

نشاط اجتماعی و زمینه‌های شکل‌گیری آن از منظر سیاستگذاران فرهنگی

<https://sociology.tabrizu.ac.ir>

شناسه دیجیتال: DOI:10.22034/JEDS.2023.53629.1681

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۱۲/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۰۸

بیژن زارع^{۱*}

علیرضا کریمی^۲

انسی حمیدی^۳

چکیده

با توجه به نگاه فرهنگ محور به نشاط اجتماعی در رویکردهای نوین و نقش تعیین کننده آن در سلامت فرد و جامعه و در نهایت فرایند توسعه، پژوهش حاضر به تحلیل و تبیین نشاط اجتماعی از دیدگاه سیاستگذاران عرصه فرهنگ می‌پردازد. در این مطالعه بر مبنای نظریات شودر و آرلی هوقشیلد نشاط اجتماعی به عنوان یک برساخت فرهنگی و طبق نظر وینهون به مثابه یک کنش اجتماعی تلقی گردید. رویکرد این پژوهش کیفی بوده و از روش تحلیل تماتیک (مضمونی) بهره گرفته شده است. میدان پژوهش شامل سازمان‌ها و نهادهای سیاستگذار در حوزه نشاط می‌باشند که از بین آنها ۶ سازمان به صورت هدفمند و از هر سازمان ۲ نفر جهت مصاحبه انتخاب شدند. روش جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با معیار اشباع نظری می‌باشد. بر مبنای یافته‌های پژوهش، نشاط و شادکامی مفهومی روانی - اجتماعی است که لازم است در تعریف‌های فردی مورد بررسی قرار گیرد که البته بخش قابل توجهی از درک و شرح آن به فهم شرایط اجتماعی، محیطی و فرهنگی مربوط می‌شود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد جهان زیست سیاستگذاران و زمینه فرهنگی و باورهای آنها به وضوح منجر به تجربه ابعاد خاصی از معنا و متعاقباً تجربه محیط‌های خاصی در مسیر دستیابی به نشاط اجتماعی می‌شود. بعد از انقلاب اسلامی بخش قابل توجهی از آیین‌های جمعی بر آیین‌های دینی متمرکز شد؛ لذا سیاستگذاران بر این باورند که دین باوری عمیق و قلبی در نهایت منجر به فراغ خاطر، آرامش درونی و نشاط پایدار در بین تجربه کنندگان می‌شود. سیاستگذاران فرهنگی کشور مهمترین زمینه‌های شکل‌گیری نشاط اجتماعی را شامل رضایت شغلی، سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی، سبک زندگی، عوامل شخصیتی، خانوادگی، اقتصادی، آموزشی و کیفیت زندگی می‌دانند.

واژگان کلیدی: شادی و نشاط، نشاط اجتماعی، سیاستگذاری، رضایتمندی، آیین‌های دینی

۱. استاد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)

Zare@Khu.ac.ir

۲. استادیار جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران، alireza.karimi@khu.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری سیاستگذاری فرهنگی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی تهران، هیات علمی (مربی)

encihamidi@pnu.ac.ir

گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور،

مقدمه و بیان مسئله

بشر همواره تلاش کرده است تا درد، رنج، غم، شادی و لذت را بشناسد و آن را تفسیر و معنا کند. شادی برای او نه تنها نوعی تجربه زندگی بلکه ابژه شناخت بوده است. واقعیت این است که تجربه شادی، اندیشه‌ورزی شادی را موجب می‌شود. لذا پرسش‌های شادی چیست؟ از کجا می‌آید و چگونه می‌توان شاد زیست و جامعه‌ای شاد داشت؟ از نخستین دغدغه‌های زندگی بشر از بدو تاریخ تاکنون بوده است (فاضلی، ۱۳۹۶: ۳۵). شادی و نشاط به عنوان یکی از احساسات ریشه‌ای مثبت و یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری انسان، نقش تعیین کننده‌ای در سلامت فرد و جامعه داشته و از آنجا که شادی همواره با خرسندی، خوش‌بینی، امید و اعتماد همراه است، می‌تواند نقش تسریع‌کننده‌ای در فرایند توسعه جامعه داشته باشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۰). زمانی که مردم جامعه‌ای از نشاط اجتماعی برخوردار باشند، وفاق، همبستگی، تعلق اجتماعی، تعاملات اجتماعی مطلوب، رضایت از زندگی و همچنین سلامت روانی و اجتماعی افراد افزایش پیدا کرده و طبیعی است که به موازات آن، آسیب‌های اجتماعی کاهش یافته و انگیزه برای کار و تلاش افزایش می‌یابد. چنین جامعه‌ای مسیر پیشرفت و ترقی را به نحو مطلوبی طی خواهد کرد (نوری حکمت، ۱۳۹۲: ۲). بر همین مبنا، از سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد، در نگاه سازمان ملل متحد برای تعیین سطح توسعه‌یافتگی کشورها متغیرهای نشاط یا شادکامی، امید به آینده، خشنودی و رضایت‌مندی افراد جامعه نیز به عنوان یک متغیر کلیدی وارد محاسبات شده است (داینر^۱، ۱۹۹۷، ۱۹۹۳).

امروزه نشاط اجتماعی از دو جنبه بسیار مهم به عنوان یک مسئله اجتماعی و رفاهی قابل تأمل است و آن دو عبارتند از: اول، تأکید نظریه‌های نوین توسعه بر نقش نیروی انسانی سالم در توسعه و دوم، تغییر در تعریف سلامت و چرخش از تعاریف سلبی به سمت تعاریف ایجابی (هزارجریبی و صفری‌شالی، ۱۳۹۱: ۳۶). بنابراین، شادی اگر چه برداشت و تلقی یا احساس خوب افراد از زندگی است، اما این احساس فردی بیشتر برساخته اجتماعی - فرهنگی است تا برساخته روانی، زیستی، عاطفی و فردی (فاضلی، ۱۳۹۶: ۳۳). در نتیجه، امروز نشاط اجتماعی هدف همه سیاستگذاری‌های اجتماعی می‌باشد. در همین راستا، در ایران نیز بند «ب» ماده ۹۷ برنامه چهارم توسعه صراحتاً دولت را مکلف کرده است تا نسبت به تهیه طرح جامعی برای بسط و گسترش روحیه نشاط و شادابی در جامعه اقدام نماید (گلابی و اخشی، ۱۳۹۴: ۱۴۰).

رتبه ایران در پیمایش‌های مرتبط با نشاط اجتماعی وضعیت مناسبی ندارد. طبق گزارش بین‌المللی (۲۰۰۶) در بین ۹۵ کشور مورد مطالعه، ایران دارای رتبه ۵۱ بوده است و طبق پیمایش ارزش‌های اینگلهارت^۲، جایگاه ایران از بین ۶۹ کشور در رده ۶۱ تعیین شد (چلبی و موسوی،

1. Diener

2. Inglehart Values Survey

۱۳۸۷: ۴۹). بر اساس گزارش نشاط سازمان ملل متحد (۲۰۱۶)، ايران بين کشورهاي با چهار رده نشاط (رده بالا، بالاتر از ميانگين، پايين‌تر از ميانگين و رده پايين) در دسته کشورهاي «پايين‌تر از ميانگين» قرار دارد. همچنين، بر اساس اين گزارش، نمره نشاط در ايران نسبت به دوره ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۶ کاهشي بوده است (هليلول^۱ و همکاران، ۲۰۱۶).

علاوه بر جايگاه پايين کشور ايران در رتبه‌بندي‌هاي بين‌المللي، پيچيدگي‌هاي زندگي اجتماعي فعلي به خصوص در جامعه هنجارمند و ارزش مدارانه ايران فهم و رويارويي با مسئله را دشوارتر مي‌کند، زيرا در ايران با بسياري از رفتارهاي شادمانه مواجهه دوگانه مي‌شود يعني آنها را هم مثبت و هم منفي تلقي مي‌کنند. در واقع، ما ترکيبي از احکام سنتي زندگي و ويژگي‌هاي زندگي غربي را در حيات شخصي و جمعي تجربه مي‌کنيم. از يك سو نشاط مي‌خواهيم و از سويي متعصب بر حفظ ارزش‌هاي سنتي و محلي خويش هستيم (عنبري، ۱۳۹۱: ۷). با توجه به نقش سياستگذاران و برنامه‌ريزان فرهنگي- اجتماعي در تعريف نشاط و جهت دادن به برنامه‌هاي توسعه در اين حوزه و ابهامي که در اين موضوع وجود دارد، لذا هدف محوري اين پژوهش ناظر بر شناخت چيستي نشاط اجتماعي از ديده‌گاه سياستگذاران مي‌باشد.

سوالات پژوهش

- نشاط اجتماعي از نگاه سياستگذاران چگونه معنا و تعريف مي‌شود؟

- زمينه‌هاي اجتماعي- فرهنگي شكل‌گيري و تقويت نشاط اجتماعي از نگاه سياستگذاران کدامند؟

ملاحظات نظري

به تعبير شودر^۲، تجربه هر فرد از شادي ذاتاً فرهنگ ساخته است و شاد بودن يعني درياييم که چه چيزهايي از نظر فرهنگي خوب تجويز شده است. هر فرد حس خود از زندگي را در چارچوبي از يك نظام فرهنگي و جامعه به دست مي‌آورد و محيط، گروه، نوع و شيوه ارتباطات فرد نقش تعيين کننده‌اي در تلقي او از زندگي دارد. فرهنگ‌هاي مختلف حدود و مرزهاي متفاوتي دارند و در درون هر فرهنگي معيارها و ارزش‌هاي مقبول با فرهنگ ديگري متفاوت است. شادي را اگر به معنای تلقي فرد از زندگي خوب بدانيم هم معنای زندگي، هم معنای خوب و هم معنای بودن همه از فرهنگ سرچشمه مي‌گيرند. البته شبکه معنایي فرهنگ که رويه‌ها و چگونگي احساس، اندیشه و عمل ما را تعيين مي‌کند معمولاً براي ما پنهان است. اين شبکه معنایي ما را براي فرصت‌ها و امکان‌هايي که مهيا ساخته و محدوديت‌هايي که تحميل مي‌نمايد، آماده مي‌کند. به ميزاني که فرهنگ يا شبکه معنایي به هم پيوسته و منسجم باشد و در افراد به خوبي دروني شده

1. Helliwell
2. Shuder

باشد، رویه‌ها و معناهای فرهنگی در ناخودآگاه افراد جای می‌گیرند و افراد آنها را بدون تردید و ابهام می‌پذیرند و تاثیر کاملاً نامرئی خود را بر تمام انتخاب‌ها، قضاوت‌ها و تصمیمات افراد می‌گذارند (فاضلی، ۱۳۹۶: ۳۸-۴۲).

«آرلی هوقشیلد^۱» با تاکید بر قواعد و هنجارهای فرهنگی در شکل‌دهی به احساسات به تحلیل و تبیین نشاط می‌پردازد. هوقشیلد احساس را همچون یک نیروی کنترل‌پذیر و قابل مدیریت در دست انسان جلوه می‌دهد که ماهیتی تعاملی دارد و بر اساس مناسب بودن یا نبودنش با موقعیت اجتماعی شکل می‌گیرد. نامناسب بودن یک احساس با موقعیت، عدم همخوانی آن با هنجارها و قواعد فرهنگی تعریف شده برای آن موقعیت است. برای انجام کار احساسی یا مدیریت احساس سرمشق‌ها یا الگوهایی از جانب جامعه به افراد دیکته می‌شود. هوقشیلد این الگوها را «قواعد احساسات^۲» می‌نامد که به افراد جامعه می‌گویند چگونه بر احساسات خود مدیریت داشته باشند. قواعد احساسات منبعث از هنجارهای فرهنگی هستند. بنابراین، تجربه احساسات یکسان در فرهنگ‌های مختلف نموده‌های متفاوتی دارند چون قواعد احساسات متفاوتی بر آنها حاکم است (هوقشیلد، ۱۹۷۹: ۵۵۸).

طبق نظر وینهوون^۳، شادی کردن به مثابه رفتار، ذاتاً کنش اجتماعی است زیرا احساس شادی در سطح فرد یا جامعه امری معنادار است و در افراد تنها بر اساس غریزه و به صورت خود به خودی انجام نمی‌گیرد. افراد یک گروه یا جامعه می‌توانند به نحو کم و بیش مشابه و معناداری ابراز شادی کنند و معنای آن را به خوبی فهم کنند. این شیوه ممکن است برای افراد گروه یا جامعه دیگر چندان معنادار نباشد. لذا شادی کردن و احساس شادی امری معنادار، قاعده مند و جمعی است که مانند دیگر پدیده‌های اجتماعی ریشه در فرهنگ دارد و فرهنگ هر جامعه‌ای چگونگی ابراز شادی را تعیین می‌کند (وینهوون، ۲۰۰۴: ۴۳۷-۵۶۷).

ترنر^۴ (۲۰۰۰) معتقد است که دو فرایند بنیادی سطح انگیزش عاطفی در انسانها را تعیین می‌کنند: انتظارات و کیفرها. انتظارات از منابع مختلفی از جمله هنجارها و ارزش‌ها، اقتدار و پایگاه نسبی افراد سرچشمه می‌گیرند، نیازی که در شرایط برانگیخته می‌شود، تراکم وابستگی‌های شبکه‌ای در بین افراد و دیگر نیروها. نیرو عاملی است که موجب شکل‌گیری واقعیت اجتماعی می‌شود. هنگامی که انتظارات ایجاد شده برآورده شوند یا برآورده نشوند عاطفه برانگیخته می‌شود. علاوه بر انتظارات، فرآیند کیفر دهی بر انگیزش عاطفی در موقعیتها اثر می‌گذارد. کیفرها می‌توانند مثبت یا منفی باشند (مقدس و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۸-۱۵۱).

1. Hochschild
2. The rules of emotions
3. Veenvhoven
4. Turner

از نظر ترنر، احساسات از طریق میزان همخوانی یا ناهمخوانی بین چیزی که فرد انتظار دارد و چیزی که فرد تجربه می‌کند، برانگیخته می‌شود. لذا هر چه تعداد انتظاراتی که تعریف فرد از یک موقعیت را شکل می‌دهند، بیشتر باشند اهمیت آنها در موقعیت بیشتر می‌شود در نتیجه پتانسیل برانگیختگی احساسی برای فرد و نمایش احساساتش به دیگران هم بیشتر می‌شود. بر این اساس، وقتی میزان ناهمخوانی بالا باشد برانگیختگی احساسی با شدت بیشتری رخ می‌دهد. انتظارات نه تنها روی رفتارهای خود انسان بلکه روی واکنش‌های وی به رفتار دیگران هم تاثیر می‌گذارد. از نظر ترنر، عواملی که روی شکل‌گیری انتظارات فرد تاثیر دارند عبارتند از: عوامل جمعیت‌شناختی (تعداد و ماهیت افرادی که فرد ممکن است در یک موقعیت با آنها روبه‌رو شود)، عوامل ساختاری (روابط بین مواضع پایگاهی، روابطی که می‌توانند در یک مواجهه به صورت ضمنی وجود داشته باشند)، عوامل فرهنگی (نمادهایی که برای مشارکت‌کنندگان در یک موقعیت، استانداردها و دستورالعمل‌های رفتاری فراهم می‌کنند) و عوامل مبادله‌ای (نیازهای بنیادینی که افراد در مواجهات خود می‌طلبند و انتظار دارند در طول کنش متقابل به آنها پاسخ داده شود) (ترنر، ۱۹۹۹: ۱۳۴-۱۳۶).

علاوه بر نظریه‌ها و رویکردهای مختلف، پژوهش‌های بسیار متفاوتی در این حوزه انجام شده که تا سال ۱۹۶۰ کل پژوهش‌های مربوط به شادمانی و مقوله‌های وابسته به آن از جمله رضایت، لذت و احساسات مثبت کم بوده است، اما از سال ۱۹۶۰ پژوهش‌های مربوط به شادمانی افزایش یافت و سازمان‌های مختلفی به بررسی شادمانی پرداختند (آرگایل^۱، ۲۰۰۱: ۸۱). در این پژوهش‌ها سه جهت‌گیری اساسی را می‌توان مشخص کرد: ۱- در برخی از آنها سنجش میزان شادمانی و تهیه ابزارهایی برای سنجش شادمانی هدف اصلی بوده است. وحیدا و همکاران (۱۳۹۳)، غفاری و شیرعلی (۱۳۹۵) ۲- در برخی پژوهش‌ها که بیشتر مورد توجه بوده، بررسی عوامل موثر بر شادمانی مدنظر قرار گرفته است فرزعلیان و همکاران (۱۳۹۸)، کلاتری و همکاران (۱۳۹۷)، ذهبی (۱۳۹۴) ۳- در گروهی شیوه‌های افزایش شادمانی ارزیابی شده‌اند. حیدری ساربان و یاری حصار (۱۳۹۶)، نوری حکمت (۱۳۹۲).

بنابراین، بیشتر پژوهش‌ها موضوعاتی چون عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی، ارزیابی میزان نشاط اجتماعی در شهرهای مختلف و پیامدهای آن در جامعه را مطالعه نموده‌اند. اکثر این پژوهش‌ها با روش کمی و سنجش چند متغیر انجام شده‌اند و عموماً با انتخاب یک رویکرد نظری و یا با نگاه چند بُعدی به نشاط اجتماعی پرداخته‌اند. با مرور پژوهش‌های انجام گرفته می‌توان مهمترین عوامل مرتبط و اثرگذار بر نشاط اجتماعی را به صورت زیر دسته‌بندی نمود:

- عوامل فردی: جنسیت، وضعیت تاهل، عزت نفس، ویژگی‌های شخصیتی

- سرمایه اجتماعی: اعتماد اجتماعی، شکوفایی اجتماعی، همبستگی اجتماعی و مقبولیت اجتماعی
- عوامل اقتصادی: شرایط اقتصادی، امکانات رفاهی، میزان ارضای نیازها
- عوامل اجتماعی و فرهنگی: عدالت اجتماعی، امنیت اجتماعی، سلامت اجتماعی و کیفیت محیط زیست
- سبک زندگی: نحوه گذران اوقات فراغت، ورزش، مطالعه، گردشگری
- باورهای دینی و مذهبی
- رضایت شغلی

پژوهش حاضر به روش کیفی و تحلیل تماتیک سعی دارد به بررسی چستی نشاط اجتماعی و زمینه‌های شکل‌گیری آن از دیدگاه سیاستگذاران و تصمیم‌گیران این حوزه بپردازد. این موضوع تا به حال مورد توجه پژوهش‌های پیشین نبوده است. سیاستگذاران حوزه نشاط در واقع سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های نشاط را با معنایی که از این مفهوم دارند تعریف کرده و جهت می‌دهند و لذا شناخت معنای نشاط اجتماعی و زمینه‌های شکل‌گیری آن از دیدگاه این گروه ضرورتی انکارناپذیر دارد. بنابراین، باید گفت که این مطالعه هم از نظر محتوایی، هم از نظر روشی و هم از لحاظ میدان پژوهش، موضوعی جدید و قابل توجه می‌باشد.

روش تحقیق

از آنجا که در این مطالعه به دنبال شناسایی و تفسیر الگوی معنایی نشاط اجتماعی از منظر سیاستگذاران حوزه فرهنگ هستیم؛ لذا این پژوهش با روش کیفی و به شیوه تحلیل تماتیک (مضمون) انجام گرفته است. میدان پژوهش، نهادها و سازمان‌های سیاستگذار در امر نشاط اجتماعی می‌باشند که به شیوه هدفمند شش سازمان شورای عالی انقلاب فرهنگی و سازمان صدا و سیما به عنوان سازمان‌های حکومتی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای فرهنگ عمومی و وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از بین سازمان‌های دولتی و سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران به عنوان یک سازمان غیر دولتی انتخاب شدند. در مرحله بعد، از هر سازمان دو نفر از مدیران ارشد یا مشاوران آنها که در تدوین سیاست‌ها نقش موثر داشتند برای مصاحبه انتخاب شدند. مصاحبه به شیوه مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته و مبتنی بر سوالات اصلی پژوهش صورت گرفت. با توجه به حساسیت موضوع و مبتنی بر درخواست مصاحبه‌شوندگان از ذکر نام و پست سازمانی آنها اجتناب می‌شود. در واقع، این موضوع پیش شرط مصاحبه‌شوندگان برای انجام مصاحبه بود. با توجه به جایگاه سازمانی مصاحبه‌شوندگان هماهنگی با آنها برای انجام مصاحبه از محدودیت‌های اصلی پژوهش بود و همزمانی پژوهش با دوران شیوع ویروس کرونا بر محدودیت‌های پژوهش افزود. این محدودیت‌ها سبب شد که انجام ۱۲ مصاحبه قریب به ۱۰ ماه به طول بینجامد. مشخصات عمومی مصاحبه‌شوندگان در جدول شماره ۱، ارائه شده است.

قابلیت اعتماد به سه شیوه باور پذیری، اطمینان پذیری و تأثیرپذیری مورد بررسی قرار گرفت. باور پذیری با میزان باور داشتن به یافته‌های تحقیق ارتباط دارد و از طریق حفظ و گسترش ارتباط با پاسخگویان جهت دستیابی به آنچه واقعا اعتقاد دارند و اینکه چگونه به آن عمل می‌کنند؛ ایجاد شده است. اطمینان پذیری از انتخاب صحیح مصاحبه شونده‌گان با توجه به شناخت محقق نسبت به فعالیت‌های مسئولین و اطمینان از حوزه‌های مدیریتی آنها حاصل گردید. در تأثیرپذیری پس از انجام مصاحبه‌ها، متن و مفاهیم مصاحبه‌های انجام شده در اختیار پاسخگویان قرار داده شد و پس از تأیید مصاحبه‌ها توسط پاسخگویان، مجدداً مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها در اختیار پاسخگویان قرار گرفت که با تأیید کلیه مفاهیم به دست آمده همراه بود.

جدول شماره ۱: مشخصات عمومی مشارکت‌کنندگان

ردیف	جنسیت	مدرک	سابقه شغلی	رشته تحصیلی	سن	نقش در سیاستگذاری
۱	مرد	کارشناسی ارشد	۱۰	جامعه‌شناسی	۳۷	مشاور
۲	مرد	دکتری	۲۱	روانشناسی اجتماعی	۵۶	سیاستگذار
۳	مرد	دکتری	۷	جامعه‌شناسی	۵۱	سیاستگذار
۴	زن	دکتری	۹	مدیریت رسانه	۴۹	مشاور
۵	مرد	کارشناسی ارشد	۱۴	مردم‌شناسی	۳۸	پژوهشگر و مشاور
۶	مرد	دکتری	۱۱	جمعیت‌شناسی	۴۶	پژوهشگر و مشور
۷	زن	کارشناسی ارشد	۶	روانشناسی عمومی	۳۹	مشاور
۸	زن	کارشناسی ارشد	۱۸	جامعه‌شناسی	۴۸	سیاستگذار
۹	مرد	دکتری	۱۴	جامعه‌شناسی	۵۶	سیاستگذار
۱۰	مرد	دکتری	۱۰	مدیریت فرهنگی	۴۷	سیاستگذار
۱۱	مرد	دکتری	۱۳	روانشناسی	۵۹	مشاور
۱۲	زن	کارشناسی ارشد	۱۱	جمعیت‌شناسی	۴۱	مشاور

روش تحلیل اطلاعات به روش ۶ مرحله‌ای براون و کلارک^۱ (۲۰۱۳) است. در طبقه‌بندی داده‌های مصاحبه‌ای ابتدا عبارات، توضیحات، جملات و اشاراتی که به نوعی حکایت از ارتباط معنایی با موضوع مورد پژوهش دارند، استخراج و سپس بر اساس مقوله‌های معنایی مشترک گروه‌بندی شدند و در نهایت بر اساس وجوه مشترک عبارات گروه‌بندی شده در هر کدام از مقولات، تم‌های مرتبط و سپس تم‌های اصلی و مرکزی شناسایی شدند.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که توافق جامعی بر سر تعریف و معنای نشاط در بین سیاستگذاران وجود ندارد. در واقع، سیاستگذاران نشاط را بیشتر با شاخص‌های آن تعریف می‌کنند

1. Brown and Clark

و این شاخص‌ها نیز عموماً مبتنی بر شاخص‌های دینی می‌باشد. علاوه بر این، از نگاه آنها نشاط و شادکامی مفهومی روانی-اجتماعی است که لازم است در تعریف‌های فردی مورد بررسی قرار گیرد و بخش قابل توجهی از درک و شرح آن هم به فهم شرایط اجتماعی افراد مربوط می‌باشد.

«به نظر من نشاط یک اتفاق درونی عمیق است که در تک تک افراد اجتماع باید رخ دهد و آن یک احساس رضایت و احساس آرامشی است که بنای یک شادی درونی و یک فرح قلبی را شامل می‌شود.»

«از نظر من به عنوان یک سیاستگذار، نشاط اجتماعی حالت روانی خوب و مثبتی است که فرد در جامعه دارد و با نبود رخوت و سستی، توان عبور از سختی‌ها، پویایی و مشارکت فعال در سطح جامعه تعریف می‌شود.»

طبق دیدگاه سیاستگذاران، شرکت در آیین‌های جمعی تأمین‌کننده اصلی نشاط و از مصادیق عمده آن در بین مردم محسوب می‌گردد. بعد از انقلاب اسلامی بخش قابل توجهی از آیین‌های جمعی متمرکز بر آیین‌های دینی شدند و بیشتر توجه سیاستگذاران از اوایل انقلاب و زمان تدوین متون سیاستی و اهداف نهادها و سازمان‌های فرهنگی تا به امروز معطوف به مراسم مذهبی و جشن‌های مربوط به اعیاد غدیر، قربان، فطر و از این قبیل مراسم بوده است. سیاستگذاران بر این باورند که شرکت در آیین‌ها و تجمعات مذهبی در نهایت منجر به فراغ خاطر، آرامش درونی و نشاط پایدار در بین تجربه‌کنندگان می‌شود. لذا غالب برنامه‌ها و سیاست‌هایی که از طرف نهادهای دولتی و حتی رسانه‌ها در جهت افزایش نشاط در جامعه مدیریت و برنامه‌ریزی می‌شوند بر مبنای همین زمینه فرهنگی تدوین شده و اولویت جشن‌ها و گردهمایی‌ها در قالب جشن‌های مذهبی و با نگاه ارزشی همراه بوده‌اند. با این تفاسیر مصادیق متنوع و متعدد از نشاط اجتماعی در جامعه فعلی ایران را نمی‌توان برشمرد و حتی بخش مهمی از جشن‌های ملی و باستانی شکل جمعی و گروهی خود را از دست داده و در نهایت محدود به جمع‌های خانوادگی و جمع‌های کوچک‌تر شده‌اند.

«شما وقتی در مراسم مذهبی حتی مراسم محرم و صفر و ماه رمضان شرکت می‌کنید به یک آرامش درونی و انبساط خاطر می‌رسید که در نهایت موجب معناداری زندگی می‌شود»

از گردهمایی‌های جمعی فعلی برگزاری کنسرت‌های متعدد در سالن‌ها و مراکز فرهنگی می‌باشد که البته محدود به تهران و چند کلان شهر دیگر است و در کشور عمومیت ندارد. برگزاری مسابقات ورزشی پرطرفدار، همچون فوتبال و کشتی، از دیگر محافلی است که افراد می‌توانند گرد هم آیند و ابراز شادمانی کنند که البته در این عرصه هم بخش قابل توجهی از جامعه یعنی بانوان بی‌بهره‌اند.

نکته قابل تامل ديگر در بين نظرات و ديده‌هاي تصميم‌سازان عرصه فرهنگ اين است که جامعه مدرن با ورود به عرصه تکنولوژي، شادي و نشاط را به حوزه‌هاي فردي کشانده است. در راستاي اين تغيير و تحولات بي‌توجهي به آيين‌هاي جمعي ايران باستان موجب تغيير شکل شادي و نشاط در جامعه شده است و نمونه بارز آن را مي‌توان در تغيير شکل و ماهيت و معنای مراسم چهارشنبه سوري به وضوح مشاهده کرد که آيين‌هاي گروهی باستانی جای خود را به شادي‌هاي فردي و رفتارهاي پر خطر در استفاده از مواد محترقه داده‌اند. اين موضوع در حوزه موسيقي هم قابل بحث است و عدم توجه به موسيقي‌هاي محلی که حرکات و رقص‌هاي آنان بازتاب معنای گسترده و فرهنگ غنی هر منطقه می‌باشد جای‌شان را به موسيقي‌هاي سطحی و بی‌محتوا داده‌اند.

«در يك خانواده چهار يا پنج نفره ما می‌بينيم متأسفانه زمان‌هاي خود را جدا از هم و در فضاهای شخصی سپري می‌کنند و کمتر حضور جمعي و حضور در کنار هم را تجربه می‌کنند و خیلی تشريك مساعي ندارند. حتی بروز هيچانات و پاسخ به هيچانات خیلی کمتر اتفاق می‌افتد. اين موارد جای نگرانی دارد و هم مسئولين و هم تک تک افراد جامعه باید به اين مسئله فکر کنند».

بر اساس ديده‌گاه سياستگذاران، مهمترين زمينه‌هاي شكل‌گيري نشاط اجتماعي را می‌توان در قالب زمينه‌هاي خانوادگی، شخصيتی، آموزشی، سرمايه اجتماعي - فرهنگي، اقتصادي - فناورانه، کيفيت زندگي، رضایت شغلي و سبک زندگي مقوله‌بندي نمود که در ادامه به تفکيک به بررسی هر تم و زیر تم‌هاي آن پرداخته می‌شود.

- زمينه خانوادگی

فقدان يا کاهش نشاط اجتماعي در يك جامعه به دو عامل اساسي بستگی دارد؛ يکی عوامل فردي-خانوادگی است و ديگري عوامل اجتماعي و محيطی. خانواده به عنوان اولين مکانی که فرزندان الگوهاي ارتباطی را فرا می‌گیرند و شخصيت فرد در دوره‌هاي اوليه و اصلي حيات در آنجا نقش می‌بندد، نقش کتمان‌ناپذيري در آموزش مهارت‌هاي زندگي داشته که همه‌گی به شکل مستقيم و غيرمستقيم بر نشاط موثرند. بر طبق مطالعه وينهون (۱۹۸۹) و داینر (۱۹۹۹)، ازدواج و طلاق و کيفيت روابط همسران بر شادمانی افراد موثر می‌باشد.

جدول شماره ۳: کدهای اوليه و تم‌هاي فرعي برای مقوله عوامل خانوادگی

تم اصلي	تم‌ها يا مضامين فرعي	مفهوم (کد اوليه)
عوامل خانوادگی	رضایت زناشویی	الگوهاي ارتباطی خانوادگی
		مقدس بودن ازدواج
		عشق ورزی
		ابراز وجود در روابط خانوادگی

تم اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
	انسجام خانواده	سبک منطقی در ازدواج
		معناداری در فرآیند زندگی
		انسجام خانواده
	عشق و دلبستگی در خانواده	فرزندپروری
		درک متقابل در زناشویی
		کیفیت روابط صمیمانه خانوادگی
	الگوهای ارتباطی خانوادگی	آموزش مهارت زندگی
		تعاملات همسایگی
	تعامل و سازگاری	افزایش سرزندگی و خوشحالی در محیط خانوادگی
		انتقال حس نشاط از محیط به محیط خانواده
		خوش خلقی اعضای خانواده در زندگی واقعی
		ارتباط با خانواده‌های پر نشاط و همفکر
		صرف وقت بیشتر با خانواده
		فراهم کردن تفریح و سرگرمی در محیط خانواده
		سازگاری زناشویی
دلبستگی همسری و فرزندی		

خانواده اولین نهادی است که یادگیری اجتماعی در آن اتفاق می‌افتد. در صورتی که فرزندان با الگوهای صحیح ارتباطی آشنا شوند، می‌توانند همکاری، مشارکت، اعتماد، ارتباط سالم، سازگاری و... را تمرین کنند که همه‌گی زمینه‌ساز ورود افراد به جامعه می‌باشد و موجب بسط سرمایه اجتماعی آنها شده که در نهایت به هدفداری و معناداری زندگی می‌انجامد.

«اساساً اولین جلوه‌گاه نشاط می‌تواند خانواده باشد، به این معنا که وقتی پدر و مادر خانواده در جایگاه واقعی‌شان قرار دارند و از نقش آفرینی‌شان لذت می‌برند، این لذت را می‌توانند به درستی به فرزندانشان هم منتقل کنند و اساساً این لذت، باعث شکل‌گیری امید به زندگی و آینده‌نگری می‌شود. دو فاکتوری که می‌تواند در تربیت نسل بعد کمک نماید.»

«الگوهای درست روابط خانوادگی، ارتباط با خانواده‌های شاد و مهمتر از آن میزان ارتباطات با دیگران، فراهم کردن زمینه‌های تفریح و سرگرمی توسط والدین در زندگی امروز که مشغله‌های زندگی فراوان شده می‌تواند نقش موثری در نشاط اجتماعی داشته باشد.»

«الگوی روابط بین همسران یعنی سازگاری و عشق و محبت بین آنها، رابطه محبت آمیز والدین با فرزندان و یادگیری مهارت‌های اجتماعی که در نهایت منجر به افزایش روابط اجتماعی می‌شوند همه‌گی زمینه‌های خانوادگی در مسیر رسیدن به نشاط هستند.»

- زمينه شخصيتي:

همان طور که در تعريف نشاط اشاره شد، اين امر پديده‌اي دو بعدي است که در یک سو فرد و ويژگي‌هاي شخصيتي اوست و در سوی ديگر محيط و اجتماع است. البته تبیین نشاط از اين بُعد بيشتر مورد توجه روانشناسان اجتماعي می‌باشد.

جدول شماره ۴: کدهای اوليه و تم‌های فرعی برای مقوله زمينه شخصيتي

تم اصلي	تم‌ها يا مضامين فرعی	مفهوم (کد اوليه)
زمينه شخصيتي	بهبزستي روانشناختي	سبک مقابله‌اي در مشکلات
		سبک هويت هنجاري
		بهبزستي روانشناختي
		استحکام رواني و روحي
	سلامت روان	پايبندی به ارزش‌هاي ديني و مذهبي
		ميزان اضطراب و استرس
	عوامل شناختي - رفتاري	ثبات شخصيتي در فرايند زندگي
		قدرشناس بودن در موقعيت‌ها
		اميد به آينده
	هدفمندی و معناداری زندگی	منبع کنترل از طريق عقلانيت
		اخلاق مداری در روابط
		شکرگزاری و توکل بر خداوند
		مثبت نگري واقعي
	نگرش و ذهنيت فردي	هويت جمعي
		خودکارآمدی و توانمندسازی فردي
		باورهاي فراشناختي

زمينه‌هاي شخصيتي مثبت سبب افزايش نشاط اجتماعي می‌شود. سياستگذاران و برنامه‌ريزان فرهنگي کشور، زمينه‌هايي نظير سلامت روان، عوامل شناختي و رفتاري، هدفمندی و معناداری زندگی، نوع نگرش و ذهنيت فردي در زندگی را مرتبط و موثر بر نشاط اجتماعي می‌دانند.

«به نظر من علاوه بر عوامل اجتماعي و محيطي ويژگي‌هاي شخصيتي افراد در ميزان نشاط آنها موثر است. مثلا برخورد مناسب و عقلائي و منطقي افراد با مشکلات، ميزان تحمل‌پذيري بالا، اعتقادات و باورهاي ديني عميق عواملی هستند که باعث می‌شوند افراد به آينده اميدواری بيشتری داشته باشند.»

«افرادی که عزت نفس پایین دارند، در ارتباطات و در کل زندگی اخلاق مدار نیستند، شخصیت ثابت و محکمی ندارند، نمی‌توانند مورد اعتماد عموم قرار بگیرند لذا در ایجاد روابط اجتماعی ناموفق هستند.»

– زمینه آموزشی

آموزش و یادگیری به عنوان اصلی‌ترین راه افزایش مهارت‌های فردی و اجتماعی و به عنوان پیش زمینه برای ارتقای سرمایه اجتماعی و فرهنگی می‌تواند نقش چشمگیری در نشاط اجتماعی افراد جامعه داشته باشد.

جدول شماره ۵: کدهای اولیه و تم‌های فرعی برای مقوله آموزشی

تم اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
زمینه آموزشی	خودکارآمدی تحصیلی	تحصیلات دانشگاهی
		کیفیت روابط تحصیلی
		هدفمندی از تحصیل و آموزش
		برنامه‌ی بلند مدت یادگیری
	هدفمندی تحصیلی	بهره‌وری علمی در زندگی و اجتماع
		انگیزه در تحصیل و ایده‌های کارآفرینی
	یادگیری مادام‌العمر	یادگیری مادام‌العمر
		آموزش مهارت و حرفه در جهت افزایش توانمندی
	جایگاه علم در جامعه	رضایت در انتخاب رشته
		جایگاه سوادآموزی در جامعه

افراد سیاستگذار معتقدند که عواملی چون خودکارآمدی تحصیلی، هدفمندی تحصیلی، یادگیری مادام‌العمر سبب بالا رفتن مهارت‌های شغلی و اجتماعی شده و در نهایت می‌تواند تغییراتی در پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد ایجاد کند که منجر به افزایش نشاط می‌گردد. توسعه اتفاق نمی‌افتد مگر در سایه وجود نیروی انسانی ماهر و با سواد. لذا بالا بردن جایگاه علم و سواد آموزی و در کل یادگیری و آموزش مهارت در تمام طول دوران حیات نقش سازنده‌ای در رضایت‌مندی افراد جامعه از زندگی دارد.

«به نظر من چه تحصیلات دانشگاهی و چه آموزش مهارت و حرفه می‌تواند در جهت توانمندسازی افراد موثر باشند چون در نهایت موجب پیدا کردن شغل و بهبود اوضاع اقتصادی شده و انبساط خاطر ایجاد می‌کند.»

«یادگیری باید در همه دوران زندگی ادامه یابد، چون به زندگی و فعالیت‌های انسان معنا می‌دهد، زندگی را هدفمند می‌کند البته جایگاه و کیفیت علم و دانش و سواد هم باید در جامعه بالا رود که افراد احساس اتلاف وقت نکنند و به آینده امیدوار باشند.»

– سرمایه اجتماعی – فرهنگی

سرمایه اجتماعی – فرهنگی به عنوان عاملی که نقش بی نظیری در توانایی افراد در برقراری ارتباطات اجتماعی و کیفیت زندگی دارد همیشه به شکلی ویژه مورد نظر اندیشمندان و محققان قرار گرفته است. تحقیقات محققانی چون الهه فرزعلیان و همکاران (۱۳۹۸)، عبدالحسین کلانتری و همکاران (۱۳۹۷)، علیرضا صنعت خواه و معصومه دادخواه فر (۱۳۹۳) تاییدی بر این ادعا می‌باشد.

جدول شماره ۶: کدهای اولیه و تم‌های فرعی برای مقوله سرمایه اجتماعی – فرهنگی

تم اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
سرمایه اجتماعی – فرهنگی	اعتماد و تعهد اجتماعی	خبرخواهی جمعی در بین مردم
		کارآمدی در نقش‌های اجتماعی
		حس تعلق و دلبستگی به جامعه
		پایبندی به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی
	تعاملات و سازگاری اجتماعی	افزایش مشارکت در محیط کار
		روابط و تعاملات دوستانه
		توانمندسازی شغلی و حرفه‌ای
		احترام متقابل در محیط کار و بین دوستان
	احساس مسئولیت	کسب مهارت اجتماعی در روابط
		مسئولیت‌پذیری در اجتماع
		مشارکت در امور سیاسی و اجتماعی
	سرمایه فرهنگی	رعایت حقوق شهروندی
		توجه به امر مطالعه
	امیدواری جمعی به آینده	سرزندگی در بطن جامعه
		حمایت جامعه از افراد
		برخورداری از هویت جمعی

از دیدگاه سیاستگذاران اگر افراد خود را جزئی از جامعه بدانند، به حال و آینده محیط اجتماعی خود اعتماد داشته باشند و در بطن جامعه احساس سرزندگی کنند، می‌توانند در امور جمعی مشارکت کنند، به حقوق دیگران احترام بگذارند و در نهایت به هویت فردی و اجتماعی خود معنا ببخشند.

«در بعد اجتماعی – فرهنگی تعاملات بین فردی در بین عموم مطرح می‌باشد. هرچه میزان اعتماد در جامعه بالاتر باشد میزان مشارکت افراد بالاتر می‌رود و البته عملکرد مسئولین

نقش عمده‌ای در ایجاد و گسترش اعتماد در جامعه دارد. وقتی شهروندان یک جامعه به مسئولان و دوستان و نزدیکان و همسایگان خود اعتماد دارند می‌توانند وارد جمع شوند و تعاملات خود را گسترش دهند و در نهایت به حقوق یکدیگر احترام می‌گذارند.»

«به نظر من میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی افراد جامعه مستقیماً در میزان نشاط اجتماعی آنان نقش دارد به همین دلیل وظیفه سیاستگذاران و دستگاه‌های مسئول در این حوزه است که نگاه ویژه به این بخش داشته باشند.»

– زمینه اقتصادی و فن آوری

نشاط علاوه بر اینکه پدیده‌ای روانشناختی و اجتماعی است، تحت تاثیر پدیده‌های اقتصادی نیز می‌باشد. مایرز (۲۰۰۰)، آرگایل (۱۹۹۹)، جاکوبسن و آلدانا (۲۰۰۱)، استرلین (۱۹۹۵ و ۲۰۰۱)، اسوالد (۱۹۹۷)، بر نقش عوامل اقتصادی و فناوری بر میزان شادمانی و نشاط تأکید دارند.

جدول شماره ۷: کدهای اولیه و تم‌های فرعی برای دو مقوله اقتصادی و فناورانه

تم‌های اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
زمینه اقتصادی	رضایت از وضعیت اقتصادی	شغل مورد علاقه
		رضایت درآمدی از کار
	توان خرید و رفع نیازها	دسترسی آسان به امکانات اولیه و اساسی زندگی
		دسترسی به امکانات رفاهی و بهداشتی
		میزان تورم و قدرت خرید
زمینه فناورانه	هدفمندی در شبکه‌های اجتماعی	بهره‌مندی از رسانه‌های جمعی
		هدفمندی در استفاده از شبکه اجتماعی
		برخورداری از هوش فضایی
	فرهنگ‌سازی در روابط رسانه‌ای	کنترل خودآگاهانه در محیط رسانه‌ای
		عدم تعدی اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی
		نیازسنجی پیش از استفاده از رسانه
	خود ابرازگری در محیط مجازی	خود ابرازگری واقعی از شخصیت
		کنترل در استفاده زمانی از رسانه‌ها
	اخلاقیات و آگاهی مجازی	روابط سالم و تقویت سرمایه اجتماعی در شبکه‌ها

سیاستگذاران عرصه فرهنگ بر این باورند که زمینه اقتصادی افراد نقش بسیار مهمی در وضعیت نشاط و شادکامی آنها دارد. شرایط بهتر اقتصادی موجب دسترسی بیشتر به امکانات رفاهی، تفریحی، بهداشتی و... می‌شود که در نهایت سبب بهبود نشاط و شادکامی می‌گردد. عکس قضیه هم صادق است یعنی میزان شادی و نشاط انسان‌ها دارای اهمیت ویژه‌ای در عملکردهای اقتصادی آنهاست.

«به عنوان مثال در حوزه اقتصادي اگر امکان اشتغال بيشتري فراهم شود و افراد متناسب با تخصص و تجربه و دانش و علايق خودشان شغل‌هايي را به دست بياورند و زمينه اشتغالشان فراهم شود و درآمدهايي را از لحاظ اقتصادي داشته باشند، اين‌ها موثر به نشاط اجتماعي است.»

«به نظر من اصلاً نمي‌توان نقش شرايط اقتصادي در نشاط اجتماعي را نادیده گرفت. چون افرايي که وضعيت مالي بهتري دارند دسترسي به امکانات رفاهي، تفريحي، معيشتي براي‌شان بيشتري است که قطعاً موجب رضاييت از زندگي و آرامش خاطر مي‌شود.»

«دنياي امروز و زندگي امروز با تكنولوجي و فناوري پيوند تنگاتنگ دارد. اما اگر ما براي استفاده از آن الگو، هدف، قاعده نداشته باشيم قطعاً آسیب‌زا مي‌باشد. استفاده از رسانه بايد در راستاي رفع نياز مخاطب باشد و مخاطب بايد کنترل، هدفمندی و اخلاق را در استفاده از شبكه‌هاي مجازي و رسانه‌ها مدنظر داشته باشد.»

– كيفيت زندگي

در بين ديده‌گاه‌ها و رويکردهاي مرتبط با نشاط و شادكامي نظريات مربوط به كيفيت زندگي با مبحث نشاط گره خورده‌اند لذا اين دو مقوله دو روي يك سکه‌اند (وين هوون، ۱۹۹۹: ۱۶۰) مطالعه ارزش‌هاي جهاني اينگلهارت (۲۰۰۰)، مهمترين پژوهش گسترده در تاييد رابطه بين كيفيت زندگي و شادكامي و نشاط مي‌باشد.

جدول شماره ۸: کدهاي اوليه و تم‌هاي فرعي براي مقوله كيفيت زندگي

تم اصلي	تم‌ها يا مضامين فرعي	مفهوم (کد اوليه)
كيفيت زندگي	كيفيت محل سکونت	رعایت اصول بنيادي ساختمان
		كيفيت مکان زندگي
		ارتباطات اثرگذار با همسايگان
	زندگي هدفمند و معنادار	حس مسئوليت‌پذيري به اطرافيان
		داشتن زندگي پر معنا
		خنده و شاد بودن در موقعيت‌هاي مختلف
	نيازهاي زندگي	ميزان رضاييت از خدمات‌رساني در جامعه
		شکوفايي استعدادها
		افزايش اعتماد به نفس
	لذت از زندگي	بهبود روحيه در کار جمعي
		انجام دادن کارهاي روزانه با علاقه بيشتري
		لذت بردن از زندگي
		دسترسي به امکانات رفاهي بيشتري
	ذهنيت مثبت به زندگي	ذهنيت مثبت نسبت به آينده
		عدالت در امکانات رفاهي

از نظر سیاستگذاران، زمانی که شهروندان یک جامعه از نظر نیازهای اولیه و اصلی، نیازهای روحی و روانی و در نهایت نیازهای ثانویه تامین باشند زندگی در آن جامعه معنادار و هدفمند است و کیفیت زندگی در سطح مطلوب قرار می‌گیرد و همین موضوع سبب گسترش نشاط در جامعه می‌شود.

«تأمین نیازهای اساسی و اولیه مادی و مهمتر از همه مسکن در میزان نشاط اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. چه در روستا و چه شهر اندازه و مترائز خیلی کم ساختمان، کمبود تعداد اتاق، نور ناکافی ساختمان، موقعیت جغرافیایی، دوری زیاد و یا نزدیکی زیاد همسایه‌ها و نحوه ارتباط آنها همه در کاهش کیفیت زندگی و رضایت مردم و نشاط آنها اثرگذار است.»

«اگر افراد احساس کنند که در جامعه و به خصوص در توزیع امکانات رفاهی عدالت وجود دارد، احساس امیدواری در آنها بیشتر می‌شود، به جامعه و آینده خوش‌بین‌تر می‌شوند، بیشتر به سمت کار گروهی و جمعی می‌روند، زندگی برای‌شان معنادار می‌شود، حس مسئولیت‌پذیری آنها افزایش می‌یابد که همه اینها در نهایت موجب بالا رفتن کیفیت زندگی و شادمانی می‌شود.»

– رضایت شغلی

تحقیقات پیشین همچون مطالعه اکبر زارع شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۱) همراه با دیدگاه سیاستگذاران مورد مطالعه در پژوهش حاضر حاکی از آن است که رضایت شغلی شاخص مهمی در نشاط است. شغل به عنوان مقوله‌ای که فرد بخش قابل توجهی از ساعات روزانه و در کل طول عمر خود را در آن سپری می‌کند تأثیر بی‌بدیلی در نشاط افراد دارد.

جدول شماره ۹: کدهای اولیه و تم‌های فرعی برای مقوله رضایت شغلی

تم اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
رضایت شغلی	شغل مورد علاقه	رضایت از شغل فعلی
		رضایت از محیط کار
		افزایش پشتکار و حفظ نشاط در محیط کاری
		رضایت از موقعیت شغلی
		لذت بردن از کارهای قبلی
	ارتقاء مهارت و توانایی	توانایی حل مسائل و مشکلات کاری
		مسئولیت‌پذیری در محیط کار
		ارتقاء توان سازگاری با محیط کاری و محیط دوستانه
		پیشرفت و ارتقا در شغل
		رضایت از رابطه بین همکاران
		انجام آسان کارها
	ارتباطات و مشارکت شغلی	احترام و اعتماد به همکاران
		همکاری موثر در محیط کار

شغل مورد علاقه، ارتقا مهارت‌ها و توانایی‌های مرتبط با آن و در نهایت ارتباطات و مشارکت‌های شغلی مهمترین تم‌های مرتبط با رضایت شغلی هستند که می‌توانند سبب ارتقاء نشاط در جامعه شوند.

«به نظر من کسانی که شغلشان را دوست دارند از محیط کارشان لذت می‌برند، مسئولیت پذیرند، در راستای پیشرفت شغلی خود می‌کوشند پس خلاق‌تر هستند و تلاش می‌کنند مهارت خود را بالا ببرند. قطعاً رضایت شغلی در رضایت از زندگی و لذت بردن از زندگی و در نهایت کیفیت زندگی موثر است.»

– سبک زندگی

سبک زندگی آمیختگی بی‌چون و چرایی با میزان نشاط اجتماعی دارد. تحلیل و تفسیر مصاحبه‌های صورت گرفته در این پژوهش همراه با پژوهش‌های مهدی مرتضایی (۱۳۹۵)، ریحانه تمیزی‌فر و خیام عزیزی‌مهر (۱۳۹۴) وجود این رابطه را تایید می‌کنند.

جدول شماره ۱۰: کدهای اولیه و تم‌های فرعی برای مقوله سبک زندگی

تم اصلی	تم‌ها یا مضامین فرعی	مفهوم (کد اولیه)
سبک زندگی	استفاده مفید از زمان	اوقات فراغت (مهمانی، بودن با خانواده، گوش دادن به موسیقی، رفتن به گردش و...)
		مدیریت بدن (ورزش‌های گروهی، تغذیه مناسب و...)
	نگرش عمیق به جای دید ظاهری	عدم مصرف تظاهری (پیروی کردن از مد، داشتن وسایل لوکس، خرید روز افزون وسایل آرایشی و بهداشتی و...)
	باورهای دینی	اعتقادات مذهبی عمیق و شرکت در مراسم و آیین‌ها
	تمایل به مطالعه و آگاهی	استفاده از ابزارهای فرهنگی (مطالعه کتاب، شرکت در مراسمات فرهنگی، شرکت در کلاس‌های هنری و...)
		داشتن تمایلات خوشایند نسبت به زندگی و رضایت از رفتار در زندگی شخصی

سیاستگذاران مصاحبه شونده استفاده مفید از زمان، نگرش عمیق به مسائل زندگی به جای دید ظاهری، تمایل به مطالعه و آگاهی، اعتقاد قلبی به باورهای دینی و شرکت در مراسم و آیین‌های مذهبی را از زمینه‌های شکل‌گیری نشاط می‌دانند که می‌توان آنها را در مقوله سبک زندگی کانالیزه کرد. سبک زندگی می‌تواند به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر نشاط و شادکامی اثرگذار باشد.

«قطعاً کسانی که برای اوقات فراغت خود برنامه دارند مثل ورزش کردن، رفتن به تئاتر و سینما، مطالعه، سفر و... سرزندگی بیشتری دارند و بیشتر از لذت زندگی لذت می‌برند.»

«افراد معناگرا و کسانی که اعتقادات قلبی و عمیق نسبت به دین دارند و در مناسک و مراسم مذهبی شرکت می‌کنند نگرش عمقی و معنادار به زندگی پیدا کرده و دنبال ظواهر دنیایی، مد و شادی‌های زودگذر و فردی نیستند. این سبک زندگی در آرامش درونی و قلبی و رضایت از زندگی خیلی موثر است.»

زمینه‌های شکل‌گیری نشاط اجتماعی از دیدگاه سیاستگذاران مورد مصاحبه در این پژوهش که در بخش‌های قبلی در ارتباط با این زمینه‌ها و مضامین فرعی و کدهای اولیه آنها بحث شده را می‌توان به صورت شکل شماره ۱، نمایش داد.



شکل شماره ۱: مدل نشاط اجتماعی از نگاه سیاستگذاران فرهنگی

بحث و نتیجه گیری

در دیدگاه شودر و آرلی هوقشیلد نشاط اجتماعی یک برساخت فرهنگی در نظر گرفته شده است که نتایج این مطالعه صحت این ادعا را تایید می‌کند چرا که جهان زیست سیاستگذاران و زمینه فرهنگی و باورهای آنها به وضوح منجر به تجربه ابعاد خاصی از معنا و متعاقباً تجربه محیط‌های خاصی در مسیر دستیابی به نشاط اجتماعی می‌شود. نتایج این پژوهش الگوی خاص خود را می‌نمایاند. می‌توان سنخ نشاط اجتماعی مدنظر مسئولان ارشد و سیاستگذاران اصلی فرهنگی را با زمینه فرهنگی و سرمایه فرهنگی آنان مرتبط دانست. لذا این بستر و زمینه خاص، معنای خاصی را می‌سازد و جهان خاصی را نمایان می‌کند، یعنی انسان‌ها طبق قواعد خاص زمینه‌ای که در آن رشد کرده‌اند، کنشگری می‌کنند و اعمال خاصی را انجام می‌دهند. زمینه فرهنگی عام‌تر از سرمایه فرهنگی است، از این جهت که علاوه بر سرمایه، داشته‌های دانشی و آگاهی، احساسات، تجارب، نیازها و... و کیفیت آنها را نیز در بر می‌گیرد و حالت الگوواره دارد. مطابق با نظر وینهون که نشاط را کنش اجتماعی تفسیر می‌کند، یافته‌های پژوهش نشان داد ویژگی‌هایی که

پدیده مورد مطالعه را قابلیت ارزیابی داده و آن را در دسترس می‌کند و باعث می‌شود افراد در آن احساس نشاط کنند، ایجاد حس تعلق به جامعه می‌باشد که در نهایت امکان معناداری در محیط اجتماعی را تقویت می‌کند و در این زمان با احساس دعوت‌شدگی بیشتر عاملیت و نقش آفرینی فردی و اجتماعی، نشاط اجتماعی را تجربه می‌کنند.

سیاستگذاران اغلب برای ترجیحات مرتبط با نشاط اجتماعی در ابتدا دلیل‌سازگاری با اصول و موازین مذهبی را ذکر کرده‌اند، دلایلی چون: جهان‌بینی اسلامی، ایدئولوژی نظام حاکم و به راحتی ارتباط برقرار کردن با آن و حس همذات‌پنداری را مد نظر دارند. بنابراین فقدان شناخت و عدم استفاده مناسب از سبک‌های مختلف ایجاد نشاط اجتماعی، موسیقی‌ها و ورزش‌های همگانی ملل و موسیقی‌های فاخر و نشاط آفرین، نیز خود می‌تواند نمایی از ضعف زمینه فرهنگی نشاط اجتماعی در ایران باشد. از طرفی چون که موسیقی و رقص، شادی‌های دسته جمعی و حضور زنان و مردان در کنار هم در عرصه‌های نشاط آفرین غیرقانونی است مصادیق زیاد و متنوعی از نشاط اجتماعی در جامعه فعلی نمی‌توان برشمرد.

مهمترین راهکار برای افزایش نشاط در جامعه تمرکز زدایی دولتی و کاهش نقش دولت در مدیریت و تصمیم‌گیری مستقیم در این حوزه می‌باشد. چرا که نشاط یک امر فرهنگی و نمادین است و تجربه‌های مختلف نشان داده که دخالت دولت‌ها در امور فرهنگی به شکل گسترده و دستوری با مقاومت‌ها و مخالفت‌هایی از سوی جامعه روبه‌رو می‌شود و سیاست‌ها در این حوزه به نتایج مطلوب نمی‌رسند. توصیه اصلی به سیاستگذاران حوزه امر فرهنگی و به خصوص نشاط این است که برای تعریف بهتر و جزئی‌تر از نشاط و افزایش تنوع در مصادیق آن شناخت دقیق‌تری از ذائقه و سلیقه مردم و خواست جامعه حاصل گردد چرا که بر کسی پوشیده نیست که تدوین و اجرای هر سیاستی بدون شناخت نیاز و سلیقه مخاطب محکوم به شکست خواهد بود. نقش سیاستگذاران بهتر است به شکل غیرمستقیم در جهت افزایش و بهبود شاخص‌ها و مولفه‌های مرتبط با نشاط باشد به عنوان مثال توجه به بهداشت روانی افراد از طریق آموزش ارتباطات خانوادگی صحیح و کارآمد و تقویت ارتباطات اجتماعی، رشد و شکوفایی استعدادها و افزایش عزت نفس، پیشگیری از فشارهای روانی با آموزش کنترل خشم، توجه به فراغت و تفریح افراد، بهبود زیرساخت‌های تفریح و سرگرمی‌های سالم اجتماعی از جمله افزایش سرانه فضای سبز، ایجاد مجموعه‌های فرهنگی، ورزشی و سینماهای روباز در بوستان‌های شهر، فراهم ساختن شرایط و بستری برای بروز فعالیت‌های جمعی جوانان، توجه به جوانان و سپردن مسئولیت‌ها به این قشر از جامعه می‌تواند باعث تقویت خودپنداره مثبت و کاهش احساس بیگانگی اجتماعی در بین آنان شود و چنانچه فرد ارزیابی مثبتی از خود و توانایی‌ها و صفات و خصوصیات خود داشته باشد، می‌توان گفت این تفسیر مثبت، روح نشاط و شادی را در فرد تقویت کرده و به خانواده و اجتماع تسری خواهد داد. با توجه به جامعه چند

قومیتی ایران که در دل خود صدها آیین و سنت در زمینه‌های مختلف معیشتی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی و غیره دارند، تقویت هویت قومی با تدارک جشنواره غذای محلی، مسابقات محلی کشتی و ورزش‌های همگانی، جشنواره آیین‌های محلی، تقویت و توجه به موسیقی‌های محلی به شدت توصیه می‌گردد. همچنین برگزاری جشنواره‌ها در اعیاد مختلف، تقویت شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های مروج نشاط اجتماعی، تشویق مردم به عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد، شادسازی فضای شهری و عرصه‌های عمومی، مشتمل بر ساختمان‌ها، خیابان‌ها و میداين و نمادهای شهری با نمادسازی، مجسمه‌سازی و طراحی و نقاشی‌های زیبا در دیوارهای شهر و پاک‌سازی آلودگی دیوارها مواردی هستند که جهت احیا و توجه به فرهنگ‌ها و سنت‌های قومی و محلی در ایران توصیه می‌شود.

منابع و مأخذ

- تمیزی فر، ریحانه و عزیزی مهر، خیام. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین اوقات فراغت و نشاط اجتماعی در شهر اصفهان، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، ۶، صص ۲۰۷-۲۳۲.
- چلبی، مسعود و موسوی، سید محسن. (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۹ (۱-۲)، صص ۳۴-۵۷.
- حیدری ساریان، وکیل و یاری حصار، ارسطو. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر در بهبود نشاط اجتماعی از دیدگاه روستاییان شهرستان اردبیل، مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، شماره ۲۵، صص ۴۱-۵۴.
- ذهبی، عاطفه. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر رابطه میان دینداری و سرمایه اجتماعی بر میزان نشاط اجتماعی در میان گردشگران مذهبی ایران، مجله اسلام و علوم اجتماعی، شماره ۱۴، صص ۷۷-۹۱.
- زارع شاه آبادی، اکبر و ترکان، رحمت الله و حیدری، محمود. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رضایت شغلی و نشاط اجتماعی در دبیران مقطع متوسطه شهر جیرفت، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۴، صص ۱۶۵-۱۸۸.
- شریف‌زاده، حکیمه‌السادات و میرمحمدتبار، سید احمد و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی در ایران، فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۴۰، صص ۱۵۹-۱۸۰.
- صنعت خواه، علیرضا و دادخواه فر، معصومه. (۱۳۹۴). بررسی نقش اعتماد، شبکه‌های اجتماعی و مشارکت و احساس شادمانی در دانشجویان مورد مطالعه دانشگاه آزاد اسلامی کرمان، مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۱۰۷-۱۲۴.
- عنبری، موسی. (۱۳۹۱). بررسی زمینه‌ها و راهکارهای ارتقای نشاط اجتماعی در ایران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، پاییز ۹۱، تهران.

غفاری، غلامرضا و شیرعلی، ابراهیم. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت نشاط اجتماعی در بین شهروندان و رابطه آن با احساس امنیت اجتماعی (نمونه موردی: جوانان ۱۸-۲۹ شهر تهران)، *فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی*، شماره ۴۵، ص ۳۳-۵۸.

فاضلی، نعمت‌الله. (۱۳۹۶). مولفه‌های فرهنگی - اجتماعی شادی، *فصلنامه راهبرد اجتماعی- فرهنگی*، سال ششم، شماره ۳۳، ص ۳۳-۷۳.

فرزعلیان، الهه و گنجی، محمد و نیازی، محسن. (۱۳۹۸). بررسی نقش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی در گرایش شهروندان به سبک زندگی نشاط محور، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۲، ص ۳۷۹-۴۱۰.

کلانتری، عبدالحسین و کشاورز، امراالله و مومنی، حسین. (۱۳۹۷). رابطه بین سرمایه اجتماعی و نشاط اجتماعی جوانان شهر دهلران، *پژوهشنامه مددکاری اجتماعی*، شماره ۱۰، ص ۴۱-۷۲.

گلایی، فاطمه و اخشی، نازیلا. (۱۳۹۴). مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی، *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*، شماره ۳، ص ۱۳۹-۱۶۰.

مرتضایی، مهدی. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین نشاط اجتماعی و سبک زندگی اسلامی در بین شهروندان شهر یزد، *پژوهش‌های علمی انسانی و اجتماعی دانشگاه یزد*.

مقدس، علی اصغر و قدرتی، شفیقه. (۱۳۹۰). بررسی نقادانه نظریه‌های جامعه‌شناسی عواطف جانانان ترنر، *تئودور کمپر و ادوارد لاور*، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم، شماره ۲۲، ص ۱۴۳-۱۶۶.

نوری حکمت، سمیه. (۱۳۹۲). راهکارهای ارتقای نشاط اجتماعی و نقش نهادها در استان کرمان، *دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کرمان*، اتاق فکر دانشگاه.

هزارجریبی، جعفر و صفری شالی، رضا. (۱۳۹۱). *آناتومی رفاه اجتماعی*، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ، چاپ اول.

وحیدآ، فریدون و دادهیر، بوعلی و فرنام، محمد. (۱۳۹۳). نشاط عمومی در زندگی اجتماعی - فرهنگی شهر، *مطالعاتی با رویکرد کیفیت اجتماعی در شهر اردبیل*، *مطالعات جامعه‌شناسی شهری*، سال چهارم، شماره ۱۱، ص ۱-۳۴.

Argyle, M & Lu, L. (2001). *The Psychology of Happiness*, London: Rutledge.

Argyle, M. (1999). Causes and correlates of happiness in, Kahneman, E. Diener & N, Schwarz (Eds). *Well-being, The foundations of hedonic psychology*, pp. 353 – 373

Diener, E. and Suh, E, M. (1997). "Measuring Quality of Life, Economic, social, And subjective Indicators", *Social Indicators Research*, 40pp 189-216.

- Diener, E. Suh, M. Lucas, R and Smith, H. L. (1999). Subjective Well-Being, *Three Decades of Progress, Psychological Bulletin*, 125(2) pp 276-302.
- Easterlin, R. A. (1995). Will raising the incomes of all increase the Happiness of all, *Journal of Economic Behavior and Organization* 27, pp 35- 48.
- Easterlin, R, A. (2001). Income and Happiness, towards a united theory, *The Economic Journal*, 111 pp 465-484.
- Eur. NL, RankReport. (2006). **Human Development Reports**, (WHD) World Database Of happiness.
- Helliwell, J & Layard, R & Sachs, J. (2016). **World Happiness Report**. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Hochschild, Arlie Russell. (1979). Emotion Work Feeling Rules and Social Structure, *American Journal of Sociology*, 85(3). Pp 75-551
- Inglehart, R. (2000). Modernization change, and the Persistence of Traditional values, *American Sociological Review*, Vol 65.
- Jacobson, BH & Aldond, SG. (2001). Relationship between Frequency of Aeroble Activity and Illness – Related Absenteelism in a large Employee *Sample Jocup Envlron Med*, 43 pp 1019-1025.
- Myers, D.G. (2000). The Funds, Friends, and Faith of Happy People, *American Psychologist*, pp55, 56, 57.
- Osvald, A. J. (1997). “Happiness and Economic Performance “. *The Economic Journal*, 107 pp1815-1831.
- Turner, Jonathan H. (1999). Toward A General Sociological Theory of Emotions, *Journal for the Social behaviour*, 29(2), pp133-62.
- Turner, Jonathan.H. (2000). On the Origins of Human Emotions, A *Sociological Inquiry into the Evolution of Human Affect*, USA: Stanford University Press.
- Veenhoven, R. (1989). How Harmful Is Happiness? Consequences of Enjoying life or not (*University press Rotterdam, Rotterdam/ The Hague*).
- Veenhoven. (1999). Quality-of-life in individualistic social. A comparison of ۴۳nations in the early 1990s, *Social indicators Research* 48 pp157-186.
- Veenhoven, Ruut. (2004). Hedonism and happiness, *Journal of Happiness Studies*, Springer, Vol4. No.