

نشاط اجتماعى در ايران: چالش ها و تجويزها

محمد سعيد ذكايبى

مقدمه و طرح مسئله

شادى بطور فزاينده اى به موضوعى محورى در پژوهش ها و نيز مداخله هاى سياسى در نظام هاى اجتماعى تبديل شده است. تاملى در ادبيات تخصصى و نيز عمومى اين حوزه (كه عموما طيفى از مفاهيم جاگزين آن را بيان مى كند)، نشان دهنده تلاش جدى بخش هاى دولتى، خصوصى و گاه داوطلبانه در مطالعه، ارزيابى و توليد شاخص ها و اندازه هاى معتبر از آن است. جستجوى شادى دغدغه اى است كه همواره نوع انسانى حتى پيش از شكل گيرى نظام هاى سياسى مستقل و توسعه تمدن ها داشته است با اين حال اقبال و حساسيت احيا شده به آن در چند دهه اخير بيانگر تحولات عميق و چند جانبه اى در ساختارهاى اجتماعى، سياسى، فرهنگى و نيز علمى است. رفاه نسبى تامين شده در بسيارى از نظام هاى اجتماعى و توجه فزاينده به آنچه شهروندى فرهنگى خوانده مى شود، زمينه ساز سرمايه گذارى بيشتر براى تامين نيازهاى فراغتى و مشاركت فرهنگى بدنه جامعه بوده است كه توليد رضايت از زندگى هدفى آشكار در آن است. ارتباط دو سويه شادى به مثابه سرمايه اى اجتماعى و نمادين با انسجام و توسعه ظرفيت هاى انسانى، مستقلا دستور كار مهمى در سياست هاى

اجتماعی بسیاری از دولت‌های رفاه است. به همان سان ایده ارتقا سرمایه‌های اجتماعی، استراتژی برای طیفی از نحله‌های سیاسی (مانند اجتماع خواهان)، بوده است که سعی در استفاده از ظرفیت‌های آن در ایجاد رفاه، احساس امنیت و رفع تنش‌های اجتماعی داشته‌اند. این نگاه با تلقی شادی به مثابه سازه‌ای اجتماعی، در جستجوی مطالعه مولفه‌ها و نیز تغییر پذیری‌های آن در متن‌های مختلف اجتماعی است.

شادی بعنوان یک مسئله اجتماعی در ایران بویژه از سال‌های پس از جنگ تحمیلی، موضوعی برای مطالعات نظری و تجربی پراکنده آکادمیک و تا اندازه‌ای نهادین بوده است. طی سال‌های اخیر گزارش‌های غیر رسمی بسیاری منتشر شده که بر پایین بودن رتبه شادی در ایران صحنه می‌گذارد. از ابتدایی‌ترین کارها در این زمینه کار کوشا و محسنی بود که در سال‌های ۱۹۹۵ و ۱۹۹۷ طی پیمایشی در شهر تهران میزان شادی ایرانیان را مورد سنجش قرار داده و میانگین آن را ۵/۰۸ (از مقیاس ۰ تا ۱۰) ارزیابی کردند. (کوشا و محسنی، ۲۰۰۰) بعد از آن در طرح پژوهشی اینگلهارت با عنوان پیمایش جهانی ارزش‌ها world values survey (موج چهارم ۲۰۰۴-۱۹۹۹) ایران در بین ۶۹ کشور، رتبه ۶۱ را در شادکامی به دست آورده است. در این پژوهش سرمایه اجتماعی، سطح توسعه اقتصادی، نابرابری درآمد، سطح ایمنی و فردگرایی به عنوان متغیرهای مستقل مورد توجه قرار گرفته‌اند که از این میان توسعه اقتصادی دارای بیشترین اثر خالص بر شادمانی بوده است.

پیمایش‌های داخلی انجام شده نیز بر پایین بودن میزان شادی صحنه می‌گذارند. نتایج پژوهش «بررسی جامعه‌شناختی عوامل موثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان» که در سال ۱۳۸۷ انجام یافته است نشان می‌دهد، شادمانی در جامعه ایران پایین (۴۸/۶۰ بر اساس مقیاس ۰ تا ۱۰۰) است و بیش از نیمی از افراد میزان شادمانی کمتر از حد متوسط دارند (چلبی و موسوی، ۱۳۸۸). بر اساس این پژوهش انزوای اجتماعی (به معنای پایین بودن اعتماد اجتماعی) بیشترین تاثیر مستقیم را بر شادمانی دارد. از دیگر نتایج قابل توجه این تحقیق آن است که «در شرایط فعلی جامعه ایران، حوزه خصوصی (از جمله خانواده و دوستان) نسبت به حوزه عمومی سهم بیشتری در تأمین شادمانی افراد دارا می‌باشد» (موسوی، ۱۳۹۲: ۱۱۴).

نتایج بدست آمده از پیمایش اخیر واعظ مهدوی و همکاران (۱۳۹۰) بر نمونه ای بزرگ در مناطق ۲۲ گانه تهران نیز گستردگی مشکلات و اختلالات روانی و عدم رضایت از کیفیت زندگی روانی و اجتماعی را نشان می دهد. بر اساس نتایج این مطالعه، نسبت شهر نشینان دارای اختلالات سلامت روان (شاخص کلی) حدود ۴۰٪ بدست آمده است که نسبت آن برای مردان و زنان به ترتیب ۳۷٫۲ و ۴۳ بدست آمده است. به همانسان در شاخص ناامیدی اجتماعی این نسبت ۳۲٫۶ است (۳۱٫۱٪ مردان در برابر ۳۳٫۵ درصد زنان).

براساس پژوهش دیگری که در استان تهران انجام یافته است، «۵۴ درصد پاسخگویان احساس نشاط اجتماعی خود را در سطح متوسط ارزیابی کرده اند.» طبق این پژوهش امید به آینده، ارضای نیاز عاطفی و مقبولیت اجتماعی سه متغیر موثر بر نشاط اجتماعی بوده اند (هزارجریبی و آستین افشان، ۱۳۸۸). پژوهش های انجام شده در سایر شهرها نیز به نتایج مشابهی دست پیدا کرده اند. برای مثال میزان شادی در شهر اصفهان (در میان سرپرستان خانوار) ۵۶/۲۳ گزارش شده است. برخورداری از حقوق شهروندی، منزلت نقشی و سرمایه اجتماعی به ترتیب دارای بیشترین تاثیر بر شادی بوده اند (ربانی و دیگران، ۱۳۹۰).

به طور خلاصه می توان گفت میزان شادی در کشور ایران در وضعیت متوسط رو به پایین و یا پایین قرار دارد و عواملی مانند سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، امید به آینده و حقوق شهروندی بر میزان شادکامی شهروندان موثر هستند.

چهارچوب مفهومی و رویکردها

در سطح نظری و مفهومی تبیین شادی مورد توجه طیف متنوعی از رویکردهای معرفت شناسانه حوزه هایی مانند فلسفه، اقتصاد، جامعه شناسی، مطالعات فرهنگی، روانشناسی، تعلیم و تربیت و پزشکی بوده است. در رویکردهای سنتی (نوعاً روانشناختی) به شادی، مفاهیم قطبی شادی ذهنی و عینی از یکدیگر متمایز می گردند. شادی ذهنی عموماً بر اساس ارزیابی افراد از شادی خود در قیاس با دیگران به شیوه ای خود اظهاری اندازه گیری می شود و وجه عینی مبتنی بر اندازه گیری های فیزیولوژیک از رفاه ذهنی است. به همان سان سنجش عواطف، هیجانات، ارزیابی ها، شناخت ها و دیگر احساسات افراد، رویکردی

میانه است که وجه غالب مطالعات شادی را تشکیل می‌دهد. در برابر این سنت خرد نگر، رویکردهای اجتماعی (بویژه جامعه‌شناختی) و اقتصادی زمینه‌ها، شرایط و متن اقتصادی، ارتباطی، فرهنگی و اجتماعی را در شکل‌گیری، غیبت و بروز شادی پررنگ می‌دانند. در این رویکردها عوامل ساختاری، دموگرافیک، نظام و چهارچوب‌های سیاسی، ارزش‌های فرهنگی و در مطالعات اخیر سرمایه اجتماعی عوامل بیرونی تلقی می‌شوند که به موازات شرایط فردی (شیوه زندگی، شیوه اندیشه) تجربه شادی را شکل می‌دهند. بدیهی است هر مطالعه تجربی و مدل مفهومی برای اندازه‌گیری شادی با ملاحظه نسبت‌های فرهنگی و اجتماعی تجربه شادی و با بر ساخته دیدن آن (ضمن توجه به جنبه‌های پایداری روانشناختی و فردی) دستاوردهای بهتری را نوید خواهد داد. در محافل آکادمیک غربی روانشناسی و عصب‌شناسی مدتها وزن غالب را در تبیین شادی و رفاه ذهنی داشته‌اند در حالیکه ارزش‌ها و سرمایه‌های دینی و اخلاقی در بسیاری از فرهنگ‌های شرقی اهمیت به‌سزایی در فهم ابعاد ذهنی رفتارها هم به لحاظ مادی و هم از نظر اجتماعی دارند. به نظر می‌رسد تاکید متوازن و توأم بر نقش سرمایه‌ها (انسانی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، دینی، ارتباطی، سیاسی و مانند آن) فهم نزدیک و واقعی‌تری از تجربه شادی در ایران، فرصت‌ها و چالش‌های آن فراهم می‌سازد.

نقطه مشترک رویکردهای متنوع به شادی در تحلیل‌های نهایی‌شناسایی شرایط و زمینه‌های اختلال برانگیز در فرهنگ و یا تجربه شادی است. ایجاد (و یا تغییر) ذهنیت‌ها، توصیه به تعریف مجدد موقعیت‌ها (میدان‌ها)، تصحیح بازنمایی‌ها، تغییر در گفتمان‌ها، ایجاد فرصت‌های جدید، ایجاد و یا تغییر در رویه‌های نهادی و آرایه خدمات و مهیا ساختن زیرساخت‌های لازم را کمابیش می‌توان از جمله راه کارها و تجویزهای شناختی و سیاستی برای ارتقاء فرهنگ نشاط دانست. از آنجاییکه دستور کار ویژه گزارش حاضر بر تحلیل از منظر اجتماعی و آسیب‌شناسی سطوح خرد، میانی و کلان نظام اجتماعی استوار است در ادامه مضامین و محورهای اصلی مورد بررسی در این مطالعه را که ساختار و چهارچوب مفهومی آن را شکل می‌دهند، به اختصار معرفی می‌کنیم.

الف) اجتماعی شدن و تربیت

در سطح بین فردی هر تحلیل از نشاط اجتماعی الزاما می بایست آن را در متن خانواده و با ملاحظه اجتماعی شدن بنگرد. در ابراز و نمایش شادی، تفسیر آن و تولید میدان هایی برای دستیابی به آن، افراد نسخه های فرهنگی آشنای حاصل از تربیت خانوادگی را به مثابه سرمایه ای فرهنگی و نمادین به کار می گیرند. میدان اولیه مواجهه با هیجانات، ارزش ها و رفتارهای فرحبخش در متن خانواده شکل می گیرد. روشن است که تغییر پذیری های این نسخه فرهنگی، توضیح دهنده بسیاری از تفاوت ها در متن های اجتماعی متفاوت خواهد بود. افراط در روحیه انضباط و مهارت کم در خود ابرازی و تخلیه هیجانات اجتماعی (به منزله مهارتی اجتماعی)، تاکید مفرط بر دستیابی به موفقیت های آموزشی و تحصیلی و غفلت از تربیت جسمانی و روحی، پیش بینی نشدن آموزش مهارت های ارتباطی و فراغتی در مدارس، استانداردهای دو گانه تربیتی در خصوص جوانان دو جنس و سخت گیری های بی رویه برخی خانواده ها در پاسخگویی به نیازهای فراغتی دختران جوان و نیز گاه نسبت به پوشش، آرایش، ظاهر و ارتباطات دوستانه آنها از جمله نشانه ها و آثار برآمده از کاستی های اجتماعی شدن و تربیت بشمار می آیند. بدیهی است متن اجتماعی خانواده در تعامل با میدان های اجتماعی مدرسه و محله، تواما تقویت و انتشار این ارزش ها را بدنبال خواهد داشت. احساس امنیت، پیش بینی پذیری و انگیزه و اشتیاق برای برنامه ریزی آینده، اگر چه در سطح ساختاری منوط به مهیا بودن زمینه های دیگری است با این حال به همان اندازه با فضای سالم ارتباطی در میدانهای روزمره تعاملات شهری پیوند دارد.

شواهد و قراین تجربی زیادی بیانگر غلبه یافتن تدریجی نگاه ابزاری به ارتباطات انسانی و افول سرمایه اجتماعی در ایران است (ذکایی، ۱۹۹۹؛ ترکمانی، ۱۳۸۷؛ سعادت، ...). افول سرمایه اجتماعی در ایران اگر چه با زمینه ها و تحولات ساختاری پیوند نزدیکی دارد، با اینحال بیانگر اختلال در فرهنگ ارتباطی در سطح بین فردی نیز هست. ارتباطات بین فردی در بسیاری از میدان های روزمره زندگی در ایران بویژه در متن جامعه شهری ظرفیت های کمتری را برای تولید و دریافت لذت و رضایت مندی بی واسطه فراهم می سازد و روابط

و لذات مبتنی بر منطق بده و بستان‌های مدنی (غیر خودخواهانه) را کم ارزش می‌سازد. دوستی‌ها و روابط مبتنی بر منفعت تدریجاً جایگزین دوستی‌های غیر حسابگرانه و حتی لذت طلبانه می‌گردند.

ناتوانی و یا اکراه در تخلیه هیجانات فردی و اجتماعی و نمایشی ساختن آن، آثار عمیقی بر کنش‌های ارتباطی ایرانیان و سرمایه‌گذاری‌های عاطفی، زمانی و اجتماعی آنها گذاشته است. در مطالعه اخیری در شهر تهران بیش از ۸۲ درصد ساکنان شهر قایل به رواج زیاد دو رویی و ریاکاری در میان مردم بوده‌اند (ایسپا، ۱۳۹۲). عدم تمایل به بروز خود واقعی در میدان‌های اجتماعی (غیر خانوادگی)، (که اخیراً بالاترین مقام اجرایی کشور نیز بناچار به آن صحنه می‌گذارند)، را با دلایل زیادی می‌توان توضیح داد که از جمله آنها وجود شکاف‌های اجتماعی، ترس (موهوم و یا واقعی) از کمیابی منابع اقتصادی و مادی، عدم دسترسی به فضاها و میدان‌های مناسب، مدیریت‌های غیر شایسته سالار و اختلال در مدیریت روانی و اجتماعی هیجانات (حسد، خشم و مانند آن) قابل ذکر است. نگاه سطحی و ابزاری به روابط اجتماعی فرصتی برای تخلیه روانی در مناسبات اجتماعی ما فراهم نمی‌سازد، پیش‌بینی‌پذیری، کنترل‌پذیری و حس امنیت را در روابط اجتماعی تحلیل می‌برد و اغلب ما را مجبور به مواجهه با دیگران با خودهای جایگزین می‌سازد.

ب) سرمایه‌های اجتماعی

مطالعات موجود در غرب و برخی مطالعات در ایران (پاتنام و دیگران، ۱۳۸۴؛ چلبی و موسوی، ۱۳۸۷؛ زاهدی، شیانلی و علی‌پور، ۱۳۹۰؛ خاقانی، ۱۳۹۰) نشان می‌دهند که مولفه‌های اعتماد و احساس تعهد، شبکه‌های ارتباطی و وجود هنجارها و تضمین‌های مناسب (اجتماعی، اخلاقی و مانند آن) با شادی رابطه دارند. به همان سان، احساس تعلق به اجتماعات زندگی (محله، منطقه، شهر و کشور) که خود صورتی دیگر از سرمایه اجتماعی بشمار می‌آیند، پیش‌بینی‌کننده شادی است. توسعه ناهمگون شهری با تضعیف ارزش‌های نودوستانه و وارد ساختن منطق حسابگری و بده‌بستان در روابط و اختلال در کمیت و کیفیت معاشرت‌پذیری‌ها، احساس بیگانگی و انزوا را تقویت می‌کند. از سوی دیگر

مطالعات و پیمایش های موجود نشانه هایی را از ارتباط منفی سیاسی شدن فضای اجتماعی با شادی هم در سطح ساختاری (کلان) و هم فردی نشان می دهند. حساسیت ها و دغدغه های سیاسی با ایجاد حس پیش بینی ناپذیری، امنیت روانی افراد را دچار اختلال می سازند. در سطح دیگر کم اعتمادی به دولتمردان و سیاست رسمی خود می تواند مانعی برای سیاست های و برنامه ریزی هایی گردد که ارتقاء شادی را هدف خود قرار می دهند و یا در بسیاری موارد ممکن است اجرای این برنامه ها را ناکارآمد سازند.

ج) گفتمان ها، بازنمایی ها و سیاست فرهنگ

در سویه فرهنگی تر، در فهم چالش ها، فرصت ها و موانع تجربه شادی، حوزه های مربوط به گفتمان ها، بازنمایی ها و سیاست فرهنگ نیز حایز اهمیت است و اگر چه تاکنون سهم ناچیزی از مطالعات تجربی شادی در ایران را به خود اختصاص داده اند، با اینحال در متن فرهنگی رسانه ای شده و تفکیک یافته زندگی در ایران امروز (بویژه در کلان شهرها) بسیار حایز اهمیتند. شادی به مثابه برساختی اجتماعی، پیوندی ناگسستنی با این بازنمایی ها دارد. وجود گفتمان های رقیب نسبت به شادی (که گاه در موضعی تقابلی نیز قرار می گیرند)، تفکیک شادی ها به مقبول (مشروع) و نامقبول (نامشروع)، نگاه مناسبتی (رسمی) به شادی و دولتی ساختن جشن ها (بویژه مذهبی)، مجرمانه تلقی شدن گونه هایی از فرهنگ عامه پسند و تولید هراس های اخلاقی غیر ضروری از برخی جلوه های خودجوش و سالم شادی های عمومی، احتیاط در ترویج فرهنگ خنده در حوزه رسمی و فاصله داشتن زندگی مردم در میدان های رسمی از میدان های غیر رسمی زندگی روزمره، جلوه هایی از پیوند فرهنگ شادی با سیاست فرهنگ است.

با اتکا به مفهوم حکومت پذیری governmentality فوکو (۱۹۹۱) می توان شرح روشن تری از مکانیسم تاثیر گذاری گفتمان ها و سیاست فرهنگ در سطوح و بخش های مختلف جامعه بر فرهنگ شادی داشت. در فرآیند حکومت پذیری، پروژه هویت توسط عقلانیت های دولت و کارکردهای مراقبتی ناظر بر آن (توسط نهادهایی مانند مدارس، مدیریت رسانه ای، گروه های داوطلبانه و غیر دولتی، فضاها، کاری و سازمانی، سازمان ها و مراجع پزشکی

و سازمان‌ها و مراجع دینی) شکل می‌گیرند. الزامات نهادی، سیاستی و مدیریتی دستگاه‌ها و بخش‌های خاص در عمل تصویری از میدان، اندازه و نوع شادی‌های و تظاهرات مربوط به آن و راه‌ها و استراتژی‌های دستیابی به آن را تعریف می‌کنند. به نظر می‌رسد سازوکار حکومت‌پذیری در متن جامعه ایرانی نارسایی‌ها و ناهمسویی‌های را در ترویج، تمهید و بازنمایی فرهنگ و میدان‌های شادی به نمایش می‌گذارد که در کنار اختلالات مرتبط به سبک زندگی و کنش‌های ارتباطی بین فردی و جمعی در متن و فرآیندی تاریخی توضیح دهنده اقتصاد، فرهنگ و سیاست شادی در ایران هستند. بر اساس رویکرد حکومت‌پذیری می‌توان استدلال کرد که توصیه‌ها، ساز و کارها و میدان‌های تعبیه شده در حوزه عمومی جامعه نسبت محکمی با اعتقاد به شادی بعنوان عنصری مهمی در شکل‌گیری بازاندیشانه سازه هویتی ایرانیان ندارد. به بیان دیگر شادی شاخص غالبی برای حکومت‌پذیری و خوب مدیریت شدن نیست. در ایران دولت بصورت جدی و مستمر افراد را ترغیب و هدایت نمی‌کند تا شادی را در حوزه‌های عمل زندگی روزمره (بوژه حوزه‌های عمومی) جستجو کنند. تکرار و تاکید محدود و مشروط، بازنمایی ناهمسو و گاه پارادوکسیکال از شادی، از جمله شرایط حاکم بر گفتمان شادی در ایران است. در ایران سیاست شادی اغلب به افراد و انتخاب‌ها و امکان‌های شخصی افراد احاله می‌شود. و سهم ساختارهای نهادین و رسمی (بعنوان عرصه‌های اصلی حکومت‌پذیری) بیشتر بر اساس نقش آنها در تولید فرصت‌ها و یا چالش‌هایی اقتصادی و سیاسی (تورم، اشتغال، امنیت روانی و پیش‌بینی‌پذیری) قابل مطالعه است. البته توجه به عرصه‌ها و مناسبت‌های دینی و تلاش برای توسعه و ترویج آن بر اساس اهدافی چون کنترل و قدسی‌سازی فضا و مکان، (ذکایی، ۱۳۹۳)، مدیریت هیجانات و گفتمانها و نیز تربیت اخلاقی و سیاسی شهروندان مورد اهتمام ویژه دولت ایران در سالهای پس از انقلاب بوده است. با اینحال جستجوی آرامش و تصفیه هیجانات درونی و برقراری تعاملات اجتماعی (که از جمله اهداف مردم برای مشارکت در مراسم و آیین‌های مذهبی مانند دهه عاشورا است)، همواره متکی به ظرفیت خودجوش و مدنی جامعه بوده و مداخله‌های رسمی ضرورتاً آثار مثبتی در تقویت و فراگیری آن ندارند. در جستجوی فردی شادی در نهایت منطق بازار و نیز سرمایه‌های اقتصادی افراد نقش تعیین‌کننده یافته است. بدین

ترتیب در حالیکه بدنه عمومی جامعه با مشکلات جدی در تامین نیازهای معیشتی و اولیه زندگی مواجه است و میدان شادی برای آنها بیشتر با توجه به فضای خانگی و اعضای خانواده و با هدف احیا فرد برای کار روزانه تعریف می شود، برای دسته ای دیگر امکان مصرف بیشتر و برخورداری از سرمایه های اقتصادی و فرهنگی، جستجوی شادی را به ضرورتی مهم در زندگی تبدیل می سازد که ضرورتا با عقلانیت های حکومت پذیری در جامعه اسلامی همخوان نیست. بدین ترتیب منطق بازار مصرفی و سبک زندگی (سطح مردم) ممکن است با اقتضائات سیاست فرهنگ همپوشی نداشته باشد. در ایران حکومت پذیری همسو، منعکس کننده و متعامل با واقعیت جستجوی شادی و رفاه از طریق انتخاب و مصرف سبک زندگی نیست و گفتمان قدرتمندی برای آن تولید نکرده است. همسو ساختن و همراهی بیشتر گفتمان و منطق حاکمیتی از شادی با واقعیات و منطق زندگی روزمره، سهم زیادی در ارتقا این فرهنگ خواهد داشت.

گزارش حاضر با تاکید بر اهمیت رویکرد های بین رشته ای (بویژه مطالعات فرهنگی، اقتصاد سیاسی و اقتصاد فرهنگی) در تحلیل فرهنگ شادی و با فراتحلیل اولیه ای از یافته های کمی و کیفی موجود بدنبال ارایه تحلیلی از موانع و نیز عوامل (زمینه های) همبسته با فرهنگ نشاط در ایران در سطوح سه گانه فوق و ارایه توصیه های سیاستی برای ارتقاء آن است. بدیهی است کاستی های موجود در مطالعات پژوهشی این سنت در ایران، امکان فراتحلیلی سیستماتیک و دقیق را محدود می سازد و از این رو مشاهدات، دیدگاه ها و تجارب زیسته محقق به موازات داده های تجربی مورد اتکا خواهد بود. در ارزیابی و ارایه تحلیل ها، تاکید بر یافته های بزرگ مقیاس پیمایش های مرتبط و قابل استفاده در تحلیل فرهنگ نشاط در کشور (که با حمایت سازمان های دولتی اجرا شده اند)، و مطالعات جدی و روزآمدی است که در قالب پایان نامه ها و رساله های تحصیلی و یا مقالات تجربی و از منظری اجتماعی- فرهنگی به این بحث می پردازند.

مطالعات شادی در غرب

پیشنه پژوهشی سنت مطالعات شادی در غرب تنوع و قدمت قابل توجهی نشان می دهد.

اولین مطالعات تجربی روشمند این حوزه به دهه سال های ۱۹۶۰ باز می گردد اگر چه تاملات و مفهوم سازی نظری و بویژه فلسفی در این قلمرو به تاریخی بسیار دورتر و احتمالاً با اندیشه های فلسفی یونان آغاز می شود. پیوند ناگسستنی شادی با تجارب زندگی روزمره، روابط انسانی، کار و اقتصاد و سیاست و مدیریت، زمینه ساز نگاهی بین رشته ای در مطالعات مدرن آن شده است. جستجوی اولیه ای در منابع کتابخانه ای و مجازی بیانگر این واقعیت است که اگر چه ادبیات موسوم به پاراسایکولوژی و روانشناسی برای عموم همچنان سهم غالب در مطالعات شادی را در بر دارد (Kinslow, ۲۰۰۸, Fredrick, ۲۰۰۴, Stoddard, ۲۰۰۴, Bono, ۲۰۰۶) با این حال آثار جدی در سنت های فلسفی، تاریخی، اقتصادی و در سال های اخیر اجتماعی و فرهنگی مکمل این مطالعات هستند. به موازات این تنوع در چشم اندازهای نظری، مطالعات تجربی نیز تنوع بیشتری یافته و از شاخص ها و مفاهیم بیشتری برای اندازه گیری آن استفاده می کنند. پیمایش ها و نظر سنجی های غربی در دو دهه اخیر به طور فزاینده ای به فضای بین رشته ای مطالعات شادی متکی هستند. در ادامه مروری فشرده بر دستاوردهای تجربی مطالعات شادی در غرب خواهیم داشت. در این مرور تاکید اصلی بر مفاهیم نزدیک تر به شادی و نیز توجه توأم به ابعاد ذهنی و عینی آن خواهد بود. برای سهولت بحث زمینه ها (متغیرهای) موثر بر شادی در دسته های بزرگتر درآمد، ویژگی های فردی و دموگرافیک (اولویت های فراغتی، مصرفی و استفاده از زمان)، متغیرهای نگرشی ارزشی (پیوندها، ارتباطات و شبکه ها) و متغیرهای سطح کلان (شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست محیطی) ارایه می شوند. طبقه بندی فوق امکان توجه به سطوح مختلف (خرد، میانه و کلان) و نیز چشم اندازهای متنوع رشته ای را فراهم می سازد.

الف) شادی و درآمد: مطالعه کلاسیک ایسترلین. در سال ۱۹۷۴ شواهد روشنی را در خصوص تاثیر مثبت درآمد بر شادی در سطح فردی نشان می دهد. با اینحال ایسترلین در همان مطالعه نشان می دهد که شاخص جمعی شادی ملی در طول زمان بدون شیب بوده و با افزایش تولید ناخالص ملی سرانه تغییر نمی کند. این ناهمخوانی عموماً بعنوان پارادوکس ایسترلین Easterlin Paradox یاد می شود. ایسترلین برای این پارادوکس چند استدلال را

طرح می کند. به نظر او اساس شادی درآمد نسبی (در مقایسه با دیگران) و نه مطلق است. علاوه بر این معتقد است که شادی خود را با تغییرات درآمدی و نیز تغییرات در محیط خود منطبق می سازد. میل به تحرک اجتماعی افراد را در تلاش برای وضعی بهتر قرار می دهد و فرصت های بیشتر مهیا شده در نتیجه درآمد بیشتر افزایش ممکن است انتظارات و در نتیجه رضایت کمتری را بدنبال آورد (برای بحث بیشتر در این زمینه و پاسخ ایسترلین به این معما نگاه کنید به: Easterlin, ۲۰۰۵: ۲۹-۶۵). پژوهش های دیگر نشان می دهند که بالاتر از سطح متوسط سرانه و در صورت تامین بودن نیازهای اساسی، درآمد بیشتر شادی را افزایش نمی دهد و رابطه ای به شکل یو بر این تابع حاکم می شود. علاوه بر این برخی مطالعات (Graham and Felton, ۲۰۰۶) اهمیت مقایسه در سطح بین المللی را برای قضاوت افراد در مورد جایگاه درآمدی خود نشان می دهند.

ب) ویژگی های فردی و دموگرافیک: متغیرهای جمعیتی اغلب بعنوان کنترل کننده ارتباط متغیرهای ساختاری و زمینه ای بر شادی در نظر گرفته می شوند و ارزیابی تاثیر مستقیم آنها بر شادی تصویر یکدستی ارایه نمی کند. برخی مطالعات بیانگر رابطه منفی سن و شاخص های شادی است در حالیکه مطالعات دیگر نوعی رابطه یو شکل (بلانچ فلاور و اوسوالد، ۲۰۰۸) و یا منحنی شکل (یو شکل ضعیف) (فریجترز و بیتون، ۲۰۱۲) را می یابند که بر مبنای آن شادی در سنین جوانی و سالمندی بیشتر احساس می شود. روشن است که در مطالعه هر نوع ارتباطی می بایست تاثیر متغیرهای کنترلی دیگری چون سلامت، تحصیل، درآمد و رفاه، مکان زندگی، وضع تاهل و موارد مشابه را در نظر داشت. اطلاعات مربوط به متغیر جنسیت نیز تصویر یکدستی را فراهم نمی سازد و اگر چه در بیشتر کشورهای غربی شادی زنان بیش از مردان است، برخی مطالعات هیچگونه ارتباطی را نشان نمی دهد و یا آن را در مورد زنان بیشتر نشان می دهد. این تغییر پذیری نشان دهنده فرصت های مشارکت و تحرک و ادغام اجتماعی و احتمالاً دیگر زمینه های تاریخی و فرهنگی است.

در زمینه قومیت، مطالعات موجود نوعاً شادی بیشتر را در میان گروه های اکثریت (سفید پوست) نشان می دهند اگر چه در مطالعه این رابطه نیز کنترل سن (دوره زندگی)، شغل و سابقه سکونت تفاوت های چشمگیری را نشان می دهند.

تاثیر ویژگی‌های شخصیتی (روانشناختی) بر شادی، دستور کار مطالعات تجربی زیادی در سنت روانشناسی بوده است و به موازات در پیمایش‌ها انعکاس یافته است. این مطالعات اغلب نشان می‌دهند که افراد با نگاه مثبت و خوش بینانه به زندگی و نیز به دور از علایم افسردگی شادی بیشتری دارند. به همان سان مطالعاتی نیز تاثیر اعتماد به نفس بیشتر، استرس کمتر و مهارت‌های ارتباطی بالاتر بر رضایت از زندگی و رفاه ذهنی را نشان داده‌اند. از سوی دیگر برخی محققان در مطالعه خود پس از کنترل متغیرهای اعتماد اجتماعی و اعتقاد مذهبی رابطه چندان قوی را بین ویژگی‌های شخصیتی با شادی نمی‌یابند (نگاه کنید به Helliwell, ۲۰۰۶).

تحصیلات نیز متغیر زمینه‌ای دیگری است که اگر چه تابع فرآیندی اجتماعی و اکتسابی است، با این حال بر هویت فردی تاثیر گذار است. در اینجا نیز اطلاعات موجود تصویر قاطعی را ارایه نمی‌دهند. در حالیکه برخی مطالعات ارتباط افزایش سنوات تحصیل با شادی را نشان می‌دهند، مطالعاتی نیز شادی بیشتر در گروه با تحصیلات متوسط (STUTZER, ۲۰۰۴) و یا ارتباط مثبت دو متغیر را تنها در کشورهای با درآمد بالاتر نشان می‌دهند. در ارزیابی تاثیر تحصیلات نیز همچون اغلب متغیرهای زمینه‌ای لازم است به متغیرهای کنترلی دیگر که دسترسی به تحصیلات بیشتر را تسهیل می‌کنند (هوش، درآمد و یا انگیزش) و تحصیلات از طریق آنها تاثیر مثبت خود بر شادی را شکل می‌دهد (تحمل‌پذیری، امیدواری، اعتماد به نفس) توجه کرد.

سلامت (هم جسمی و هم روانی) دیگر متغیر فردی و اجتماعی است که هم مستقیم و هم غیر مستقیم با شادی ارتباط دارد. سلامت مطلوب با فرصت‌های کار بیشتر و بهتر و درآمد بالاتر مرتبط است و به همانسان انطباق افراد با شرایط سخت و دشوار زندگی خود را بیشتر ممکن می‌سازد. علاوه بر این آثار ویژگی‌های جسمی و روانی فرد بر شخصیت، اهمیت آن را بیشتر می‌سازد. در سراسر چرخه زندگی کسانی که خود را از سلامت کمتری برخوردار می‌دانند اذعان به شادی کمتر دارند (Easterlin, ۲۰۰۳). البته استفاده از سلامت بعنوان شاخصی عینی و ذهنی برای ارزیابی کیفیت زندگی با ملاحظات زیادی نیز همراه است و همچون برخی دیگر از مولفه‌های موثر بر شادی تابع نسبیّت‌های فرهنگی و اجتماعی است.

ج) فراغت، مصرف و استفاده از زمان: مولفه ها و متغیرهای متنوعی در این بخش در ادبیات تجربی شادی غربی و نیز پیمایش های مرتبط مورد استفاده قرار می گیرند که در این بخش به برخی از آنها اشاره می شود. برای مثال برخی مطالعات نشان می دهند که ساعات و نوع کار با شادی ارتباط دارد اگر چه این رابطه در همه مطالعات خطی نیست. در آلمان افزایش ساعات کار با رضایت از زندگی بیشتر همراه است (Meier & Stutzer, ۲۰۰۶) اگر چه از نقطه ای به بعد این رضایت کاهش می یابد. در کشورهای دیگر کار نیمه وقت با رضایت کمتر همراه است. به همانسان نوع کار نیز با تجربه شادی پیوند دارد. برای مثال در حالیکه در برخی کشورها (مثلا امریکا) خویش فرما بودن با رضایت بیشتر از زندگی همراه است، در روسیه و اغلب کشورهای شرق اروپا، اشتغال دولتی رضایت بیشتر را بدنبال می آورد.

مسئولیت داشتن برای مراقبت از دیگران و وابسته شدن برنامه و جدول زمانی افراد (خانواده ها) نیز در پیمایش های غربی با رضایت کمتر از زندگی همبستگی نشان می دهد. بدیهی است این تاثیر در صورت ترکیب شدن با شرایط دیگری چون بیکاری، طلاق و تک سرپرست بودن، سلامت کمتر و موارد مشابه، شدت بیشتری می یابد. در ادبیات غربی که ارزش های فردگرایانه غلبه بیشتری دارد و اقتصاد اخلاقی و نیز اقتصاد سیاسی حاکم بر غالب نظام های سیاسی آن نسبت بیشتری با سنت اقتصادی نئو کلاسیک و فلسفه فایده گرایی utilitarianism دارد، داشتن استقلال عمل autonomy اهمیت زیادی در احساس رضایت و لذت افراد از زندگی دارد و از این رو اختصاص زمان فردی برای ارایه خدمات و مراقبت به اعضاء نزدیک و وابسته نوعی هزینه فرصت تلقی می شود.

فعالیت ها و عضویت های داوطلبانه و مدنی صورت دیگر استفاده از زمان و گاه تجربه ای فراغتی است که می تواند کیفیت و رضایت از زندگی را ارتقاء دهد. تجربه فعالیت های داوطلبانه در دموکراسی های غربی علاوه برآنکه آثار اجتماعی و نهادین مهمی در پی دارد، در معنا بخشی به زندگی فردی و دور ساختن افراد از نفع فردی بعنوان ارزش حاکم بر زندگی موثر است. مطالعات موجود در این کشورها بیانگر ارتباط میان عضویت های سازمانی بیشتر با رضایت از زندگی هم در سطح فردی و هم در سطح جمعی (مقایسه کشورها بر اساس میانگین عضویت ها) است. برخی مطالعات تاثیر متوسط عضویت های

ملی را بیشتر از عضویت‌های فردی می‌داند (Helliwell & Putnam, ۲۰۰۴). به همانسان شواهدی نیز نشان از عدم ارتباط و یا ارتباط منفی مشارکت مدنی با رضایت از زندگی داشته و اساساً نقش متغیرهای نگرشی و ارزشی چون اعتماد اجتماعی را تعیین‌کننده می‌دانند. علاوه بر تفاوت در نتایج، مشکل دیگر در تحلیل نتایج مربوط به عضویت‌های مدنی و داوطلبانه، روشن نبودن جهت رابطه و علت یابی است. بدین ترتیب برای فهم آنکه آیا عضویت‌ها دلیل احساس شادی بیشتری هستند و یا خود برخاسته از آن می‌باشند، به اطلاعات بیشتری نیاز است.

شاید از میان فعالیت‌های انجام شده در وقت آزاد، فعالیت‌های دینی بیشترین ارتباط را با تجربه شادی نشان می‌دهند. هلی ول (۲۰۰۳) حضور یک و یا دو بار در هفته در کلیسا را با سلامت و رفاه ذهنی بیشتر مرتبط می‌داند. حضور مرتب در فعالیت‌های دینی کلیسا و نیز صرف زمان کافی در فعالیت‌های مذهبی تنظیم شده از طریق نهاد کلیسا به شکلی می‌تواند پاسخی به تنش‌ها، اضطراب‌ها و افسردگی‌هایی باشد که جستجوی اهداف ابزاری و مادی در زندگی بسیاری از ساکنان دولت‌های رفاه غربی به همراه آورده است. جستجوی ارزش‌های پست مدرن، شادی و هیجانات معنوی محرک خویشتن‌یابی و زمینه‌ساز تغییراتی در سبک زندگی و معانی هیجانی است (Barker, ۲۰۰۲: ۶۴, Zevnik & ۲۰۱۰: ۱-۱۸).

د) متغیرهای نگرشی و ارزشی: بخش زیادی از مطالعات غیر اقتصادی مربوط به شادی به ارزیابی تأثیر نگرش‌ها و ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های زندگی بر تجربه شادی می‌پردازند. چنانکه اشاره شد تناقض‌های مشاهده شده در روابط متغیرهای اقتصادی و نیز توجه به تغییر پذیری‌های فرهنگی، اجتماعی و محلی شادی از جمله عوامل توجه بیشتر به این دسته از متغیرها بوده است. مطالعات موجود نشان می‌دهند خوش‌بینی به شرایط نهادی، سیاسی و مدیریتی جامعه بر احساس شادی موثر است. این خوش‌بینی احساس پیش‌بینی پذیری و کنترل بیشتری به افراد می‌بخشد و در نهایت احساس استقلال عمل بیشتری به آنها می‌دهد. در وجه دیگر و با اتکا به این استدلال برآمده از نظریه انتقال spill over theory که بر پیوند مستقیم بین رضایت‌های دریافت شده از حوزه‌های مختلف زندگی (مانند زندگی شغلی، خانوادگی، شبکه‌های ارتباطی) اشاره دارد، مطالعات موجود رضایت از تجربه و فضای

کار (محیط و میدان کار)، امنیت شغلی، رضایت از روابط خانوادگی، رضایت از شرایط محله، مسکن و درآمد را بر شادی موثر می دانند. علاوه بر این ارتباط مثبت گرایش های سیاسی و اعتماد اجتماعی هم در سطح افقی (به دیگر شهروندان) و هم عمودی و نهادین آن (به مدیران و مسئولان سیاسی) با شادی بیشتر، نیز نتیجه است که در بسیاری از مطالعات به آن اشاره می شود. متغیر مهمی که در اغلب این پیمایش ها مورد توجه قرار دارد اعتماد به نهادهای عمومی و خدماتی (پلیس، قضات، شهرداری و موارد مشابه) است که با رضایت از زندگی بیشتر همبسته دانسته می شود. اعتماد به شبکه ها و نهادها و نگاه مثبت به روابط اجتماعی، تسهیل کننده ارتباطات افقی و عمودی و توسعه دهنده سرمایه اجتماعی است.

ه) پیوندها، ارتباطات و شبکه ها: کیفیت روابط در حلقه خصوصی خانواده و شبکه افراد نزدیک در بیشتر مطالعات با تجربه شادی بیشتر مرتبط دانسته شده است. تلاش های سیاست های اجتماعی در برخی کشورهای غربی برای ارایه خدمات بیشتر به خانواده و پر هزینه تر ساختن زندگی برای افراد مجرد را به درجانی می توان در امتداد این تجربه دید (Ono & Lee, 2010). مطالعات نشان می دهند که ازدواج شادی را افزایش می دهد و خانواده های با فرزند بیشتر رضایت بیشتر دارند. بر پایه این مطالعات افراد متاهل علیرغم فراغت کمتر و آرامش فردی کمتری که فرزند(ان) بر زندگی آنها تحمیل می کنند، با اینحال در مجموع رضایت از زندگی بالاتری دارند (Haller and Hadler, 2006). کنترل این رابطه بیانگر رضایت بیشتر زنان، افراد تحصیل کرده تر و افرادی است که والدین آنها از هم جدا نشده اند. علاوه بر این، تاثیر اختلال برانگیز مجرد بر افرادی که سکونت مشترک دارند، بالاتر گزارش شده است. متاهل بودن با بالاترین سطح رفاه ذهنی SWB و متارکه کردن با پایین ترین سطح رفاه ذهنی همبسته دانسته شده است (Helliwell, 2003). البته کنترل تاثیر شرایط و تجارب فردی و خانوادگی زوجین متارکه کرده پیش از جدایی، نشانه هایی را از تاثیر خلیات و روانشناسی (مثلا شاد نبودن) و یا کیفیت نازل زندگی پیش از تصمیم به طلاق نشان می دهد. به همانسان درجه انطباق افراد با شرایط طلاق نیز نشان دهنده تغییر پذیری های فردی و اجتماعی است. بدین ترتیب به نظر می رسد معانی که با تجربه طلاق و مجرد همراه است تا اندازه ای بر کیفیت احساس و مدیریت هیجانات افراد تاثیر گذار است و از این رو

شرایط عینی را باید با توجه به این معانی فرهنگی تفسیر کرد.

و) ساختارها و متغیرهای کلان: در مدل‌سازی‌های تجربی برای مطالعه و اندازه‌گیری شادی، متغیرهای ساختاری/نهادین که عموماً سهم سنت اقتصاد و جامعه‌شناسی هستند، اهمیت ویژه‌ای دارند. درجه توسعه دموکراسی و میزان آزادی سیاسی، اقتصادی و فردی همبستگی قوی با شادی در کشورهای غربی نشان می‌دهند (Frey and Stutzer, ۲۰۰۰). به همانسان شاخص‌های توسعه اجتماعی نیز با شادی پیوند دارند. بر پایه تحلیل‌های بدست آمده از پیمایش جهانی ارزش‌ها، در کشورهایی که عضویت‌های مدنی بالاتر است و اعتماد بیشتری به نهادهای سیاسی وجود دارد رضایت از زندگی و رفاه ذهنی مردم نیز بالاتر است. در سال‌های اخیر مفهوم و نظریه سرمایه اجتماعی برای توضیح شرایط ساختاری محرک شادی و نیز آثار شادی بر ساختار اجتماعی مبنایی برای مطالعات تجربی قرار گرفته است. لئونگ و همکاران در تحلیل ثانویه خودنشان می‌دهند که مولفه‌های کلاسیک کلمن از سرمایه اجتماعی (اعتماد و تعهد، هنجارها و تضمین‌ها و کانال‌های ارتباطی) در کنار احساس رابطه معناداری با شادی دارند (Leung et al, ۲۰۱۳).

نابرابری‌ها و بیعدالتی‌های اقتصادی در جامعه که با شاخص‌ها و سنجه‌های مختلف اندازه‌گیری می‌شود، جلوه دیگری از تأثیرات ساختار بر شادی است. مطالعات در مقیاس جهانی از رابطه نابرابری با شادی، نتایج متفاوتی را ترسیم می‌کنند. برخی مطالعات به رابطه منفی، برخی مثبت و در مواردی به استقلال آماری در این رابطه اشاره می‌کنند. آنچه از بررسی نزدیک‌تر این داده‌ها قابل استنباط است، تأثیر ویژگی‌ها و ساختارهای فرهنگی جوامع است که کنترل شاخص‌های اقتصادی را ضروری می‌سازد. برای مثال ظرفیت پذیرش محرومیت و فقر و یا توجه به محرومیت نسبی در جوامع مختلف یکسان نیست. فقر و غنا در کشوربزرگی چون هندوستان همزیستی نزدیک‌تری دارند. به همان نسبت کشورهای عموماً فقیر آمریکای لاتین (که نابرابری‌های زیادی را تجربه می‌کنند) مردم شادتری دارند در حالیکه در کشورهای اروپای شرقی (که استانداردهای زندگی شباهت بیشتری دارد) میزان شادی پایین‌تر است.

تصویر موجود در باره نرخ بیکاری و تورم، همخوانی بیشتری را نمایان می‌سازد. غالب

مطالعات موجود ارتباط منفی این شاخص ها با شادی را نشان می دهند. تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم (ایجاد نگرانی برای افراد) از جمله دلایل ارتباط این شاخص ها با شادی هستند. با این حال به نظر می رسد تاثیرات بیکاری در قیاس با تورم شدیدتر است (cited in Dolan, et al, ۲۰۰۸). از دیگر متغیرهای ساختاری اقتصادی باید به نوع رژیم دولت رفاه و بیمه های اجتماعی و مزایای اعطا شده به مردم اشاره کرد که در مجموع بیانگر ارتباط بیشتر پوشش خدمات اجتماعی و رفاهی با رضایت از زندگی بیشتر می باشند.

بعد دیگر متغیرهای ساختاری مسایل زیست محیطی و امنیت اجتماعی مناطق مسکونی و توزیع جغرافیایی محرومیت هاست. شرایط دشوار زیست محیطی و آلودگی تاثیرات منفی بر تجربه شادی دارد. در کشورها و یا مناطقی که این نگرانی ها بیشتر است، رضایت از زندگی کمتر گزارش شده است. بخشی از این نگرانی ها آشکارا با شهرنشینی و بخصوص زندگی در کلان شهرها ارتباط پیدا می کنند که علاوه بر مشکلات و مخاطرات زیست محیطی، تنش در روابط اجتماعی و احساس ناامنی در مناطق نیز بر آنها تاثیر گذار است. به نظر می رسد کنترل رفاه فردی (بوژه در نظر گرفتن میزان درآمد) می تواند توضیح دهنده برخی از تفاوت های مشاهده شده بین احساس رضایت و جغرافیای زندگی باشد.

مطالعات شادی در ایران^۱

همان طور که در طرح مسئله گفته شد طی سال های اخیر به طور فزاینده ای مسئله شادی مورد توجه پژوهشگران و اندیشمندان قرار گرفته است. در همین راستا گزارش های غیررسمی و پژوهش های علمی بسیاری منتشر شده که بر پایین بودن میزان شادی در ایران تاکید دارند و دلایل متنوعی را برای آن بر می شمرد. برای ترسیم تصویری واقعی از وضعیت موجود و تمیز مهمترین عوامل اثرگذار بر آن، نیازمند مراجعه به پژوهش های نظاممند و علمی، شناسایی پژوهش های بزرگمقیاس و معتبر و در نهایت مرور جمع بندی داده های این پژوهش ها هستیم. در این بخش با مرور داده های پژوهش های معتبر، گزارشی از وضعیت شادی در ایران ارائه

۱. از خانم سپیده اکبرپوران که نگارش عمده بخش مربوط به پیشینه "مطالعات شادی در ایران" در این گزارش را بر عهده داشته اند، تشکر می کنم

خواهیم داد. این گزارش دارای دو بُعد توصیفی و تحلیلی خواهد بود. به این معنا که ابتدا توصیفی از میزان شادی در کشور ارائه خواهد شد و سپس به تبیین این مسئله و علل اثر گذار بر آن خواهیم پرداخت.

سنجش میزان شادی در ایران: مردم ایران چقدر شادند؟

سنجش میزان شادی کاری بسیار دشوار، پیچیده و همراه با ظرایف نظری است. بسته به مبانی نظری و مفهومی هر پژوهش، می‌توان از گویه‌های متفاوت برای سنجش شادی استفاده کرد. با این حساب پژوهش‌های مختلف ممکن است ما را به نتایج پراکنده و گوناگون برساند و ارائه یک تحلیل منسجم را با دشواری مواجه سازد. برای آن که در این دام گرفتار نیایم، سراغ پژوهش‌هایی رفته‌ایم که علاوه بر اعتبار و روایی بالا، از بنیادهای نظری نزدیکی سودجسته‌اند. در این پژوهش‌ها تعریف مشابهی از شادی ارائه شده و سنجه‌ها و گویه‌های مورد استفاده آنها بسیار به یکدیگر نزدیک است. نقطه قوت دیگر این پژوهش‌ها آن است که اغلب از پرسشنامه آکسفورد برای سنجش میزان شادی استفاده کرده‌اند. اعتبار و روایی این پرسشنامه در ایران طی پژوهش‌های مستقل مورد تایید قرار گرفته‌است. (هادی‌نژاد و زارعی، ۱۳۸۸، علی‌پور و نوربالا، ۱۳۸۷). با این توضیح می‌توان به داده‌های مورد استفاده در این بخش اعتماد کرد و با تکیه بر آن‌ها به تحلیل وضعیت کشور پرداخت.

کوشا و محسنی جزء اولین پژوهشگرانی بودند که به مطالعه شادی در ایران پرداختند. آن‌ها در سال‌های ۱۹۹۵ و ۱۹۹۷ طی پیمایشی در شهر تهران میزان شادی ایرانیان را مورد سنجش قرار داده و میانگین آن را ۵/۰۸ (از ۰ تا ۱۰) ارزیابی کردند (کوشا و محسنی، ۲۰۰۰). بعد از آن در طرح پژوهشی اینگلهارت با عنوان پیمایش ارزش‌های جهانیان ۱ (موج چهارم ۲۰۰۴-۱۹۹۹) ایران در بین ۶۹ کشور، رتبه ۶۱ را در شادکامی به دست آورده‌است. سایر پژوهش‌های معتبر نیز کمابیش به نتایج مشابهی دست یافته‌اند. پژوهشی که در سال ۱۳۸۷ در چهار شهر تهران، یزد، میبد و اردکان انجام یافته، میزان شادمانی را (۴۸/۶۰) بر اساس مقیاس ۰ تا ۱۰۰ گزارش کرده‌است (چلبی و موسوی، ۱۳۸۸) که در مقایسه با استانداردهای جهانی نسبتاً پایین است. دو پژوهش دیگر نیز در شهر اصفهان انجام یافته، که نتایج آنها

به هم نزدیک است. در یکی از این پژوهشها میانگین شادکامی ۳ (از ۰ تا ۵) (کیانپور، ۱۳۸۵) و در دیگری - که در میان سرپرستان خانوار انجام شده - ۵۶/۲۳ گزارش شده است (ربانی و دیگران، ۱۳۹۰). براساس پژوهش دیگری که در استان تهران انجام یافته، «۵۴ درصد پاسخگویان احساس نشاط اجتماعی خود را در سطح متوسط ارزیابی کرده اند» (هزارجریبی و آستین افشان، ۱۳۸۸). وزارت کشور نیز در سال ۱۳۹۰ پژوهشی را در شهر تهران انجام داد که بر اساس آن ۳۷ درصد از پاسخگویان میزان نشاط خود را پایین، ۶۲ درصد متوسط و تنها ۱ درصد بالا گزارش کرده اند (نصرالله زاده، ۱۳۹۰).

پژوهش های خردمقیاس و دانشجویی نیز بر متوسط و یا پایین بودن میزان شادی در ایران صحنه می گذارند. برای مثال در سال ۱۳۸۸، میانگین شادی کارکنان فولاد مبارکه اصفهان حدوداً ۴۹٪ گزارش شده است. (طاهر نشاط دوست و دیگران، ۱۳۸۸) در همین سال حدود ۶۱ درصد از دانشجویان دانشگاه آزاد (واحد تهران) میزان شادی خود را متوسط ارزیابی کرده اند (طوبی و خادیمان، ۱۳۹۲) و یا میانگین شادی زنان (۱۵ تا ۲۴ ساله) شهر اصفهان ۵۴/۵ درصد گزارش شده است (اقلیما و نجف آبادی، ۱۳۹۰).

برخی از پژوهش ها دقت بیشتری به خرج داده و ابعاد شادی را جداگانه مورد سنجش قرار داده اند. برای مثال ربانی و دیگران در پژوهش خود (۱۳۸۶) برای شادی سه بُعد شناختی، احساسی و اجتماعی در نظر گرفته اند و هر یک را با گویه های متفاوتی سنجیده اند. یافته های این تحقیق با دقت بالاتر و جزئیات بیشتری نتایج پژوهش های پیش گفته را تایید می کند. در این پژوهش میانگین بُعد احساسی حدود ۵۹ در صد، بُعد شناختی حدود ۵۴ در صد و بُعد اجتماعی حدود ۵۵/۵ گزارش شده است.

البته با توجه به اینکه این پژوهش ها به شهرها و حتی گروه های خاصی محدود هستند، تعمیم نتایج آن به کل کشور نیاز به دقت بیشتری دارد. در این زمینه می توان به پژوهش «نقش توسعه شادی و نشاط در افزایش روحیه حماسی» مراجعه کرد که در ۱۱ استان کشور انجام یافته و نتایج آن مشابه سایر پژوهش ها است.

جدول شماره ۱- رتبه شادی در ۱۱ استان کشور

استان	درصد
تهران	۵۳/۰۷
خراسان رضوی	۵۹/۲
خوزستان	۶۱/۶۴
سیستان و بلوچستان	۵۸/۰۱
فارس	۵۱/۱۱
کردستان	۵۴
هرمزگان	۶۰/۹۷
مازندران	۵۳/۸۵
آذربایجان شرقی	۵۷/۰۱
لرستان	۵۶/۸۲
ایلام	۵۵
کل	۵۶/۱۹

طبق جدول فوق، رتبه شادی در ۱۱ استان مذکور بین ۵۱ (استان فارس) و ۶۲ (استان خوزستان) درصد در نوسان است و میانگین آن در کشور حدود ۵۶ در صد به دست آمده است (باصری، ۱۳۸۹). قرابت این نتایج با نتایج پژوهش‌های پیشین، احتمال خطای تعمیم نتایج حاصل، بر کل کشور را کاهش می‌دهد. البته طبیعی است که میزان شادی در مناطق مختلف کشور تفاوت‌هایی داشته باشد، چنانچه پژوهش ربانی و دیگران (۱۳۸۸) تفاوت میزان شادی را در بین اقوام ترک، کرد و لر نشان می‌دهد. با این وجود پژوهش‌هایی که در شهرها و استان‌های مختلف (و توسط پرسشنامه‌های بعضاً متفاوت) انجام شده نتایج کمابیش مشابهی را نشان می‌دهد. هیچ یک از پژوهش‌های بررسی شده، میزان شادی و نشاط را خوب، بسیار خوب، عالی و یا بسیار ضعیف ارزیابی نکرده‌اند، بلکه در اغلب آن‌ها میزان شادی متوسط، متوسط رو به پایین و پایین ارزیابی شده است. سایر پژوهش‌های انجام

شده نیز این نتیجه گیری را تایید می کند (شجاعی و دیگران، ۱۳۹۱؛ معیدفر، ۱۳۸۰ و زارع شاه آبادی و دیگران، ۱۳۹۱).

با این اوصاف می توان نتایج به دست آمده را با در نظر گرفتن ضریب خطای پایین، به کل کشور تعمیم داد، اما از تعمیم آن به کل گروه های جمعیتی باید پرهیز کرد. اول آنکه این پژوهش ها اغلب در شهرها انجام شده اند و در پژوهش های استانی نیز اشاره ای به جمع آوری اطلاعات از روستاها نشده است. با این اوصاف می توان حدس زد که هیچ یک از پژوهش های موجود، وضعیت شادی روستاییان را گزارش نکرده است. از طرفی گروه های سنی کودکان، نوجوانان و سالمندان نیز خارج از دایره سنجش پژوهش ها قرار گرفته اند و اطلاعاتی در مورد میزان و یا علل شادی این گروه های سنی در دسترس نیست. در حالی که با توجه به بحران های بلوغ و هویت یابی در دوران نوجوانی و نیز مسائل و مشکلات خاص دوران سالمندی (نبود حمایت های اجتماعی، بحران های مالی، طردشدگی، فقدان اوقات فراغت مناسب و مانند آن) وضعیت شادی در هر یک از گروه های سنی ممکن است تفاوت های جدی ای با گروه های مورد پژوهش داشته باشد.

توجه به این موضوع از آن جهت حایز اهمیت است که هر سه گروه روستاییان، سالمندان و نوجوانان، از اقشار آسیب پذیر و حاشیه ای جامعه ایرانی به حساب می آیند و نیاز به سیاست گذاری و توجه ویژه دارند. حذف آن ها از پژوهش های اجتماعی نباید منجر به مغفول ماندن سیاست گذاری ویژه برای آن ها شود.

پژوهش های موجود و تبیین شادی

ناگفته پیداست که یک مقوله پیچیده انسانی مانند شادی با طیف وسیعی از متغیرهای فردی، خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی رابطه معنادار دارد. به این معنا که هر یک از این عناصر می تواند کم و کیف شادی افراد را تحت تاثیر قرار دهد. پژوهش های انجام شده در حوزه شادی نیز، هر یک با توجه به خاستگاه نظری، به برخی از این متغیرها پرداخته است. نگاهی به پژوهش های معتبر این حوزه، لیست عریض و طویلی از متغیرها را جلوی روی ما قرار می دهد که در سه سطح تحلیلی خرد (فردی)، میانی (ارتباطات و شبکه های اجتماعی)

و کلان (ساختارها و مسائل اجتماعی) پراکنده‌اند. به طوری که در هر سطح با طیف متنوعی از متغیرها مواجه هستیم. برای مثال در سطح فردی عوامل دموگرافیک، کیفیت زندگی و ارزش‌ها و نگرش‌های فرد مورد توجه بوده و در سطح سایر سطوح نیز این پراکندگی دیده می‌شود. در نتیجه با طیف وسیعی از متغیرها مواجهیم که ارائه یک تحلیل یک‌پارچه و منسجم را دشوار می‌سازد. علاوه بر پراکندگی متغیرها، آنچه که ما را در استفاده از نتایج این پژوهش‌ها با تردید مواجه می‌سازد، نامعین بودن سهم هر یک از متغیرها در تعیین میزان شادی افراد است، به خصوص که اغلب پژوهش‌ها به سنجش میزان همبستگی بین متغیرهای مورد بحث و شادی اکتفا کرده و ضریب تعیین یا سهم هر یک از متغیرها در تعیین میزان شادی را مسکوت گذاشته‌اند. با تکیه بر پژوهش‌هایی از این دست تمیز مهم‌ترین و اثرگذارترین متغیرها کار بسیار دشوار و البته با ضریب خطای بالایی خواهد بود.

با در نظر گرفتن این نقاط ضعف سراغ پژوهش‌های موجود رفتیم تا در مرحله اول متغیرهای مورد بررسی در پژوهش‌ها را شناسایی و در مرحله بعدی متغیرهای مهم و اثرگذار را از میان آنها جدا کنیم.

نتایج به دست آمده از مرحله اول (شناسایی متغیرهای مورد بررسی) را در جدول شماره ۲ ارائه داده ایم. در این جدول برای روشنتر شدن موضوع متغیرهای سه سطح خرد، میانی و کلان از یکدیگر تفکیک شده‌اند.

جدول شماره ۲. متغیرهای مستقل شناسایی شده

متغیرهای دموگرافیک	جنس، تاهل، سن، رشته تحصیلی، شغل	سطح خرد
متغیرهای غیر دموگرافیک	کیفیت زندگی، فعالیت اجتماعی، نیل به تجربه جدید، سفر کردن، سبک‌های فراغتی، حقوق شهروندی، منزلت نقشی، احساس ناامنی، غضب اخلاقی، ارضای نیاز عاطفی، احساس عدالت اجتماعی توزیعی، احساس عدم محرومیت، سلامت جسمانی، وضعیت اقتصادی، هیجان خواهی، رضایت از زندگی، استفاده از رسانه، دین داری، رضایت از امکانات منطقه‌ای، امید به آینده.	
پیوندها، ارتباطات و شبکه‌ها	انزوای اجتماعی، بی اعتمادی، مقبولیت اجتماعی، روابط اجتماعی	سطح میانی
سرمایه‌ها	سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی	
آنومی، توسعه اقتصادی، نابرابری، محرومیت نسبی، هویت ملی، هویت جمعی		سطح کلان

همان‌طور که در جدول مشخص است، متغیرهای سطح خرد سهم بسیار زیادی را به خود اختصاص داده‌اند. البته نمی‌توان نتیجه گرفت که سهم متغیرهای سطح خرد در تعیین تغییرات شادی بیشتر از سایر سطوح است، بلکه این موضوع می‌تواند ناشی از علاقه پژوهشگران به متغیرهای این سطح (به علت سهولت سنجش) و اتفاقاً نادیده گرفتن سهم سایر سطوح باشد.

در ادامه برای تعمیق و تدقیق بیشتر در اعتبار متغیرهای هر یک از سطوح، آن‌ها را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشخص

است، متغیرهای سطح خرد را به دو بخش دموگرافیک و غیردموگرافیک تقسیم کرده‌ایم. این تقسیم‌بندی از آن جهت اهمیت دارد که در بسیاری از پژوهش‌های خارجی به تاثیر عوامل دموگرافیک مثل سن، جنس، وضعیت تاهل، بر میزان شادی افراد تاکید شده و با مبانی نظری متنوعی این رابطه تبیین شده‌است. در پژوهش‌های داخلی نیز این متغیرها مورد توجه پژوهشگران بوده و به بررسی رابطه بین این متغیرها و شادی افراد پرداخته‌اند. مرور نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در ایران به سختی می‌توان از وجود رابطه معنادار بین عوامل دموگرافیک و شادی افراد سخن گفت. جدول شماره ۳ نتایج برخی از پژوهش‌ها را در این رابطه نشان می‌دهد. در ستون سمت راست، ۱۲ مورد از پژوهش‌های معتبر این حوزه را لیست کرده‌ایم. در خانه‌های جدول علامت مثبت به معنای وجود رابطه معنادار و علامت منفی به معنای سنجش این رابطه و رد آن است. خانه‌های خالی نشان می‌دهد که پژوهشگر این متغیر را فاقد اثرگذاری فرض کرده و از سنجش میزان همبستگی آن با شادی امتناع کرده‌است.

جدول شماره ۳، متغیرهای سطح خرد (دموگرافیک)

متغیرهای سطح خرد (دموگرافیک)						عناوین پژوهشی
سن	جنس	تاهل	شغل	درآمد	تحصیلات	
						بررسی ارتباط بین کیفیت زندگی و احساسات اجتماعی
						بررسی و تبیین عوامل موثر بر نشاط اجتماعی و ...
						فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در ...
						رویکردی جامعه‌شناختی به احساس شادمانی ...
	+	+	+	+		

-	-		-	-	-	شادمانى؛ رويكردهاى نظرى و يافته‌هاى تجربى
						بررسى عوامل موثر بر نشاط اجتماعى
						مطالعه عوامل موثر بر احساس شادى و بهزيستى ...
						تعيين عوامل موثر بر شادكامى كاركنان شركت فولاد مباركه
	+					بررسى نقش رضايت از زندگى بر ميزان نشاط اجتماعى
						بررسى تاثير ميزان سرمايه فرهنگى در ميزان احساس شادى زنان
			-	-	-	بررسى وضعيت شادمانى به عنوان يکى از شاخص‌هاى سلامت روان
						تبين نشاط اجتماعى در بين اقوام و رابطه آن با هويت جمعى
						جامعه‌شناسى مسائل اجتماعى معاصر در ايران

همان طور كه در جدول قابل مشاهده است، فقط در چهار پژوهش اين متغيرها سنجيده شده‌اند كه در دو مورد از آنها وجود رابطه معنادار بين آنها و شادى به كلى رد شده است. در پژوهش «رويكردى جامعه‌شناختى به احساس شادمانى سرپرستان خانوار در شهر اصفهان» شاهد رابطه معنادار بين جنس، تاهل، شغل و در آمد با شادى هستيم. در اين مورد نيز بايد توجه داشت جامعه مورد مطالعه اين پژوهش به افراد سرپرست خانوار محدود شده‌است و با توجه به موقعيت اجتماعى و اقتصادى شكنده زنان سرپرست خانوار نسبت به مردان و يا موقعيت‌هاى متفاوت افراد سرپرست خانوار متاهل نسبت به افرادى كه همسرشان فوت شده

و یا متار که کرده‌اند، اثر گذاری عامل جنس و وضعیت تاهل در شادی افراد طبیعی به نظر می‌رسد، اما نمی‌توان به سادگی آن‌ها را به کل افراد جامعه تعمیم داد. در نهایت می‌توان رابطه معنادار دو متغیر شغل و درآمد را با شادی مورد توجه قرار داد که آن هم در پژوهش «رویکردی جامعه‌شناختی به احساس شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان» به دلیل ضریب تعیین پایین از مدل پژوهشگر حذف شده و در پژوهش «بررسی نقش رضایت از زندگی بر میزان نشاط اجتماعی» رابطه آن با رضایت از زندگی (به عنوان یکی از شاخص‌های نشاط) معنادار اما ضعیف ارزیابی شده‌است (فرجی و خادیمان، ۱۳۹۲: ۹۸).

به این ترتیب در گام نخست وجود رابطه معنادار بین عوامل دموگرافیک (سن، جنس، وضعیت تاهل، درآمد، شغل و تحصیلات) و شادی برخلاف تصور عمومی، مورد تایید قرار نگرفت. در گام دوم سراغ متغیرهای غیردموگرافیک سطح خرد می‌رویم. در این مرحله با توجه به حجم بالای متغیرها و برای پرهیز از اطناب، متغیرهایی را که به جامعه آماری خاص پژوهش تعلق داشتند، حذف کردیم. برای مثال متغیر «زندگی با خانواده در مقایسه با زندگی در خوابگاه» در پژوهش «مطالعه عوامل موثر بر احساس شادی و بهزیستی در دانشجویان دانشگاه تهران» و مواردی از این قبیل را کنار گذاشتیم. همچنین متغیرهای فرعی را که پشتوانه نظری مستحکمی نداشتند و در نتایج پژوهش نیز وزن زیادی پیدا نکرده بودند، از دایره بررسی خارج کردیم. برای نمونه دو متغیر «شادکامی همسر» و «سابقه بیماری‌های عصبی در کارکنان» که در پژوهش «تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه» مورد بررسی قرار گرفته اما در نتایج پژوهش سهم چندانی پیدا نکرده‌است. در نهایت مفاهیمی را که با یکدیگر هم‌پوشانی داشته و یا با کمی تساهل و تسامح به یکدیگر نزدیک بودند، ذیل یک عنوان جامع جمع کردیم.^۱ جدول شماره ۴ متغیرهای باقی مانده و تعداد تکرار آن‌ها در پژوهش‌های معتبر را نشان می‌دهد. در این جدول علامت منفی به معنای رد وجود رابطه معنادار بین متغیر مستقل و شادی، علامت مثبت به معنای تایید رابطه و علامت

۱. این متغیرها عبارت اند از: رضایت از زندگی (شامل کیفیت زندگی، رضایت از زندگی و ارضای نیازها)، امید به آینده (شامل امید به آینده و خوش‌بینی)، احساس عدالت (شامل عدم احساس محرومیت نسبی، احساس عدالت اجتماعی توزیعی)

ضرب در به معنای وجود رابطه ضعیف می باشد.

جدول شماره ۴. متغیرهای سطح خرد (غیردموگرافیک)

متغیرهای سطح خرد (غیر دموگرافیک)													عناوین پژوهشی
پیکانگی	امید به آینده	دین داری	استفاده از رسانه	احساس عدالت	احساس ناامنی	مزول قشعی	حقوق شهروندی	ورزش	نوع نقش اجتماعی	سفر	نیل به تجربه جدید	فعالیت اجتماعی	رضایت از زندگی
													بررسی ارتباط بین کیفیت زندگی و احساسات اجتماعی +
		+							-	+	W+	+	بررسی و تبیین عوامل موثر بر نشاط اجتماعی و ...
		+						+					فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در ...
						+	+						رویکردی جامعه شناختی به احساس شادمانی ...
					+								شادمانی؛ رویکردهای نظری و یافته های تجربی

+	*	*	+	بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی
				مطالعه عوامل موثر بر احساس شادی و بهزیستی ...
+	*	+	*	تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه
				بررسی تاثیر میزان سرمایه فرهنگی در میزان احساس شادی زنان
				بررسی وضعیت شادمانی به عنوان یکی از شاخص های سلامت روان
		+		تبیین نشاط اجتماعی در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی
				جامعه شناسی مسائل اجتماعی معاصر در ایران

اولین نکته‌ای که در جدول قابل مشاهده است، پایین بودن تکرار متغیرها در پژوهش‌های موجود است. بنابراین در نگاه نخست با عدم اجماع اندیشمندان و پژوهشگران در مورد عوامل موثر بر شادی مواجه هستیم. به طوری که هر یک از پژوهشگران تعدادی از متغیرها را به عنوان عوامل اثرگذار بر شادی افراد فرض کرده و سایر متغیرها را فاقد ارزش بررسی دانسته است. گذشته از این پراکندگی می‌توانیم تک تک متغیرها را مورد بررسی قرار دهیم. رابطه بین دو متغیر «بیگانگی» و «تنوع نقش اجتماعی» با شادی به کل رد شده و از دایره بررسی ما خارج می‌شود. متغیرهای «فعالیت اجتماعی»، «نیل به تجربه جدید»، «حقوق شهروندی»، «منزلت نقشی»، «احساس ناامنی»، «احساس عدالت» و «استفاده از رسانه» تنها در یک پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و رابطه معنادار بین آن‌ها و شادی مورد تایید قرار گرفته است. بنابراین با متغیرهایی مواجهیم که از طرفی تعیین کننده بودن آن‌ها مورد وفاق نیست و از طرف دیگر ضریب تعیین اغلب آن‌ها یا گزارش نشده و یا بسیار ضعیف گزارش شده است. بر این اساس این متغیرها نیز خارج از دایره بررسی ما قرار می‌گیرند. تنها استثناء در این زمینه متغیر «حقوق شهروندی» است که در پژوهش ربانی و دیگران (۱۳۹۰) با ضریب تعیین (مستقیم و غیر مستقیم) ۴۶ درصد به عنوان مهمترین متغیر شناسایی شده است.

در مورد دو متغیر «سفر» و «ورزش» نیز داده‌های متناقضی در دست است. وجود رابطه معنادار بین «سفر» و شادی در پژوهش «بررسی و تبیین عوامل موثر بر نشاط اجتماعی و ...» با بتای ۰/۱۳ مورد تایید قرار گرفته، اما همین متغیر در پژوهش «تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه» به دلیل پایین بودن ضریب بتا از مدل نهایی پژوهشگر حذف شده است. با توجه به این نتایج متناقض، در پذیرش این متغیر باید احتیاط کرد. همچنین متغیر «ورزش» در پژوهش «فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در ...» مورد بررسی قرار گرفته و رابطه معنادار آن با شادی مورد تایید قرار گرفته است. در این پژوهش گذران اوقات فراغت به سبک‌های علمی _ فرهنگی، فرهنگی _ هنری، تفننی _ سرگرمی، ورزشی و خانوداگی تقسیم شده که از این میان بیشترین میزان هم‌بستگی با شادی متعلق به سبک فراغتی خانوادگی و کمترین آن متعلق به ورزش است. در حالی که پژوهش «تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه» میزان هم‌بستگی ورزش با شادکامی افراد

را مورد سنجش قرار داده و با ضریب تعیین ۹/۱ درصد آن را به عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرها معرفی کرده‌است. با توجه به نتایج متفاوتی که در مورد رابطه بین ورزش و شادی وجود دارد، امکان ارائه نظر قطعی در مورد آن فراهم نیست.

با توجه به ملاحظات فوق، چهار متغیر «رضایت از زندگی»، «احساس عدالت»، «دین‌داری» و «امید به آینده» تنها متغیرهایی هستند که رابطه معنادار بین آن‌ها و شادی در چند پژوهش مورد تایید قرار گرفته‌است.

در مورد این متغیرها نیز باید به ضریب تعیین آن‌ها دقت کرد. رابطه بین کیفیت زندگی و شادی در پژوهش «بررسی ارتباط بین کیفیت زندگی و احساسات اجتماعی» مورد سنجش قرار گرفته و هر چند معنادار بودن رابطه مورد تایید قرار گرفته اما در نهایت گزارش شده «رابطه بین این دو متغیر خیلی قوی نیست و باید با احتیاط آن را پذیرفت» (کیان‌پور، ۱۳۸۵: ۱۳۳). پژوهش «بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی» به سنجش رابطه «ارضای نیازها» به عنوان یکی از متغیرهای رضایت از زندگی و شادی پرداخته و در نهایت به این نتیجه رسیده که ارضای نیاز عاطفی موثرتر از ارضای سایر نیازها است و به همراه دو متغیر دیگر (مقبولیت اجتماعی و امید به آینده) بیش از ۵۰ درصد از تغییرات و نوسانات نشاط اجتماعی را تبیین می‌کند (هزارجریبی و آستین‌افشان، ۱۳۸۸). همچنین طبق پژوهش طاهر نشاط دوست و دیگران، رضایت از زندگی به عنوان مهم‌ترین متغیر، ۳۲ درصد از تغییرات شادی را تبیین می‌کند (طاهر نشاط دوست و دیگران، ۱۳۸۸) و پژوهش «بررسی نقش رضایت از زندگی بر میزان نشاط اجتماعی» بیانگر وجود هم‌بستگی بالایی بین رضایت از زندگی با متغیر نشاط اجتماعی است (فرجی و خادمیان، ۱۳۹۲: ۱۰۰). با توجه به داده‌های حاصله می‌توان رضایت از زندگی را به عنوان یکی از متغیرهای غیردموگرافیک موثر بر شادی و نشاط پذیرفت.

دین‌داری در چهار پژوهش مورد توجه قرار گرفته اما به دلیل ضریب تعیین پایین، اطمینان چندانی به آن وجود ندارد. در پژوهش «فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در...» رابطه دینداری با شادی مستقیم و مثبت ارزیابی شده (با میزان هم‌بستگی ۰/۲۳۷) اما چون ضریب تعیین آن محاسبه نشده، نمی‌توان در مورد میزان اثرگذاری آن و سهمی که در تبیین تغییرات شادی و نشاط دارد، قضاوتی کرد. این ضریب در پژوهش «بررسی و تبیین عوامل

موثر بر نشاط اجتماعی و ...» محاسبه شده و عدد ۰/۱۴ به دست آمده به این معنا که ۱۴ درصد از تغییرات شادی و نشاط را دینداری تبیین می‌کند. این میزان در پژوهش «بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی» بسیار کاهش یافته با رقمی معادل ۰/۰۴۱ بعد از متغیرهای امید به آینده، مقبولیت اجتماعی، ارضای نیازهای عاطفی، احساس عدالت، مناسب بودن فضای اخلاقی جامعه، احساس عدم محرومیت و احساس امنیت اجتماعی قرار گرفته است که حاکی از نقش کم آن در تبیین تغییرات شادی است. هم چنین در پژوهش «تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه» متغیر ایمان به خدا به دلیل پایین بودن ضریب هم‌بستگی (۰/۱۲) از تحلیل رگرسیون گام به گام حذف شده است. با توجه به آنچه گذشت می‌توان گفت علی‌رغم معنادار بودن رابطه بین دینداری و شادی به دلیل پایین بودن سهم آن در تبیین تغییرات نشاط، نمی‌توان آن را متغیری کلیدی دانست.

رابطه دینداری و شادی موضوع چند مطالعه کوچک مقیاس کیفی نیز بوده است که اگر چه یافته‌های آنها ظرفیت تعمیم دهی محدودی دارند، با اینحال به فهم قضاوت‌ها و رفتارهای شادی کمک می‌کنند. کوهستانی نژاد (۱۳۸۹) با تکیه بر ۳۰ مصاحبه کیفی با دانشجویان تهرانی و پس از ارایه سنخ‌شناسی چهار گانه از سبک زندگی دینی آنها (دین بعنوان راهنمای عمل، دین به معنای اخلاق، دین فردی شده و دین حداقلی)، استدلال می‌کند که در تجربه شادی دو گروه آخر و بویژه دینداری شخصی شده در موارد که میل و سلیقه شخصی با حکم دینی در تفاوت و یا مغایرت باشد، انتخاب و تصمیم شخصی اهمیت بیشتری می‌یابد. با اینحال در مجموع غالب دانشجویان معتقد بوده‌اند که دین ذاتاً نه تنها محدودیتی در تجربه شادی ایجاد نمی‌کند بلکه می‌تواند به معناداری دین و تعمیق آن نیز کمک کند.

متغیر امید به آینده در پژوهش هزار جریبی و آستین افشان با عنوان «بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی» با ضریب بتای ۰/۳۰ بالاترین هم‌بستگی را با نشاط اجتماعی به دست آورده است که در مقایسه با سایر متغیرهای موجود ضریب قابل توجهی است. البته اگر با کمی تسامح، خوش‌بینی را معادل امید به آینده و یا بُعدی از ابعاد آن بدانیم، ضریب تعیین این متغیر در پژوهش «تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه» حدود

۷ در صد به دست آمده که نتیجه‌گیری فوق را با کمی تردید مواجه می‌سازد. با اینحال با رعایت احتیاط امید به آینده را به عنوان یکی از متغیرهای تبیین کننده نشاط فرض می‌کنیم. با توجه به آنچه که در جداول ۲، ۳ و ۴ مرور کردیم می‌توان گفت پژوهشگران بیش از همه به بررسی متغیرهای سطح خرد به عنوان عوامل موثر بر شادی علاقه نشان داده‌اند در حالی که به جز سه متغیر «برخورداری از حقوق شهروندی»، «رضایت از زندگی» و «امید به آینده» نمی‌توان با اطمینان از اثرگذاری سایر متغیرهای سطح خرد، اعم از دموگرافیک و غیر دموگرافیک صحبت کرد.

با بررسی متغیرهای سطح میانی و کلان و جایگاه آنها در پژوهش‌های انجام شده با اطمینان بیشتری میتوان راجع به میزان اثرگذاری آنها بحث کرد. سطح میانی متغیرهایی را در بر میگیرد که حاصل و یا عامل ارتباط فرد و جامعه است. متغیرهایی مانند اعتماد اجتماعی، انزوای اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، رابطه مبتنی بر اعتماد، بازنمایی‌ها و فرهنگ گفتمانی که در این بخش مورد بررسی قرار خواهند گرفت به خوبی می‌تواند گویای منظور ما باشد. سطح کلان به متغیرهایی مانند توسعه اقتصادی و نابرابری اقتصادی اشاره دارد که به ساختارها و مسائل کلان اجتماعی مربوط است. جدول شماره ۵ متغیرهای سطح میانی و کلان مورد بررسی در پژوهش‌ها را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴- متغيرهاى سطح مياني و كلان

سطح كلان		سطح مياني					عناوين پژوهشى
توسعه اقتصادى	تاثير ابرى	سرمايه اجتماعى	سرمايه فرهنگى	مقبوليت اجتماعى	بى اعتمادى	انزوای اجتماعى	
							بررسى ارتباط بين كيفيت زندگى و احساسات اجتماعى
							بررسى و تبين عوامل موثر بر نشاط اجتماعى و ...
			+				فرهنگ و شادى: رويكردى نظرى و تجربى در ...
		+					رويكردى جامعه شناختى به احساس شادمانى ...
-	+	+			+	+	شادمانى؛ رويكردهاى نظرى و يافته هاى تجربى
				+			بررسى عوامل موثر بر نشاط اجتماعى
							مطالعه عوامل موثر بر احساس شادى و بهزيستى ...
							تعيين عوامل موثر بر شادكامى كاركنان شركت فولاد مباركه
							بررسى نقش رضايت از زندگى بر ميزان نشاط اجتماعى
			+				بررسى تاثير ميزان سرمايه فرهنگى در ميزان احساس شادى زنان
							بررسى وضعيت شادمانى به عنوان يکى از شاخص هاى سلامت روان
							تبين نشاط اجتماعى در بين اقوام و رابطه آن با هويت جمعى

همان‌طور که در جدول شماره ۵ مشخص است در متغیرهای سطح میانی نیز با پراکندگی و عدم اجماع پژوهشگران مواجه هستیم. اما نکته قابل‌تأمل در این جا قرابت مفهومی متغیرها است. به طوری که می‌توان همه آن‌ها را با کمی تسامح حول مفهوم سرمایه اجتماعی قرار داد و با اطمینان بیشتری به بررسی این متغیرها پرداخت. با ملاحظه نکته فوق، به اختصار به بررسی تک تک متغیرهای ذکر شده می‌پردازیم.

انزوای اجتماعی که توسط موسوی مورد سنجش قرار گرفته، از بین سایر متغیرهای مستقل پژوهش دارای بیشترین همبستگی معکوس با شادمانی بوده است. ضریب بتای آن معادل ۴۰ در صد گزارش شده، به این معنا که ۴۰ درصد از تغییرات شادی را می‌توان با متغیر انزوای اجتماعی توضیح داد. رقم بالای بتا نشانگر تاثیرگذاری این متغیر است و اطمینان ما را در استفاده از این متغیر بالا می‌برد. بی‌اعتمادی نیز در همین پژوهش مورد سنجش قرار گرفته و با اختلاف زیاد با بتای ۱۶ در صد به عنوان دومین متغیر معرفی شده است. مقبولیت اجتماعی که به نوعی می‌تواند روی دیگر سکه انزوای اجتماعی تلقی گردد، در پژوهش هزارجریبی و آستین افشان مورد بررسی قرار گرفته و با ضریب تعیین ۲۸ در صد به عنوان یکی از متغیرهای اصلی شناخته شده است.

آنچه که اطمینان ما را به این نتایج بالا می‌برد، قرابت آن‌ها با مفهوم سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر تبیین‌کننده شادی در دو پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و در هر دو مورد وجود رابطه معنادار و مثبت مورد تایید قرار گرفته است. در پژوهش ربانی و دیگران (۱۳۹۰) ضریب تعیین (مستقیم و غیر مستقیم) سرمایه اجتماعی ۲۲ در صد و در کار موسوی (۱۳۹۲) اثر خالص آن ۰/۳۱ گزارش شده است. که هر دو مورد حاکی از اثر قابل توجه این متغیر در تبیین تغییرات شادی است. اگر متغیرهای انزوای اجتماعی، بی‌اعتمادی و مقبولیت را در قرابت معنایی با سرمایه اجتماعی بدانیم، با توجه به آنچه که گذشت با اطمینان بالا می‌توان سرمایه اجتماعی را به عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرهای موثر بر شادی و نشاط افراد در نظر گرفت.

اما در مورد سرمایه فرهنگی این اطمینان کمتر است. رابطه سرمایه فرهنگی و شادی در دو پژوهش «فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در ...» و «بررسی تاثیر میزان سرمایه

فرهنگی در میزان احساس شادی زنان» مورد بررسی قرار گرفته و در هر دو وجود رابطه معنادار و مثبت تایید شده است. اما متأسفانه در این پژوهش ها ضریب تعیین سرمایه فرهنگی مشخص نشده و در نتیجه قضاوت در مورد میزان اهمیت آنها دشوار است. از سوی دیگر ضریب هم بستگی در هر دو پژوهش تنها حدود ۳۳ در صد گزارش شده است (ربانی و دیگران، ۱۳۸۶: ۷۲) و (اقلیما و دیگران: ۱۳۹۰: ۲۱).

سیاست فرهنگ و سیاست بازنمایی ارزش های شادی قلمرو مطالعاتی بین رشته ای دیگری است که در سالهای اخیر موضوع مطالعات کوچک مقیاس اندکی بوده است و مفاهیم و یا متغیرهای مربوط به آن را بالقوه می توان هم با سطح میانی و هم کلان مرتبط دانست. برخی پژوهش ها (مانند کوهستانی، ۱۳۸۹) "شکل نگرفتن پارادایمی مشخص برای شادی" را قضاوت رایجی می دانند که نمونه های مطالعه به آن اشاره کرده اند. در این مطالعه آشنا نبودن سیاست گذاران رسانه ملی با دین، برداشت های سطحی و جانبدارانه از آن و عدم شناخت و بازنمایی صحیح از سیره معصومین در ارتباط با شادی از جمله زمینه های موثر بر آشفته گی گفتمانی و شکل گیری قضاوت های نامناسب از ارتباط دین و شادی معرفی شده است.

به همانسان مطالعه آثار گفتمان و سیاست دینی در سطح نهادین نیز موضوع برخی پژوهش ها بوده است. در نمونه اخیری از این مطالعات اکبرپوران (۱۳۹۲) به بررسی تجربه شادی در زندگی روزمره دانش آموزی با رویکردی مردم نگارانه می پردازد و با نشان دادن کاستی های برخی نگاه های رسمی و غیر منعطف دینی در مواجهه و ایجاد فضای مفرح در مدرسه، استراتژی های مستقل و روزمره دانش آموزان برای تعدیل این فضا و مصرف ایده آل آن را نشان می دهد. از نظر نویسنده کارناوالیزه کردن فضای مدرسه، اتکا و سرمایه گذاری بر دوستی های روزمره، میل به حفظ استقلال و خود ابرازی و تسلط بر خود از استراتژی های رایج و جایگزین دانش آموزان است.

موسوی تنها پژوهشگری است که در تحلیل خود متغیرهای سطح کلان را وارد کرده و به بررسی رابطه دو متغیر نابرابری و توسعه اقتصادی پرداخته است. نتایج پژوهش او نشان می دهد که متغیر نابرابری در نتیجه تعامل با دیگر عوامل ساختاری از جمله توسعه اقتصادی

حداکثر دارای اثری خنثی بر شادمانی است. اما توسعه اقتصادی با ضریب تعیین معادل ۵۸ در صد، دارای بیشترین اثر خالص بر شادمانی است و می‌تواند به عنوان مهم‌ترین متغیر سطح کلان‌شناسایی شود.

نتایج به دست آمده از مباحث فوق را می‌توان طی جدول شماره ۵ خلاصه کرد. در این جدول متغیرهای معتبر شناسایی شده در سه سطح خرد، میانی و کلان ارائه شده‌اند. جدول شماره ۵: متغیرهای همبسته با شادی در سطوح تحلیلی مختلف

سطح تحلیل	متغیرهای شناسایی شده
سطح خرد	رضایت از زندگی، امید به آینده و برخورداری از حقوق شهروندی
سطح میانی	سرمایه اجتماعی و فرهنگی
سطح کلان	توسعه اقتصادی

اگر چه اطلاعاتی در مورد وزن متغیرهای هر یک از سطوح در دسترس نیست و نمی‌توان به راحتی قضاوتی در مورد اهمیت نسبی آن‌ها ارائه کرد، با این حال تعمیق بیشتر در ابعاد مفهومی متغیرها ابعاد جدیدی از موضوع را برای ما روشن خواهد کرد. در این مطالعه با متغیرهایی مواجهیم که فارغ از اینکه به چه سطحی تعلق دارند، خارج از توانایی و کنترل فرد بوده و به مسائل و ساختارهای اجتماعی و سیاسی باز می‌گردند. رضایت از زندگی، امید به آینده و برخورداری از حقوق شهروندی هر چند جز ویژگی‌های فرد به حساب می‌آیند و در سطح خرد مورد تحلیل قرار می‌گیرند، اما در نهایت کم و کیف آن‌ها خارج از توانایی فرد قرار دارد. در مورد متغیرهای سطح میانی نیز تا حدود زیادی همین موضوع صدق می‌کند. شاید فرد بتواند به تنهایی قدم‌هایی برای افزایش سرمایه اجتماعی و فرهنگی خود بردارد اما بدون ایجاد زمینه‌ها و زیرساخت‌های اجتماعی، موفقیت چندانی به دست نخواهد آورد. از این رو می‌توان گفت حداقل در شرایط فعلی نهادهای اجتماعی و سیاسی مسئولیت بیشتری در مقایسه با فرد، در قبال تامین زمینه‌های شادی و نشاط بر عهده دارند. این نتیجه‌گیری تطابق جالبی با داده‌های ارائه شده در پژوهش نصرالله‌زاده دارد. نصرالله

زاده در پژوهش خود با عنوان «بررسی و تبیین عوامل موثر بر نشاط اجتماعی و ارایه سازوکارهای افزایش نشاط» گویه‌های پرسشنامه آکسفورد را جداگانه مورد تحلیل قرار داده و به این نتیجه رسیده است که «گویه‌هایی که بیشترین در صد بالا را کسب نموده‌اند، [...] بیشتر نشان‌دهنده بُعد احساسی، ذهنی و موضوعاتی است که در حیطه توانایی فردی است. در مقابل سه گویه‌ای که بیشترین در صد پایین (خیلی کم و کم) را کسب کرده‌اند [...] نشانگر ناخرسندی فرد از جایگاه فعلی خود (وضعیت عینی) و کم قدرت بودن برای تغییر این شرایط تحمیلی است» (نصرالله زاده، ۱۳۹۰: ۱۷۹). گویه‌هایی که بیشترین در صد بالا را کسب کرده‌اند عبارت‌اند از: «من به سایرین علاقمند هستم»، «من همیشه ارتباط خوبی با سایرین دارم»، «کل دنیای من زیباست.» و «من همه را دوست دارم و به همه عشق می‌ورزم.» همچنین گویه‌های که بیشترین در صد پایین را کسب کرده‌اند عبارت‌اند از: «احساس می‌کنم در اوج دنیا قرار دارم»، «هر چیزی را می‌خواستم انجام دادم.» و «وقتم طوری تنظیم شده است که می‌توانم هر چیزی را که می‌خواهم انجام بدم.» نگاهی به این گویه‌ها حاکی از آن است که افراد حتی الامکان، سازوکارهای لازم را برای حفظ شادی و نشاط به کار بسته و خود را شاد می‌سازند اما در مواردی که کنترل افراد بر محیط زندگی خود محدود و یاغایب است با کاهش شادی و نشاط مواجه هستیم. نتیجه دیگری که این تحلیل را تایید می‌کند، پژوهش موسوی است. او معتقد است: «در شرایط فعلی جامعه ایران، حوزه خصوصی (از جمله خانواده و دوستان) نسبت به حوزه عمومی سهم بیشتری در تأمین شادمانی افراد دارد» (موسوی، ۱۳۹۰: ۱۱۴).

بنابراین این گزاره‌ها را می‌توان طرح کرد که متغیرهای موثر بر شادی و نشاط فرد، تا حدود زیادی خارج از توانایی او قرار دارد و همچنین افراد تا جایی که در توان داشته، نقش و سهم خود را در ایجاد فرصت و آمادگی برای دستیابی به شادی ایفا می‌کنند. نتیجه فوق بیانگر کاستی‌های ساختاری جامعه و نهادهای اجتماعی و سیاسی آن و اهمیت متغیرهای سطح کلان است.

کمبود شادی، ناتوانی فرد و مخاطرات پیش رو

با مروری که بر پژوهشهای معتبر موجود داشتیم، سه نتیجه‌گیری عمده و اصلی را به دست آوردیم: شهروندان جامعه از حد مطلوبی از شادی و نشاط برخوردار نیستند و میزان شادی آنها اغلب، متوسط، متوسط رو به پایین و پایین گزارش شده‌است. البته باید توجه داشت که بروز و تفسیر شادی وجه بر ساخته نیز دارد و تابع تفاوت‌های فرهنگی نیز هست. مطالعات کمی موجود در ایران عموماً به شاخص‌های کمی و استاندارد شده‌ای (مانند مقیاس کمبریج) استناد می‌کنند که علیرغم قابلیت مقایسه و اعتبار پذیری قابل قبول، در نشان دادن تفاوت‌های فرهنگی محدودیت دارند.

پنج متغیر عمده شناسایی شدند که با اتکا به آنها میتوان تغییرات شادی و نشاط را توضیح داد. این پنج متغیر عبارتند از: امید به آینده، برخورداری از حقوق شهروندی، رضایت از زندگی (سطح خرد)، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی (سطح میانی) و توسعه اقتصادی (سطح کلان). این متغیرها تا حدود زیادی خارج از توانایی فرد بوده و کم و کیف آنها بیشتر با عملکرد نهادهای سیاسی و اجتماعی در ارتباط است.

آنچه که در ادامه می‌توان به این نتیجه‌گیری افزود، به مخاطره افتادن سلامت اجتماعی شهروندان جامعه در صورت تداوم این روند است. امروزه سلامت اجتماعی افراد، در کنار سلامت روانی و جسمانی آنها مورد توجه جدی قرار دارد. از نظر کییز^۱ فرد سالم از نظر اجتماعی زمانی عملکرد خوبی دارد که اجتماعی را به صورت یک مجموعه معنادار درک کند و قابل فهم و بالقوه قابل رشد و شکوفایی بداند، احساس کند که متعلق به گروه‌های اجتماعی خود است و خود را در اجتماع و پیشرفت آن سهیم بداند. کییز با در نظر گرفتن این ابعاد ۵ شاخص را برای سلامت اجتماعی افراد پیشنهاد می‌کند. این شاخص‌ها عبارت‌اند از: شکوفایی اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی، پذیرش اجتماعی و مشارکت اجتماعی (کییز، ۲۰۰۴). در ادامه این مباحث نظری برخی از محققان حصول شادی در زندگی را نتیجه سلامت روانی و اجتماعی میدانند و برخی دیگر آن را به عنوان یکی از

عوامل موثر بر سلامت روانی یا اجتماعی قلمداد میکنند. فارغ از این دعوای نظری و در هر دو صورت، پایین بودن میزان شادی در کشور و نیز ناتوانی فرد در تغییر این وضعیت، حاکی از پایین بودن سلامت اجتماعی افراد جامعه و قرار گرفتن آنان در معرض خطر است. به خصوص آنکه بسیاری از پژوهشگران بر همبستگی جدی بین سلامت اجتماعی و سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از متغیرهای اصلی شادی صحه گذاشته‌اند (زکی و خشوعی، ۱۳۹۲: ۷۹ و هزار جریبی و مهری، ۱۳۹۱: ۴۲).

در مجموع مرور پژوهش های انجام شده در ایران روندها و ویژگی هایی را نمایش می دهند که برای شناخت بیشتر از فرهنگ شادی در کشور، بازنگری و ترمیم برخی سیاست های پژوهشی کشور در بخش های مختلف را ضروری می سازد. از فضای پیچیده و چند وجهی شادی، مطالعات موجود تنها ابعاد محدودی از آن را نشانه رفته اند که بصورت غالب معطوف به سطح خرد و استفاده از ابزارهای گرایش سنجی و روش پیمایش است. دستور مطالعات پژوهش شادی در ایران هم از حیث روشی و هم از نظر جهت گیری و انتخاب سوال ها و مولفه ها، تنوع زیادی نشان نمی دهد. حتی گزارش های تکمیل شده برای سازمان های دولتی (که احتمالاً به بودجه و اطلاعات بیشتری دسترسی داشته اند) اصرار بر دنبال کردن خط سیر پژوهشی آشنا و کمتر نوآورانه داشته اند. تقریباً در هیچکدام از مطالعات مرور شده و در دسترس، پیمایش های چند سطحی موجود نیست تا از طریق آنها به اطلاعات کلی مربوط به مجموعه های ساختاری (مانند محله، منطقه، شهرها) برای تحلیل و مطالعه تغییر پذیری های شادی دست یافت. سنجه ها و شاخص هایی که حتی در سطح ملی امکان مقایسه استاندارد و ترسیم روندها را فراهم سازند، در دسترس نیست. تنوع نداشتن طراحی در پژوهش ها عملاً اطلاعاتی در باره وضعیت نگرش و رفتار شادی در برخی گروه های مهم و عموماً کنار گذاشته شده اجتماعی (معلولین، ساکنان شهرها و مناطق مرزی، سالمندان و موارد مشابه) فراهم نمی سازد، به همان سان، تناقض در برخی یافته ها اعتبار یابی نتایج برخی پیمایش ها را دشوار می سازد. سرانجام از کاستی های جدی دیگر باید به فقدان نوآوری و تقلیل گرایی در سنجش برخی سازه های مهم اجتماعی مرتبط با شادی اشاره کرد. برای مثال در تمامی مطالعات مرور شده ارتباط شادی با سرمایه فرهنگی تنها با اتکا به برخی مولفه

های فردی آن (مثلا سرمایه نهادی شده) اندازه‌گیری شده و اهمیت وجوهی مانند تولید و مصرف فرهنگی، سرمایه‌های فرهنگی بدنی (تجسیدی)، تعلقات مکانی و محلی و مانند آن مورد توجه قرار نداشته است. از سوی دیگر علیرغم اهمیت مصرف و فرهنگ رسانه‌ای و سیاست فرهنگی ملی و محلی مربوط به آن، این قلمرو دستمایه‌ای برای مطالعات تجربی سیستماتیک نبوده است. در ادامه تلاش می‌شود با ملاحظه اطلاعات و دانش موجود و کاستی‌های شناسایی شده در پژوهش‌های مرور شده، توصیه‌ها و تجویزهایی ارائه گردد.

توصیه‌های سیاستی

پیچیدگی و تنوع در ابعاد، معانی، زمینه‌ها، جلوه‌ها و استراتژی‌های شادی به مثابه یک هیجان، تجربه و ارزش فردی و اجتماعی، ارائه هرگونه تجویز و راهبردهای قاطعی برای سیاست‌گذاری را دشوار می‌سازد. این پیچیدگی در ساختارهایی که سیاست فرهنگ و ایدئولوژی نقش پررنگ‌تری داشته و شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی زمینه‌ها گسترده‌تری دارند، نمایان‌تر است. به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری با رویکرد مداخله حداکثری برای تولید (مهندسی) نشاط اجتماعی در هیچ نظام اجتماعی آثار مثبتی بدنبال ندارد و از این رو توصیه کلی برای نقش دولت در تقویت و مدیریت فرهنگ شادی را بیشتر می‌توان متوجه شناسایی گونه‌ها، روندها و الگوهای رایج در جامعه و مداخله در ابعاد اقتصادی و ساختاری (فرهنگی، سیاسی، رفاهی) دانست که فراهم‌کننده فرصت‌های برابر، محرومیت و کنارگذاری کمتر، سلامت بیشتر، رفع تبعیض‌ها و کلیشه‌ها و احساس امنیت و پیش‌بینی‌پذیری می‌گردند. با یادآوری ملاحظه فوق در ادامه با توجه به سطوح سه‌گانه خرد، میانه و کلان مورد نظر در این گزارش و سیاست‌های کلان اقتصادی و فرهنگی دولت، توصیه‌ها و راهبردهایی را ارائه خواهیم کرد:

الف) اجتماعی شدن و هنر شاد زیستن

احساس و تجربه شادی همچون دیگر هیجانات و عواطف انسانی از تربیت و فضای رشد و اجتماعی شدن تاثیر پذیر است. مفهوم محوری در تحلیل شادی در سنت‌های نظری نوعا روانشناختی چون یادگیری اجتماعی، رفتارگرایی و روانشناختی شناختی، یادگیری و جامعه

پذیری است و اساس آنچه امروز روانشناسی مثبت گرا positive psychology خوانده می شود (نگاه کنید به سلگمن ۲۰۰۴ و ۲۰۰۶) نشان دادن اهمیت مدیریت عواطف و تجهیز شدن به انرژی های عاطفی است که نگرش ها، حالات و شناخت ما از جهان پیرامون را اصلاح و مثبت می سازد. بدیهی است نگاه ابزاری و مصرفی به شادی و تاکید مفرط بر وجه فردی و انسان گرایانه آن در روانشناسی مثبت گرای غربی محدودیت های جدی را برای تجویز مطلق آن در متن جامعه ایرانی پدید می آورد. با این حال تردیدی نیست که آموزش رشد و درونی کردن فلسفه مناسبی برای زندگی، نقش مهمی در مدیریت هیجانات در زندگی روزمره دارد. تحلیلی سیستماتیک آثار سوء اجتماعی شدن بر تجربه شادی، مستلزم دسترسی به اطلاعات آزمایشی و طولی است که متأسفانه در دسترس نیست با اینحال با اتکا به مشاهدات، تجربیات و برخی پژوهش های موجود تجویزهایی را می توان عرضه کرد:

۱. درک و بینش درست به شادی. پیمایش ها و برخی پژوهش های موجود (ذکایی، ۱۳۹۲) نشان می دهند که خانواده نقش مهمی در اجتماعی شدن شادی بعنوان یک ارزش در زندگی دارد. در خصوص این نکته که آیا شادی را می توان بعنوان مهم ترین و غایی ترین ارزش در زندگی در نظر گرفت (نظریه شادی محض pure happiness theory و یا آنکه شادی در نهایت ارزشی ابزاری instrumental برای دستیابی به دیگر ارزش های غایی در زندگی است، اختلاف نظرهای بنیادینی وجود دارد (برای مثال نگاه کنید به Brudle, ۲۰۰۷, ۱۵-۴۹). پیمایش ملی نگارنده در نمونه ای ملی از جوانان در سال ۱۳۸۷ نشان داد که جستجوی شادی و نیز لذت بردن از زندگی و داشتن آرامش درونی بعنوان سه ارزش غایی، اولویت بسیار بالایی در زندگی جوانان دارد و بر ارزش های جمع گرایانه آنها غلبه دارد. به نظر می رسد تجارب و اجتماعی شدن فراغتی کودکان در محیط خانواده نقش اساسی در درونی سازی جهت گیری های رفتاری و اختیار کردن فلسفه ای مفید به شادی دارد. مطالعات زیادی در غرب (برای نمونه نگاه کنید به ادگینگتون و همکاران، ۲۰۰۶ و چیک زنتمیها، ۱۹۹۱) تاثیر فلسفه و مواجهه مناسب بر شادی و رضامندی از زندگی را نشان داده اند. مهارت های فراغتی، اعتماد به نفس و حس مفید بودن افراد را افزایش می دهند و بدون

استثناء در همه متن‌های اجتماعی هم تغییری مثبت با شادی دارند.

جستجوی شادی در ایران در بسیاری موارد به فرهنگ سرگرمی خواهی سطحی تقلیل می‌یابد و آرامش و شکوفایی توانایی‌ها و استعدادها بالقوه کمتر هدف قرار می‌گیرد. از شادی اغلب هدفی زودگذر (تمدید قوا، همراهی با دیگران، هیجان خواهی افراطی) دنبال می‌شود برای اوقات فراغت خود برنامه ریزی‌های بلند مدت و منظم نداریم و فراغت اتفاقی صورت غالب تجربه گذران فراغت در بسیاری از گروه‌های اجتماعی در ایران است (ذکایی، ۱۳۹۲، ۱۳۹۱). برای رفع این معضل لازم است خانواده‌ها نگرشی هدفمندانه و جدی به انتقال ارزش‌های فراغتی و مدیریت هیجانات فرزندان خود داشته باشند. رواج فرهنگ آماتوریزم در مهارت‌ها و علایق فراغتی، حساس و مسئولیت‌پذیر ساختن فرزندان به فضایل مدنی ضروری برای زندگی فردی و جمعی، علاقمند ساختن آنها به ارتباطی اصیل، درونی و هویت‌بخش با ارزش‌ها و مناسک دینی به جای تحمیل و سخت‌گیری (رضاپور، ۱۳۹۲)، اولویت‌بخشی و هدایت فرزندان به فراغت‌های غیر منفعلانه و خلاقانه (ورزشی، مهارتی، حل مسئله‌ای، جمعی و مانند آن)، نمونه‌هایی از ابتکارات مفید در این بخش به حساب می‌آیند.

۲. آموزش هنر شاد زیستن. پژوهش‌های موجود گواه بر این هستند که فارغ از مشکلات و نارسایی‌های ساختاری و عینی چون بیکاری، مشکلات اقتصادی، آلودگی، سلامت و مانند آن، شادی وجه بر ساخته مهمی نیز دارد و نگرش‌ها و قضاوت‌ها بر شکل‌گیری آن موثر است. نگرانی و ناامنی از آینده، نگرانی از مواجهه با جرم و یا ابتلا به عادت‌های مضر، نگرانی از سلامت و روابط اجتماعی نمونه‌ای از این عوامل بشمار می‌آیند.

در مدارس ایران آموزش مهارت‌های ارتباطی و تعاملی که به دانش‌آموزان در ایجاد احساس و نگرش مثبت به زندگی و نیز پیرامون خود کمک کند، تجربه‌ای محدود و نسبتاً تازه بشمار می‌آید. اگرچه شادی وجه حسی affective مهمی نیز دارد با اینحال شاد بودن به درجاتی نیز متأثر از ارزیابی مثبت از زندگی خود و تایید و همسویی و رضایت از آن نیز هست. به بیان دیگر، قضاوت و ارزیابی مثبت از زندگی مهارت‌هایی آموختنی هستند که بر وجه حسی و هیجانی شادی سوار می‌شود و رفتارها و انتخاب افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

دهد. بر این اساس و بدون نادیده گرفتن و واقعی پنداشتن اثر شرایط نامطلوب ساختاری، نهادین و بیرونی، رسالت آموزش و پرورش در بعد تربیتی آن، ارایه آموزش های نظری و عملی است که کودکان و نوجوانان را با مدیریت استرس و مقابله با چالش های فردی و اجتماعی در زندگی آماده سازد. لازم است به شیوه سیستماتیک و با صرف زمان کافی و نیز با استفاده از تکنیک هایی چون شبیه سازی، نقش بازی و مدیریت برداشت، مهارت های عملی مواجهه با استرس را به دانش آموزان آموخت.

ب) ملاحظات و توصیه های مربوط به فرهنگ مصرف

فاصله گرفتن از شادی و هیجانات مثبت چنانکه در بخش های نظری و نیز برخی یافته های اشاره شد، متأثر از فرهنگ و سبک زندگی مصرفی رایج در زندگی معاصر بویژه در میان شهرنشینان است. تحلیل های انتقادی از فرهنگ مصرفی که نمایندگان جدی را هم در کشورهای در حال توسعه و هم کشورهای توسعه یافته دارد، عموماً بازگشت به تعادل و توسعه پایدار را به مثابه راهی برای رهایی از برخی از مشکلات بیگانه کننده زندگی مدرن و کسب سعادت و "شادی واقعی" مورد تاکید قرار می دهند. البته مصرف زدگی ایرانی علیرغم اشتراکات و ارتباط با فرهنگ جهانی مصرفی (غربی) وجهی محلی نیز دارد که با استفاده از رویکردهای اقتصادی سیاسی پسااستعماری باید آن را تفسیر کرد. وضعیت آنومیک فرهنگ مصرفی در ایران و جدا افتاده بودن این فرهنگ از متن واقعیات تاریخی، فرهنگی و توسعه ای، شرایط ویژه ای را برای آن رقم می زند.

اگر چه در سال های اخیر نگرانی های از جانب مسئولان ارشد نظام در خصوص اصلاح سبک زندگی و الگوی مصرف طرح شده است، با این حال این نگرانی ها کمتر دستمایه تحلیل نظری و تجربی منظم قرار داشته است. به نظر می رسد در سطح کلان و با تاکید بر ساختار (نظام) فرهنگی ملاحظات و توصیه هایی به شرح زیر قابل طرح است.

۱. مادی گرایی و میل به ایجاد فرصت (امکان) بیشتر برای مصرف. برخی قراین تجربی و نیز مشاهدات نیمه سیستماتیک در الگوها و ارزش های مصرفی در بسیاری از میدان های اجتماعی نشان دهنده اغتشاش در سلیقه های گروه های مختلف اجتماعی فارغ از جایگاه

طبقاتی (درآمد) آنهاست. فرهنگ شادی مستلزم با خود در صلح زیستن، حفظ تعادل و آرامش و قانع بودن به آنچه فرد در اختیار دارد است. برای شاد بودن باید وجه کارکردی functional و عملی مصرف غلبه داشته باشد. در ایران این تعادل بخصوص در سال‌های پس از انقلاب و در دو دهه اخیر بر هم خورده است. فاصله گرفتن از ضرورت تنها متوجه طبقات مرفه‌تر جامعه نیست، بلکه گروه‌های درآمدی پایین‌تر نیز به آن مبتلا هستند.

۲. آشفته‌گی سبک زندگی در ایران سبب شده لذت‌ها و شادی‌ها با مصارف بی‌واسطه (مادی) کالاها و خدمات پیوند خورد و بندرت مجال و میدانی برای لذت‌های انتراعی (کمتر مصرفی و کمتر مادی) فراهم گردد. ارزش مادی کالاهای فرهنگی کاملاً تعیین‌کننده و جهت‌دهنده انتخاب‌های مصرفی است. در حالیکه سلیقه و سبک زندگی باید قلمرویی برای خود ابرازی و وسیله‌ای برای ساختن سوژگی و آنچه فوکو آن را فرهنگ شخصیت (culture of the self) می‌خواند باشد، نمایش و اولویت قابل شدن تقریباً مطلق به وجه مادی، جای خود ابرازی را گرفته است. زیبایی‌شناسی افراد با سرمایه فرهنگی بالا در ایران، حداقلی است و با ارزش مادی آنها پیوند دارد. در بسیاری موارد افراد (بویژه گروه‌های مرفه) ارتباط فردی (شخصی) با تزیینات و دکوراسیون منزل خود نمی‌یابند. در سطح نمای بیرونی نیز کمابیش چنین تجربه‌ای وجود دارد و کمتر امکان ارتباط بصری معنی‌دار برای افراد شکل می‌گیرد. بدیهی است در سطح کلان توجه مدیران شهری به جنبه‌های زیبایی‌شناسانه (هم در طراحی مبلمان و فضای عمومی شهر و هم در سیاست‌گذاری‌های عمومی) بر هویت یابی بیشتر با فضاهای شهری و احساس تعلق و لذت ساکنان شهری تأثیر گذار است.

۳. رشد واسطه‌های فرهنگی که می‌توانند پلی بین تولید و مصرف کالاهای فرهنگی برقرار کنند و به دمکراتیک شدن و همگانی شدن صورت‌های فرهیخته فرهنگی کمک می‌کنند می‌تواند استراتژی مناسبی برای مدیریت فرهنگی جامعه باشد. فعالیت نهادینه شده و توسعه یافته‌تر واسطه‌های فرهنگی علاوه بر جنبه‌های اشتغال‌زا و مولد اقتصادی آن، به تفکیک دقیق‌تر سبک‌های زندگی و فاصله‌گیری از اغتشاش در سلیقه و قضاوت‌های زیبایی‌شناسانه کمک می‌کند. تعریف، درونی‌سازی و رشد سلیقه خوب و ایجاد فرصت برای شناسایی، ارزش‌گذاری و حساسیت‌داشتن مثبت به آن، نوید بخش تجربه لذت بخش

تری از زندگی برای گروه های مختلف است. در اینصورت سرمایه های فرهنگی بالا کمتر وجه نمایشی و فرصتی برای تفاخر مادی می یابند و مد و مصرف بیش از آنکه ارزشی مطلق و ابزاری برای قدرت نمایی مادی باشند با معیارهای زیبایی شناسانه نیز قضاوت می شوند.

۴. شادی واقعی مستلزم مدیریتی برای فراغت و برنامه ها و رفتارهای مربوط به آن است که پاسخگوی نیازهای واقعی و نه برساخته شده باشد. فقدان آموزش و مهارت های فراغتی در میان بسیاری از افراد طبقه متوسط و بالاتر در ایران که از سرمایه فرهنگی بالاتری نیز برخوردارند سبب شده است بیش از آنکه در بسیاری از انتخاب های مصرفی و فراغتی خود (از سفر و گردش داخل و خارج کشور گرفته تا خواندن رمان و مصرف دیگر اقلام پیچیده تر فرهنگی) نگرش انتقادی را در خود رشد دهند، رویکردی ارجاعی داشته باشند و بدنبال ارتقاء موقعیت خود تنها با اتکا به ذکر و نام مقوله مصرف شده باشند.

۵. محرومیت ها و تنگناهای اقتصادی واقعی و گاه تصویری بسیاری از خانواده های ایرانی زمینه بروز نوعی اجتماعی شدن مصرفی را در آنها ایجاد می کند که بر اساس آن زندگی خوب را اغلب با دسترسی و داشتن انبوهی از کالاهایی که بدان علاقه دارند و بخصوص داشتن چیزهایی که عموماً لوکس تلقی می شوند تصویر می کنند. رواج منطق مصرف تظاهر گونه (تعبیر ویلن) سبب شده خانه بزرگتر، زیستن در محله بالاتر، داشتن اتومبیل گران تر، انتخاب سفری گران تر ملاک ارزش گذاری و رفاه و آسایش به حساب آید. نکته تامل برانگیز در اقتصاد فرهنگی ایران این است که در بسیاری موارد تناسبی بین انتخاب این استانداردها و ایده آل های مصرفی با شرایط زندگی و سرمایه های اقتصادی افراد نیست. حاصل این ناهمآوایی تحمل فشار بیشتر برای کسب درآمد بیشتر از راه های مشروع (وام، اضافه کاری و یا کار دوم و سوم) و یا غیر مشروع، و جایگزینی هزینه فرصت برای درآمد بیشتر است. از دست رفتن فرصت ارتباط بیشتر با خانواده، تحمل استرس و فشار روانی و احساس محرومیت نسبی و در نتیجه نارضایتی همیشگی حاصل این سیاست زندگی است. بسیاری از افراد با رفاه متوسط و بالاتر در ایران، مواجهه ای تاملی با مصرف ندارند و توجه به ارزش مادی مصرف و نمایش بیرونی آن، میلی همه چیز خورانه omnivoreness را در آنها برانگیخته که بواسطه آن از مصرف چیزی بیشتر از آن را جستجو نمی کنند. تفریح و شادی

در زندگی بسیاری از مرفهین جامعه بیش از آنکه با تفکر، خلاقیت، زیبایی‌شناسی و لذت و هیجانات اصیل پیوند بخورد، با مواجهه‌های محض و عریان با لذات حسی و تجربی مصرفی نزدیک می‌شود. این مواجهه بی‌رحمانه با واقعیات تجربی را در تخریب بی‌رویه محیط زیست، میل به مالکیت شخصی میدان‌های مصرف (مثلاً در فرهنگ ویلا) می‌توان دید. زیستن با ارزش‌های اصیل فراغتی علیرغم کمبودهای اقتصادی و فقر عمومی، در تاریخی نه چندان دور تجربه‌ای رایج در ایران بود. با اینحال در شرایط رفاه نسبی طبقه متوسط در ایران امروز این تجربه کمیاب است. گویی محرومیت مادی طبقات بالاتر و طبقات پایین‌تر عملاً تفاوتی ندارد. به بیان دیگر فهم (منطق) فرهنگی که در رفتار مصرفی طبقات بالاتر و یا پایین‌تر در ایران نهفته است، ارتباط زیادی با طبقه اقتصادی و منزلت و شان اجتماعی گروه‌ها ندارد و در هر دو گروه وجه مادی گرایانه (ابزاری) غالب است. نگرش به اسراف در ایران بیشتر توسط سرمایه اقتصادی توضیح داده می‌شود و فرهنگ (جز در مورد گروه‌هایی خاص) بندرت آن را کنترل می‌کند. رسالت مهم متولیان فرهنگ نیز (مدرسه، رسانه، مدل‌های نقش و مانند آنها) آموزش نظری و عملی شاد بودن با مصرف کمتر و با توسل کمتر به نمادهای مادی است. تا زمانی که معیار قضاوت کیفیت کالاها، خدمات (هتل‌ها، رستورانها، آژانسها، پاساژها و غیره) قیمت آنهاست، مصرف به رفاه و لذت واقعی نمی‌انجامد.

۶. در زندگی مدرن اهمیت نمادین و واقعی کار در کسب رضایت از زندگی و ارزیابی کیفیت آن تعیین‌کننده است و مطالعات تجربی در ایران نیز به خوبی آن را نشان می‌دهند. به نظر می‌رسد شرایط کار در ایران کمتر فرصت رشد و خویش‌نمایی را برای بسیاری از مشاغل طبقات متوسط و حتی رو به بالا (بویژه مشاغل اداری و سازمانی دولتی) مهیا می‌سازد. کار بیگانه‌کننده چالشی را برای تلاش و اثبات خود بر نمی‌انگیزاند. نداشتن تجربه لذت بخشی از کار، استعداد بیشتری برای جستجوی لذات و شادی‌های آنی، حسی، کم‌دوام و مصرفی فراهم می‌سازد. حتی بسیاری از صاحبان مشاغل حرفه‌ای نیز به فعالیت خود به مثابه یک شغل (کار) نگاه می‌کنند تا حرفه و جستجوی مسیری شغلی. کار ملال‌آور، شادی سطحی و مصرفی را لذت بخش و جبران‌کننده جلوه می‌دهد. سرخوشی زودگذر و سرگرمی جویی سطحی، جایگزین تجربه اندوختن، جستجوی تجاری کمیاب، آگاهی

بخش و اصیل، آموزش و خلق کردن می گردد. شادی مصرفی آثار با دوامی بر هویت فرد ندارد و افراد را قانع به لذات تکرار تجاری محدود و کوچک می سازد. شادی مصرفی دانش فرهنگی عمیق و پیچیده ای طلب و تولید نمی کند. در شادی مصرفی سلیقه و ابتکار فردی جلوه آشکاری ندارد. شادی واقعی نیاز به داشتن سبک، انتخاب و اراده ای برای جستجو، تعریف و تداوم آن دارد.

ج) سیاست های فضایی و طراحی شهری

از تحلیل پیمایش های ملی و برخی پژوهش های دانشگاهی در این گزارش نسبت مستقیمی بین زندگی شهری و دشواری در مدیریت هیجانات آشکار گردید. در سال های پس از انقلاب جمعیت شهرنشین کشور از حدود ۳۰ درصد به بیش از ۷۵ در صر افزایش یافته است. زیر ساخت های نامناسب توسعه ای و عمرانی در شهرها، تراکم و ناهمگونی جمعیت، یکبارگی، رشد ارزش های فردگرایانه و خود مدارانه، نابرابری های اجتماعی و فقر، آلودگی های زیست محیطی و تحرک ناکافی و مشکلات سلامتی و دیگر مخاطرات جسمی و روحی در مجموع به استاتاداردهای زندگی شهری بویژه در تهران در ایران آسیب های جدی وارد ساخته است. برای تعدیل برخی از مشکلات و ارتقا نشاط و سلامت روانی توصیه های زیر قابل طرح است:

۱. معاشرت پذیری و ایجاد ارتباطات صمیمانه در فرهنگ ایرانی تجربه ای بسیار لذت بخش است که بر اساس مطالعات تجربی عموماً در میان سه اولویت اول فراغتی گروه های مختلف و بویژه جوانان قرار می گیرد. طراحی فضاهای شهری در ایران باید با هدف چند منظوره ساختن فضاهای خدماتی شهر و ملاحظه امکان ارتباط، تعامل و تماس صورت گیرد. ایده دلپذیر ساختن conviviality فضاهای عمومی شهری در چند دهه گذشته سیاستی جدی در بسیاری از شهرهای بزرگ جهان بوده است و برای این منظور با اولویت بخشی به ایجاد زمانی دلپذیر برای خانواده و اعضای آن، در طراحی مراکز خرید، میادین شهری، زمین های بازی، ترمینال ها، بانک ها و موسسات مالی و فضاهای مشابه ایجاد حداقلی از مواجهه (معاشرت پذیری) بین افراد، به سیاستی کلی تبدیل شده است. در حال حاضر معابر

عمومی شهری در ایران غالباً مجالی برای توقف، استراحت، حظ بصری و یا گپ و گفت‌های کوتاه فراهم نمی‌سازد و افراد صرفاً برای انجام کارها و ارایه و یا دریافت خدمات از آنها استفاده می‌کنند. معابر عمومی بیشتر همسو با آهنگ پرشتاب، غیر فردی و ابزاری و اقتصادی زندگی شهری است و در طراحی‌ها اولویت با روابط انسانی نیست. توصیه ما در این بخش بازنگری توسعه و یا بازسازی زیر ساخت‌های شهری با هدف توسعه روابط انسانی و اجتماعی است. ارتقا کیفیت پیاده‌روها و افزایش و تعریض پیاده‌راه‌ها، ایجاد پیاده‌راه در حاشیه‌های تفرج‌گاه‌های حاشیه شهرها (مانند کوهستان‌های شمالی و غربی شهر تهران) و ایجاد میدان‌هایی کنترل شده برای تخلیه هیجانات متراکم شده ساکنان شهری (به تفکیک نیازهای گروه‌های اجتماعی) می‌تواند با ایجاد تعلق بیشتر به شهر، احساس رضایت بیشتری از زندگی در آن به افراد بخشد.

۲. بخشی از جاذبه زندگی در کلان شهرها (که در مواردی هویت و برند ویژه‌ای به آنها می‌بخشد) فاصله کم فعالیت و حیات اجتماعی و ارتباطی در ساعات روز و شب است. هویت فراغت‌ی شهرها، که با تحولات معاصر در شهرنشینی به طور فزاینده‌ای فرهنگ شهری بر اساس آن تعریف می‌شود، طلب‌کننده هیجان و حیات بیشتری در زندگی شبانه آن است. شهرهای بزرگ در ایران با پایان یافتن ساعات کار اداری و تعطیلی صنوف و کسبه شهری و تقریباً با تاریک شدن هوا تغییر آهنگی سریع را تجربه می‌کنند و مناطق مرکزی شهر (که فعالیت‌های تجاری، اقتصادی و اداری در آن تمرکز یافته است) به سرعت جمعیت خود را از دست می‌دهد. طبیعی است که ملاحظات ارزشی و فرهنگی در جامعه ایران امکانی را برای الگو برداری از فعالیت‌های خرده فرهنگی و ترویج سبک زندگی غربی باقی نمی‌گذارد، و از این رو احیاء زندگی شبانه در شهر تهران می‌تواند با اولویت قرار دادن فراغت خانوادگی و با ایجاد و یا فعال ساختن فضاهای سالم و تفریحی در مناطق مختلف شهر (بویژه مناطق مرکزی تر) تجربه‌ای متفاوت و کاملاً منطبق با ارزش‌های دینی و فرهنگی کشور باشد. ایجاد فرصت‌ها و خدمات فراغت‌ی شبانه در شهر بهتر است به شیوه‌ای هدایت شود که گروه‌های درآمدی و نیز فرهنگی مختلف امکان استفاده از آن را بیابند و کنارگذاری‌های اجتماعی را پدید نیاورد. زندگی شبانه در شهر، هویت زندگی شهری را ارتقاء می‌بخشد و

علاوه بر آن بواسطه ایجاد احساس تعلق بیشتر به شهر، احساس سرزندگی و لذت بیشتری را به ساکنان شهرهای بزرگ می بخشد.

۳. علیرغم روند رو به رشد زنانه شدن فضاهای شهری و افزایش حضور و مشارکت فضایی زنان، با اینحال همچنان نابرابری ها و کنارگذاری های فضایی، استفاده از فضاهای عمومی بخصوص برای فراغت و سرگرمی را با محدودیت ها و مضیقه هایی همراه می سازد و طیفی از زنان شهری (چه با انتخاب شخصی و چه بواسطه نبودن شرایط مساعد) استفاده محدودتر و کنترل شده تری از فضاهای فراغتی دارند. فضاهای تفکیک شده فراغتی (مانند بوستان های زنانه در شهر) فرصت حداقلی را برای فراغت زنان با اعتماد به نفس و مشکلات ارتباطی ایجاد می کند، با اینحال ایجاد حس آرامش، پیش بینی پذیری، دریافت حمایت قانونی و رسمی و حق به شهر داشتن گروه هایی مانند زنان نیاز به مداخله های فضایی (نور، رنگ آمیزی، امن تر ساختن خیابان)، ایجاد میدان هایی برای تخلیه هیجانات عاطفی (به تعبیر کالینز انرژی عاطفی (emotional energy) معقول، مکان یابی و زمان یابی مناسب برنامه های تفریحی و فراغتی (مثلا در فرهنگسراها)، در نظر گرفتن نیازها، سلیقه ها و سبک زندگی گروه های مختلف و تصحیح رویه های فرهنگی، اجتماعی و بازنمایانه بیشتر دارد.

د) احیا و ترمیم سرمایه اجتماعی. در بخش مرور مطالعات تجربی در ایران شواهدی را از ارتباط شادی و مفاهیم مرتبط با آن با سرمایه اجتماعی نشان دادیم. توجه به سرمایه اجتماعی بعنوان حلقه ای مفقوده برای تبیین شادی سابقه چندانی ندارد و هنوز ضرورت مطالعه سیستماتیکی در این حوزه وجود دارد. ترکیبی از مشکلات ساختاری، نهادین و ارزشی می تواند افول سرمایه های اجتماعی در ایران و تاثیر مخرب آن بر فرهنگ شادی را توضیح دهد. اگرچه ترمیم ذخیره سرمایه اجتماعی همانند شکل گیری آن فرآیندی طولانی است و سیاست اجتماعی و فرهنگی تنها بر بخش هایی از آن تاثیر گذار است، با اینحال توجه و حساسیت به مولفه های تقویت کننده سرمایه اجتماعی می تواند زمینه هایی را برای هدایت و ایجاد زیر ساخت ها و تسهیلات عمومی فراهم سازد.

۱. اهمیت معاشرت پذیری. در فضای بیگانه کننده اقتصاد و فرهنگ شهری مدرن، معاشرت پذیری صورتی اصیل و ارزشمند از تعامل به شمار می رود که آشکارا از عرصه

مصرف و مبادلات و ملاحظات حاکم بر آن فاصله دارد. شاید تنها در اینگونه معاشرت پذیری هاست که هیچ هدف متعالی تری مد نظر نیست و خود فی نفسه هدف است. بنا بر این نوعی تعامل خالص است که لذت افراد در آن همیشه مشروط به لذت دیگران است. در فرهنگ عمومی ما معاشرت پذیری بعنوان یک صفتی فردی و اجتماعی ارزشمند مطرح است که با توصیه های فرهنگی سنتی و دینی مورد تاکید قرار می گیرد. معاشرت پذیری در تاریخ فرهنگی ایران همیشه شاخصی برای قضاوت در باره اعتبار، مردم داری، مدارای اجتماعی، تواضع و احترام و جایگاه اجتماعی افراد بوده است. توصیه های اخلاقی و دستوری زیادی را در خصوص کدهای معاشرت پذیری در متون تاریخی، دینی و ادبی می توان جست که در مجموع اهمیت آن را بعنوان سرمایه ای انسانی و البته فرهنگی نشان می دهد.

مهم ترین خطری که معاشرت پذیری های امروزی را تهدید می کند غلبه نگرش های ابزاری در ارتباطات افراد و رقابت جویی های مادی است. چنانکه پیشتر اشاره شد، لازم است طراحی های فضای عمومی شهری به گونه ای هدایت شود تا برای استفاده های چند گانه کارآمد و جاذب گردد و افراد بهانه های دیگری برای حضور و بهره برداری از آن، جز انجام کارهای شخصی و دریافت خدمات، داشته باشند و مثلاً راغب شوند بیشتر و با نگرانی کمتر با هم تعامل داشته باشند. میادین شهری ما در خدمت حرکت ماشین هاست. پیاده روها امکان رفت و آمد سهل و بی دغدغه را به بسیاری از افراد نمی دهد. پیاده بودن و حرکت غیر سواره منزلت چندان ندارد و اساساً امکان زیادی هم برای آن حداقل در تهران نیست. فضاهای جدیدتر فراغتی و یا مصرفی (تجاری) نیز حتی با منطق کسب سود و جلب مشتری هنوز پاسخگوی بسیاری از نیازهای اجتماعی فراغتی آنها نیستند. بودن و لذت بردن از شهر تحت الشعاع اولویت ها و ملاحظات دیگر است. از این رو استراتژی مدیران شهری در سطوح مختلف (محله، منطقه و شهر) باید بر ایجاد تعلق بیشتر شهروندان به محل زندگی خویش باشد. اگر بتوان تلقی غالب از شهرها بزرگ را از فضایی صرفاً مناسب برای کسب و کار، رقابت و مصرف به میدانی برای آرامش و احساس تعلق تغییر داد، بستر مناسبی برای رشد نگاهی غیر ابزاری و درونی به شادی فراهم می گردد و شادی مصرفی، فردی و

حسابگرانه جای خود را به لذت و رضایت درونی و عمیق شهروندانی مسئول می بخشد. نگاه اجتماعی و فرهنگی در طراحی شهرها و جاذب و امن تر ساختن فضاهای عمومی (مثلا با استفاده کارناوالی از میداين بزرگ شهری در مناسبت های مختلف، پیاده راه سازی بیشتر، زیبا سازی ها، نورپردازی ها) در تعدیل فرهنگی مادی و رقابت جویانه شهری و یا حداقل همزیستی این فرهنگ با نیازهای و احساسات غیر ابزاری موثر خواهد بود.

۲. حوزه عمومی و فرهنگ عامه پسند. در جامعه امروز فرهنگ عامه پسند عنصری مهم در تولید شادی فردی و اجتماعی است. شادی های خود جوش و عموماپیش بینی نشده ای که در مناسبت هایی چون موفقیت های ورزشی و یاسیاسی (مانند انتخابات سال ۹۲) بروز می یابد و جوانان را به تخلیه هیجانات آنی خود وامی دارد، از سویی بیانگر ظرفیت عظیم فرهنگ عامه پسند مدرن است که با وساطت رسانه ها بسیار قدرتمند تر نیز می گردد و از سوی دیگر بیانگر عطش و نیاز شدید مخاطبان جوان ایرانی به میدان هایی برای تخلیه هیجانات و خود ابرازی آنهاست. شادی نهادینه شده و فراگیر در هر جامعه نسبت مستقیمی با ظرفیت های فرهنگ مردم پسند دارد. در سال های پس از انقلاب نشانه هایی از نگرانی از رشد این فرهنگ، میل به در کنترل داشتن آن و نیز هدایت و همسو ساختن آن با فرهنگ رسمی و از مجاری رسمی، مشاهده شده است. عدم بهره برداری از این ظرفیت ها ضمن ایجاد تنگنا برای رشد و به رسمیت شناسی گونه های موجه فرهنگ مردم پسند، عرصه عمومی را کسل کننده و کم طراوت می سازد.

اگر حوزه عمومی تنها در خدمت بازار، اقتصاد، رفت و آمد سواره و آهنگ سریع و پر شتاب زندگی شهری باشد، در آنصورت بیشتر میدانی برای نمایش، تفاخر و تظاهر خواهد بود و معاشرت پذیری ها به دایره کوچک محفل خانوادگی تنزل خواهد یافت. تنزل معاشرت پذیری ها به حلقه های کوچک خانوادگی و گروه های دوستانه کوچک نیز کمک چندانی به افزایش سرمایه های اجتماعی و ارتقاء کیفیت زندگی نمی کند. بنابراین چرخه مدرنیته شهری، با پارادوکس های بومی و غیر بومی آن، به کیفیت معاشرت پذیری های ناب ما لطمه زده است. اگر حوزه عمومی فرصت های کافی، متنوع و جاذب را برای نمایش، ابراز و مصرف فرهنگ عامه پسند فراهم نسازد (مثلا در عرصه هایی چون ورزش،

موسیقی و مانند آن) در آنصورت جستجوهای فردی تر، مصرفی تر و کنترل نشده شادی جایگزین خواهد شد. اقبال فرزیده نسل جوان ایرانی به فضای مجازی و سرگرمی‌های دیجیتال نشانه‌ای از این نقصان است. رسانه‌ای شدن و مجازی شدن، روابط اجتماعی ما را نیز تحت الشعاع قرار داده و آن را کمتر به فضاهای عینی و میدان‌های واقعی حوزه عمومی پیوند می‌زند. باید نگران تغییر در ذائقه‌های سرخوشی جویانه ایرانی‌ها و بویژه شهرنشینان بود. حوزه عمومی شهرهای بزرگ ما به سرعت در استعمار منطق بازار و سودآوری بخش خصوصی قرار گرفته‌اند. نتیجه این فشردگی و کوچک شدن میدان‌های در دسترس برای حضور و همدلی و گفتگو، گاه‌کندن و دور شدن بیشتر مردم از آن و ترسیم خط مرزی قاطع بین خانه و خیابان و به شکلی خصوصی شدن فرهنگ خواهد بود. کندن و یا دل‌کندن از عرصه عمومی و خصوصی کردن فرهنگ، تقویت‌کننده بی‌اعتمادی است. بخش مهمی از ظرفیت معاشرت‌پذیری‌ها در خصلت مرئی بودن و تغییر در هندسه روابط اجتماعی است و از این جهت هر زمینه‌ای که به پنهان‌ماندن (خانگی شدن و یا زیرزمینی شدن) آن بیانجامد نگران‌کننده است.

ه) سیاست فرهنگ و مدیریت سبک زندگی

شادی بعنوان مسئله‌ای اجتماعی و بر ساختی اجتماعی، از گفتمانها، بازنمایی‌ها و آنچه آن را سیاست فرهنگی می‌توان خواند تاثیر می‌پذیرد. روشن است که در آنچه فرهنگ شادی یک جامعه خوانده می‌شود، زمینه‌های تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و وضعیتی متنوعی دخیلند و از همین رو اگر ضرورت هدایت‌گری، تسهیل و ایجاد زمینه‌های مروج شادی اهمیت یابد، در آنصورت حوزه‌های فوق به شکلی دخیل می‌گردند. در دستیابی به فرهنگ مطلوب نمی‌توان به سان مسایل اجتماعی عینی تر (بزه، مسکن، آلودگی و مانند آن) اتکای زیادی به مداخله‌های بیرونی و اصطلاحاً مهندسی فرهنگی دل‌بست و تجویزهای ارایه شده در این گزارش نیز، جز در ایجاد تسهیلات زیرساختی و فضایی و ایجاد فرصت‌های برابر، با نیت توصیه به مداخله مستقیم و هدایت‌ساز و کار و جوه معنایی و محتوایی آن نیست. با این حال سیاست فرهنگی می‌تواند لوازم و زمینه‌های مناسب برای ایجاد فرصت‌های مقبول

و مورد انتظار جامعه را تا حدودی مهیا ساخته و با رفع برخی موانع بیرونی و تدارک برخی قالب ها، ساختارها و نهادهای ضروری، در مسیر ارتقاء آن بکوشد.

رویکرد تجویز شده ما برای این منظور بصورت غالب در ذیل اقتصاد فرهنگی جای میگیرد. بر این اساس به همان نسبت که رفتارها و متن های فعالیت اقتصادی را مقولاتی فرهنگی نیز در نظر می گیریم، شادی را هم به مثابه رفتاری فرهنگی، واجد آثاری اقتصادی می دانیم. در همان حال تلاقی اقتصاد و فرهنگ برخاسته از صورت های اجتماعی مانند شیوه های بازتمایی، مدیریتی و کنترل هیجانات اجتماعی، فرهنگی سیاسی و سیاست فرهنگ می باشند. با ملاحظات فوق و با دستمایه قرار دادن رویکرد مطالعات فرهنگی، توصیه های ما در بخش فرهنگ و سبک زندگی به شرح زیر است:

۱. ترویج گفتمان شادی. تحولات جامعه ایران در دوره معاصر و بویژه پس از انقلاب اسلامی ناگزیر گفتمان و فرهنگ سیاسی را با زندگی روزمره مردم پیوند بیشتری زده است. روشن است که در وجه مثبت حساسیت پذیری و رشد فرهنگ سیاسی می تواند در خدمت توسعه اجتماعی و سیاسی قرار گیرد. با اینحال سیاست زدگی و همه جا حاضر بودن سیاست در بسیاری از عرصه های زندگی اجتماعی ایرانیان نتیجه ای جز فرسایش سرمایه های اجتماعی و ایجاد تنش و التهاب در جامعه را بدنبال ندارد. ثبات و آرامش سیاسی شرط ضروری برای نشاط اجتماعی است. تجربه کشورهای غربی در سیاست گذاری برای توسعه اجتماعی و آنچه پیشتر ارتقاء کیفیت زندگی خوانده می شد، نشان دهنده تاکید فزاینده بر پنانسیل های جامعه مدنی و تعادل بخشی به هیجانات اجتماعی و به طور مشخص سیاست گذاری برای شادی است و از همین روست که از سال های دهه ۱۹۸۰ میلادی به بعد تدریجا جایگزینی شادی برای سنجش پیشرفت و منزلت کشورها به جای شاخص های اقتصادی توسعه (مانند تولید ناخالص ملی) دستور کار مهمی در بسیاری از دولت های رفاه غربی گردید. به نظر می رسد معطوف ساختن گفتمان های رسمی به مقولاتی که پیوند نزدیک تر و بی واسطه تری با زندگی روزمره و کیفیت آن دارد، بتواند انرژی عاطفی ایرانیان به هنر زندگی را بیشتر سازد. تاکید بر اهمیت محیط زیست و سهم و بهره و مسئولیتی که در قبال آن داریم (بویژه با توجه به بحران جدی زیست محیطی در ایران)، رواج گفتمان مصرف مسئولانه، ترویج گفتمان

ورزش و سلامت، اهمیت بخشیدن بیشتر به گفتمان نועدوستی، گذشت و فضایل مدنی (به شیوه‌هایی غیر نمایشی و غیردستوری) از جمله توصیه‌هایی است که رسانه‌های مطبوعاتی و بویژه تلویزیون در ترسیم و تجویز آن نقش به‌سزایی دارند. بدیهی است این بازنمایی نمی‌بایست نمایشی، آمرانه (غیر گفتگویی)، همیشه مستقیم و البته مقطعی باشد و در تولید و هدایت آن لازم است نویسندگان، مجریان، هنرمندان و افراد متخصص، خلاق و مقبول جامعه به کار گرفته شوند. ایجاد ساز و کار و یا نهادی محوری و مرکزی در یک سازمان دولتی (مثلاً وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور و یا سازمان صدا و سیما) برای کاربردی ساختن نتایج دانش و مطالعات علمی موجود در حوزه شادی و ارایه دستاوردها و نوآوری‌هایی به سیاست‌گذاران، مدیران، برنامه‌سازان و طیف‌های مختلف افراد درگیر در تصحیح گفتمان‌های و رویه‌های ناکارآمد و انتخاب مسیرهای بهتر و مورد وفاق بسیار موثر است. متنوع ساختن گفتمان‌های عمومی از معجاری رسمی، می‌تواند شکاف‌های اجتماعی را کاهش دهد و اراده و مجال بیشتری به مردم برای اندیشیدن به زندگی فراهم سازد.

۲. احیای فرهنگ قناعت. رنج‌های ذهنی که بسیاری از ایرانیان طبقه متوسط و با حداقل رفاه و بخصوص ساکنان شهرهای بزرگ با آن دست به‌گریبانند، به درجاتی زیادی پیامد مستقیمی از سبک زندگی جدید شکل گرفته در فرهنگ آنهاست. اقتصاد مصرفی کلان شهرها به سرعت تعادل زندگی افرادی که با ارزش‌های مادی گرایانه انس و ارتباط بیشتری دارند را برهم زده است به نظر می‌رسد بازگشتی مجدد به ارزش‌های فرامادی که در فرهنگی سنتی ایرانی از آن به "قانع بودن" یاد می‌شد ضروری است. قانع بودن چیزی جز مصرف مسئولانه، غیر کاذب (در چهارچوب نیازهای واقعی افراد) و متناسب با مقدرات و ظرفیت اقتصادی جامعه نیست. بدیهی است قناعت بعنوان یک ارزش و یک استراتژی رفتاری توأماً سطوح خرد (افراد) نهادین و کلان جامعه را خطاب می‌کند و توجه به آن با دور کردن اذهان فردی و سازمانی از مسابقه فردی و یا اقتدار کاذب، فرصتی برای تاکید مجدد بر ارزش‌های زندگی، تعادل و روابط اجتماعی سالم فراهم می‌سازد. توجه به آنچه در سیاست‌های اجتماعی و شهری از آن به توسعه پایدار یاد می‌شود گواهی بر اهمیت این ارزش است.

در چرخشی تاریخی و فرهنگی به نظر می رسد فضای مفهومی قناعت بویژه در میان نسل های جوانتر جامعه بتدریج از ارزشی ایده ال که اخلاقی، عملی و منطبق با زندگی روزمره است، به ارزشی غیر ضروری و کم اهمیت تغییر یافته است. بر اساس نتایج پیمایش هایی از جوانان کشور "قناعت داشتن و کم توقع بودن" بعنوان ارزش هایی استراتژیک در زندگی جوانان اولویتی کمتر از استرژئی های رقابت جویانه و فردی آنها داشته است. قانع بودن در اینجا نه صرفا به معنای مصطلح امروزی آن که کم مصرف کردن و اهل ریخت و پاش نبودن اشاره دارد، می باشد بلکه فراتر از آن جستجوی لذت و شادی واقعی و درونی را معنا می دهد که با تغییر در چشم انداز و نگرش انسان ها پیوند می یابد. چنانکه اشاره شد توجه به تعادل در مصرف صرفا سیاستی فردی نیست. برای فراگیر شدن اخلاق مسئولیت اجتماعی و فاصله گرفتن از فرهنگ مصرفی، نهادهای اجتماعی الگوهای راهنمای اصلی خواهند بود. احساس مسئولیت، مراقبت و استفاده بهینه این نهادها نسبت به سرمایه های عمومی (مثلا شهری) متقابلا در مواجهه و ارزش گذاری مردم نسبت به مصرف در زندگی خصوصی خود تاثیر گذار است. قناعت ورزی اصلاحی جدی در سبک زندگی و فراگیر شدن این تفکر را طلب می کند که شادی واقعی برآمده از درون و در پاسخگویی به وجدان و روح انسانی است. به نظر ما توصیه های برآمده از اندیشه هایی چون روانشناسی مثبت گرای غربی در تلقی از معنای خوشبختی و شادکامی، بواسطه کالا تلقی کردن شادی و بالتبع آن اختیار کردن رویکردی منفعت گرایانه و اقتصادی، با چالش جدی مواجه است. به بیان ساده روانشناسی مثبت گرا در امتداد ارزش های مادی گرایانه و اقتصاد بازار است.

۳. تدارک میدان های تخلیه انرژی های هیجانی. در بخش های قبلی اهمیت تدارک میدان هایی برای خود ابرازی و هیجان خواهی مطرح شد. اگر بپذیریم که شادی در هر فرهنگ و در هر زمان واحد تجلی های متنوعی به خود می گیرد (افراد مختلف به شیوه های مختلف خود را شاد می یابند و استراتژی های متنوعی را برای آن جستجو می کنند)، ذات این تنوع ماهیتی سیاسی به آن می بخشد. نقش و آثار بروز شادی (شادی ها) در نظام ارزشی جامعه اسلامی ایران و تفسیرهای متنوع موجود از شادی، شادی کردن و شیوه دستیابی به شادی یا نشاط، بیانگر ماهیت سیاسی آن است. گفتمان ها، تجویزها و رفتارهای رسمی از شادی

آنچنانکه مثلاً در محیط کار، مدارس و در مناسبت‌های رسمی دنبال می‌شود، در مواردی با تفسیرهای عامه‌پسند از آن تفاوت چشمگیر دارد. تلقی از برخی برنامه‌های شادی در حوزه‌های رسمی و نهادین، را یا الهام از فوکو، با مفهوم دولتی/حکومتی کردن، می‌توان توضیح داد. حکومتی کردن شادی ممکن است تداعی‌کننده الزام آور بودن و مهندسی کردن هیجانی تلقی شود که افراد آن را ارزشی فردی می‌دانند. شادی اجباری همچنین تحمیل‌کننده استرس است. به طور کلی تحمیل هیجاناتی مانند شادی تولید مقاومت می‌کند. البته این تجربه در همه نظام‌های سیاسی به شکلی مطرح است. روانشناسی مثبت‌گرا خود می‌تواند مروج شادی اجباری در نظام سرمایه‌داری متاخر باشد. نگاه کنید به Bruckner, ۲۰۰۱, Binkley, ۱۹۹۷). (فاصله گرفتن از نگاه صرفاً دولتی به جشن‌ها و اعیاد مذهبی و ملی و سپردن بیشتر آنها به مردم، فاصله گرفتن از نگاه صرفاً مناسبتی به شادی و نگاه فراگیر به آن، تحمل بیشتر در تعریف محدوده‌ها و میدان‌های مجاز بروز شادی و به رسمیت شناخته‌شده‌های بیشتر در نمایش و بروز آن، تصحیح برخی بازنمایی‌های از شادی‌های که در فضایی خرده‌فرهنگی و گاه به شیوه‌ای خودجوش امکان بروز می‌بایند و تهدیدی علیه ارزش‌های جامعه و حقوق مردم تلقی نمی‌شود، از جمله سیاست‌های موثر در این بخش خواهد بود. مداخله حداکثری در فرهنگ عامه‌پسند با زیرزمینی کردن غیر ضروری برخی صورت‌های تعامل فردی و اجتماعی و متورم ساختن تعریف عرصه‌های جرم فرهنگی، فاصله بین فرهنگ رسمی و غیررسمی را افزایش می‌دهد (ذکایی، ۱۳۹۱). فربه ساختن فرهنگ عامه‌پسند در کنار زمینه‌ها و فرصت‌های فرهنگی سنتی و آیینی (ملی و دینی) و به کارگیری ظرفیت‌های ارتباطی آن به کاهش فاصله فرهنگ رسمی و دولتی از شادی می‌انجامد. به همان سان سخت‌گیری و انضباط حداکثری و بی‌اعتمادی به این فرهنگ مروج تنگنای نقش، کاهش شفافیت در روابط اجتماعی و تحمیل‌کننده استرس، ناامنی و پیش‌بینی ناپذیری در روابط اجتماعی است.

منابع

- اقلیما، مصطفی، ابراهیم نجف‌آبادی (۱۳۹۰) بررسی تاثیر میزان سرمایه فرهنگی در میزان احساس شادی زنان جوان (۱۵-۲۴ ساله) در شهر اصفهان، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- اکبرپوران، سپیده (۱۳۹۱) گفتمان شادی در مدارس متوسطه دخترانه تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران
- ایسپا (۱۳۹۲) بررسی نظرات مردم ایران در خصوص آسیب‌های اجتماعی شهر تهران
- باصری، احمد (۱۳۸۹) نقش توسعه شادی و نشاط در افزایش روحیه حماسی، فصلنامه روان‌شناسی نظامی، سال اول، شماره دوم
- پاتنام، ر. و دیگران (۱۳۸۴) سرمایه اجتماعی، اعتماد، دمکراسی و توسعه. ترجمه افشین خاکباز و حسین پویان، تهران: نشر شیراز
- دینی ترکمانی، علی (۱۳۸۶) تبیین افول سرمایه اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳
- چلبی، مسعود و موسوی، سید محسن (۱۳۸۸) بررسی جامعه‌شناختی عوامل موثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره نهم، شماره ۱ و ۲
- خاقانی، میترا (۱۳۹۰) بررسی نقش خشونت علیه زنان، جامعه‌پذیری جنسیتی

و سرمایه‌های اجتماعی در پیش‌بینی سلامت روان گروهی از زنان شهر تهران،
مطالعات زنان، سال نهم، شماره ۲

ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۳) جوان، شهر و زندگی روزمره، تهران: تیسرا

ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۲) فراغت، مصرف و جامعه: گفتارهایی انتقادی، تهران تیسرا

ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۱) سبک‌های فراغتی جوانان؛ تهران: تیسرا

ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۰) جرم‌شناسی فرهنگی و مسئله جوانان، مجله جامعه

شناسی ایران، دوره ۱۳، شماره ۱ و ۲، صص ۵۸-۸۳

ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۷) جوانان و گروه‌های مرجع، شورای عالی انقلاب فرهنگی

ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۴) پیمایش ملی ارزشها و نگرش‌های جوانان ایران،

معاونت پژوهشی سازمان ملی جوانان، دفتر مطالعات و تحقیقات

ربانی، رسول؛ ربانی، علی؛ عابدی، محمدرضا و گنجی، محمد (۱۳۸۶) فرهنگ و

شادی: رویکردی نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان،

فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۳، شماره ۸

ربانی، رسول؛ کریمی‌زاده اردکانی، سمیه؛ نظری، جواد و رضایی‌امین‌لویی، حسین (۱۳۸۸)

تبیین نشاط در بین اقوام و رابطه آن با هویت جمعی، جامعه‌شناسی، سال اول، شماره چهارم.

ربانی، علی؛ ربانی، رسول و گنجی، محمد (۱۳۹۰) رویکردی جامعه‌شناختی به احساس

شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان، مسائل اجتماعی ایران، سال دوم، شماره ۱،

تابستان ۱۳۹۰

زارع شاه‌آبادی، اکبر؛ ترکان، رحمت‌الله و حیدری، محمود (۱۳۹۱) بررسی رابطه

بین رضایت شغلی و نشاط اجتماعی در دبیران مقطع متوسط شهر جیرفت، جامعه‌شناسی

کاربردی، سال بیست و سوم، شماره پیاپی (۲۸)، شماره چهارم.

زاهدی، محمد جواد؛ شیانی‌ملیحه و علی‌پور، پروین (۱۳۹۰) رابطه سرمایه اجتماعی با

رفاه اجتماعی، سال نهم شماره ۳۲

زکی، محمد علی و خشوعی مریم السادات (۱۳۹۲)، سلامت اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین شهروندان شهر اصفهان، مطالعات جامعه‌شناختی شهری، سال سوم، شماره هشتم. صص ۷۹-۱۰۸

سعادت، رحمان (۱۳۸۷) بر آورد سرمایه اجتماعی در ایران با استفاده از روش فازی. تحقیقات اقتصادی، دوره ۴۳، شماره ۸۳.

شجاعی، فاطمه؛ ابراهیمی، سید میثم؛ پارسا یکن، زهره و نیکبخت نصرآبادی، علی‌رضا (۱۳۹۱) بررسی وضعیت شادمانی به عنوان یکی از شاخص‌های سلامت روان در دانشجویان پرستاری. پژوهش پرستاری، دوره ۷، شماره ۲۴

ظاهر نشاط دوست، حمید؛ کلانتری، مهرداد؛ مهرابی، حسینعلی، پالاهنگ، حسن؛ نوری، نرگس السادات و سلطانی، ایرج (۱۳۸۸) تعیین عوامل موثر بر شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره پیاپی (۳۳) شماره ۱، بهار ۱۳۸۸

علی‌پور، احمدعلی؛ نور بالا، احمدعلی (۱۳۸۷) بررسی مقدماتی پیاپی و روایی شادکامی آکسفورد در دانشجویان دانشگاه‌های تهران. مجله روانپزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران (اندیشه و رفتار) تابستان و پاییز ۱۳۸۷؛ شماره پیاپی (۱۸-۱۷) صص ۶۵-۵۵

فرجی، طوبی؛ خادمیان، طلیعه (۱۳۹۲) بررسی نقش رضایت از زندگی بر میزان نشاط اجتماعی، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال چهارم، شماره دهم، تابستان ۱۳۹۲
کُرمی نوری، رضا؛ مکرری، آذرخش؛ محمدی‌فر، محمد و یزدانی، اسماعیل (۱۳۸۱) مطالعه عوامل موثر بر احساس شادی و بهزیستی در دانشجویان دانشگاه تهران، مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی، سال سی و دوم، شماره ۱

کوهستانی، نفیسه، (۱۳۹۰) شادی و دینداری، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی

کیان‌پور، مسعود (۱۳۸۵) بررسی ارتباط بین کیفیت زندگی و احساسات اجتماعی در شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی (گرایش جامعه‌شناسی)

شناسی)، دانشگاه اصفهان

معیدفر، سعید (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی معاصر در ایران، تهران: ویستا موسوی، سید محسن (۱۳۹۲) شادمانی: رویکردهای نظری و یافته‌های تجربی، تهران: تیسرا نصرالله زاده، محمد جواد (۱۳۹۰) بررسی و تبیین عوامل موثر بر نشاط اجتماعی و ارایه سازوکارهای افزایش نشاط، طرح پژوهشی انجام شده در وزات کشور (مطالعات راهبردی)

هادی‌نژاد، حسن؛ زارعی، فاطمه (۱۳۸۸) پایایی، اعتبار و هنجاریابی پرسشنامه شادکامی آکسفورد، پژوهش‌های روان‌شناختی تابستات ۱۳۸۸، ۱۲؛ (۱-۲) پایایی (۲۳) ص ۶۲-۷۷ هزارجریبی، جعفر و آستین افشان، پروانه (۱۳۸۸) بررسی عوامل موثر نشاط اجتماعی (با تاکید بر استان تهران)، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره پیاپی (۳۳) شماره ۱، بهار ۱۳۸۸

هزارجریبی، جعفر و مهری، اسدالله (۱۳۹۱)، تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و سلامت روانی و اجتماعی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۹، صص ۸۸-۴۱ واعظ مهدوی، محمد رضا (۱۳۹۰) سنجش عدالت در شهر تهران، معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران

Barker, C. (2002) Making sense of cultural studies: central problems and critical debates, London: Sage

Blanchflower, D. G. and Oswald, A. J. (2008) Is well-being U-shaped over the life cycle, Social Science and Medicine, 66, 1733-1749

Bono, E. (2006) A new religion? How to live your life positively through, London: Vermillion

Brudle, B. (2007) Happiness theories of the good life, Journal of Happiness Studies, 8: 15-49

- Bruni, L. (2006) A brief history of happiness, Oxford: Blackwell
- Bruni, L. and Porta, P. L. (2005) Economics and happiness: farming the analysis, Oxford: Oxford University Press
- Bruni, L. and Porta, P. L. (2007) Handbook on the economic of happiness, Cheltenham. Edward Elgar
- Bruni, L., Comim, F., and Pugno, M, (eds) (2008) Capabilities and happiness, Oxford: Oxford University Press
- Csikszentmihalyi, M. (1991) Flow: The psychology of optimal experience, New York: HarperCollins,
- Dolan, P., Peasgood, T. and Whiote, M. (2008) Do we really know what makes us happy? A review of economic literature on the factors associated with subjective well-being, Journal of Economic Psychology, 29, 94-122
- Easterlin, R. A. (2005) Building a better theory of well-being, in Bruni, L. and Porta, P. L. (2005) Economics and happiness: farming of the analysis, Oxford: Oxford University Press
- Edgington, C., DeGraaf, D., Jordan, D. J. & Edgington, S. (2006) *Leisure and Life Satisfaction: Foundational Perspectives*, New York: McGraw Hill.
- Foucault, M. (1991). 'Governmentality', trans. Rosi Braidotti and revised by Colin Gordon, in Graham Burchell, Colin Gordon and Peter Miller (eds) The Foucault Effect: Studies in Governmentality, pp. 87–104. Chicago, IL: University of Chicago Press
- Frey, B. S. & Stutzer, A. (2000) Happiness, economics and institutions, The Economic Journal, 110 (Oct.): 918-938
- Frijters, P. and Beaton, T. (2012) The mystery of the U-shaped relationship between happiness and age, Journal of Economic Behaviour &

Organization, 82, 525-542

Graham, C. and Felton, A. (2006) Inequality and happiness: insights from Latin America, *Journal of Economic Inequality*, 4 (1) 107-122.

Helliwell, J. F. & Putman, R. (2004) The social context of well being, *Philosophical Transactions of the Royal society, London*, 359. 1435-1446

Helliwell, J. f. (2006) well-being, social capital and public policy: What's new, *Economic Journal*, 116, C34-C35

Keyes, C.L.M (2004) *Complete Mental Health: an agenda for the 21 century*, Washington

Kinslow, F. (2008) *Dancing at your desk: a metaphysical guide to job happiness*, Colorado: Fredrick Maloway Publishing

Kousha, M & Mohseni, N (2000) Are Iranians happy? *Social Indicator Research*, 52

Leung, A., Kier, C., Fung, L. and Sproule, S. (2013) Searching for happiness: the importance of social capital, in A. Delle Fave (ed) *The explanation of happiness: present and future perspectives*, New York: Springer

Nodding, N. (2003) *Happiness and education*, Cambridge, Cambridge University Press

Ono, H. and Schultz, Lee, K. (2010) *The social institutional bases of happiness: an international comparison*

Seligman, M. (2004) *Authentic happiness: using the new psychology to realize your potential for lasting fulfillment*, New York: Simon & Shuster

Seligman, M (2006) *Learned optimism: How to change your mind and your life*, New York: Simon & Shuster

Stoddard, A. (2004) *Choosing happiness: keys to a joyful life*, Harper

Collins e-book

Thomas, C. (2001) *Coping with freedom: reflections on the ephemeral happiness*, translated by A. Secara, New York: Algora Publishing

Zevnik, I. (2010) Towards a new perspective in cultural studies: emotional and spiritual problems and happiness in contemporary Western societies. *Int. Journal of Cultural Studies*, Vol. 13 (4): 1-18

Zokaei, M. S. (1998) *Social structure and altruistic values: an empirical study in present day Iran*, PhD Dissertation, University of Sheffield