

# عوامل فرهنگی شادمانی اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان شهر اصفهان)

اصغر محمدی<sup>۱</sup>

علی سیف زاده<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۷

یکی از نیازهای اساسی انسان که می‌تواند در جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی زندگی او تأثیر داشته باشد، احساس شادمانی و نشاط است. پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر در احساس شادمانی در ساکنان شهر اصفهان پرداخته است. جامعه آماری پژوهش شامل جمعیت ۱۵ تا ۲۹ سال اصفهان است که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به تعداد ۶۰۰ نفر، با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای متناسب با حجم و سپس تصادفی اتفاقی انتخاب شد. چارچوب نظری شامل نظریات دورکم، بوردیو، سیلگمن و الیسون البته نظریه غالب بوردیو است. در محاسبه پایایی کل، مقادیر آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه و شاخص‌های پژوهش از مقدار ۰/۷ بیشتر است. نتایج تحقیق نشان داد میزان احساس شادمانی بیشتر نمونه آماری (۷۵/۵) متوسط بود و همچنین بین دین‌داری  $r=0/38$ ، سرمایه فرهنگی  $r=0/41$ ، برنامه‌های رسانه‌های جمعی  $r=0/47$  و امکانات تفریحی و رفاهی  $r=0/63$  همبستگی مثبت و متوسط وجود دارد و بین جنس، سن، تحصیلات، درآمد، شغل و احساس شادمانی نیز رابطه دیده می‌شود. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که ضرایب کلیه متغیرهای مستقل در مدل رگرسیونی برازش شده، در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار هستند ( $p < 0/05$ ) و چهار متغیر اصلی و مستقل تحقیق ۲۸/۹ درصد تغییرات شادمانی را تبیین نموده و بیشترین تأثیر نیز مربوط به متغیر مستقل دین‌داری و رسانه‌های جمعی بوده است.

**واژگان کلیدی:** شادمانی، سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه، امکانات رفاهی و تفریحی و جوانان

۱- استادیار، گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Asghar.mo.de@gmail.com

۲- دکترای جامعه‌شناسی، گرایش مسائل اجتماعی ایران، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

نشاط، یکی از خلقیات اساسی در زندگی می باشد که عبارت است از چگونگی داوری فرد درباره نحوه گذران زندگی. این نوع داوری متأثر از ادراکات شخصی فرد و تجربه احساسات و عواطف مثبت است که بر قضاوت و تصمیم گیری او اثر می گذارد. یکی از علل تأثیرگذار در برقراری اصول بهداشت روانی و خوشبختی است که بر فضای شناختی و رشد آن اثر می گذارد. نشاط یکی از ابعاد اصلی تجربه بوده و معمولاً در پی ایجاد پاسخ های مطلوب است که کارکرد مناسبی به جا می گذارد. (سلیگمن و دانر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۸)

نشاط در فرایند رابطه فرد با جامعه و گروه تحقق پیدا می کند؛ در غیر این صورت، از منظر ناظر بیرونی، نشاط چیزی جز مجموعه ای از کیفیات روحی و هیجان های طرب انگیز فردی نخواهد بود. اگر این کیفیات فرح بخش، واجد معانی اجتماعی و اهداف جمعی نباشند، تعریفی جز برخی حالات نابهنجار روحی جنون آمیز نخواهند داشت. بنابراین، نشاط اجتماعی همان سطح برخورداری از مواهب زندگی عمومی همراه با اقتناع ذهنی و اجماع عینی است؛ یعنی باید تعریف فردی و بیرونی از نشاط باهم مقارن باشند (عبری، ۱۳۹۱: ۳۵).

شادی نوعی هیجان است که تأثیر ژرفی بر سازوکارهای جسمانی، شناختی و روانی مکانیزه انسانی دارد و عملکرد آدمی را در زمینه های مختلف بهبود می بخشد. بنا به گفته وینهوون (۱۹۹۳) روان شناسان انسان گرا، معتقدند که شادی فعالیت فرد را برمی انگیزد، بر آگاهی او می افزاید، خلاقیت وی را تقویت می کند و ایجاد روابط اجتماعی را تسهیل می نماید. وینهوون (۱۹۸۴) شادی را میزانی اطلاق می کند که شخص درباره مطلوبیت کیفیت زندگی خود قضاوت می کند. (نصوحی، ۱۳۸۲: ۳)

در طول تاریخ و عصرهای گذشته تا به امروز، شادمانی مورد توجه جوامع بوده است تا جایی که بعضاً گاهی آن را هدف وجود انسان می دانند و از آن به عنوان یک میل انسانی - بنیادی نام برده شده است. تحقیقات نشان می دهد که افراد شاد احساس امنیت بیشتر و عزت و اعتماد به نفس بالاتری دارند و از اعتقادات مذهبی معناداری برخوردار هستند. همچنین فقدان شادمانی نیز نتایج منفی بسیاری را به دنبال خواهد داشت؛ از جمله افسردگی، بدبینی، بی علاقهگی به کار، اعتیاد به مواد مخدر و گرایش به فرهنگ بیگانه.

تحقیق مینکو (۲۰۰۹، به نقل از اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۲) در سطح بین المللی انجام شده و در آن شاخص شادی کشورها را محاسبه نموده است. او نشان داده که رتبه شادی ایران در طول سال های ۲۰۰۷\_۱۹۹۷، در

---

<sup>۱</sup> - Seligman & Danner

بین ۹۷ کشور، رده ۵۶ است که از متوسط پایین تر است (مینکو، ۲۰۰۹: ۱۶۳). به نقل از اکبرزاده و همکاران، (۱۳۹۲). نتایج برخی از تحقیقات در مورد شادمانی در شهر اصفهان نیز حاکی از بالا نبودن آن در بین خانوارهای اصفهانی می باشد (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به این که شهر اصفهان یکی از مراکز مهم اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایران است، پی بردن به عوامل تأثیرگذار بر مشکلات گوناگون آن از جمله احساس شادمانی می تواند حائز اهمیت باشد.

از آنجایی که توسعه انسانی در گرو استفاده بهینه از نیروی انسانی و توجه به آن است، امروزه بحث شادمانی به یکی از مباحث بسیار مهم در جوامع مدرن تبدیل شده است. شادمانی و نشاط اجتماعی می تواند نشانگر سلامت اجتماعی یک جامعه باشد، چراکه انسان با احساس نشاط است که می تواند مبتکر، خلاق و کارآمد باشد. اما شادمانی اجتماعی به خودی خود و به راحتی به دست نمی آید و نتایج برخی تحقیقات نشان می دهد که فشارهای فرهنگی (کریمی نوری، ۱۳۸۱)، اقتصادی (میر شاه جعفری، ۱۳۸۱؛ اکبرزاده و همکاران ۱۳۹۰)، اجتماعی (کریمی نوری، ۱۳۸۱)، خانوادگی، روان شناختی (هزارجریبی و همکاران، ۱۳۸۸؛ کامیاب و همکاران، ۱۳۸۸) و جمعیتی در جامعه وجود دارند که همگی می توانند باعث کاهش رضایت و شادی افراد در محیط های شهری شوند (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۰). این در حالی است که در بررسی های روان شناختی نشان داده شده که تعداد مقاله های مربوط به خشم، اضطراب و افسردگی حدود ۱۳ برابر مقاله های مربوط به احساسات مثبت، شادمانی و رضایت از زندگی بوده است.

جامعه ایران به لحاظ مواجه شدن با تحولات ساختاری همانند افزایش سالانه جمعیت، مسائل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و همچنین گذر از جامعه سنتی به جامعه مدرن و در آستانه ورود به عرصه دنیای فناوری، شاهد بروز پدیده های مختلفی در حوزه امنیت و آسیب های اجتماعی است که این موضوع نشاط و شادی جامعه ایران را بیشتر از گذشته تحت تأثیر قرار داده است و جامعه مورد مطالعه (شهر اصفهان) نیز از این قاعده مستثنی نیست. از این رو، ضروری است در مورد میزان نشاط اجتماعی جوانان پژوهش علمی در خوری صورت گیرد. به عبارت دیگر، میزان شادمانی افراد و فاکتورها یا عواملی که در هر جامعه ای با توجه به فرهنگ و آداب و رسوم مختلف می تواند در افزایش شادمانی مؤثر باشد نیاز به تحقیق و پژوهش در این زمینه را مشخص می کند. مسئله پژوهش این است که نشاط اجتماعی در بین جوانان شهر اصفهان به چه میزان بوده و عوامل فرهنگی مؤثر بر شادمانی اجتماعی جوانان این شهر کدامند؟

## پیشینه پژوهش

وحید، و دادهیر و فرنام (۱۳۹۳) در تحقیقی نشان داده‌اند که میانگین نشاط عمومی با مقدار  $3/72$  به‌طور معنی‌داری در شهر اردبیل از حد متوسط بالاتر بود. همچنین کیفیت اجتماعی در این شهر در حد متوسط ارزیابی شد و رابطه بین کیفیت اجتماعی و نشاط عمومی نیز معنی‌دار بود. اکبرزاده و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود به دنبال بررسی تأثیر سرمایه اقتصادی بر شادی جوانان بودند. علی‌رغم تصور عمومی، میزان تأثیرگذاری سرمایه اقتصادی بر شادی ضعیف است. سهم ضعیف سرمایه اقتصادی در تبیین شادی را می‌توان چنین توضیح داد که پول به‌تنهایی نمی‌تواند در شادی افراد تأثیر زیادی داشته باشد. محققان در این مورد معتقدند که اولاً، افراد خیلی زود به سطح درآمد خود عادت می‌کنند؛ ثانیاً، بیشتر مردم درآمد و دارایی خود را با درآمد و دارایی دیگران مقایسه می‌کنند؛ ثالثاً، انسان نیازهایی دارد که با پول قابل خریداری نیست. دیگر نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین شادی جوانان به لحاظ وضعیت تأهل تفاوت معنی‌داری وجود ندارد، اما بین شادی جوانان برحسب وضع فعالیت و نیز برحسب میزان تحصیلاتشان رابطه معنی‌داری مشهود است. همچنین، نتایج تحلیل دومتغیره نشان دادند که بین شادی جوانان با سرمایه اقتصادی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحلیل چند متغیره نیز نشان دادند که اشتغال بر روی شادی جوانان تأثیرگذار است. با افزایش سرمایه اقتصادی افراد، میزان شادی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. سرمایه اقتصادی بیشترین تأثیرگذاری را بر روی متغیر شادی دارد. منتظری و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «میزان شادکامی مردم ایران و عوامل مؤثر بر آن از دیدگاه مردم ایران» به این نتیجه رسیدند که  $39/3$  درصد افراد میزان شادکامی خود را در سطح «نه کم، نه زیاد»،  $35/4$  درصد افراد میزان شادکامی خود را در سطح بسیار کم / کم و تنها سه درصد افراد میزان شادکامی خود را در سطح بسیار زیاد ارزیابی کرده بودند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون لجستیک نشان داد که علاوه بر عوامل اقتصادی- اجتماعی از قبیل درآمد، وضعیت اشتغال و شهر محل سکونت، درک افراد از سلامت خود تأثیر بسزایی در سطح شادمانی آن‌ها داشته است (منتظری و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۶۷).

ربیعی (۱۳۹۱) در پژوهشی نشان داده بین نگرش شغلی، چگونگی گذران اوقات فراغت، میزان مشارکت اجتماعی، روابط با همکاران، اعتقادات و رفتارهای دینی، طبقه اجتماعی، سلامت روانی و تحصیلات بانشاط اجتماعی معلمان زن رابطه معنادار وجود دارد، ولی بین سنوات خدمت، سن، میزان درآمد، وضعیت تأهل، نوع مسکن و سلامت جسمانی رابطه معنادار دیده نمی‌شود. همچنین میانگین نشاط اجتماعی معلمان

زن از حد متوسط بیشتر بود (۲/۷ از ۴ در سطح خطای ۵ درصد). بر اساس ضریب تعیین، متغیرهای مشارکت اجتماعی، نگرش شغلی، سلامت روانی، دین‌داری، موقعیت اجتماعی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر نشاط اجتماعی معلمان زن داشته‌اند. نشاط دوست و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «تعیین عوامل مؤثر در شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه»، میزان شادکامی پاسخگویان را کمی بالاتر از حد متوسط (۴۸/۷۳) در مقابل میانگین نظری (۴۳/۵) یافتند و از بین ۲۱ متغیر مستقل منظور شده، پنج متغیر رضایت از زندگی، میزان ورزش هفتگی، میزان خوش‌بینی به زندگی، شادکامی همسر و سابقه بیماری عصبی در مجموع ۵۴ درصد شادکامی پاسخگویان را تبیین می‌کردند (نشاط دوست و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۳).

هزارجریبی و آستین فشان (۱۳۸۸) در تحقیقی در شهر تهران نشان دادند که احساس نشاط در بین ۱۸ درصد از پاسخگویان در حد کم و بسیار کم می‌باشد و در مقابل ۲۸ درصد از پاسخگویان از احساس نشاط بالایی برخوردار هستند. یافته‌های دیگر بیانگر متوسط بودن این احساس در بین اکثریت پاسخگویان است؛ به این معنی که ۵۴ درصد احساس نشاط اجتماعی خود را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که در ابتدا متغیر امید به آینده وارد معادله شده است. این متغیر به تنهایی توانسته است ۰/۳۰ درصد از تغییرات متغیر نشاط اجتماعی را تبیین کند. با وارد کردن متغیر بعدی یعنی ارضای نیازهای عاطفی به مدل رگرسیونی، به مقدار ۰/۱۵ درصد به ضریب تعیین افزوده و کل ضریب تعیین ناشی از وجود دو متغیر امید به آینده و ارضای نیاز عاطفی ۰/۴۷ می‌رسد. با ورود متغیر مقبولیت اجتماعی به مدل رگرسیونی به میزان ۰/۶۶ درصد به ضریب تعیین اضافه شده است که در مجموع، سه متغیر امید به آینده، ارضای نیاز عاطفی و مقبولیت اجتماعی توانسته‌اند ۰/۵۳۷ درصد از تغییرات متغیر نشاط اجتماعی را تبیین کنند. بر اساس نتایج به دست آمده ملاحظه می‌شود احساس نشاط اجتماعی، میزان امید به آینده، میزان ارضای نیازها، نگرش مثبت به فضای اخلاق عمومی در بین پاسخگویان متوسط و در مقابل احساس همبستگی اجتماعی، احساس امنیت و احساس عدالت اجتماعی در سطح پایینی ارزیابی شده است. همچنین میزان پایبندی به ارزش‌های دینی بین پاسخگویان در سطح بالایی قرار دارد. نتایج حاصل از همبستگی متغیرها بیانگر آن است که کلیه متغیرهای مستقل تحقیق به غیر از متغیر بیگانگی اجتماعی رابطه معناداری با متغیر وابسته دارند. البته گفتنی است که بین احساس محرومیت اجتماعی و نشاط اجتماعی ارتباط منفی و معکوس وجود دارد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی مشاهده می‌شود که از بین متغیرهای تأثیرگذار، سه متغیر امید به آینده، مقبولیت اجتماعی و ارضای نیازهای عاطفی بیش از ۵۰ درصد از تغییرات و نوسانات نشاط اجتماعی را تبیین می‌کنند و بر اساس ضرایب بتا متغیر امید به آینده بالاترین همبستگی

مثبت را بانشاط اجتماعی دارد. در مرتبه بعدی به ترتیب متغیر مقبولیت اجتماعی، ارضای نیازهای عاطفی و احساس عدالت اجتماعی بیشترین تأثیر خود را در افزایش نشاط اجتماعی دارند.

ربانی و همکاران (۱۳۸۷) در تحقیق خود به دنبال بررسی رابطه میان فرهنگ جوامع و شادمانی بودند. بر اساس یافته های این تحقیق، میزان شادی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان، ۵۶/۲۳ و میانگین بعد احساسی شادی ۵۹/۳۷، میانگین بعد شناختی ۵۳/۸۸ و میانگین بعد اجتماعی آن ۵۵/۴۲ بود. ارتباط سرمایه فرهنگی و شادی نیز ارتباطی مستقیم بود که این ارتباط در بعد شناختی و سپس در بعد احساسی و در نهایت در بعد اجتماعی شادی قوی تر مشاهده شد. در حیطه ابعاد سرمایه فرهنگی، بیشترین تأثیر در بعد وسایل فرهنگی سپس مهارت های فرهنگی و در نهایت مدارک فرهنگی بود؛ به طوری که در بعد مهارتی، مدرکی و وسایل فرهنگی، اثرگذاری بر بعد شناختی بیش از سایر ابعاد بود. در مورد رابطه دین داری و شادی، نتایج تحقیق حاکی از رابطه مثبت بین متغیرها بود که این ارتباط ابتدا در بعد شناختی سپس در بعد اجتماعی و در نهایت در بعد احساسی قوی تر مشاهده شد. در زمینه اوقات فراغت خانوادگی نتایج تحقیق حاکی از آن است که این متغیر دارای بیشترین میانگین و اوقات فراغت علمی - فرهنگی دارای کمترین میانگین است و نابرابری اوقات فراغت فرهنگی - هنری بیشترین و اوقات فراغت خانوادگی کمترین است. در مورد نحوه ارتباط ابعاد اوقات فراغت با شادی ترتیب تأثیرگذاری هر کدام از آن ابعاد بر شادی - از قوی تر به ضعیف تر - عبارت اند از: بعد خانوادگی، بعد تفننی و سرگرمی، بعد علمی - فرهنگی، بعد فرهنگی - هنری و بعد ورزشی. در زمینه رابطه ابعاد اوقات فراغت با ابعاد شادی نیز نتایج حاصله حاکی از آن است که بعد خانوادگی با بعد احساسی شادی، بعد تفننی با بعد اجتماعی شادی، بعد علمی - فرهنگی با بعد شناختی شادی، بعد فرهنگی - هنری با بعد شناختی شادی و بعد ورزشی اوقات فراغت با بعد احساسی شادی دارای رابطه قوی تری از سایر ابعاد شادی هستند.

هلیول (۲۰۰۵) در تحقیقی نشان داد که ارزش های غیرمادی از جمله اعتماد در محیط های کاری می توانند بر احساس شادمانی تأثیرات بسزایی را داشته باشند. به عنوان مثال، با یک درجه تغییر در رضایت شغلی، ده درجه به احساس شادمانی افزوده می گردد و در مورد کسانی که درآمد مساوی در محیط های کاری دارند، عوامل غیرمادی از جمله رضایت و یا اعتماد تأثیر عمیقی را بر احساس شادمانی دارد. همچنین اعتماد عمومی و اعتماد شغلی (به کارکنان دیگر، روسا و غیره) تأثیرات عمیقی بر احساس شادمانی دارند و از بین

این متغیرها تأثیر اعتماد شغلی از اعتماد عمومی بیشتر گزارش شده است. توجرسن و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) در تحقیقی رابطه مشارکت ورزشی و سه مؤلفه احساس شادکامی (بدن شخص، روابط کاری و اهداف) را در نمونه‌هایی از کارکنان ادارات مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق نشان داد که فعالیت‌های ورزشی اعضای سازمان، تأثیرات مستقیمی بر شادی آن‌ها دارد و هر چه میزان ساعاتی که آن‌ها صرف ورزش می‌کنند بیشتر است، احساس شادمانی آن‌ها نیز بیشتر بوده است. کورای<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی پیرامون رابطه وضع نامناسب حمل و نقل شهری، محرومیت اجتماعی و احساس شادی در شهر ملبورن استرالیا، تلاش کردند تا عوامل مؤثر بر احساس شادمانی را در استرالیا بررسی کنند. نتایج تحقیق، ۴ نوع کلیدی از مسائل حمل و نقل را مشخص کرده است: گروه اول که به نام گروه اختلال آسیب‌پذیر زیان‌دیده مشهورند، کسانی هستند که در مورد میزان شادی نگرانی بیشتری دارند و نسبت به بقیه نیازمند توجه بیشتری هستند. این تحقیق رابطه‌ای قوی میان چگونگی حمل و نقل شهری، محرومیت نسبی و احساس شادی یافته است. مک اسکات و همکارش<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) در تحقیقی موضوع احساس شادمانی را در توریسم مورد بررسی قرار دادند- تعدادی از تحقیقات اخیر بر رابطه میان توریسم و کیفیت زندگی متمرکز شده‌اند. نتایج نشانگر آن است که توریسم با شرایط مذکور، دارای میزان شادی کمتری نسبت به عموم مردم هستند. آناند<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی که در آرژانتین به مرحله اجرا درآمد، مدلی در مورد شادی مدلی ارائه نمودند که در آن متغیرهایی از جمله رضایت از زندگی، تجانس، عدم تجانس اجتماعی به‌عنوان متغیرهای پنهان مدل معرفی شده‌اند. درآمد و متغیرهای اقتصادی- اجتماعی در این تحقیق بر شادمانی تأثیرگذار بوده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که یکدلی<sup>۵</sup>، ارزش خود، اهداف شخصی، امنیت و استرس از جمله متغیرهای تأثیرگذار بر رضایت از زندگی هستند و رضایت از زندگی نیز تأثیر بسزایی بر شادی افراد بر جای می‌گذارد- یعنی این تأثیر غیرمستقیم است.

## چارچوب نظری پژوهش

فور دایس (۱۹۹۷) از صاحب‌نظران روانشناسی شادی مجموعه‌ای با عنوان برنامه شادمانی که دارای اصول چهارده‌گانه می‌باشد، ارائه داده است. فوردایس ضمن اینکه عوامل مختلف از جمله: ژنتیک، شخصیت،

---

<sup>۱</sup> Thogersen N toumani

<sup>۲</sup> currie

<sup>۳</sup> Mc, Scott, Johnson, Sarah

<sup>۴</sup> Anand

<sup>۵</sup> empathy

<sup>۶</sup> self worth

ثروت، موقعیت اجتماعی، تحصیلات و سایر عوامل را در میزان شادمانی مؤثر می‌داند، ویژگی‌های خاصی را در فرد موجب اکتساب شادی می‌داند.

در علم روانشناسی اغلب عواطف و احساسات را پدیده‌ای کلی و دارای پایه و اساس زیست‌شناختی می‌دانند، اما به‌تازگی شماری از روانشناسان که دارای رویکرد فرهنگی می‌باشد بر نقش حیاتی مفاهیم عمومی و عادات کلی در کارها و امور روزمره در شکل‌دهی عواطف و احساسات تأکید نموده‌اند. این مفاهیم و عادات در واقع روش‌های زندگی بومی را تشکیل می‌دهند که به‌طورکلی فرهنگ را تعریف می‌کنند. به عقیده این دسته از نظریه‌پردازان، عواطف، نتیجه و پیامد مستقیم مکانیسم‌های روان‌شناختی یا عصبی نیستند، بلکه همیشه در بافت فرهنگی خاص قرار داده و گنجانیده شده‌اند. بر این اساس می‌توان گفت که عواطف و احساسات، سرشار از معانی و مفاهیم فرهنگی می‌باشند. این تحلیل به این نکته اشاره می‌کند که برای مثال، معنا و مفهوم شادی در فرهنگ‌های مختلف تفاوت‌های چشمگیری با یکدیگر دارند. بنابراین افراد در فرهنگ‌هایی مختلف، وقایع و تجارب کاملاً متفاوتی را به‌عنوان مصادیق شادی طبقه‌بندی می‌کنند. به‌طور خاص در فرهنگ‌های اروپایی - آمریکای شمالی مانند فرهنگ طبقه متوسط جامعه آمریکایی، اعتقاد شدیدی به کسب استقلال و عدم وابستگی فردی وجود دارد و شادی در فرهنگ اروپایی - آمریکایی به شدت به اثبات خصوصیات مثبت فرد وابسته است. در مقابل در فرهنگ‌های آسیای شرقی، فرضیه متضادی در مورد ارتباط و هم‌بستگی متقابل افراد با یکدیگر وجود دارد. هویت فرد بر اساس فرضیه موجود در مورد هم‌بستگی متقابل افراد تعیین می‌شود و افراد برای انطباق دادن و سازگار کردن خود با توجه به روابط اجتماعی مناسب، انگیزه بالایی دارند. شادی و فرهنگ در فرهنگ‌های آسیای شرقی احتمالاً تا حد زیادی به تحقق برقراری روابط اجتماعی مثبت بستگی دارد که فرد بخشی از آن را تشکیل می‌دهد. (کتیاما<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۴ به نقل از الیاسی ۱۳۸۵)

بوردیو<sup>۲</sup> سرمایه فرهنگی را شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب تعریف می‌کند (باینگانی و کاظمی، ۱۳۸۹: ۹). او مدعی است که افراد می‌توانند موقعیت مربوط به طبقه اجتماعی خویش را نه تنها با مالکیت سرمایه اقتصادی (ثروت/رفاه) که با دارا بودن آنچه وی سرمایه فرهنگی می‌نامد، بهبود بخشند. دلالت سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو، به مجموعه‌ای از توانمندی‌ها، عادت‌ها و طبع‌های فرهنگی شامل دانش، زبان، سلیقه یا ذوق و سبک زندگی است. انتقال سرمایه اقتصادی از نسلی

۱. kitayama  
۲ Bourdieu



به نسل دیگر و از طریق ارث و میراث صورت می‌گیرد، درحالی‌که انتقال سرمایه فرهنگی امری پیچیده‌تر است. مفهوم کلیدی این فرآیند، مفهومی است که بورديو عادت واره قالب ماندی از حساسیت‌ها، ارج شناسی‌ها و کنش‌ها می‌نامد (روحانی، ۱۳۸۸: ۱۶).

سرمایه فرهنگی<sup>۱</sup> به شیوه‌های فرهنگی خاصی که در روند آموزش‌های رسمی و خانوادگی در افراد تثبیت شده، اشاره دارد و نیز ظرفیت شناخت افراد در کاربرد لوازم فرهنگی را در برمی‌گیرد. کاربرد ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی موجب تفاوت در نحوه زندگی و بروز سلیقه‌های گوناگون گردیده و به تبع آن تفاوت در کسب موفقیت‌های برتر اجتماعی و استفاده از امکانات مختلف از قبیل کتاب، روزنامه، سینما و انواع ورزش‌های خاص طبقات بالای اجتماعی مانند اسب‌سواری، گلف و مانند آن را موجب می‌شود. درواقع، استفاده‌کنندگان از سرمایه فرهنگی در قشریندی اجتماعی، در طبقه بالای اجتماع قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، دارندگان امتیازات اقتصادی که در طبقه بالای جامعه قرار دارند، به راحتی به ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی دست می‌یابند. همچنین، سرمایه فرهنگی در اشکال مختلف وجود داشته و شامل تمایلات و عادات دیرینه‌ای است که در فرآیند انباشت اشیای فرهنگی با ارزش مثل نقاشی و صلاحیت‌های تحصیلی و آموزش رسمی، حاصل آمده است. (نیازی و کارکنان، ۱۳۸۶: ۵۹-۵۸)

دین و مذهب به واسطه کارکردهای متعددی که دارد می‌تواند بر شادی افراد مؤثر واقع شود. مثلاً مذهبی بودن می‌تواند به عنوان مانعی در مقابل فشار روانی عمل کند و آثار زیان‌بار آن را برطرف نماید که این موضوع در نهایت به ظهور احساسات و هیجانات مثبت منجر می‌شود. الیسون (۱۹۹۱) با اتکا به داده‌های پژوهش خود در ایالات متحده آمریکا، این نتیجه را اعلام کرده که یک ارتباط مستقیم و قابل توجه بین مذهبی خاص و شادی افراد وجود دارد. (عابدی، ۱۳۸۱: ۹۴) سلیگمن نیز معتقد است که مذهب دست‌کم به دو طریق در افزایش سطح نشاط مؤثر است: نخست اینکه مذهب ارائه‌دهنده یک نظام منسجم اعتقادی است که به انسان این امکان را می‌دهد تا برای زندگی به جست‌وجوی معنی بپردازد و برای آینده امید بیابد؛ دوم اینکه نظام‌های اعتقادی مذهبی کمک می‌کند تا فرد دلایل قابل قبول و دست‌کم آرامش‌بخشی را برای توجیه ناکامی‌ها، شکست‌ها و مصائب زندگی خود بیابد؛ سوم این‌که افرادی که واقعاً مذهبی هستند و عنصر مذهب در اعتقادات آن‌ها نیرومند است، گرایش کمتری نسبت به انحرافات دارند و رفتارهای نیکو، جامعه‌پسند و انسان‌دوستانه بیشتری انجام می‌دهند. (شهیدی، ۱۳۸۸: ۶۵)

---

<sup>۱</sup> Cultural capital

به نظر دورکیم دین در افراد، حس وظیفه‌ای اخلاقی ایجاد می‌کند که از طریق آن فشار اجتماع محترمانه‌ای را احساس کنند که آنان را به تبعیت از خواسته‌های اجتماعی وادار می‌کند. مناسک دینی به افراد انضباط شخصی و زهدگرایی را که از ضروریات زندگی اجتماعی است، می‌آموزند و به این ترتیب آنان را برای زندگی اجتماعی آماده می‌کنند مراسم دینی مردم را گرد هم جمع می‌کند و از این رو، پیوندهای مشترک آنها را تثبیت و انسجام اجتماعی را تقویت می‌نماید. اعضای جامعه از طریق مراسم دینی از میراث اجتماعی خود عمیق آگاه می‌شوند و اصلی‌ترین عناصر وجدان جمعی زنده می‌ماند. سرانجام این که دین در پیروانش احساس خوش سعادت و خوشبختی اجتماعی را به وجود می‌آورد و در نتیجه احساس ناکامی، بی‌ایمانی و تردید را از دل آنان می‌زداید. فایده بی‌نهایت ارزشمند مراسم و مناسک دینی برای هر گروه این است که پیامدهای مخرب اضطراب و شکست و ناکامی را که همه افراد و جوامع در معرض آن هستند، کاهش می‌دهد.

در مورد وضعیت رفاهی و تفریحی و ارتباط آن بانشاط اجتماعی باید گفت که به‌طور کلی رابطه مستقیم بین قدرت خرید افراد و شادی در کشورهای متعدد گزارش شده است. البته این توضیح لازم است که ثروت، همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، باعث شادی واقعی نمی‌شود و به نظر می‌رسد افراد خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. کسانی که قدرت خرید بالاتر دارند، بیشتر احساس رضایت می‌کنند و کسانی که قدرت خرید پایین دارند، بیشتر احساس نارضایتی می‌کنند. (شهیدی، ۱۳۸۹: ۶۶ - ۶۵) مردم پول را برای چیزها یا فعالیت‌هایی خرج می‌کنند که دوست دارند و گمان می‌برند که آنها ارضا کرده یا برای آنها لذت‌آور است. بعضی از مردم پول را برای غذا یا سایر نیازهای اساسی و برخی نیز برای انواع تفریحات خرج می‌کنند. (آرگایل، ۱۳۸۲: ۳۸ - ۲۲) پول و ثروت در حد رفع نیاز اولیه و اساس یک زندگی راحت برای خوشبختی و شادی لازم است (البته نه در همه افراد) ولی کافی نیست و افزایش بیشتر ثروت نه تنها میزان خوشبختی را افزایش نمی‌دهد، بلکه خود مخرب و آفت خوشبختی و شادی است - کمتر ثروتمندی است که به دلیل داشتن پول و اموال بیشتر، احساس خوشبختی ماندگار و مؤثرتری داشته باشد (سادتیان، ۱۳۸۶: ۱۵۰).

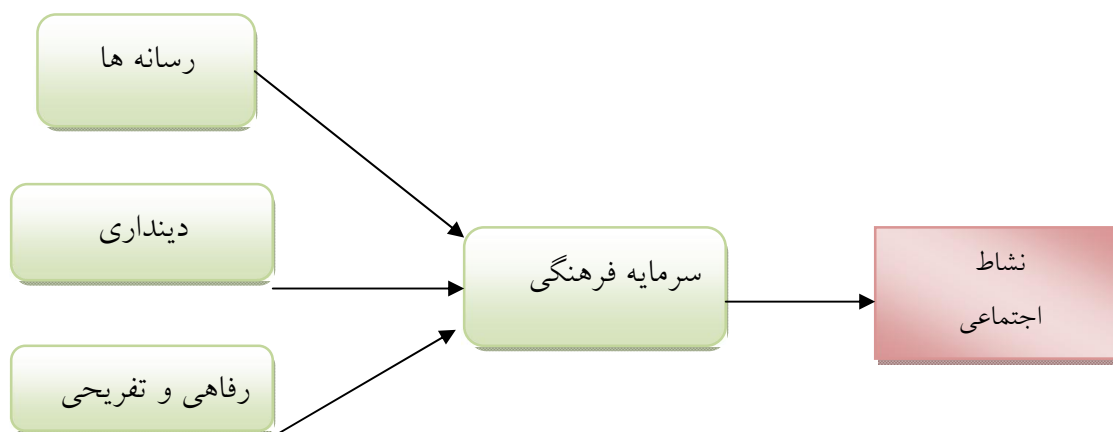
تفریح می‌تواند افراد را شاد کند و از آنجاکه تفریح برخلاف ارتباطات، شغل و شخصیت ماتحت کنترل ماست و به راحتی می‌تواند تغییر کند، اهمیت زیادی دارد. افراد بیکار وقت زیادی را بدون آنکه کار خاصی انجام دهند، تلف می‌کنند و این با ناشادمانی آنها ارتباط دارد. تفریح ممکن است موجب شادی گردد، چون بسیاری از انواع تفریحات سبب ارضای نیازهای اجتماعی مختلف می‌شوند. تعدادی از این نیازهای اجتماعی شامل نیاز برای پذیرفته شدن، ارتباط نزدیک، تسلط داشتن و قدرت، مقام و شهرت، نوع دوستی،

رقابت و همکاری می‌باشد. افراد بر اساس الگوهای فردی، نیازهای اجتماعی شدن، شکل‌هایی از تفریح را انتخاب می‌کنند که در آن‌ها این نیازها برآورده شود. نمایشنامه، سیاست، تنیس، مسابقات تیمی، گروه‌های مذهبی همگی نیازهای اجتماعی متفاوتی را برآورده می‌سازند. (آرگایل، ۱۳۸۲: ۲۳۰) نظریات تئوری فعالیت بر این امر تأکید می‌کنند که نشاط از طریق فعالیت‌های اجتماعی، روابط متقابل، فعالیت‌های اوقات فراغت و یا برخی فعالیت‌های خاص دیگر حاصل می‌شود، زیرا انسان‌ها با انجام فعالیت‌های متقابل اجتماعی و دیگر عوامل اجتماعی، یکدیگر را پاداش می‌دهند و رابطه بین خودشان را قوت می‌بخشند. (فورنهام و چن، ۲۰۰۰: ۲۳۹)

شخص از طریق رسانه‌های جمعی، شهروند واقعی یک اجتماع خواهد بود، چرا که می‌تواند خود را به جای دیگری قرار دهد، احساسات او را از آن خود سازد و در غم و شادی دیگران سهیم شود. او چون می‌داند اقدامی خاص چه انعکاسی روانی خواهد داشت، از انجام آن دست برمی‌دارد. رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین گروه‌های مرجع و تعیین‌کننده هستند که نقش رهبری مخاطبان و شهروندان را برعهده دارند. در این میان، در سال‌های اخیر فضای مجازی هم به عاملی برای تخریب نشاط و امید اجتماعی تبدیل شده است. فضای مجازی گرچه سرمایه بزرگی برای انسجام اجتماعی و گسترش آگاهی‌ها و بلوغ اجتماعی است، اما وقتی بدون آگاهی از نحوه استفاده به دست شهروندانی می‌افتد که فقط برای شهرت یا قدرت، هر خبر و تحلیلی را - بدون آن که دقت کنند که چه آسیبی به نشاط اجتماعی می‌زنند- در آن منتشر می‌کنند می‌تواند ضد امید عمل کند. (ساروخانی، ۱۳۸۵: ۹۳-۹۲).

بر اساس مبانی نظری، چهار متغیر فرهنگی ۱- دین‌داری ۲- رسانه‌های جمعی ۳- وضعیت رفاهی و تفریحی ۴- سرمایه فرهنگی در زمینه نشاط اجتماعی مشخص و انتخاب شدند.

### مدل نظری پژوهش



۱- Furnhm & cheng

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. از نظر هدف، یک بررسی کاربردی است، از نظر وسعت، پهنا نگر (شهر اصفهان) و از نظر زمان، مقطعی (۹۶-۱۳۹۵) است.

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه افراد ۱۵ تا ۲۹ سال ساکن در مناطق ۱۵ گانه شهر اصفهان (۵۲۲۶۰۹ نفر) است. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه برابر با ۶۰۰ نفر برآورد گردید. با توجه به اینکه جمعیت جوانان شهر اصفهان ۵۲۲۶۰۹ نفر بود، لذا نسبت ( $n/N$ ) کمتر از ۵ درصد بود و نیازی به تصحیح فرمول نبود. بنابراین، از فرمول یک مرحله‌ای استفاده شد.

$$p \ \& \ q = 0 / 5$$

$$t = 1 / 96 \quad n = \frac{t^2 pq}{d^2} = \frac{(1 / 96)^2 (0 / 5)(0.5)}{(0 / 04)^2} = 600$$

$$d = 0 / 04$$

شیوه نمونه‌گیری در این تحقیق، سهمیه‌ای متناسب با حجم و سپس اتفاقی بوده است. بر این اساس در تحقیق حاضر، محقق ابتدا نقشه مناطق شهری را با تقسیم‌بندی شهر به دست آورد. سپس مناطق ۱۵ گانه برحسب اطلاعات معاونت پژوهش شهرداری اصفهان با توجه به ویژگی‌های اقتصادی، خدمات شهری و امکانات رفاهی به ۳ طبقه برخوردار، نیمه برخوردار و کم برخوردار تقسیم گردید. سپس از درون هر منطقه، خیابان‌هایی به روش سهمیه‌ای متناسب انتخاب شد. در مرحله بعد از هر منطقه، کتابخانه یا محله‌هایی گزینش و در مرحله آخر پاسخگویانی به صورت اتفاقی انتخاب شدند.

در این تحقیق، ابزار مورد استفاده در جمع‌آوری مبانی نظری تحقیق، فیش، بانک‌های اطلاعاتی و شبکه‌های کامپیوتری بود. همچنین ابزار مورد استفاده جهت گردآوری داده‌های آماری، پرسشنامه محقق ساخته مبتنی بر مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق بود که بر اساس پیشینه و ادبیات تحقیق تدوین شدند. به منظور سنجش اعتبار پرسشنامه از اعتبار محتوایی استفاده شد. پس از بررسی و مطالعه و فیش‌برداری از کتاب‌ها و سایر منابع مکتوب و پژوهش‌های مرتبط با موضوع، پرسش‌های مختلفی طرح گردید و با مرور و بازبینی آن‌ها و نظر اساتید محترم تا میزان زیادی از اعتبار آنها اطمینان حاصل شد. برای محاسبه قابلیت اعتماد پرسشنامه بر مبنای تکنیک هماهنگی درونی گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آلفا در جدول ۱ ارائه گردید.

جدول ۱: آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

شاخص آماری متغیر	شادمانی	سرمایه فرهنگی	دین‌داری (رفتارها و باورهای دینی)	رسانه‌های جمعی	وضعیت رفاهی و تفریحی
تعداد سؤالات	۲۹	۴	۶	۵	۴
مقدار الفا	۰/۸۵۰	۰/۷۹۰	۰/۸۴۳	۰/۹۳۱	۰/۷۵۴

## تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

### نشاط اجتماعی

وینهوون (۱۹۹۳) جامع‌ترین و درعین‌حال، عملیاتی‌ترین تعریف را از شادمانی ارائه کرده است. بر اساس این تعریف، شادمانی به درجه یا میزان قضاوت شخص درباره مطلوبیت کیفیت کل زندگی خود اطلاق می‌شود. به عبارت دیگر، شادمانی به این معناست که فرد به چه میزان زندگی خود را دوست دارد (میرشاه جعفری، ۱۳۸۱: ۵۱).

برای اندازه‌گیری نشاط، روش‌های گوناگونی به کار برده شده است که از آن میان، پرسشنامه شادکامی آکسفورد جایگاه ویژه‌ای دارد و در چندین پژوهش به کار رفته است. این ابزار در سال ۱۹۹۰ توسط آرگایل و لو تهیه شده است. در این تحقیق نیز برای اندازه‌گیری میزان نشاط افراد از پرسشنامه شادکامی آکسفورد اقتباس شده و نمره‌ای که فرد در این پرسشنامه گرفته، بیانگر میزان نشاط وی است. نشاط اجتماعی در پنج بعد ۱- رضایت از زندگی (۶ گویه) ۲- رضایت از خود (۶ گویه) ۳- حرمت نفس (۶ گویه) ۴- انرژی مثبت (۵ گویه) ۵- خلق مثبت (۶ گویه) و به‌طور کلی، با ۲۹ گویه در مقیاس طیف لیکرت سنجیده شده است.

### سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی عبارت است از: قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی که در هر فرد، دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شود. (فکوهی، ۱۳۸۱: ۳۰۰). در سنجش متغیر «سرمایه فرهنگی» از چهار پرسش و بر اساس طیف لیکرت بر روی یک پیوستار خیلی کم تا خیلی زیاد استفاده گردید.

۱. چقدر داشتن مدرک دانشگاهی برای شما یا فرزندان شما دارد؟

۲. در منزل چه تعداد آثار هنری از قبیل نقاشی، مجسمه، تابلو فرش و... اصل و باکیفیت دارید؟
۳. چقدر در طول هفته به مطالعه کتاب‌های غیردرسی و مجلات و یا روزنامه‌ها می‌پردازید؟
۴. چقدر در طول یک سال به موزه، گالری‌ها و نمایشگاه‌های هنری (نقاشی، عکاسی، مجسمه‌سازی، خوشنویسی و ...) می‌روید؟

## دین‌داری

دین‌داری، صفتی است فردی که در آن فرد بر الگوها و دستورات یک دین پایبند است و نگرش خاصی به هستی پیدا می‌کند و شخصیت و کنش‌هایش متمایز از دیگران می‌شود. در جای دیگری، داشتن اهتمام دینی که نگرش و گرایش و کنش‌های فرد را متأثر می‌سازد را دین‌داری گویند (شجاعی زند، ۱۳۸۶: ۸۹). در سنجش متغیر دین‌داری (رفتارها و باورهای دینی) از ۶ گویه زیر بر اساس طیف لیکرت بر روی یک پیوستار کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم استفاده گردید.

۱. می‌دانم خدایی وجود دارد و هیچ شکی در آن ندارم. (اعتقاد به وجود خداوند)
۲. اطاعت از حضرت محمد (ص) و امامان معصوم (ع) به‌ویژه امام زمان (عج) اطاعت از خداست.
۳. قرآن کلام خداوند است و هرچه می‌گوید حقیقت محض است.
۴. حلال یا حرام بودن لقمه برای من اهمیت دارد.
۵. نمازخواندن و روزه گرفتن.
۶. شرکت در مجالس سخنرانی و روضه و عزاداری و یا اعیاد اسلامی اهل بیت (ع).

## رسانه‌های جمعی

رسانه‌های جمعی شامل کلیه مراکز اطلاع‌رسانی به آحاد مردم مانند صداوسیما، روزنامه‌ها، مجلات اطلاع‌رسانی و علمی و سایت‌های اینترنتی می‌باشند. (گیوریان، ۱۳۹۱: ۱۳۷)

در این پژوهش از پنج گویه زیر برای سنجش نقش رسانه‌های جمعی در نشاط اجتماعی استفاده شده است.

۱. رسانه‌های جمعی در تولید برنامه‌های شاد و مفرح برای مردم موفق بوده‌اند.
۲. برنامه‌های جنگ، طنز و ... شبکه‌های سراسری جذاب می‌باشند.
۳. از برنامه‌های شبکه‌های استان رضایت دارم و به نظرم جذاب می‌باشند.

۴. با دیدن برنامه‌های طنز رسانه‌ها لبخند می‌زنم و احساس خوبی پیدا می‌کنم.
۵. برنامه‌های رسانه‌های جمعی نشان می‌دهند که با کمترین امکانات مالی هم می‌توان شاد و پر نشاط زندگی کرد.

### وضعیت رفاهی و تفریحی

برای سنجش متغیر «وضعیت رفاهی و تفریحی» از ۴ مؤلفه بر اساس طیف لیکرت استفاده گردید.

۱. داشتن امکانات بهداشتی خوب در خانه؛
۲. دوست داشتن تفریحات و مسافرت‌های متعدد؛
۳. داشتن امکانات رفاهی و تفریحی خوب در خانه؛
۴. رفتن به مسافرت‌های متعدد.

### ۵. یافته‌های پژوهش

درجه‌بندی مقیاس شادمانی انجام و در جدول ۲ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که بیشترین تعداد (۷۵/۵ درصد) در حد متوسط شادمان هستند و حدود ۴ درصد نیز نگران و خیلی نگران بودند. حدود ۲۰ درصد نیز شاد و خیلی شاد بودند.

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب شادمانی

شادمانی	فراوانی	درصد	درصد خالص
نگران و خیلی نگران	۲۴	۴/۰۰	۴/۳
متوسط	۴۱۷	۶۹/۵۰	۷۵/۵
شاد و خیلی شاد	۱۱۱	۱۸/۵۰	۲۰/۱
جمع	۵۵۲	۹۲	۱۰۰
بدون پاسخ	۴۸	۸/۰۰	
جمع	۶۰۰	۱۰۰	

جدول ۳: معیارهای آماری متغیرهای پژوهش (تعداد = ۶۰۰)

شاخص آماری	شادمانی	سرمایه فرهنگی	دین‌داری (رفتارها و باورهای دینی)	رسانه‌های جمعی	وضعیت رفاهی و تفریحی
میانگین	۵۰/۳۲	۲/۳۳	۳/۹۱	۳/۵۳	۴/۰۳
انحراف معیار	۱۰/۱۸	۰/۵۲	۰/۵۹	۰/۸۸	۰/۸۱

در جدول ۳، میانگین و انحراف معیار سازه‌های (متغیرهای کمی) پژوهش محاسبه و ارائه شده است. میانگین مقیاس شادمانی ۵۰/۳۲ بوده که از امتیاز متوسط شادمانی بیشتر است و می‌توان گفت شادمانی نمونه مورد مطالعه تقریباً بیشتر از حد متوسط بوده است. ۴۰ میانگین و انحراف معیار سازه‌های (متغیرهای کمی) پژوهش محاسبه و ارائه شده است. بیشترین میانگین با مقدار ۴/۰۳ مربوط به نگرش به سازه «وضعیت رفاهی و تفریحی» است و مقداری بسیار بیشتر از حد متوسط را نشان می‌دهد. کمترین میانگین با مقدار ۲/۳۳ مربوط به نگرش به سازه «سرمایه فرهنگی» است و مقداری کمتر از حد متوسط را گزارش می‌دهد. انحراف معیارها نیز به هم نزدیک هستند و نشانه دقت هم‌اندازه در مقادیر می‌باشد.

جدول ۴: نتایج آزمون همبستگی پیرسون (تعداد = ۶۰۰)

متغیر وابسته شادمانی				
متغیر	سرمایه فرهنگی	دین‌داری (رفتارها و باورهای دینی)	رسانه‌های جمعی	وضعیت رفاهی و تفریحی
ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۷۰	۰/۳۸۹	۰/۴۷۰	۰/۴۳۳
سطح معنی‌داری (P)	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱

با توجه به میزان ضریب همبستگی پیرسون می‌توان گفت سرمایه فرهنگی و رسانه‌های جمعی و وضعیت رفاهی و تفریحی ساکنان شهر اصفهان با شادمانی آن‌ها ارتباط مثبت (مستقیم) دارد و شدت همبستگی در حد متوسط است؛ یعنی با بهبود وضعیت رفاهی و تفریحی، برنامه‌های رسانه‌های جمعی و افزایش سرمایه فرهنگی و دین‌داری (رفتارها و باورهای دینی) شادمانی نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۵: نتایج آزمون خی دو رابطه بین جنسیت، سن، تاهل، تحصیلات و شغل (تعداد = ۶۰۰)

شادمانی (گروه‌بندی شده)						
متغیر	شاخص آماری	جنسیت	سن	تاهل	تحصیلات	شغل
مقدار آماره خی - دو	۴۱/۱۲	۲۲/۰۷	۳/۹۲	۲۲/۰۷	۴۴/۰۹	۲۲/۰۷
درجه آزادی	۳	۶	۳	۶	۶	۶
سطح معنی‌داری (p)	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۶۲۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱

در جدول ۵ با توجه به اینکه  $p < ۰/۰۵$  است، بین جنسیت، سن، تحصیلات و شغل ساکنان شهر اصفهان و شادمانی رابطه وجود دارد. از جداول فراوانی متقاطع می‌توان گفت، مردها شادمان‌تر از زن‌ها، پاسخگویان با سنین پایین‌تر شادمان‌تر از پاسخگویان با سنین بالاتر، پاسخگویان با تحصیلات متوسطه و دیپلم شادمان‌تر از پاسخگویان با سایر تحصیلات هستند. همچنین، پاسخگویان با مشاغل هنری و فرهنگی شادمان‌تر هستند و پاسخگویان مجموعه بیکار، کارگر ساده، کشاورز و دامدار و راننده و امور خدماتی،



شادمانی کمتری دارند. لازم به ذکر است با توجه به اینکه سطح معنی داری کوچک تر از ۰/۰۵ می باشد، لذا بین وضعیت تأهل ساکنان شهر اصفهان و شادمانی آن‌ها رابطه وجود ندارد.

جدول ۶: نتایج آزمون T در تعیین تفاوت در شادمانی برحسب توانایی مسافرت‌های خارجی

p	آماره F	انحراف معیار	میانگین شادمانی	تعداد	توانایی مسافرت‌های خارجی
۰/۰۰۱	۴/۸۴	۱۳/۷۵	۵۵/۸۵	۱۰۷	دارند
		۸/۹۰	۴۹/۱۲	۴۸۱	ندارند

نتایج مندرج در جدول ۶ نشان می‌دهد بین شادمانی پاسخگویانی که توانایی مسافرت‌های خارجی دارند و پاسخگویانی که توانایی مسافرت‌های خارجی ندارند، تفاوت معنی داری وجود دارد. ( $p < ۰/۰۵$ ) بررسی میانگین‌ها نشان می‌دهد کسانی که توانایی مسافرت‌های خارجی دارند، شادمان‌تر از کسانی هستند که توانایی مسافرت‌های خارجی ندارند.

جدول ۷: آزمون F در تعیین تفاوت در شادمانی برحسب میزان درآمد خانواده

p	آماره F	انحراف معیار	میانگین شادمانی	تعداد	میزان درآمد خانواده
۰/۰۰۱	۲۱/۴۵	۶/۹۸	۴۸/۸۴	۱۶۴	کمتر از یک میلیون تومان
		۱۰/۱۳	۴۹/۹۹	۱۷۹	یک تا دو میلیون تومان
		۶/۰۹	۴۶/۱۱	۹۳	دو میلیون و ده هزار تا سه میلیون تومان
		۱۱/۰۸	۵۲/۱۸	۵۶	سه میلیون و ده هزار تا چهار میلیون تومان
		۱۴/۳۳	۵۳/۷۵	۴۸	چهار میلیون و ده هزار تا پنج میلیون تومان
		۱۲/۱۶	۶۶/۸۰	۳۰	پنج میلیون و ده هزار تا شش میلیون تومان
		۵/۰۸	۴۷/۲۵	۲۴	بیش از شش میلیون تومان

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که سطح معنی داری کمیت F در بررسی شادمانی ساکنان شهر اصفهان به برحسب میزان درآمد خانواده از خطای ۵ درصد کمتر است و لذا فرض صفر رد می‌شود و تفاوت در شادمانی ساکنان شهر اصفهان به برحسب میزان درآمد خانواده تأیید می‌گردد؛ یعنی افرادی که درآمد خانواده‌شان پنج میلیون و ده هزار تا شش میلیون تومان در ماه است، بیشتر از سایر پاسخگویان دارای شادمانی هستند.

جدول ۸: نتایج برآورد مدل رگرسیون به روش هم‌زمان (متغیر وابسته: شادمانی ساکنان شهر اصفهان)

متغیر	ضریب استاندارد (بتا)	خطای معیار	آماره t	p	هم خطی VIF
سرمایه فرهنگی	۰/۲۸۲	۰/۸۷۷	۲/۲۶	۰/۰۲۴	۱/۲۶
دین داری	۰/۳۵۱	۱/۰۵۱	۲/۸۶	۰/۰۰۴	۲/۲۹

۱/۳۶	۰/۰۰۱	۳/۲۱	۰/۳۷۲	۰/۳۴۱	رسانه‌های جمعی <sup>۱</sup>
۱/۸۵	۰/۰۰۵	۲/۷۹	۰/۶۸۸	۰/۳۲۳	وضعیت رفاهی و تفریحی
Adj R <sup>۲</sup> (۰/۲۸۸) ضریب تعیین تعدیل شده				R <sup>۲</sup> (۰/۲۸۹) ضریب تعیین	
آماره F و سطح معنی‌داری (۵/۸۱ و ۰/۰۰۱)				آماره‌ی دووین واتسون (۱/۸۹)	

نتایج مندرج در جدول ۸ نشان می‌دهد که ضرایب کلیه متغیرهای مستقل در مدل رگرسیونی برآزش شده، در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار هستند ( $p < ۰/۰۵$ ). لذا می‌توان گفت متغیرهای سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه‌های جمعی و وضعیت رفاهی و تفریحی ساکنان شهر اصفهان بر شادمانی آن‌ها تأثیر دارند و مقدار و علامت ضرایب بیانگر اثر مستقیم (غیرمستقیم) متغیرهای مذکور، بر شادمانی ساکنان شهر اصفهان می‌باشد. بیشترین اثر مربوط به دین‌داری و کمترین اثر مربوط به سرمایه فرهنگی می‌باشد.

ضریب تعیین (R<sup>۲</sup>) درصد تغییرات کل متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه‌های جمعی، وضعیت رفاهی و تفریحی) بر شادمانی ساکنان شهر اصفهان را که از طریق مدل رگرسیون توضیح داده شده است، بیان می‌کند. با توجه به جدول ۸ مشاهده می‌شود که ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۲۸۹ است که نشان می‌دهد حدود ۲۸/۹ درصد تغییرات شادمانی ساکنان شهر اصفهان از طریق مدل رگرسیونی با متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه‌های جمعی، وضعیت رفاهی و تفریحی) توضیح داده شده است.

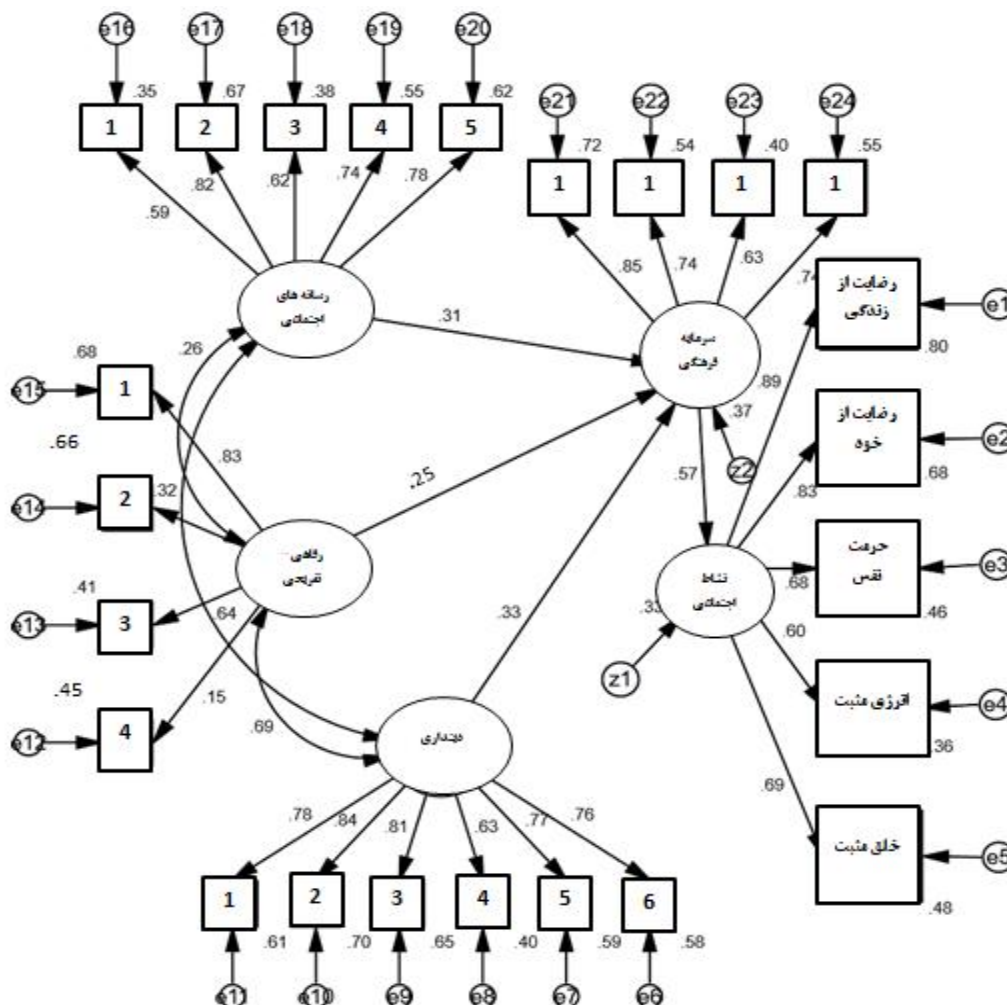
## مدل معادلات ساختاری

برای رسم مدل نهایی، از رویکرد یک مرحله‌ای استفاده گردید. بخش ساختاری مدل حاکی از آن است که مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم مدل تایید شده است. بالاترین تأثیر را سرمایه فرهنگی بر نشاط اجتماعی با ضریب (۰/۵۷) داشته است. تمامی متغیرهای تحقیق دارای اثر مثبت و غیرمستقیم بر روی نشاط اجتماعی بوده‌اند. بیشترین اثر غیرمستقیم بر نشاط اجتماعی از طریق سرمایه فرهنگی مربوط به متغیر دین‌داری با ضریب (۰/۳۳) می‌باشد. متغیر رسانه‌های اجتماعی از طریق سرمایه فرهنگی بر نشاط اجتماعی اثرگذار است. همچنین وضعیت رفاهی - تفریحی از طریق سرمایه فرهنگی نیز بر نشاط اجتماعی اثرگذار می‌باشد. شاخص‌های مدل، آزمون نیکویی برآزش ساختار نظری مطرح شده با داده‌های مشاهده شده و اعتبار سازه‌ای وسیله اندازه‌گیری مورد بحث را نشان می‌دهد. اغلب شاخص‌های تطبیقی مدل نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان مدل از فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده برای آن‌هاست. از آنجا که معیارهای  $GFI = ۰/۹۱$ ,  $TLI = ۰/۹۴$  و

۱ - هرچه قدر آماره تی بیشتر باشد، نشان از بیشتر بودن تفاوت میانگین دارد و به همین دلیل مقدار پی به کمترین میزان خود می‌رسد. به عبارت دیگر، بالا بودن مقدار تی برابر با کاهش مقدار پی خواهد بود.

IFI=۰/۹۲ نزدیک به یک می باشند، حاکی از برازش زیاد مدل و معیار  $RMSEA=۰/۰۶$ ، بیانگر عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در مدل است.

P	AGFI	RMSEA	GFI	IFI	NFI	TLI	DF/CMIN
۰/۱۲۳	۰/۹۳	۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۴	۲/۴



## بحث و نتیجه گیری

یکی از موضوع‌های مهمی که در دنیای امروز توجه بسیاری را به خود جلب کرده، بحث بهزیستی ذهنی و سرزندگی است. احساس سرزندگی با شادکامی ارتباط نزدیکی دارد. شادی، نوعی هیجان است که تأثیر ژرفی بر سازوکارهای جسمانی، شناختی و روانی مکانیزم انسانی دارد و عملکرد آدمی را در زمینه‌های مختلف بهبود می‌بخشد. (الیاسی، ۱۳۸۵: ۱۶) اولین پژوهش تجربی در مورد شادمانی در سال ۱۹۱۲ در بین دانش آموزان انگلیسی در یک مدرسه پسرانه انجام شد. در توضیح چنین تحولی در زمینه شادمانی باید گفت در قرن بیستم موضوع شادمانی و نشاط به‌عنوان یکی از موضوعات مورد بررسی جامعه‌شناسان،

روانشناسان و اقتصاددانان مطرح گردیده است. بسیاری از تحقیقاتی که در زمینه نشاط انجام شده، کیفیت زندگی افراد را مورد بررسی قرار داده است، زیرا کیفیت زندگی مربوط به زندگی خوب می‌شود و زندگی خوب نیز باعث شادمانی و نشاط در افراد می‌گردد (گنجی، ۱۳۸۷: ۱۹).

درواقع، پرداختن به موضوع نشاط اجتماعی به این دلیل اهمیت دارد که توفیق هر جمع و جامعه‌ای به نیروهایی بستگی دارد که خود را قبول دارند، خوشحال هستند و دور از سستی و افسردگی زندگی می‌کنند. برنامه‌ریزی برای هر جامعه نیازمند شناخت وضعیت نشاط اجتماعی است. با توجه به تغییرات اجتماعی و فرهنگی در ابعاد خانواده‌ها، باورها و ارزش‌ها، شکاف نسلی و حاکمیت ماشین بر زندگی انسان‌ها ضروری است تا روابط بین نشاط اجتماعی و تغییرات فرهنگی اجتماعی و روانی سنجیده شود. چه بسا مدیران جامعه بتوانند به کمک افراد جامعه به ترمیم سرمایه فرهنگی و اجتماعی جامعه اقدام نمایند (فرجی و خادیمان، ۱۳۹۲: ۸۸).

بر اساس یافته‌های تحقیق و با درجه‌بندی میزان شادمانی نمونه آماری (۶۰۰ نفر ساکنان شهر اصفهان) مشخص شد شادمانی بیشتر جامعه مورد مطالعه (۷۵/۵ درصد) در حد متوسط می‌باشد. آمارهای پایگاه داده‌های شادمانی در جهان در بین سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۵ نیز نشان می‌دهد که ایران با نمره ۵۱ از ۱۰۰ جزو کشورهای متوسط از لحاظ شادی و در ردیف ممالکی چون فیلیپین، هند، لهستان و کرده جنوبی قرار دارد. (موسوی، ۱۳۸۵: ۴)

همچنین، احساس شادمانی نمونه آماری متوسط به دست آمد. عوامل فرهنگی بررسی شده در این تحقیق شامل سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه‌های جمعی و امکانات رفاهی و تفریحی می‌باشند که طبق نتایج تحقیق، همبستگی متوسط و مثبتی بین این متغیرها و شادمانی وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش هر یک از این عوامل، شادمانی در ساکنان شهر اصفهان افزایش می‌یابد.

همان‌طور که در چارچوب نظری تحقیق نیز اشاره شد، طبق اصول چهارده‌گانه فلورانس فعالیت‌های لذت‌بخش نسبت به فعالیت‌های غیر لذت‌بخش شادمانی بیشتری ایجاد می‌کنند. سرگرمی‌های سودمند، خشنودی و شادمانی بیشتری نسبت به سرگرمی‌های مبتذل ایجاد می‌کنند. عده‌ای از روانشناسان که دارای رویکرد فرهنگی می‌باشند و بر نقش حیاتی مفاهیم عمومی و عادات کلی در کارها و امور روزمره در شکل‌دهی عواطف و احساسات تأکید نموده‌اند، معتقد هستند که عواطف نتیجه و پیامد مستقیم مکانیزم‌های روان‌شناختی یا عصبی نیستند، بلکه همیشه در بافت فرهنگی خاص قرار دارند و گنجانیده شده‌اند. بر این اساس می‌توان گفت که عواطف و احساسات، سرشار از معانی و مفاهیم فرهنگی می‌باشند. نتایج رگرسیون در جدول ۸ نیز نشان داد متغیرهای سرمایه فرهنگی، دین‌داری، رسانه‌های جمعی و وضعیت رفاهی و تفریحی ساکنان شهر اصفهان بر شادمانی آن‌ها تأثیر دارند. بیشترین اثر مربوط به دین‌داری و بعد از آن رسانه‌های جمعی می‌باشد.

نتایج پژوهش در مورد رابطه دین‌داری و نشاط اجتماعی با تحقیقات ربانی و دیگران (۱۳۸۶)، موکرجی و براون (۲۰۰۵)، اسوین یارد، کائو و فوئا (۲۰۰۱)، سنوپ (۲۰۰۸) شارما و ماله هوترا (۲۰۱۰) همسو می باشد که در این پژوهش‌ها سطح دین‌داری بر نشاط اجتماعی تأثیر مثبت داشته است. نوریس و اینگلهارت در این زمینه استدلال کرده‌اند که مذهب نوعی احساس قابل پیش‌بینی بودن امور و رخدادهای و احساس امنیت را بخصوص در شرایط عدم وجود امنیت برای افراد فراهم می‌آورد و بدین طریق برافزایش نشاط تأثیر می‌گذارد (نوریس و اینگلهارت، ۱۳۸۷). سلیگمن نیز بر نقش مذهب در معنا بخشیدن به زندگی افراد و همچنین آرامش بخشیدن در هنگام ناکامی‌ها، شکست‌ها و مصائب زندگی اشاره می‌کند. الیسون (۱۹۹۱) یک ارتباط مستقیم و قابل توجه بین مذهبی خاص و شادی افراد تعریف کرده و سلیگمن (۲۰۰۲) معتقد است که مذهب دست‌کم به سه دلیل در افزایش سطح بهتر زیستی انسان اهمیت دارد.

همچنین، یافته‌ها در مورد رابطه رسانه‌های جمعی و نشاط اجتماعی با تحقیق افشانی (۱۳۹۲) مطابقت دارد که طی آن پژوهش نیز بین میزان بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی و میزان نشاط اجتماعی رابطه معنادار و مستقیم وجود داشت و مشخص شده بود که هر چه بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی افزایش پیدا می‌کند، میزان نشاط اجتماعی هم افزایش پیدا می‌کند.

البته سطح امکانات رفاهی و تفریحی افراد و یا خانواده‌ها تحت تأثیر وضعیت اقتصادی می باشد؛ به طوری که نتایج تحقیق نیز در جدول ۷ نشان داد بین درآمد افراد و شادمانی نیز تفاوت معناداری وجود دارد و میانگین شادمانی افراد با درآمد بالاتر بیشتر است. نتایج تحقیق منتظری و همکاران در سال ۱۳۹۱ نیز نشان داد که عوامل اقتصادی - اجتماعی تأثیر بسزایی بر سطح شادکامی افراد دارد. هزار جریبی و آستین فشان نیز نشان دادند که وضعیت اقتصادی - اجتماعی در تقویت و یا کاهش نشاط در افراد جامعه تأثیر دارند. پاسخگویان با مشاغل هنری و فرهنگی شادمان‌تر و پاسخگویان مجموعه بیکار، کارگر ساده، کشاورز و دامدار و راننده و امور خدماتی، شادمانی کمتری دارند. این نتایج تأثیر نوع فعالیت و داشتن شغل بر روی میزان شادمانی را نشان می‌دهد. علاوه بر این، نتایج نشان داده که مردها شادمان‌تر از زن‌ها، پاسخگویان با سنین پایین‌تر شادمان‌تر از پاسخگویان با سنین بالاتر و پاسخگویان با تحصیلات متوسطه و دیپلم شادمان‌تر از پاسخگویان با سایر تحصیلات می‌باشند. اکبرزاده و همکاران (۱۳۹۳) بیان کرده‌اند که بین شادی جوانان بر حسب وضع فعالیت و نیز میزان تحصیلاتشان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین منتظری و همکاران (۱۳۹۱) دریافته‌اند که درآمد، وضعیت اشتغال، شهر محل سکونت و درک افراد از سلامت خود تأثیر بسزایی در سطح شادمانی آن‌ها داشته است.

بر اساس یافته‌های این تحقیق می‌توان گفت با افزایش معنویات و کارهای فرهنگی مؤثر بر اعتقادات دینی، افزایش امکانات تفریحی و رفاهی در سطح شهر، برنامه‌ریزی و افزایش تولید برنامه‌های شاد و مفرح

به ویژه شبکه‌های استانی - با توجه به فرهنگ و آداب و رسوم هر استان، ایجاد احساس همبستگی از طریق برنامه‌ریزی برای حضور بیشتر و شرکت مردم در فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و...، بهتر شدن وضعیت اقتصادی و برنامه‌ریزی لازم برای حل مشکلات اقتصادی کشور می‌تواند در افزایش شادمانی افراد مؤثر بود.

در پایان یادآوری این نکته ضروری است که در این پژوهش فقط به چهار متغیر فرهنگی مؤثر بر نشاط اجتماعی (دین‌داری، سرمایه فرهنگی، رسانه‌های جمعی و امکانات رفاهی و تفریحی) پرداخته شد. بنابراین نیاز به تحقیقات بیشتر پیرامون سایر عوامل مؤثر بر شادمانی در شهر اصفهان و حتی سایر شهرهای استان اصفهان و کل کشور احساس می‌شود.

## منابع

- آرگایل، مایکل. (۱۳۸۲). روان‌شناسی شادی. فاطمه بهرامی و دیگران. اصفهان: جهاد دانشگاهی
- اخشی، نازیلا و گلابی، فاطمه. (۱۳۹۴). «مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی». جامعه‌شناسی کاربردی. ۳(۲۶). صص ۱۳۹-۱۶۰.
- اکبرزاده، فاطمه؛ دهقانی، حمید؛ خوشفر، غلامرضا و جانعلی زاده چوبدستی، حیدر. (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بر شادی جوانان». جامعه‌شناسی کاربردی. سال بیست و چهارم، شماره پیاپی (۴۹)، شماره اول، صص ۸۸-۶۷.
- باینگانی، بهمن و کاظمی، علی. (۱۳۸۹). «بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی». فصلنامه برگ و فرهنگ. صص ۲۱-۸.
- ربانی، رسول و انصاری، ابراهیم. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی قشرها و نابرابریهای اجتماعی. اصفهان: دانشگاه اصفهان
- ربیعی، علی. (۱۳۹۱). «بررسی میزان نشاط اجتماعی معلمان زن و عوامل موثر بر آن در شهرستان مبارکه». پایان نامه رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهاقان.
- روحانی، محسن. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی. فصلنامه راهبرد. شماره ۵۳: ۳۵-۷.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی ارتباطات. چاپ هفدهم، تهران: انتشارات اطلاعات
- سادتیان، اصغر. (۱۳۸۶). روش‌های غلبه بر افسردگی و رموز شاد زیستن. تهران: نشر شهر آب
- شهیدی، مهدی. (۱۳۸۸). روانشناسی شادکامی و موفقیت. سال ششم، شماره ۶۵.
- عابدی، محمد رضا. (۱۳۸۱). شادی در خانواده. تهران: سلامت خانواده
- عنبری، م. (۱۳۹۱). بررسی زمینه‌ها و راهکارهای نشاط اجتماعی در ایران. تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی
- فرجی، طوبی و خادمیان، طلیعه. (۱۳۹۲). «بررسی نقش رضایت از زندگی بر میزان نشاط اجتماعی». فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. سال چهارم، شماره ۰-دهم، صص ۸۲-۱۲۳.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: انتشارات بهجت
- کامیاب، زهره؛ حسین پور، محمد و سودانی، منصور. (۱۳۹۶). «بررسی اثربخشی آموزش شادمانی به شیوه فوردایس بر افزایش شادمانی بیماران مبتلا به دیابت شهرستان بهبهان». دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی. شماره ۴۲. صص ۱۰۸-۱۴۲
- کورای و همکاران. (۲۰۱۰). رابطه وضع نامناسب حمل و نقل شهری، محرومیت اجتماعی و احساس شادی در شهر ملبورن استرالیا.

- گنجی، محمد. (۱۳۸۷). «تحلیل عوامل جامعه شناختی موثر بر میزان احساس شادی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان». رساله دکتری، دانشگاه اصفهان.
- گیوریان، حسن و دیندار فرکوش، فیروز. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و اثربخشی معلمان». فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی. ۵ (۳) ۱۳۷-۱۴۵.
- منتظری و همکاران. (۱۳۹۱). «میزان شادکامی مردم ایران و عوامل موثر بر آن از دیدگاه مردم ایران». مجله پایش. دوره ۱۱ شماره ۴. صص ۴۶۷-۴۷۵.
- موسوی، م. (۱۳۸۵). «مشارکت اجتماعی؛ یکی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی». فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی. سال ششم، ش ۲۳، صص ۶۷-۹۲.
- میرشاه جعفری، ا.؛ عابدی، م. و دریکوندی، ه. (۱۳۸۱). «شادمانی و عوامل مؤثر بر آن». فصلنامه تازه‌های علوم شناختی، ش ۳، صص ۵۰-۵۸.
- نشاط دوست، حمید طاهر؛ کلانتری، مهرداد؛ مهربانی، حسینعلی؛ پالانگ، حسن و نوری، نرگس السادات. (۱۳۸۸). «تعیین عوامل مؤثر در شادکامی کارکنان شرکت فولاد مبارکه». جامعه‌شناسی کاربردی. ۲۰ (۱۱). ۱۰۵-۱۱۸.
- نصحی، محمود. (۱۳۸۲). «رابطه بین شادمانی و عوامل آموزشی دانش آموزان دبیرستانی». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد، واحد خوراسگان.
- نوری، رضا؛ کرمی، مکری؛ آذرخش فر، محمد و محمدی یزدانی، اسماعیل. (۱۳۸۱). «مطالعه عوامل موثر بر احساس شادی و بهزیستی در دانشجویان دانشگاه تهران». مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی. ۳۲ (۱) صص ۳-۴۱.
- نیازی، محسن و کارکنان، محمد. (۱۳۸۶). «تبیین جامعه شناختی رابطه سرمایه فرهنگی خانواده با هویت اجتماعی جوانان». فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۳: ۸۱-۵۵.
- وحید، فریدون؛ و دادهیر، ابوعلی و فرنام، محمد. (۱۳۹۳). «نشاط عمومی در زندگی اجتماعی- فرهنگ شهر: مطالعه ای با رویکرد کیفیت اجتماعی در شهر اردبیل». مطالعات جامعه‌شناسی شهری. سال چهارم، شماره ۱۱، صص ۱-۳۴.
- هزار جریبی، جعفر و آستین افشان، پروانه. (۱۳۸۸). «بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی با تاکید بر استان تهران». جامعه‌شناسی کاربردی. شماره: ۱۱۹-۱۴۶.
- الیاسی، م. (۱۳۸۵). «عوامل مؤثر بر شادکامی دانشجویان بسیجی». فصلنامه مطالعات بسیج. سال نهم، ش ۳۳، صص ۱۵-۳۴.



- Anand, Paul. & et al. (2011). **“Measuring welfare”**. Journal of public Economic, 95, 205–215.
- Furnham, A. & Cheng, H. (2000). **“Lay theories of happiness”**. Journal of happiness studies, 1: 227–246
- Helliwell, John F. (2005). **“Well-Being, Social Capital and Public Policy: What's New?”**. The Economic Journal, Volume 115, Issue 510, March, pages C34–C45.
- Scott, Mc. & Johnson, Sarah. (2013). **“The happiness factor”**. Annals of Tourism Research, NoL, 41, 42–65.

# Cultural Factors of Social Happiness (Case Study: Youth of Isfahan)

**Asghar Mohammadi**

Ph.D., Assistant Professor in Sociology, Sociology Department, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

**Ali Seif Zadeh**

Ph.D. in Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

*Received: ۲۳ Dec. ۲۰۱۸*

*Accepted: ۲۷ Jan. ۲۰۱۹*

One the essential human needs that can affect social and cultural aspects of his/her life is the feeling of happiness. The research is to study the relationship between cultural factors and social happiness among the residents of the city of Esfahan. The research population consisted of all the residents above ۱۰ years of age which totaled ۱۶۶۳۸۳۴, of which, on the basis of Cochran formula and utilizing a quota sampling technique, ۶۰۰ individuals were chosen as the sample. The theoretical framework was provided by drawing on the ideas of Bourdieu, Fordise, Singleman, and Allison. The research questionnaire had face validity and the reliability coefficients were above ۶۹/۰. The results showed that social happiness was moderately and significantly associated with religiosity ( $r=۰/۳۸$ ), cultural capital ( $r= -۰/۴۱$ ), mass media programs ( $r= -۰/۴۷$ ), recreation and entertainment facilities ( $r= ۰/۶۳$ ). The results also showed that social happiness was significantly related to age, sex, income, education, and occupation. The results of regression analysis showed that all the independent variables entered the equation and that all together could explain about ۲۸/۹ percent of the variance of social happiness. Religiosity and cultural capital had, respectively the highest and the lowest amount of influence on social happiness.

**Key Words:** Social Happiness, Cultural Capital, Religiosity, Mass Media, Recreation and Entertainment Facilities and Youth