

هویت فرهنگی و کیفیت زندگی

تحلیل گفتمان ماهنامه «مرزهای نو» در دهه ۱۳۴۰ شمسی با تکیه بر اسناد موجود

هادی اسماعیلی^۱

فؤاد ایزدی^۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۲۲

چکیده

مفهوم کیفیت زندگی دو بعد عینی و ذهنی دارد. کیفیت زندگی در بعد عینی مستلزم تمام مصادیقی است که در سطح روابط اجتماعی، دارایی‌ها، تملکات فردی، و ساختارهای اجتماعی، به عنوان شاخص‌های زندگی برتر شناخته می‌شوند. در بعد ذهنی هم این مفهوم به معنای میزان رضایت فرد از شرایط خویش است. اگرچه این مفهوم را می‌توان به صورت کمی و با مطالعه شاخص‌های مرتبط با آن سنجید، ولی امکان مطالعه کیفی این مفهوم نیز وجود دارد. با بررسی ماهنامه *مرزهای نو* - نشریه‌ای که در دوران پهلوی دوم منتشر می‌شد - کیفیت زندگی امریکایی بازنمایی شده در این نشریه مطالعه شده است. ارتباط‌سازان این نشریه درصدد بودند با ارائه تصاویری از جامعه آمریکا، ذهن مخاطب ایرانی خویش را نسبت به پذیرش این مدعا که ایالات متحده کشوری مدرن و دارای کیفیت زندگی برتر است متقاعد کنند و از این طریق جامعه ایرانی را برای پذیرش روند نوسازی امریکایی در ایران آماده سازند. تحلیل انتقادی گفتمان حاکم بر این نشریه در دهه ۱۳۴۰ ش. ایدئولوژی پنهان ماهنامه مذکور را عیان می‌کند.

کلیدواژه: کیفیت زندگی، تحلیل انتقادی گفتمان، هویت فرهنگی، مرزهای نو (ماهنامه).

۱. دانشجوی دکتری رشته فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) Hadi.esmaeili82@gmail.com

۲. استادیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران. f.izadi@ut.ac.ir

مقدمه

هویت‌های فرهنگی از یکدیگر متمایزند و زمینه‌ها و بافت‌های فرهنگی متعددی را به وجود می‌آورند. هر یک از این بافت‌های فرهنگی مجموعه ارزش‌ها و نگرش‌هایی به دنبال دارند و تقاضاهایی ایجاد می‌کنند. این تقاضاها، در یک نگاه طبیعی، شیوه‌های پاسخگویی به نیازها هستند. شیوه‌های پاسخگویی در یک بافت فرهنگی از بافت دیگر متمایز است و در این صورت اگر نوعی از هویت فرهنگی شیوع پیدا کند که در تقابل با هویت فرهنگی گروه هدف باشد، می‌توان شاهد شیوع بافت فرهنگی جدیدی بود که شیوه‌های نوینی برای پاسخ به نیازها پیشنهاد می‌کند. این تقاضاهای ایجاد شده در تقابل با تقاضاهای موجود در جامعه هدف هستند و در نتیجه می‌توانند کیفیت زندگی جامعه هدف را با چالش مواجه کنند. مقاله حاضر در صدد است تا با بررسی نشریه *مرزهای نو*، که در دوران پهلوی دوم منتشر می‌شد، به این پرسش پاسخ دهد که این نشریه در بافت فرهنگی ایجاد شده در حکومت پهلوی دوم چه تصویری از کیفیت زندگی مطلوب ارائه می‌داد؟



موضوع مورد مطالعه در این مقاله ماهنامه *مرزهای نو* است، ظرف زمانی مورد مطالعه دهه ۱۳۴۰ شمسی است، و علت انتخاب این دوره زمانی آغاز دور جدید روند تجدید در ایران است. همان‌گونه که در ادامه مشاهده خواهد شد، در این دهه محمدرضا پهلوی، پس از بازگشت از سفر امریکا، به سرعت نوسازی در جامعه ایران شتاب بیشتری بخشید. از میان اسنادی که در اختیار بوده‌اند، سعی شده است نمود کیفیت زندگی امریکایی در این نشریه، به عنوان یکی از مؤلفه‌های مدرنیته، در دهه ۱۳۴۰ ش. تحلیل شود. *مرزهای نو*، که به همت انجمن فرهنگی ایران و امریکا تهیه می‌شد و چاپ و انتشار آن در راستای اهداف دیپلماسی عمومی این انجمن بود، به صورت ماهانه از سال ۱۳۲۷ و در ابتدا با نام *خبر هفته* آغاز شد و سپس در سال‌های آغازین دهه ۱۳۴۰ به ماهنامه *مرزهای نو* تغییر نام داد. محتوای این نشریه حول مسائل و رویدادهای فرهنگی، اقتصادی، و علمی در دو جامعه امریکا و ایران بود، و البته حجم مطالب ارائه شده مربوط به جامعه امریکا نسبت بیشتری به خود اختصاص می‌داد.

دیپلماسی عمومی امریکا از جنگ جهانی اول، هنگامی که وودرو ویلسون، رئیس‌جمهور وقت امریکا، کمیته اطلاعات عمومی^۱ را به ریاست جورج کریل^۲ تأسیس کرد، همواره به عنوان یکی از ابزارهای سیاست خارجی امریکا به کار رفته است. این سازمان، که بعضاً کمیته کریل

1. The Committee on Public Information.
2. George Creel.

نیز خوانده می‌شود، با هدف ترویج اهداف جنگی آمریکا در نقاط مختلف جهان پایه‌ریزی شد. به تعبیری بهتر، چنان‌که عنوان کتاب کریل (ما چگونه آمریکا را تبلیغ کردیم: نخستین حکایت از داستان شگفت‌انگیز کمیته اطلاعات عمومی که بشارت آمریکا‌گرایی را به هر گوشه‌ای از جهان برد)^۱ نیز نشان می‌دهد که این نهاد، هدف خود را گسترش آمریکا‌گرایی در سراسر جهان قرار داده بود (کریل^۲، ۱۹۲۰). فرانکلین روزولت،^۳ دیگر رئیس‌جمهور آمریکا، دفتر اطلاعات جنگ را در آغاز جنگ جهانی دوم تأسیس، و صدای آمریکا را نیز در فوریه ۱۹۴۲ راه‌اندازی کرد. در پی آن، دولت آمریکا رادیو آزادی و رادیو اروپای آزاد را نیز تأسیس کرد. این شبکه‌های رادیویی، شهروندان اتحاد جماهیر شوروی و اروپای شرقی را، افزون بر مردم کشورهای که رابطه دوستانه‌تری با آمریکا در اروپای غربی یا دیگر نقاط جهان داشتند، هدف قرار می‌دادند. امروزه دولت آمریکا ایستگاه‌های زیر را نیز تأمین مالی می‌کند: رادیو فردا (برای ایران)، رادیو و تلویزیون مارتی^۴ (برای کوبا)، رادیو آسیای آزاد، و تلویزیون الحره^۵ و رادیو ساوا^۶ (هر دو برای کشورهای عربی). این ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی همه تحت نظارت هیئت امنای شبکه‌های رادیو-تلویزیونی دولتی آمریکا^۷ است و از محل بودجه‌های مصوب کنگره تأمین مالی می‌شوند (ایزدی، ۲۰۰۷).

از سال ۱۹۴۶ تاکنون برنامه‌های آموزشی و تبادل، عنصر مهمی از دیپلماسی عمومی آمریکا بوده است و امروزه به همت دفتر امور فرهنگ و آموزشی وزارت خارجه^۸ اداره می‌شود. در سال ۱۹۵۳، آیزنهاور،^۹ رئیس‌جمهور آمریکا، دستور تأسیس آژانس اطلاعاتی^{۱۰} را صادر کرد. دیپلماسی عمومی آمریکا برای نفوذ در افکار عمومی مردم عادی در کشورهای هدف، به منظور رساندن پیام‌های ایدئولوژیک خود، به پخش برنامه‌های رادیو-تلویزیونی بسنده نمی‌کرد. آژانس اطلاعاتی «طرح‌های کنترل رسانه‌ای» را نیز پی گرفت. این طرح‌ها برای

1. How We Advertised America; The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information That Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe.

2. Creel

3. Roosevelt.

4. Radio/ TV Marti.

5. Alhurra TV.

6. Radio Sawa

7. Broadcasting Board of Governors

8. State Department's Bureau of Educational and Cultural Affairs

9. Eisenhower

10. United States Information Agency (USIA)



تحت نفوذ قرار دادن رسانه‌های خبری بومی از طریق ترویج خبرها، گذاشتن برنامه‌هایی بر روی کانال‌های تلویزیونی، و استفاده از تماس‌های شخصی برای اثرگذاری بر دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران خارجی، طراحی شده بودند. از تماس‌های شخصی برای تحت نفوذ درآوردن رهبران فکری نیز استفاده می‌شد. در این زمینه، آژانس اطلاعاتی با پنهان نگاه داشتن منبع پیام‌های خود، به پروپاگانداپی سیاه یا مخفی دست می‌زد. این آژانس افزون بر حمایت‌های روزنامه‌نگاران خارجی، از همکاری خصوصی نیز بهره می‌گرفت. همکاری خصوصی شامل استفاده از سازمان‌های غیردولتی امریکایی، بنگاه‌های تجاری، و شهروندان معمولی در کاروان تبلیغاتی ترویج تصویری مثبت از امریکا بود.

انجمن ایران و امریکا، که به عنوان مؤسسه‌ای با هدف فوق از سال ۱۳۰۴ ش. فعالیت خود را در ایران آغاز کرده بود، سعی داشت تا از طریق انجام برنامه‌های فرهنگی (مانند سخنرانی هفتگی، نمایش فیلم‌های تبلیغاتی امریکایی، انتشار ماهنامه ایران و امریکا به دو زبان، اجرای موسیقی ایرانی و امریکایی، تدریس زبان انگلیسی، و پذیرایی همراه با سخنرانی از میهمانان برجسته ایرانی و امریکایی) به معرفی امریکا بپردازد. این انجمن در طول پنجاه سال فعالیت به مهم‌ترین پایگاه فرهنگی امریکا تبدیل شد و در دوره خود بزرگ‌ترین کانون رابطه فرهنگی بین دو ملت در تمام دنیا به شمار می‌آمد (آشنا، ۱۳۸۴: ۱۶). انتشار ماهنامه *مرزهای نو* نیز در راستای شناساندن امریکا و معرفی میزان رشد و پیشرفت اجتماعی و فرهنگی و علمی در این کشور بود. در مقاله حاضر سعی شده است به محتویات نشریه در دهه ۱۳۴۰ ش. توجه شود. علت این انتخاب — همان‌گونه که در ادامه خواهد آمد — بیش از هرچیز، از آن جهت است که حکومت پهلوی در این دهه در اوج اقتدار سیاسی و ایدئولوژیک خود بود و شاه با نهایت اقتدار در اجرای روند مدرنیزاسیون مورد نظرش اهتمام جدی داشت. شاه در بازگشت از سفر امریکا در سال ۱۳۴۱، «بعضی از مواد رفرم تحمیلی امپریالیسم امریکا را، که باید در ایران پیاده می‌شد، بازگو ساخت» (روحانی، ۱۳۶۱: ۱۳۷). از این رو مطالعه نشریه *مرزهای نو*، که با هدف معرفی چهره مدرن امریکا به ایرانیان منتشر می‌شد، می‌تواند یافته‌های قابل توجهی در خصوص تلاش‌های صورت گرفته در این دهه برای متقاعد ساختن جامعه ایرانی جهت تحقق روند نوسازی در ایران در اختیار ما بگذارد.

در این مقاله از روش تحلیل انتقادی گفتمان با رویکرد نورمن فرکلاف استفاده می‌شود. گفتمان شکلی از کاربرد گفتگو براساس شرایط زمانی، مکانی، اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی



است (شیرازی رومنان، ۱۳۸۷: ۷۹). هنری و تاتور تحلیل انتقادی گفتمان را ابزاری جهت شالوده‌شکنی ایدئولوژی‌های رسانه‌ها و گروه‌های نخبه، و برای تعیین و تعریف روابط اجتماعی، اقتصادی، و قدرت سیاسی میان گروه‌های مسلط و فرودست می‌دانند، و به باور ون‌دایک این کار در ارتباط با رسانه‌ها از طریق توصیف ساختارهای بحث انگیز، تشریح فرض‌های ضمنی و بدیهی، و همچنین بررسی سبک و ویژگی‌های بلاغی انجام می‌شود (ایزدی، ۱۳۸۷: ۱۰۲).

فرکلاف در این رویکرد کوشیده است، از طریق پاسخ به پرسش‌های زیر، به مطالعه روابط میان زبان، قدرت، و ایدئولوژی، از طریق توصیف متن (بررسی ارزش‌های رابطه‌ای و موضع‌گیری‌ها در متن) بپردازد:

- کلمات واجد چه ارزش‌های تجربی هستند؟
- ویژگی‌های دستوری متن واجد چه ارزش‌های رابطه‌ای هستند؟
- کلمات حاوی چه ارزش رابطه‌ای هستند؟
- جملات ساده چگونه به هم متصل شده‌اند؟
- چه ارزش‌های بیانی در متن دیده می‌شود؟

علاوه بر تفسیر (نشان دادن بافت موقعیتی در متن) و تبیین (نشان دادن بازنمایی واقعیت و ایدئولوژی در متن)، او همچنین تلاش می‌کند به تحلیل متن، تحلیل فرایندهای تولید، مصرف، و توزیع متن، و نیز تحلیل اجتماعی - فرهنگی رخداد گفتمانی به عنوان یک کل بپردازد (فرکلاف، ۱۳۸۷: ۱۹).

اگرچه رویکرد تحلیل گفتمانی فرکلاف و ون‌دایک شباهت بسیاری با هم دارند، اما یک تفاوت جزئی باعث تمایز این دو شده است. در ساختار تحلیل گفتمانی فرکلاف سه عنصر اصلی مورد بحث قرار می‌گیرند که عبارتند از متن، کنش گفتمانی، و کنش فرهنگی - اجتماعی؛ در حالی که در رویکرد فرکلاف این سه عنصر عبارتند از گفتمان، اجتماعی - شناختی، و تحلیل اجتماعی (تحلیل ساختارها). وجه تمایز اصلی میان این دو، بعد اجتماعی - شناختی است، چرا که به باور ون‌دایک حلقه واسط میان متن و اجتماع، بعد ذهنی اجتماع - شناختی است، در حالی که از نظر فرکلاف حلقه واسط میان متن و اجتماع، کنش گفتمانی یا تولید و مصرف متن است. در این مقاله از رویکرد فرکلاف بهره گرفته‌ایم.

استفاده از تحلیل انتقادی گفتمان برای مطالعات موردی دست‌کم یک هدف اصلی را دنبال می‌کند. هدف از تحلیل گفتمان، در موارد مختلف، به دست آوردن ایدئولوژی پنهان در متن است. به باور دیگر، بر اساس دیدگاه تحلیل انتقادی گفتمان، هیچ متنی در خلأ تولید نمی‌شود



و تولید یک متن در چارچوب شرایط و موقعیت‌های اجتماعی خاصی صورت می‌گیرد. از این رو نمی‌توان تأثیر شرایط پیرامونی را در تولید متن نادیده گرفت. این دیدگاه کمک می‌کند تا ایدئولوژی حاکم بر متن کشف شود. در این مقاله نیز سعی شده با بهره جستن از روش تحلیل انتقادی گفتمان با رویکرد فرکلاف ایدئولوژی اصلی حاکم بر ارائه کیفیت زندگی امریکایی در ماهنامه مرزهای نو بیان شود.

تاریخچه کیفیت زندگی

مفهوم کیفیت زندگی از قرن بیستم مورد توجه اندیشمندان قرار گرفته است (مک‌کال، ۱۹۷۵: ۲۲۹). البته پیش از این مفهوم کیفیت زندگی در ادبیات فلسفی یونان باستان نیز به نوعی محل توجه بوده است. ارسطو در بحث از سعادت، زندگی عقلانی را شرط اساسی می‌داند و معتقد است که سعادت لذت عقلانی است و ما می‌توانیم این لذت را هنگام درک حقایق دریابیم (دورانت، ۱۳۳۶: ۷۶). رفته رفته توجه به کیفیت زندگی جدیت بیشتری یافت و با سه نوع نگاه مواجه شد. نگاه اول به کیفیت زندگی از دریچه رشد اقتصادی است. در اواسط قرن بیستم هر جا که به رشد اقتصادی توجه می‌شد، از کیفیت زندگی به عنوان شاخص آن یاد می‌کردند. از آنجا که تا پیش از این رشد اقتصادی ملاک زندگی خوب قرار گرفته بود و این ملاک به تدریج با پرسش‌هایی مواجه شد، به همین جهت رشد اقتصادی معطوف به کیفیت زندگی (و نه رشد اقتصادی صرف) ملاک ارزیابی سطح زندگی افراد قرار گرفت. این نگاه که تا اوایل دهه ۱۹۷۰ ادامه حیات داد (غفاری و امیدی، ۱۳۸۸: ۲) از ۱۹۷۲ با یک نقد جدی مواجه شد. سؤال این بود که اگر رشد اقتصادی ملاک ارزیابی کیفیت زندگی است، پس مخاطرات ناشی از رشد لجام‌گسیخته اقتصادی و بهره‌برداری بی‌رویه از منابع طبیعی را چگونه می‌توان توجیه کرد؟

گزارش باشگاه رم با طرح این معضل هم به محیط زیست و هم به احساس افراد نسبت به زندگی و همچنین به پدیده‌های اجتماعی منعکس‌کننده این احساس توجه کرد. از این به بعد حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی نیز درگیر مفهوم کیفیت زندگی شدند، به گونه‌ای که پژوهش‌های پیمایشی متعددی در روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی، با طرح این پرسش صورت گرفت که انسان‌ها از زندگی در چنین جهانی چه پنداشت و برداشتی دارند؟ (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۱۵۴). این رویداد به خوبی نشان می‌دهد که توجه به مفهوم کیفیت زندگی از



سطح مقولات عینی به سطح مقولات ذهنی متمایل شد (نگاه دوم). در این خصوص اینگلهارت معتقد است پس از جنگ دوم جهانی در حوزه سیاست و اقتصاد و فرهنگ دگرگونی‌هایی به وجود آمد. اگر در سیاست و اقتصاد بر کم کردن گسترش نقش دولت و فروکاستن جایگاه آن در فرایند رشد اقتصادی توجه شد، در فرهنگ دگرگونی ارزشی به معنای دگرگونی از جنبه‌های مادی ارزش‌ها به جنبه‌های فرامادی بود. به گفته او «جوامع صنعتی پیشرفته به طرف تحول تدریجی از تأکید بر امنیت اقتصادی و جانی به تأکید بیشتر بر دل‌بستگی به دیگران، ابراز نظر فردی، و کیفیت زندگی در حرکتند» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۰). وی کیفیت زندگی را معادل رضایت از زندگی قرار داد و از این طریق به جنبه غیرعینی این مفهوم توجه بیشتری کرد. او رضایت از زندگی را در کنار اعتماد به یکدیگر، رضایت سیاسی، و احساس خوشبختی، به عنوان شاخص‌های مفهوم فرهنگ مدنی معرفی کرد و به رابطه مستقیم میان شاخص‌های فرهنگ مدنی و سطح توسعه اقتصادی و نهادهای دموکراتیک اشاره کرد. از این رو سطح بالای توسعه اقتصادی به معنای افزایش سطح شاخص‌های فرهنگ مدنی است. این امر نشان می‌دهد که مفهومی مانند رضایت از زندگی می‌تواند در تداوم نظم اجتماعی مؤثر افتد.

در کنار رشد اقتصادی و توجه به جنبه‌های ذهنی، سومین نوع نگرش به این مفهوم مربوط به ادبیاتی است که کیفیت زندگی را با تأکید بر مفاهیمی مثل سرمایه اجتماعی، همبستگی اجتماعی، ناهنجاری، و... مطالعه می‌کند.

در ایران مقالات متعددی در مورد سنجش کیفیت زندگی نوشته شده است که از جمله به چند مورد آنها اشاره می‌شود. در مقاله‌ای با عنوان *کیفیت زندگی در برنامه‌های عمرانی و توسعه ایران*، به قلم غلامرضا غفاری و رضا امیدی، به بررسی مفهوم کیفیت زندگی در محتوای برنامه‌های توسعه در ایران قبل و پس از انقلاب اسلامی پرداخته شده است. مقاله دیگر با عنوان *بررسی تحولات کیفیت زندگی در ایران (۱۳۶۵-۱۳۸۵)*، به قلم موسی عنبری، به تحولات کیفیت زندگی روستایی در ایران در طی بیست سال پس از انقلاب توجه شده است. لیلا فلاحتی در مقاله‌ای با عنوان *بررسی کیفیت زندگی دانشجویان: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه‌های تهران و کردستان*، به بررسی مفهوم کیفیت زندگی در ایران پرداخته است. در این مقاله نویسنده سعی کرده تا وضعیت کیفیت زندگی دانشجویان را در تهران و کردستان بررسی کند. نویسنده در این مقاله به این نتیجه رسیده است که وضعیت کیفیت زندگی دانشجویان در استان‌های دیگر رضایت بخش نیست و این مسئله می‌تواند مشکلاتی برای جامعه علمی کشور ایجاد کند.



چارچوب مفهومی: تعریف مفهومی کیفیت زندگی

کیفیت زندگی به معنای چگونگی زندگی، و ناظر به سطح زندگی فردی یا جمعی است. بحث از کیفیت زندگی لزوماً با گزاره‌های توصیفی و هنجاری همراه است و این بدان معناست که وقتی از کیفیت زندگی فردی یا گروهی بحث می‌شود، لزوماً با عبارات وصفی خوب/بد یا بالا/پایین همراه می‌شود و در ذات خود با ارزش‌گذاری و توصیف همراه است. این در حالی است که مفاهیم دیگری مانند سبک زندگی لزوماً در ذات خود حامل گزاره‌های هنجاری نیستند، یعنی صحبت از سبک زندگی لزوماً به معنای صحبت از سبک زندگی خوب یا بد نیست. سبک زندگی خود می‌تواند در کنار دیگر متغیرها جزو عوامل مؤثر بر کیفیت زندگی به شمار رود. اگر سبک زندگی یک الگو یا مجموعه نظام‌مندی از کنش‌های مرجح باشد که از عوامل مختلفی مانند فعالیت‌ها، علاقه‌مندی‌ها، و عقاید ایجاد می‌شود (مهدوی‌کنی، ۱۳۸۷: ۷۸-۶۳)، کیفیت زندگی نتیجه ارزیابی و سنجش این مجموعه کنش‌هاست، که البته خود نیز از این کنش‌ها تأثیر می‌پذیرد.

آنتونی شاو کیفیت زندگی را حاصل ضرب استعداد‌های طبیعی فرد در شرایط به وجود آمده برای او توسط خانواده و جامعه‌اش می‌داند (شاو^۱، ۱۹۷۷: ۱۱). از نظر لیو^۲ کیفیت زندگی نامی جدید برای مفهومی قدیمی است. او معتقد است کیفیت زندگی نامی ذهنی برای بهزیستی^۳ مردم و محیطی است که در آن زندگی می‌کنند (لیو، ۱۹۷۵: ۱). گرچه از نظر اوهر فرد، برای ارزیابی کیفیت زندگی، مجموعه‌ای از ملاک‌های شخصی برای تعریف و روش خاص خود دارد (لیو، ۱۹۷۴: ۱۸۸). در عین حال به سه رویکرد در تعریف از کیفیت زندگی توجه نشان می‌دهد: ۱- تعریف کیفیت زندگی بر اساس عناصر تشکیل دهنده مثل شادکامی، رضایت‌مندی، سبک زندگی، ثروت، و... ۲- تعریف کیفیت زندگی از طریق به کارگیری شاخص‌های عینی و ذهنی اجتماعی مثل تولید ناخالص داخلی، بهداشت، شاخص رفاه، و شاخص آموزش و پرورش ۳- تعریف کیفیت زندگی بر اساس تعیین عوامل مؤثر بر آن (غفاری و امیدی، ۱۳۸۸: ۳-۴). در این مقاله تلاش می‌کنیم با تلفیق این سه رویکرد جنبه‌های مختلف مفهوم کیفیت زندگی را بررسی کنیم.

کیفیت زندگی در برخورد اول ممکن است محدود به جنبه‌های مادی و عینی زندگی شود و با به کارگیری آن این معنا متبادر شود که در حال سخن گفتن از میزان درآمد، نوع منزل و



1. Shaw
2. Liu
3. Well-being

اتومبیل شخصی، میزان دارایی، و اموری از این دست هستیم. اگرچه هر یک از این امور به عنوان بخشی از کیفیت زندگی می‌توانند مد نظر قرار گیرند، ولی این مفهوم تنها به این عوامل منحصر نمی‌شود. کیفیت زندگی، آن‌گونه که اندیشمندان و صاحب‌نظران به آن پرداخته‌اند، به دو بعد عینی و ذهنی مرتبط است.

در بعد عینی به مجموع عوامل و زمینه‌های عینی مؤثر بر کیفیت زندگی توجه می‌شود، از این رو متغیرهایی مانند رفاه مادی، تغذیه مناسب، زندگی در محیط سالم، امنیت، دسترسی به خدمات با کیفیت، آموزش و بهداشت، زندگی خانوادگی سالم، و روابط دوستی و آشنایان جنبه‌های عینی کیفیت زندگی را پوشش می‌دهند (مختاری، ۱۳۸۸: ۱۰۱). اما توجه صرف به جنبه‌های عینی کیفیت زندگی نمی‌تواند ملاک درستی برای سنجش و تعریف این مفهوم به شمار آید. برخی پژوهش‌ها نشان داده‌اند که جنبه‌های عینی به تنهایی تعیین‌کننده سطح کیفیت زندگی نیستند. به عنوان مثال کامینز نتیجه یکی از تحقیقات خود را این‌گونه بیان می‌کند که افرادی که در محیط‌های فقیر زندگی می‌کردند رضایت نسبی از محل زندگی خود داشتند (گالوی، ۲۰۰۵: ۲۹). آرگایل از این جنبه ذهنی به شادکامی تعبیر می‌کند و اجزای آن را روابط مثبت با دیگران، هدفمند بودن زندگی، رشد شخصی، و دوست داشتن دیگران می‌داند (کجیاف و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۳). برخی دیگر معتقدند کیفیت زندگی مفهومی وسیع است که حیطه‌های سلامت فیزیکی، سطح وابستگی، روابط اجتماعی، و عقاید فردی را شامل می‌شود. البته این مفهوم از نظر این گروه بیشتر به صورت ذهنی در نظر گرفته می‌شود و مراد از آن تصور افراد از زندگی‌شان در فضای نظام ارزشی و فرهنگی تعریف می‌شود که در آن زندگی می‌کنند، و با اهداف، انتظارات، استانداردها، و نگرانی‌هایشان مرتبط است (اشمیت^۲، ۲۰۰۷: ۲۰۷).

این تصور فردی همان بهزیستی ذهنی است که مترادف با ارزیابی فرد از زندگی خویش است. این ارزیابی می‌تواند از نظر موقعیت‌های شناختی باشد، از قبیل رضایت فرد نسبت به ازدواجش، کارش و زندگی‌اش؛ و می‌تواند از نظر تأثیرات مداوم باشد، مانند وجود احساسات و حالات مثبت و غیاب تأثیرات ناخوشایند. از نظر ما بهزیستی ذهنی نتیجه احساس مردم نسبت به دستیابی به اهدافشان، نتیجه خلق و خوی یک فرد، نتیجه غوطه‌ور شدن در فعالیت‌های جذاب و خوشایند، و روابط اجتماعی مثبت است (دینر، ساپیتا، ساه^۳، ۱۹۹۸: ۳۴).

1. context
2. Schmidt
3. Diener, Sapyta, Suh





اما بهتر آن است که جنبه ذهنی کیفیت زندگی را ذیل مفهوم رضایت از زندگی^۱ قرار دهیم. رضایت از زندگی را می‌توان به سه نوع تقسیم کرد: رضایت ناشی از برخورداری (که به امکانات و میزان بهره‌مندی از آنها مربوط است)، رضایت ناشی از ارتباط (رابطه اجتماعی از حیث نوع و شدت و درگیری عاطفی بر رضایت از زندگی اثر می‌گذارد. میزان رابطه اجتماعی بر رضایت فرد مؤثر است)، و رضایت ناشی از بودن (رضایت از خود با احساس کنترل بر زندگی خود در مقابل این احساس که زندگی ما توسط نیروهای بیرون از ما کنترل می‌شود) (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۱۶۴).

پیتر سندوی معتقد است سه نگاه نسبت به زندگی وجود دارد که کیفیت زندگی را هم باید براساس این سه تفسیر کرد. این سه نگاه عبارتند از: کمال‌گرایی، عیش‌طلبی و خوش‌گذرانی، و ترجیح-رضایت‌گرایی. ممکن است فردی کمال‌گرایی را ترجیح دهد و کیفیت زندگی خود را براساس آن بسنجد، اما در عین حال در درد و ناکامی زندگی کند. در مقابل فرد دیگری در موقعیتی ممکن است زندگی کند که به خوشی و عدم نگرانی بیشتر تمایل نشان می‌دهد اما از کمال و ارزش‌های انسانی بهره کمی برده باشد. در عین حال خوش‌گذرانی می‌تواند هم به کمال‌گرایی نزدیک شود و هم به ترجیح‌گرایی. یک زندگی پر از خوشی زندگی‌ای است که به فضایل انسانی هم دست یافته است (سندوی^۲، ۱۹۹۹: ۱۳).

اگرچه فهم کامل از بهزیستی ذهنی، که می‌توان آن را معادلی برای رضایت از زندگی و بعد ذهنی کیفیت زندگی معرفی کرد، نیاز به این آگاهی دارد که چگونه شرایط عینی بر ارزیابی‌های افراد از زندگی‌شان تأثیر می‌گذارد، اما می‌توان مواردی را یافت که در آنها هیچ همبستگی میان شرایط عینی و ابعاد ذهنی کیفیت زندگی وجود ندارد (همانند پژوهشی که کامینز ارائه داده بود). در این صورت باید گفت که احساس رضایت نسبی از زندگی از عوامل متعددی متأثر است که یکی از این عوامل چارچوب‌های شخصی ارجاع است. این چارچوب‌های شخصی را تجربه‌ها شکل می‌دهند و نمی‌توان فرض کرد که چارچوب ارجاع یک فرد همه احتمالات را دربر می‌گیرد (گالووی^۳، ۲۰۰۵: ۳۳).

۱. چه عوامل و شرایطی بر کیفیت زندگی تأثیر می‌گذارند؟

ابعاد ذهنی و عینی کیفیت زندگی، علاوه بر ارتباط با یکدیگر، از عوامل مختلفی متأثر می‌شوند. مجموع این عوامل را می‌توان به دو قسم عینی و ذهنی تقسیم کرد. لیو به ۱۱ عامل مؤثر بر

1. life satisfaction
2. Sandøe
3. Galloway

کیفیت زندگی اشاره می‌کند و آنها را در درون‌دادها (روانی و فیزیکی)، اجزا و سازه‌های سیاسی و اقتصادی و محیطی - اجتماعی، جایگاه و موقعیت فردی، تساوی فردی، شرایط زیستی، موقعیت اقتصادی، توسعه تکنولوژیک، تولید کشاورزی، شرایط رفاه و سلامت، توسعه آموزشی، و حکومت‌های محلی و ایالتی خلاصه می‌کند (لیو، ۱۹۷۵: ۲-۴).

فیلپس کیفیت زندگی را در دو سطح فردی و جمعی جای می‌دهد و در سطح فردی آن را به دو بخش عینی و ذهنی تقسیم می‌کند. «لازمه کیفیت زندگی فرد در بعد عینی تأمین نیازهای اساسی و برخورداری از منابع مادی جهت برآوردن خواست‌های اجتماعی افراد است. در بعد ذهنی هم افزایش رضایت‌مندی، هدف‌داری در زندگی، رشد و شکوفایی در مسیر سعادت، و... به کیفیت زندگی مربوط می‌شود. اما کیفیت زندگی در بعد جمعی بر ثبات محیط فیزیکی و اجتماعی، منابع اجتماعی درون گروه‌ها، انسجام مدنی، روابط شبکه‌ای گسترده، انصاف، برابری طلبی و عدالت اجتماعی تأکید دارد» (غفاری و امید، ۱۳۸۸: ۹-۱۰).

برخی به «نگاه فرد به زندگی، احساس نسبت به میزان تأمین حقوق خود در جامعه، و ارزیابی نسبت به این‌که تا چه حد تلاش‌های جامعه به بهبود زندگی او و تأمین نیازهایش کمک کرده» به عنوان عوامل ذهنی کیفیت زندگی در بعد فردی نگریسته‌اند (مختاری، ۱۳۸۸: ۱۴۷).

موری چهار شرط را برای بهبود کیفیت زندگی مؤثر می‌داند: امنیت، منابع مادی، عزت نفس، و خشنودی. سطح آستانه هریک از این چهار شرط نیز شادکامی است. پیش‌نیازهای اساسی این چهار شرط نیز عبارتند از عدالت و آزادی (موری، ۱۹۸۹: ۵۳). یعنی در صورت عدم تحقق عدالت و آزادی در تأمین منابع مادی، امنیت، دسترسی به عزت نفس، و خشنودی، کیفیت زندگی بهبود نخواهد یافت. اگر این توضیح موری را بپذیریم، باید عزت نفس و خشنودی را جزو عوامل ذهنی به شمار آوریم و دو عامل دیگر را عینی بدانیم.

کیفیت زندگی تحت تأثیر روابط اجتماعی هم قرار می‌گیرد. هلگسون با ایجاد رابطه بین حمایت‌های اجتماعی و کیفیت زندگی، حمایت اجتماعی را به سه قسم عاطفی، ابزاری، و اطلاعاتی دسته‌بندی می‌کند. منظور از حمایت‌های عاطفی نیاز فرد به صحبت کردن و مراقبت است. حمایت ابزاری نیز همان حمایت‌هایی است که در قالب قرض دادن و... دیده می‌شود. حمایت اطلاعاتی نیز به راهنمایی و هدایت فرد مربوط است. او رابطه میان حمایت اجتماعی و کیفیت زندگی را میزان استرس می‌داند که در صورت افزایش استرس نیاز به حمایت اجتماعی هم بیشتر می‌شود. در عین حال اضافه می‌کند که حمایت عاطفی بیشترین رابطه خطی را با کیفیت زندگی دارد (هلگسون، ۲۰۰۳: ۲۵-۲۶).



1. Murray
2. Helgson

روابط اجتماعی به واسطه مهارت‌های تمایلات افراد و جلوگیری از آرزوهای بی‌پایان و ارضانشدن هم بر کیفیت زندگی مؤثرند. دورکیم با مطرح کردن بحث ناهنجاری به این نتیجه رهنمون می‌شود که بروز ناهنجاری به واسطه این‌که نظم اجتماعی را می‌کاهد و افراد را از رسیدن به خواسته‌هایشان منع می‌کند، باعث نارضایتی اجتماعی می‌شود. در این‌جا یک اقتدار اخلاقی می‌تواند جلوی بروز آنومی را بگیرد. از نظر دورکیم آنومی دارای سه ویژگی است: تشویش یا اضطراب دردناک، احساس جدایی از معیارها و استانداردهای گروه، و احساس بی‌هدفی (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۱۶۷).

ارزش‌ها نیز از مجموعه عوامل ذهنی به شمار می‌آیند که کیفیت زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. آنها به وجوه عینی و ذهنی کیفیت زندگی وزن می‌دهند. البته خود این ارزش‌ها در بافت فرهنگی ریشه دارند، لذا بافت فرهنگی می‌تواند مفاهیم را برای جمع و گروهی معین به گونه‌ای خاص تعریف کند. «مفهوم زندگی خوب نه تنها بین افراد، که بین جوامع و فرهنگ‌ها نیز متفاوت است. یک مفهوم از کیفیت زندگی در یک بافت فرهنگی در مقایسه با بافتی دیگر متفاوت است (کیت^۱، ۲۰۰۱: ۵۳).

مجموع نکات فوق ما را در شناخت مفهوم بهزیستی اجتماعی^۲ کمک می‌کنند. بهزیستی اجتماعی ترکیبی است از دو عنصر سازگاری اجتماعی و حمایت اجتماعی. سازگاری اجتماعی ترکیبی از رضایت نسبت به روابط، اجرای نقش‌های اجتماعی، و سازگاری با محیط فردی است. حمایت اجتماعی نیز ترکیبی است از شماری از تماس‌ها در شبکه اجتماعی فردی و رضایت نسبت به این تماس‌ها (لارسون^۳، ۱۹۹۳: ۲۸۵).

در میان نظریه‌پردازان علوم اجتماعی، زیمل نیز با پرداختن به زندگی در کلان‌شهرها، سعی کرده است وضعیت رضایت از زندگی را تشریح کند. به نظر او چیزی که در شهرهای بزرگ حاکم است، روابط مبتنی بر عقل حسابگر و مادی است که به سردی روابط منجر می‌شود. این در حالی است که در اجتماع^۴ این‌گونه روابط حکم‌فرما نیست. او تمایز زندگی شهری را با زندگی در اجتماع‌های کوچک از طریق دو مفهوم دلزدگی^۵ و احتیاط^۶ نمایش می‌دهد.



1. Keith
2. social well-being
3. Larson
4. community
5. blase
6. reserve

دلزدگی در کلان‌شهرها به این معناست که فرد نمی‌تواند تفاوت اشیا را دریابد. فرد دلزده نمی‌تواند میان پدیده‌ها تمیز قائل شود و نسبت به معنای اشیا و تمایز آنها بی‌علاقه است. علت آن هم تغییرات سریع زندگی شهری و لذت‌طلبی‌های فرد شهرنشین است. یکنواختی و مشابهت پدیده‌ها زمینه را برای کاهش رضایت از زندگی و هدف‌دار بودن زندگی از میان می‌برد. احتیاط نیز، که ویژگی دیگر زندگی در کلان‌شهر است، ناظر به این معناست که «به موازات افزایش تعداد افراد، روابط عمیق و صمیمانه در شهرهای کوچک جای خود را به روابط دیگری می‌دهد. اگر قرار باشد در شهر بزرگ رابطه اجتماعی عمیق با تعداد زیادی از افراد صورت گیرد، فرد به لحاظ درونی به اتم‌های بی‌شماری تجزیه می‌شود و به حالت روانی تصورناپذیری می‌رسد. این امر به محدود شدن روابط اجتماعی انسان کلان‌شهری منجر می‌شود و روابط گرم و صمیمی اجتماع‌های کوچک به روابط سرد و بی‌روح جامعه بزرگ تبدیل می‌شود (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۷-۵۹).

پس از این توضیحات قصد داریم برخی شاخصه‌های کیفیت زندگی را برشماریم. این شاخصه‌ها در دو بعد عینی و ذهنی قرار دارند که به ترتیب عبارتند از:

شاخص‌های عینی کیفیت زندگی: روابط اجتماعی سالم، امنیت، آموزش، رفاه، ثروت، ثبات محیط فیزیکی و اجتماعی، دسترسی به خدمات و امکانات (عدالت اجتماعی و برابری). شاخص‌های ذهنی کیفیت زندگی: هدفمندی زندگی، احساس نسبت به میزان تأمین حقوق، رضایت و شادکامی ناشی از برخورداری از امکانات، رضایت ناشی از احساس کنترل بر زندگی خود، رضایت ناشی از روابط اجتماعی.

ارتباط میان بافت فرهنگی و کیفیت زندگی

همان‌گونه که در بحث از عوامل مؤثر بر کیفیت زندگی توضیح داده شد، ارزش‌های فردی یا جمعی بر جنبه‌های عینی و ذهنی کیفیت زندگی از طریق وزن دادن به آنها تأثیر می‌گذارند. به این معنا که این ارزش‌ها هستند که نشان می‌دهند تا چه میزان کیفیت زندگی یک فرد و میزان رضایت او از زندگی متأثر از جنبه‌های عینی یا ذهنی زندگی اوست، و باز براساس همین ارزش‌هاست که میزان اهمیت جنبه‌های عینی و ذهنی زندگی و ترجیح یکی بر دیگری روشن می‌شود. اما سؤال این است که این ارزش‌های فرهنگی به چه طریقی می‌توانند وزن‌دهی کنند؟ در توضیحات پیشین گفته شد که بافت فرهنگی مشترک این ارزش‌ها را ایجاد می‌کند و تعریف از کیفیت زندگی و رضایت از آن از یک بافت فرهنگی به بافتی دیگر متفاوت است. بافت



فرهنگی مشترک با ایجاد هویت فرهنگی مشترک امکان این وزن‌دهی را فراهم می‌کند. در این بافت فرهنگی عوامل متعددی هویت فرهنگی را صورت می‌دهند. سرمایه فرهنگی در یک بافت فرهنگی در سه شکل عینیت یافته، شیئی شده، و نهادینه شده، از عوامل ایجاد هویت فرهنگی است (واینینگر و لارئو، ۲۰۰۷: ۱۰۳). حافظه فرهنگی نیز از طریق جهت دادن به رویه‌ها تلاش می‌کند حافظه (گذشته امروزی شده)، فرهنگ، و گروه (جامعه) را با یکدیگر مرتبط سازد (اسمان^۲، ۱۹۹۵: ۱۲۹). لذا دومین بعد هویت فرهنگی را حافظه فرهنگی شکل می‌دهد. دین و زبان نیز به عنوان عوامل بعدی شکل‌دهنده هویت فرهنگی، از طریق ایجاد نظام مشترک فرهنگی و ارزشی، به شکل‌گیری فرهنگی مشترک منجر می‌شوند (اسماعیلی، ۱۳۹۰: ۷۸-۸۰).

تحلیل گفتمان نشریه مرزهای نو

به علت در اختیار نبودن همه شماره‌های این نشریه نمونه‌گیری به این صورت انجام شد که ما تمام شماره‌هایی را که از ابتدای دهه ۱۳۴۰ ش. در اختیار داشتیم، مشاهده کردیم و از میان آنها تعدادی از شماره‌های مجله را، که درباره کیفیت زندگی در امریکا گزارش‌هایی ارائه کرده بودند، برگزیدیم و سپس به بررسی و تحلیل پرداختیم. این متون آن‌گونه که بررسی شده به دو دسته تقسیم می‌شوند:

دسته نخست: متونی که حاوی اطلاعاتی در مورد امریکا و پیشرفت‌های آن هستند، و رفاه و آسایش را به رخ می‌کشند؛ مانند یادداشت‌های مربوط به مرکز خرید تایسونز کورنر، آشپزخانه‌های عصر فضا، ایالت تکزاس (در ادامه مشاهده می‌کنید).

دسته دوم: متونی که با برجسته کردن یک امریکایی یا یک خانواده امریکایی، زندگی و موفقیت‌هایشان را نشان می‌دهند و این تصور را، به صورت ناخودآگاه و البته عامدانه، به دست می‌دهند که اغلب امریکایی‌ها این‌گونه زندگی خوبی دارند؛ مانند یادداشت‌های مربوط به انجمن همسایگی، خانواده اسنایدر، میس کلیر فوربس و...

این دسته‌بندی از این جهت است که گسترش مدرنیته را در دو سطح فردی و اجتماعی، و نیز در سطوح ساختاری و روابط انسانی نشان می‌دهد. در این صورت نمایی کلی از کیفیت زندگی امریکایی به دست می‌آید که در آن کیفیت زندگی در دو بعد عینی و ذهنی در سطح بالا و رضایت‌بخشی دیده می‌شود.



این مطالب را در دو سطح تحلیل می‌کنیم: سطح اول توصیف داده‌هاست، و سطح دوم تفسیر به همراه تبیین آنها.

۱. توصیف

در متنی، که در مورد توسعه کشاورزی در امریکاست، آمده است:

در مورد این توسعه بازرگانی جهانی کشاورزان امریکایی سهم بزرگی دارند، و مصرف‌کننده امریکایی می‌تواند از محصولات فراوان خوراکی و الیاف استفاده کند. یک‌چهارم محصول اراضی مزروعی امریکا برای مصرف‌کنندگان سایر کشورها صادر می‌شود. در سال ۱۹۶۴ ارزش صادرات مواد کشاورزی امریکا تقریباً به ۶۰۰۰ میلیون دلار رسید. یعنی در آن سال به طور متوسط روزانه ۱۵ کشتی پر از کالای کشاورزی از بنادر امریکا خارج می‌شدند... در کشورهای در حال پیشرفت که در آنها ارز قابل تغییر کم است، ما طبق قراردادهای مخصوصی محصولات کشاورزی خود را در مقابل ارز محلی یا تهاتر... تحویل داده‌ایم. این برنامه‌های خوار و بار برای صلح طوری تنظیم شده‌اند که با معاملات عادی بازرگانی تماس پیدا می‌کنند و یک‌چهارم از صادرات کشاورزی ما را تشکیل می‌دادند. ما سعی خواهیم کرد در مصرف محصولات فراوان کشاورزی خودمان دیگران را نیز سهیم کنیم... اگر کشورهای در حال پیشرفت جهان بخواهند وضع اقتصادی رضایت‌بخشی داشته باشند، باید به ازدیاد محصولات کشاورزی خود همت گمارند، چون پیشرفت کشاورزی نیروی اصلی محرکه توسعه اقتصادی است. (۵/۱۳۴۹/۷، ش ۷، ص ۱۶)

در عبارات فوق نوعی میل به شیفتگی وجود دارد. این میل را می‌توان از عبارات بندی‌های افراطی موجود در آنها (صدور یک‌چهارم محصولات کشاورزی، روزانه ۱۵ کشتی پر از کالا، افزایش ارزش صادرات به ۶۰۰۰ میلیون دلار) دریافت؛ شیفتگی نسبت به رشد و افزایش و ابراز خوشحالی از این رشد بی‌سابقه.

ضمیمه‌های «ما»، که در این متن آمده‌اند، واجد نوعی مفهوم اقتدار هستند که مرجع آنها نیز امریکاست. نویسنده درصدد است از این طریق ایجاد اقتدار کرده و به این واسطه امریکا را در مقابل دیگر کشورهای قرار دهد که از این توانایی و قدرت بهره‌ای ندارند.

به کار بردن اصطلاح «کشورهای در حال پیشرفت» و استفاده از ضمیر «ما» در این عبارت نشان می‌دهد که نوعی رابطه شمال و جنوب و رابطه کشورهای توسعه یافته - کشورهای در حال توسعه بر نوشتار حاکم است.



از حرف رابطه‌ای «چون» که در این متن استفاده شده بر می‌آید که، بنا به تصور و ادعای نویسنده، بر مبنای عقل سلیم پیشرفت کشاورزی موتور اصلی پیشرفت اقتصادی است. این ادعا، که در ابتدا منطقی به نظر می‌آید، در حقیقت حاوی این معنای ایدئولوژیک است که رشد کشاورزی موتور اصلی توسعه اقتصادی است و امریکا این رشد را به دست آورده است. در صورتی که نمی‌توان به راحتی اثبات کرد موتور اصلی توسعه رشد کشاورزی است.

متن دیگر حاوی اطلاعاتی در مورد یک خانواده امریکایی است. خانواده کینگ دارای یک مزرعه و تعداد زیادی گاو و مرغ هستند. این متن به همراه تصاویرش درصدد است یک خانواده خوش و موفق امریکایی را معرفی کند. عبارات و جملاتی که در آن به کار رفته‌اند مانند:

آقای کینگ کمی پیش از سپیده‌دم به مزرعه می‌رود و مدتی کار می‌کند و سپس یک ناشتایی مفصل نوش جان می‌نماید. در همین اثنا خانم وی به اطو کشی مشغول است. ماشین‌ها و وسائل راحتی که در اختیار خانم کینگ می‌باشد شامل یخچال برقی، ماشین‌های ظرفشویی و لباسشویی می‌باشد... رابرت کینگ ۱۱۰ هکتار زمین متعلق به خود دارد و ۹۰ هکتار دیگر در نزدیکی هیلپارد... اجاره کرده است. او دارای ۴۰ رأس گاو اصیل از نژاد هولشتاین و ۳۰۰ مرغ می‌باشد... و در سال ۶۲۰۰ دلار درآمد دارد. (۱۳۵۰/۶/۲، ش ۶، ص ۲۲)

در کنار تصاویری که به مخاطب نشان داده می‌شود، مطلب القاکننده خوشی و روابط آرام و بدون تنش در بین خانواده کینگ است (بازنمایی یک ارزش تجربی).

به علاوه جملاتی که حاوی اعداد هستند (۱۱۰ هکتار زمین، ۴۰ رأس گاو، و...) نمایش‌دهنده شیفتگی نویسنده نسبت به وفور و فراوانی نعمت، ثروت، کار، و تلاش به همراه آسایش هستند. در این متن از هیچ ضمیر «ما» یا «شما» استفاده نشده است. این خود می‌تواند به این نتیجه منجر شود که قرار نیست به هیچ شکلی مخاطب بر اساس این گزارش خود را با خانواده کینگ سهیم بداند، پس کمک می‌کند تا مخاطب دور از دسترس بودن این سطح از زندگی را برای خود تصور کند.

متن دیگر به توصیف پیشرفت‌ها و توسعه ایالت تکزاس پرداخته است. در این متن ارزش تجربی از نوع میل به شیفتگی مشهود است. در بخشی از جملات آن آمده است:

محصول عمده تکزاس «اسم تفضیل» است. از دهان تکزاسی‌ها،... و فهرست ارقام و آمار آنها هیچ چیز خارج نمی‌شود مگر اینکه به صفات برجسته «منحصر به فرد» و «درجه اول» و «بزرگ‌ترین» متصف باشد. وسعت این ایالت بسیار شگفت‌انگیز است و مساحتش از کشور



فرانسه به مراتب بیشتر می‌باشد... کشاورزی تکزاس از همه پررونق‌تر است. مراتع وسیع آن از سایر ایالات بیشتر است. محصول گندمش — با روستاییانی پانزده بار کمتر از روستاییان فرانسه — با محصول گندم آن کشور برابر است... محصولات معدنی تکزاس بسیار افسانه‌ای و سحرآمیز می‌باشد... در دورنمای تکزاس بیش از ۱۸۹۰۰۰ دکل عظیم فولادین چاه نفت به چشم می‌خورد. دامپروری تکزاس از حیث کیفیت در درجه اول است. تعداد احشام و اغنام این ایالت نیز مانند تعداد نفوس آن بی‌شمار است... اگر تکزاس به دنبال فهرست طویل اسم تفضیل خود اعلام دارد که شهرهایش... لوکس‌ترین شهرها و مردمش خوش‌قیافه‌ترین، نیرومندترین، ثروتمندترین، و خوشبخت‌ترین مردم جهان هستند، جای تعجب نخواهد بود. (۱۳۴۳/۱/۶، ش ۲ و ۳، ص ۳۱)

این جملات شیفتگی نسبت به توسعه، رشد، و پیشرفت را در ایالت تکزاس نشان می‌دهند و مخاطب را از سرزمینی اصطلاحاً توسعه یافته مطلع می‌کنند. از سوی دیگر این عبارتها وقتی با این پرسش مواجه می‌شوند که «کلمات واجد چه ارزش‌های بیانی هستند؟»، ارزیابی مثبت نویسنده متن را از ویژگی‌های برجسته تکزاس و پیشرفت‌هایش به نمایش می‌گذارند، و البته از آن‌جا که تکزاس بخشی از ایالات متحده امریکاست، برای مخاطب تمجید و تحسین نویسنده متن را نسبت به کل امریکا نشان می‌دهند.

جملات پایانی علاوه بر اینکه شیفتگی نسبت به توسعه و پیشرفت را در تکزاس نشان می‌دهند، روابط اجتماعی مسالمت‌آمیز به همراه خوشی و خوشبختی را تداعی می‌کنند، که البته سوغات مدرنیته و توسعه تکزاس است.

گزارش دیگری که در این نشریه به چشم می‌آید گزارشی است از تشکیل یک انجمن همسایگی در شهر سن لوئی ایالت میسوری.

بچه‌ها حق دارد کفش نو می‌خواهد. اگر اولیایش نمی‌تواند بخزند انجمن که می‌تواند برای او خریداری نماید. از طرف انجمن همسایگی برای هر دسته از ورزشکاران محله مسابقات و برنامه‌های تمرین مخصوص ترتیب داده می‌شود... هرکس به نحوی در این انجمن کار می‌کند. این بانو [اشاره به تصویری در کنار متن] داوطلبانه به کودکان عضو انجمن درس آواز و سرود می‌دهد... دختران عضو انجمن همسایگی از سیاه و سفید دور هم جمع شده و منتظر مربی «بازی» هستند... پسران و دختران هر هفته در کلاس‌های کاردستی شرکت می‌کنند.

(۱۳۴۴/۱/۴، ش ۱، ص ۱۷)



همدلی، همیاری، و حمایت، ارزش‌های تجربی نهفته در این عبارت‌ها هستند. عبارت «داوطلبانه» و جمله «هرکس به نحوی کار می‌کند»، ارزیابی مثبت نویسنده را نسبت به این انجمن و فعالیت‌های همسایگی نشان می‌دهد. این جملات نشان‌دهنده عدم فاصله اجتماعی در روابط افراد عضو انجمن همسایگی و همدلی میان ایشان و عدم هرگونه فاصله نژادی میان ایشان نیز هست.

گزارش دیگری که واجد ارزش‌های تجربی است، به توصیف خانواده‌ای امریکایی به نام اسنایدر می‌پردازد. اسنایدر کارگر کارخانه یخچال‌سازی جنرال الکتریک است که جملات ذیل در توضیح زندگی او آمده است:

کارگر مزبور در این کارخانه وسیع و مدرن از ساعت ۳ تا ۱۱ و ۳۰ دقیقه بعد از ظهر کار می‌کند و برای صرف غذا از ساعت مخصوص استفاده می‌نماید. کار او در یک رشته تولیدی از کارخانه است که روزانه در حدود ۴۰۰۰ یخچال برقی می‌سازد... او به خاطر این کار ساعتی ۳/۴۵ دلار دریافت می‌دارد... اسنایدر با زن و بچه‌هایش در یک ناحیه مسکونی آرام در حومه جنوبی لوئیزیول سکونت دارند. خانه آنها تا کارخانه ۶ کیلومتر فاصله دارد. خانه‌ای که خانواده اسنایدر در آن سکونت دارد (و آن را به اقساط خریده‌اند) ۱۵۰۰۰ دلار می‌ارزد... این خانه... علاوه بر سه اتاق خواب و یک محوطه زیبا برای نشستن، یک زیرزمین مجهز نیز دارد که برای تفریحات خانوادگی از آن استفاده می‌نمایند... مزد کمتر از چهار روز اسنایدر برای پرداخت قسط ماهیانه منزل و بهای گاز، که زنش برای غذا از آن استفاده می‌کند و در زمستان خانه را با آن گرم می‌کنند، کفایت می‌کند... (۱۳۴۴/۳/۲، ش ۳، ص ۳۶)

این جملات توصیف‌کننده یک زندگی آرام، مرفه، و همچنین شرایط کاری بسیار عالی برای یک کارگر هستند. در این شرایط کاری عالی هم کارخانه و هم کارگر راضی‌اند و هر دو طرف شرایط خوبی را تجربه می‌کنند. نویسنده گزارش با توصیف‌های خود به روشی همدلانه تأیید و رضایت خویش را از این وضعیت اعلام می‌کند و ارزیابی مثبتی ارائه می‌دهد. در این گزارش، از لحاظ ارزش رابطه‌ای، به روابط گرم اجتماعی حاکم بر کارگر و کارفرما، و نیز روابط صمیمانه خانوادگی توجه نشان داده شده است. در این موقعیت اجتماعی کارگر با انجام تعهدات خود و با پرداختن به وظایفی که دارد انتظارات کارفرما را تأمین می‌کند، و کارفرما نیز با پرداخت حقوق خوب و ایجاد زندگی آرام انتظارات کارگر را محقق می‌سازد. میس کلیور فوربس یک زن امریکایی متخصص تغذیه و مواد خوراکی است که در یکی



از شماره‌های این نشریه در خصوص تخصص و فعالیت‌های وی و همچنین در مورد شرایط مطلوب زندگی اش گزارشی تهیه شده است. در مورد وی، پس از ذکر شرایط کاری و خدماتی که به نهادهای مختلف می‌کند، آمده است:

میس فوربس با حقوقی که دریافت می‌دارد به راحتی زندگی می‌کند و مبلغی هم پس‌انداز می‌نماید. در حدود یک‌پنجم از حقوق او برای کرایه خانه‌اش، که شامل تمام لوازم زندگی است، پرداخت می‌شود... علاوه بر این‌ها مبلغی از حقوق خود را به صندوق بازنشستگی بیمارستان می‌پردازد و از طرف بیمارستان نیز مبلغی به پرداختی او اضافه می‌شود. وی در پایان خدمت خواهد توانست علاوه بر حقوق بازنشستگی از حقوق امنیت اجتماعی نیز استفاده کند. میس فوربس در بیمه اجتماعی نیز شرکت دارد و به همین جهت مبلغی از حقوق او برای این منظور کسر می‌شود تا در موقع بیماری یا حادثه‌ای هزینه معالجه در بیمارستان و مخارج پزشکی او را بپردازند... وی دوست دارد که در اواخر هر هفته تابستان با اتومبیل به کیپ کاد که در ۱۲۸ کیلومتری بوستون واقع است برود تا از نسیم لطیف سواحل اقیانوس اطلس... استفاده کند. (۱۳۴۴/۱۱/۴، ش ۱۱، ص ۹)



ارزش تجربی نهفته در این متن ناظر به جهانی اجتماعی است که در آن یک متخصص، که خدماتی را به نهادهای مختلف اجتماعی ارائه می‌کند، از آرامش و زندگی مطلوب برخوردار است. در این زندگی آرام همراه با خوشی حمایت اجتماعی نیز وجود دارد.

رابطه اجتماعی مسئولانه حاکم بر شهروندان و نهادهای اجتماعی به خوبی در این گزارش مشاهده می‌شود. در این نوشته از سویی یک شهروند با در اختیار نهادن تخصص خود و مساعدت به نهادهای اجتماعی وظیفه خویش را در قبال جامعه انجام می‌دهد، و در مقابل، نهاد جامعه نیز مسئولیت‌پذیرانه به حمایت از وی گام برداشته است. این حمایت‌ها در قالب درآمد کافی، حقوق بازنشستگی، بیمه، و تفریحات دیده می‌شود.

متن دیگری، که با عنوان *آشپزخانه‌های عصر فضا* در این نشریه مندرج است، از توسعه فناوری مربوط به لوازم آشپزخانه صحبت می‌کند.

امروزه اجاق خود به خود تمیز می‌شود، یخچال‌ها به موقع یخ‌ها را آب می‌کنند و قالب‌های یخ نیز خود به خود پر آب می‌شوند... چنین زندگی راحتی باعث صرفه‌جویی در وقت و انرژی می‌گردد. بسیاری از راه رفتن‌های زیادی در آشپزخانه، خم و راست شدن‌ها از میان می‌رود. وقتی پخت و پز و کارهای دیگر خانه با چنین سرعت و با دقت انجام گیرد، خانواده اوقات

زیادتری برای تفریح و گردش و امور دیگر خواهد داشت... امریکاییان کوشش می‌کنند که از انواع طرح‌های جدید برای مفروش کردن آشپزخانه و تهیه وسایل پخت و پز و غیره استفاده شود تا حداکثر راحتی و سرعت به دست آید... مواد و مصالحی که در موشک‌های فضایی به کار رفته بود، اکنون برای ساختن تجهیزات جدید آشپزخانه به کار می‌رود. به عنوان نمونه وسیله جدید طبخ یک سطح هموار و صاف است که از سرامیک ساخته شده است. این ماده سفالی مستحکم در اصل برای دماغه مخروطی شکل کپسول فرماندهی آپولو ساخته شده بود. استحکام این سرامیک به قدری است که در برابر حرارت شدید می‌تواند مقاومت کند... اکنون، با روی کار آمدن وسایل ترانزیستوری، دیگر نیازی به دستگاه‌های سنگین و پرجرج الکتریکی برای ماشین‌های ظرفشویی و لباسشویی نیست... (۱۳۴۴/۱۲/۲، ش ۱۲، ص ۱۹)

متن فوق حاوی بازنمایی راحتی، آسودگی، سرعت، و آسایش برگرفته از مدرنیته و تجدیدی است که در جامعه امریکا مدت‌هاست به وجود آمده است. به کاربردن عبارت «عصر فضا» و مقارن دانستن اختراعات حوزه لوازم آشپزخانه با این عبارت، متضمن استعاره سرعت و تکنولوژی بسیار پیشرفته است. این تعبیر استعاری رشد صنایع مختلف در امریکا را همانند رشد و توسعه صنعت فضاوردی می‌داند.

همچنین این جملات روابط اجتماعی مبتنی بر مدرنیته و فناوری را به تصویر می‌کشند. در جهان خلق شده در این متن به مدد تکنولوژی پیشرفته می‌توان به راحتی و آسایش در روابط اجتماعی دست یافت.

آخرین متنی که به آن اشاره می‌کنیم گزارشی از یک مرکز خرید مسقف در یکی از شهرهای ایالت ویرجینیاست. در توصیف این مرکز آمده است:

تایسونز کورنر در حال حاضر بزرگ‌ترین بازار سرپوشیده در جهان است که در یک سطح ساخته شده است. ساختمان عظیم آن که بیش از ۱۳۹۰۰۰ متر زیرینا دارد، در یک قطعه زمین سه‌گوش به مساحت ۳۲ هکتار ساخته شده... این بازار در بالای تپه‌ای در یکی از سریع‌الرشدترین و غنی‌ترین مناطق امریکا در نزدیکی واشنگتن پایتخت ایالات متحده بنا شده است... هیچ‌کس نمی‌داند چند نوع جنس در بازار تایسونز کورنر به معرض فروش گذاشته شده، ولی می‌توان گفت میلیون‌ها نوع جنس گوناگون در این بازار بزرگ و زیبا وجود دارد، که پاسخ احتیاج و سلیقه هرکس را می‌دهد... ما امیدواریم خانم‌ها صبح‌ها به این جا بیایند. احتمالاً چند قلم جنس بخرند، به سلمانی بروند، ناهار بخورند، سینما بروند، و بعد بازم



خرید کنند، و شب هم که شوهرانشان عقبشان می‌آیند، شام را با هم همین‌جا بخورند...
(۱۳۵۰/۶/۲، ش ۶، ص ۳۱)

شیفتگی نویسنده متن نسبت به شکوه، عظمت، و بزرگی این مرکز خرید، و در عین حال مدرن بودنش، بازنمایی او از واقعیتی است که از این مرکز تجاری مشاهده کرده است. این شیفتگی در عین حال نسبت به کارکرد این مرکز خرید (رفع همه نیازهای مشتریان) هم وجود دارد. روابط اجتماعی مبتنی بر مصرف، و ارزشمند بودن خرید نیز ارزش رابطه‌ای موجود در این متن است.

نتیجه: تفسیر و تبیین

یافته‌های ارائه شده دو بعد عینی و ذهنی کیفیت زندگی را نشان می‌دهند. در بعد عینی می‌توان به نمونه‌هایی مانند لوازم آشپزخانه مدرن و مجهز، بهره‌مندی یک خانواده از خانه و ویلای بزرگ و رضایت‌بخش، ثروت، لوکس بودن شهرها و مناطق محل سکونت، و... که نشان دهنده روابط اجتماعی سالم، رفاه، ثروت، و نیز دسترسی به خدمات و امکانات هستند، اشاره کرد. البته در بعد ذهنی هم نمونه‌هایی هستند؛ مانند رضایت ناشی از زندگی، که در میان متون ارائه شده به چشم می‌خورند، رضایت ناشی از برخورداری از امکانات، رضایت ناشی از روابط اجتماعی، رضایت ناشی از تأمین حقوق خود، که کیفیت زندگی امریکایی را به رخ می‌کشند. مجموعه این یافته‌ها فضایی از زندگی امریکایی را به نمایش می‌گذارند که در آن نشاط اجتماعی، پویایی، ثروت، مصرف، و لذت دیده می‌شود. در این فضای امریکایی (که باید مورد غبطه واقع شود!) مردمی زندگی می‌کنند که از نتایج مدرنیته امریکایی بهره‌مند می‌شوند. این فضای ترسیم شده در دهه ۱۳۴۰ متأثر از ایدئولوژی نوسازی پهلوی دوم است. در این دهه حکومت پهلوی تمام تلاش خود را به کار گرفت تا روند تجدد را تسریع کند. شاه با سفر به امریکا در فروردین ۱۳۴۱ تلاش خود را برای گسترش روابط با این کشور و نزدیک کردن روند توسعه ایران به ایالات متحده به کار گرفت. او در سخنرانی‌اش در فرودگاه واشنگتن «بالحنی تمجیدآمیز کلمه امریکا را حتی در دورافتاده‌ترین مناطق عالم مساوی با آزادی، پیشرفت، نوع‌دوستی، جوانمردی، و دفاع از حق و عدالت دانست» (آبادیان، ۱۳۸۷: ۲۳۳). این بخشی از ایدئولوژی حاکم بر سلطنت پهلوی بود. در واقع ایدئولوژی حکومت پهلوی از چهار ویژگی «باستان‌گرایی، ناسیونالیسم اقتدارطلب، سلطنت‌طلبی، و تجددگرایی» مایه گرفته بود (اسماعیلی، ۱۳۹۰: ۳۲۴).



در این نظام ایدئولوژی نوسازی همراه با باستان‌گرایی محوریت اصلی را به عهده داشت و حکومت پهلوی تلاش می‌کرد از این طریق نوعی تجدد را در ایران و منطقه حاکم کند که، به گفته محمدرضا پهلوی، اشکالات و نقص‌های مدرنیته غربی را نداشته باشد. باور محمدرضا پهلوی این بود که تا اوایل دهه ۱۳۵۰ «ایران در سطح کشورهای اروپای غربی پیشرفت خواهد کرد و پس از آن خیلی زود در شمار پنج کشور نیرومند جهان قرار خواهد گرفت» (بیل، ۱۳۷۱: ۳۰۱). هرچند ادعای چنین تمایزی مطرح شده بود، ولی عملاً تفاوتی بین این دو دیده نمی‌شد. طبیعتاً در این فضای ایدئولوژیک نوع خاصی از هویت فرهنگی بروز می‌یافت. تأکید بر زبان پارسی و طرد هر چیزی که نشانه‌ای از عربیت در زبان داشت، و همچنین ارزشمند تلقی شدن زبان‌های اروپایی (مانند فرانسوی و انگلیسی)، توجه دادن به پادشاهی دو هزار و پانصد ساله و پیشرفت‌ها و شکوه ایران باستان، به عنوان حافظه فرهنگی ارزشمند ایرانیان، برجسته کردن ارزش‌های باستان‌گرایانه، به عنوان سرمایه فرهنگی جامعه، و کم‌توجهی به ارزش‌های دینی و رشد روند عرفی‌گرایی، مقومات این هویت فرهنگی را شکل می‌دادند. این هویت فرهنگی نیز با وزن دادن به جنبه‌های مادی و دنیوی کیفیت زندگی، و نادیده انگاشتن ابعاد غیردنیوی آن (مخصوصاً در جامعه‌ای مانند ایران که دین در لایه‌های اجتماعی و در سنت‌هایش نفوذ کرده بود) عملاً یک کیفیت زندگی غربی - آمریکایی را به نمایش می‌گذاشت که مصرف، التذاذ، و ثروت مقومات آن بودند.



منابع

- آشنا، ح (۱۳۸۴)، *دیپلماسی فرهنگی امریکا در ایران: انجمن ایران و امریکا*. فصلنامه مطالعات تاریخی، شماره ۹.
- اسماعیلی، ح. ر (۱۳۹۰)، *انقلاب و فرهنگ سیاسی ایران*. تهران: دفتر ادبیات انقلاب اسلامی.
- اسماعیلی، هـ (۱۳۹۰)، *امت و همبستگی فرهنگی: رویکرد هویت‌گرا*. تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، (منتشر نشده).
- ایزدی، ف. و سقایی‌بی‌ریا، ح (۱۳۸۷)، تحلیل گفتمان سرمقاله‌های روزنامه‌های برجسته امریکا درباره برنامه هسته‌ای ایران. ترجمه سید جمال‌الدین اکبرزاده، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۱.
- اینگلهارت، ر (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- آبادیان، ح (۱۳۸۷)، دو دهه واپسین حکومت پهلوی. چاپ سوم، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های سیاسی.
- بیل، ج (۱۳۷۱)، شیر و عقاب. ترجمه فروزنده برلیان، تهران: نشر فاخته.
- دورانت، و (۱۳۳۶)، تاریخ فلسفه. ترجمه عباس زریاب‌خویی، چاپ بیستم، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- روحانی، ح (۱۳۶۱)، بررسی و تحلیلی از نهضت امام خمینی. تهران: افست.
- زیمل، ج (۱۳۷۲)، کلانشهر و حیات ذهنی. نامه علوم اجتماعی، ترجمه، جلد دوم، (یوسف اباذری) شماره سوم، دانشگاه تهران.
- شیرازی رومنان، ح (۱۳۸۷)، چستی و چگونگی تحقیقات کیفی روش تحلیل گفتمان. ماهنامه نگرش راهبردی، شماره ۹۴ و ۹۳.
- عبدی، ع. و گودرزی، م (۱۳۷۸)، تحولات فرهنگی در ایران. تهران: روش.
- غفاری، غ. و امید، ر (۱۳۸۸)، کیفیت زندگی شاخص توسعه اجتماعی. تهران: شیرازه.
- فرکلاف، ن (۱۳۸۷)، تحلیل انتقادی گفتمان. گروه مترجمان، چاپ دوم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- کجباف، م. ب. و دیگران (۱۳۹۰)، رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی در رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان. روانشناسی و دین، سال چهارم، شماره چهارم.
- گالووی، س (۲۰۰۵)، در: بهزیستی و کیفیت زندگی؛ سنجش مزایای فرهنگ و ورزش، مروری بر مطالعات انجام شده و یک مقاله تفسیری. ترجمه محمدحسن حسن‌پور و یاسمن فانی، تهران: دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، (منتشر نشده).
- مختاری، م. و نظری، ج (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی کیفیت زندگی. تهران: جامعه‌شناسان.
- ماهنامه مرزهای نو، سال‌های: ۱۳۴۹ (شماره ۷)، ۱۳۵۰ (شماره ۶)، ۱۳۴۳ (دوره ۹، شماره ۱ و ۲)، ۱۳۴۴ (دوره ۱۰ شماره ۱، دوره ۹ شماره ۳، دوره ۹ شماره ۱۱، دوره ۹ شماره ۱۲).
- مهدوی‌کنی، م. س (۱۳۸۷)، دین و سبک زندگی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).



Assmann J. Czaplicka, J, (1995) *Collective Memory and Cultural Identity*, *New German Critique*, No. 65.

Creel, G (1920), *How We Advertised America ;the First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information that Carried the Gospel of Americanism to Every Corner of the Globe*. New York: Harper & Brothers.

Diener, Ed. Sapyta, Jeffrey J. Suh, E (1998), *Subjective Well-Being Is Essential to Well-Being*, *Psychological Inquiry*, Vol. 9, No. 1, pp. 3-33.

Helgeson, V. S, (2003) *Social Support and Quality of Life*. *Quality of Life Research*, Vol. 12, Supplement: Multidisciplinary Perspectives on Health-Related Quality of Life, pp. 25-31.

Izadi, F (2007), U.S. Public Diplomacy: The Case of Iran (paper presented at the annual convention of National Communication Association, Chicago, IL, November 2007).

Keith, K. D (2001), *International Quality of Life: Current Conceptual, Measurement, and Implementation Issues* in Glidden, Laraine Masters (ed) *International Review of Research in Mental Retardation 24*, San Diego: Academic Press

Larson, J. S (1993) *the Measurement of Social Well-Being*, *Social Indicators Research*, Vol. 28, No. 3, pp. 285-296.

Liu, B. C (1974) *Quality of Life Indicators: A Preliminary Investigation*, *Social Indicators Research*, Vol. 1, No. 2, pp. 187-208.

Liu, B. C (1975), *Quality of Life :Concept ,Measure and Results*, *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 34, No. 1, pp. 1-13.

McCall, S (1975), *Quality of Life*, *Social Indicators Research*, Vol. 2, No. 2, pp. 229-248.

Murray, C (1989), *In pursuit of happiness and good government*, Simon & Schuster.

Sandøe, P (1999), *Quality of Life: Three Competing Views*, *Ethical Theory and Moral Practice*, Vol. 2, No. 1, *Quality of Life: The Concept and Its Application in Health Care*, pp. 11-23.

Schmidt, R. F (2007), *Encyclopedia of Pain*, Springer.

Shaw, A (1977), *Defining The Quality of Life*, *The Hastings Center Report*, Vol. 7, No. 5, p. 11Published.

Weininger, E. B. and Lareau A (2007), "*Cultural Capital*." *Encyclopedia of Sociology*. Ed. George Ritzer. Oxford, UK: Blackwell.



Cultural Identity and Quality of Life;

Discourse Analysis of Marz Haya No (New Boundaries) Monthly from 20
March 1961 to 20 March 1972 According to Available Documents

Hadi Ismaeili¹

Foad Izadi²

Abstract

The concept of Quality Of Life has two objective and subjective dimensions. The objective dimension equals social relationship, capitals; both of the individual and social one; and social structures which are the indexes of high quality life. The subjective one equals life satisfaction. At this article we have studied the concept of Quality Of Life qualitatively. Surveying of the monthly; Marz Haya No (new boundaries) - the journal which was printed in the Pahlavi (the second) period- we have studied the American represented Quality Of Life. The communicators of this journal were trying to offer that the United States is a modern country and has the best quality of life. So this way could propel the Iranian society to the American kind of modernization. The hidden ideology of this monthly can be cleared by critical discourse analysis.

Keywords: Quality of Life, Critical Discourse Analysis, Cultural Identity, Marz Haya No (new boundaries) Monthly.



cultural research

1

Abstract

1. Ph.D Student of Culture and Communication. University of Bagher al oloum.

Hadi. Esmaeili82@gmail.com

2. Assistant Prof., Faculty of World Studies, University of Tehran. F.izadi@ut.ac.ir