

تبیین جامعه‌شناختی تعاملات همسایگی و تأثیر آن بر احساس نشاط اجتماعی شهروندان در شهر همدان

اعظم خطیبی^۱

چکیده

نشاط اجتماعی در زندگی اجتماعی نقشی اساسی و بنیادینی ایفا می‌کند، به‌گونه‌ای که در مقایسه با هر خصلت و روحیه‌ی دیگر، بیشترین سهم را در بهبود روابط و معاشرت‌ها به عهده دارد. هدف این تحقیق نیز بررسی تعاملات همسایگی و تأثیر آن بر نشاط اجتماعی شهروندان در شهر همدان است. از نظریه‌های برخی از جامعه‌شناسان در حوزه‌ی شهری و نشاط مانند جیکوبز فلنگن، پارک، گیدنز، آرگایل، آیزنگ، وینهون و کالمیجن و ... استفاده شده است. روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی و رویکرد آن جامعه‌شناختی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق، شهروندان همدانی حاضر در زمان مطالعه بودند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد شد و شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای بود. برای گردآوری اطلاعات از دو نوع پرسشنامه استفاده شد: ۱- تعامل همسایگی پاول والین و شوسلر و ۲- پرسشنامه‌ی محقق ساخته بر اساس نظریه‌ی نشاط آرگایل و آیزنگ و اعتماد گیدنز. نتایج نشان داد بین تعاملات همسایگی و نشاط اجتماعی رابطه‌ی معنادار و قوی‌ای وجود دارد ($F=0/172$). بین زنان و مردان در تعاملات همسایگی تفاوت معناداری نیست اما در احساس نشاط اجتماعی تفاوت معنادار است. رگرسیون چند متغیره نشان داد که از بین مؤلفه‌های تعاملات همسایگی، شبکه‌ی روابط، بیشترین تبیین‌کننده‌ی نشاط اجتماعی است. تحلیل مسیر نشان داد که اعتماد به همسایه‌ها تحت تأثیر شبکه‌ی روابط و شناخت همسایه‌ها از یکدیگر است.

واژگان کلیدی: تعاملات همسایگی، احساس نشاط اجتماعی، شبکه روابط، شناخت همسایه، اعتماد به همسایه

مقدمه و بیان مسأله

با ورود به هزاره‌ی سوم میلادی، شهرها بویژه کلان‌شهرها با مسائل عدیده‌ای درگیر هستند که نمود عینی آن‌ها را در گسترش آلودگی‌ها، مسائل زیست‌محیطی، بالا رفتن جرائم و در نهایت پایین آمدن نشاط اجتماعی افراد می‌توان مشاهده کرد. نشاط از ویژگی‌هایی است که در زندگی اجتماعی نقشی اساسی و بنیادین ایفا می‌کند و بیشترین سهم را در بهبود روابط و معاشرت‌ها به عهده دارد. مجموعه‌ای از عوامل فردی و فرا فردی در تقویت و یا کاهش نشاط اجتماعی در افراد جامعه تأثیر دارد (کیا و امیری، ۱۳۹۱: ۱۴۰-۱۳۳) و در واقع نشانه‌ای است از نگرش‌های مثبت نسبت به جهان و محیطی که فرد را فرا گرفته و در آن زندگی می‌کند. نشاط در زندگی، شادمانی، احساس خوشبختی، اعتماد متقابل، احساس تعهد، سرزندگی و موارد مشابه در یک دسته‌ی فرهنگی قرار دارند. سطح پایین نشاط اجتماعی به گرایش‌های منفی نسبت به جامعه مربوط می‌شود (ازکمپ، ۱۳۷۳: ۶۶) و به دلایل گوناگون تأمین نشاط و سرزندگی شهری به یکی از دغدغه‌های اصلی نظام‌های مدیریت شهری بویژه در کشورهای توسعه‌یافته تبدیل شده است (وحیدا و دیگران، ۱۳۹۳: ۴).

همچنین سطح پایین نشاط در دهه‌های اخیر، زمینه‌ی کاهش حس تعاون اجتماعی و پیوندهای گروهی را فراهم ساخته است. از سوی دیگر دگرگونی‌های فرهنگی در سازه‌های محله‌های شهر و شهرسازی، در کاهش همبستگی خانوادگی و محلی و بی‌توجهی به ارزش‌های گروهی مؤثر بوده و به دنبال آن، همدلی و همیاری که مهم‌ترین دغدغه‌ی خانواده‌ی سنتی بود، رنگ باخته و حمایت‌های عاطفی کاهش یافته است. در مقابل، تقویت انسجام و تعاملات خانوادگی، باعث فعال شدن شبکه‌ی همیاری طایفه‌ای با هدف حمایت، مراقبت و کنترل می‌شود و بار مسؤولیت دولت را برای حل معضلات اجتماعی کاهش می‌دهد (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۵۴ - ۳۲). این وضعیت موجب شکل‌گیری روحیه‌ی قبول ارزش‌های مشترک حاکم بر شبکه‌ی خانوادگی از یک سو و افزایش تعاملات خانواده‌ها و انباشت

سرمایه‌ی اجتماعی آن‌ها شده، نشاط و شادی را نه‌تنها در درون خانواده‌ها که در ارتباط خانواده‌ها با یکدیگر در زیست‌گاه آن‌ها به دنبال دارد.

همچنین وجود تعاملات و همبستگی مکانیکی در درون محلات و در روابط همسایگان به عنوان مهم‌ترین ابزار نظارتی و کنترلی، می‌تواند از بسیاری از جرائم و بزهکاری‌ها بکاهد. طبق نظر دورکیم اگر در جامعه‌ای همبستگی اجتماعی قوی باشد، اعضای آن هم‌نوایی بیشتری با ارزش‌های جامعه خواهند داشت (دورکیم، ۱۳۸۷: ۶۲). تعاملات همسایگی نیز آینه‌ای از وضعیت اعتماد و سرمایه‌ی اجتماعی محلات است. در ایران وجود همبستگی خاص افراد با خانواده‌های پدری و مادری و حفظ آن (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۹۱)، راهی برای تداوم تعاملات همسایگی و تقویت همیاری و تعاون میان آحاد جامعه است. در خانواده‌ی ایرانی، پیوندهای بین خانواده‌ها و همسایه‌ها، کارکردهای اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. اگرچه انسان معاصر به لحاظ مفهومی، پیوندی گسست‌ناپذیر با فردیت دارد، اما فردیت معاصر ایرانی خانواده‌مدار است و خویشاوندی بنیان روابط اجتماعی است. خویشاوندی عامل اصلی تجمع افراد در درون شبکه‌ی موجود در جامعه و معیار اصلی تشکیل گروه‌ها و اجتماعات است (چیل، ۱۳۸۸: ۲۴۰).

پیوندهای اجتماعی نوعی سرمایه‌ی اجتماعی است که به روابط میان اشخاص مربوط است (سامپسون و ژوهن^۱، ۱۹۹۳: ۲۴۷). وقتی افراد تماس و ارتباط بیشتری باهم داشته باشند، متعاقب آن مشارکت بیشتری در امور مشترک خود نیز خواهند داشت و به لحاظ فردی، پیوند قوی‌تری بین فرد و گروه برقرار خواهد شد (نابیی و لطفی و خواجکی، ۱۳۹۴: ۱۰) و نشاط را تقویت می‌کند.

با توجه به اینکه هر فردی دارای روابط اجتماعی (کلنتر، ۱۳۷۶؛ تری یان‌دیس، ۱۳۸۳) با افرادی است که در راستای فرهنگ او قرار دارند، لذا منظور از روابط اجتماعی، ارتباطات گوناگونی است که هر فرد در زندگی روزمره‌ی خود دارد. در مورد خانواده شکل این رابطه مشتمل بر سه نوع است: رفت و آمد با اعضای خانواده‌ی زن و مرد، رفت و آمد با دوستان و

همسایه‌ها و رفت و آمد با دوستان غالباً هم‌جنس که به تنهایی و بدون حضور اعضای خانواده صورت می‌گیرد (منادی، ۱۳۸۸: ۱۰۵). در این تحقیق رفت و آمد با همسایه‌ها مد نظر است.

بسیاری از پژوهشگران به مسائل و آسیب‌های ناشی از فرسایش پیوندها و انسجام در عرصه همسایگی توجه کرده‌اند (نوذری، ۱۳۹۴) اما تاکنون پژوهشی که رابطه‌ی متقابل تعاملات همسایگی و نشاط اجتماعی را مورد تحقیق و تفحص قرار دهد، انجام نشده است. خلأ تحقیقاتی در این موضوع مهم اجتماعی، از عوامل عمده‌ی بررسی رابطه بین این دو متغیر است.

با توجه به آنچه گذشت مسأله‌ی اساسی این تحقیق مطالعه‌ی جامعه‌شناختی تعاملات همسایگی شهروندان و تأثیر آن بر احساس نشاط اجتماعی آن‌ها در شهر همدان است بنابراین برای حل مسأله، به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- میزان تعاملات همسایگی شهروندان در همدان چقدر است؟ تعاملات همسایگی چه تأثیری بر احساس نشاط اجتماعی شهروندان دارد؟ آیا در نگرش زنان و مردان درباره‌ی تأثیر تعاملات همسایگی بر احساس نشاط اجتماعی تفاوت وجود دارد؟ چه راهکارهای کاربردی برای تقویت تعاملات همسایگی و افزایش احساس نشاط اجتماعی وجود دارد؟

در واقع اهداف تحقیق شامل سنجش میزان تعاملات همسایگی و بررسی تأثیر این تعاملات بر نشاط اجتماعی شهروندان و در نهایت مقایسه‌ی نگرش زنان و مردان درباره‌ی تأثیر تعاملات همسایگی بر نشاط اجتماعی است تا از این منظر بتواند راهکارهای کاربردی ارائه دهد.

پیشینه‌ی تحقیق

پیشینه‌ی تحقیق شامل دو دسته از تجربیات اندیشمندان اجتماعی است: دسته‌ی نخست به تجربیاتی مربوط می‌شود که تعاملات همسایگی را بررسی کرده‌اند و دسته‌ی دوم شامل تجربیاتی است که شادمانی و نشاط اجتماعی را مورد کنکاش قرار داده‌اند. در این تحقیق ابتدا به تجربیات دسته‌ی نخست و سپس به تجربیات دسته‌ی دوم پرداخته می‌شود.

در تحقیق انصاری (۱۳۸۱)، محور اصلی بحث، نقش اجتماعی محله در شهرهای اسلامی است که با روش کیفی و کتابخانه‌ای بررسی شده است. محله در شهرهای اسلامی به عنوان یک واحد اصلی روابط اجتماعی بوده و از اجزاء اصلی و فرعی تشکیل شده است و عوامل فضایی، فرهنگی و اقتصادی در آن دخالت داشته است. نتایج تحلیل ثانویه داده‌های همسایگی بر روی ۳۰ شبکه‌ی همسایگی در سه منطقه‌ی برگزیده‌ی شهر مشهد در تحقیق یوسفی، نوغالی و حجازی (۱۳۸۸)، نشان داد که انسجام رابطه‌ای شبکه‌ی همسایگی این شهر کمتر از حد متوسط و بیشتر متکی بر پیوندهای ضعیف همسایگی است و انسجام ارزشی شبکه نیز از لحاظ شدت علائق ارتباطی و تعهدات محلی ضعیف اما از نظر اشتراک علائق و تعهدات نسبتاً بالاست. یافته‌های تحقیق پیمایشی ربانی خوراسگانی، صدیق اورعی و خنده‌رو (۱۳۸۸) در مشهد نشان داد که میانگین سرمایه‌ی اجتماعی افراد در سطح محله در یک طیف ۵ قسمتی ۲/۹۹ است. همچنین از بین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی شرکت در مراسم مذهبی در محله بالاترین تأثیر را دارد. وجود رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی با ثبات مسکونی و ویژگی‌های محل زندگی افراد نیز تأیید شد. صدیق سروستانی و نیمروزی (۱۳۸۹) با روش پیمایشی ۸۵ شبکه‌ی همسایگی (در هر شبکه ۵ خانوار) را در محلات شهر مشهد بررسی کرده‌اند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که بین متغیرهای اعتماد به همسایه‌ها، نگرش به محیط فیزیکی محله، تمایل به مشارکت در امور محله، سطح سواد فرد، عضویت در انجمن‌های اجتماعی محله و رتبه‌ی اقتصادی - اجتماعی منطقه‌ی محل سکونت از یک سو و احساس امنیت در محله از دیگر سو، ارتباطی مثبت وجود دارد. در تحقیق پیمایشی معیدفر و مقدم (۱۳۸۹) در ۶ محله‌ی تهران که با رویکرد فضایی - اجتماعی و با تلفیق نظریه‌های کنترل اجتماعی و نظریه‌های جامعه‌شناسی شهری انجام گرفت، یافته‌های تحقیق ضمن تأیید وجود تفاوت معنادار هویت محله‌ای در محله‌های مختلف تهران، نشان داد هویت محله‌ای زمینه‌ی مناسبی برای رشد و ارتقای وابستگی، تعهد و مشارکت افراد در محله است و می‌توان از طریق تقویت این سه عنصر، احساس کنترل و نظارت اجتماعی را در محله بالا برد و مانع از گرایش افراد به ارتکاب رفتارهای نابهنجار در

سطح محله شد. نتایج تحقیق پیمایشی معمار (۱۳۹۰) در محلات شهر اصفهان نشان داد در سطح اجتماع محلی مهم‌ترین نیاز مردم ایجاد تعاملات اجتماعی با دیگران است که پس از آن به ترتیب، نیاز به امکانات و تسهیلات رفاهی، اقدامات زیربنایی و تأسیساتی، بهداشت و سلامتی محله، مشارکت در اداره‌ی محله، مراکز مناسب خرید و وسایل حمل و نقل عمومی، امنیت و تعلق به محله قرار دارند. سپس به این نتیجه نهایی رسید که ایجاد فضاهای عمومی به‌عنوان بستری برای تعاملات اجتماعی یک درخواست مبرم است.

نشاط و شادمانی

گلکار (۱۳۷۹) در مقاله‌ی خود با عنوان «نشاط و سرزندگی در شهر به کمک طراحی شهری» با استفاده از روش کتابخانه‌ای، به معرفی ابعاد سرزندگی در شهر پرداخته است و شاخص کیفیت زندگی شهری معرفی شده توسط مؤسسه‌ی معتبر «واحد اطلاعات اکونومیست»^۱ یعنی وجود شرایط اجتماعی و تفریحی کافی در محلات را به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرزندگی شهری معرفی کرده است. هزار جریبی و آستین فشان (۱۳۸۸) تحقیق توصیفی-تحلیلی (همبستگی) "بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با تأکید بر استان تهران" را در میان افراد ۱۵ تا ۶۵ سال ساکن در استان تهران با حجم نمونه‌ی ۲۰۰۰ نفر انجام داده‌اند. مجموعه‌ی مطالعات نشان داد که تقویت نشاط اجتماعی در جامعه به مجموعه‌ای از عوامل فردی و فرا فردی در تقویت و یا کاهش نشاط در افراد جامعه تأثیر گذارند. نتایج حاصل از ترکیب گویه‌ها، بیانگر متوسط بودن احساس نشاط اجتماعی در بین اکثریت پاسخگویان است. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان داد که در مجموع سه متغیر امید به آینده و ارضای نیازهای عاطفی و مقبولیت اجتماعی توانسته‌اند ۰/۵۳۷ درصد از تغییرات متغیر نشاط اجتماعی را تبیین کنند. ربانی و ربانی و گنجی (۱۳۹۰)، تحقیق رویکرد جامعه‌شناختی به احساس شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان را با روش پیمایشی انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که میانگین احساس شادی در دامنه‌ی صفر و صد در بین سرپرستان خانوارها ۵۶/۲۳ بود و از بین متغیرهای زمینه‌ای مورد مطالعه، احساس شادی سرپرستان خانوار

برحسب جنس، وضعیت تأهل و شغل متفاوت است. همچنین متغیرهای سرمایه‌ی اجتماعی، رضایت از امکانات منطقه‌ای، میزان برخورداری از حقوق شهروندی، میزان منزلت‌نقشی و درآمد با احساس شادی سرپرستان دارای همبستگی مستقیم است: به‌طوری‌که مدل به دست آمده از متغیرهای مؤثر، بر اساس رگرسیون چندگانه با روش گام‌به‌گام، حدوداً ۴۵ درصد از واریانس احساس شادی در جامعه‌ی آماری را تبیین می‌کند و برخورداری از حقوق شهروندی، منزلت‌نقشی و سرمایه‌ی اجتماعی به ترتیب دارای بیشترین تأثیر بر شادی بودند. یافته‌های تحقیق پیمایشی کیا و امیری (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی میزان نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در بین شهروندان ۶۴-۱۵ سال شهر اهواز» نشان داد: بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی، احساس عدالت اجتماعی، همبستگی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، رضایت اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی، پایبندی به اعتقادات مذهبی، میزان رضایت از خدمات شهری و نشاط اجتماعی، رابطه‌ی مثبت و معنادار و بین احساس محرومیت نسبی و احساس بی‌هنجاری و نشاط اجتماعی رابطه‌ی منفی و معناداری وجود دارد. یافته‌های تحقیق پیمایشی عنبری و حقی (۱۳۹۳) با عنوان "بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی زنان (۴۹-۱۵ ساله) مناطق شهری و روستایی شهرستان دلیجان" نشان داد، افراد مورد مطالعه برحسب متغیرهای زمینه‌ای و خانوادگی از نشاط متفاوتی برخوردار بوده‌اند. زنان متأهل با نشاط‌تر از زنان مجرد و بی‌همسر بر اثر فوت و طلاق بودند. ارتقاء پایگاه اقتصادی- اجتماعی در افزایش میزان نشاط اجتماعی زنان مؤثر بوده است. برحسب یافته‌های تحلیلی حاصل از رگرسیون چندمتغیره، از میان عوامل اجتماعی، دو متغیر مقبولیت اجتماعی و احساس عدالت اجتماعی در مناطق روستایی و پنج مقوله‌ی رضایت از زندگی، کیفیت زندگی، اعتقادات دینی، احساس عدالت اجتماعی و پایگاه اجتماعی اقتصادی در مناطق شهری، بیشترین سطح تغییرات نشاط اجتماعی زنان را تبیین نموده‌اند.

مبانی و چارچوب نظری تحقیق

با وجود تغییرات اساسی در پیوندهای مردم در دوره‌ی مدرنیته، تک‌نگاری‌ها به این نتیجه

رسیدند که هنوز در شهر روابط اجتماعی قوی وجود دارد (گانس^۱، ۱۹۶۲؛ وایت^۲، ۱۹۴۳). این روابط بویژه در محله‌ها و در روابط همسایگی نمود می‌یابد. محله منطقه‌ای است شامل افرادی که از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و جمعیت‌شناختی مشابه هم هستند (شارع پور، ۱۳۹۱: ۱۹۳) و همسایگی بخش مهمی از فضای عمومی شهر است که فرصت ارتباطات اجتماعی را برای ساکنان فراهم می‌آورد و از این جهت در تقویت انسجام شهر سهم مهمی دارد (یوسفی نوغالی، حجازی، ۱۳۸۸: ۱۳۸). رابرت پارک^۳ معتقد است نزدیکی و تماس‌های همسایگان، اساس ساده‌ترین صورت‌ها و ابتدایی‌ترین انجمن‌هاست که در سازمان زندگی شهری با آن‌ها سروکار داریم. منافع محلی و انجمن‌ها دلبستگی محلی ایجاد می‌کنند، به‌گونه‌ای که در نظامی که سکونت را اساس مشارکت در امور عمومی می‌داند، همسایگی به اساس کنترل سیاسی مبدل می‌شود (فیالکوف، ۱۳۸۳: ۶۵). نظام همسایگی مهم‌ترین مؤلفه‌ی تعاملات انسانی در عرصه‌های مختلف اجتماعی است. معمولاً به نظام همسایگی نیز اجتماع می‌گویند. مفهوم اجتماع همیشه با تعلق خاطر^۴ همراه است؛ تعلق خاطر به یکدیگر و به محل فیزیکی. برخی از پژوهشگران تعلق خاطر مکانی را به دلبستگی مکانی تعبیر کرده‌اند. دلبستگی مکانی هم دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است و هم از احساسات انسانی به مکان‌هایی ناشی می‌شود که دارای ابعاد بوم‌شناختی، اجتماعی و نمادین است (اسکنل و گیفورد، ۲۰۱۰؛ مورگان^۵، ۲۰۱۰؛ لاو و آلتمن، ۱۹۹۲). در واقع دلبستگی به مکان، ارتباط نمادین با مکان است که با دادن معانی عاطفی و حسی مشترک فرهنگی، توسط افراد به مکان خاص یا یک سرزمین شکل می‌گیرد و مبنای نحوه‌ی ادراک گروه یا فرد از مکان و نحوه ارتباط وی با آن است (لاو و آلتمن^۶، ۱۹۹۲: ۵)؛ از همین روست که گاهی می‌توان رابطه‌ی عمیق روانی و عاطفی فرد با گروه یا با یک محل خاص را اجتماع

-
- 1- Herbert Gans
 - 2- William Foote Whyte
 - 3- Park
 - 4- Attachment
 - 5- Morgan
 - 6- Low & Altman

تعریف کرد. مفهوم اجتماع برخاسته از ایده‌ی جامعه‌شناس اروپایی، تونیس^۱ است که در آن ساختار زندگی اجتماعی مبتنی بر سنت، خانواده‌ی گسترده و مذهب است (شارع پور، ۱۳۹۱: ۱۲).

در تحقیق حاضر منظور از اجتماع، محله‌هایی است که متشکل از همسایه‌هایی است که در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند. ممکن است دارای خانواده‌ی گسترده یا هسته‌ای باشند اما از نظر پایگاه اجتماعی - اقتصادی مشابه همدند. زیرا محله‌ها بیانگر طبقات اجتماعی افراد نیز هستند.

مطالعات اجتماع و نظام همسایگی از نوع مطالعات موردی هستند. رهیافت مطالعه‌ی اجتماعی سبب شد تا محققان به وجود دوستی، خویشاوندی و مرزهای همسایگی در زندگی شهری پی ببرند (فلنگن^۲، ۱۹۹۹). از نگاه نظریه‌پردازان، روابط اجتماعی در شهر، برای فرد، مهم‌تر از حجم، تراکم و تجانس شهر، گروه و اجتماعی است که به آنان تعلق دارد. برخی از این گروه‌ها نه تنها باعث از خودبیگانگی فرد نمی‌شوند، بلکه از فرد در مقابل آثار منفی شهر محافظت می‌کنند. از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی در شهر، رفتار مردم تا حدود زیادی ناشی از وضعیت اقتصادی، پایگاه خانوادگی، ویژگی‌های فرهنگی و نظایر آن است و همین ویژگی‌ها، شبکه‌ی اجتماعی او را تعیین می‌کنند (شارع پور، ۱۳۹۱: ۱۹۹ - ۱۹۵).

از نگاه کارسادا و جانویتز^۳ ثبات مسکونی در واحدهای همسایگی، بهترین پیش‌بینی کننده‌ی دلبستگی به مکان‌های محلی است. استدلال آن‌ها این است که ثبات، امکان آشنایی و ارتباط همسایگان را افزایش می‌دهد و پیوندهای اجتماعی رسمی و غیررسمی را در میان ساکنان تقویت می‌کند. پیوندهای اجتماع محلی نیز خود دلبستگی قوی‌تری را نسبت به محله‌ی مسکونی ایجاد می‌کند. از سوی دیگر تحرک، تعامل‌های مداوم و پیوسته را محدود می‌کند (امیر کافی و فتحی، ۱۳۹۰: ۶).

به اعتقاد براون و ورنر^۴، دلبستگی عمیق به مکان، سبب تقویت احساس رضایت،

1- Tonnies

2- Falanagan

3- Kasarda & Janowits

4- Brown & Werner

دل‌بستگی به محیط و پیوستگی میان هویت فردی در گذشته، حال و آینده می‌شود (پورد بیهمی و نورتقانی، ۱۳۹۲: ۸). به تعبیر مارکوس^۱، با گذشت زمان و ایجاد علاقه‌ی فرد به محیط، محیط به یک لنگرگاه روانی تبدیل می‌شود و احساس تعلق مکانی شکل می‌گیرد. به بیان براون و پرکینز^۲ نیز تعلق مکانی شامل علاقه‌ی مثبتی است که طی زمان به صورت ناخودآگاه و بر اساس پیوندهای رفتاری، احساسی و شناختی بین اشخاص یا گروه‌ها و محیط اجتماعی کالبدی آن‌ها شکل گرفته است. این‌گونه علاقه، چارچوب هویتی فرد و جامعه را به وجود می‌آورد (رضازاده، ۱۳۸۵: ۲۳۸).

هالباکس^۳ عقیده دارد اگر میان خانه‌ها، کوچه‌ها و گروه‌های ساکن آن، رابطه‌ای تصادفی و کوتاه‌مدت برقرار بود، انسان‌ها می‌توانستند خانه، محله و شهرشان را تخریب کنند و طبق نقشه‌ای متفاوت بسازند، اما نمی‌توان رابطه‌ی انسان‌ها را تغییر داد. وقتی یک گروه انسانی در محلی زندگی می‌کنند که با عادت‌هایشان سازگار است، نه تنها رفتار بیرونی‌شان، بلکه تفکراتشان نیز بر پایه‌ی توالی تصویرهای مادی - که اشیای خارجی در معرض دیدشان قرار می‌دهند - انتظام می‌یابد (فیالکوف، ۱۳۸۳: ۴۱).

از افرادی که جدیت عناصر شهری را از حیث تسهیل تا تضعیف روابط اجتماعی بررسی کرده، جین جیکوینز بود. او در کتابش "مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکا" ترجیح داد از استعاره‌های زیست‌شناختی برای شهر استفاده کند. او شهر را شبیه موجود زنده‌ای می‌داند که دارای تولد، رشد و بلوغ است و سپس دچار رکود و انحطاط می‌شود و می‌توان آن را احیا کرد. از دید وی عناصر اساسی شهر عبارتند از مردم، خیابان‌ها، پارک‌ها و محله‌ها. این عناصر مانند ارگان‌های بدن با یکدیگر پیوند و ارتباط دارند. او مراقبت همسایه‌ها را بهترین سازوکار تأمین امنیت می‌داند (شارع پور، ۱۳۹۱: ۲۱۶).

وبر همسایگی را روابط متقابل اجتماعی مبتنی بر مساعدت‌های متقابل در وضعیت‌های مختلف اضطراری و بحرانی می‌داند. کلر، همسایگی را منطقه‌ی جغرافیایی می‌داند که

1- Marcus

2- Brown & Perkins

3- Halbwachs

همسایگان در آن سکونت دارند و فعالیت‌های همسایگی در آن انجام می‌گیرد (صدیق سروستانی و نیروزی، ۱۳۸۹: ۲۰۰). از جمله مشارکت در فعالیت‌های محله و فراوانی ملاقات با همسایه‌ها، مربوط به درجه‌ی بالایی از رضایت از مسکن می‌شود (امریگو و اراگونس، ۱۹۹۷: ۴۹) که بستر مناسبی برای تجلی احساس نشاط و شادمانی در شهر است. نشاط^۱ یا شادمانی^۲، به‌عنوان یکی از احساسات مثبت، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأمین سلامت فرد و جامعه دارد. شادمانی همواره با خرسندی، خوش‌بینی و امید و اعتماد همراه است و از این رو می‌تواند به‌عنوان یک کاتالیزور، نقش تسریع‌کننده‌ای در فرایند توسعه‌ی جامعه و فرد داشته باشد (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷: ۳۴).

احساس نشاط به احساسات مثبت فرد و رضایت خاطر او از زندگی مربوط می‌شود (آرگایل^۳، ۲۰۰۱: ۸). از نظر آرگایل، نشاط دارای سه جزء اصلی شامل عاطفه‌ی مثبت، فقدان عاطفه‌ی منفی (از قبیل افسردگی و اضطراب) و رضایت از زندگی است (کیا و امیری، ۱۳۹۱: ۱۴۴). همچنان که مطالعات آیزنگ^۴ (۱۳۷۴) درباره‌ی شادمانی حاکی از آن است که شادمانی از سه جزء تشکیل می‌شود: ۱- هیجانات مثبت یا وجود عواطف مثبت فراوان ۲- فقدان نسبی عواطف منفی ۳- رضایت از کل زندگی.

شواهد موجود گویای آن است که احساس شادمانی مولد انرژی، شور، نشاط، حرکت و پویایی است و همچون سپری می‌تواند آدمی را در برابر استرس‌ها و مشکلات محافظت و سلامت جسمی و روانی او را تضمین کند (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۴) افرادی که شاد هستند، احساس امنیت بیشتری می‌کنند، آسان‌تر تصمیم می‌گیرند، روحیه‌ی مشارکتی بیشتری دارند و نسبت به کسانی که با آن‌ها زندگی می‌کنند، بیشتر اظهار رضایت می‌کنند (کشاورز و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۷) و بیشتر راغب هستند که به دیگران کمک کنند (وزیری و شیرزادی اصفهانی، ۱۳۸۹: ۹۱۰-۱۱۲). به نظر آیزنگ (۱۳۷۴) شادکامی مجموع لذت‌ها، منهای دردها و ترکیبی از حداکثر عاطفه‌ی مثبت به اضافه‌ی حداقل عاطفه‌ی منفی است. پیامد شادکامی، احساس

-
- 1- Hilarity
 - 2- Happiness
 - 3- Argyle
 - 4- Essence

شادی^۱ است که در ارتباط با دیگران، به دست می‌آید (هالر و هادلر، ۲۰۰۶: ۱۷۹). شادمانی به قضاوت فرد از درجه یا میزان مطلوبیت کل زندگی‌اش اطلاق می‌گردد (وحیدا و بهیان و هاشمیان فر و حضرتی، ۱۳۹۴: ۳). از جمله عوامل تأمین‌کننده‌ی شادمانی از نظر گیدنز، اعتماد همراه با احتیاط نسبت به نظام‌های انتزاعی، اعتماد و وانهادن امور زندگی به دست نظام‌های تخصصی و دگردیسی صمیمت و شکل‌گیری رابطه است (گیدنز، ۱۳۸۳: ۶۸-۶۰ و ۱۳۷۷: ۱۱۰). پدیده‌ی شادمانی در ارتباط با نظام‌های چهارگانه‌ی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قابل طرح است. اگر نظام‌های چهارگانه‌ی اصلی جامعه، پاسخگوی مؤثر علایق مادی، امنیتی، ارتباطی و شناختی فرد و جامعه باشد، نوعی احساس مثبت ایجاد می‌کند که زمینه‌ساز شادمانی افراد است یعنی کارکرد حوزه‌ی اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، به ترتیب منشأ بروز احساس بهبودی و آسایش؛ احساس عدالت و امنیت، احساس هم‌بستگی اجتماعی و احساس عزت و احترام می‌شوند (وحیدا و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰).

در ارتباط با شادی رویکرهای متفاوتی وجود دارد برای مثال رویکرد روانشناسی اجتماعی، بر نظریه‌ی شناختی تأکید دارد. در این پژوهش از رویکرد جامعه‌شناختی (- اجتماعی) استفاده می‌شود. در این رویکرد نظریه‌پردازان به تأثیر ساختارهای اجتماعی بر بروز هیجانات می‌پردازند. ساخت عبارت است از: نحوه‌ی رده‌بندی و جایابی هر یک از عناصر، اشیا یا نیروهایی که کلیت خاصی را شکل می‌دهند (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۸۵۴). ماکس هالی و مارکز هادلر در بحث تأثیر ساختارها بر هیجانات، و به‌طور خاص شادی، چهار حوزه مرتبط باهم را از یکدیگر متمایز می‌نمایند که عبارت‌اند از: سه سطح بافت اجتماعی خرد، شامل شبکه-ها و روابط اساسی شخصی - همبستگی‌ها و وابستگی‌های اجتماعی، فرهنگی و نوع دوستی - مشارکت و موفقیت شغلی و وضعیت پایگاه اجتماعی، و یک بافت اجتماعی کلان، شامل بافت نهادی و کلان اجتماعی - سیاسی (هالر و هادلر، ۲۰۰۶: ۱۷۸).

تاکید هالر و هادلر در بافت اجتماعی خرد، پیوندها و تعاملات اجتماعی، تعهد و مسؤولیت‌پذیری، وابستگی‌ها و تعلق‌های اجتماعی، نوع دوستی و به‌طور کلی سرمایه‌ی اجتماعی (فوکویاما، ۱۹۹۹؛ کلمن، ۱۹۸۸) اشخاص است؛ و در بافت اجتماعی کلان، نهادهایی

است که وظایف ایفای نقش‌های توزیع خدمات و سرویس‌های رفاهی در جامعه و مهیا نمودن شرایط لازم جهت دستیابی افراد به حقوق اجتماعی - سیاسی را به عهده‌دارند که هر کدام به‌نوعی در بروز و ظهور هیجانات خاص، به‌ویژه احساس شادی، نقش مؤثری ایفا می‌کنند.

در تأیید مدعای هادلر و هالر، بل بام و بارهیر در مطالعات خود نشان دادند که روابط صمیمانه و خوب با دیگر مردم، از جمله همسایگان و همکاران از منابع اصلی رضایت از زندگی و شادی است (ربانی و ربانی و گنجی، ۱۳۹۰: ۴۹).

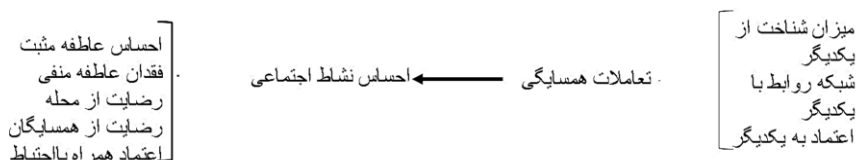
از سوی دیگر، هیوم نیز بر این ادعاست که کسب شادی هدفی بنیادین است که فقط از طریق ارتباط با دیگر مردم قابل دستیابی است و دورکیم نیز با تأکید بر نقش روابط و همبستگی اجتماعی در کاهش معضلات و مسائل اجتماعی، بر این امر تأکید می‌کند که آن روابط، دست‌کم از دو طریق حاصل می‌شوند: الف- عضویت داوطلبانه در انجمن‌ها و مؤسسات و ب- عضویت در یک مجمع مذهبی یا مشارکت مذهبی. سپس اضافه می‌کند که آن دو نوع رابطه به دو دلیل شادی را افزایش می‌دهند: ابتدا عضویت، نظمی اجتماعی ایجاد می‌کند، به طوری که فردگرایی مفرط و آنومی کنترل می‌شود و دوم اینکه ترکیبی متعالی - معنوی ایجاد می‌شود که تجمع نیروهای اعتقادی و عملی (اجرایی) انسان‌ها، به احساسی جمعی^۱ برای فهم جنبه‌های مختلف زندگی مبدل می‌شود (ربانی و ربانی و گنجی، ۱۳۹۰: ۱۸۰-۱۷۹). اندیشمندانی چون کالمیجن و وینهوون، ورود انسان‌ها به انجمن‌ها را اصل دانسته و معتقدند هرچه ورود انسان‌ها به انجمن‌ها (تحمل دیگران، اعتماد به مردم، فعالیت-های داوطلبانه) بیشتر شود، مردم زندگی شادتری خواهند داشت (وینهوون و کالمیجن، ۲۰۰۵: ۴۳۶). شینز معتقد است، هرچه شرایط اجتماعی - اقتصادی در جامعه مساعدتر و به ارضای نیازهای بیشتر منجر شود، شادی افراد جامعه نیز بیشتر خواهد شد (شینز^۲، ۱۹۹۸: ۴).

مدل نظری تحقیق

1- Common sense

2 - Schyns

چارچوب و مدل نظری تحقیق بر اساس دیدگاه آرگایل (۲۰۰۱) و آیزنگ (۱۳۷۴) و وینهون و کالمیجن (۲۰۰۵) و اعتماد گیدنز (۱۳۷۷ و ۱۳۸۳) و پیشینه‌ی پژوهش ذکرشده در این تحقیق، به شکل نگاره‌ی (۱) ترسیم و مورد آزمون قرار گرفت.



نگاره ۱

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ی اصلی تحقیق: بین تعاملات همسایگی با احساس نشاط اجتماعی شهروندان رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱-۱- بین میزان شناخت همسایه‌ها از یکدیگر با احساس نشاط اجتماعی شهروندان رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۲-۱- بین شبکه روابط همسایه‌ها با یکدیگر با احساس نشاط اجتماعی شهروندان رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۳-۱- بین اعتماد همسایه‌ها به یکدیگر با احساس نشاط اجتماعی شهروندان رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف مطالعه، از نوع کاربردی است و از نظر روش، توصیفی و پیمایشی است، از نظر زمان، مقطعی و از نظر وسعت، پهنانگر است.

جامعه‌ی آماری این تحقیق تمام شهروندان ساکن در شهرهمدان است که در زمان مطالعه در این شهر حضور داشتند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد. با احتساب

از شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. یعنی شهر به لحاظ جغرافیایی، به پنج منطقه‌ی مطالعه‌ی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز، بلوک‌بندی شد و از هر منطقه به روش تصادفی ساده ۷۶ نفر مورد مطالعه قرار گرفت. واحد تحلیل زن و یا مرد حاضر در محل، در زمان محاسبه بود.

$$\frac{z^2 \times p \times q}{d} = 384$$

از شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. یعنی شهر به لحاظ جغرافیایی، به پنج منطقه‌ی مطالعه‌ی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز، بلوک‌بندی شد و از هر منطقه به روش تصادفی ساده ۷۶ نفر مورد مطالعه قرار گرفت. واحد تحلیل زن و یا مرد حاضر در محل، در زمان محاسبه بود.

برای گردآوری اطلاعات، از پرسشنامه‌های معتبر مرتبط با موضوع استفاده شد. نظیر مقیاس سنجش همسایگی پاول والین با ضریب پایایی ۹۳٪ با ۱۲ گویه و از مقیاس‌های احساسات نسبت به حیات اجتماعی شوسلر^۱ شامل مقیاس پایایی تاکر- لوئیس با ضریب پایایی ۹۴٪ با ۱۱ گویه که پس از بومی‌سازی از آن‌ها استفاده شد (میلر، ۱۳۸۰: ۵۱۶ - ۵۰۰). همچنین برای سنجش نشاط اجتماعی، با استفاده از نظریه آیزنگ و آرگایل و گیدنز به ساخت پرسشنامه‌ی محقق ساخته مبادرت شد.

تعاریف، ابعاد و شاخص‌های متغیرها، به‌طور ویژه در جدول (۱) و پایایی آن‌ها در جدول (۲) به شرح زیر است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

جدول شماره‌ی ۱: متغیرها و مؤلفه‌ها و معرفها

متغیرها	مؤلفه‌ها	معرف‌ها	آلفا
مستقل	تعاملات همسایگی	شبکه‌ی روابط با همسایه: (وجود روابط خوب میان همسایه‌ها، همسایه‌ها بهترین دوستان، یاری‌رساندن همسایگان به یکدیگر در مواقع ضروری، با همسایه به گردش و تفریح رفتن، مهمان کردن همسایه و دعوت از او در مجالس خاص، سلام و احوالپرسی در خیابان با همسایه، گفتگو با همسایگان) شناسابودن همسایه: (در میان جمعیت انبوه شناخت همسایه، به خاطر داشتن اسم همسایه‌ها) اعتماد: (نگرانی را با همسایه در میان گذاشتن، قرض دادن وسایل و خوراکی به همسایه، مشورت با همسایگان در مورد مسائل شخصی، رفت و آمد با همسایگان قدیمی در صورت عوض کردن محله) در قالب طیف لیکرت پنج گزینه‌ای این مفاهیم عملیاتی شدند.	۰/۷۹۸
وابسته	احساس نشاط اجتماعی	احساس عاطفه‌ی مثبت: (خوش‌بین بودن به همسایه‌ها، تصمیم‌گیری آسان و درست در امور همسایگی، رغبت در کمک به همسایه‌ها، داشتن احساس خوشبختی از زندگی در محله) فقدان عاطفه‌ی منفی: (نداشتن احساس ناامنی و ترس در محله و نداشتن سوءظن به همسایه‌ها). احساس رضایت: (راضی بودن از روند زندگی در محله، داشتن وجه اشتراک زیاد با همسایه‌ها، مشارکت با همسایه‌ها در امور مربوط به محله)، اعتماد به همسایه‌ها	۰/۷۶۸
کل معرف‌ها: مستقل و وابسته = ۲۳ معرف			

یافته‌های پژوهش: ۱- توصیفی

۴۹/۷٪ پاسخگویان زن و ۴۸/۷٪ مرد بودند.

الف- متغیر مستقل: تعاملات همسایگی

جدول شماره‌ی ۲: تعاملات همسایگی (۳۸۴ نفر)

متغیر شبکه روابط	غالباً٪	گاهی٪	به ندرت٪	هرگز٪
روابط خوب و یاری رساندن به همسایگان	۱۰/۸	۲۷/۱	۳۵/۴	۲۵/۶
مدت‌زمان دیدار و گفتگو با همسایه‌ها	۲۴/۴	۴۲/۵	۲۵/۸	۴/۶
رفتن به سینما یا گردش با همسایه‌ها	۵/۷	۲۱/۵	۲۵/۴	۴۴/۶
دعوت از همسایه در جشن‌ها و مهمانی‌های خاص	۲۹	۱۴/۲	۵۱/۳	۵/۴
آمد و شد و مشورت همسایگان با یکدیگر	۳۴/۴	۴۷/۵	۱۵/۴	۲/۷

متغیر شبکه روابط	غالباً٪	گاهی٪	به‌ندرت٪	هرگز٪
سلام و احوال‌پرسی در خیابان با همسایگان	۶۶/۴	۲۷/۷	-	۵/۶
کل	۳۹	۲۷/۴۸	۲۳/۸۲	۱۰/۸۲
اعتماد				
قرض دادن وسایل و خوراکی به همسایه	۲۶/۷	۳۸/۸	۲۲/۹	۱۰/۲
مشورت با همسایه	۴۶	۲۸/۸	۲۲/۱	۲/۹
در میان گذاشتن نگرانی و گرفتاری، راز خود با همسایه	۵۸/۸	-	۳۴/۶	۵/۸
کل	۴۳/۸۳	۱۹/۲	۲۶/۵۳	۶/۳
شناسا بودن برای یکدیگر				
همسایه، بهترین دوست	۵۲/۵	۱۵/۲	۲۸/۷	۳/۷
به خاطر داشتن نام همسایه	۵۱/۷	۳۴/۴	۶/۵	۶/۳
کل	۵۲/۱	۲۴/۸	۱۷/۶	۵

همان‌طور که جدول (۲) نشان می‌دهد، شبکه‌ی روابط همسایگان ۳۹٪ در حد غالباً و ۳۲/۴۸٪ در حد گاهی و ۲۷/۳۸٪ در حد به‌ندرت و ۲۱/۲۵٪ در حد هرگز است. اعتماد همسایگان در تعاملات باهم، ۴۳/۸۳٪ در حد غالباً و ۱۹/۳٪ در حد گاهی و ۲۶/۵۳٪ در حد به‌ندرت و ۶/۳٪ در حد هرگز است. شناسا بودن برای یکدیگر ۵۲/۱٪ در حد غالباً و ۲۴/۸٪ در حد گاهی و ۱۷/۶٪ در حد به‌ندرت و ۵٪ در حد هرگز است. در مجموع ۶۰/۰۸٪ دارای تعاملات همسایگی هستند یعنی تعاملات همسایگی در حد متوسط ارزیابی می‌شود.

ب- متغیر وابسته: احساس نشاط اجتماعی شهروندان

جدول شماره‌ی ۳: احساس نشاط اجتماعی (۳۸۴ نفر)

گویه	کاملاً موافق (درصد)	موافق (درصد)	تا حدودی (درصد)	مخالف (درصد)	کاملاً مخالف (درصد)
احساس عاطفه‌ی مثبت (۵ معرف)	۲۰/۶۲	۲۷/۲۸	۳۳/۴۶	۱۶/۴۲	۷/۱۶
فقدان عاطفه‌ی منفی (۳ معرف)	۱۹/۷	۲۳/۸	۳۳/۱	۱۴/۴۳	۶/۹۳
احساس رضایت (۳ معرف)	۲۳/۴	۲۷/۱۳	۳۵/۴	۱۴/۷۳	۶/۲
اعتماد (۲ معرف)	۲۴/۱۴	۲۸/۳۴	۳۶/۲۸	۱۴/۸۴	۷/۵۲

۶/۹۶	۱۵/۱۱	۳۴/۵۶	۲۶/۶۴	۲۱/۹۷	کل
------	-------	-------	-------	-------	----

همان‌طور که جدول (۳) نشان می‌دهد، ۵۲/۴۸٪ در حد کاملاً موافق و موافق و ۲۲/۰۷ در حد مخالف و کاملاً مخالف احساس نشاط دارند. احساس نشاط اجتماعی شهروندان در حد متوسط ارزیابی می‌شود.

یافته‌های آماره‌های استنباطی

الف- یافته‌های آزمون معناداری (کورسکال والیس) بین متغیر جنس با متغیرهای تعاملات همسایگی و احساس نشاط اجتماعی در جدول شماره‌ی (۴) خلاصه شده است.

جدول شماره‌ی ۴: جنسیت و تعاملات همسایگی و نشاط

شادمانی و نشاط	تعاملات همسایگی	آماره	
۴۵۰/۴۸۰	۲۲۹/۲۹	Chi-Square	جنس
۱	۱	df	
۰/۰۵۰	۰/۷۵۲	Sig.	

بین زنان و مردان در احساس نشاط اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد ($Sig = 0/05$) اما در تعاملات همسایگی تفاوت معنادار نیست ($Sig = 0/752 > 0/05$).

ب- رگرسیون

۱- رگرسیون یک متغیره: تأثیر مؤلفه‌های تعاملات همسایگی بر احساس نشاط اجتماعی

جدول شماره‌ی ۵: شبکه‌ی روابط همسایگی

Mean Square		Sig	F	R ²	R	مدل
Residual	Regression					
۵۱/۳۰۹	۹۰۱/۶۹	۰/۰۰۰	۱۷/۵۷	۰/۰۴۴	۰/۲۱۰	ایتتر
df = ۳۸۱	df = ۱					

ادامه جدول (۵)

Sig	t	Beta	B	پیش‌بین	ملاک
۰/۰۰۰	۴/۱۹۲	۰/۲۳۷	۰/۴۲۰	شبکه روابط	شادمانی و نشاط

همان‌طور که یافته‌های جدول (۵) نشان می‌دهد همبستگی بین متغیر پیش‌بین و ملاک مثبت و

بالاست (۰/۲۱۰) و فرض تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود (۰/۰۰۰) و از روی تغییرات شبکه روابط همسایگی، می‌توان تغییرات میزان نشاط اجتماعی شهروندان را پیش‌بینی کرد.

$$(R = 0.210 \text{ و } F = 17.57 \text{ و } Sig = 0.000 < 0.05)$$

جدول شماره ۶: اعتماد به همسایه

Mean Square		Sig	F	R ²	R	مدل
Residual	Regression					
۵۲/۶۷۶	۳۸۰/۸۸۵	۰/۰۰۷	۷/۲۳۱	۰/۰۱۹	۰/۱۳۶	ایتتر
df=۳۸۱	df = ۱					

ادامه‌ی جدول شماره ۶

Sig	t	Beta	B	پیش‌بین	ملاک
۰/۰۰۰	۲/۶۸۹	۰/۱۳۶	۰/۴۰۷	اعتماد	شادمانی و نشاط

همان‌طور که یافته‌های جدول (۶) نشان می‌دهد، همبستگی بین متغیر پیش‌بین و ملاک مثبت و بالاست (۰/۱۳۶) و فرض تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود (۰/۰۰۰). متغیر اعتماد به همسایه می‌تواند تغییرات متغیر نشاط اجتماعی را پیش‌بینی کند.

$$(R = 0.136 \text{ و } F = 7.231 \text{ و } Sig = 0.000 < 0.05)$$

جدول شماره ۷: شناخت همسایه

Mean Square		Sig	F	R ²	R	مدل
Residual	Regression					
۵۳/۵۳۸	۵۲/۵۶۱	۰/۳۲۲	۰/۹۸۲	/۰۰۳	۰/۰۵۱	ایتتر
df=۳۸۱	df = ۱			۰		

ادامه جدول شماره ۷

Sig	t	Beta	B	پیش‌بین	ملاک
۰/۳۲۲	۰/۹۹۱	۰/۰۵۱	۰/۱۵۹	شناخت از همسایه	شادمانی و نشاط

همان‌طور که یافته‌های جدول (۷) نشان می‌دهد همبستگی بین متغیر پیش‌بین و ملاک بسیار ضعیف است (۰/۰۵۱) و فرض تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می‌شود (۰/۳۲۲). متغیر شناخت از همسایه، قدرت تبیین تغییرات احساس نشاط اجتماعی شهروندان را ندارد.

$$(R = 0/051 \text{ و } Sig = 0/000 > 0/05)$$

۲- رگرسیون چند متغیره

یافته‌های رگرسیون تأثیر تعاملات همسایگی بر احساس نشاط اجتماعی شهروندان، به روش اینتر در جدول (۸) خلاصه شده است.

جدول شماره‌ی ۸: رگرسیون چندمتغیره‌ی ارتباط بین متغیرهای پیش‌بین و ملاک

Mean Square		Sig	F	R ²	R	مدل
Residual	Regression					
۵۲/۰۹۲	۶۰۳/۶۷۲	۰/۰۰۱	۱۱/۵۸۹	۰/۰۳۰	۰/۱۷۲	اینتر
df=۳۸۱	df= ۱		۱۱			

ادامه جدول شماره‌ی ۸

Sig	t	Beta	B	پیش‌بین	ملاک
۰/۰۰۱	۳/۴۰۴	۰/۱۷۲	۰/۱۷۷	تعاملات همسایگی	شادمانی و نشاط

همان‌طور که یافته‌های جدول (۸) نشان می‌دهد همبستگی بین متغیر پیش‌بین و ملاک مثبت و بالاست (۰/۱۷۲) و فرض تحقیق در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید می‌شود (۰/۰۰۰).

$$(R = 0/172 \text{ و } F = 11/589 \text{ و } Sig = 0/000 < 0/05)$$

متغیر تعاملات همسایگی قدرت پیش‌بینی تغییرات متغیر احساس نشاط اجتماعی را دارد.

تحلیل مسیر

اثرات مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌های تعاملات همسایگی در جدول (۹) خلاصه شده است.

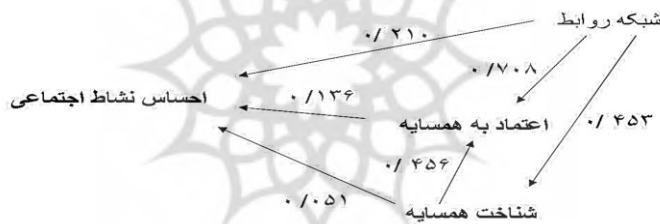
جدول شماره‌ی ۹: اثرات مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌های تعاملات همسایگی بر نشاط اجتماعی

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	جمع
شبکه روابط	۰/۲۱۰	۰/۱۳۶ + ۰/۷۰۸ = ۰/۸۴۴	۱/۰۵۱

۰/۱۸۱	-	۰/۱۳۶	اعتماد به همسایه
۱/۳۰۶	$= ۰/۲۱۰ + /۴۵۳ + ۰/۴۵۶ + ۰/۱۳۶$	۰/۰۵۱	شناخت همسایه
	۱/۲۵۵		

همان‌طور که در جدول (۹) مشاهده می‌شود، متغیر شبکه‌ی روابط همسایه‌ها، بیشترین تأثیرگذار مستقیم بر نشاط اجتماعی شهروندان است و شناخت از همسایه کمترین تأثیرگذار مستقیم و بیشترین تأثیرگذار غیرمستقیم بر نشاط اجتماعی شهروندان است. اعتماد به همسایه‌ها تحت تأثیر شبکه روابط و شناخت همسایه‌ها از یکدیگر است. شناخت از همسایه‌ها هم بر شبکه‌ی روابط و هم بر اعتماد تأثیرگذار است.

مسیر اثرگذاری مؤلفه‌های تعاملات همسایگی بر احساس نشاط اجتماعی در نگاره‌ی (۲) نمایش داده شده است.



نتیجه‌گیری و پیشنهاد

نکته‌ی قابل توجه در این پژوهش این است که یافته‌های بیش از ۷۰٪ در حد زیاد و بین ۴۰ تا ۷۰ درصد در حد متوسط و کمتر از ۴۰٪ در حد کم ارزیابی شده است.

۶۰/۰۸٪ شهروندان دارای تعاملات همسایگی در حد متوسط هستند. احساس نشاط شهروندان نیز در حد متوسط ارزیابی می‌شود (۵۲/۴۸٪).

نتایج آزمون ناپارامتری کورسکال و ایس نیز نشان داد که بین زنان و مردان در احساس نشاط اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد اما در تعاملات همسایگی بین دو جنس تفاوت معنادار نیست.

یافته‌های رگرسیون نشان داد که همبستگی قوی بین مؤلفه‌های تعاملات همسایگی و احساس نشاط اجتماعی شهروندان وجود دارد ($R = 0/172$).

رگرسیون تک‌متغیره نشان داد که مؤلفه‌ی شبکه‌ی روابط، بیشترین تبیین‌کننده‌ی نشاط اجتماعی شهروندان است و هر چه این شبکه گسترده‌تر باشد، شادمانی و نشاط هم بیشتر است. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که اعتماد به همسایه‌ها تحت تأثیر شبکه روابط و شناخت همسایه‌ها از یکدیگر است.

نتیجه‌ی نهایی پژوهش نشان داد که رابطه‌ی قوی و معناداری بین تعاملات همسایگی با احساس نشاط اجتماعی شهروندان وجود دارد یعنی هر قدر تعاملات همسایگی بیشتر باشد، احساس عاطفه‌ی مثبت، رضایت از محله زندگی و همسایگان و اعتماد همسایگان به هم بیشتر می‌شود و احساس عاطفه‌ی منفی کاهش می‌یابد.

بحث

نتایج نشان داد تعاملات همسایگی در شهر همدان متوسط است و یافته‌های یوسفی و همکاران (۱۳۸۸) در مشهد را رد می‌کند زیرا در آن شهر این تعاملات ضعیف ارزیابی شده است. اما تأییدکننده و همسو با یافته‌های (انصاری) ۱۳۸۱؛ صدیق سروستانی و نیمروزی، ۱۳۸۹؛ ربانی خوراسگانی و همکاران ۱۳۸۸؛ معیدفر و مقدم، ۱۳۸۹) از بعد مشارکت است. همچنین یافته‌های تحقیق معمار (۱۳۹۰) در شهر اصفهان را تأیید می‌کند. یعنی مهم‌ترین نیاز مردم تعاملات اجتماعی است.

میزان تعاملات همسایگی که اساس سرمایه‌ی اجتماعی و نشاط اجتماعی است، تأییدکننده‌ی یافته‌های (فرجی و خادمیان، ۱۳۹۲؛ ربانی خوراسگانی و همکاران، ۱۳۸۸؛ ربانی و همکاران، ۱۳۹۰) است. وجود روابط اجتماعی قوی در تعاملات اجتماعی و تأثیر آن بر احساس نشاط تقویت‌کننده‌ی پیوندهای مردمی در درون شهر است و تأییدکننده‌ی نظرات (گانس، ۱۹۶۲؛ وایت، ۱۹۴۳؛ شارع پور، ۱۳۸۷؛ یوسفی و همکاران ۱۳۸۸) است. این روابط تحت تاثیر آموزه‌های اسلامی است زیرا در اسلام محله واحد اصلی روابط اجتماعی است (انصاری، ۱۳۸۱).

میزان احساس شادمانی و نشاط اجتماعی در این پژوهش در حد متوسط است و تأییدکننده و همسو با یافته‌های (گلکار، ۱۳۷۹؛ وزیری و همکاران، ۱۳۸۹؛ لاو و آلتمن، ۱۹۹۲؛ اسکند و گیفورد، ۲۰۱۰؛ مورگان، ۲۰۱۰؛ هزار جریبی و آستین افشان، ۱۳۸۸) است و با افزایش اعتماد و

امنیت (گیدنز، ۱۳۷۷) در محله‌های شهر و وجود منابع و شرایط اجتماعی و کالبدی تفریحی در محلات، احساس نشاط نیز افزایش می‌یابد. نشاط محله‌ها، تأمین‌کننده‌ی سلامت جسمی و سلامت روانی - عاطفی جامعه و سپری در برابر استرس‌هاست (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۴ و وزیری و همکاران، ۱۳۸۹) و نقش کاتالیزور در فرایند توسعه جامعه دارد (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷).

سلامت روانی - عاطفی از بعد روان‌شناسی اجتماعی، اساس تعاملات و سعادت زندگی جمعی است. نکته‌ی مهمی که بسیاری از اندیشمندان اجتماعی آن را با مفهوم اعتماد و سرمایه‌ی اجتماعی مطرح نموده‌اند (کلمن، ۱۹۸۸؛ فوکویاما، ۱۹۹۹؛ ربانی و همکاران، ۱۳۹۰؛ گیدنز، ۱۳۷۷ و ۱۳۸۳). از نظر فوکویاما (۱۹۹۹) مفهوم شعاع اعتماد بر توانایی افراد جامعه به فراتر رفتن از خانواده و خویشان، داشتن همکاری و همیاری با دوستان و دیگر شهروندان اطلاق می‌شود. اعتماد بعدی از ساخت اجتماعی است و معمولاً مشکل نادانی یا بی‌اطلاعی را برطرف می‌سازد و بر اساس شناختی است که از افراد به دست می‌آید و عامل احساس امنیت وجودی است (گیدنز، ۱۳۷۷ و ۱۳۸۳).

همچنین وجود منابع و شرایط رفاهی در محله از عوامل ایجادکننده‌ی دلبستگی فیزیکی - (اسکل و گیفورد، ۲۰۱۰، مورگان، ۲۰۱۰؛ لاو و آلمکن، ۱۹۹۲) و ازدیاد تعاملات همسایگی است که به طور غیرمستقیم احساس تعلق به اجتماع و امید به آینده و اعتماد و احساس امنیت (گیدنز، ۱۳۷۷؛ چلبی و موسوی، ۱۳۸۷؛ شارع پور، ۱۳۹۱؛ ۱۳۸۸؛ آرگایل، ۲۰۰۰؛ آیزنگ، ۱۳۷۴؛ آمریگو و آراگونس، ۱۹۹۷؛ هالر و هادلر، ۲۰۰۶) را تقویت کرده و عاملی برای ترغیب و کمک به دیگران (وزیری و همکاران، ۱۳۸۹؛ حقیقی و همکاران، ۱۳۸۴؛ کشاورز و همکاران، ۱۳۸۷) بوده، عدالت اجتماعی (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷؛ وحیدا و همکاران، ۱۳۹۴) و مشارکت اجتماعی و حضور در انجمن‌های محلی (دورکیم، ۱۳۸۷ و ۱۹۸۳؛ صدیق‌سروستانی و نیمروزی، ۱۳۸۹؛ فیالکوف، ۱۳۸۳) را در بین افراد محله می‌افزاید. این عوامل چند بعدی (کیا و امیری، ۱۳۹۱؛ هزار جریبی و آستین فشان، ۱۳۸۸) در جهت تقویت دلبستگی به محله و مسکن و به تبع آن انسجام و همبستگی بین افراد جامعه (دورکیم، ۱۳۸۷) عمل می‌کند و رضایت از زندگی و مسکن و محله (آرگایل، ۲۰۰۰؛ آیزنگ، ۱۳۷۴؛ وزیری و همکاران، ۱۳۸۹، عنبری و حقی، ۱۳۹۳؛ آمریگو و آراگونس، ۱۹۹۷) و امید به آینده (هزار جریبی و آستین فشان، ۱۳۸۸)

و گسترش احترام به دیگران و صبر در مشکلات را در بین همسایه‌ها افزایش می‌دهد. در نهایت به تقویت عواطف مثبت و اعتماد و رضایت از زندگی و کاهش عواطف منفی (ازکمپ، ۱۳۷۳؛ کیا و امیری، ۱۳۹۱؛ آرگایل، ۲۰۰۱؛ آیزنگ، ۱۳۷۴؛ وینهوون و کالمیجن، ۲۰۰۵؛ گیدنز، ۱۳۷۷) منجر می‌شود.

یافته‌ها و نتایج ما را به این نظریه می‌رساند که بر اساس دیدگاه انداومواره‌گرایی، اعتماد، نبض تعاملات اجتماعی سالم است که در جریان شناخت آحاد جامعه از یکدیگر، احساس نشاط اجتماعی و سرمایه‌ی اجتماعی را به جامعه، هم تزریق و هم تقویت می‌کند. همان‌گونه که وجود نبض، بیانگر گردش خون و حیات موجود زنده است، وجود اعتماد در جامعه نیز عامل افزایش تعاملات بین مردم و حیات اجتماعی شاد خواهد بود.

بنابراین مهم‌ترین راه برای تقویت احساس نشاط اجتماعی در شهر، تأمین اعتماد اجتماعی شهروندان است. از ابزارهای آن، تأمین خدمات رفاهی و تفریحی محله‌هاست که عامل نزدیک شدن و گسترش روابط اهالی و همسایه‌ها به یکدیگر و شناخت هر چه بیشتر آن‌ها از یکدیگر و دلبستگی فیزیکی به محله است تا نه تنها به افزایش احساس نشاط اجتماعی کمک کند بلکه هزینه‌های دولتی را در جهت کنترل و نظارت (معدفر و مقدم، ۱۳۸۹؛ زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۸؛ وحیدا و دیگران، ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴؛ کیا و امیری، ۱۳۹۱) کاهش دهد. همچنین پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران، در سطح ملی موضوع را بررسی نمایند تا نیم‌رخ کاملتری از رابطه‌ی تعاملات همسایگی و احساس نشاط اجتماعی به دست آید.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۶). **جامعه‌شناسی خانواده‌ی ایرانی**، تهران: سمت.
- آیزنگ، مایکل. (۱۳۷۴). **روانشناسی شادی**، ترجمه‌ی محمد فیروز بخت و خلیل بیگی، تهران: بدر.
- ازکمپ، استوارت. (۱۳۷۳). **روانشناسی اجتماعی کاربردی**، ترجمه فرهاد ماهر، تهران: انتشارات آستان قدس رضوی، چاپ اول.
- امیرکافی، مهدی؛ فتحی، شکوفه. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر دلبستگی به محله‌ی مسکونی (مطالعه‌ی موردی: شهر کرمان)، **مجله‌ی مطالعات اجتماعی ایران**، دوره‌ی ۵. شماره‌ی ۱: ۳۷-۱۱.
- انصاری، ابراهیم. (۱۳۸۱). جایگاه اجتماعی محله در شهرهای اسلامی با تأکید بر اصفهان، **جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره‌ی ۱۳، بهار و تابستان ۱۳۸۱: ۲۶-۱۵.
- پوردیهیمی، شهرام و نورتقانی، عبدالمجید. (۱۳۹۲). هویت و مسکن: بررسی سازوکار تعامل هویت ساکنان و محیط مسکونی، **فصلنامه‌ی مسکن و محیط روستا**، شماره‌ی ۱۴۱: ۱۸-۳.
- تریاندیس، هری. س. (۱۳۸۳). **فرهنگ و رفتار اجتماعی**. ترجمه‌ی نصرت فتی، تهران: نشر رسانش.
- چلبی، مسعود و موسوی، محسن. (۱۳۸۷). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطح خرد و کلان. **مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران**، دوره‌ی نهم، شماره‌ی یک و دو، صص ۵۷-۳۴.
- چیل، دیوید. (۱۳۸۸). **خانواده‌ها در دنیای امروز**، ترجمه‌ی محمد مهدی لیبی، نشر افکار.
- حقیقی، جمال؛ خوش‌کنش، ابوالقاسم؛ شکرکن، حسین؛ شهنی بیلاق، ملیحه ونیسی، عبدالکاظم. (۱۳۸۴). رابطه‌ی الگوی پنج عاملی شخصیت با احساس شادکامی در دانشجویان دوره‌ی کارشناسی دانشگاه شهید چمران، **مجله‌ی علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز**، شماره‌ی ۷: ۱۸۸-۱۶۳.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۷). **قواعد روش جامعه‌شناختی**، ترجمه‌ی علی محمد کاردان، انتشارات دانشگاه تهران.

- ربانی خوراسگانی، علی؛ صدیق اورعی، غلامرضا؛ خنده رو، مهدی. (۱۳۸۸). بررسی سرمایه‌ی اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در سطح محله، **علوم اجتماعی** (دانشگاه فردوسی مشهد)، شماره‌ی ۱۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۸: ۱۵۰-۱۱۹.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول؛ گنجی، محمد. (۱۳۹۰). رویکردی جامعه‌شناختی به احساس شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان، **مسائل اجتماعی ایران**، شماره‌ی ۳، تابستان ۱۳۹۰: ۷۴-۳۹.
- رضازاده، راضیه. (۱۳۸۵). رویکردی روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه به هویت مکانی در شهرهای جدید، **مجموع مقالات همایش بین‌المللی شهرهای جدید**، تهران: انتشارات شرکت عمران شهرهای جدید.
- زیبایی‌نژاد، محمدرضا. (۱۳۸۸). آسیب‌شناسی نگاه به زن و خانواده در ایران، **مجموعه مقالات آسیب‌شناسی خانواده**، تهران: مرکز امور زنان و خانواده ریاست جمهوری.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵). **درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی**، تهران: دانشگاه تهران.
- شارع پور، محمود. (۱۳۹۱). **جامعه‌شناسی شهری**، تهران: انتشارات سمت، ویرایش اول، چاپ ششم.
- شوسلر، کارل. اف. (۱۹۸۲). **سنجش احساسات و نظر مردم نسبت به حیات اجتماعی**، سان‌فرانسیسکو: جوسی باس: ۱۳۵.
- صدیق سروستانی، رحمت‌الله؛ نیمروزی، نوروز. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط بین مشارکت در روابط همسایگی و احساس امنیت در محلات شهر مشهد، **دانش انتظامی**، شماره‌ی ۴۷، تابستان ۱۳۸۹: ۲۲۰-۱۸۵.
- عنبری، موسی؛ حقی، سمیه. (۱۳۹۳). **بررسی عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر نشاط اجتماعی زنان؛ مورد مطالعه: زنان مناطق شهری و روستایی شهرستان دلیجان**، **جامعه‌شناسی کاربردی**، سال بیست و پنجم، شماره‌ی ۱، بهار ۱۳۹۳: ۲۶-۱.
- فیالکوف، یانکل. (۱۳۸۳). **جامعه‌شناسی شهر**، ترجمه‌ی عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: انتشارات آگه.
- کشاورز، امیر؛ مولوی، حسین؛ کلانتری، مهرداد. (۱۳۸۷). رابطه‌ی بین سرزندگی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی با شادکامی در مردم شهر اصفهان، **مطالعات روان‌شناختی**، دوره‌ی ۴، شماره‌ی ۴، زمستان ۱۳۸۷: ۶۴-۴۵.

- کلنتر، جان، دلبلیو. (۱۳۷۶). **ارتباط گفتاری میان مردم**، ترجمه‌ی اکبر میرحسینی و قاسم کبیری، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- کیا، علی‌اصغر و امیری، رقیه. (۱۳۹۱). بررسی میزان نشاط اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در بین شهروندان ۱۵-۶۴ سال شهر اهواز، **فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی و رفاه و توسعه‌ی اجتماعی**، شماره‌ی ۱۵: ۱۷۴-۱۳۸.
- گلکار، کوروش. (۱۳۷۹). نشاط و سرزندگی در شهر به کمک طراحی شهری، **شهرنگار**، سال هفتم، شماره‌ی ۳۹: ۲۸-۲۴.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). **پیامدهای مدرنیت**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- _____ . (۱۳۸۳). **تجدد و تشخیص - جامعه و هویت شخصی در عصر جدید**، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- لیاقتدار، محمدرضا؛ عابدی، محمدرضا؛ جعفری، ابراهیم. (۱۳۸۷). **هنجارهای سیاهه شادکامی** **فوردایس اصفهان**، فصلنامه‌ی روان‌شناسی، سال ۱۲، شماره‌ی ۱۶: شماره‌ی ۲ (پیاپی ۴۶): ۱۹۶-۱۸۳.
- معمار، ثریا. (۱۳۹۰). **تحلیل جامعه‌شناختی نیازهای اجتماعی و کالبدی محلات شهر از دیدگاه توسعه‌ی پایدار محله‌ای (مطالعه‌ی محلات شهر اصفهان)**، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۹۰: ۱۳۳-۱۰۶.
- معیدفر، سعید؛ مقدم، غلامرضا. (۱۳۸۹). **هویت محله‌ای در کاهش و کنترل گرایش به رفتارهای نابهنجار اجتماعی در شهر (مطالعه: محله‌های شهر تهران)**، **مسائل اجتماعی ایران**، شماره‌ی ۲، زمستان ۱۳۸۹: ۱۴۴-۱۱۵.
- منادی، مرتضی. (۱۳۸۸). **بررسی انسان‌شناختی روابط همسایگی - مطالعه‌ی تطبیقی روابط زنان شاغل و خانه‌دار**، **مطالعات اجتماعی ایران**، شماره‌ی ۶، تابستان ۱۳۸۸: ۱۲۲-۱۰۴.
- میلر، دلبرت. سی. (۱۳۸۰). **راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی**، ترجمه‌ی هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- نایی، هوشنگ و لطفی خواجکی، بهنام. (۱۳۹۴). **تأثیر روابط و پیوندهای خویشاوندی بر میزان آسیب‌های اجتماعی در استان‌های کشور**، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۴: ۲۶-۱.

- نوذری، حمزه. (۱۳۹۴). تحلیل تعارضات همسایگی و برخی پیامدهای آن در شهر تهران، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۴: ۳۷۳-۳۹۰.
- وحیدآ، فریدون؛ بهیان، شاپور؛ هاشمیان فر، سید علی و حضرتی، سپیده. (۱۳۹۴). بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر شادمانی با تکیه بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهر کرمان)، **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، سال ششم، شماره‌ی هفدهم، زمستان ۱۳۹۴: ۱-۲۸.
- وحیدآ، فریدون و دادهیر، ابوعلی و فرنام، محمد. (۱۳۹۳). نشاط عمومی در زندگی اجتماعی - فرهنگی شهر: مطالعه‌ای با رویکرد تنوری کیفیت اجتماعی در شهر اردبیل، **مطالعات جامعه‌شناختی شهری**، سال چهارم، شماره‌ی یازدهم: ۱-۳۴.
- وزیری، مزده؛ شیرزادی اصفهانی، هما. (۱۳۸۹). بررسی رابطه‌ی جو سازمانی با شادمانی و سرزندگی در اعضای هیأت علمی دانشگاه الزهراء(س)، **اندیشه‌های نوین تربیتی**، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۸۹: ۱۹۰-۱۷۳.
- هزار جریبی، جعفر؛ آستین فشان، پروانه. (۱۳۸۸). بررسی عوامل مؤثر بر نشاط اجتماعی با تأکید بر استان تهران، **جامعه‌شناسی کاربردی**، بهار، شماره‌ی ۳۳: ۱۴۶-۱۱۹.
- یوسفی، علی؛ نوغالی، محسن؛ حجازی، مهلا. (۱۳۸۸). انسجام در شبکه‌های همسایگی شهر مشهد، **جامعه‌شناسی ایران**، دوره‌ی دهم، شماره‌ی ۱، بهار ۱۳۸۸: ۱۶۱-۱۳۸.
- Amerigo, M. Aragones, J. (1997). A theoretical and methodological approach to the study of residential satisfaction, **Journal of environment psychology**, No. 17: 47-57.
- Argyle, M. (2001). **The psychology of happiness**, second edition, Rutledge is imprint of the Taylor and Francis group.
- Coleman, James C. (1988). Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology** 94 (Supplement S95-S120): 95-119.
- Falanagan, W. G., (1999). **Urban Sociology: Images and Structure**, New York: Allyn and Bacon.
- Fukuyama, Francis. (1999). **Social Capital and civil society**. [On line]. Available at www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reformes/fukuyama.htm.
- Gans, H. (1962). **The Urban Villagers**, New York: Free Press.
- Giddens, Anthony. (1992). **the Consequences of Modernity**, Stanford; Stanford University Press.
- Haler, H& Hadler, M. (2006). How social relations and structures can

- produce happiness and unhappiness, **social indicators research**, 75: 169-216.
- Low, Setha, M. and Altman, Irwin. (1992). **Place Attachment: A Conceptual Inquiry** In Irwin Altman and Setha, M. Low (Eds), Place Attachment, New York/ London: Plenum Press: 1-12.
 - Morgan, P. (2010). Towards a developmental theory of place attachment **Journal of Environmental Psychology**, 30, 11° 22.
 - Sampson, Robert J. Johan laub. (1993). **Crime in the making, pathways and turning points through life**. Cambridge, Harvard University press.
 - Scannell, Leila. Gifford, Robert. (2010). The Relations between Natural and Civic Place Attachment and Pro-Environmental Behavior **Journal of Environmental Psychology**. XXX: 1-9.
 - Schyns, P. (1998). Cross national differences in happiness, **social indicators research**, 43: 3- 26.
 - Veenhoven, R. and Kalmijn, W. (2005). Inequality adjusted happiness in nation, **Journal of happiness studies**, 6: 421- 455.
 - Whyte, W.F. (1943). **Street Corner Society**, Chicago: University of Chicago Press.

