

تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شهر شاد از نگاه شهروندان مطالعه موردی: شهر یزد*

پریوش اورکی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد، ایران
محمد رضا رضایی^۱ - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد، ایران
محمد مبارکی - استادیار جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه یزد، ایران
سعید رضا اکبریان رونیزی - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۸/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۱۰

چکیده

گسترش شهرنشینی و رشد شتاب‌زده شهرها در قرن هجدهم و به دنبال آن تفکرات مدرنیستی و تغییر الگوهای زندگی انسان مدرن، مشکلاتی را برای شهرها به وجود آورده طوری که شهر به‌مثابه موجودی زنده، شادابی و سرزندگی خود را از دست داده است. هدف اصلی پژوهش، تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شهر شاد از نگاه شهروندان در شهر یزد می‌باشد. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی صورت پذیرفته و از نوع پژوهش‌های کاربردی است. برای جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز، از مطالعات اسنادی (چارچوب نظری پژوهش) و مطالعات میدانی از قبیل پرسشنامه و مشاهده استفاده شده است. جامعه آماری شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر یزد می‌باشد که تعداد نمونه موردنظر، جهت بررسی میزان شادی، ۳۸۴ نفر است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات این پژوهش از نرم‌افزار SPSS و روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره بهره گرفته شده است. نتایج نشان داد که میزان شادی شهروندان ساکن شهر یزد متوسط رو به بالا می‌باشد و بین متغیرهای زمینه‌ای تنها بین تحصیلات و شادی ارتباط معکوس وجود دارد، بین متغیرهای جنس، تأهل و سن با شادی رابطه‌ای وجود ندارند، همچنین بین نوع فعالیت و میزان استفاده از فضاهای شهری با شادی رابطه‌ای وجود ندارد. بین نوع دسترسی به فضاهای شهری و ابعاد اجتماعی با شادی ارتباط مستقیم و معناداری و بین ابعاد اقتصادی با شادی ارتباط معکوس و معناداری وجود دارد برعکس بین ابعاد فضایی و شادی هیچ رابطه‌ای وجود ندارد. اما مدل آنتروپی شانون نشان می‌دهد که ابعاد اجتماعی-فضایی به یک اندازه روی شادی تأثیر می‌گذارند و ابعاد اقتصادی در اولویت بعدی قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: تحلیل فضایی، شهر شاد، شهروندان، شهر یزد.

* این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم پریوش اورکی در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسندگان سوم و چهارم در گروه جغرافیا پردیس علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه یزد می‌باشد.

مقدمه

شادی یکی از مفاهیم محوری توسعه پایدار است که از سال ۲۰۰۰ به بعد در بحث‌های سازمان ملل در نظر گرفته شده است. به این صورت که اگر مردم یک جامعه احساس نشاط، خشنودی و رضایت‌مندی نکنند، نمی‌توان آن جامعه را توسعه یافته تلقی نمود. این نشان‌دهنده اهمیت نشاط و شادی در جامعه است. بر این اساس «هدف اصلی دولت‌ها باید شادی بیش‌تر شهروندان باشد، نه ثروت بیش‌تر» (Veenhoven, 2017:2). نظرسنجی گالوپ (۱۹۷۹) هم «شادی» را یکی از اولویت‌های اصلی جامعه معرفی کرد (Harding, 1985:229) و از دهه ۱۹۷۰ به بعد مطالعات متعددی مربوط به شادی در کشورهای صنعتی انجام گرفت که در سال ۲۰۱۶ دانمارک و سال ۲۰۱۸ فنلاند (با نمره ۷٫۶۳ از بین ۱۰-۰) شادترین کشورها بودند، طبق همین نظرسنجی‌ها ایران دارای نشاط و شادی پایین و دومین کشور غمگین جهان است (United Nation, 2016). در همین ارتباط می‌توان گفت یکی از نیازهای جامعه امروزی برنامه‌ریزی برای افزایش شادی است و اساساً شهر وسیله‌ای برای نیل به شادی و نشاط تلقی می‌شود (گلکار، ۱۳۸۵: ۳۴). سازمان ملل متحد (۲۰۱۰) اظهار داشت که میزان ۸۶ درصد از جمعیت بر اساس طرح پیش‌بینی شده در سال ۲۰۵۰ در مناطق شهری زندگی می‌کنند. از آنجای که فضاهای شهری مکان‌هایی هستند که مردم بیشتر وقت خود را در آنجا صرف می‌کنند بنابراین می‌بایست یک محیط سرزنده و پویا با حمایت از شادی شهروندان تشکیل شود (Dye, 2008:302). همان‌طور که سقراط هدف اصلی از ایجاد شهر را تأمین نشاط شهروندان می‌داند پس، شادی جزئی جداناپذیر از روابط اجتماعی شهر است. زمانی که مردم جامعه‌ای از شادی برخوردار باشند تعلق اجتماعی، ارتباطات اجتماعی مطلوب، رضایت از زندگی و انگیزه کار و تلاش بیش‌تر می‌شود، توسعه اقتصادی افزایش می‌یابد چنین جامعه‌ای، مسیر پیشرفت و ترقی را طی خواهد کرد. محققان بر این باورند که داشتن جامعه سالم و پایدار مشروط به داشتن افرادی سالم (شاد) است (Montgomery, 2013:87). شادی و پایداری با یکدیگر در ارتباط هستند. این مسئله، تمایل زیاد شهرهای مدرن به داشتن مکان‌های شاد را نیز به خوبی توجیه می‌نماید. بنابراین شهرهایی که به دنبال پایداری هستند، اولویت‌های خود را بر روی شهر شاد و شادی ساکنان آن، ارتقای کیفیت محیطی و عدالت اجتماعی قرار داده‌اند (Carmen et al, 2012:134). به همین دلیل امروزه، داشتن شهر شاد به‌عنوان یکی از دلایل اصلی سیستم‌های مدیریت شهری، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته تبدیل شده است. از این‌رو، برنامه‌ریزان شهری برای داشتن شهری سرزنده و شاد تلاش می‌کنند تا تأثیر فضاهای شهری بر ساکنان بررسی کنند. چراکه محیط‌های شهری می‌توانند احساسات مثبت و سلامت روحی شهروندان را تقویت کنند (Passmore & Howell, 2014:149; McMahan & Estes, 2015:7). بنابراین، امروزه شهرها باید به چیزی ورای طراحی ساختمان و شبکه رفت‌وآمد بیندیشد، لازم است فضاهای خلق شود که با نیازهای امروزی (افزایش شادی) مطابقت داشته باشند (Lynch, 1972:108-109). در این فضاها روحیه و احساس شهروندان جستجو می‌شود که در ارتباط با مکان‌ها و فضاهای شهری تأثیر زیادی می‌پذیرند. در همین ارتباط می‌توان گفت که دستیابی به شادی که به‌عنوان هدف همه انسان‌ها است (Liu, 2013:67)، امروزه در همه طرح‌ها و برنامه‌ریزی‌های شهری به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه (مانند ایران) نادیده گرفته شده است. همان‌طور که، این پژوهش‌ها و نظرسنجی‌ها در بین کشورهای جهان، نشان می‌دهند که وضعیت شادی در ایران رو به افول است. به‌عنوان مثال در طول سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۷۷، ایران (بین ۹۷ کشور جهان) در رتبه ۵۶ (Mankiw, 2009:163) در نظرسنجی سال ۲۰۱۶ (بین ۲۰۵ کشور) در رتبه ۱۵۷ (United Nation, 2016) و در نظرسنجی ۲۰۱۸ (بین ۱۵۶ کشور جهان) در رتبه ۱۰۶ قرار داشت. بر اساس نظرسنجی مؤسسه گالوپ (۲۰۱۳) مردم ایران، دومین مردم غمگین در دنیا هستند. همچنین، انجمن روان‌شناسی ایران، میزان افسردگی در سال ۱۳۹۰، ۱۲ درصد، در سال ۱۳۹۳، ۲۱ درصد گزارش دادند (fararu.com, 1395) بر اساس این آمارها گویی شادی پدیده‌ای است که با گذر زمان در ایران کم‌رنگ‌تر می‌شود و این بیانگر نیازمند توجه به

بحث نشاط و شادی اجتماعی است. به نظر می‌رسد علاوه بر این که عوامل اقتصادی-اجتماعی در پایین بودن نشاط و شادی ایران تأثیرگذار هستند، امروزه یکی از عواملی که نسبت به چند دهه گذشته بیشترین تأثیر در نشاط و شادی شهرها و شهروندان دارد، عوامل کالبدی (فضاهای شهری) هستند. به سبب رشد سریع جمعیت و وسعت شهرها و نیز ترافیک، آلودگی بصری، در دسترس نبودن خدمات، نبود فضاهای عمومی مناسب برای تفریح، عدم ارتباطات اجتماعی، نبود پیاده‌رو مناسب و در کل نبود فضاهای جاذب جمعیت و...؛ فضاهای شهری عملکرد واقعی (شهر شاد) خود را از دست داده‌اند. به صورتی که ضعف سرزندگی و احساس شادی در مکان‌ها و فضاهای شهری به‌عنوان یکی از چالش‌های اساسی برنامه‌ریزان و طراحان شهری معاصر ایران تلقی می‌شود.

مسئله این است که شهر یزد هم از این مشکلات بی‌نصیب نیست و شاید با چالش‌ها و معضلات بیش‌تری مواجه باشد. بر اساس مطالعاتی که در این زمینه در شهر یزد انجام شده، این شهر نسبت به دیگر شهرهای ایران از میزان نشاط و شادابی پایین‌تری برخوردار می‌باشد (منتظری، ۱۳۹۴، <http://jamejamonline.ir>). همان‌طور که در نگاه محقق و کسانی که برای اولین بار از این شهر بازدید می‌کنند با یک شهر مرده و بی‌روح مواجه می‌شوند. درحالی‌که به‌عنوان دومین شهر تاریخی و اولین شهر خشتی جهان در سازمان یونسکو به ثبت رسیده است. و این مسئله اهمیت بررسی موضوع شادی در شهر را چند برابر می‌کند. به همین دلیل هدف این پژوهش این است که تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شادی از نگاه شهروندان را در شهر یزد انجام دهد تا به سؤالات زیر پاسخ داده شود.

۱- میزان شادی در میان شهروندان ساکن شهر یزد چقدر است؟

۲- آیا بین متغیرهای زمینه‌ای با شهر شاد ارتباط وجود دارد؟

۳- آیا بین ابعاد اجتماعی، ابعاد اقتصادی و ابعاد فضایی با شهر شاد ارتباط وجود دارد؟

۴- آیا بین نوع فعالیت، نوع دسترسی به فضاهای شهری و میزان استفاده از فضاهای شهری با شادی ارتباط وجود دارد؟

باینکه نیاز به شناخت مکان‌های تفریحی و نابرابری فضاهای شهری از نظر دسترسی به امکانات و خدمات در شهرها افزایش می‌یابد اما برنامه‌ریزی شهری فعلی بدون در نظر گرفتن شادی شهروندان انجام می‌شود. با این وجود، هنوز تحقیق میان‌رشته‌ای در مورد عوامل تعیین‌کننده شادی مورد توجه قرار نگرفته، باینکه شمار قابل توجهی از مطالعات شادی اکنون از دیدگاه‌های مختلف به مسئله نزدیک شدند، همان‌طور که در ادامه بیان شده است جغرافیدانان در این زمینه مطالعات کم‌تری انجام داده‌اند:

مونتگومری (۱۹۹۵) در پژوهشی با عنوان «نشاط و سرزندگی شهری و فرهنگ شهرها» به این نتیجه رسیدند که مکان‌های وجود دارد که فرصت‌هایی برای دیدار، ارتباطات و تجربه فراهم می‌کنند، بنابراین، در برنامه‌ریزی متخصصان باید بیش‌تر روی فعال بودن شهر، تمرکز کنند. مهم است که کافه‌ها و رستوران‌ها را تشویق کنید تا در صورت لزوم از فضاهای روباز خارج از مراکز خود، مخصوصاً در ماه‌های تابستان استفاده کنند. هولویک^۳ (۲۰۰۳) در مطالعه «ارزش اقتصادی و شادی» به این نتیجه رسید که بهبود چشمگیر وضعیت مالی و مادی خانوارهای نروژی هیچ تأثیری بر سطح شادی جمعیت نداشته است. مطالعات قبلی نشان داده‌اند که اغلب بین درآمد و شادی همبستگی متوسط و کمی وجود دارد. لیوبومیرسکی^۳ و همکاران (۲۰۰۵) در مطالعاتی با عنوان «پیگیری شادی» به این نتایج دست‌یافتید شادی فرد به‌وسیله سه عامل اصلی اداره می‌شود: یک نقطه تعیین‌شده برای شادی، عوامل مرتبط با شادی و فعالیت‌های مرتبط با شادی. یعنی رفتار (ضروری)، شناخت (اجتماعی) و اختیاری. فعالیت اختیاری می‌تواند شادی را افزایش دهد. برتون^۴

1. Montgomery
2. Hellevik
3. Lyubomirsky
4. Brereton

همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با این عنوان «شادی و جغرافیا» به این نتایج دست‌یافتید زمانی که متغیرهای فضایی در نظر گرفته می‌شوند، تفسیر عملکرد شادی افزایش می‌یابد. این نشان می‌دهد که جغرافیا تأثیر بسیار بیشتری بر شادی دارد نسبت به تصویری که می‌شد. بلاس و ترانمر در پژوهشی دیگر «مردم شاد یا مکان‌های شاد؟» به این نتیجه رسیدند که وضعیت سلامتی و بیکاری مؤثرترین متغیرهای هستند که بر شادی فردی تأثیر می‌گذارند. نیاز به درک بهتر ابعاد جغرافیایی (و امکان‌سنجی) از مفاهیم مانند «اعتماد»، «انسجام اجتماعی»، «تفکیک اجتماعی»، «تعلق»، و «رفاه اجتماعی» در سطح محلی است. شادی در یک منطقه را می‌توان به افراد یا مکان نسبت داد، یا به عبارت دیگر به ویژگی‌های ساکنان. شادی و رفاه باید در همه مناطق و ناحیه‌ها یکسان باشد. براوو (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «پیگیری شادی در شهر اروپای معاصر» به این نتیجه رسید که شهر نشانه پیگیری شادی عمومی است، هدف دستیابی به شادی ساکنین بود. معماران به یک رویکرد جدید نیاز دارند که بتواند مسائل طراحی شهری را با رفتار عادی انسان‌ها در داخل شهر ترکیب کند. در گذشته، معماران و برنامه‌ریزان شهری نقش مهمی داشتند و هدف آن‌ها این بود که با تغییر شرایط زندگی به شادی برسند. بلاس و دورلینگ^۲ (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان «جغرافیای شادی» انجام داده‌اند متوجه شدند که علاوه بر ویژگی‌های فرهنگی، تعدادی عوامل جغرافیایی وجود دارد که بر احساس شادی افراد تأثیر می‌گذارد. مانند محیط فیزیکی و نابرابری‌های اجتماعی و فضایی. برای این که میزان شادی ذهنی «فردی»، «خانوار» یا «محیط»، مشخص شود، یک رویکرد جامع جغرافیایی نیاز است. زنگ زرین (۲۰۱۴) در پژوهش خود «جنبه‌های فیزیکی و اجتماعی سرزندگی» به این نتیجه رسید که شاخص ارتباط و در دسترس بودن از دیدگاه مردم مهم‌ترین مواردی است که بر شادی تأثیر می‌گذارد. شاخص‌ها با توجه به برنامه‌ریزی شهری ترتیب داده شوند تا انگیزه و جذب مردم بیشتر شود. میرزایی و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «شناسایی شاخص‌های شهر شاد» به این نتیجه رسیدند که اگرچه عوامل اجتماعی-اقتصادی به میزان قابل توجهی بر شادی تأثیر می‌گذارد، عوامل محیطی مانند دسترسی به فضاهای سبز می‌توانند بر شادی تأثیرگذار باشند. رازقی (۲۰۱۷) در پژوهش «تأثیرات شهری بر روحیه ساکنان در مناطق جدید و قدیمی؛ اصفهان» به این نتیجه دست‌یافت که نمادهای شهری می‌توانند موج‌های مختلف احساسی مانند شادی، غم و اندوه، اضطراب و سرزندگی آن را ایجاد کنند. عدم هماهنگی، عدم تناسب، سردرگمی، موجب استرس و عدم آرامش در شهر می‌شود. ناسازگاری در شکل، قد، رنگ و مواد مهم‌ترین عوامل مؤثر بر روان شهروندان است. ساختمان‌های تاریخی نسبت به ساختمان‌های معاصر شادی بالاتری دارند. عیسی‌زاده و واحدانی (۲۰۱۷) در پژوهش خود با این عنوان «نقش فضاهای شهری در افزایش سرزندگی» به این نتیجه رسیدند که مردم به یک جامعه پر جنب‌وجوش نیاز دارند تا بتوانند فضاهای شهری را به فضای برای روابط اجتماعی سالم و افزایش امنیت ذهنی تبدیل کنند و یک فضای شاد با برنامه‌ریزی مناسب و مطابق با نیاز مردم به‌منظور فرار از مشکلات، اختلالات و استرس روانی ایجاد کنند. کریمی و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای با این عنوان «نقش عوامل فضایی در ارتقاء سرزندگی و شادی» به این نتیجه دست‌یافتید که امنیت، خوانایی، زیبایی بصری، فعالیت‌های ۲۴ ساعته، تعاملات اجتماعی، سرزندگی و شادی، احترام، تجارب دلپذیر، روابط دوستانه و اجتماعی شدن استفاده کردند. استفاده از رنگ‌های طبیعی و شاد؛ ایجاد فضایی برای گفتگو بین پیاده‌روها، مانند فضاهای نشسته با مبلمان انعطاف‌پذیر پیشنهاد می‌کنند. افشانی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی نشاط اجتماعی جوانان در شهر یزد» به این نتیجه رسید که بین سن، جنسیت و وضعیت تأهل و میزان نشاط اجتماعی رابطه معناداری وجود نداشت. بین تحصیلات، سرمایه اجتماعی و بهره‌مندی از وسایل ارتباط بانشاط اجتماعی رابطه

1. Bravo

2. Ballas & Dorling

مستقیم و معناداری وجود داشت. قنبری (۱۳۹۴) در پژوهشی «آسیب‌شناسی فضاهاى شهری در شادی؛ بیرجند» به چنین نتایجی دست یافتید که میزان شادی در میان شهروندان شهر بیرجند از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست. بین متغیرهای عدالت اجتماعی، سرمایه اجتماعی، مشارکت و وضعیت اقتصادی با متغیر شادی و نشاط اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. با توجه به مطالعات گذشته نتیجه‌گیری می‌شود که بسیاری از محققان شادی را ارزیابی کرده‌اند، اما مطالعات در مورد محیط شاد، به‌خصوص شهرهای شاد بسیار محدود است. علاوه بر این، فقط تعداد محدودی از شاخص‌ها را پشتیبانی کردند که اکثر آن‌ها با محیط سرزنده و شاد ارتباط نداشتند. به‌طور کلی محققان جغرافیا و به‌ویژه برنامه‌ریزی شهری در این زمینه کمترین مطالعات را داشتند که با توجه به اهمیت جایگاه جغرافیایی در درک و سنجش شادی این تعجب‌آور است. از آنجاکه شادی نیاز اساسی است، با شرایط مناسب در شهرها می‌توان آن را افزایش داد. با این حال، برای افزایش شادی، فرصت‌های شهری در نظر نگرفته‌اند. تفاوت پژوهش حاضر با مطالعات قبلی در این است که با یک نگاه کلی و سیستمی به موضوع شادی می‌پردازد یعنی علاوه بر عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فضایی و دیگر ویژگی‌های محیط زندگی، برای سنجش شادی در نظر گرفته می‌شود.

مبانی نظری

شادی یکی از مهم‌ترین هیجانات انسانی است، اگر هیجانات به شش دسته خشم، ترس، تنفر، تعجب، ناراحتی و شادی تقسیم شود، شادی اساسی‌ترین هیجانی است که افراد در پی دستیابی به آن می‌باشند. اصطلاح «شادی» یک تاریخ طولانی دارد فکر آن در دنیای غرب شکل گرفت و در طول سال‌ها با معانی مختلفی استفاده شده است. اولین تلاش‌ها برای درک و تعریف شادی حدود ۶۰۰ سال قبل از میلاد، در چین آغاز شد (Tam, 2010:4). در واقع، از زمان ارسطو تلاش‌های زیادی برای درک و تعریف شادی صورت گرفته است (Ballas & Dorling, 2007:1247). اما مطالعات علمی شادی از روانشناسی مثبت آغاز شده (Peterson et al, 2005:25; Nawijn & Veenhoven, 2013:1) و به طیف وسیعی از علوم گسترش یافت (Easterlin, 2013:4) و در نیمه دوم قرن بیستم موضوع تحقیق علوم اجتماعی شد (Veenhoven, 2017:7). نظریه‌پردازان تعاریف مختلفی از شادی کردند که در جدول (۱)؛ تعدادی از آن‌ها بیان شده است.

جدول شماره ۱. تعریف شادی بر اساس نظریه‌های مختلف

نظریه	تعریف شادی
وینهوون (۱۹۸۴)	شادی، درجه‌ای که فرد زندگی خود را مثبت ارزیابی کند یا چقدر زندگی را دوست دارد. همه انسان‌ها، زندگی را به‌صورت عاطفی و شناختی ارزیابی می‌کنند. شادی یک موضوع ایستایی نیست. مردم با فراهم آوردن شرایط زندگی بهتر می‌توانند شادتر شوند. شادی، ارزیابی فرد از جنبه‌ها و شرایط زندگی است.
مایرز (۲۰۰۰)	شادی احساسی از زندگی است به مفهوم دوام لحظات شاد دیروز، روحیه سرخوش امروز و زمان دشوار فردا است.
پاتنام (۲۰۰۰)	شادی بیشتر به‌وسیله وسعت و عمق ارتباطات اجتماعی پیش‌بینی می‌شود
آرگیل (۲۰۰۱)	معتقدند شادی مهم‌ترین عاملی است که بر روحیه اعضای یک جامعه تأثیر می‌گذارد. به باور او، شادی دارای دو بعد عاطفی و شناختی است. منظور از بعد عاطفی، داشتن احساس شادی، خشنودی و سایر هیجانات مثبت است و منظور از بعد شناختی نیز دلالت بر ارزیابی مؤلفه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی و رضایت از زندگی است.
سلینگمن (۲۰۰۲)	هیجان‌های مثبت را به سه دسته (گذشته، حال و آینده) تقسیم می‌کند. هیجان‌های مثبت مرتبط باحال به دودسته لذت‌های آنی و نسبتاً پایدار تقسیم می‌شوند. لذت‌های نسبتاً پایدار، شامل احساساتی نظیر سعادت، راحتی، سرخوشی و شادمانی می‌باشد. شادمانی به معنای امروز آن در درون مفاهیم گسترده‌تری نظیر شادی و کیفیت زندگی قرار دارد.
لایارد (۲۰۰۵)	شادی احساس لذت بردن از زندگی و تمایل به حفظ احساسات توصیف می‌کند.
رادوان (۲۰۱۴)	معتقدند شادی احساسی است که شما از محیط اطراف خود تجربه می‌کنید

(Veenhoven, 1994:345-300; Veenhoven, 2005; Veenhoven, 2001:111; Diener & Seligman, 2004; Ferreira et al, 2010; Mirzaei et al, 2016)

در واقع، شادی یک مفهوم چندبعدی است (Kozaryn et al, 2018:351) و برخی آن را مترداف با «رضایت از زندگی»، (Veenhoven, 1990:8; Delle Fave et al, 2011:187) «رفاه ذهنی» و «پایداری» می‌دانند. به طور کلی شادی، ارزیابی ذهنی یک شخص از زندگی (ذهنی) (Diener et al, 2009:67) شرایط و محیط اطراف است (عینی) (Diener & Seligman, 2004:6). در واقع، شادی احساسی ذهنی است که درون شهروند تجربه می‌شود. بنابراین تعریف، شادی چیزی است که مردم در ذهن دارند، و شادی در این معنا را می‌توان با پرسشنامه سنجید. به همین ترتیب، شادی یک موضوع مناسب برای تحقیقات نظرسنجی است. بیش‌تر یافته‌های تحقیقات تجربی درباره شادی در پایگاه داده جهانی شادی (WDH) جمع‌آوری شده است که می‌توان در وب (http://world data base of happiness.eur.nl) مرور شود. با توجه به این که شادی یک مفهوم چندبعدی می‌باشد، ضروری است با دیدگاه‌های مختلف به بررسی آن پرداخت. به همین دلیل در این پژوهش با یک نگاه چندبعدی مانند دیدگاه برنامه‌ریزی شهری، دیدگاه جامعه‌شناسی و دیدگاه اقتصادی به مطالعه شادی پرداخته می‌شود و در ادامه این سه دیدگاه و عوامل مؤثر بر شادی از نگاه آن‌ها بررسی می‌شود:

دیدگاه برنامه‌ریزان شهری

پیگیری شادی یک تاریخ طولانی در اندیشه سیاسی غرب دارد. اما مطالعه شادی با امور شهری، شهرها یا برنامه‌ریزی شهری چیست؟ مکان و فضا بر احساسات افراد تأثیر می‌گذارد. موقعیت و وضعیتی که فرد در جامعه دارد بر تجربه ذهنی‌اش (شادی و ناخودآگاه) تأثیر می‌گذارد. زمانی که ساکنین شهر احساس می‌کنند به مردم و مکان‌های شهری خود وابسته هستند، شادتر هستند. گذشته از این، شادی این است که مردم احساس کنند شهرها از امکانات برخوردار هستند و کیفیت زندگی آن‌ها را بهبود می‌بخشد. بنابراین شادی و پیگیری آن موضوعی است که محققان مناطق شهری و سیاست شهری باید به آن توجه کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد که ارتباطات اجتماعی درون شهر و جنبه‌های برنامه‌ریزی شهری با شادی فرد همراه است. دسترسی مردم به فضاهای شهری، زیبایی‌شناسی شهر برای شادی اهمیت دارند. کوین^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی «درک شادی در ده شهر عمده» به این نتیجه رسیدند که طراحی و شرایط شهرها با شادی ساکنین در منطقه شهری همراه است. شهرهایی که دسترسی آسان به وسایل حمل‌ونقل عمومی مناسب و امکانات تفریحی و فرهنگی را فراهم می‌کنند، شادی را افزایش می‌دهند. شهرهایی که مقرون‌به‌صرفه هستند و به‌عنوان مکان‌های مناسب برای پرورش کودکان نیز خدمت می‌کنند، ساکنان آن شادتر هستند. پیشنهاد کردند که چنین مکان‌های نوع ارتباطات اجتماعی تقویت می‌کند که می‌تواند شادی را بهبود بخشد و در نهایت جذابیت زندگی در شهر را افزایش دهد. محققان بسیاری از رشته‌ها در حال بررسی علل و پیامدهای شادی هستند. اگرچه در تدوین «سیاست‌های شادی» اختلاف نظر دارند، اما هدف همه افزایش سطح شادی مردم است. موریسون (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که ویژگی‌های مناطق بر شادی تأثیر مستقیمی دارند. بلاس و ترانمر (۲۰۱۲)، دریافتند افرادی که طولانی‌تر در محل زندگی می‌کردند، شادی آن‌ها بالاتر بود (Ballas & Tranmer, 2012:88; Myers, 2000:64). مدت‌زمان در آدرس فعلی و شبکه‌های اجتماعی بر شادی تأثیر می‌گذارد. محله‌های شهر، محیط مهمی هستند که می‌توانند ارتباطات اجتماعی و ارتباط با محل را تسهیل کنند (Jacobs, 1961). این ارتباطها به‌نوبه خود برای شادی و کیفیت زندگی مهم هستند (Layard, 2005:43). از نظر جین جیکوبز، فیلسوف شهری (۱۹۶۱) پیاده‌رو فعال و پر جنب‌وجوش، می‌تواند بر مطلوبیت زندگی شهر تأثیر بگذارد و تأثیر مثبتی بر شادی ساکنان داشته باشد. مخاطبین چهره به چهره و محله‌های که به سمت

پیاپاده روی می‌روند، احساس اعتماد عمومی و ارتباطات اجتماعی میان ساکنان شهر را تشویق می‌کنند. ری التمبرگ (۱۹۸۹) ادعا می‌کند که «مکان‌های سوم» با استفاده از اصول ترکیبی، مکان‌هایی برای برقراری ارتباطات اجتماعی فراهم می‌کنند. این مکان‌ها نشان‌دهنده «انواع مختلفی از مکان‌های عمومی است که مجموعه‌های منظم، داوطلبانه، غیررسمی و خوشایند و فراتر از قلمرو خانه و محل کار را برای افراد پیش‌بینی می‌کنند». برای شهرها و محله‌های شهر چنین مکان‌هایی ضروری است؛ زیرا آن‌ها ارتباطات اجتماعی و شادی را افزایش می‌دهند. مکان‌هایی که ممکن است متفاوت باشند در بعضی از شهرها پارک‌های عمومی «در میان دارایی‌های ارزشمند جامعه هستند نه صرفاً برای سبز بودن آن‌ها بلکه همچنین برای فرصت‌هایی که برای برقراری ارتباط سازمان‌یافته یا خودبه‌خود با دیگر اعضای جامعه میسر می‌کند». اولدنبرگ (۱۹۹۹) بر اهمیت کافه‌ها و مراکز اجتماعی تأکید می‌کند. رستوران‌های محلی یا فروشگاه‌های مواد غذایی و یا حتی آرایشگاه‌ها و سالن‌های مو نیز ممکن است مهم باشند (Jacobs, 1961). جوامع باید دارای حمل‌ونقل چندگانه (به‌عنوان مثال راه رفتن، دوچرخه‌سواری و حمل‌ونقل عمومی) باشد تا در هنگام اوقات و فراغت مردم را در محل‌های عمومی مشترک تشویق کنند. اگر برخی از طرح‌های شهری، تعاملات اجتماعی و ارتباط با محل را تشویق می‌کنند، چه نوع مکان‌های این ویژگی‌ها و تأثیر آن‌ها بر روی شادی را از بین می‌برند؟ دوانی و همکاران (۲۰۰۰) معتقدند مکان‌های وابسته به ماشین به خاطر وابستگی به ماشین و رفت‌وآمدهای طولانی که دارند (برای کار، بازسازی و خرید) هم‌چنین پاتنام (۲۰۰۰) نشان می‌دهد «زمان بیشتر در خودرو به معنای زمان کمتری برای دوستان و همسایگان است» (پاتنام، ۲۰۰۰: ۲۱۴). لیدن (۲۰۰۳) با استفاده از شاخص «قابلیت پیاده»، متوجه شد افرادی که در زندگی پیاپاده روی می‌کنند (محله‌های ترکیبی) بیشتر همسایگان می‌شناسند، اعتماد و فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی بیشتری دارند نسبت به ساکنانی که وابسته به ماشین هستند و در آپارتمان‌های مسکونی زندگی می‌کنند (Leyden et al, 2011: 879).

دیدگاه جامعه‌شناسی و اقتصادی

شادی ممکن است با تعدادی از عوامل شخصی، جمعیت‌شناختی و عوامل زمینه‌ای مانند محیط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی مواجه شود. دنیر و همکاران (۱۹۹۹) رابطه بین شادی با ویژگی‌های شخصیتی، وراثت، عوامل محیطی، فرهنگی، روابط میان فردی، ازدواج، سرمایه اجتماعی، عزت‌نفس، اعتقادات مذهبی، عامل خویشاوندی، وضعیت اقتصادی، رضایت شغلی و تفریح و اوقات فراغت را مورد بررسی قرار دادند. شاید جامع‌ترین تحقیق علوم اجتماعی درباره شادی، کار ریچارد لایارد (۲۰۰۵) است (Diener et al, 1999: 297). لایارد (۲۰۰۵)، با استفاده از نظرسنجی عمومی اجتماعی ایالات متحده، «هفت عامل» وضعیت مالی، روابط خانوادگی، کار، جامعه و دوستان، سلامت، آزادی شخصی و ارزش‌های شخصی را توصیف کرد که بر شادی افراد تأثیر می‌گذارد. بین درآمد و شادی یک ارتباط مثبت است، اما این ساده نیست. در داخل کشور، بین درآمد و شادی رابطه مثبت وجود دارد؛ با این حال، زمانی که درآمد کل جامعه در طول زمان افزایش می‌یابد، شادی بیش‌تر نمی‌شود. لوتمر (۲۰۰۵) دریافت که درآمد بالاتر همسایگان با سطوح پایین شادی گزارش شده است. افراد متأهل، با همه چیز برابر، شادتر از کسانی هستند که از هم جدا، بیوه، یا ازدواج‌نکرده‌اند. افرادی که با شغل امن کار می‌کنند شادتر از کسانی هستند که بیکار هستند و یا با کار ناامن کار می‌کنند. پوودتاو (۲۰۰۸) نشان دادند «بیکاری صدمه می‌زند، اما زمانی که افراد بیکار در اطراف بیشتر باشد کمتر صدمه می‌زند. مردم شادتر هستند اگر احساس کنند که مردم در اجتماعشان قابل اعتماد هستند (powdthavee, 2008: 1468). این اعتماد عمومی یا اجتماعی، شاخص کلیدی سرمایه اجتماعی است (پاتنام، ۲۰۰۰)، به این معنی که افراد در ارتباط با دیگران (در جامعه خود) احساس پیوستگی می‌کنند و به‌طور فعال در فعالیت‌های رسمی یا غیررسمی جامعه شرکت می‌کنند. پاتنام (۲۰۰۵) نشان داد که شادی در ارتباط با گذراندن وقت با دوستان و همسایگان، مشارکت مدنی و اعتماد به محله‌ها و پلیس محلی

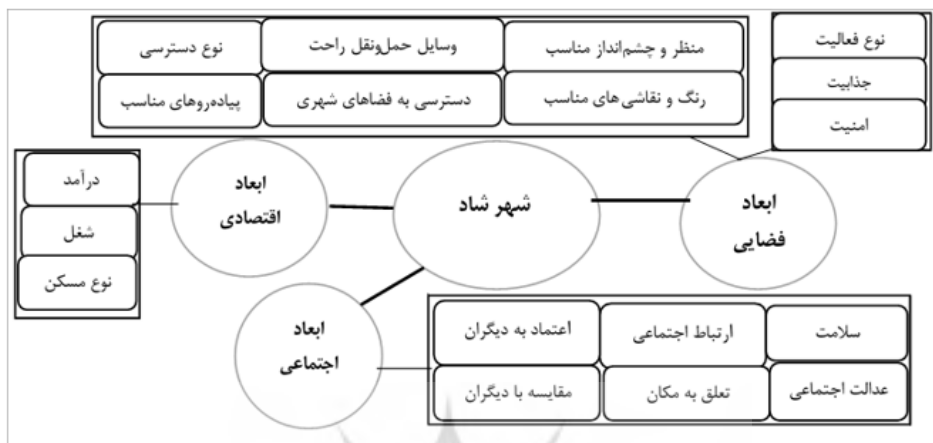
است. اهمیت روابط اجتماعی برای شاد نیز توسط دیگران تأیید شده است. هولدر و کالمن (۲۰۰۷) نشان دادند که کودکان بین ۹ تا ۱۲ ساله که دارای دوستان زیادی هستند از شادی برخوردار هستند. علاوه بر این، والدین گزارش می‌دهند که کودکان وقتی که دوستان خود را خارج از محیط مدرسه می‌بینند شادتر هستند. بین سلامت و شادی ارتباط معناداری وجود دارد. مردم احساس می‌کنند که دولت به آن‌ها حقوق و قانون می‌دهد. اعتقاد به قدرت بالاتر با شادی همراه است. همچنین افرادی که برای دیگران و جهان اطرافشان اهمیت می‌دهند شادتر هستند (Holder et al, 2010: 143).

از نظر وائیر و همکاران (۱۹۹۹) شخصیت و موقعیت هر دو بر شادی تأثیر می‌گذارد و با یکدیگر تعامل دارند. با توجه به سه دیدگاه مطرح شده نتیجه‌گیری می‌شود شادی به میزان درآمد، وضعیت تأهل، اشتغال، روابط اجتماعی، سلامت و اعتماد بستگی دارد. همچنین بین جنبه‌های محیط ساخته شده و ارتباطات اجتماعی که برای شادی مهم است، ارتباط وجود دارد. برای بررسی اینکه آیا بین جنبه‌های مکان و شادی ارتباط وجود دارد، از ارتباطات اجتماعی، استفاده می‌شود. دسترسی آسان به امکانات تفریحی و خدمات (مانند تئاتر، موزه‌ها، سالن‌های کنسرت، پارک‌ها، امکانات ورزشی، مغازه‌ها، فروشگاه‌ها و کتابخانه‌ها و...) کسانی که احساس کردند شهرشان زیبا و تمیز است، در شب احساس راحتی می‌کنند و شهر آن‌ها جای خوبی برای مراقبت از کودکان است، شادتر بودند. هفت عامل (لایارد) و ویژگی‌های محیط و محل زندگی، با شادی ارتباط معناداری دارند (Helliwell & Putnam, 2004: 1441). علاوه بر این، شرایط اقتصادی محل، با شادی همراه هستند. برای شناسایی عواملی که بر میزان شادی شهروندان تأثیرگذار هستند از مطالعات گذشته و مبانی نظری (دیدگاه جغرافیا، دیدگاه جامعه‌شناسی و دیدگاه اقتصادی) استفاده شده است که در جدول (۲)، این عوامل از دیدگاه نظریه پردازان آورده شده است.

جدول شماره ۲. شاخص‌های مرتبط با پژوهش بر اساس مطالعات گذشته و مبانی نظری

ابعاد اجتماعی	ابعاد اقتصادی	ابعاد فضایی	ابعاد اجتماعی-فضایی
✓	✓	✓	دینر و همکاران (۱۹۹۷)
✓	✓		اسوالد (۱۹۹۷)
✓	✓	✓	وینهوون (۱۹۹۴-۱۹۹۰)
✓	✓	✓	لایارد (۲۰۰۵)
✓	✓	✓	بلاس (۲۰۰۱-۲۰۱۸)
✓	✓	✓	جیکوبز (۱۹۶۱)
✓	✓	✓	النبرگ (۱۹۸۹)
✓	✓	✓	اولدنبرگ (۱۹۹۹)
			پانتام (۲۰۰۰)
✓			کوبین و همکاران (۲۰۱۳)
✓			براوو (۲۰۱۲)
✓	✓		موننگومری (۲۰۱۳)
			هلل ویک (۲۰۳۳)
			لیوبومیرسکی و همکاران (۲۰۰۵)
✓			برتون و همکاران (۲۰۰۸)
	✓	✓	میرزایی و همکاران (۲۰۱۶)
✓			عیسی‌زاده و همکاران (۲۰۱۷)
✓			رزاقی اصل و همکاران (۲۰۱۷)
✓			کریمی و همکاران (۲۰۱۸)
			افشانی (۱۳۹۲)
	✓	✓	قنبری (۱۳۹۴)

همان طور که در مطالب بالا و جدول (۲) بیان شده است برای تعیین میزان شادی شهروندان شاخص‌ها و متغیرهای متعددی به کار گرفته شد مانند ابعاد اقتصادی شامل درآمد، شغل، نوع مسکن و ابعاد اجتماعی شامل ارتباط اجتماعی، اعتماد و... و ابعاد فضایی شامل امنیت، دسترسی راحت به فضاها، جذابیت و منظرهای مناسب و... که مدل مفهومی آن در شکل زیر مشاهده می‌گردد.



شکل شماره ۱. مدل مفهومی پژوهش

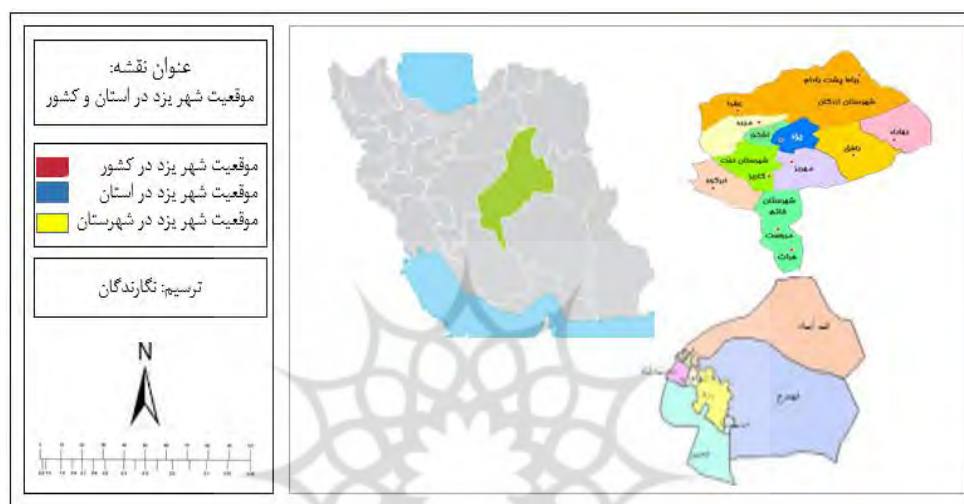
روش پژوهش

نوع تحقیق حاضر کاربردی می‌باشد و در تدوین این تحقیق از روش‌های توصیفی-تحلیلی و اسنادی-پیمایشی استفاده شده است. از روش اسنادی، مطالعه کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری دیدگاه‌ها، نظرات و تجربیات موجود استفاده خواهد شد. داده‌های مربوط به میزان شادی از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. بعد از اینکه شاخص‌ها از مبانی نظری و مطالعات گذشته استخراج شد و به صورت پرسشنامه طراحی شد، برای اینکه روایی آن‌ها به دست آورده شود از متخصصین مرتبط با موضوع (اساتید دانشگاه) استفاده شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای است بدین صورت که پرسشنامه‌ها به طور تصادفی در بین شهروندان هر منطقه بر اساس تعداد جمعیت ساکن هر منطقه، پخش شده است. برای تعیین حجم نمونه با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است و حجم نمونه به دست آمده ۳۸۴ نفر می‌باشد و آلفای کرونباخ آن‌ها ۰/۶ به دست آمده که نشان‌دهنده این است که شاخص‌های مورد بررسی از همبستگی لازم برخوردار می‌باشند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات این پژوهش از نرم‌افزار (SPSS) بهره گرفته شده است. برای وزن دهی و مشخص کردن عوامل تأثیرگذار بر شادی، از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (مدل آنتروپی شانون) استفاده شده و همچنین برای تحلیل رابطه عوامل مؤثر بر شادی و شادی شهروندان از آزمون‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شده است.

محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی این پژوهش، شهر یزد واقع در مرکز استان یزد قرار گرفته و در محدوده ۵۴ درجه و ۱۸ دقیقه تا ۵۴ درجه و ۲۴ دقیقه طول شرقی و ۳۱ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۵۶ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. سیر تحول جمعیت شهر یزد در گذر زمان همواره سریع‌تر از سایر نقاط شهری استان بوده است. تراکم جمعیت در محلات شهری یزد تنوع بسیار و گستردگی فراوان دارد. بر اساس آخرین سرشماری در سال ۱۳۹۵ جمعیت این شهر بالغ بر ۶۵۶۴۷۴ نفر می‌باشد

که بیشترین جمعیت استان در این شهر ساکن هستند. نقشه زیر موقعیت جغرافیایی شهر یزد را در استان و کشور نشان می‌دهند. بررسی ساختار اشتغال، بالا بودن سهم اشتغال صنعتی را در شهر یزد حکایت می‌کند. می‌توان گفت شهر یزد در شمار مناطق عمده صنعتی کشور است. به طوری که سهم اشتغال در بخش صنعت در این شهر ۴۲/۸ درصد نیروی کار را در برمی‌گیرد که معادل ۹/۴ درصد بیش‌تر از میانگین جامعه شهری کشور می‌باشد. سهم اشتغال در بخش کشاورزی که در جامعه شهری کشور برابر ۵/۲ درصد است در شهر یزد فقط برابر ۳/۲ درصد می‌باشد. اشتغال در بخش خدمات نیز بهبود نسبی و شرایط مناسب شهر یزد را در مقایسه با الگوی ملی نمایان می‌سازد. در شهر یزد ۵۴ درصد نیروی کار در بخش خدمات اشتغال دارند، در حالی که در جامعه شهری کشور این گروه ۶۱/۴ درصد نیروی کار را فرامی‌گیرد.



شکل شماره ۲. موقعیت محدوده مورد مطالعه

بحث و یافته‌ها

با توجه به نتایج به دست آمده از پرسشنامه ۶۲/۵ خانم‌ها و ۳۷/۵ درصد آقایان که ۶۷/۴ درصد از آن‌ها مجرد، ۳۰/۳ درصد متأهل (۲/۳ درصد بدون پاسخ) بودند. ۷۴/۵ صاحب مسکن، ۱۲ درصد در خانه‌های استیجاری، ۴/۷ درصد در خانه‌های رهنی و ۸,۳ درصد در خانه‌های دیگری ساکن بودند. در میان جامعه آماری بیش‌ترین سن افراد بین ۳۵-۲۵ سال (۳۴/۴) و کم‌ترین آن افراد بالای ۵۵ سال (۳/۶) بود و از نظر تحصیلات بیش‌تر آن‌ها دارای مدرک کارشناسی (۳۲/۳) که در حال حاضر دانشجوی هستند و دارای درآمدی بین ۵۵۰۰-۸۰۰۰ می‌باشند.

بر اساس نتایج جدول (۳) ۵۱/۶ درصد از افراد جامعه آماری بیان کردند که در شب به راحتی در فضاهای شهری پیاده‌روی می‌کنند و ۳۶/۵ از این افراد در شهر به دیگران اعتماد ندارند و ارتباط زیادی با همسایگان برقرار نمی‌کنند. ۴۲/۲ درصد بیان کردند که در محله زندگی‌شان شرایط برای پیاده‌روی فراهم نیست، اما از نظر جین جیکوبز (۱۹۶۱) پیاده‌روی تأثیر مثبتی بر شادی ساکنان دارد. مخاطبین چهره به چهره و محله‌های که به سمت پیاده‌روی می‌روند، احساس اعتماد و ارتباطات اجتماعی را تشویق می‌کنند. ۴۵/۰ درصد بیان کردند که در شهر یزد به راحتی با دیگران ارتباط اجتماعی برقرار می‌کنند. ۳۹/۰ درصد در طول هفته به کافه یا رستوران می‌روند. همان‌طور که اولدنبورگ (۱۹۹۹) بر اهمیت کافه‌ها و مراکز اجتماعی تأکید می‌کند. ۳۷/۵ موافق این بودند که برای خرید روزانه یا رفتن به فضاهای تفریحی مسافت زیادی با ماشین طی می‌کنند.

جدول شماره ۳. فراوانی و درصد افراد پاسخگو به ابعاد اجتماعی

بدون پاسخ		مخالقم		نه موافقم و نه مخالقم		موافقم		ابعاد اجتماعی	
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد		
-	-	۳۲/۹	۱۲۶	۱۵/۶	۶۰	۵۱/۶	۱۹۸		در شب به راحتی پیاده روی می کنم
-	-	۳۶/۵	۱۴۰	۳۶/۷	۱۴۱	۲۶/۷	۱۰۳		در شهر به دیگران اعتماد می کنم
-	-	۳۶/۵	۱۴۰	۳۶/۷	۱۴۱	۲۶/۹	۱۰۳		ارتباط زیادی با همسایگان دارم.
۰/۳	۱	۱۸/۵	۷۱	۳۶/۲	۱۳۹	۴۵/۰	۱۷۳		در شهر به راحتی با دیگران ارتباط اجتماعی برقرار می کنم
-	-	۸/۶	۳۳	۳۲/۰	۱۲۳	۵۹/۴	۲۲۸		برای اطرافیانم وقت زیادی می گذارم.
-	-	۲۲/۱	۸۵	۲۵/۸	۹۹	۵۲/۰	۲۰۰		وقت زیادی با دوستان خود سپری می کنم.
۲/۹	۱۱	۸/۳	۳۲	۱۹/۰	۷۳	۶۹/۸	۲۶۸		از سلامت کامل برخوردارم
-	-	۳۵/۲	۱۳۵	۲۹/۲	۱۱۲	۳۵/۷	۱۳۷		از نظر اجتماعی و اقتصادی خود را با دیگران مقایسه می کنم.
-	-	۴۲/۵	۱۶۳	۱۷/۲	۶۶	۴۰/۴	۱۵۵		در محله زندگی شرایط برای پیاده روی فراهم است.
۲/۱	۸	۳۵/۷	۱۳۷	۲۳/۲	۸۹	۳۹/۰	۱۵۰		در طول هفته به کافه یا رستوران می روم.
-	-	۳۶/۷	۱۰۳	۲۵/۸	۹۹	۳۷/۵	۱۴۴		برای خرید روزانه یا رفتن به فضاهای تفریحی مسافت زیادی با ماشین طی می کنم.
-	-	۳۷/۷	۱۴۵	۲۴/۲	۹۳	۳۸/۰	۱۴۶		از خطر تصادفات مانند حوادث خودرو احساس امنیت می کنم.

طبق نتایج جدول (۴) ۳۳/۳ درصد از افراد جامعه آماری بیش تر از ۱۵ سال در آدرس فعلی خود سکونت داشتند همچنین ۳۷/۵ به محله زندگی خود تعلق دارند که این نشان می دهد افراد هر چه بیش تر در یک محله زندگی کنند احساس تعلق به آن محله بیش تر می شود و دیگر موارد مانند اعتماد اجتماعی، ارتباط اجتماعی و سرمایه اجتماعی هم در چنین محله ای به وجود می آید. که با نتیجه پژوهش بالاس و ترانمر (۲۰۱۲)، مطابقت دارد که معتقدند افرادی که طولانی تر در محل زندگی می کردند، شادی آن ها بالاتر بود و مدت زمان در آدرس فعلی و شبکه های اجتماعی بر شادی تأثیر می گذارد.

جدول شماره ۴. فراوانی و درصد مدت زمان سکونت و تعلق افراد پاسخگو به محله های مسکونی خود

بدون پاسخ		+۱۵		۱۵-۱۰		۱۰-۷		۷-۳		۳-۱		مدت زمان سکونت
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳/۱	۱۲	۳۳/۳	۱۲۸	۱۵/۶	۶۰	۱۷/۷	۶۸	۲۰/۶	۷۹	۹/۶	۳۷	
بدون پاسخ		خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میزان تعلق به محله مسکونی
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۰/۳	۱	۸/۹	۳۴	۱۲/۰	۴۶	۳۷/۵	۱۴۴	۲۶/۳	۱۰۱	۱۵/۱	۵۸	

طبق نتایج (۵)، بیش تر افراد گزارش دادند (۶۴/۱) که با خودرو شخصی در محیطها و فضاهای شهری رفت و آمد می کنند که این نشان می دهد که شهروندان ساکن شهر یزد بیش تر از خودرو شخصی استفاده می کنند و بیش تر فضاها و محیطها در این راستا طراحی و برنامه ریزی شدند و کم تر به عابر پیاده و مسیرهای رفت و آمد انسانها به صورت پیاده توجه می کنند که این می تواند در روحیه و روان ساکنین تأثیرات منفی مانند عدم ارتباطات اجتماعی، اعتماد اجتماعی و تجمع در محیطها و فضاهای شهری در زمان اوقات فراغت داشته باشد. همچنین نزدیک ۶۴/۱ درصد از این افراد به خاطر فعالیت های خیلی ضروری (مانند خرید روزانه، رفت و آمد به مدارس فرزندان و...) در سطح فضاهای شهری حضور پیدا می کنند، همچنین ۳۷/۰ درصد از افراد جامعه آماری گزارش دادند کم تر از دو ساعت از فضاهای شهری استفاده می کنند که این نشان می دهد شهروندان یزدی کمتر از فضاهای شهری برای اوقات فراغت خود استفاده می کنند شاید به خاطر نداشتن محیط و فضاهای مناسب برای تجمع و دورهم شدن شهروندان، توجه به کالبد شهر بدون در نظر

گرفتن انسان‌ها و مواردی از چنین باشد.

جدول شماره ۵. فراوانی و درصد نوع دسترسی به فضاهای شهری و میزان استفاده افراد پاسخگو از این فضاها

نوع دسترسی به فضاهای شهری	پیاده روی		دوچرخه		عمومی		شخصی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
شهری	۳۸	۹/۹	۶	۱/۶	۹۴	۲۴/۵	۲۴۶	۶۴/۱
نوع فعالیت	ضروری		اجتماعی		اختیاری		بدون پاسخ	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
میزان استفاده از فضاهای شهری	۲۴۶	۶۴/۱	۱۹	۴/۹	۱۱۳	۲۹/۴	۶	۱/۶
میزان استفاده از فضاهای شهری	۱-۲		۲-۳		۳-۴		۴-۵	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
شهری	۱۴۲	۳۷/۰	۱۱۴	۲۹/۷	۷۵	۱۹/۵	۲۸	۷/۳

همان‌طور که در جدول (۶) نشان داده شده است از نظر ۴۵/۸ درصد از افراد جامعه آماری شهر یزد یک شهر زیبا، جای خوبی برای مراقبت از کودکان است (۴۸/۴) آن‌ها به راحتی در فضاهای شهر و محیط زندگی بازی می‌کنند (۳۷/۰). اما محیط‌های در حد متوسط برای ارتباطات اجتماعی و تجمع افراد وجود دارد (۴۳/۵)، بیش‌تر کافه‌ها و رستوران‌ها در فضای بازنه‌ستند (۴۵/۶)، ساختمان‌های شهر از نظر رنگ، مصالح و شکل در حد خیلی کم هماهنگ هستند (۶۰/۱)، همچنین، نمادهای شهری در حد متوسط به شهروندان احساس آرامش می‌دهند (۳۵/۲)، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که امکانات و خدمات شهری در سطح شهر یکسان توزیع نشده (۵۸/۹) با این وجود در بافت‌های قدیمی شهر نسبت به بافت‌های جدید احساس شادی بیشتری می‌کنند (۵۱/۹) دیگر نتایج در جدول (۶) بیان شده است.

جدول شماره ۶. فراوانی و درصد افراد پاسخگو به زیرگروه‌های ابعاد فضایی-اجتماعی

ابعاد اجتماعی-فضایی	موافقم		نه موافق و نه مخالف		مخالقم		بدون پاسخ	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
شهر یزد، یک شهر زیبا است	۱۷۶	۴۵/۸	۱۲۲	۳۱/۸	۸۶	۲۲/۴	-	-
کودکان با امنیت در فضاهای شهر و محیط زندگی بازی می‌کنند	۱۴۲	۳۷/۰	۱۴۰	۳۶/۵	۹۰	۲۳/۴	۱۲	۳/۱
در شهر یزد کودکان به راحتی به یک مدرسه خوب می‌روند.	۱۵۰	۳۹/۰	۱۳۷	۳۵/۷	۷۴	۱۹/۳	۳۳	۶/۰
خیابان‌ها پیاده‌روها و دیگر مکان‌های عمومی در شهر یزد تمیز است	۱۶۳	۴۲/۴	۱۲۷	۳۳/۱	۹۴	۲۴/۵	-	-
در شهر یزد، حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس) مناسب است	۱۷۵	۴۵/۶	۹۶	۲۵/۰	۹۶	۲۵/۰	۱۷	۴/۴
در شهر یزد، به وسایل حمل‌ونقل عمومی دسترسی آسان دارم	۱۸۲	۴۷/۴	۸۰	۲۰/۸	۱۲۲	۳۱/۸	-	-
در شهر به بسیاری از فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌ها دسترسی آسان دارم	۲۳۳	۶۰/۶	۸۲	۲۱/۴	۶۹	۱۸/۰	-	-
در شهر یزد، به امکانات فرهنگی و تفریحی دسترسی آسان دارم	۵۴	۱۴/۰	۱۰۹	۲۸/۴	۲۱۶	۵۶/۳	۵	۱/۳
در شهر یزد، به محیط‌ها و فضاهای شهر دسترسی آسان دارم	۱۲۰	۳۱/۳	۱۶۸	۴۳/۸	۹۰	۲۳/۴	۶	۱/۶
در شهر یزد، تعداد زیادی پارک و امکانات ورزشی وجود دارد	۱۵۷	۴۰/۹	۹۹	۲۵/۸	۱۲۸	۳۳/۳	-	-
در شهر یزد، تعداد زیادی کتابخانه وجود دارد	۱۸۳	۴۷/۷	۱۲۹	۳۳/۶	۶۳	۱۴/۴	۹	۲/۳
در شهر یزد، محیط‌ها و فضاهای برای دیدار و ارتباط با دوستان است	۱۴۱	۳۶/۷	۱۳۳	۳۴/۶	۱۰۴	۲۷/۰	۶	۱/۶
در شهر یزد، محیط‌های برای ارتباط اجتماعی و تجمع افراد وجود دارد	۷۳	۱۹/۰	۱۶۷	۴۳/۵	۱۴۴	۳۵/۴	-	-
بیش‌تر کافه‌ها و رستوران‌ها در محیط‌ها و فضاهای روباز هستند	۶۴	۱۶/۷	۱۴۴	۳۷/۵	۱۷۵	۴۵/۶	۱	۰/۳
در محیط‌ها و فضاهای شهر، رنگ‌های طبیعی و شاد استفاده شده است	۵۵	۱۴/۳	۱۴۸	۳۸/۵	۱۸۱	۴۷/۱	-	-
ساختمان‌های شهر یزد از نظر رنگ، مصالح و شکل هماهنگ هستند	۴۷	۱۲/۲	۱۰۶	۲۷/۶	۲۳۱	۶۰/۱	-	-
محیط‌ها و فضاهای شهر متناسب با نیازهای انسان ساخته شده است	۷۹	۲۰/۵	۱۵۹	۴۱/۴	۱۳۷	۳۵/۷	۹	۲/۳
در شهر در بین پیاده‌روها فضاهای برای گفتگو و نشستن وجود دارد	۱۱۰	۲۸/۷	۱۳۶	۳۵/۴	۱۳۳	۳۴/۷	۵	۱/۳
نمادهای شهر یزد به من احساس آرامش می‌دهند	۷۲	۱۸/۶	۱۷۶	۴۵/۸	۱۲۵	۳۵/۲	۱	۰/۳
برای فرار از مشکلات و فشارهای روزمره به فضاهای شهر پناه می‌برم	۶۴	۱۶/۷	۱۲۲	۳۱/۸	۱۹۸	۵۱/۶	-	-

۱/۸	۷	۴۴/۶	۱۷۱	۲۱/۴	۸۲	۳۲/۳	۱۳۴	فضاهای شهر یزد، در روحیه و روان من تأثیر مثبت می‌گذارد
-	-	۵۸/۹	۲۲۶	۲۴/۵	۹۴	۱۶/۷	۶۴	امکانات و خدمات شهری، یکسان در سطح شهر توزیع شدند
-	-	۲۸/۴	۱۰۹	۱۹/۸	۷۶	۵۱/۹	۱۹۹	در بافت‌های قدیمی نسبت به بافت‌های جدید احساس شادی بیش‌تری می‌کنم

جدول (۷) پاسخ به این سؤال که شما چقدر شاد هستید؟ را نشان می‌دهد تنها ۹/۹ درصد از نمونه جامعه آماری گزارش دادند که اصلاً شاد نیستند، ۱۳/۸ درصد خیلی شاد نیستند، ۳۲/۰ درصد نه شاد و نه ناراضی، ۳۳/۹ درصد تا حدودی شاد هستند و ۱۰/۴ درصد بسیار شاد هستند. بر اساس این نتایج میزان شادی در شهر یزد متوسط رو به بالا می‌باشد.

جدول شماره ۷. فراوانی و درصد میزان شادی شهروندان شهر یزد

درصد تجمعی	درصد	فراوانی
۹/۹	۹/۹	۳۸
۲۳/۷	۱۳/۸	۵۳
۵۵/۷	۳۲/۰	۱۲۳
۸۹/۶	۳۳/۹	۱۳۰
۱۰۰	۱۰/۴	۴۰
		کل
	۱۰۰	۳۸۴

ارتباط بین متغیرهای زمینه‌ای و شادی شهروندان

بین تحصیلات و میزان شادی یک رابطه معکوس وجود دارد زیرا سطح معنی‌داری (۰/۰۰۷) پایین‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است، به عبارت دیگر هر چه تحصیلات پایین‌تر باشد به همان اندازه میزان شادی افزایش می‌یابد با توجه به ضریب همبستگی اسپیرمن که در جدول (۸) نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌گردد بین جنس، تأهل سن، درآمد و شغل با شادی در این پژوهش هیچ رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول شماره ۸. ارتباط بین متغیرهای زمینه‌ای با شادی با آزمون پیرسون و اسپیرمن

آزمون	متغیرهای زمینه‌ای	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد	تأیید یا رد
جنس		۰/۱۳	۰/۷۹	۳۸۴	رد
پیرسون	تأهل	-۰/۱۵	۰/۷۷	۳۷۵	رد
سن		-۰/۱۶	۰/۷۵	۳۸۴	رد
تحصیلات		-۰/۱۳۸	۰/۰۰۷	۳۸۴	تأیید
اسپیرمن	شغل	-۰/۰۸۹	۰/۰۸	۳۸۴	رد
درآمد		-۰/۱۰۲	۰/۰۷	۳۱۵	رد

ارتباط بین متغیرهای اجتماعی و شادی شهروندان

با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش که در جدول (۹) مشاهده می‌گردد بین ابعاد اجتماعی با شادی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد زیرا سطح معنی‌داری به دست آمده (۰/۰۰۶) پایین‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد به همین خاطر می‌توان گفت، ابعاد اجتماعی به عنوان یکی از عواملی هست که در میزان شادی شهروندان شهر یزد تأثیر زیادی می‌گذارد. به عبارت دیگر هر چه شرایط محله‌ها برای پیاده‌روی فراهم شود ارتباط اجتماعی با همسایگان بیش‌تر و در نهایت میزان شادی شهروندان افزایش می‌یابد.

جدول شماره ۹. ارتباط بین ابعاد اجتماعی با شادی با آزمون پیرسون

ابعاد اجتماعی	شادی	
ضریب همبستگی	۱	/۱۴۴
سطح معنی داری		/۰۰۶
تعداد	۳۸۴	۳۶۴

ارتباط بین متغیرهای اقتصادی و شادی شهروندان

همان طور که در جدول (۱۰) بیان شده است بین ابعاد اقتصادی و شادی ارتباط معکوس و معناداری وجود دارد یعنی کسانی که از نظر اقتصادی (درآمد، شغل و مسکن) نسبت به دیگران در وضعیت پایین تری قرار دارند، شادتر هستند. این شاید به این دلیل باشد کسانی که درآمد و شغل مناسب تری دارند به همان اندازه هم توقعات بیش تری دارند در صورت دست نیافتن به آن ها با شکست مواجه می شوند و کم تر از زندگی و امکانات خود لذت می برند و اکثر مواقع در حال مقایسه وضعیت خود با دیگران می باشند.

جدول شماره ۱۰. ارتباط بین ابعاد اقتصادی و شادی با آزمون همبستگی پیرسون

ابعاد اقتصادی	شادی	
ضریب همبستگی	۱	-/۱۵۲
سطح معناداری		/۰۰۲
تعداد	۳۸۴	۳۱۵

ارتباط بین متغیرهای فضایی و شادی شهروندان

بر اساس نتایج جدول (۱۱) بین نوع دسترسی به محیطها و فضاهای شهری با شادی ارتباط مستقیم معناداری وجود دارد با توجه به این که سطح معنی داری (۰/۰۰۹) پایین تر از ۰/۰۵ است و ضریب همبستگی (۱/۱۳۳) نشان می دهد که این ارتباط ضعیف می باشد و بین دو متغیر دیگر نوع فعالیت در فضا و میزان استفاده از فضاها با شادی ارتباطی وجود ندارد.

جدول شماره ۱۱. ارتباط بین نوع فعالیت، نوع دسترسی و میزان استفاده از فضاها با شادی با آزمون پیرسون

متغیرهای زمینه ای	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد	تأیید یا رد
نوع فعالیت در فضا	-/۰۷۵	۰/۱۴۵	۳۷۸	رد
نوع دسترسی به فضاها	/۱۳۳	۰/۰۰۹	۳۸۴	تأیید
میزان استفاده از فضاها	-/۰۲۸	۰/۴۵۸	۳۷۸	رد

در این پژوهش بین ابعاد فضایی و شادی هیچ ارتباطی وجود ندارد همان طور که در جدول (۱۲) ملاحظه می کنید سطح معنی داری (۰/۲۳۹) بالاتر از ۰/۰۵ به دست آمده که نشان می دهد ابعاد فضایی مورد بررسی در شهر یزد در میزان شادی آن ها تأثیر نمی گذارد. ممکن است دلیل این نتایج این باشد که شهروندان ساکن یزد فضاها و محیطهای بیرون از شهر (روستاهای اطراف) را برای اوقات فراغت خود انتخاب می کنند و کمتر از فضاهای شهری استفاده می کنند همان طور که بیان شد بیش تر از خودرو شخصی استفاده می کنند به راحتی به فضاهای دیگر دسترسی دارند.

جدول شماره ۱۲. ارتباط بین ابعاد فضایی و شادی با آزمون همبستگی پیرسون

ابعاد فضایی	شادی	ضریب همبستگی
-/۰۵۵	۱	ضریب همبستگی
/۳۲۹		سطح معنی داری
۳۱۶	۳۸۴	تعداد

همه عواملی که در این پژوهش بررسی شدند به یک اندازه روی شادی تأثیر نمی‌گذارد به همین دلیل در اینجا از مدل آنتروپی شانون استفاده می‌شود تا وزن و اهمیت هر کدام از عامل‌ها بر روی شادی مشخص شود. با توجه به نتایج جدول (۱۳) و نمودار (۱) عوامل اجتماعی و فضایی به یک اندازه در میزان شادی شهروندان شهر یزد تأثیر می‌گذارند و عوامل اقتصادی نسبت به این دو عامل تأثیر کم‌تری می‌گذارد. بنابراین برای این که شهر یزد به یک شهر شاد تبدیل شود، بهتر است در مرحله اول عوامل اجتماعی و فضایی در نظر گرفته شوند و عوامل اقتصادی در اولویت بعدی قرار گیرند. برای این کار لازم است همه ارگان‌های که به شهر خدمات می‌دهند از مدیران شهری گرفته تا جامعه‌شناسان، طراحان و شهرسازان با همدیگر همکاری و مشارکت داشته باشند که بتوانند در برنامه‌ریزی‌ها از یک طرف کالبد (ابعاد فضایی) و از طرف دیگر انسان (ابعاد اجتماعی) را هم‌زمان در نظر بگیرند. به عبارتی دیگر محیط‌ها و فضاهای شهری متناسب با نیازهای انسان ساخته و فضاهای برای ارتباطات اجتماعی و اوقات فراغت آن‌ها فراهم کنند.

جدول شماره ۱۴. اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شادی با مدل آنتروپی

ابعاد اجتماعی	ابعاد اقتصادی	ابعاد فضایی
۰/۲۵۰	۰/۱۶۷	۰/۲۵۰

نتیجه‌گیری

مطالعات گذشته نشان دادند که شادی ساکنان شهر با جنبه‌های مهم مکان زندگی و نحوه نگهداری این مکان‌ها ارتباط دارد و بین شادی و مکان‌های زندگی، نسبت به متغیرهایی که تا به امروز شناسایی شده‌اند (درآمد، سلامت، روابط اجتماعی) ارتباط بیش‌تری وجود دارد که این جنبه‌های محیط بر ارتباطات اجتماعی هم تأثیر می‌گذارد. به نظر می‌رسد احساس وابستگی مردم به مکان‌های شهر و شرایط شهر بر میزان شادی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. بر اساس نتایج پژوهش حاضر، شرایط پیاده‌روی در شهر یزد فراهم نیست، درحالی‌که از نظر جیکوبز (۱۹۶۱) پیاده‌روی تأثیر مثبتی بر شادی ساکنان دارد. به این دلیل که در پیاده‌روی افراد با یکدیگر برخورد می‌کنند (چهره به چهره) و در مرحله بعدی احساس اعتماد و ارتباطات اجتماعی بین آن‌ها به وجود می‌آید. در شهر یزد به خاطر گستردگی شهر و شکل طولی آن، شهروندان برای خرید نیازهای روزانه خود و رفتن به فضاهای تفریحی معمولاً مسافت زیادی را با ماشین طی می‌کنند. اما از نظر دوانی و پاتنام (۲۰۰۰)، این بر ارتباطات اجتماعی تأثیر منفی می‌گذارد. شاید به این دلیل شهروندان شهر یزد به دیگران اعتماد ندارند (۳۶/۵) و با همسایگان ارتباط زیادی برقرار نمی‌کنند. همان‌طور که لیدن (۲۰۰۳) نشان می‌دهد افرادی که در زندگی پیاده‌روی می‌کنند ارتباط بیشتری با همسایگان دارند نسبت به ساکنانی که وابسته به ماشین و در آپارتمان‌های مسکونی زندگی می‌کنند. تعداد زیادی بیان کردند که به امکانات فرهنگی و تفریحی دسترسی آسان ندارند (۵۶/۳) چراکه امکانات و خدمات در سطح شهر یزد به صورت یکسان توزیع نشده است (۴۴/۶) از نظر بلاس و دورلینگ (۲۰۱۲) نابرابری فضایی و اجتماعی به‌عنوان یکی از عواملی است که در میزان شادی افراد تأثیر زیادی می‌گذارد. در عین اینکه فضاهای برای دیدار و ارتباط با دوستان فراهم است (۳۶/۷) و در طول هفته به کافه یا رستوران می‌روند (۳۹/۰) اهمیت این کافه‌ها به خاطر شرایطی که برای ارتباطات اجتماعی فراهم می‌کنند نظریه‌پردازانی مانند اولدنبرگ (۱۹۹۹) هم اهمیت

آن‌ها را در فضاهای شهری تأکید می‌کند به دلیل تأثیر مثبتی که در روحیه و روان شهروندان دارند اما بیش‌تر کافه‌ها و رستوران‌های که در شهر یزد وجود دارند در فضاها و محیط‌های سرپوشیده هستند (۴۵/۶)، که طبق نظر مونتگومری (۱۹۹۵) برنامه‌ریزان شهری می‌توانند کمک کنند در محیط‌ها و فضاهای شرایط برای چنین فعالیت‌های فراهم شود (خصوصاً در زمانی که هوا مناسب باشد). در محدوده مورد مطالعه محیط‌ها و فضاهای مناسبی برای ارتباطات اجتماعی و تجمع افراد وجود ندارد، شاید به این دلیل که در این محیط‌ها و فضاها از رنگ طبیعی استفاده نکردند و از نظر نما و شکل و قد هماهنگ نیستند. در واقع محیط‌ها و فضاهای شهر یزد، جاذب جمعیت نیستند و حتی افراد در زمانی که تحت فشار مشکلات روزمره قرار می‌گیرند حاضر نیستند به چنین فضاهای پناه ببرند. همان‌طور که نتایج به‌دست‌آمده نشان داد بیش‌تر افراد به خاطر فعالیت‌های ضروری و در کمترین زمان (۱ تا ۲ ساعت) در فضاهای شهری حضور پیدا می‌کنند به همین دلیل احساس کردند که این فضاها در روحیه و روان آن‌ها تأثیر ندارد همان‌طور که رازقی و همکاران (۲۰۱۷)، به چنین نتیجه رسیدند که عدم هماهنگی موجب استرس و عدم آرامش در شهر می‌شود و ناسازگاری در شکل، قد، رنگ و مواد مهم‌ترین عوامل مؤثر بر روان شهروندان است هم‌چنین نمادهای شهری می‌توانند موج‌های مختلف احساسی مانند شادی، غم و اندوه را ایجاد کنند. برعکس فضاهای امروزی (۵۱/۹) بافت قدیمی در روحیه و شادی آن‌ها خیلی تأثیر می‌گذارد. که با کار رازقی و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد. بر اساس نتایج این پژوهش، میزان شادی شهروندان در شهر یزد متوسط رویه بالا است. که از نظر بلاس و ترانمر (۲۰۱۲) شادی در یک منطقه را می‌توان به افراد یا مکان نسبت داد، یا به عبارت دیگر به ویژگی‌های ساکنان. بر اساس این نظریه می‌توان شادی شهروندان یزدی را تا حدودی به افراد و ویژگی‌های ساکنان نسبت داد که بیشتر از متغیرهای اجتماعی و ویژگی‌های محل زندگی (مانند دسترسی به مکان‌های تفریحی از طریق خودرو شخصی، تعصب نسبت به شهر خود و...) تأثیر می‌پذیرد. با اینکه بین ابعاد فضایی و شادی ارتباطی وجود نداشت ولی نمی‌توان تأثیر محیط‌ها و فضاهای شهری در روحیه و روان شهروندان را نادیده گرفت و از طریق محله و محیط زندگی و فراهم شدن شرایط پیاده‌روی و ارتباطات اجتماعی تأثیر خود را می‌گذارند. کسانی که احساس کردند شهرشان زیبا (۴۵/۸) و تمیز (۴۲/۴) است، در شب از نظر پیاده‌روی احساس امنیت و راحتی می‌کنند (۵۱/۶)، شهر آن‌ها جای خوبی برای مراقبت از کودکان است، حمل‌ونقل عمومی در شهر مناسب (۴۵/۶) و به راحتی به آن دسترسی دارند (۴۷/۴)، پارک و امکانات ورزشی (۴۰/۹)، و تعداد زیادی کتابخانه در شهر (۴۷/۷) وجود دارد، نسبت به دیگران شادتر بودند و از سلامت کامل برخوردار هستند (۶۹/۸) همان‌طور که لایارد (۲۰۰۵) معتقد بودند بین سلامت و شادی ارتباط معناداری وجود دارد. از دیگر نتایج پژوهش حاضر، این است که از بین متغیرهای زمینه تنها بین تحصیلات و شادی رابطه منفی و معناداری وجود دارد، متغیرهای دیگری مانند جنس، تأهل و سن بر میزان شادی شهروندان تأثیری نداشتند که با پژوهش افشانی (۱۳۹۲) (بین سن، جنسیت و وضعیت تأهل و میزان نشاط اجتماعی رابطه □ معناداری وجود نداشت) مطابقت دارد. ولی با نظریه لایارد (۲۰۰۵) مطابقت ندارد که افراد متأهل، شادتر از کسانی هستند که از هم جدا، بیوه، یا ازدواج‌نکرده‌اند. همچنین بین نوع فعالیت‌ها و میزان استفاده از فضاهای شهری با شادی ارتباط وجود نداشت اما بین نوع دسترسی به محیط‌ها و فضاهای شهری با شادی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همین‌طور بین ابعاد اجتماعی و شادی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که با پژوهش زنگ زارین (۲۰۱۴) مطابقت دارد که شاخص ارتباط و در دسترس بودن از دیدگاه مردم مهم‌ترین مواردی است که بر شادی تأثیر می‌گذارد همچنین با نظریه لایارد (۲۰۰۵) هم مطابقت دارد که اگر مردم احساس کنند که جامعه آن‌ها قابل اعتماد است، شادتر می‌شوند و از نظر پاتنام (۲۰۰۰) شادی در ارتباط با گذراندن وقت با دوستان و همسایگان، مشارکت مدنی و اعتماد به محله‌ها و پلیس محلی است. همچنین هولدر و کالمن (۲۰۰۷) افرادی که برای دیگران و جهان اطرافشان اهمیت می‌دهند شادتر هستند. از نظر وائیر و همکاران (۱۹۹۹) شخصیت و موقعیت هر دو بر شادی تأثیر می‌گذارند و با یکدیگر تعامل دارند. بین ابعاد

اقتصادی و شادی ارتباط منفی و معنادار وجود دارد، که با نتیجه کار هلویک (۲۰۰۳) که نشان داد بهبود وضعیت مالی تأثیری بر میزان شادی ندارد، مطابقت دارد. برعکس، قنبری (۱۳۹۴) در پژوهشی به این نتیجه دست یافت که بین وضعیت اقتصادی و شادی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. اما لوتمر (۲۰۰۵) معتقد بود زمانی که درآمد همسایگان بالاتر باشد، شادی پایین تر گزارش می شود. همچنین از نظر لایارد (۲۰۰۵)، بین درآمد و شادی یک ارتباط مثبت است و همچنین افرادی که با شغل امن کار می کنند شادتر از کسانی هستند که بیکار هستند که با نتیجه پژوهش حاضر مطابقت ندارد. ولی بین ابعاد فضایی و شادی ارتباط وجود ندارد یعنی عوامل اجتماعی بیشترین تأثیرگذاری بر میزان شادی شهروندان ساکن در شهر یزد را دارد و عوامل اقتصادی نسبت به عوامل اجتماعی تأثیر کمتر اما نسبت به عوامل فضایی تأثیر بیشتری بر میزان شادی شهروندان دارد. البته عوامل فضایی به طور غیرمستقیم از طریق تأثیر بر عوامل اجتماعی بر میزان شادی شهروندان تأثیر می گذارند مانند شرایط پیاده روی در محله زندگی که ارتباطات اجتماعی، اعتماد و سرمایه اجتماعی را شکل می دهد که به عنوان یکی از مهم ترین عواملی است که بر میزان شادی تأثیر می گذارد. نتایج به دست آمده از مدل آنتروپی شانون نشان می دهد که عوامل فضایی و عوامل اجتماعی در اولویت اول و عوامل اقتصادی در اولویت بعدی قرار می گیرد که با پژوهش میرزایی و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد که به این نتیجه رسیدند که علاوه بر عوامل اجتماعی-اقتصادی، عوامل محیطی هم بر میزان شادی تأثیر داشته است. نظریه پردازان مختلفی معتقدند که فضاهای شهری بر میزان شادی ساکنان تأثیر دارد مانند برتون و همکاران (۲۰۰۸) که اهمیت نقش ابعاد فضایی را در تعیین شادی بررسی کردند و نشان دادند جغرافیا نسبت به تصویری که می شد تأثیر بسیار بیشتری بر شادی دارد. از نظر کوین و همکاران (۲۰۱۱) شهرهایی که دسترسی آسان به وسایل حمل و نقل عمومی مناسب و امکانات تفریحی و فرهنگی را دارند، همچنین مکان های مناسب برای پرورش کودکان هستند، شادترند. در واقع، ارتباطات اجتماعی درون شهر و جنبه های برنامه ریزی شهری با شادی فرد همراه است. موریسون (۲۰۰۷) نشان می دهد که ویژگی های محلی تأثیر مستقیمی بر شادی دارند. محله های شهر، محیط مهمی هستند که می توانند ارتباطات اجتماعی و ارتباط با محل را تسهیل کنند و این ارتباطها به نوبه خود برای شادی مهم هستند. در واقع ری التبرگ (۱۹۸۹) معتقدند که «مکان های سوم» مکان هایی برای برقراری ارتباطات اجتماعی فراهم می کنند و ارتباطات اجتماعی، شادی را افزایش می دهند. در این پژوهش، ارتباط عوامل مهم نشان داد که شادی به میزان تحصیلات، نوع دسترسی به فضاهای شهری، دسترسی به امکانات فرهنگی و تفریحی، بافت شهر (بافت قدیم)، مقایسه خود با دوستان و همکاران و... بستگی دارد. در ادامه متناسب با نتایج به دست آمده راهکارهای پیشنهاد می شود.

- استفاده از رنگ های طبیعی و شاد؛ ایجاد فضایی برای گفتگو بین پیاده روها، مانند فضاهای نشسته با میلمان انعطاف پذیر، همان طور که کریمی و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهش خود به چنین نتیجه ای رسیدند.

- نتایج این پژوهش نشان می دهد که افراد بیش تر از ماشین شخصی استفاده می کنند و کمتر نسبت به همدیگر اعتماد دارند و به همین دلیل با همسایگان ارتباط برقرار نمی کنند. یکی از راه های که می توان این مشکل را حل کرد در نظر گرفتن شرایط پیاده روها (از نظر سنگ فرش، نور، زیبایی بصری و...)، به خاطر اهمیتی که در اعتماد افراد و ارتباطات اجتماعی آنها دارد (همان طور که نظریه پردازان مختلفی مانند جیکوبز و لیدن بیان کردند).

- همان طور که در جدول (۹) آمده بین ابعاد اجتماعی و شادی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. برای این که میزان شادی در فضاها و محیط های شهر یزد هم افزایش پیدا کنند و به وضوح دیده شود، یکی از راهها تقویت ابعاد اجتماعی-فضایی است تا از این طریق فضاها و محیط های برای جذب افراد و برقراری ارتباط اجتماعی بین آنها (از طریق کافه ها و رستوران های روباز، صندلی و نیمکت در بین پیاده روها، فضاهای برای تفریح و اوقات فراغت، فعالیت های سرگرمی مانند بازی های گروهی برای همه سنین، کنسرت، موسیقی سنتی، تئاتر و...) در برنامه ریزی های مدیران شهری و

طراحان در نظر گرفته شود.

–راهکار دیگر، با توجه به ارتباط بین ابعاد اقتصادی و شادی است که تا حدی به مقایسه خود با دوستان، همکاران و همسایگان بستگی دارد. که بهتر است همه امکانات و خدمات و دسترسی افراد به فضاها و محیط‌های به صورت یکسان در سطح شهر توزیع شود و از این طریق نابرابری اجتماعی و فضایی که از نظر بلاس یکی از مهم‌ترین عامل‌های تأثیرگذار بر شادی است، کمتر شود و شادی در همه مناطق و ناحیه‌های شهر یکسان باشد.

–پیشنهاد می‌شود که در تحقیقات آینده علاوه بر این عوامل، عوامل دیگری مانند مذهب و فرهنگ و تعصب افراد نسبت به شهر و محله زندگی در نظر گرفته شود.

منابع

- ۱) افشانی، علیرضا (۱۳۹۲) بررسی میزان نشاط اجتماعی در بین جوانان یزدی و عوامل مرتبط با آن، مجله تحلیل اجتماعی، بهار و تابستان ۱۳۹۲، دوره ۴، شماره ۶۹، صص. ۲۷-۱.
- ۲) قنبری، منیژه (۱۳۹۴) آسیب‌شناسی نقش اصول برنامه‌ریزی و طراحی حاکم بر فضاهای شهری بر ایجاد نشاط عمومی شهروندان مطالعه موردی: شهر بیرجند، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی سید هادی حسینی، دانشکده جغرافیا و علوم محیطی، دانشگاه حکیم سبزواری.
- ۳) گلکار، کوروش (۱۳۸۵) نشاط و سرزندگی در شهر به کمک طراحی شهری، دوماهنامه شهر نگار، بهمن ۱۳۸۵، سال ۷، شماره ۳۹، صص. ۲۸-۲۴.
- 4) Ballas, Dimitris. & Danny, Dorling. (2007) Measuring the impact of major life events upon happiness, *International journal of epidemiology*, Vol.36, No.6, pp. 1244-1252.
- 5) Ballas, Dimitris. & Mark, Tranmer. (2012) Happy people or happy places? A multilevel modeling approach to the analysis of happiness and well-being, *International Regional Science Review*, Vol.35, No.1, pp.70-102.
- 6) Ballas, Dimitris. & Danny, Dorling. (2013) *The geography of happiness*, The Oxford handbook of happiness.
- 7) Bravo, L. (2012) Public spaces and urban beauty, *The pursuit of happiness in the contemporary European city*, In *European Symposium on Research in Architecture and Urban Design*, University of Oporto, pp. 12-15.
- 8) Brereton, Finbarr. J. & Peter, Clinch. & Susana, Ferreira. (2008) Happiness, geography and the environment, *Ecological economics*, Vol.65, No.2, pp.386-396.
- 9) Carmona, Matthew. & Tim, Heath. & Taner, Oc. & Steve, Tiesdell. (2012) *Public places-Urban spaces*, Publisher Routledge.
- 10) Day, Rosemary. (2008) Local environments and older people's health: dimensions from a comparative qualitative study in Scotland, *Health & place*, Vol.14, No.2, pp. 299-312.
- 11) Delle Fave, Antonella. & Ingrid, Brdar. & Teresa, Freire. & Dianne, Vella-Brodrick. & Marié P, Wissing. (2011) The eudaimonic and hedonic components of happiness: Qualitative and quantitative findings, *Social Indicators Research*, Vol.100, No.2, pp.185-207.
- 12) Diener, Ed. & Eunkook M, Suh. & Richard E, Lucas. & Heidi L, Smith. (1999) Subjective well-being: Three decades of progress, *Psychological bulletin*, Vol.125, No.2, pp.276-302.

- 13) Diener, Ed. & Martin EP, Seligman. (2004) Beyond money: Toward an economy of well-being, *Psychological science in the public interest*, Vol. 5, No. 1, pp. 1-31.
- 14) Diener, Ed. Richard, Lucas. John F, Helliwell. John, Helliwell. & Ulrich, Schimmack. (2009) Well-being for public policy, *Series in Positive Psychology*, New York: Oxford University Press USA.
- 15) Easterlin, Richard A. (2013) Happiness, growth, and public policy, *Economic Inquiry*, Vol.51, No.1, pp.1-15.
- 16) Eisazadeh, Nasim. & Hassan, Vahdani. (2017) The Role of Urban Spaces and Structures in Increasing the Social Vitality of Citizens with an Emphasis on Urban Design Approaches, *Journal of Ecophysiology and Occupational Health*, Vol.17, No.3-4, pp.77-86.
- 17) Ferreira, Susana. & Mirko, Moro. (2010) On the use of subjective well-being data for environmental valuation, *Environmental and Resource Economics*, Vol.46, No. 3, pp.249-273.
- 18) Gallup Jr, G. G. (1984) Commentary on the state of religion in the U.S. today, *Religion in America: The Gallup Report*.
- 19) Gallup-Healthways Well-being Index. (2009) Methodology report for indexes, Washington: Gallup Inc. Available from: <http://www.gallup.com/poll/145913/City-Wellbeing-Tracking.aspx>.
- 20) Harding, Stephen. (1985) Values and the nature of psychological well-being, *In Values and social change in Britain*, Palgrave Macmillan, London.
- 21) Hellevik, Ottar. (2003) Economy, values and happiness in Norway, *Journal of Happiness Studies*, Vol.4, No.3, pp.243-283.
- 22) Helliwell, John F. & Robert D, Putnam. (2004) The social context of well-being, *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, Vol.359, No.1449, pp.1435-1446.
- 23) Holder, Mark D. & Ben, Coleman. & Judi M, Wallace. (2010) Spirituality, religiousness, and happiness in children aged 8–12 years, *Journal of happiness studies*, Vol.11, No.2, pp.131-150.
- 24) Jacobs, Jane. (1961) *The death and life of Great American cities*, New York: Vintage.
- 25) Karimi Azeri, Amir Reza. & Aladini, Mehraneh. & Amirnezhad Mozhdehi, Mehrdad. (2018) Investigating the Role of Space Factors in Promoting Vitality for Designing Sports Complex, *Civil Engineering Journal*, Vol.4, No.7, pp.1738-1749.
- 26) Layard, Richard. (2005) *Happiness, Lessons from a new science*, The Penguin Press, New York.
- 27) Leyden, Kevin M. & Abraham, Goldberg. & Philip, Michelbach. (2011) Understanding the pursuit of happiness in ten major cities, *Urban affairs review*, Vol.47, No.6, pp.861-888.
- 28) Lyubomirsky, Sonja. & Kennon M, Sheldon. & David, Schkade. (2005) Pursuing happiness: The architecture of sustainable change, *Review of general psychology*, Vol.9, No.2, pp.111-131.
- 29) Liu, Kai. (2013) Happiness and tourism, *International Journal of Business and Social Science*, Vol.4, No.15, pp.67-70
- 30) Mankiw, N. Gregory. (2014) *Principles of economics*, South-Western: Cengage Learning.

- 31) McMahan, Ethan A. & David, Estes. (2015) The effect of contact with natural environments on positive and negative affect: A meta-analysis, *The Journal of Positive Psychology*, Vol.10, No.6, pp.507-519.
- 32) Mirzaei, Hamed. & Azin, Bahreini. & Mehdi, Moeinaddini. & Zohreh, Asadi-Shekari. & Muhammad, Zaly Shah. & Zahid, Sultan. (2016) I identify significant indicators for a happy city, *planning malaysia journal*, Vol.14, No.4, pp.263 – 272.
- 33) Montgomery, John. (1995) Editorial urban vitality and the culture of cities, *Planning Practice and Research*, Vol.10, No.2, pp.101-110.
- 34) Montgomery, Joel M. (2013) *happy City; transforming our lives through urban design* by Charles, London, Penguin Books.
- 35) Myers, David G. (2000) The funds, friends, and faith of happy people, *American psychologist*, Vol.55, No.1, pp.56-67.
- 36) National Center for Health Statistics. (2016) *Health, United States, 2015: with special feature on racial and ethnic health disparities*.
- 37) Nawijn, Jeroen. & Ruut, Veenhoven. (2013) Happiness through leisure, In *Positive leisure science*, pp. 193-209. Springer, Dordrecht.
- 38) Okulicz-Kozaryn, Adam. & Joan Maya, Mazelis. (2018) Urbanism and happiness: A test of Wirth's theory of urban life, *Urban Studies*, Vol.55, No.2, pp.349-364.
- 39) Oldenburg, Ray. (1999) *The Great Good Place: Cafes, Coffeeshops, bookstores, bars, hair salons and the other hangouts at the heart of a community*, Marlowe and Company, NewYork.
- 40) Passmore, Holli-Anne. & Andrew J. Howell. (2014) Nature involvement increases hedonic and eudaimonic well-being: A two-week experimental study, *Ecopsychology*, Vol.6, No.3, pp.148-154.
- 41) Peterson, Christopher. & Nansook, Park. & Martin EP, Seligman. (2005) Orientations to happiness and life satisfaction: The full life versus the empty life, *Journal of happiness studies*, Vol.6, No.1, pp.25-41.
- 42) Powdthavee, Nattavudh. (2008) Putting a price tag on friends, relatives, and neighbours: Using surveys of life satisfaction to value social relationships, *The Journal of Socio-Economics*, Vol.37, No.4, pp.1459-1480.
- 43) Putnam, Robert D. (2000) *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, Simon and Schuster.
- 44) Razzaghi-Asl, Sina. & Afrooz Rahimi, Ariaei. & Sama Barati, Ghahfarokhici. (2017) An investigation to the comparative impact assessment of urban facades on psychological attributes of residents in new and old housing areas; the case of Jolfa street in Isfahan, *Architecture Civil Engineering Environment*, Vol.10, No.3, pp.57-70.
- 45) Seligman, Martin EP. & Ed, Royzman. (2003) *Happiness: The three traditional theories*, authentic happiness newsletter.
- 46) Tam, Henry. (2010) *Against Power Inequalities: Reflections on the struggle for inclusive communities*, London, UK: Birkbeck, London University.
- 47) Veenhoven, Ruut. (1990) Inequality in happiness: inequality in countries compared across countries, Paper presented at the 12th Work Congress of Sociology in Madrid July 1990. Working Group Social Indicators and Quality of Life. Session 7, Social trends and Inequality.
- 48) Veenhoven, Ruut. (1990) *World Database of Happiness, Catalog of Happiness*

- Distributions in Nations, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands.
- 49) Veenhoven, Ruut. (1994) Is happiness a trait? Tests of the theory that a better society does not make people any happier, published in: Social Indicators Research, Vol.32, pp.101-160.
- 50) Veenhoven, Ruut. (2017) World Database of Happiness: Archive of research findings on subjective enjoyment of life, Erasmus University Rotterdam, The Netherlands.
- 51) World Travel and Tourism Council (WTTC). (2015) Travel & tourism economic impact, London: WTTC.
- 52) Zang Zarin, Shadi. Niroomand, Morteza. & Heidari, Ali Akbar. (2014) Physical and Social Aspects of Vitality Case Study: Traditional Street and Modern Street in Tehran, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol.170, pp.659–668.

