف از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در ایران، زبان انگلیسی به‌عنوان یک زبان خارجی مطرح است و در دوران اول و دوم متوسطه از طریق کتابهای درسی به دانش‌آموزان آموزش داده می‌شود.

در گذشته، مهم‌ترین بخش‌ها در آموزش و یادگیری زبان انگلیسی در ساختارهای دستوری زبان و لیستی از لغات جدید هر درس خلاصه می‌شد که به نتایج مطلوبی منجر نشد (مرادی، کربلائی و افراز، ۲۰۱۳). تحقیق و بررسی در حوزه یادگیری و آموزش زبان دوم/خارجی نشان داد که زبان چیزی فراتر از ساختارهای دستوری است و جنبه‌های منظورشناسی (Pragmatics) نیز باید در نظر گرفته شود. از این رو تمرکز بر روی یادگیری جنبه‌های ساختاری در نظام آموزشی، جای خود را به یادگیری جنبه‌های ساختاری در کنار منظورشناسی زبان داد (زعفرانی و حسین-معصوم، ۲۰۱۵). بنابراین، امروزه افزایش توانش منظورشناسی دانش‌آموزان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به اهمیت بخش منظورشناسی زبان، بسیاری از محققین بر این باورند که یادگیری جنبه منظورشناسی زبان باید نقش اساسی در آموزش زبان انگلیسی داشته باشد (الشتین و کوهن، ۱۹۹۱؛ تنکا، ۱۹۹۷ و اسلامی-راسخ، ۲۰۰۵).

به گفته کیم و هال (۲۰۰۲)، کتابهای درسی در کلاسهای آموزش زبان خارجی مهم‌ترین منبع دریافت اطلاعات زبان-شناسی برای دانش‌آموزان می‌باشند. بنابراین طراحان کتابهای درسی می‌توانند با طراحی مناسب کتابها فرصتی جهت تقویت جنبه منظورشناسی برای دانش‌آموزان ایجاد کنند (زعفرانی و حسین-معصوم، ۲۰۱۵). در ایران با توجه به علاقه دانش‌آموزان به یادگیری زبان انگلیسی، انتخاب و ارزشیابی کتاب در عرصه‌های علمی و غیرعلمی از موضوعات مهم می‌باشد (علاوینیا و سیادت، ۲۰۱۳).

نویسندگان کتاب‌های جدید درسی زبان انگلیسی در ایران مدعی هستند که کتاب‌های جدید عیوب کتاب‌های زبان انگلیسی گذشته را پوشش داده است، با این حال اینکه کتاب‌های زبان انگلیسی چاپ جدید فرصتی برای تقویت جنبه منظورشناسی زبان برای دانش‌آموزان فراهم می‌کند نیازمند بررسی بیشتری است (غلامی، ۲۰۱۵). از آنجایی که جنبه منظورشناسی زبان بخش وسیعی از زبان را تشکیل می‌دهد، بررسی تمام قسمت‌های مربوط به این حوزه در یک تحقیق میسر نمی‌باشد. بنابراین، تحقیق حاضر به یکی از مهم‌ترین حوزه‌های منظورشناسی زبان به نام حوزه ادب (Politeness) می‌پردازد.

۱-۱. آموزش زبان انگلیسی در ایران

در ایران دبیران زبان انگلیسی حق انتخاب کتاب زبان از بین کتابهای چاپ شده را ندارند و می‌بایست کتاب درسی تعریف شده برای هر سال تحصیلی را آموزش دهند (اکبری کلیشادی و شریف زاده، ۲۰۱۳) و از آنجایی که برای تدریس جنبه‌های منظورشناسی زبان به دبیرانی که عادت به تدریس دستور زبان و لغات زبان انگلیسی داشته‌اند آموزشی داده نمی‌شود، بسیاری از دبیران زبان تنها به اطلاعاتی که دانش‌آموزان از طریق کتاب درسی دریافت می‌کنند اکتفا کرده و خود اطلاعاتی در زمینه منظورشناسی زبان در اختیار دانش‌آموزان قرار نمی‌دهند (نوردادو روشنی خیابانی، ۲۰۱۵). بنابراین، تنها منبع دریافت اطلاعات اولیه برای دانش‌آموزان کتاب درسی می‌باشد (اکبری کلیشادی و شریف زاده، ۲۰۱۳).

کتابهای درسی زبان انگلیسی مورد استفاده در مدارس ایران سالهای زیادی تغییر نکرد تا آنکه در سال ۲۰۱۳ جهشی برای چاپ کتابهای درسی جدید آغاز شد و هر سال به چاپ کتاب درسی یک سال تحصیلی اختصاص یافت. در حال حاضر، کتابهای زبان انگلیسی دوره اول متوسطه با نام سری کتاب‌های پراسپکت (Prospect) و کتابهای زبان انگلیسی دوره دوم متوسطه با نام سری کتاب‌های ویژن (Vision) در حال چاپ می‌باشند. هر سری از کتاب‌ها شامل سه کتاب درسی می‌باشد و تاکنون کتابهای هر دو سری چاپ شده است.

۱-۲. نظریه ادب و برخی مفاهیم مرتبط با آن

امروزه حوزه ادب به‌عنوان یکی از بخش‌های منظورشناسی و نیز یکی از مفاهیم مهم در تعامل انسانی به لحاظ اجتماعی، فرهنگی و زبان‌شناسی مطرح است (هو آنگ، ۲۰۰۷).

چهار دهه از آغاز مطالعه در زمینه ادب در علم زبان‌شناسی می‌گذرد و در این مدت نظریات مختلفی جهت شفاف سازی و تحلیل ادب زبانی مطرح شده است. در این میان، براون و لوینسون یکی از معتبرترین نظریه‌ها را در مقوله ادب بر پایه مفهوم وجهه (Face) گافمن (۱۹۵۵) ابتدا در سال ۱۹۷۸ و سپس با اصطلاحاتی در سال ۱۹۸۷ مطرح کردند. هریس (۲۰۰۷) نظریه ارائه شده توسط این دو نظریه‌پرداز را از علمی‌ترین و کاربردی‌ترین نظریات در زمینه ادب زبانی به‌خصوص در انجام مطالعات میان-فرهنگی شمرده است و دلیل آن را داشتن انسجام و توجه به نکات جزئی می‌داند. علاوه بر آن، بسیاری از منتقدین بر آن باورند که نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) با معنای مفهوم ادب در جامعه انگلستان و فرهنگ فردگرایی غرب همخوانی دارد (گوو، ۱۹۹۰ و اید، ۱۹۸۹). از آنجائی که این فرهنگ بسیار متفاوت از فرهنگ جمع‌گرایی فارسی‌زبانان است (صبوری، پیش قدم، حسینی فاطمی و قونسولی، ۲۰۱۵)، اهمیت یادگیری استراتژیهای ادب معرفی شده توسط ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) برای دانش‌آموزان ایرانی بیشتر می‌شود. بنابراین، در تحقیق حاضر از نظریه براون و لوینسون (۱۹۸۷) استفاده شده است که در این بخش به توضیح مفاهیم مهم آن پرداخته شده است.

نظریه براون و لوینسون (۱۹۸۷) را می‌توان در توجه کردن به وجهه (Face)، یک خودانگاره عمومی، و به‌کارگیری راهبردهایی (Politeness Strategies) برای کاهش میزان تهدید ایجاد شده توسط کنش‌های تهدید کننده وجهه (Threatening Acts Face) به آن خلاصه کرد.

در این نظریه، هر فرد میل به آزادی عمل به اجتماع و همچنین پذیرفته شدن به‌عنوان یک عضو در جامعه را دارد. به همین منظور، براون و لوینسون (۱۹۸۷) دو وجهه برای افراد جامعه در نظر گرفته‌اند و از آن‌ها به‌عنوان وجهه منفی (Negative Face) و وجهه مثبت (Positive Face) نام برده‌اند. به‌طور طبیعی هر فرد در جامعه به این دو میل یا وجهه خواست (Face Want) دیگر افراد توجه می‌کند و انتظار دارد سایر افراد نیز به وجود این دو وجهه در او احترام بگذارند. با این وجود، گاهی افراد کنش‌هایی انجام می‌دهند که وجهه مثبت و یا منفی سایر افراد جامعه را تهدید می‌کند به همین دلیل براون و لوینسون (۱۹۸۷) اینگونه کنش‌ها را کنش‌های تهدید کننده وجهه (Face Threatening Acts) نامیده‌اند. برای کاهش و یا جلوگیری از میزان تهدید اینگونه کنش‌ها افراد از استراتژیهای ادب که انواع و کاربردهای مختلف دارد بهره می‌برند.

براون و لوینسون (۱۹۸۷)، چهار نوع استراتژیهای ادب را معرفی می‌کنند که عبارتند از: استراتژیهای مستقیم (Bald On-record Strategy)، ادب مثبت (Positive Politeness Strategy)، ادب منفی (Negative Politeness Strategy) و غیرمستقیم (Off-record Strategy).

براون و لوینسون (۱۹۸۷) استراتژیهای مذکور را اینگونه توضیح می‌دهند:

در استراتژی ادب مستقیم سخنگو برای حفاظت از وجهه مخاطب تلاشی نمی‌کند و از این رو این گونه استراتژی در ارتباطات صمیمانه و نزدیک که نیاز به تبادل سریع اطلاعات می‌باشد استفاده می‌شوند. در این نوع از استراتژی ادب، سخنگو به‌طور مستقیم حرفهای خود را بیان می‌کند. برای مثال، در گفتگوی زیر که میان دو دوست صمیمی است، مینا برای اینکه اتفاقی برای فاطمه نیفتد و دستانش نسوزد از استراتژی ادب مستقیم برای تبادل اطلاعات استفاده کرده است زیرا که ارتباط بین آنها آن قدر صمیمانه می‌باشد که بتواند به‌طور مستقیم حرفهای خود را بیان کند.

مینا خطاب به فاطمه: به آن قابلمه دست زن! خیلی داغ است تازه شعله گاز را خاموش کرده‌ام.

در استراتژی ادب مثبت، سخنگو تلاش می‌کند به مخاطب حس صمیمانه القا کند تا وجهه مثبت او را تهدید نکند و نشان دهد که مخاطب در جامعه و گروه مورد پذیرش است. برای مثال در گفتگوی زیر که میان عروس و مادرش با خانواده همسر می‌باشد از استراتژی ادب مثبت جهت توجه به موضوعات مورد علاقه مشترک سخنگو و مخاطب استفاده شده است:

عروس به هدیه‌های آورده شده نگاه کرد و گفت:

- چه قدر قشنگ‌اند! خیلی خوش سلیقه‌اید.

1. مادر سبد گل را روی میز گذاشت و

گفت:

- چه گل‌هایی! چرا زحمت کشیدید.

با استفاده از استراتژی ادب منفی سخنگو تلاش می‌کند تا به گونه‌ای با مخاطب صحبت کند تا سخن وی وجهه منفی و میل به آزادی عمل را در مخاطب تهدید نکند. در گفتگوی تلفنی زیر برای آنکه سخنگو کاری کند که مورد قبول مخاطب ممکن است نباشد از عبارت بیخشید در ابتدای سخن استفاده شده است تا وجهه منفی مخاطب به خطر نیفتد:

- بیخشید، زهرا جان کاری فوری پیش آمده و

- همسرم صدایم می‌زند. دوباره زنگ می‌زند.
قربانت.

- باشد، خداحافظ.

همچنین، سخنگو با استفاده از استراتژی غیرمستقیم تمام تلاش خود را به کار می‌گیرد تا هیچگونه کنش تهدید کننده‌ای برای مخاطب ایجاد نکند و به‌طور غیرمستقیم سخن خود را بیان می‌کند. در مثال زیر که گفتگویی میان مدیر مدرسه و معلم است، مدیر با مطرح کردن سؤال زیر در واقع قصد طرح کردن سؤال را ندارد بلکه به‌طور غیرمستقیم به معلم یادآوری می‌کند که بیشتر مطالعه کنند و تلاش می‌کند وجهه معلم را تهدید نکند:

مدیر: چه کسی می‌تواند منکر آن شود که در سیستم آموزشی جدید معلم باید بیشتر از قبل مطالعه داشته باشند؟

معلمان: درست است

هر یک از چهار نوع استراتژی ادب به موارد جزئی‌تری تقسیم می‌شود که سخنگو با توجه به موقعیت‌های مختلف به کار می‌برد. برای مثال استراتژی ادب مستقیم ممکن است در مواقع اضطراری به کار رود مانند «مراقب باش» "Watch out" و یا زمانی که حفظ وجهه مخاطب برای سخنگو اهمیت چندانی نداشته باشد مانند «فراموش نکن که ظرفها را بشوی» "Don't forget to wash the dishes". استراتژی ادب مثبت نیز کاربردهای متنوعی دارد. برای مثال، زمانی که سخنگو به علاقه‌مندیها، خواسته‌ها و نیازهای مخاطب توجه دارد مانند «ناراحت به نظر میرسی. میتونم کاری انجام دهم؟» "You look sad. Can I do anything?" و یا زمانی که سخنگو در صحبت‌هایش هم به خود و هم به مخاطب اشاره می‌کند، از این نوع استراتژی بهره می‌گیرد مانند «بیا بریم» "let's go". از موقعیت‌هایی که در آن استراتژی ادب منفی استفاده می‌شود می‌توان به زمانی اشاره کرد که سخنگو برای مخاطب احترام قائل می‌شود و از القابی مانند دکتر استفاده می‌کند و یا زمانی که قبل از مطرح کردن درخواست از عباراتی برای عذرخواهی استفاده می‌کند برای مثال «مطمئنم که باید سرت شلوغ باشه...» "I am sure you must be busy...". استراتژی ادب غیرمستقیم نیز در موارد مختلفی استفاده می‌شود مانند زمانی که سخنگو به جای سخن مستقیم به‌طور غیرمستقیم و با دادن سرخ‌هایی درخواست خود را مطرح می‌کند برای مثال «اینجا سرده» "It's cold here" و یا زمانی که سخنگو به‌طور کامل سخن خود را بیان نمی‌کند مانند «خوب، من فقط...» "Well, I'll just..."

در تحقیق حاضر چهار نوع استراتژی اصلی ادب معرفی شده توسط براون و لوینسون (۱۹۸۷) با عنوان استراتژی-های کلان ادب و استراتژی‌های زیرمجموعه آنها با عنوان استراتژیهای خرد ادب ذکر شده‌اند.

۲. پیشینه پژوهش در زمینه کاربردشناسی کتابهای زبان انگلیسی در ایران

زعفرانیه و حسین-معصوم (۲۰۱۵) محتوای کتابهای دوره دوم متوسطه چاپ قدیم را از لحاظ منظورشناسی بررسی نمودند. در این تحقیق، از مدل‌های هالیدی (۱۹۷۴) و سرل (۱۹۷۶) استفاده شد تا کاربردهای زبانی (Language)

Functions و کارگفته‌های (Speech Acts) موجود در کتابها به‌طور دقیق بررسی شود. نتایج حاکی از آن بود که کتابها به میزان کافی حاوی بازنمایی بخش منظورشناسی زبان نمی‌باشد. علاوه بر آن، نتایج نشان داد که تنوع کارگفته‌ها و کاربردهای زبانی ناکافی بود، و نیز واقعی بودن مکالمات در نظر گرفته نشده بود. همچنین نتایج نشان داد ساده‌سازی‌ها و حذفیات در کتابها مناسب نبوده، و بازنمایی موارد زبانی به صورت سیستماتیک انجام نگردیده بود. به-علاوه، اطلاعات فرا منظورشناسی (meta-pragmatic) در کتابها وجود نداشت، و کارگفته‌های موجود در مکالمات با فرهنگ، مذهب و هنجارهای ایرانی بازنمایی شده بود. زعفرانیه و حسین-معصوم (۲۰۱۵) با توجه به نتایج به-دست‌آمده به طراحان کتاب‌های درسی پیشنهاد می‌کنند که موارد ذکر شده را در نظر بگیرند تا به دانش‌آموزان کمک کنند زبان دوم را بهتر فرا گیرند. در مقاله چاپ شده از زعفرانیه و حسین-معصوم (۲۰۱۵) نامی از کتابهای مورد بررسی برده نشده است و تنها ذکر شده است که هر سه کتاب دوره دوم متوسطه مورد بررسی قرار گرفته است و کل دروس مورد بررسی حدود ۲۰ درس است. از آنجائیکه کتاب سوم سری کتابهای ویژه مهر ماه امسال در دسترس قرار گرفت و کل دروس سه کتاب ویژه ۱۰ درس می‌باشد می‌توان نتیجه گرفت که کتابهای مورد استفاده در تحقیق ذکر شده کتابهای زبان انگلیسی دوره دوم متوسطه چاپ قدیم می‌باشد. این در حالی است که سال ۲۰۱۵ تمامی کتابهای پراسپکت در دسترس بودند و از آنجائیکه به تازگی چاپ شده بودند نیازمند بررسی در حوزه منظورشناسی زبان بودند. علاوه بر آن، آنچه که در تحقیق زعفرانیه و حسین-معصوم (۲۰۱۵) مورد توجه و بررسی قرار گرفت کاربردهای زبانی و کارگفته‌های موجود در کتابها بود و استراتژیهای ادب موجود در کتابها بررسی نشد.

از میان تحقیقاتی که بر روی کتابهای زبان انگلیسی چاپ قدیم انجام شده است، غلامی (۲۰۱۵) به بررسی استراتژیهای ادب موجود در دو کتابهای زبان انگلیسی دوره دوم متوسطه (اول و دوم دبیرستان) و کتاب پیش‌دانشگاهی پرداخت. همچنین در این تحقیق به بررسی کارگفته‌ها و دسته‌بندی لغات و ساختارها (lexical and syntactic classification) پرداخته شد. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که در کتابهای مورد بررسی توجه اندکی به گنجانیدن اطلاعات منظورشناسی شده بود و محقق برای بالا بردن میزان واقعی بودن (authenticity) کتابها پیشنهاد داد که

اطلاعات منظورشناسی بیشتری در این کتابها گنجانده شود. با آنکه غلامی (۲۰۱۵) از چند جهت مختلف میزان اطلاعات منظورشناسی موجود در کتابهای ذکر شده را مورد بررسی قرار داد، آنچه که جای تأمل دارد آن است که همچون زعفرانیه و حسین-معصوم (۲۰۱۵)، این محقق نیز تنها بر روی کتابهای چاپ قدیم تمرکز کرد. در سال ۲۰۱۵ تمامی کتابهای دوره اول دبیرستان ویرایش شده بودند و نیز کتاب اول دوره دوم دبیرستان نیز در حال چاپ بود. با این وجود غلامی (۲۰۱۵) تمامی کتابهای چاپ جدید که نیازمند به بررسی بیشتر بودند را در تحقیق خود لحاظ نکرد و از کتاب سال دوم دوره دوم متوسطه به بررسی اطلاعات منظورشناسی پرداخت.

از میان تحقیقاتی که بر روی کتابهای زبان انگلیسی چاپ جدید انجام شد، می‌توان به تحقیق نورداد و روشنی خیابانی (۲۰۱۵) و اعظم شمس (۲۰۱۵) در حوزه منظورشناسی زبان اشاره نمود. نورداد و روشنی خیابانی (۲۰۱۵) محتوای کتابهای پراسپکت ۱ و ۲ که در دوره اول متوسطه مورد استفاده قرار می‌گیرد را به لحاظ دانش منظورشناسی در حوزه کارگفته‌ها بررسی کردند. در این تحقیق از مدل طبقه-بندی کارگفته‌های سرل (۱۹۷۹) برای بررسی محتوای مکالمات استفاده شد. هدف از مطالعه بررسی انواع، تناوب و توزیع هریک از کارگفته‌ها بود. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از وجود ضعف‌هایی در استفاده از کارگفته‌ها مانند استفاده نکردن از فعل بیانی (Declaration Speech Act) بود. به گفته نورداد و روشنی خیابانی (۲۰۱۵)، برای آنکه محتوای مکالمات کتابها از لحاظ منظورشناسی مناسب باشند نیاز است که تمامی کارگفته‌ها را دارا بوده و توزیع این افعال نیز به‌طور سیستماتیک و مساوی باشند. نتایج به-دست‌آمده از طریق آزمون خی دو (Chi-square Analysis) نشان داد که توزیع کارگفته‌ها در هر یک از کتابها و نیز در بین کتابها دارای تنوع یکسان و مساوی نیست. با آنکه تحقیق نورداد و روشنی خیابانی (۲۰۱۵) تحقیقی ارزشمند در حوزه منظورشناسی زبان است، در تحقیق ذکر شده تنها به دو کتاب از کتابهای دوره اول متوسطه پرداخته شده است و استراتژیهای ادب مورد استفاده در کتابها بررسی نشدند.

علاوه بر آن، شمس (۲۰۱۵) تحقیقی بر روی کارگفته‌ها و کاربردهای زبانی با استفاده از کارگفته‌های سرل (۱۹۷۶) و لیست کاربردهای زبانی خرد و کلان (macro and

micro language functions) ونک (۱۹۹۸) بر روی کتاب پراسپکت ۱ انجام داد. بار دیگر نتایج بررسی نشان داد که توزیع کاربردهای زبانی یکنواخت نبوده است و برخی از کارگفتها نیز در نظر گرفته نشده بود. در تحقیق اعظم شمس (۲۰۱۵) تنها یکی از کتابهای سری پراسپکت مورد بررسی قرار گرفت و هدف تحقیق بررسی کارگفتها در حوزه منظورشناسی زبان بود نه استراتژیهای ادب.

تحقیقات انجام شده بر روی کتابهای چاپ قدیم و جدید نشان دهنده آن است که در هیچ کدام از تحقیقات کتابهای هر دو دوره متوسطه مورد بررسی قرار نگرفت و تعداد کتابهای مورد بررسی محدود بودند. کتاب ویژن ۳ که مهرماه امسال در دسترس قرار گرفت تاکنون مورد بررسی به لحاظ منظورشناسی زبان قرار نگرفته است و در هیچ یک از تحقیقات انجام شده بر روی کتابهای چاپ جدید حوزه منظورشناسی زبان به لحاظ استراتژیهای ادب مورد توجه قرار نگرفته است.

۳. تحقیق حاضر

۳-۱. هدف

تحقیقاتی که تاکنون در حوزه منظورشناسی زبان بر روی کتابهای زبان انگلیسی چاپ جدید انجام گرفته بیشتر معطوف به کاربردهای زبانی و کارگفتها بوده است و کمتر تحقیقی در حوزه ادب صورت پذیرفته است (زعفرانی و حسین-معصوم، ۲۰۱۶ و اعظم شمس، ۲۰۱۵). برخی از تحقیقات انجام شده بر روی کتابهای زبان انگلیسی چاپ قدیم در حوزه ادب نیز تنها کتابهای دوره دوم متوسطه را در نظر گرفته اند (برای مثال غلامی، ۲۰۱۵). تحقیق حاضر تلاش می کند تا کتابهای زبان انگلیسی چاپ جدید هر دو دوره اول و دوم متوسطه را به لحاظ منظورشناسی زبان در حوزه ادب بررسی نماید. از آنجائیکه استراتژیهای ادب در مکالمه بین افراد استفاده می شود، در این تحقیق تمام بخشهای دارای مکالمه مورد مطالعه قرار می گیرد.

یکی از ادعاهای مهم براون و لوینسون (۱۹۸۷) این است که استراتژیهای ادب معرفی شده در تمامی زبانها وجود دارند. اگر چه این ادعا بارها مورد نقد قرار گرفت، اما آنچه بسیاری از منتقدین به آن باور دارند این است که نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) با معنای مفهوم ادب در جامعه

انگلستان و فرهنگ غرب، که در واقع دارای فرهنگی فردگرا است، همخوانی دارد (گوو، ۱۹۹۰ و اید ۱۹۸۹) و این فرهنگ بسیار متفاوت از فرهنگ ما فارسی زبانان می باشد که فرهنگی جمع گراست (صبوری، پیش قدم، حسینی فاطمی و قونسولی، ۲۰۱۵). این موضوع اهمیت یادگیری استراتژیهای ادب معرفی شده توسط ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) را برای دانش آموزان ایرانی دو چندان می کند. بنابراین، هدف اصلی از تحقیق حاضر یافتن نحوه توزیع استراتژیهای کلان و خرد ادب بر پایه نظریه ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) در مکالمات کتابهای انگلیسی چاپ جدید دوران اول و دوم متوسطه است.

غلامی (۲۰۱۵) در بررسی کتابهای چاپ قدیم در حوزه منظورشناسی زبان در بخشهای کارگفتها، استراتژیهای ادب و طبقه بندی واژگانی و نحو، به این نتیجه رسید که با آنکه کتابهای نوشته شده توسط انگلیسی زبانان در هر دو مقطع کودکان و بزرگسالان به وفور اطلاعات منظورشناسی زبان را در اختیار مخاطب خود قرار می دهد، کتابهای زبان انگلیسی نوشته شده توسط فارسی زبانان هر چه به سطوح بالاتر نزدیک تر می شود میزان کمتری دانش منظورشناسی زبان را در محتوای خود می گنجاند. غلامی (۲۰۱۵) این موضوع را مورد انتقاد قرار داد و ضعفهای کتابهای زبان انگلیسی چاپ قدیم را برشمرد. از این رو در تحقیق حاضر سطح کتابهای درسی نیز در بررسی کتابهای چاپ جدید در نظر گرفته شده است و هدف دیگر تحقیق بررسی وجود ارتباط میان سطح کتابهای درسی و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب است.

۳-۲. پرسشهای تحقیق

در این تحقیق پرسشهای زیر مطرح شده اند:

- ۱) نوع و تناوب استراتژیهای کلان ادب در سری کتابهای پراسپکت و ویژن چگونه است؟
- ۲) نوع و تناوب استراتژیهای خرد ادب در سری کتابهای پراسپکت و ویژن چگونه است؟
- ۳) آیا ارتباطی میان سطح کتابهای درسی (پراسپکت ۱ الی ویژن ۳) و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب وجود دارد؟

۳-۳-۱. گردآوری داده‌ها

نام کتابها	تعداد صفحات	تعداد دروس	تعداد مکالمات
پراسپکت ۱	۷۶	۸	۴۹
پراسپکت ۲	۸۸	۷	۴۸
پراسپکت ۳	۱۳۳	۶	۳۴
ویژن ۱	۱۲۴	۴	۱۷
ویژن ۲	۱۱۰	۳	۱۳
ویژن ۳	۱۰۴	۳	۱۲

۳-۳-۳. شیوه اجرا

ابتدا تمامی مکالمات پنج کتاب انگلیسی بر اساس استراتژیهای ادب معرفی شده توسط براون و لوینسون (۱۹۸۷) بررسی گردید. سپس، برای بررسی روایی درون مشاهده‌ایی (Intra-rater Reliability)، محقق بار دیگر تمامی مکالمات را مورد بررسی قرار داد و نتایج دو بررسی از طریق آزمون آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) توسط نرم افزار تحلیل داده‌های آماری اس پی اس نسخه ۲۴ (Statistical Package for Social Science Version 24) مورد تحلیل قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ ۰,۹۷ گزارش شد. همچنین استراتژیهای ادب به یک دانشجوی دکتری آموزش زبان توضیح داده شد و استراتژیهای بررسی شده توسط ایشان به‌عنوان دومین بررسی کننده استراتژیها در این تحقیق در نظر گرفته شد. نتایج دومین بررسی محقق اول با نتایج بررسی محقق دوم از طریق آزمون پیرسون (Pearson Correlation) توسط نرم افزار تحلیل داده‌های آماری اس پی اس نسخه ۲۴ مورد تحلیل قرار گرفت. ضریب همبستگی پیرسون (r) Pearson) ۰,۸۸ گزارش شد. از آنجایی که هم ضریب آلفای کرونباخ و هم ضریب همبستگی پیرسون نزدیک به ۱ گزارش شد، دومین بررسی محقق اول با ضریب اعتماد بالا اساس کار تحقیق حاضر قرار گرفت.

۳-۳-۴. روش کدگذاری

برای هر یک از استراتژیهای کلان عددی اختصاص یافت و به هر یک از استراتژیهای خرد نیز عددی از زیرمجموعه

این پژوهش از نوع توصیفی- تحلیلی (Descriptive) می‌باشد که به توصیف و تحلیل واژه‌ها و عبارات مؤدبانه استفاده شده در کتابهای زبان انگلیسی مورد استفاده در مدارس ایران می‌پردازد. داده‌های تحقیق از کتابهای سری پراسپکت و ویژن که هر یک شامل سه کتاب درسی می‌باشد گردآوری شد. استراتژیهای ادب در هنگام مکالمه بین افراد جامعه استفاده می‌شود، از این رو مکالمات موجود در بخشهای مختلف هر پنج کتاب مورد بررسی قرار گرفت. مکالمات بررسی شده از قسمتهای مختلف کتابها شامل بخشهای مکالمه، تلفظ، گفت و شنود، تمرینات کتاب و همچنین مکالمات موجود در بخشهای آموزش گرامر و آموزش ترکیبی مهارتهای چهارگانه شامل شنیدن و خواندن، شنیدن و نوشتن، شنیدن، خواندن و نوشتن جمع‌آوری شده است. قابل ذکر است از آنجایی که هدف تحقیق بررسی متون کتابهای درسی می‌باشد مکالمات از بخشهای خود کتابهای درسی جمع‌آوری شدند و مکالماتی که دانش‌آموزان به صورت شفاهی برای مهارت گفت و شنود انجام می‌دهند در تحقیق حاضر لحاظ نشده است.

۳-۳-۲. ابزار تحقیق

ابزار مورد استفاده در این تحقیق، استراتژیهای ادب معرفی شده توسط براون و لوینسون (۱۹۸۷) می‌باشد. این استراتژیها شامل چهار استراتژی کلان ادب و استراتژیهای خرد هر کدام می‌باشد. اسامی استراتژیهای کلان ادب و استراتژیهای خرد در جداول ۲ الی ۶ بخش چهارم موجود می‌باشد.

همچنین کتابهای زبان انگلیسی مورد استفاده در مدارس ایران نیز از ابزار مهم تحقیق حاضر می‌باشد. جدول ۱، نام، تعداد صفحات، تعداد دروس و تعداد مکالمات هر یک از کتابهای درسی را نشان می‌دهد.

جدول ۱

نام، تعداد صفحات، تعداد دروس و تعداد مکالمات کتابهای زبان انگلیسی مدارس ایران

عدد اختصاص یافته از استراتژی کلان مربوطه تعلق گرفت. برای مثال به استراتژی ادب مستقیم که اولین نوع استراتژی کلان است عدد ۱ و اولین موقعیتی که استفاده از آن کاربرد دارد «اضطرار یا استیصال» عدد ۱,۱ اختصاص یافته است.

۴- نتایج

۴-۱. سؤال اول تحقیق

اولین پرسش تحقیق عبارت است از:

نوع و تناوب استراتژیهای کلان ادب در سری کتابهای پراسپکت و ویژن چگونه است؟

جدول ۲ و نوع، تناوب و درصد استراتژیهای کلان ادب را در کتابهای پراسپکت و ویژن نشان می‌دهد.

۵-۳-۳. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای پاسخ به سؤال اول تحقیق، جدولی تهیه شد که در آن فراوانی و درصد هر یک از استراتژیهای کلان ادب در هر کتاب ارائه شده است.

برای پاسخ به سؤال دوم تح

جدول ۲

استراتژیهای کلان ادب و زیرم

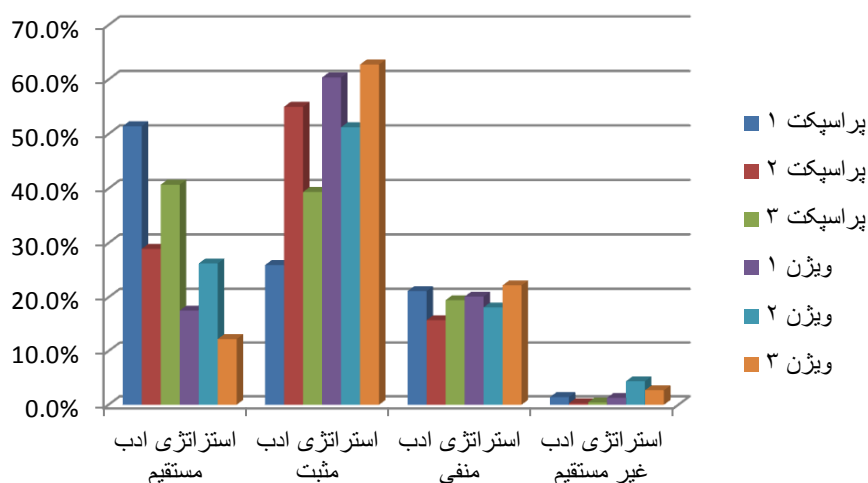
جداگانه تهیه شد که در آن فراوانی و درصد استراتژیهای کلان ادب در کتابهای پراسپکت و ویژن خرد ادب در هر کتاب گزارش شده است.

برای پاسخ به سؤال سوم از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. بدین منظور نرم افزار تحلیل داده‌های آماری س پی اس اس نسخه ۲۴ مورد استفاده قرار گرفت.

نوع استراتژی	نام کتابها					
	پراسپکت ۱	پراسپکت ۲	پراسپکت ۳	ویژن ۱	ویژن ۲	ویژن ۳
استراتژی ادب مستقیم	۱۰۷ (۵۱,۴۴٪)	۱۰۱ (۲۸,۹۳٪)	۹۲ (۴۰,۷۰٪)	۲۷ (۱۷,۵۳٪)	۴۲ (۲۶,۲۵٪)	۲۲ (۱۲,۲۲٪)
Bald On-record Strategy						
استراتژی ادب مثبت	۵۴ (۲۵,۹۶٪)	۱۹۲ (۵۵,۰۱٪)	۸۹ (۳۹,۳۸٪)	۹۳ (۶۰,۳۸٪)	۸۲ (۵۱,۲۵٪)	۱۱۳ (۶۲,۷۷٪)
Positive Politeness Strategy						

استراتژی ادب منفی	۴۴	۵۵	۴۴	۳۱	۲۹	۴۰
Negative Politeness Strategy	(۲۱,۱۵٪)	(۱۵,۷۵٪)	(۱۹,۴۶٪)	(۲۰,۱۲٪)	(۱۸,۱۲٪)	(۲۲,۲۲٪)
استراتژی ادب غیرمستقیم	۳	۱	۱	۲	۷	۵
Off-record Strategy	(۱,۴۴٪)	(۰,۲۸٪)	(۰,۴۴٪)	(۱,۲۹٪)	(۴,۳۷٪)	(۲,۷٪)
جمع کل	۲۰۸	۳۴۹	۲۲۶	۱۵۴	۱۶۰	۱۸۰
	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)

نمودار ۱ نوع و درصد استراتژیهای کلان ادب را در کتابهای پراسپکت و ویژن نشان می‌دهد.



همان گونه که در جدول ۲ و نمودار ۱ مشاهده می‌شود، تمامی انواع استراتژیهای کلان ادب در کتابها استفاده شده است. با این وجود، درصد استفاده از استراتژیها بیانگر آن است که تناوب استراتژیهای کلان ادب به یک میزان نبوده است. در واقع تفاوت شایانی در میزان استفاده از انواع

نمودار ۱. درصد استراتژیهای کلان ادب در کتابهای پراسپکت و ویژن.

استراتژیهای کلان ادب در کتابهای زبان انگلیسی وجود دارد. با توجه به نتایج حاصل، در مجموع، استراتژیهای کلان ادب مستقیم و مثبت بیشترین تعداد فراوانی و درصد را دارند. در کتابهای پراسپکت ۱ و پراسپکت ۳، استراتژی کلان ادب مستقیم به ترتیب ۵۱,۴۴٪ و ۴۰,۷۰٪ از کل استراتژیهای ادب استفاده شده در این کتابها را به خود اختصاص داده است. استراتژی کلان ادب مثبت در کتابهای پراسپکت ۲ و هر سه کتاب ویژن بیشترین تعداد فراوانی و درصد را دارند (به ترتیب ۵۵,۰۱٪، ۶۰,۳٪ و ۵۱,۲۵٪ و ۶۲,۷۷٪). جدول ۲ همچنین بیانگر آن است که استراتژی کلان ادب غیرمستقیم در تمامی کتابها کمترین میزان فراوانی را دارد. این استراتژی در کتابهای پراسپکت ۲ و ۳ تنها یکبار استفاده شده است و درصد استفاده از این استراتژی نزدیک به صفر است. در کتابهای پراسپکت ۱ و ویژن ۱ نیز درصد استفاده از استراتژی کلان ادب غیرمستقیم تنها حدود ۱ درصد است. بیشترین میزان استفاده استراتژی کلان ادب غیرمستقیم در

جدول ۳

استراتژیهای کلان ادب استفاده شده در این کتاب را به خود اختصاص داده است.

۲-۴. سؤال دوم تحقیق

دومین پرسش تحقیق عبارت است از:

- نوع و تناوب استراتژیهای خرد ادب در سری کتابهای پراسپکت و ویژن چگونه است؟

جدول ۳ میزان فراوانی و درصد میزان استفاده از استراتژیهای خرد ادب مستقیم را در هر یک از کتابها نشان می دهد.

فراوانی و درصد استراتژیهای خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب مستقیم در کتابهای پراسپکت و ویژن

خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب مستقیم	پراسپکت ۱	پراسپکت ۲	پراسپکت ۳	ویژن ۱	ویژن ۲	ویژن ۳
۲,۱. اضطراب یا استیصال Urgency or desperation	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۵ (۵,۴۳٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)
۲,۲. زمان لازم بودن بهره‌وری	۳ (۲,۸۰٪)	۲ (۱,۹۸٪)	۱ (۱,۰۸٪)	۰ (۰٪)	۲ (۴,۷۶٪)	۳ (۱۳,۶۳٪)

						When efficiency is necessary
۰	۵	۶	۰	۲	۱	۱,۳. فعالیت محور Task-oriented
(۰٪)	(۱۱,۹۰٪)	(۲۲,۲۲٪)	(۰٪)	(۱,۹۸٪)	(۰,۹۳٪)	
۱۹	۳۲	۲۱	۸۳	۹۵	۱۰۰	۱,۴. تمایلی برای حفظ وجهه مخاطب وجود نداشته باشد و یا بسیار کم باشد Little or no desire to maintain someone's face
(۸۶,۳۶٪)	(۷۶,۱۹٪)	(۷۷,۷۷٪)	(۹۰,۲۱٪)	(۹۴,۰۵٪)	(۹۳,۴۵٪)	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱,۵. انجام دادن کنش-های تهدید کننده وجهه به نفع مخاطب باشد. Doing the face-threatening act is in
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	

						the interest of the hearer
۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱,۶. خوش آمد گویی ها Welcomes
(۰٪)	(۲,۳۸٪)	(۰٪)	(۱,۰۸٪)	(۱,۰۱٪)	(۰,۹۳٪)	
۰	۲	۰	۲	۱	۲	۱,۷. پیشنهادا ت Offers
(۰٪)	(۴,۷۶٪)	(۰٪)	(۲,۱۷٪)	(۱,۰۱٪)	(۱,۸۹٪)	
۲۲	۴۲	۲۷	۹۲	۱۰۱	۱۰۷	جمع کل
(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	

استراتژی ۱,۶ در ویژن ۱ و ۳ استفاده‌ای نشده است و در سایر کتابها تنها یکبار بهره گرفته شده است. بنابراین، پس از استراتژی خرد ۱,۵، این دو استراتژی کمترین میزان فراوانی را دارند.

جدول ۴ میزان فراوانی و درصد استفاده از استراتژیهای خرد ادب مثبت را در هریک از کتابها نشان می‌دهد.

در میان استراتژیهای خرد ادب مربوط به استراتژی کلان ادب مستقیم، در تمامی کتابها استراتژی خرد ۱,۴ بیشترین فراوانی را دارد. در سری کتابهای پراسپکت این استراتژی بالای ۹۰٪ و در سری کتابهای ویژن حدود ۸۰٪ از میزان کل استراتژیهای کلان ادب مستقیم مربوط به استراتژی خرد ۱,۴ می‌باشد. استراتژی خرد ۱,۵ در هیچ یک از کتابها استفاده نشده است. همچنین استراتژی ۱,۱ و ۱,۶ تق با د، کتابها نادیده گرفته شده‌اند

جدول ۴

کتابها نادیده گرفته شده‌اند تنها در پنج مورد در کتاب در سایر کتابها به هیچ عنوان

فراوانی و درصد استراتژیهای خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب مثبت در کتابهای پراسپکت و ویژن

نام کتابها					
پراسپکت	پراسپکت	پراسپکت	ویژن	ویژن	ویژن
ت	ت	ت	۱	۲	۳
۱	۲	۳	۱	۲	۳
استراتژیهای خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب مثبت					

۷	۵	۲۹	۱۴	۶۳	۱۳	۲,۱. توجه کردن به علاقه‌مندیها، خواسته‌ها و نیازهای شنونده Attend to H (hearer)'s interests, wants, needs
(۶,۱۹٪)	(۶,۰۹٪)	٪ (۳۱,۱۸)	(۱۵,۷۳٪)	٪ (۳۲,۸۱)	٪ (۲۴,۰۷)	
۴	۱۴	۹	۲۰	۲۱	۸	۲,۲. مبالغه کردن در علاقه‌مندی Exaggerate interest
(۳,۵۳٪)	(۱۷,۰۷٪)	(۹,۶۷٪)	(۲۲,۴۷٪)	٪ (۱۰,۹۳)	٪ (۱۴,۸۱)	
۲۰	۵	۱۰	۴	۱۳	۰	۲,۳. تشدید علاقه‌مندی Intensify interest
٪ (۱۷,۶۹)	(۶,۰۹٪)	٪ (۱۰,۷۵)	(۴,۴۹٪)	(۶,۷۷٪)	(۰٪)	
۳	۰	۰	۱	۲	۳	۲,۴. استفاده از نشانگرهای هویت در گروه Use in-group identity markers
(۲,۶۵٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۱,۱۲٪)	(۱,۰۴٪)	(۵,۵۵٪)	
۳۴	۳۴	۲۵	۳۴	۶۶	۱۷	۲,۵. به دنبال توافق بودن Seek agreement
٪ (۳۰,۰۸)	(۴۱,۴۶٪)	٪ (۲۶,۸۸)	(۳۸,۲۰٪)	٪ (۳۴,۳۷)	٪ (۳۱,۴۸)	
۶	۸	۱۰	۳	۳	۲	۲,۶. اجتناب کردن از اختلاف نظر
(۵,۳۰٪)	(۹,۷۵٪)	٪	(۳,۳۷٪)	(۱,۵۶٪)	(۳,۷۰٪)	

		(۱۰,۷۵)				Avoid disagreement
۰	۰	۱	۱	۰	۰	۲,۷. از پیش فرض کردن / به وجود آوردن / مطرح کردن زمینه مشترک Presuppose/raise/assert common ground
(۰٪)	(۰٪)	(۱,۰۷٪)	(۱,۱۲٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۰	۱	۰	۰	۰	۰	۲,۸. جک گفتن Jokes
(۰٪)	(۱,۲۱٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۶	۰	۰	۰	۰	۰	۲,۹. مطرح کردن یا از پیش فرض کردن دانش و توجه سخنگو نسبت به خواسته‌های مخاطب Assert or presuppose S's knowledge of and concern for H's wants
(۵,۳۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۰	۱	۰	۱	۵	۳	۲,۱۰. پیشنهاد کردن، قول دادن Offer /
(۰٪)	(۱,۲۱٪)	(۰٪)	(۱,۱۲٪)	(۲,۶۰٪)	(۵,۵۵٪)	

						promise
۱	۰	۰	۰	۰	۰	۲,۱۱. خوش‌بین بودن Be optimistic
(۰,۸۸٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۶	۰	۲	۱	۶	۸	۲,۱۲. قرار دادن هر دو مخاطب و سخن‌گو در فعالیت Include both S (speaker) and H (hearer) in the activity
(۵,۳۰٪)	(۰٪)	(۲,۱۵٪)	(۱,۱۲٪)	(۳,۱۲٪)	(۱۴,۸۱٪)	
۲۱	۱۰	۶	۷	۸	۰	۲,۱۳. دادن (یا خواستن) دلایل Give (or ask for) reasons
(۱۸,۵۸٪)	(۱۲,۱۹٪)	(۶,۴۵٪)	(۷,۸۶٪)	(۴,۱۶٪)	(۰٪)	
۱	۴	۰	۰	۰	۰	۲,۱۴. فرض کردن و یا مطرح کردن عمل متقابل Assume or assert reciprocity
(۰,۸۸٪)	(۴,۸۷٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	

۲,۱۵. دادن هدیه به مخاطب (کالا، همدردی، درک، همکاری)	۰	۵	۳	۱	۰	۴
(۰٪)	(۲,۶۰٪)	(۴,۴۹٪)	(۱,۰۷٪)	(۰٪)	(۳,۵۳٪)	
Give gifts to Hearer (goods, sympathy, understanding, cooperation)						
جمع کل	۵۴	۱۹۲	۸۹	۹۳	۸۲	۱۱۳
	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)

کتابهای ویژن ۲ به میزان اندک (فراوانی ۴) و ویژن ۳ (فراوانی ۱) استفاده شده و استراتژی ۲,۴ که تنها در کتابهای پراسپکت و ویژن ۳ با فراوانی بسیار اندک استفاده شده‌اند از جمله استراتژی‌هایی هستند که کمترین میزان فراوانی و درصد را دارند.

جدول ۵ میزان فراوانی و درصد استفاده از استراتژی‌های خرد ادب منفی را در کتابهای بررسی شده نشان می‌دهد.

در میان استراتژی‌های خرد مربوط به استراتژی کلان ادب مثبت، استراتژی خرد ۲,۵ در کتابهای پراسپکت بالاترین درصد را داراست (حدود ۳۰ الی ۴۰ درصد). در کتاب ویژن ۱، استراتژی خرد ۲,۱ بیشترین درصد (حدود ۳۰٪) و در کتاب ویژن ۲ و ۳ بار دیگر استراتژی خرد ۲,۵ با درصدی حدود ۳۰ الی ۴۰ بالاترین میزان را داراست.

همان طور که در جدول مشاهده **جدول ۵**

۲,۱۱ تنها در کتاب ویژن ۳ به می استراتژی ۲,۸ فقط یکبار در در فراوانی و درصد استراتژی‌های خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب منفی در کتابهای پراسپکت و ویژن ۲,۷ تنها یکبار در کتابهای پراسپ استفاده قرار گرفته‌اند. همچنین استراتژی ۲,۱۲ که در

نام کتابها						استراتژی‌های خرد ادب
ویژن	ویژن	ویژن	پراسپکت	پراسپکت	پراسپکت	زیرمجموعه استراتژی ادب منفی
۳	۲	۱	ت ۳	ت ۲	ت ۱	
۱۱	۴	۵	۶	۱۲	۹	۳,۱. غیرمستقیم سخن گفتن
(۲۷,۵٪)	(۱۳,۷۹٪)	(٪)	(۱۳,۶۳٪)	(۲۱,۱٪)	(۲۰,۴۵٪)	

	(((۱۶,۱۲	(((Be indirect
۳,۲. پرسش کردن	۱۷	۱۵	۱۴	۱۹	۱۸	۵	Asking questions, using hedges
	۴۲,۵٪)	۵۱,۷۲٪)	٪)	۴۳,۱۸٪)	۳۲,۷۲٪)	۱۱,۳۶٪)	
	(((۴۵,۱۶	(((
۳,۳. بدبین بودن	۰	۰	۳	۰	۰	۱	Be pessimistic
	(۰٪)	(۰٪)	۹,۶۷٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۲,۲۷٪)	
			(
۳,۴. به حداقل رساندن میزان تهدید وجهه	۲	۴	۰	۳	۲	۰	Minimize the imposition
	(۵٪)	۱۳,۷۹٪)	(۰٪)	(۶,۸۱٪)	(۳,۶۳٪)	(۰٪)	
		(
۳,۵. احترام گذاشتن	۸	۶	۴	۱۲	۱۸	۲۵	Giving deference
	(۲۰٪)	٪)	٪)	۲۷,۲۷٪)	۳۲,۷۲٪)	۵۶,۸۱٪)	
		(۲۰,۶۸	(۱۲,۹۰	(((
۳,۶. عذرخواهی کردن	۲	۰	۴	۳	۵	۴	Apologizing
	(۵٪)	(۰٪)	٪)	(۶,۸۱٪)	(۹,۰۹٪)	(۹,۰۹٪)	
			(۱۲,۹۰				
۳,۷. برداشتن جنبه شخصیتی سخنگو و مخاطب	۰	۰	۱	۰	۰	۰	Impersonalizing S and H
	(۰٪)	(۰٪)	۳,۲۲٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
			(

۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳,۸. مطرح کردن کنش‌های تهدید کننده وجهه به‌عنوان یک قانون کلی Stating the FTA as a general rule
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳,۹. اسم‌سازی Nominalising
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۰	۰	۰	۱	۰	۰	۳,۱۰. صریحا یک بدهی را تعهد گرفتن یا بدهکار نکردن مخاطب Going on record as incurring a debt, or as not indebting H
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۲,۲۷٪)	(۰٪)	(۰٪)	
۴۰	۲۹	۳۱	۴۴	۵۵	۴۴	جمع کل
(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	

استراتژی خرد ۳,۲ با ۴۲,۵٪ بیشترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین، جدول ۵ نشان می‌دهد که استراتژی‌های ۳,۸ و ۳,۹ در هیچ یک از کتابهای درسی استفاده نشده‌اند. علاوه بر این، استراتژی خرد ۳,۷ تنها یکبار در کتاب ویژن ۱ استفاده و استراتژی خرد ۳,۱۰ نیز تنها یکبار در کتاب پراسپکت ۳ استفاده شده است. پس از آنها استراتژی ۳,۳ که تنها در دو کتاب به میزان کم استفاده شده است (پراسپکت ۱، یک مورد و کتاب ویژن ۱، سه مورد)

در میان استراتژیهای خرد ادب مربوط به استراتژی کلان ادب منفی، در مجموع فراوانی دو استراتژی خرد ۳,۵ و ۳,۲ در کتابها بیشتر است. در کتاب پراسپکت ۱، استراتژی خرد ۳,۵ با ۵۶,۸۱٪، در کتاب پراسپکت ۲ استراتژی ۳,۲ و ۳,۵ هریک با ۳۲,۷۲٪، در کتاب پراسپکت ۳، استراتژی ۳,۲ با ۴۳,۱۸٪، در کتاب ویژن ۱، استراتژی ۳,۲ با ۴۵,۱۶٪، در کتاب ویژن ۲ استراتژی ۳,۲ با ۵۱,۷۲٪ و در کتاب ویژن ۳،

کمترین میزان فراوانی و درصد را به خود اختصاص داده است.

در جدول ۶ میزان فراوانی و درصد استفاده از استراتژیهای خرد ادب منفی در هر یک از کتابها ارائه شده است.

ستراتژیهای خرد ادب زیرمجموعه استراتژی ادب غیرمستقیم در کتابهای پراسپکت و ویژن

استراتژیهای خرد ادب زیرمجموعه ادب غیرمستقیم	پراسپکت ۱	پراسپکت ۲	پراسپکت ۳	ویژن ۱	ویژن ۲	ویژن ۳
۴,۱. اشاره کردن Giving hints	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۱ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۱ (۲۰٪)
۴,۲. دادن سرخ‌های مرتبط Giving association clues	۲ (۶۶,۶۶٪)	۱ (۱۰۰٪)	۰ (۰٪)	۲ (۱۰۰٪)	۲ (۲۸,۵۷٪)	۱ (۲۰٪)
۴,۳. از پیش فرض کردن Presupposing	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۱ (۱۴,۲۵٪)	۰ (۰٪)
۴,۴. دست کم گرفتن Understating	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)
۴,۵. اغراق کردن Overstating	۱ (۳۳,۳۳٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۲ (۲۸,۵۷٪)	۰ (۰٪)
۴,۶. استفاده کردن از	۰	۰	۰	۰	۰	۰

(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	حشوئیات Using tautologies
۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۷. استفاده کردن از تناقضات Using contradictions
۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۸. کنایه آمیز بودن Being ironic
۱ (۲۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۹. استفاده کردن از استعارات Using metaphors
۱ (۲۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۱۰. استفاده کردن از پرسش‌های بدیهی Using rhetorical questions
۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۱۱. دو پهلو سخن گفتن Being ambiguous
۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۰ (۰٪)	۴,۱۲. مبهم سخن گفتن Being vague

۰	۰	۰	۰	۰	۰	۴,۱۳. تعمیم دادن
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	Over-generalizing
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۴,۱۴. جایجایی مخاطب در سخن
(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	Displacing H
۱	۲	۰	۰	۰	۰	۴,۱۵. به‌طور کامل صحبت نکردن، جا انداختن کلمات
(۲۰٪)	(۲۸,۵۷٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	(۰٪)	Being incomplete, using ellipsis
۵	۷	۲	۱	۱	۳	جمع کل
(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	(۱۰۰٪)	

آیا ارتباطی میان سطح کتابهای درسی (پراسپکت ۱ الی ویژن ۳) و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب وجود دارد؟

جدول ۷ نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر سطح کتاب‌های درسی و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب را نشان می‌دهد.

همان گونه که در جدول ۶ نمایان می‌باشد، در میان استراتژیهای خرد مربوط به استراتژی کلان ادب غیرمستقیم، استراتژی خرد ۴,۲ بیشترین میزان درصد فراوانی را داراست. از آنجائیکه که اکثر استراتژیهای خرد مربوط به این استراتژی کلان از فراوانی صفر برخوردار است استراتژی خرد ۴,۲ با همین اندک میزان فراوانی نسبت به سایر استراتژیهای خرد هم‌مجموعه خود بالاترین درصد فراوانی را به خود اختصاص داد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون در کتاب و ویژن ۲، استراتژی خرد فراوانی کم است.

۴-۳. سؤال سوم تحقیق

سومین سؤال تحقیق عبارت است از:

نتایج تحلیل همبستگی پیرسون بین دو متغیر سطح کتاب‌ها و میزان تناوب استفاده از استراتژیهای کلان ادب در آنها

		سطح کتاب‌ها	تناوب استفاده از استراتژیهای کلان ادب
سطح کتاب‌ها	ضریب همبستگی پیرسون	۱	-۰.۵۷۷
	سطح معناداری (دو دامنه) تعداد نمونه	۶	۲۳۱
تناوب استفاده از استراتژیهای کلان ادب	ضریب همبستگی پیرسون	-۰.۵۷۷	۱
	سطح معناداری (دو دامنه) تعداد نمونه	۶	۲۳۱

همان طور که در جدول بالا مشاهده می‌گردد، مقدار گزارش شده برای سطح معناداری دو دامنه (-Two-tailed Significance Level) بیشتر از ۰,۰۵ است و بنابراین رابطه معناداری بین دو متغیر وجود ندارد. ضریب همبستگی پیرسون (Pearson Correlation) گزارش شده نیز ۰,۵۷ است و نشان دهنده آن است که رابطه بین دو متغیر آن قدر قوی نیست که بتوان فرضیه موجود برای سؤال سوم را رد کرد. از طرفی وجود ضریب همبستگی منفی نشان دهنده رابطه عکس بین دو متغیر می‌باشد. در واقع، هر چه سطح کتاب بالاتر می‌رود مقدار استفاده از استراتژیهای کلان ادب کاهش می‌یابد.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

هدف از تحقیق حاضر بررسی نوع و تناوب استراتژیهای کلان و خرد ادب در سری کتابهای پراسپکت و ویژن و نیز یافتن ارتباط میان سطح کتابهای درسی (پراسپکت ۱ الی ویژن ۳) و میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب می‌باشد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که استراتژیهای کلان مستقیم و ادب مثبت که صراحت کلام در آنها نسبت به دو استراتژی ادب دیگر بیشتر است، بیشترین درصد فراوانی را در کتابهای زبان انگلیسی دارند (۳۰,۶۴٪ و ۴۹,۱۷٪). جلیلی فر، هاشمیان و طباطبایی (۲۰۱۱) بر اساس تحقیقی که بر روی استراتژیهای ادب توسط فراگیران زبان انگلیسی ایرانی و انگلیسی‌زبانان انجام دادند به این نتیجه دست یافتند که انگلیسی‌زبانان در استفاده از انواع استراتژیهای ادب در زندگی خود نوعی تعادل دارند و از تمامی استراتژیها بهره می‌برند. اما فراگیران زبان انگلیسی ایرانی بیشتر مواقع از استراتژیهای مستقیم استفاده می‌کنند و از استراتژیهای غیرمستقیم بسیارکم بهره می‌برند. تحقیق حاضر نشان می‌دهد که حتی نویسندگان کتابهای زبان انگلیسی در ایران تعادلی در میزان استفاده از استراتژیها در کتابها برقرار نمی‌کنند و این چیزی نیست که در دنیای واقعی صحت داشته باشد (غلامی، ۲۰۱۵ و جلیلی فر، هاشمیان و طباطبایی، ۲۰۱۱).

همان طور که پیشتر گفته شد، مدل استراتژیهای ادب براون و لوینسون (۱۹۸۷) در فرهنگ غرب که دارای فرهنگ فردگرا است کاربرد دارد (گوو، ۱۹۹۰ و اید ۱۹۸۹) و این فرهنگ بسیار متفاوت از فرهنگ ما فارسی‌زبانان، که فرهنگی جمع‌گراست (صبوری، پیش قدم، حسینی فاطمی و قونسولی، ۲۰۱۵) می‌باشد. این موضوع اهمیت یادگیری تمامی انواع استراتژیهای ادب برای فراگیران زبان انگلیسی در ایران را افزون می‌کند. غلامی (۲۰۱۵) بر این باور است که یکی از راهها در آموزش استراتژیهای ادب آن است که این استراتژیها به یک میزان در اختیار فراگیران زبان انگلیسی قرار گیرند. نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که نه تنها استراتژیهای ادب در کتابهای زبان انگلیسی مدارس ایران به یک میزان استفاده نشده‌اند، بلکه درصد فراوانی استراتژیهای کلان نشان می‌دهد که تفاوت شایانی در میزان استفاده از استراتژیهای ادب وجود دارد به گونه‌ایی که استراتژی چهارم که مربوط به استراتژی غیرمستقیم است در کل کتابها تنها دارای فراوانی ۱۹ و درصد ۱،۴۸ می‌باشد. در واقع می‌توان بیان داشت که این نوع از استراتژی ادب در کتابهای زبان انگلیسی مدارس ایران جایگاهی ندارد.

نتایج بررسی استراتژیهای خرد نشان می‌دهد که بسیاری از استراتژیها در هیچ یک از کتابهای درسی زبان انگلیسی دوران اول و دوم متوسطه استفاده نشده‌اند. بنابراین، بررسی استراتژیهای کلان و خرد ادب نشان می‌دهد که برای آموزش استراتژیها از طریق کتابهای درسی زبان هیچگونه برنامه‌ریزی مشخصی وجود ندارد. استفاده از استراتژی کلان چهارم (استراتژی ادب غیرمستقیم) به میزان اندک و استفاده نکردن از بسیاری از استراتژیهای خرد نشان دهنده آن است که نه تنها در استفاده از استراتژیهای کلان بلکه در میزان استفاده از استراتژیهای خرد مربوط به آنها نیز هیچگونه تعادلی وجود ندارد.

همچنین، بررسی میزان همبستگی دو متغیر سطح کتاب و استفاده از استراتژیهای ادب از طریق آزمون همبستگی پیرسون بررسی شد و نتایج ارتباط معناداری بین این دو متغیر را نشان نداد (سطح معناداری بیشتر از ۰،۰۵ گزارش شد). از طرف دیگر، نتایج حاکی از وجود نوعی ارتباط منفی با قدرت متوسط (۰،۵۷-) بین دو متغیر بود و این بدان معناست که به نوعی هر چه سطح کتاب بالاتر می‌رود از میزان استفاده از استراتژیهای کلان ادب کاسته می‌شود. مهم‌ترین دلیل برای وجود این رابطه منفی را می‌توان کم

شدن تعداد مکالمات کتاب در سطوح بالاتر دانست به-طوری که، تعداد مکالمات از کتاب پراسپکت ۱ به کتاب ویژن ۳ از ۴۹ به ۱۲ کاهش می‌یابد. از آنجایی که استراتژیهای ادب در مکالمات بین افراد جامعه استفاده می-شود و در تحقیق حاضر مکالمات کتابهای درسی مورد مطالعه قرار گرفت، بدیهی است با کم شدن تعداد مکالمات از میزان استفاده از استراتژیهای ادب نیز کاسته می‌شود. در واقع کم شدن تعداد مکالمات و میزان استفاده از استراتژیهای ادب با بالاتر رفتن سطح کتابها نشان می‌دهد که هر چه سطح کتابهای درسی بالاتر می‌رود از میزان ارائه اطلاعات منظورشناسی زبان در حوزه ادب توسط کتابها کاسته می‌شود و این موضوعی است که توسط منتقدان کتابهای چاپ قدیم نیز ذکر شده است (غلامی، ۲۰۱۵).

نگاهی دقیق‌تر به میزان فراوانی هر یک از استراتژیهای کلان و خرد در تحقیق حاضر موضوعات دیگری را آشکار می-سازد که می‌تواند شروعی مناسب برای تحقیقات گسترده در زمینه ارزیابی کتابهای ویرایش شده جدید باشند.

اولین موضوع که نیاز به بررسی بیشتر دارد اهداف آموزشی کتابها می‌باشد. بیشترین مقدار فراوانی گزارش شده در این تحقیق مربوط به استراتژی ۱،۴ می‌باشد که زیرمجموعه استراتژی کلان ادب مستقیم است. بررسی بخشهایی که از این استراتژی استفاده شده است حاکی از آن است که این استراتژی بیشتر برای آموزش دستور زبان و لغات جدید هر درس استفاده شده است. از آنجائیکه این استراتژی یکی از انواع استراتژی مستقیم است، بنابراین از نظر نویسندگان گزینه مناسبی برای آموزش ساده‌تر به‌خصوص در زمینه قواعد دستوری بوده است. بیشترین میزان استفاده از این نوع استراتژی در قسمت تمرینات کتابهای درسی بوده و در اکثر مواقع با استفاده از روش جایگزینی، قواعد دستوری درس تکرار شده است (برای مثال تمرینات صفحه ۷ از کتاب پراسپکت ۱). آنچه که واضح است آموزش دستور زبان و لغات زبان انگلیسی از دیرباز جایگاه ویژه‌ایی در آموزش زبان انگلیسی در ایران داشته است. اما آنچه که نویسندگان کتابهای زبان انگلیسی در ایران باید بیشتر مورد توجه قرار دهند آن است که فراگیری یک زبان در فراگیری قواعد دستوری و لغات آن خلاصه نمی‌شود. این موضوع بارها توسط محققان ایرانی که کتابهای چاپ شده نسخه قدیمی را بررسی کرده اند مورد انتقاد قرار گرفته است

(گلپور، ۲۰۱۲). آنچه که تحقیق حاضر نشان می‌دهد آن است که در کتابهای چاپ جدید اگر چه شکل ظاهری درسها تغییر کرده است، اما هدف اصلی آن که بیشتر آموزش قواعد دستوری و لغات است تغییر چندانی نکرده است. حتی در کتابهای جدید از بخشهای مختلف زبان مانند منظورشناسی زبان برای آموزش بهتر قواعد دستوری و لغات درسی استفاده شده است. بنابراین نتایج تحقیق حاضر می‌تواند دری به سوی تحقیقات گسترده‌تر برای بررسی و ارزیابی حوزه‌های مختلف زبان به کار گرفته شده در کتابهای درسی جدید باشد.

موضوع حائز اهمیت دیگر است آن است که با توجه به درصدهای فراوانی ذکر شده برای استراتژی‌های خرد ادب، دومین استراتژی با بیشترین میزان درصد فراوانی مربوط به استراتژی شماره ۲،۵ می‌باشد که یکی از زیرمجموعه‌های استراتژی کلان ادب مثبت است. یک دلیل برای بالا بودن درصد این استراتژی می‌تواند آن باشد که استفاده از این نوع استراتژی برای فارسی‌زبانان راحت‌تر است، چرا که در فرهنگ ایرانیان پر کاربرد است. همان گونه که قبلاً ذکر شد برخلاف فرهنگ انگلیسی‌زبانان، ایرانیان دارای فرهنگ جمع‌گرا هستند (صبوری، پیش قدم، حسینی فاطمی و قونسولی، ۲۰۱۵) و این موضوع سبب می‌شود به وجه مخاطب خود بیش از فرهنگ‌های انفرادی توجه نشان دهند. در واقع در فرهنگ جمع‌گرا، سخن‌گو بیشتر از استراتژیهای ادب مثبت استفاده می‌کند تا احساس نزدیکی و صمیمیت برای مخاطب ایجاد کند. نادیده گرفتن فرهنگ غرب در آموزش زبان انگلیسی در ارزیابی کتابهای زبان انگلیسی چاپ قدیم مورد انتقاد شدید بسیاری از محققان قرار گرفته است (مجد زاده، ۲۰۰۲؛ علی اکبری، ۲۰۰۴؛ زعفرانیه و حسین-معصوم، ۲۰۱۵) این در حالی است که آموزش فرهنگ یک زبان بخش مهمی است که نباید نادیده گرفته شود چرا که ارتباط میان زبان و فرهنگ بسیار قوی است (جیانگ، ۲۰۰۰). بنابراین، این موضوع که دلیل استفاده بیشتر از استراتژیهای ادب مثبت در کتابهای درسی چیست و اینکه آیا این مورد به فرهنگ ایرانیان مرتبط است نیاز به بررسی گسترده‌تر دارد. همچنین این موضوع که چقدر در کتابهای ویرایش شده جدید به آموزش فرهنگ غرب پرداخته شده است می‌تواند در تحقیقات بعدی مورد ارزیابی قرار گیرد.

به‌طور کلی، نتایج تحقیق حاضر می‌تواند برای معلمان، دانش‌آموزان و طراحان کتابهای درسی در ایران مفید واقع شود. بررسی استراتژیهای کلان و خرد ادب در تمامی سطوح کتابهای زبان انگلیسی اطلاعات حائز اهمیتی در زمینه میزان موفقیت کتابها در آشناسازی دانش‌آموزان از نحوه استفاده درست از استراتژیهای ادب در اختیار می‌گذارد. معلمان با دانستن نقاط ضعف کتابها در این زمینه می‌توانند با تدریس مناسب و برنامه‌ریزی درست اطلاعات لازم را در اختیار دانش‌آموزان بگذارند. با این وجود، اینکه چگونه معلمان می‌توانند در این زمینه موفق باشند و چه راهکارهایی برای جبران کمبود اطلاعات موجود در کتابهای درسی وجود دارد نیازمند تحقیقات گسترده‌تری است.

علاوه بر آن، دانش‌آموزان در صورت دانستن مشکلات کتابها و اهمیت آشنایی با استراتژیهای ادب می‌توانند برای بالا بردن میزان موفقیت خود در ارتباطات بین‌المللی، بر روی نقاط ضعف خود بیشتر تمرکز و تمرین کنند. از آنجائی که امروزه داشتن ارتباطات بین‌المللی به سادگی امکان‌پذیر است، محققان برای یافتن نقاط ضعف زبان-آموزان ایرانی می‌توانند بر روی مکالماتی که در دنیای امروز بین زبان‌آموزان ایرانی و انگلیسی‌زبانان صورت می‌پذیرد تمرکز کنند تا دریابند در زمان مکالمات (به صورت نوشتاری یا شفاهی) زبان‌آموزان ایرانی با چه مشکلاتی در زمینه استفاده از استراتژیهای ادب مواجه می‌شوند و چه راههایی در بالا بردن میزان اطلاعات آنها در این زمینه وجود دارد.

همچنین، طراحان کتابهای درسی با استفاده از نتایج تحقیق حاضر می‌توانند دریابند که در ویرایش کتابهای درسی از لحاظ استفاده از استراتژیهای ادب چقدر موفق بوده‌اند و در ویرایش کتابهای درسی در آینده چه مواردی را باید در نظر بگیرند. برای بالا بردن میزان موفقیت کتابها، این تحقیق طراحان کتابهای درسی را به استفاده بیشتر از انواع استراتژیهای ادب و به میزان برابر تشویق می‌کند. محققان می‌توانند برای یافتن راهکارهایی در ارائه بهتر اطلاعات در زمینه منظورشناسی از طریق کتابهای درسی، کتابهای زبان انگلیسی نوشته شده توسط انگلیسی‌زبانان را بررسی کنند. برای این منظور می‌توانند از کتابهای نوشته شده توسط انگلیسی‌زبانان که در مؤسسات زبان در ایران استفاده می‌شوند نیز بهره ببرند.

- A'zam Shams, M. A. (2015). Speech acts and language functions found in the conversation models of Prospect 1 (an English textbook for Iranian junior high school students year XII). *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World*, 9(2), 145-155.
- Brown, R., & Levinson, S. C. (1978). *Universals in language usage: politeness phenomena. Strategies in social interaction*. Cambridge: Cambridge University.
- Eslamirasekh, Z. (2005). Raising the pragmatic awareness of language learners. *ELT Journal*, 59(2), 199-208.
- Gholami, J. (2015). Is there room for pragmatic knowledge in English books in Iranian high schools?. *English Language Teaching*, 8(4), 39-51.
- Goffman, E. (1995). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. NY: Harper & Row.
- Golpour, F. (2012). Iranian junior high school English book series (right path to English) weighted against material evaluation Checklist. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, 1(7), 170-179.
- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in Modern Chinese. *Journal of Pragmatics*, 14 (2), 237-257.
- Halliday, M.A.K. (1974). *Language and social man*. London: Longman (Schools Council Programme in Linguistics & English Teaching, Papers, Series II, no. 3).
- Harris, Sandra (2007). "Politeness and Power, in Carmen Llamas", Louise Mullany and Peter Stockwell (Eds), *The Routledge Companion to Sociolinguistics*, 122-129. London and New York: Routledge.
- Huang, Y. (2007). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- خدیر شریبان، شهرام، خیر آبادی، رضا، علوی مقدم، بهنام، فروزنده شهرکی، الهام و نیکوپور، جهانبخش (۱۳۹۳). انگلیسی پایه هشتم دوره اول متوسطه. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- خدیر شریبان، شهرام، خیر آبادی، رضا، علوی مقدم، بهنام، عنابی سراب، محمدرضا، فروزنده شهرکی، الهام و قربانی، نورالله (۱۳۹۲). انگلیسی دوره اول متوسطه (هفتم). تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- علوی مقدم، بهنام، خیر آبادی، رضا، رحیمی، مهرک و علوی، مهدیه (۱۳۹۴). انگلیسی پایه نهم دوره اول متوسطه. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- علوی مقدم، بهنام، خیر آبادی، رضا، رحیمی، مهرک و داوری، حسین (۱۳۹۶). انگلیسی پایه دهم دوره دوم متوسطه. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- علوی مقدم، بهنام، خیر آبادی، رضا، رحیمی، مهرک و داوری، حسین (۱۳۹۶). انگلیسی پایه یازدهم دوره دوم متوسطه. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- علوی مقدم، بهنام، خیر آبادی، رضا، رحیمی، مهرک و داوری، حسین (۱۳۹۷). انگلیسی پایه دوازدهم دوره دوم متوسطه. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- Alavinia, P., & Siyadat, M. (2013). A comparative study of English textbooks used in Iranian institutes. *International Journal of Asian Social Science*, 3(1), 150-170.
- Aliakbari, M. (2004). The place of culture in the Iranian ELT textbooks in high school level. A paper presented at the 9th Pan-Pacific Association of Applied Linguistics Conference, August, 19th-

- Olshtain, E., & Cohen, A.D. (1991). Teaching speech act behavior to nonnative speakers. In M. Celce-Murcia (Ed.), *Teaching English as a second or foreign language* (pp. 154-165). Boston, MA: Heinle&Heinle.
- Saboori, F., Pishghadam, R., Hosseini Fatemi, A., & Ghonsooley, B. (2015). Culture and identity: Linking Iranian identity components and cultural dimensions. *Issues in Language Teaching*, 4(1), 78-49.
- Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5(1), 1-23.
- Searle, J. R. (1979). The Logical Status of Fictional Discourse. In J. R. Searle (Ed.), *Expression and Meaning : Studies in the Theory of Speech Acts* (pp. 58-75). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tanaka, K. (1997). Developing pragmatic competence: A learners-as-researchers approach. *TESOL Journal*, 6(3), 14-18.
- vanEk, J. A., & Trim, J. L. M. (1998). *Threshold 1990*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Zaferanieh, E., & Hosseini-Maasoum, S. M. (2015). Pragmatic representations in Iranian high school English textbooks. *Journal of English Language Pedagogy and Practice*, 8(16), 187-198.
- Ide, S.(1989). Formal forms and discernment: two neglected aspects of universals of linguistic politeness. *Multilingua*, 2(3) 223-248.
- Jalilifar, A., Hashemian, M., & Tabatabaee, M. (2011). A cross-sectional study of Iranian EFL learners' request strategies. *Journal of Language Teaching & Research*, 2(4), 790-803.
- Jiang, W. (2000). The relationship between culture and language. *ELT Journal*, 54(4), 328-334.
- Kasper, G. (1997). *Can pragmatic competence be taught?* (Net Works No. 6). Honolulu: University of Hawaii, Second Language Teaching & Curriculum Center.
- Kelishadi, A. A., & Sharifzadeh, A. (2013). An evaluation of Top Notch series. *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World*, 4(4), 60-73.
- Kim, D., & Hall, J. K. (2002). The role of an interactive book reading program in the development of second language pragmatic competence. *Modern Language Journal*, 86(3),332-348.
- Majdzadeh, M. (2002). Disconnection between language and culture: A case study of Iranian English textbooks. (Unpublished master's thesis). King Saud University, Saudi Arabia.
- Moradi, A., Karbalaie, A., & Afraz, S. (2013). A textbook evaluation of speech acts and language functions in high school English textbooks (I, II & III) and Interchange Series, Books I, II, And III. *European Online Journal Of Natural And Social Sciences*, 2 (2s), 323-335.
- Nourdad, N., & Khiabani, L. R. (2015). Pragmatic content analysis of newly developed Iranian EFL English textbooks. *International Journal of Language Learning and Applied Linguistics World(IJLLALW)*, 10(1), 24-39.