

تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی بر سبک زندگی جوانان مکزیکی، نشانه‌شناسی فیلم «فصل اردک‌ها»

مریم حق‌روستا*

دانشیار زبان و ادبیات اسپانیایی، دانشکده زبان‌ها و ادبیات خارجی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

علی‌قلی باغشاهی**

دانشجوی کارشناسی‌ارشد مطالعات آمریکای لاتین، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۲/۶/۱۶، تاریخ تصویب: ۹۲/۱۰/۹)

چکیده

امروزه «تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی» یکی از مهمترین پدیده‌های تأثیرگذار بر سبک زندگی در اغلب کشورهای جهان و جزئی از فرآیند جهانی شدن قلمداد می‌گردد. با پیشرفت فناوری، تغییر چشمگیری، هم در سبک زندگی و هم در مصرف جوامع دیده می‌شود. مکزیکی، به ویژه نسل جوان آن نیز، از این تحولات و تغییرات دور نمانده و هم مرزی با ایالات متحده بر این تحولات بی‌تأثیر نبوده است، با عنایت به ابعاد جهانی شدن، پژوهش حاضر به بررسی شاخص «جهانی شدن فرهنگی و در راستای آن آمریکایی‌شدگی» در جامعه مکزیکی از دیدگاه اندیشمندان چون آنتونی گیدنز و رونالد رابرتسون پرداخته و با توجه به نشانه‌های موجود در فیلم «فصل اردک‌ها»، از روش نشانه‌شناسی رولان بارت بهره گرفته است. بنابراین هدف و سؤال اصلی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر الگوهای فرهنگ مصرفی و سبک زندگی آمریکایی بر سبک زندگی جوانان مکزیکی است.

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، جهانی شدن فرهنگی، مصرف‌گرایی آمریکایی، آمریکایی‌شدگی، جوانان مکزیکی، نشانه‌شناسی.

مقدمه

امروزه با توجه به پیشرفت فناوری می‌توان تغییر چشمگیری در سبک زندگی در جوامع امروزی، به ویژه بین قشر جوان که با این پیشرفت‌ها رشد کرده‌اند، مشاهده کرد. از این رو یکی از موضوعاتی که در حال حاضر اهمیت زیادی پیدا کرده، تأثیرات جهانی شدن Globalization بر روی سبک زندگی افراد است که جهانی شدن به عنوان یک پدیده رو به رشد و فراگیر تمامی جنبه‌های مختلف زندگی بشری از جمله عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده است.

اما یکی از مسائل محوری عمده که از بدو شکل‌گیری نظریه جهانی شدن اذهان بسیاری را به خود جلب کرده و به یکی از موضوعات مهم برای نظریه‌پردازان این گستره بدل شده، پیدایش هویت‌های عام و همگون در جهان بوده است و در این مرحله، بسیاری از نظریه‌پردازان، با تعابیر متفاوتی، از تأثیرات همگون‌سازی و یکنواخت‌کننده هویتی و فرهنگی جهان سخن می‌گفتند. بنابراین جهانی شدن به معنای آمریکایی‌شدگی Americanization، غربی شدن یا مک دونالدی شدن ... تنها محدود به زمینه‌های اقتصاد و سیاست نیست، بلکه زمینه فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد (کجویان ۲۰۲).

بر همین اساس و با در نظر گرفتن گسترش و پیشرفت فناوری در زمینه‌های رسانه‌ها و تولیدات وابسته به آن در گستره جهانی شدن، به ویژه «جهانی شدن فرهنگی» در کشورهای صنعتی و در حال توسعه، مطالعه و تحقیق این پدیده در جامعه مکزیک (به ویژه جامعه جوان آن کشور) در میان کشورهای آمریکای لاتین، به دلایلی چون هم‌مرزی این کشور با ایالات متحده، نقش پل ارتباطی میان آمریکای شمالی و آمریکای لاتین، داشتن بیشترین روند مهاجرت نسبت به دیگر کشورهای جهان به ایالات متحده (تقریباً سالانه ۰.۵۶٪ و بیشترین جمعیت جوان در قاره آمریکای لاتین) از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

از جنبه دیگر نیز می‌توان به حضور فروشگاه‌ها و رستوران‌های بزرگ و مدرن، مدهای لباس، انواع فست‌فودها، تجهیزات و ابزارهای دیجیتالی و رسانه‌ای در گستره فرهنگی نظیر تلویزیون، رایانه و غیره در جامعه مکزیک اشاره کرد که خود می‌تواند نشانه‌هایی از تأثیرپذیری از «مصرف‌گرایی آمریکایی» در این جامعه باشد.

بنابراین، اهمیت بررسی موضوعات جهانی شدن و به ویژه جهانی شدن فرهنگی (که آمریکایی‌شدگی نیز بخشی از آن محسوب می‌شود) و تأثیرات آن بر جوامع، به ویژه جوامع جوان از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا جوانان از آزادی عمل بیشتری برخوردارند و

تحت تأثیر عوامل مختلف جهانی شدن‌اند؛ به طوری که ترسیم سناریوهای مختلف برای آینده به عهده جامعه جوان یک کشور است که آینده‌سازان جامعه‌اند. از این رو چنین پژوهش‌هایی در گستره جهانی شدن فرهنگی و سبک زندگی می‌تواند راه‌گشای سیاست‌گذاری در این زمینه باشد.

بحث و بررسی

روش شناسی

در بررسی و تحقیق پیرامون «تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی» در مکزیک و تأثیرات آن بر سبک زندگی جوانان مکزیکی، از طریق روش نشانه‌شناسی به تحلیل فیلم «فصل اردک‌ها» پرداخته خواهد شد. نشانه‌شناسی، علم مطالعه نشانه‌ها و سنتی فرانسوی است که خاستگاه آن به علم زبان‌شناسی باز می‌گردد. فردیناندو سوسور، Ferdinand Saussure زبان‌شناس فرانسوی و پدر علم نشانه‌شناسی و بعدها چارلز پیرس Charles Pierce فیلسوف آمریکایی، این علم را توسعه دادند (کالر ۱۹۸۶) بعد از پیرس اندیشمندانی چون رولان بارت Roland Barthes نیز از متأخرین نشانه‌شناسی بودند که تأثیر قابل توجهی در توسعه آن داشتند. رولان بارت متأثر از سوسور بود و در زمینه‌های مختلف فرهنگی مانند مد، مناسک، سینما، غذا و... غیره آثار با ارزشی از خود به یادگار گذاشته است.

بارت در اثر خود تحت عنوان «اسطوره‌شناسی‌ها» در صدد است الگوهای برای مطالعه نشانه‌ها فراهم آورد. او در اسطوره‌شناسی نگاهی جامع به متن دارد و معتقد است زبان، گفتار و گفتمان و جز آن، که عبارت از هر واحد یا ترکیب معنایی باشد (اعم از کلامی، بصری) نوعی متن است. بدین ترتیب در کتاب «اسطوره‌شناسی‌ها» می‌گوید «عکس برای ما همان معنای نوعی از گفتار است که مقاله روزنامه؛ حتی اگر اشیاء نیز منظوری را برسانند، به گفتار بدل می‌شوند» (بارت، ترجمه اباذری ۸۷).

بارت اسطوره را به این دلیل به عنوان یک نظام شناختی مطرح می‌کند که «اسطوره‌شناسی هم بخشی از دانش است و هم بخشی از ایدئولوژی؛ چرا که دانشی تاریخی است» (۸۹). بارت برای اسطوره نیز سه وجه مرسوم نشانه‌شناختی یعنی دال، مدلول و نشانه را قائل است؛ اما به اعتقاد وی اسطوره نظام نشانه‌شناختی مرتبه دوم است (۹۱).

این نظام نشانه‌شناختی بر مبنای دوگانه بارتی یعنی دلالت اولیه Denotation و دلالت ثانویه Connotation عمل می‌کند «بارت مدعی است که از سطح دلالت ثانویه اسطوره به

وجود می‌آید، بنابراین اسطوره نظام نشانه‌شناختی مرتبه دوم است» (اباذری ۱۳۹). بارت برای بیان دیدگاه خود، نظام نشانه‌شناختی را دستکاری می‌کند و دال را به عنوان معنا - شکل و مدلول را به عنوان مفهوم و نشانه را به عنوان دلالت Signification می‌نامند. «پس بارت فرمول مشهور سوسور یعنی دال/مدلول/نشانه/را به معنا/شکل- مفهوم/ دلالت تبدیل می‌کند (۱۴). بنابراین بین نشانه‌شناسی سوسور و بارت تفاوتی وجود دارد، بدین شکل که سوسور معتقد به اختیاری بودن نسبت میان دال و مدلول است، اما در اسطوره، نسبت میان معنا - شکل و مفهوم امری است به کلی انگیزشی. از طرف دیگر دلالت‌های مستقیم و ضمنی در ارتباط با مدلول‌ها بیان می‌شوند و ارائه معنای معین و آشکار برای نشانه‌ها در دلالت‌های مستقیم وجود دارد و دلالت ضمنی برای ارجاع به معناهای اجتماعی - فرهنگی نشانه به کار می‌رود. همچنین بارت در تحلیل متن‌های ادبی واقع‌گرا به این نتیجه رسید که «دلالت ضمنی، تولید کننده امر موهوم دلالت مستقیم، توهم شفافیت رسانه و توهم این همانی دال و مدلول است» پس دلالت مستقیم، خود یک دلالت ضمنی بیش نیست (چندلرو، ترجمه پارسا ۲۸). بنابراین، نشانه ترکیبی است از دال و مدلول و در واقع، نشانه به ارتباط در دو چیز اشاره دارد که این اشاره هم می‌تواند ذهنی و یا غیرذهنی باشد. دال سر و کارش با بیان است و مدلول با متن. مدلول به شدت با واقعیت پیوند خورده است. به سخنی روشن‌تر، مدلول چیز نیست، بلکه بازنمایی ذهنی یک چیز است. مدلول مادی است (بارت، ۱۹۶۴، ۹۲) و دلالت نیز فرایندی است که دال و مدلول را به هم پیوند می‌زند و محصول آن نشانه است (الن ۸۵). بر اساس مطالب ذکر شده و با توجه به نشانه‌های موجود در این مقاله، از روش نشانه‌شناسی رولان بارت که بر مبنای دوگانی دلالت اولیه و ثانویه عمل می‌کند، بهره گرفته شده است.

نظریه (جهانی شدن فرهنگی)

درباره جهانی شدن که از مهمترین پدیده‌های زمان حاضر است، تعاریف و تعبیر مختلفی وجود دارد و اندیشمندان مختلف از جنبه‌های گوناگون به بررسی آن پرداخته‌اند. رونالد رابرتسون جهانی شدن را به معنای در هم فشردن جهان و تبدیل شدن آن به مکان واحد قلمداد می‌کند (۱۲).

آنتونی گیدنز نیز در ساده‌ترین تعریف، جهانی شدن را «به هم‌بستگی» می‌داند. یعنی زندگی کردن در دنیای جهانی‌تر؛ یعنی زندگی در دنیایی به هم وابسته‌تر که در آن رخدادها

یک سوی جهان، به طور مستقیم بر وقایع سوی دیگر آن تأثیر می‌گذارد (۵۸). اما مسئله قابل توجهی که حتی آنتونی گیدنز نیز آن را مطرح کرده، پدیده «جهانی شدن فرهنگی» است. وی معتقد است پدیده جهانی شدن فقط یک پدیده اقتصادی و تک بعدی نیست، بلکه یک پدیده چند بعدی است و دیگر جنبه‌ها از جمله سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را در بر می‌گیرد، به ویژه در دهه‌های اخیر با گسترش شبکه‌های ارتباطاتی و مخابراتی و از بین رفتن مرزها و فاصله‌های میان جوامع گوناگون، این روند در همه جا دیده می‌شود. بنابراین «جهانی شدن فرهنگی» را می‌توان اینگونه نیز تعریف کرد: جهانی شدن فرهنگی عبارت است از شکل‌گیری فرهنگی خاص در عرصه جهانی که این فرایند موجی از همگونی فرهنگی را در جهان پدید می‌آورد و همه ویژگی‌های فرهنگ بومی یک کشور را به چالش می‌طلبد. و بنابر یک برداشت رایج و آشنا، از جهانی شدن فرهنگ غربی «امپریالیسم فرهنگی» نمود می‌یابد. از این دیدگاه، جهانی شدن عبارت است از اراده معطوف به همگون‌سازی فرهنگی جهان. از این منظر است که از جهانی کردن و به عبارت دیگر غربی کردن جهان سخن می‌گویند. (گل محمدی ۲ و ۱۰۱).

در جایی دیگر آنتونی گیدنز جهانی شدن را با توسعه نظام جهانی متفاوت می‌داند و سپس دو کارکرد متفاوت این دکترین را بر می‌شمرد. وی معتقد است در کارکرد اول در سطح فرهنگی، جهانی شدن گرایش به ایجاد آوارگی فرهنگی دارد و بیشتر جامعه‌هایی که دارای سلیقه‌ها، عادت‌ها و برداشت‌های خاص‌اند، از مکانشان، حتی از محدوده‌های ملی‌شان جدا می‌شوند و تحت تأثیر محیط جدید قرار می‌گیرند و نمی‌توانند از تبلیغات و عامه‌پسندی فرار کنند و مدهای لباس، سلیقه‌های موسیقایی، سینمایی و حتی مذهبی ابعاد جهانی به خود می‌گیرند. در وهله دوم بیان می‌کند که جهانی شدن همچنین به پافشاری بر تنوع، جستجو برای کشف دوباره سنت‌های محلی از دست رفته، تأکید بر هویت فرهنگی محلی در تجدید حیات ملت‌گرایی‌های محلی و قومیت‌ها، منجر می‌شود.

از طرفی دیوید هاروی، از نظریه‌پردازان جدید، معتقد است دوره‌ای تازه از زندگی اجتماعی شروع شده و فرایند فشردگی فضا-زمان در قرن بیستم سرعت بیشتری گرفته، به شکلی که در دو دهه اخیر با توسعه در عرصه فناوری‌های ارتباطی، زمان و فضا بسیار فشرده شده و به آرمان «دهکده جهانی» واقعیت بخشیده است.

مصرف‌گرایی به شیوه آمریکایی

اندیشمندان گستره جهانی شدن معقدند که «جهانی شدن فرهنگی» نوعی یکپارچگی فرهنگی را در جهان گسترش داده که خود موجب ایجاد فرهنگ مصرفی جدیدی در اغلب مناطق جهان شده است. اما از آنجایی که جهانی شدن فرهنگ و تمدن غربی به طور کلی در جهانی شدن فرهنگ مصرف‌گرایی در نظام سرمایه‌داری پدیدار شده، امروزه فرهنگ مصرف‌گرایی به شیوه آمریکایی را نیز می‌توان به عنوان یکی از مظاهر اصلی جهانی شدن فرهنگی قلمداد کرد.

ایالات متحده با نفوذ فرهنگ مصرفی خود از طریق افزایش حجم تبلیغات درباره کالاها و فراورده‌های گوناگون آمریکایی در رسانه‌های جمعی، رشد و ترویج مصرف‌گرایی، مدگرایی، تنوع‌طلبی و رقابت در مصرف به سبک زندگی آمریکایی را در اغلب مناطق جهان گسترش داده است. جامعه مکزیک نیز با توجه به توسعه روزافزون ارتباطات و از بین رفتن مرزهای جغرافیایی، دستخوش تغییراتی چشمگیری شده و از پدیده مصرف‌گرایی آمریکایی که آن هم متأثر از جهانی شدن فرهنگی است، دور نمانده، در ضمن با توجه به تأثیرپذیری از فرهنگ مصرفی همسایه شمالی خود یعنی ایالات متحده، در روند این تحولات قرار دارد.

مکزیک و ایالات متحده

مکزیک یکی از کشورهای حوزه آمریکای لاتین است که به دلایلی چون شرایط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و جغرافیایی و هم‌مرزی با ایالات متحده آمریکا و همچنین رشد بالای جمعیت جوان نسبت به دیگر کشورهای لاتین، از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. بر همین اساس در میسر جهانی شدن قرار گرفته و نمی‌تواند به دور از تأثیرات این پدیده باشد. اما تبادل فرهنگی بین آمریکا و مکزیک به دلیل همسایگی بسیار چشمگیر است. تغییرات فرهنگی میان این دو کشور باعث شده سبک زندگی، ارزش‌ها، آداب و رسوم و اصول ملی هویت ملی تغییر کند و نتایجی که از این تغییرات به وجود می‌آید ناشی از مهاجرت، رسانه‌ها، غذا، مد، فناوری، زبان، موسیقی، و حضور محصولات تجاری فرهنگی است. اما مکزیک کشوری در حال توسعه است، بنابراین نفوذ فرهنگی در راه این توسعه و پیشرفت به دلیل شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و جغرافیایی این کشور اجتناب‌ناپذیر است به طوری که به دلیل قدرت نفوذ ایالات متحده، در این کشور این تبادل فرهنگی باعث از دست رفتن هویت فرهنگی در مکزیک شده است.

مکزیک کشوری با آداب و رسوم و سنت‌های گوناگون و به شدت ریشه‌دار است. با این حال فرهنگ ایالات متحده باعث ایجاد برخی از تغییرات و تقلید از فرهنگ آمریکایی شده است. فرهنگ مکزیکی هم مثل همه فرهنگ‌ها مجموعه‌ای از تجارب فردی و شخصی، تلفیقی از عناصر بومی و خارجی است. اما در حال حاضر رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی این کشور، تحت نفوذ فرهنگ ایالات متحده، دستخوش تغییراتی شده و یک نوعی سبک زندگی جدیدی به تقلید از آن کشور در مکزیکی شکل گرفته است، تا آنجا که حتی جوانان مکزیکی خواب آمریکایی شدن را می‌بینند.

«فیلم فصل اردک‌ها»: متن مورد مطالعه تحقیق

فیلم «فصل اردک‌ها» محصول سال ۲۰۰۴ مکزیکی به نویسندگی و کارگردانی فرناندو ایمبکه Ferdinando Eimbecke، فیلمی با ژانر کمدی است، اما در نیمه پنهان خود بازتابی از سبک زندگی جوانان این کشور، مسائل و چالش‌هایی که این نسل در آن جامعه با آن روبروست را نشان می‌دهد. مسائلی چون نفوذ فرهنگ مدرن، تأثیر مصرف‌گرایی و نفوذ برخی الگوهای سبک زندگی آمریکایی و حتی برخی مشکلات خانوادگی و طبقاتی جامعه. عنوان فیلم «فصل اردک‌ها» برگرفته از یک تابلوی نقاشی است که به دیوار سالن آویخته شده و تابلو پرواز V شکل اردک‌ها را نشان می‌دهد (که برای حمایت از همدیگر و برش هوا برای راحت کردن پرواز و جلوگیری از خستگی به روش V پرواز می‌کنند). از طرف دیگر، «فصل اردک‌ها» اصطلاحی است که درباره «کشتن زمان یا زمان مرده» نیز به کار برده می‌شود.

این فیلم برنده بیش از ۲۰ جایزه ملی و بین‌المللی از جشنواره‌های مختلف شده است که برخی از آنان عبارتند از: جایزه ویژه بهترین کارگردان در یونان سال ۲۰۰۴، جایزه ویژه داور فستیوال بین‌المللی پاریس سال ۲۰۰۵، جایزه بهترین فیلم آمریکای لاتین در سینمای ماردلا پلاتا Mar de la Plata آرژانتین در سال ۲۰۰۵.

فیلم، داستان دو جوان حدود ۱۵ ساله است که از دوران کودکی بهترین دوستان یکدیگرند. آن‌ها برای گذراندن یک یکشنبه خسته‌کننده در نبود والدین شان، خود را با تماشای تلویزیون، بازی رایانه‌ای، خواندن مجله‌های آمریکایی، نوشیدن کوکا کولا Coca Cola، خوردن پیتزا Pizza و بازی با وسایل الکترونیکی سرگرم می‌کنند. در طول فیلم دو جوان دیگر نیز به جمع آنها افزوده می‌شود و کل روز را با هم سپری می‌کنند.

تحلیل نمونه‌ها

همانگونه که در تصویر شماره ۱ دیده می‌شود. صحنه اول فضای ابری را به نمایش می‌گذارد که در آن ساختمان‌های بلند و دکل‌های بزرگ قرار دارند. زاویه دوربین از پایین به بالا انتخاب شده است که این نوع زاویه معمولاً برای بیان بزرگی و عظمت موضوع به کار گرفته می‌شود. سطح دلالت اولیه، تصویری از یک ساختمان بلند را به نمایش می‌گذارد و در این تصویر نیز چنین کارکردی برای به تصویر کشیدن عظمت و بلندی برج مسکونی و دکل‌ها مورد نظر است. در نشانه‌شناسی تصویر بر این نکته تأکید می‌شود که نماهای عمومی در صدد جلب توجه بیننده یا مخاطب به کل فضا است، این صحنه نیز نگاه بیننده را به کل فضای ابری، دکل‌های برق و برج بلند و سکوت که بر کل فضا حاکم است، جلب می‌کند و دلالت پنهان عظمت و بلندی ساختمان‌ها و حضور جمعیت زیادی را در آنها نشان می‌دهد که بدون شک جوانان زیادی در آنجا زندگی می‌کنند. سطح سوم دلالت به اهمیت و نفوذ مدرنیته و رنگ‌باختگی زندگی واقعی اشاره دارد.

تصویر شماره ۱



در صحنه‌ای دیگر (تصویر شماره ۲)، زاویه‌ای نزدیک (بسته) دوچرخه خراب و شکسته‌ای را نشان می‌دهد که به یک تیرک در حیاط بزرگ ساختمان بسته شده است. در تصویر بعدی یک تور بسکتبال پاره و خراب که در کنار یک برج مسکونی بلند قرار دارد، مشاهده می‌شود. در نشانه‌شناسی تصویر بر این نکته تأکید می‌شود که نماهای نزدیک در صدد جلب توجه مخاطب یا بیننده به موردی خاص است. در اینجا نمای نزدیک در صدد جلب توجه بیننده به گوشه‌ای به دوچرخه‌ای خراب است که سعی می‌شود با ارائه چنین نمایی، مخاطب به موضوع مدنظر سازنده نزدیک شود و در صحنه بعدی نیز تور بسکتبال و زاویه دوربین از پایین به بالا، توجه بیننده را جلب می‌کند.

بر اساس تحلیل نشانه‌شناسی متن، دلالت معنایی تصاویر ارائه شده را می‌توان از سه سطح دلالت مورد بررسی قرار داد: در سطح اول دلالت با دوچرخه خراب از یک سو و یک تور بسکتبال پاره دیده می‌شود، از شواهد پیداست مدتی طولانی است که مورد استفاده واقع نشده‌اند: اما در سطح دوم دلالت، تصاویر تلاش می‌کنند مخاطب را به موضوع پنهان جلب کنند. دلالت ضمنی یا نهفته در تصاویر به گونه‌ای است که متن در صدد است بی‌علاقگی و بی‌توجهی نسل جوان را به انجام فعالیت‌های فراغتی فعال به تصویر بکشاند. سطح سوم دلالت، نشانگر تغییر الگوهای سبک زندگی، حضور تجهیزات نوین در زندگی جوانان که جایگزین الگوهای فراغت فعال جوانان است.

تصویر ۲



در صحنه بعد (تصویر شماره ۳) یکی از جوانان را نشان می‌دهد که در حال گوش کردن به موسیقی راک آمریکایی است. در این صحنه نیز از نمای بسته جوان مشاهده می‌شود. هدف از آن جلب توجه بیننده به موضوعاتی خاص است. بر طبق تحلیل نشانه‌شناختی متن در سطح اول دلالت، جوان روی تخت دراز کشیده و بی‌توجه به اطراف مشغول گوش دادن به موسیقی راک است و در سطح دوم دلالت، یکی از الگوهای مهم فراغت در سبک زندگی جوانان را نشان می‌دهد. از طرف دیگر متن با به کارگیری ابزار تصویری و نوشتاری در نظر دارد تا توجه بیننده را به نوشته روی پیراهن جوان (RANCID) جلب کند که نام یک گروه معروف موسیقی راک آمریکایی است. در سطح سوم دلالت تصویر، تأثیر موسیقی راک آمریکایی را بین جوانان به نمایش می‌گذارد و می‌توان به نفوذ فرهنگ آمریکایی بین جوانان مکزیک اشاره کرد.

تصویر ۳



اما در تصویر شماره ۴، بیننده دو لیوان در حال پر شدن با نوشابه کوکاکولا را می‌بیند. در این صحنه دوربین از زاویه‌ای نزدیک توجه بیننده را به موضوع خاصی جلب می‌کند که نوشابه کوکاکولا است. در سطح دلالت ضمنی، متن با استفاده از ابزارهای تصویری و نوشتاری نظر بیننده را به مارک کوکاکولا که یک محصول آمریکایی است جلب می‌کند. نوشابه کوکاکولا به یک کالای جهانی تبدیل شده است و یک نمونه از کالای مصرفی آمریکایی است که در همه کشورهای وجود دارد و همانگونه که می‌بینیم در بین جوانان مکزیکی نیز رواج زیادی دارد و از اهمیت زیادی برخوردار است. این محصول یک نمونه کالای جهانی شده است و حتی در فیلم نیز نقش آگهی تبلیغاتی را بازی می‌کند. در صحنه‌های دیگر فیلم نیز این محصول در کنار جوانان حضور دارد.

تصویر ۴



همانگونه که در تصویر شماره ۵ دیده می‌شود، تصویر نمای نزدیکی از یک وسیله بازی رایانه (Xbox) را به نمایش می‌گذارد که در صدد است توجه بیننده را به بخش جزئی و مهمی جلب کند که همان وسیله بازی است. در این تصویر مشاهده می‌شود که جوانان مشغول بازی با این وسیله روبروی تلویزیون نشسته‌اند. بر اساس تحلیل نشانه‌شناسی متن، دلالت معنای تصاویر ارائه شده را می‌توان در سه سطح بررسی کرد؛ در سطح اول، دلالت تصویر یک وسیله بازی مدرن که وقت آزاد و اوقات فراغت جوانان را پر کرده به نمایش می‌گذارد. در سطح دوم دلالت، در تمام بخش‌های تصاویر تلاش دارند دلالت ضمنی و نهفته که ورود و اهمیت این کالا را بین الگوهای سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان مکزیکی به نمایش بگذارد و از طرف دیگر در سطح سوم دلالت، یک محصول آمریکایی را نشان می‌دهد و متن با ابزار تصویر و نوشته به بیان نوعی آگهی تبلیغاتی برای این وسیله سرگرمی پرداخته است.

تصویر ۵



در صحنه‌ای دیگر جوانان مشغول خوردن پیتزا هستند (تصویر شماره ۶) و در صحنه دیگر نمای نزدیکی از جعبه خالی پیتزا نمایش داده می‌شود که نظر بیننده را به سوژه مورد نظر یعنی پیتزا جلب می‌کند. در اکثر صحنه‌های فیلم، جعبه خالی پیتزا روی میز باقی مانده است. در سطح دلالت ضمنی، این اثر میزان علاقه‌مندی جوانان به فست فودها را نشان می‌دهد و از آنجایی که رستوران‌های زنجیره‌ای بزرگ همچون مک دونالد و غذاهای آماده دیگر طرفدارن زیادی بین جوانان دارند، می‌توان در این بخش دوباره به ورود و تأثیر فرهنگ مصرف آمریکایی در سبک زندگی جوانان مکزیکی اشاره کرد و همچنین این نکته قابل توجه است که پیتزا فقط جزئی از ذائقه جوانان مکزیکی نیست، بلکه در فرایند جهانی شدن در تمام دنیا

گسترده شده است و به طور کلی غذاهای آماده طرفدارن زیادی دارند.

تصویر ۶



تصویر شماره ۷ نشان‌دهنده صحنه‌ای است که در آن جوانان درباره اوقات فراغتشان صحبت می‌کنند. الگوهای اصلی آن‌ها در این زمینه بازی رایانه‌ای و موسیقی راک آمریکایی است و حتی علاقه‌مندیشان را به چند گروه موسیقی بیان می‌کنند، در دلالت ضمنی این متن، می‌توان به نقش مهم وسایل رسانه‌ای و مصرف کالاهای فرهنگی در سبک زندگی جوانان اشاره کرد و این که موضوعات مورد بحث در میان آن‌ها از فرهنگی آمریکایی بر گرفته شده و نفوذ این کالاها را در میان اوقات فراغت جوانان که شاخص مهمی از سبک زندگی آن‌ها است، به نمایش می‌گذارد و به عبارتی، بیانگر همان «آمریکایی شدن» و «مصرف‌گرایی آمریکایی» در جامعه مکزیکی است.

تصویر ۷



در صحنه‌ای دیگر جوانان مشغول گذارن اوقات فراغت خود در سرزمین‌های بازی یا همان دیزنی لندهایند و همچنین در جای دیگر، در فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای به خرید مشغولند. بر اساس تحلیل نشانه‌شناختی متن مورد نظر، در سطح اول دلالت، حضور جوانان را در این مکان‌ها نشان می‌دهد که در حال گردش و پرسه‌زنی هستند و اوقات خود را می‌گذارند و در سطح دوم دلالت، متن بیانگر یکی دیگر از الگوهای سبک زندگی جوانان مکزیکی است و در سطح سوم دلالت، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و سرزمین‌های بازی یا دیزنی لندها خود نفوذ فرهنگ آمریکایی را در این کشور نشان می‌دهد که مورد علاقه جوانان است. حضور چنین مکان‌هایی می‌تواند نشان از همان جهانی شدن فرهنگ در میان جوامع مختلف باشد. (تصویر شماره ۸).

تصویر ۸



نتیجه

با توجه به سؤال اصلی مقاله، یعنی «تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی» بر الگوهای سبک زندگی جوانان مکزیکی با نشانه‌شناسی فیلم «فصل اردک‌ها» می‌توان این‌گونه بیان کرد که در فیلم مذکور بر نشانه‌های مختلفی از حضور «مصرف‌گرایی آمریکایی» یا «آمریکایی‌شدگی» در الگوهای سبک زندگی جوانان از جمله: نوشابه کوکاکولا، بازی‌های رایانه‌ای، پوشاک جوانان، موسیقی راک آمریکایی، پیتزا، مجله‌ها و غیره تأکید شده است. حتی برخی از این عناصر و نشانه‌ها به طور مستمر در فیلم به چشم می‌خورد، مثل نوشابه کوکاکولا، پیتزا که سازنده اثر در صدد بیان اهمیت و جایگاه این کالاها در بین جوانان است. از سوی دیگر نوعی نگاه تبلیغاتی نیز برای این محصولات در فیلم دیده می‌شود.

با این‌که «فصل اردک‌ها» ژانر کم‌دی دارد، اما به طور کلی حامل نشانه‌های متعددی از روند جدید جهانی شدن فرهنگی و برخی از تأثیرات آن در زندگی جوانان نیز هست. در صحنه‌های اولیه فیلم نیز نشانه‌های دیگری همچون دوچرخه خراب، تور بسکتبال پاره، حیاط خالی و سکوت محل بازی جوانان که نشانه‌هایی از دوری جوانان از الگوهای فراغتی فعال است به شمار می‌رود و حضور پررنگ رسانه‌ها و محصولات فرهنگی چون تلویزیون، بازی رایانه‌ای، مجلات، موسیقی راک در زندگی آنان ملموس است.

از سوی دیگر می‌توان به این اثر نگاهی آسیب‌شناسانه داشت، استفاده از مواد مخدر، از هم گسیختگی خانواده، بحث‌های انحرافی جوانان، خواندن مجلات مبتذل، طلاق والدین آن‌ها و مشکلات و مسائلی که هر یک از آن‌ها در زندگی شخصی خود مواجه‌اند نیز شاید ذهن بیننده را به برخی گزندهای جهانی شدن فرهنگی سوق دهد.

بر همین اساس با به تصویر کشیدن این حلقه‌های ارتباطی و نشانه‌های موجود در فیلم «فصل اردک‌ها»، در مجموع می‌توان به این نتیجه رسید که جامعه جوان مکزیک نیز از «تأثیر مصرف‌گرایی آمریکایی» دور نمانده است و نفوذ فرهنگی ایالات متحده در الگوهای سبک زندگی جوانان مکزیک (با توجه به نشانه‌ها و مطالب ذکر شده) دیده می‌شود که این پدیده می‌تواند باعث ایجاد بحران هویتی در بین نسل جوان و یا موجب از دست دادن و کم‌رنگ شدن فرهنگ بومی آن سرزمین گردد.

Bibliography

- Abazari, Yousef. (1380). "Mythology and cultural studies", *Arghanoun Journal*, N 18, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance Publications.
- Allen, Graham. (1385). *Roland Barthes*, translated by Payam yazdanjoo, Tehran: Soroush Publications.
- Alonso Concheiro, Antonio y Ponce. (1988). "Where is Mexico? A New Suit for the Country", *Nexos* NO, 132, Mexico, Diciembre 1988.
- Armando Labra. (1989). *Mexican law on Radio and Television*. University Autónoma Metropolitana, Mexico.
- Barthes, Roland. (1964). *The Elements of Semiology*, UK: Hill & Wang Publication.
- Barthes, Roland. (1380). "Mythology At the Present Time", Translated by: Abazari, y. *Arghanoun Journal*, N 18, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance Publications.

- Chandler, Daniel. (1386). *Foundations of Semiotics*, Translated by: Parsa Mehdi. Tehran: Soureh Mehr Publications.
- Claudia Alcántara. (2004). "A Myth Americanization through Franchising", in: *Finacial Newspaper*, 11 August 2004 .
- Crunden, Roberto M. (1990). *Introduction to the History of American Culture.*, Colombia: The Ancora Editores.
- Esmaili, Reza. (1382-4). *Threats and Opportunities Arising from Globalization*, Tehran : Department of Social Sciences Publications.
- Gabriel, Careaga. (1977). *Biography of a Young Middle Class Motriz*. México.
- Giddens, Anthony. (1382). *Beyond left and right*, Translated by: Mohsen Solasi, Tehran: Elmi Publications.
- . (1382). *Abandoned World*, Translated by: Ali Asghar Saeedi, Tehran: Elm va Adab Publications.
- . (1382). *World Vision*, Translated by: Mohammad Reza Jalalipour, Tehran: Tarhe nou Publications.
- Guillermo Bonfil Batalla. (1993). *Symbiosis of Cultures. Immigrants and their Culture in Mexico*. Mexico: The National Council for Culture and the Arts (CONACULTA):
- James Diego Vigil. (1990). *From Indians to Chicanos*, Illinois: Waveland Press, p:160.
- Jeffrey S. Passel. (2005). PewHispanic Center Report. Marzo 21, (2005), pp, 7-8. *Based on the Current Population Estimates Survey March 2004, CPS*.
- Jorge, G. Castañeda y Robert A .Pastor. (1989). *Limitations in Friendship*. Planet México.
- Joseph Gilbert M, Anne Rubestein y Eric Zolov. (2001). *Fragments of a Golden Age*, London: Duck University Press, P. 72.
- Juan Louvier Calderón. (1995). *Mexican Culture and globalization*. Edamex Mexico, 142-43.
- Kachouian, Hossien. (1384). *Theory, Culture and Globalization: the Approach to Reality*, Tehran: Cultural Studies and Communications Publications.
- Marecelo Fernández Zayas. (2000). *The Americanization of the World*. 19 August 2000: <http://www.amigospais-guaracabuya.org/oagmf046.php>
- María de la Luz Casas Pérez. (2006). *Mexico and Canada. Cultural Identities in Transformation to Ten Years of TLCAN*. EN: <http://revista.amec.com.mx>
- Raúl Béjar Navarro. (1972). *A Vision of Culture in Mexico.*, Mexico: XXI Century, Editors.
- Robertson, Roland. (1385). *Globalization :Social Theory and Global Culture* , Translated by: Kamal Pouladi, Tehran: Sales Publications.

Saeedi, Ali Asghar. (1385). "The Discourse of Globalization Studies", No 4 *Tehran: Growth and social science education Publications*

Saeedi, Rahman. (1385). *Economic globalization*, No 4 *Tehran: Growth and social science education Publications*.

<http://peliculasmexicanasv.com.mx/temporada-de-patos>.

<http://sic.conaculta.gob.mx/temporada-de-patos>.