

سرمایه و شادی؛
پژوهشی در باب ارتباط میان سرمایه اجتماعی و فرهنگی با
احساس شادی
(مورد مطالعه: شهروندان شهرستان آران و بیدگل)

مهران سهرابزاده* ، سیدسعید حسینیزاده**

حسین امامعلیزاده*** ، ایوب سخایی****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۰/۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۲۰

چکیده

شادی از نیازهای اساسی نوع بشر در همه فرهنگها به شمار می‌رود، زیرا سلامت جسمانی و روانی اعضای جامعه را متأثر می‌سازد. از این رو، هدف پژوهش حاضر بررسی وضعیت احساس شادی و ارتباط این متغیر با سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی است. روش پژوهش، پیمایشی بوده و داده‌ها

* . دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول).

ms3102002@yahoo.com

** . دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان.

hoseynizadeh69@ut.ac.ir

*** . دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان.

emamalizadeh@ymail.com

**** . دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران دانشگاه کاشان.

sakhaei84@yahoo.com

با به‌کارگیری ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. حجم نمونه ۳۸۴ نفر از شهروندان شهرستان آران و بیدگل در سال ۱۳۹۴ است. ارزیابی یافته‌ها در بُعد توصیفی نشان داد که در مجموع میزان احساس شادی حجم نمونه مورد بررسی در سطح متوسط رو به بالا (۵۸/۷) بوده و در ابعاد این متغیر، میزان شادی در بعد عاطفی در سطح بالاتری نسبت به ابعاد شناختی و اجتماعی قرار دارد. همچنین میانگین میزان سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی به ترتیب ۶۶/۳ و ۴/۶ است. در بعد یافته‌های استنباطی، آماره‌ها نشان دادند که رابطه مستقیم و معناداری میان سرمایه اجتماعی (۰/۴۷۸) و فرهنگی (۰/۴۰۲) با احساس شادی وجود دارد؛ با افزایش میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی، بر احساس شادی شهروندان افزوده می‌شود. همچنین سرمایه فرهنگی به‌طور غیرمستقیم و با تأثیرگذاری بر سرمایه اجتماعی، به افزایش احساس شادی منجر می‌شود.

مفاهیم کلیدی: احساس شادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، آران و بیدگل

مسئله پژوهش

احساس شادی، نشاط، شادمانی یا شادکامی، چستی شادی، چگونگی تأمین و مواد سازنده آن از مواردی هستند که برای سالیان متمادی اذهان محققان را به خود مشغول داشته‌اند. این مسئله فیلسوفانی چون ارسطو، افلاطون، مکاتب تجربه‌گرایی، مدافعان فایده‌گرایی و به‌طور کلی همه نویسندگانی که به تاریخ فلسفه پرداخته‌اند، به تحقیق در باب ماهیت شادی و شادکامی و راهبردهای نیل به آن مشغول کرده است (Galati, 2006:603). تأثیرپذیری این مقوله از ساختارهای متعدد جامعه و تأثیرگذاری آن بر فرایند توسعه و تعالی جامعه، سبب شد که در نیمه قرن بیستم، احساس شادی و نشاط به‌مثابه یکی از موضوعات مورد بررسی روان‌شناسان، برخی جامعه‌شناسان و اقتصاددانان

مطرح شود (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳). همچنین از سال ۲۰۰۰ به بعد نیز در رویکرد سازمان‌های بین‌المللی‌ای همچون سازمان ملل در تعیین سطح توسعه‌یافتگی کشورهای جهان تغییراتی صورت گرفته و متغیرهایی همچون شادکامی اجتماعی، امید به آینده، خشنودی و رضایتمندی اجتماعی به‌عنوان شاخص‌های کلیدی وارد محاسبات شده‌اند.

به‌طورکلی، احساس شادی و نشاط یکی از ضروری‌ترین خواسته‌های فطری و نیازهای روانی انسان به‌شمار می‌روند. برخی محققان چون سلینگمن^۱ (۲۰۰۲)، شادی را در زمره لذت‌های عالی و نسبتاً پایدار قرار می‌دهند، برخی چون داینر^۲، شادی را خوشبختی ذهنی نامیده و برخی دیگر شادمانی را معادل قضاوت شخصی از مطلوبیت کیفیت زندگی خود می‌دانند، بدین معنی که فرد به چه میزان زندگی خود را دوست دارد (چلبی و موسوی، ۱۳۸۷: ۳۵-۳۶). ارزیابی آمارهای جهانی پیرامون وضعیت شادی نشان می‌دهد که در بین ۹۷ کشور جهان در سال‌های ۱۹۹۷-۲۰۰۷، رتبه شادی ایران ۵۶ است که پایین‌تر از حد متوسط ارزیابی می‌شود (Minkov, 2009: 63). در سطح منطقه‌ای مطالعات صورت‌گرفته حاکی از این هستند که میانگین نشاط در میان نوجوانان ۴۵/۸۲ (۰-۸۷) (جعفری و همکاران، ۱۳۸۳: ۴۲؛ ظهوری و فکری، ۱۳۸۳) و در میان سرپرستان خانوار ۵۶/۲۳ (۰-۱۰۰) (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰) است. وجود احساس شادی و نشاط در هر جامعه خود سبب‌ساز ایجاد انرژی، شور، حرکت و پویایی جامعه می‌شود (خوش‌کنش، ۱۳۸۶: ۸)، فعالیت‌های مفید انسانی را برمی‌انگیزد، خلاقیت را تقویت، روابط اجتماعی را تسهیل و مشارکت اجتماعی - سیاسی را رونق می‌بخشد، موجبات حفظ سلامتی عاطفی، روانی، جسمانی و امیدواری را فراهم می‌سازد (آل‌یاسین، ۱۳۸۰: ۸)، احساس امنیت، آرامش و قدرت تصمیم‌گیری را در افراد تقویت کرده و احساس نزدیکی به دیگران، دوست داشتن، اعتماد و کیفیت تعامل با

1. Seligman
2. Diener

سایرین را موجب می‌شود (آرگایل^۱، ۱۳۸۳)، لذا لازمه توسعه و پیشرفت جامعه و نیل به آرمان‌های انسانی و اهداف متعالی، داشتن شهروندانی شاد و با نشاط است.

همسو با مطالعاتی که به بررسی آثار شادی و کارکردهای یک جامعه شاد پرداخته‌اند، ارزیابی شادی خود نیازمند بررسی دقیق و همه‌جانبه ساختارهای اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن است. سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی اعضای یک جامعه که در دل این ساختارها جای دارند، اغلب تعیین‌کننده‌های احساس شادی و شادکامی در نظر گرفته شده‌اند، به طوری که ایجاد روابط سالم اجتماعی توأم با اعتماد، احترام متقابل، همکاری، صداقت و به‌طور کلی علاقه‌مندی اجتماعی، زمینه‌های ایجاد و تثبیت مثبت اندیشی و احساس ارزشمندی را به وجود می‌آورد که پیامدهایی همچون امیدواری، خوشبینی، رضایت‌مندی، اطمینان خاطر در فرد و در مجموع احساس شادی در افراد جامعه می‌آفریند (هاشمیان‌فر، ۱۳۸۶:۱۶۳). سرمایه فرهنگی نیز که خود به تعبیر بوردیو حاکی از «شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل مناسب» (فاضلی، ۱۳۸۶:۴۷) و حاصل تحصیلات، مدارک، مهارت‌ها و تجربه‌های فرهنگی است، در بسط و توسعه یک جامعه شاد مؤثر است، چندان که آرگایل بر این باور است که افراد دارای سرمایه فرهنگی بیشتر، موفق‌تر بوده و این موفقیت نیز باعث سرور و شادمانی آنها می‌شود (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۲:۷۲). بدین ترتیب، به دلیل اهمیت مقولات شادی و سرمایه اجتماعی و فرهنگی، پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط میان سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی با احساس شادی و نشاط در جامعه آماری شهروندان شهرستان آران و بیدگل می‌پردازد. در راستای دستیابی به هدف مذکور، مهم‌ترین سؤالاتی که نگارندگان در پی پاسخگویی بدان‌ها هستند، عبارت‌اند از:

۱. وضعیت سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و میزان شادی شهروندان آران و بیدگل

چگونه است؟

۲. چه ارتباطی میان سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با احساس شادی وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

جدول ۱- پیشینه داخلی - خارجی مطالعات مرتبط با انواع سرمایه و احساس شادی

پژوهشگر	یافته‌های پژوهشی
ربانی و همکاران (۱۳۸۶)	اگرچه میزان سرمایه فرهنگی و سبک‌های فراغتی فرهنگی در بین سرپرستان خانوار میانگین پایینی دارد اما همواره با احساس شادمانی آنها همبسته است و با افزایش آن، میزان شادی افزایش می‌یابد.
چلبی و موسوی (۱۳۸۷)	روابط اجتماعی توأم با اعتماد، اثر تعیین‌کننده‌ای بر شادمانی دارد و خانواده عمده‌ترین منبع تأمین‌کننده شادمانی افراد محسوب می‌شود.
اقلیما و نجف‌آبادی (۱۳۹۰)	ارتباط مستقیم میان سرمایه فرهنگی و شادی به ترتیب در ابعاد شناختی، احساسی و اجتماعی شادی قوی‌تر است.
ربانی و همکاران (۱۳۹۰)	برخورداری از حقوق شهروندی، منزلت نقشی و سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر شادی دارند. همچنین رضایت از امکانات و درآمد نیز با احساس شادی سرپرستان خانوار دارای همبستگی مستقیم است.
اکبرزاده و همکاران (۱۳۹۲)	میزان شادی در حد متوسط ارزیابی شده و متغیرهای سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به ترتیب اهمیت، مهم‌ترین تبیین‌کننده‌های شادی قلمداد شده‌اند.
امیرکافی و زارع (۱۳۹۲)	متغیرهای شبکه اجتماعی قوی، شبکه‌های مشارکت مدنی، حمایت اجتماعی، اعتماد نهادی و احساس تعلق، اثر معناداری بر شادکامی دارند. اشکال سرمایه اجتماعی، ۳۸ درصد تغییرات شادی را تبیین می‌کنند.
نبوی و همکاران (۱۳۹۴)	بین احساس نشاط و متغیرهای عزت نفس، احساس محرومیت نسبی، شبکه روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی و احساس ناامنی، رابطه معنادار وجود دارد. ۴۰ درصد تغییرات شادی با ۴ متغیر نخست تبیین می‌شود.
Haller and (Hadler, 2006)	روابط اجتماعی خوب، موفقیت‌های شغلی و حرفه‌ای، جهت‌گیری‌ها و مشارکت‌های اجتماعی و فرهنگی و شرایط کلان اقتصادی برابر و عادلانه و وضعیت مناسب رفاه و دموکراسی سیاسی بر شادی افراد جامعه مؤثر است.

پژوهشگر	یافته‌های پژوهشی
Bartolini et al. (2008)	روند شادی با روند صعودی درآمد و روند نزولی سرمایه اجتماعی و به‌ویژه با کاهش مؤلفه‌های رابطه‌ای و غیرابزاری خود توجیه می‌شود.
Chang (2009)	همه اجزای سرمایه اجتماعی (مشارکت در سازمان‌های غیرداوطلبانه، داوطلبانه، حضور در اجتماعات و اعتماد) بر روی شادی ذهنی مؤثرند.
آرگایل (۱۳۸۳)	تحصیلات که نمودی از سرمایه فرهنگی است با احساس خوشبختی و شادی ارتباط دارد. انجام کار ماهرانه و مهارت‌ها و تجارب افراد با افزایش رضایت درونی و اعتماد به نفس آنها، به شادی بیشتری منجر می‌شود.

ارزیابی پیشینه پژوهشی پیرامون متغیرهای اصلی پژوهش بیانگر این مطلب است که اگرچه در سال‌های گذشته بررسی‌هایی پیرامون ارتباط بین سرمایه اجتماعی و احساس شادی صورت پذیرفته است، اما محدود مطالعاتی به نقش سرمایه فرهنگی در بسط و یا تنزل احساس شادی پرداخته‌اند. لذا پژوهش حاضر در قیاس با مطالعات پیشین، ابعاد جامع‌تری از مفاهیم سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی را در ارتباط با احساس شادی مورد بررسی قرار می‌دهد، همچنین برهمکنشی متغیرهای سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی را نیز به‌عنوان بخشی از پژوهش، در نظر گرفته و با ضرایب رگرسیونی و تحلیل مسیر و نیز مدل‌سازی معادلات ساختاری، آثار مجزا و انباشتی متغیرهای مستقل را در قالب ابعادشان بر متغیر وابسته به حیطة آزمون می‌گذارد، امری که کمتر در مطالعات گذشته توجه پژوهشگران را به خود جلب کرده است.

چارچوب نظری

۱- احساس شادی و نشاط

احساس شادی یا نشاط یکی از ابعاد سلامت روان و عواطف مثبت است که در مقابل احساسات منفی از قبیل افسردگی، اندوه و یأس قرار می‌گیرد. جان لاک و جرمی بنتام معتقداند که شادی بر تعداد وقایع لذت‌بخش مبتنی است. آرگیل و همکاران (۱۹۹۵) شادی را ترکیبی از وجود عاطفه مثبت، فقدان عاطفه منفی و رضایت از زندگی قلمداد می‌کنند. ارسطو حداقل ۳ سطح شادی را از هم متمایز کرده و زندگی متفکرانه را عالی‌ترین سطح شادی می‌نامد و معتقد است که شادکامی به معنی حفظ تمایلات و تلاش برای ارضای آنهاست (وحیدا و همکاران، ۱۳۹۳). وینهون^۱ (۱۳۸۹) شادکامی را دارای معانی متفاوت عینی و ذهنی دانسته و شادکامی در معنای عینی را زندگی کردن در شرایط خوب از قبیل ثروت مادی، صلح و آزادی می‌داند، در معنای ذهنی شادکامی به‌مثابه میزانی که فرد در مجموع کیفیت زندگی کنونی خود را به‌عنوان یک کل، مثبت ارزیابی می‌کند، تعریف شده است (امیرکافی و زارع، ۱۳۹۱: ۴۷). به‌طور کلی، احساس شادی را می‌توان ارزیابی مثبت فرد از کلیت زندگی یا بخش‌های متعدد آن (خوشحالی، امیدواری، دلگرمی، لذت، احساس ارزشمندی، راحتی، آرامش و خوش‌بینی) و در نهایت ظهور علایق و علائم مثبت اجتماعی در افراد تعریف کرد. برای تبیین احساس شادی تاکنون نظریه‌های متعددی مطرح شده که در جدول زیر اجمالاً گزاره‌های اصلی آنها بیان شده است.

1. Veenhoven

جدول ۲- تلخیص آرای رویکردهای مطرح در تبیین شادی

نظریه	گزاره اصلی
انطباق (شناختی)	شادی تولید تفکر انسان و بازتاب ادراک و آگاهی از تمایز بین واقعیت‌های زندگی و ایده‌آل‌های فرهنگی و اجتماعی است.
ویژگی پایگاهی	افراد انسانی خود را حاکم بر سرنوشت خود دانسته و معتقدند که رویدادهای مثبت زندگی از جمله شادی در نتیجه طرح‌ریزی و کوشش پیگیر خود آنها به دست می‌آید و هرچه افراد در منزلت نقشی بالاتری جای بگیرند، احساسات مثبتی چون شادکامی را بیشتر تجربه خواهند کرد.
صفات شخصیتی	صفات شخصیتی خاصی چون عاطفه مثبت و عزت نفس در پیوند با شادمانی و نشاط است: یعنی افراد شاد و ناشاد صفات شخصیتی متمایزی دارند.
مقایسه اجتماعی	افرادی که مکرراً مقایسه‌های اجتماعی انجام می‌دهند، اگر باور داشته باشند که بهتر از کسانی هستند که خود را مکرراً با آنها مقایسه می‌کنند، شادتر خواهند بود و اگر یک ارزیابی منفی داشته باشند، احساس محرومیت نسبی خواهند کرد.
نیازهای عینی	پول، مالک خانه بودن، شغل مطلوب، همسر و سلامتی از منابع تأمین‌کننده شادی هستند.
نتایج غایی	شادمانی زمانی پدید می‌آید که برخی اهداف یا نیازها و آرزوهای افراد برآورده شود، زیرا پیشرفت به سوی اهداف سبب به وجود آمدن عواطف مثبت می‌شود.
فرهنگی	توسعه اقتصادی، خوشبختی ذهنی را با ایجاد یک فضای فرهنگی که در آن افراد را به پیگیری شادمانی‌شان فراتر از تعهدات و الزامات اجتماعی تشویق و ترغیب می‌کند، افزایش می‌دهد.

۲- سرمایه و شادی

در رویکرد جامعه‌شناسانه به مقوله شادی، استدلال اساسی این است که شادی به‌مثابه امری اجتماعی، در بستر اجتماع حاصل می‌شود و در همان بستر نیز از بین

می‌رود. لذا هیجان‌آتی چون احساس شادی متأثر از ساختارهای اجتماعی و فرهنگی نظامات اجتماعی است، به‌طوری‌که هالر و هادلر (۲۰۰۶) در بحث از تأثیر ساختارهای اجتماعی بر مقوله شادی، چهار حوزه به هم پیوسته یعنی ۱. شبکه‌ها و روابط اساسی، ۲. همبستگی و وابستگی‌های اجتماعی و فرهنگی و نوع‌دوستی، ۳. مشارکت و موفقیت شغلی و وضعیت پایگاه اجتماعی و ۴) بافت‌های نهادی و کلان اجتماعی و سیاسی (ربانی و همکاران، ۱۳۹۰) را از هم متمایز می‌کنند. آنچه هالر و هادلر در قالب بافت‌های اجتماعی خرد (سه مقوله نخست) مورد تأکید قرار می‌دهند، شامل پیوندها، تعاملات اجتماعی، تعهد و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، وابستگی و تعلق اجتماعی، نوع‌دوستی و به‌طورکلی سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی، نخستین مقوله مورد نظر مطالعه حاضر درباره تبیین احساس شادی و نشاط است. سرمایه اجتماعی نوعی حمایت و فرصت سهم شدن با دیگران را فراهم می‌کند و بدین طریق می‌تواند در سطح فردی همبستگی مستقیمی با شادی درونی داشته باشد.

سرمایه اجتماعی اغلب سرمایه و منابعی تعریف شده است که افراد و گروه‌ها از طریق پیوند با یکدیگر می‌توانند به‌دست آورند. سرمایه اجتماعی نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی است که افراد با درگیر شدن در شبکه و تعاملات اجتماعی، منافع مورد انتظار خود را تولید می‌کنند (Lin, 2001). طبق استدلال پی‌یر بوردیو، سرمایه اجتماعی «انباشت منافع بالفعل و بالقوه‌ای است که مربوط به داشتن شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادی‌شده از آشنایی و شناخت متقابل است» (۱۹۸۶: ۵۱). او سرمایه اجتماعی را نه یک شیء واحد، بلکه انواع چیزهای گوناگونی می‌داند که اولاً شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی‌اند و ثانیاً کنش‌های افراد را که درون ساختار اجتماعی هستند، تسهیل کرده و آنها را در جهت نیل به هدف‌های معین یاری می‌کند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۲). پاتنام (۱۹۹۵) در تفسیر سرمایه اجتماعی بر سه مؤلفه اصلی آن یعنی شبکه‌ها، هنجارهای همیاری و اعتماد اجتماعی انگشت گذاشته و بر این باور است که سه عنصر فوق همکاری متقابل و هماهنگی در جهت منافع مشترک را تسهیل

می‌کند. فوکویاما (۱۹۹۷)، کارکرد اصلی سرمایه اجتماعی را تسهیل همکاری و مشارکت گروهی برای تحقق اهداف و منافع فردی و جمعی و کمک به توسعه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی می‌داند. در مجموع سرمایه اجتماعی آن نوع شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی بین فردی و بین‌گروهی و تعاملات افراد با نهادها، سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی است که قرین همبستگی و انسجام اجتماعی و برخورداری افراد و گروه‌ها از حمایت و انرژی لازم برای تسهیل کنش‌ها برای تحقق اهداف فردی و جمعی است.

توجه به شبکه روابط و مشارکت اجتماعی (ابعادی از سرمایه اجتماعی) و نقش آنها در توسعه احساس شادی و نشاط اجتماعی را می‌توان از قرن نوزدهم در کار جامعه‌شناسانی چون امیل دورکیم مشاهده کرد: او نشان می‌دهد که نرخ‌های خودکشی در جمعیت‌های با سطوح پایین مشارکت و انسجام اجتماعی، بیشتر و در اجتماعات منسجم‌تر کمتر است (Halpern, 2005). در همین راستا، دورکیم به بررسی انجمن‌های داوطلبانه پرداخته، و آنها را راه‌حلی برای درمان بیماری‌های جامعه جدید مطرح می‌کند. در نگاه او، وقتی گروه‌های اختصاصی یا داوطلبانه تشکیل می‌شوند و فعالیت‌های درون آنان توسعه پیدا می‌کند، نه تنها جامعه از این امر نفع می‌برد، بلکه فرد نیز در این گروه‌ها منبع رضایت خاطر خود را می‌یابد و به‌عبارتی شادتر است (پناهی و دهقانی، ۱۳۹۱: ۴). وینهون (۲۰۰۱) روابط اجتماعی و پیوندهای اولیه در حوزه خصوصی و روابط ثانوی را عاملی می‌داند که بخشی از شادی و نشاط را تبیین می‌کند. آرگایل (۱۳۸۶) نیز معتقد است عاطفه مثبت ایجادشده از طریق تعامل اجتماعی، شدیداً تحت تأثیر حمایت‌های اجتماعی از جانب دوستان، خانواده و گروه‌های دیگر است. پاتنام برحسب مطالعات خود اذعان داشته افرادی که از نظر روابط اجتماعی مهارت بیشتری دارند و بهتر می‌توانند با مردم رابطه برقرار کنند، شادمان‌تر هستند. او معتقد است که سرمایه اجتماعی یک پیش‌بینی‌کننده نیرومند برای تعیین میزان شادمانی افراد و کیفیت زندگی در اجتماع است و برای افزایش سطح شادمانی، سرمایه‌گذاری در

سرمایه اجتماعی ارزشمندتر از سرمایه‌گذاری در سرمایه اقتصادی است (میرشاه‌جعفری و همکاران، ۱۳۸۱: ۵۳). کار^۱ (۱۳۸۷: ۶۹) استدلال می‌کند که روابط و دوستی‌های محدود احتمالاً به سه دلیل با شادکامی همبسته هستند؛ اولاً افراد شادتر بیشتر برای دوستی انتخاب می‌شوند و قابل اعتمادند، چراکه در مقایسه با افراد سیه‌روز معاشران جذاب‌تری هستند؛ ثانیاً روابط و دوستی‌های محدود نیاز به محبت را برآورده ساخته و احساس شادی و رضایت را موجب می‌شوند و ثالثاً دوستی‌های نزدیک، حمایت اجتماعی را سبب می‌شوند و از سویی همیاری با آشنایان، منبع بالقوه شادمانی و راهی برای پرهیز از ناشادکامی است. به‌طورکلی، جامعه که بستر روابط اجتماعی است، حوزه‌ای را فراهم می‌سازد که در آن اعضا می‌توانند به تشکیل و گسترش پیوندهای اجتماعی بپردازند و از این طریق به اهداف خود دست یابند. عضویت و روابط اجتماعی افراد دربرگیرنده مشارکت در گروه‌های داوطلبانه و شبکه‌های غیررسمی خویشاوندان و آشنایان است و درگیری افراد در این روابط، حاوی مبادلاتی است که طی آن افراد می‌توانند روابط و حمایت‌های مورد نیاز را به‌دست آورند. امکانات عاطفی از جمله منابعی است که افراد در این روابط اجتماعی مبادله می‌کنند، از آنجا که احساس شادی و نشاط یکی از این حالات عاطفی است (نبوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶). بنابراین گسترش روابط و تعاملات اجتماعی در قالب شبکه‌های تعاملی رسمی و غیررسمی و حمایت‌های ناشی از آنها، احساس شادی و نشاط را افزایش می‌دهد.

از دیگر ابعاد مؤثر سرمایه اجتماعی بر احساس شادی، اعتماد اجتماعی یا روابط اعتمادآمیز است. اعتماد بین افراد جامعه با کاهش هزینه‌های مربوط به ضرر و زیان و عدم اطمینان، زندگی را لذت‌بخش و پربارتر می‌سازد، پیچیدگی تعاملات اجتماعی را کم کرده و بنابراین یک زندگی امن‌تر، قابل پیش‌بینی‌تر، آسان‌تر و احتمالاً شادتر ایجاد می‌کند (Kroll, 2011: 72). در همین زمینه گیدنز تهدیدات خشونت‌آمیز ناشی از

صنعتی شدن جنگ، متزلزل شدن ریشه‌های اعتماد به نظام‌های انتزاعی، احساس ناامنی و اضطراب وجودی را از عوامل تهدیدکننده احساس شادمانی و اعتماد همراه با احتیاط نسبت به نظام‌های انتزاعی، اعتماد و وانهادن امور زندگی به دست نظام‌های تخصصی، دگردیسی صمیمیت و شکل‌گیری رابطه ناب (گیدنز، ۱۳۷۷) را از عوامل تعیین‌کننده شادمانی می‌داند. چلبی و موسوی (۱۳۸۷) بر این باورند که هر اندازه میزان اعتماد افراد به یکدیگر کاهش یابد، افراد احساس انزوای بیشتری کرده و در نتیجه احساس شادمانی کمتری خواهند داشت. در مجموع، توسعه سرمایه اجتماعی و به عبارتی بسط تعاملات و شبکه‌های روابط اجتماعی مبتنی بر اعتماد و انسجام اجتماعی، فرصت‌های سهیم شدن با دیگران، برخورداری از حمایت‌های متقابل و یکپارچگی را افزایش داده و نقشی تعیین‌کننده در احساس شادی و نشاط اجتماعی دارد.

سرمایه فرهنگی در معنای قدرت شناختی و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد، دومین عامل مورد نظر در تبیین احساس شادی در مطالعه حاضر است. پی‌یر بوردیو در اوایل دهه ۱۹۶۰ مفهوم سرمایه فرهنگی را جعل کرد تا نشان دهد برای تبیین نابرابری‌های آموزشی، تنها استفاده از مفهوم سرمایه اقتصادی کافی نیست، بلکه عادت‌واره‌های فرهنگی و خصلت‌های موروثی نیز در تبیین نابرابری نقش مهمی دارند (Bourdieu and Passeron, 1979). بوردیو از این مفهوم، شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب را در نظر داشت. «لامونت و لارو»^۱ (۱۹۸۳) سرمایه فرهنگی را مجموعه‌ای از نمادهای فرهنگی، مشترک و عالی‌رتبه می‌دانند، تراسبی^۲ (۱۳۸۲) سرمایه فرهنگی را نوعی دارائی قلمداد می‌کند که مجسم‌کننده، ذخیره‌کننده یا تأمین‌کننده ارزش‌های فرهنگی علاوه‌بر هرگونه ارزش‌های اقتصادی است که می‌توانند داشته باشند» (باینگانی و کاظمی، ۱۳۸۹: ۶). این

1. Lamont & Lareau
2. Trasby

نوع سرمایه حاصل تحصیلات، مدارک، مهارت‌ها و تجاربی است که مجوز ورود به عرصه‌هایی از نظام اجتماعی را برای شخص و گروه فراهم کرده و ۳ شکل اصلی دارد:

۱. در حالت متجسد: به شکل خصائل دیرپای فکری یا جسمی تجلی می‌یابد،

قابل انتقال نیست و به همراه عامل خود رو به افول گذاشته و نابود می‌شود.

۲. در حالت عینیت یافته: به شکل کالاها و اشیای مادی و فرهنگی تجلی یافته و

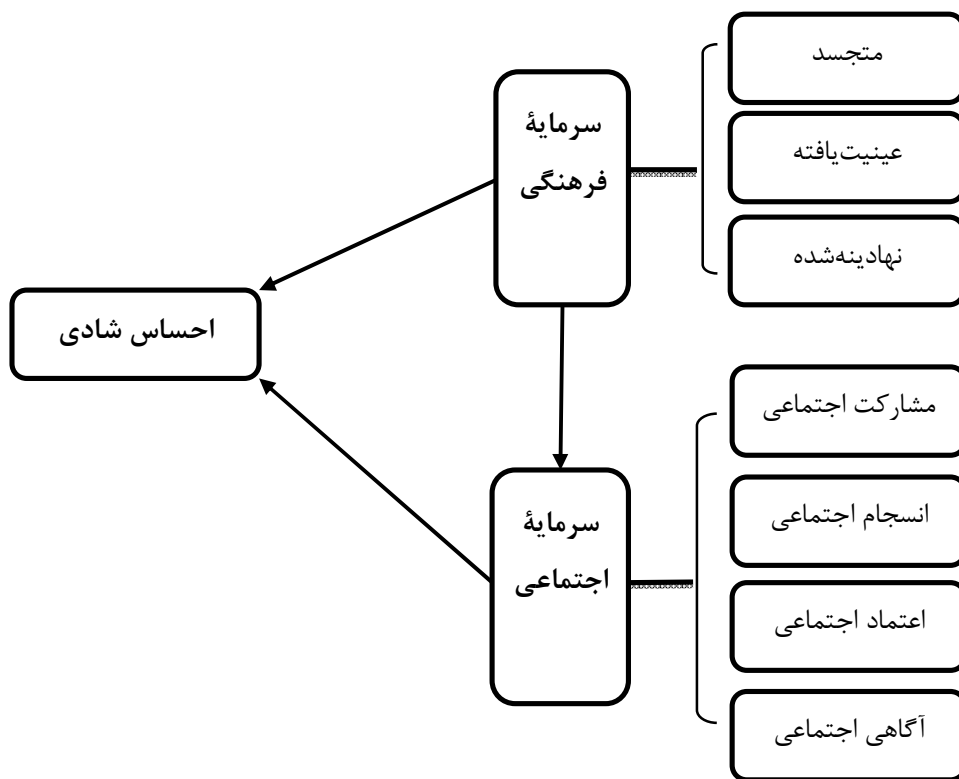
در حالت مادیت قابل انتقال است.

۳. در حالت نهادینه شده: به شکل رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی در

قالب مدارک تحصیلی و مدارج آموزشی است و برای افراد کسب پایگاه می‌کند (همان: ۱۰-۱۳).

سرمایه فرهنگی افراد، زمینه ارزیابی و تفاسیر متفاوت رویدادها و به عبارت دیگر، دانش‌های متفاوت برای افراد را فراهم می‌کند که این مقوله برحسب رویکردهای شناختی، هیجانانگ متفاوتی در افراد و گروه‌ها ایجاد می‌کند. لذا میزان دسترسی افراد به سرمایه‌های فرهنگی موجب احراز نوع خاصی از سبک زندگی آنها می‌شود، به طوری که سبک زندگی افراد مجموعه‌ای از تفکرات، تفاسیر و ادراکات را تشکیل داده و در بروز هیجانانگاتی چون احساس شادی مؤثر است (ربانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۵۶). آرگایل بر این باور است کسانی که سرمایه فرهنگی بیشتری دارند، موفق‌تر بوده و این موفقیت باعث سرور و شادمانی آنها می‌شود. از طرفی سرمایه فرهنگی در قالب‌های متفاوتی چون تحصیلات و مدارج آموزشی و مهارت‌ها و تجارب نمود می‌یابد. بسیاری از مطالعات بر همبستگی میان تحصیلات و خوشبختی تأکید می‌کنند. اما تحصیلات، خود به انتظاراتی منجر می‌شود که اگر نتوان آنها را برآورده ساخت، تاثیرات سوء بر شادی می‌گذارند. از سوی دیگر، تحصیلات با میانجیگری دیگر متغیرها به شکل غیرمستقیم نیز بر شادی تأثیر می‌گذارند: این امر از طریق به دست آوردن شغل رضایت‌بخش، افزایش کنترل و دستیابی بهتر به ازدواج و دیگر حمایت‌های اجتماعی عمل می‌کند

(آرگایل، ۲۳۰:۱۳۸۳). همچنین سرمایه فرهنگی می‌تواند حاصل مهارت‌ها و تجربه‌هایی نیز باشد که با فراگیری و اعمال آنها به نوعی رضایت درونی نائل می‌شویم (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۴). مهارت‌ها و تجارب افراد در زمینه‌های مختلف فرهنگی با افزایش عزت نفس، رضایت بیشتری برای افراد حاصل می‌کنند. البته به باور برخی پژوهشگران، سرمایه فرهنگی به شکلی غیرمستقیم، اثر بیشتری بر شادی و نشاط برجای می‌گذارد. سرمایه فرهنگی با تأثیرگذاری بر سرمایه اجتماعی، عاملی در جهت افزایش این سرمایه شده، افزایش سرمایه اجتماعی نیز خود به احساس شادمانی بیشتری می‌انجامد (پناهی و دهقانی، ۱۳۹۰: ۸).



شکل ۱- مدل تحلیلی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و فرهنگی بر احساس شادی

فرضیات پژوهش

۱. بین سطوح سرمایه اجتماعی و احساس شادی رابطه معنادار وجود دارد.
۲. بین سطوح سرمایه فرهنگی و احساس شادی رابطه معنادار وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

۱- جامعه آماری و حجم نمونه

پژوهش حاضر به لحاظ اهداف، کاربردی، از منظر ماهیت داده‌ها، کمی و به لحاظ روش، پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای شهرستان آران و بیدگل (منطقه آران) هستند. جمعیت این شهرستان طبق آخرین سرشماری (۱۳۹۰)، برابر با ۹۷۴۰۹ نفر است. میزان حجم نمونه براساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر تخمین زده شده و روش نمونه‌گیری نیز از نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، در ابتدا از میان محلات ۲۲ گانه موردنظر، به‌طور تصادفی محلاتی از نواحی شرقی، غربی، شمالی، جنوبی و مرکزی انتخاب شده، سپس محدوده هر محله تعیین شده و برحسب بلوک‌های موجود در محله، پرسشنامه‌ها به‌شکل تصادفی در میان ساکنان بالای ۱۸ سال هر محله توزیع شد.

۲- اعتبار و پایایی

برای تعیین اعتبار پرسشنامه طراحی شده، از اعتبار صوری (وفاق داوران در مورد شاخص‌ها) بهره گرفته شده و به منظور ارزیابی میزان پایایی مفاهیم و ابعاد مورد سنجش، روش همبستگی درونی آلفای کرونباخ استفاده شده است:

جدول ۳- ضرایب پایایی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر	آلفای کرونباخ	ابعاد	آلفای کرونباخ	متغیر	آلفای کرونباخ	ابعاد	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۰/۷۸	انسجام اجتماعی	۰/۷۵	سرمایه فرهنگی	۰/۷۵	متجسد	۰/۷۸
		مشارکت اجتماعی	۰/۸۱			عینیت یافته	۰/۷۶
		اعتماد اجتماعی	۰/۷۶			نهادینه شده	۰/۷۱
		آگاهی اجتماعی	۰/۷۸				۰/۷۴
احساس شادی	۰/۸۲	ابعاد	اجتماعی		۰/۷۷		
			شناختی		۰/۷۶		
			عاطفی		۰/۸۸		

۳- تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

متغیرهای مستقل در این پژوهش عبارت‌اند از سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی. سرمایه اجتماعی اغلب سرمایه و منابعی تعریف شده است که افراد و گروه‌ها از طریق پیوند با یکدیگر می‌توانند به دست آورند. ابعاد مورد سنجش این متغیر عبارت‌اند از: اعتماد اجتماعی حسن ظن فرد نسبت به دیگر اعضای جامعه است که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با آنها می‌شود. برای سنجش بعد اعتماد، سه مؤلفه اعتماد در روابط متقابل، اعتماد تعمیم‌یافته (اعتماد به محیط، اعتماد به غریبه‌ها، اعتماد تعمیم‌یافته) و اعتماد به نهادهای و سازمان‌های رسمی مورد توجه قرار گرفت. مشارکت اجتماعی فرایند سازمان‌یافته‌ای است که افراد جامعه، با در نظر گرفتن

هدف‌هایی معین و مشخص برای سهم شدن در منافع و منابع ارزشمند صورت می‌دهند. بعد مشارکت در قالب دو مؤلفه مشارکت اجتماعی رسمی (شامل مشارکت در فرهنگسراها، احزاب، باشگاه‌های ورزشی و...) و مشارکت اجتماعی غیررسمی (ملاقات و دید و بازدید از اعضای خانواده، خویشاوندان، دوستان، همسایگان) تعریف عملیاتی شد. انسجام اجتماعی عبارت‌اند از پیوندهای نظم‌یافته، تبادلات یا دوسویگی کردارها میان کنشگران یا جمع‌ها، بهره‌مندی از احساس پذیرش از سوی دیگران و احساس راحتی در محیط همسایگی، محلی و گروه‌هایی که فرد در آنها عضویت و مشارکت دارد. برای سنجش انسجام اجتماعی از ۲۱ گویه مقیاس به‌کاررفته در پژوهش ازکیا و غفاری (۱۳۸۰: ۲۲۴) استفاده شد. آگاهی اجتماعی شامل مجموعه‌ای از افکار و عقاید است نسبت به زندگی و توجه به هر آنچه که در وسیع‌ترین معنا به امور عمومی اعم از سیاسی و اجتماعی مربوط می‌شود و در مقابل چشم‌پوشی و بی‌تفاوتی قرار می‌گیرد. برای سنجش آگاهی اجتماعی مقیاس استاندارد علیخواه (۱۳۸۳: ۱۵۶) به‌کار گرفته شد که میزان استفاده از رسانه‌ها و کتب را مورد توجه قرار می‌دهد.

سرمایه فرهنگی شامل دانش، توانایی‌ها و اندوخته‌های فرد از کالاهای فرهنگی است که همگی با هم، وضعیت فرد را در یک حوزه و زمینه می‌سازند. برای سنجش این متغیر سه بعد در نظر گرفته شده است: بعد سرمایه فرهنگی متجسد به معلومات کسب‌شده افراد اشاره دارد و با گویه‌هایی که میزان مهارت و دانش افراد در هنرهای دستی، کامپیوتر و نرم‌افزارهای آن، زبان‌خارجی، تعمیر وسایل منزل و... را می‌سنجد، عملیاتی شده است. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته، به مصرف کالاهای مادی اشاره داشته و با استفاده از گویه‌هایی که میزان مصرف کتاب، فیلم، سی‌دی‌های آموزشی، اینترنت، میزان مراجعه به موزه‌ها و نمایشگاه‌های ادبی و علمی را سنجیده‌اند، عملیاتی شده است. بعد نهادینه‌شده سرمایه فرهنگی که به رسمیت بخشیدن به سرمایه فرهنگی در قالب مدارک تحصیلی و دانشگاهی اشاره دارد، با گویه‌هایی در زمینه میزان تحصیلات و دریافت گواهی‌نامه‌های معتبر عملیاتی شده است.

متغیر وابسته مطالعه حاضر، احساس شادی است. شادی یا احساس شادکامی، به ارزیابی مثبت فرد از کلیت زندگی یا بخش‌های متعدد آن، بروز صفات و عواطف خوشایند روانی و ظهور علائق و علائم مثبت اجتماعی در افراد اشاره دارد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۶). در این پژوهش احساس شادی متشکل از سه بعد بر حسب رویکرد داینر و ساه (۱۹۹۷) است: بعد شناختی به معنای تفکر و پردازش اطلاعات است که شامل ارزیابی مثبت افراد در قیاس با گذشته یا زندگی دیگران، رضایت کلی از زندگی و رضایت از بخش‌های متعدد آن می‌شود. بعد عاطفی، خلق و خوی مثبت یا خوشایند در افراد را شامل می‌شود مانند احساس خوشحالی، امید به آینده، قدرت در کنترل همه جنبه‌های زندگی، دلگرم بودن در زندگی، لذت از وضعیت موجود. بعد اجتماعی بیانگر گسترش روابط اجتماعی فرد با دیگران و به دنبال آن افزایش حمایت اجتماعی است. این بعد گرایش‌ها و تمایلات مثبت فرد نسبت به اجتماع را شامل شده و مواردی چون علاقه‌مندی به انسان‌های دیگر، تأثیرگذاری مثبت بر آنها و بروز صفات مثبتی چون خوش‌رویی را دربرمی‌گیرد (ربانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۸-۱۹).

یافته‌های پژوهش

۱. سیمای آماری پاسخگویان

از مجموع ۳۸۴ پاسخگو، حدود ۴۹ درصد را زنان و ۵۱ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. سن ۳۴ درصد آنها کمتر از ۲۵ سال، ۲۶ درصدشان بین ۲۶ تا ۵۰ سال و نزدیک به ۴۰ درصد باقی‌مانده بیشتر از ۵۰ سال بوده است. میانگین سن پاسخگویان ۳۸/۱۴ با انحراف معیار ۵/۷۶ است. همچنین، ۳۴ درصد از نمونه مورد بررسی متأهل و ۶۶ درصد مجرد بوده‌اند. درباره تحصیلات پاسخگویان نمونه تحقیق، یافته‌ها نشان می‌دهد که تحصیلات ۱۹ درصد کمتر از دیپلم، ۲۲ درصد دیپلم و فوق‌دیپلم، حدود ۴۴ درصد لیسانس و ۱۵ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر است.

۲. یافته‌های توصیفی

جدول ۴- توزیع نسبی پاسخگویان برحسب شاخص‌های پژوهش

میانگین	کل	بالا	متوسط	پایین	ابعاد	مفهوم
		درصد	درصد	درصد		
۵۲/۱	۱۰۰	۳۴/۹	۴۰/۹	۲۴/۲	مشارکت اجتماعی	سرمایه اجتماعی
۷۶/۲	۱۰۰	۵۲/۶	۳۴/۵	۱۲/۹	اعتماد اجتماعی	
۶۲/۶	۱۰۰	۴۵/۵	۳۲/۱	۲۲/۴	انسجام اجتماعی	
۷۳/۳	۱۰۰	۴۲/۳	۴۰	۱۷/۷	آگاهی اجتماعی	
۶۶/۳	۱۰۰	۴۴/۴	۳۶/۱	۱۹/۵	کل	
۴۰/۱	۱۰۰	۲۷/۵	۴۱/۸	۳۰/۷	متجسد	سرمایه فرهنگی
۳۸/۶	۱۰۰	۲۶/۷	۴۱/۷	۳۱/۶	عینیت یافته	
۴۲/۳	۱۰۰	۲۸/۸	۳۸/۹	۳۲/۳	نهادینه شده	
۴۰/۶	۱۰۰	۲۷/۲	۴۰/۹	۳۱/۹	کل	
۵۰/۷	۱۰۰	۲۰/۶	۴۲/۷	۳۶/۷	اجتماعی	احساس شادی
۵۴/۲	۱۰۰	۲۷/۱	۳۸/۶	۳۴/۳	شناختی	
۳۸/۷	۱۰۰	۳۳/۸	۳۹/۱	۲۷/۱	عاطفی	
۵۴/۵	۱۰۰	۳۰/۱	۴۷/۶	۲۲/۳	کل	

شاخص‌های توصیفی مندرج در جدول ۴ نشان می‌دهند که میانگین سرمایه اجتماعی شهروندان آران و بیدگلی ۶۶/۳ است که در سطح بالا و متوسط رو به بالایی

ارزیابی می‌شود، به طوری که ۱۹/۵ درصد از شهروندان از سرمایه اجتماعی در سطح پایین، ۳۶/۱ درصد در سطح متوسط و ۴۴/۴ درصد در سطح بالایی برخوردار هستند. مقایسه ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی نیز بیانگر این است که همه چهار بعد این متغیر، میانگینی بالاتر از حد متوسط کسب کرده‌اند و بعد اعتماد اجتماعی، از عمومیت بالاتری برخوردار است. از منظر وضعیت سرمایه فرهنگی، آماره‌ها حکایت از این دارند که میانگین میزان سرمایه فرهنگی در حد متوسط رو به پایین است (۴۰/۶)، به طوری که سرمایه فرهنگی ۳۱/۸ درصد از شهروندان مورد بررسی در سطح پایین، ۲۷/۲ درصد در سطح بالا و ۴۰/۹ درصد در سطح متوسط قرار دارد. بررسی شاخص‌های توصیفی ابعاد این متغیر نیز نشان می‌دهد که میزان سرمایه فرهنگی در بعد نهادینه‌شده (مدارک تحصیلی و مدارج دانشگاهی)، میانگین بالاتری نسبت به دیگر ابعاد را به خود اختصاص داده است (۴۲)، پایین‌ترین میزان میانگین نیز، به بعد سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته (مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان طبقات مختلف مردم) با میانگین ۳۸/۶ مربوط است. از منظر وضعیت احساس شادی، شاخص‌ها نشان می‌دهند که شهروندان آران و بیدگلی از وضعیت شادی نسبتاً متوسطی برخوردارند. میانگین احساس شادی در این شهرستان معادل ۵۴/۵ است و احساس شادی ۲۲/۳ درصد از شهروندان در حد پایین، ۴۷ درصد در حد متوسط و ۳۰ درصد در حد بالا است. در این میان بعد عاطفی شادی با میانگین ۵۸/۷ و بعد اجتماعی شادی با میانگین ۵۰/۷ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین میزان میانگین را به خود اختصاص داده‌اند.

۳. یافته‌های استنباطی

(۱) بین سطوح سرمایه اجتماعی و احساس شادی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۵- آزمون فرضیه ارتباط میان سرمایه اجتماعی (به همراه ابعاد آن) با احساس شادی

ردیف	فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون
۱	رابطه بین میزان اعتماد اجتماعی و احساس شادی	۰/۵۵۱**
۲	رابطه بین میزان انسجام اجتماعی و احساس شادی	۰/۴۲۵**
۳	رابطه بین میزان آگاهی اجتماعی و احساس شادی	۰/۳۹۳**
۴	رابطه بین میزان مشارکت اجتماعی و احساس شادی	۰/۳۲۵**
۵	رابطه بین میزان سرمایه اجتماعی و احساس شادی	۰/۴۷۸**

** معنادار در سطح ۰/۰۱

جدول فوق نتایج آزمون فرضیه ارتباط میان متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی و ابعاد آن) با متغیر وابسته (احساس شادی) را به کمک ضریب همبستگی پیرسون با در نظر گرفتن ملاحظات آماری لازم (کمی بودن مقیاس متغیرها، نرمال بودن توزیع داده‌ها و خطی بودن رابطه بین متغیرها) سنجیده است. ضرایب همبستگی مندرج در این جدول حاکی از این مطلب است که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن و احساس شادی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. به این ترتیب می‌توان گفت با بالا رفتن سرمایه اجتماعی، احساس شادی نیز افزایش می‌یابد. همچنین در خصوص رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی با احساس شادی، نتایج نشان می‌دهد که میزان اعتماد اجتماعی قوی‌ترین رابطه (۰/۵۵۱) را با احساس شادی دارد و پس از آن میزان انسجام اجتماعی (۰/۴۲۵)، میزان آگاهی اجتماعی (۰/۳۹۳) و میزان مشارکت اجتماعی (۰/۳۲۵) قرار دارند که با احساس شادی رابطه مستقیم و معناداری دارند.

۲) بین سطوح سرمایه فرهنگی و احساس شادی رابطه معنادار وجود دارد.

براساس اطلاعات جدول ۶، بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با احساس شادی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد ($r=0/423$). به شکلی که با افزایش سرمایه فرهنگی و ابعاد آن به طور متوسط، سرمایه فرهنگی نیز به طور متوسط افزایش می‌یابد. همچنین درخصوص رابطه بین ابعاد سرمایه فرهنگی با احساس شادی، نتایج نشان می‌دهد که میزان سرمایه فرهنگی متجسد قوی‌ترین رابطه ($0/411$) را با احساس شادی دارد و پس از آن سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده ($0/382$) و میزان سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته ($0/331$) قرار دارند که با احساس شادی رابطه مستقیم و معناداری دارند.

جدول ۶- آزمون فرضیه ارتباط میان سرمایه فرهنگی (به همراه ابعاد آن) با احساس شادی

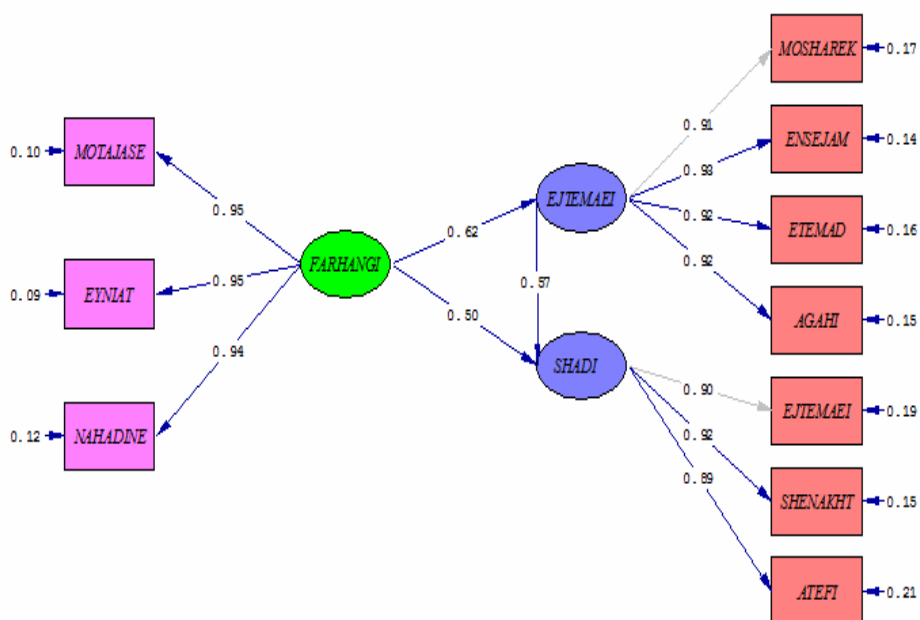
ردیف	فرضیه	ضریب همبستگی پیرسون
۱	رابطه بین سرمایه فرهنگی متجسد و احساس شادی	$0/411^{**}$
۲	رابطه بین سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و احساس شادی	$0/331^{**}$
۳	رابطه بین سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده و احساس شادی	$0/382^{**}$
۴	رابطه بین میزان سرمایه فرهنگی و احساس شادی	$0/402^{**}$

** معنادار در سطح $0/01$

مدل معادلات ساختاری

نتایج تحلیل معادلات ساختاری در جدول شماره ۸ و نمودار شماره ۲ منعکس شده است، با توجه به اینکه ضریب معناداری فرضیات مدل پژوهش همگی بالای $1/96$ بوده است، لذا همه فرضیات مدل تأیید می‌شود. به بیانی دیگر سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی بر احساس شادی تأثیر مستقیم و معناداری دارند، به نحوی که با افزایش

سرمایه اجتماعی و فرهنگی جمعیت مورد مطالعه، احساس شادی آنها نیز بیشتر می‌شود. ضریب استاندارد ($\beta=0/57$) نشان‌دهنده تأثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر احساس شادی است. همچنین نتایج اجرای مدل مفهومی حاکی از این است که سرمایه فرهنگی علاوه بر تأثیر مستقیم بر احساس شادی ($\beta=0/50$)، به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیر سرمایه اجتماعی (با ضریب $0/35$) بر احساس شادی تأثیر افزایش‌دهنده دارد. بیانی دیگر با افزایش سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی نیز افزایش یافته و با افزایش هر دوی آنها، احساس شادی نیز بیشتر می‌شود.



$Chi-Square=36.67, df=32, P-value=0.26116, RMSEA=0.026$

شکل ۲- مدل معادله ساختاری تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی بر احساس شادی (در حالت استاندارد)

جدول ۷- نتایج اجرای مدل‌سازی ساختاری تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی بر احساس شادی

نتیجه	ضریب معناداری (t-value)	ضریب استاندارد (β)	فرضیه
معنادار	۱۲/۶۸	۰/۶۲	سرمایه فرهنگی ← سرمایه اجتماعی
معنادار	۱۰/۸۷	۰/۵۰	سرمایه فرهنگی ← احساس شادی
معنادار	۱۱/۰۳	۰/۵۷	سرمایه اجتماعی ← احساس شادی

نتایج حاصل از شاخص‌های برازش مدل نیز در جدول شماره ۷ ذکر شده است که براساس آن، مقدار χ^2/df محاسبه شده ۱/۱۴ است، وجود χ^2/df کوچک‌تر از ۳ نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین ریشه خطای میانگین مجذورات تقریباً باید کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۱۰ است. میزان مؤلفه‌های GFI و $AGFI$ و NFI و CFI و IFI و RFI نیز باید بیشتر از ۰/۹۰ باشد که در مدل مورد بررسی به ترتیب برابر ۰/۹۷ و ۰/۹۵ و ۰/۹۹ و ۰/۹۹ و ۰/۹۸ و ۰/۹۹ است. همچنین مقدار RMR نیز باید کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد که در مدل تحت بررسی برابر ۰/۰۱۷ است. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار لیزرل می‌توان گفت که داده‌ها نسبتاً با مدل منطبق و شاخص‌های ارائه شده نشان‌دهنده این موضوع هستند که در مجموع مدل ارائه شده مدل مناسبی است و داده‌های تجربی اصطلاحاً به خوبی با آن منطبق هستند.

جدول ۸- شاخص‌های برازش مدل

ردیف	معیارهای برازش مدل	نام اختصاری	مقدار	حد مطلوب	تفسیر
۱	نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2/df	۱/۱۴	<۳	مطلوب
۲	شاخص نیکویی برازش	<i>GFI</i>	۰/۹۷	>۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده	<i>AGFI</i>	۰/۹۵	>۰/۹۰	مطلوب
۳	شاخص برازش هنجار شده	<i>NFI</i>	۰/۹۹	>۰/۹۰	مطلوب
۴	شاخص برازش تطبیقی	<i>CFI</i>	۰/۹۹	>۰/۹۰	مطلوب
۵	شاخص برازش اضافی	<i>IFI</i>	۰/۹۸	>۰/۹۰	مطلوب
۶	شاخص برازش نسبی	<i>RFI</i>	۰/۹۹	>۰/۹۰	مطلوب
۷	ریشه مجذور مانده‌ها	<i>RMR</i>	۰/۰۱۷	حدود صفر	مطلوب
۸	ریشه میانگین مربعات خطای تقریب	<i>RMSEA</i>	۰/۰۲۶	<۰/۰۸	مطلوب

بحث و نتیجه‌گیری

احساس شادی و نشاط از جمله عواطف انسانی هستند که دارای وجوه و تجلیات متنوع فردی - اجتماعی، روانی - جسمانی و شناختی - عاطفی بوده و به علت نقش تعیین‌کننده‌ای که تأمین سلامت فرد و جامعه برعهده دارند، تمدن بشری از آغاز، هدف و غایت زندگی را رسیدن به آنها دانسته و همواره به دنبال شاد زندگی کردن بوده است. به دلیل همین تأثیرات همه‌جانبه و دامنه‌دار شادی در توسعه و تقویت زمینه‌های رشد و ایجاد مشکلات عدیده روانی و اجتماعی در صورت فقدان آن، در نظر گرفتن این مقوله در سیاست‌گذاری‌ها مستلزم شناخت و بررسی دقیق آن و بالخصوص عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر آن است، چرا که شادی و سایر هیجانات بشری دستخوش موجودیت اجتماعی و فرهنگی انسانی هستند. بنابراین مطالعه حاضر به بررسی ارتباط دو مقوله سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی با احساس شادی در جامعه آماری

شهروندان شهرستان آران و بیدگل اختصاص داده شده است و یافته‌های حاصل از آن در دو بعد توصیفی و تحلیلی بدین قرارند:

در بعد توصیفی ارزیابی شاخص‌های اصلی مطالعه نشان می‌دهند که احساس شادی به مثابه متغیر وابسته، از وضعیت نسبتاً مطلوبی در میان شهروندان برخوردار است، به طوری که میانگین احساس شادی بالاتر از حد متوسط است (۵۸/۷) و ۴۰/۶ درصد از حجم نمونه در سطح متوسط و ۳۷ درصد نیز در سطح بالایی در زندگی روزمره خود از احساس شادی برخوردارند. همچنین میزان شادی در بعد عاطفی نسبت به دیگر ابعاد در سطح بالاتری است به طوری که احساس خوشحالی، امیدواری به آینده، کنترل بر وجود زندگی، احساس لذت، عشق به زندگی، احساس افتخار، خوشبینی و مثبت‌اندیشی که از شاخص‌های بعد عاطفی شادی قلمداد می‌شوند، نسبت به ابعاد اجتماعی و شناختی شادی از وضعیت مطلوب‌تری برخوردارند. به طور کلی هر نظام اجتماعی، نیازمند شهروندان و اجتماعات شاد است و پیامدهای چنین احساسات و هیجاناتی در جامعه چنان بارز و آشکار است که مزلو، مؤلفه و شاخصه اصلی انسان‌هایی را که در راستای خودشکوفایی، کمال و توانمندی‌های خویش تلاش می‌کنند، احساس شادی آنان می‌داند که کمبود و فقدان آن، افسردگی، بدبینی و ارزیابی منفی از رویدادها، بی‌علاقگی به اجتماع و کار، کمرنگ‌شدن وجدان کاری، ناهنجاری‌های اجتماعی و رواج خشونت در روابط اجتماعی را به بار می‌آورد. افزون بر احساس شادی، یافته‌های آماری در توصیف سرمایه اجتماعی نشان دادند که میزان سرمایه اجتماعی در حجم نمونه مورد بررسی بالاتر از سطح متوسط بوده (۶۶/۳)، به طوری که اکثریت ۴۴ درصدی شهروندان از سرمایه اجتماعی در سطح بالایی برخوردارند، همچنین در میان ابعاد این متغیر، بالاترین میزان میانگین به بعد اعتماد اجتماعی تعلق دارد. در بعد فرهنگی آماره‌ها نشان دادند که میزان سرمایه فرهنگی شهروندان مورد نظر در قیاس با سرمایه اجتماعی آنها، از وضعیت متوسط رو به پایینی برخوردار است (۴۰/۶). بدین ترتیب اکثریت ۴۰ درصدی از آنها، از سرمایه فرهنگی در

حد متوسطی برخوردار بوده و ۳۱/۹ درصد نیز سرمایه فرهنگی‌شان پایین است. به‌علاوه، نازل‌ترین میزان سرمایه فرهنگی در بعد عینیت‌یافته و بالاترین میزان آن در بعد نهادینه‌شده ارزیابی شد. سرمایه اجتماعی و فرهنگی از عناصر قلمداد می‌شوند که پویایی و تحرک جامعه تا حدود زیادی به وجود آنها بستگی داشته و نقش مستقیمی در شادکامی قشرهای مختلف جامعه برعهده دارند.

در بعد تحلیلی، بررسی ضریب همبستگی پیرسون پیرامون فرضیه ارتباط میان سرمایه اجتماعی و احساس شادی بیانگر این مطلب است که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی شهروندان آران و بیدگلی، بر سطوح احساس شادی آنها افزوده می‌شود (رابطه معنادار و مستقیم با ضریب همبستگی ۰/۴۷۸ در سطح معناداری ۰/۰۱). یافته مذکور همسو با نتایج مطالعات چلبی و موسوی (۱۳۸۷)، ربانی و همکاران (۱۳۹۰)، اکبرزاده و همکاران (۱۳۹۲)، امیرزارع و کافی (۱۳۹۲)، نبوی و همکاران (۱۳۹۴)، هالر و هادلر (۲۰۰۶)، بارتولینی و همکاران (۲۰۰۸) و چانگ (۲۰۰۹) است که در مطالعات خود بر ارتباط میان سرمایه اجتماعی و احساس تنهایی صحنه گذاشته‌اند. به‌طورکلی سرمایه اجتماعی در قالب‌ها و ابعاد متفاوت (اعتماد، مشارکت، شبکه روابط، انسجام و آگاهی اجتماعی) نقش ویژه و منحصربه‌فردی در بسترسازی یک زندگی اجتماعی توأم با شادی و نشاط دارد؛ در جامعه‌ای که در آن میزان مشارکت، همکاری و نوع‌دوستی افراد بالا باشد، افراد در عین انجام کارهای شخصی، در پیشبرد کارهای دیگر و انجام فعالیت‌های جمعی نیز مشارکت می‌کنند، این نوع مشارکت نوعی احساس رضایت و انرژی مثبت نسبت به خود و پیرامون ایجاد کرده و در نتیجه میزان شادی و نشاط را در سطح جامعه بالا می‌برد. همچنین سرمایه اجتماعی به‌طور اخص در فراهم آوردن حمایت‌های عاطفی و روانی نقش مؤثری دارد و از آنجایی که امکانات عاطفی همچون شادی و نشاط از جمله منابعی هستند که افراد در روابط اجتماعی خود مبادله می‌کنند، لذا با گسترش روابط اجتماعی، احساس شادی و نشاط نیز افزایش می‌یابد. سرمایه اجتماعی احتمالاً شانس داشتن انواع متفاوت تماس‌ها برای رسیدن به اهداف مختلف را

افزایش می‌دهد، دسترسی به اطلاعات و منابع جدید را امکان‌پذیر می‌سازد، کنترل واقعی مردم بر امور را بالا می‌برد، و در نهایت با افزودن بر توانایی آنها در حل مسائل مختلف، نقش مؤثری در بسط سلامت روان و احساس شادی نزد افراد دارد. در این میان بعد اعتماد اجتماعی نسبت به دیگر ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی، همبستگی قوی‌تری (۰/۵۵۱) با احساس شادی دارد. این یافته منطبق با دیدگاه گیدنز، کرول و پاتنام در مورد اعتماد اجتماعی است. گیدنز در نظریه خود در خصوص مدرنیته و پیامدهای آن، اعتماد را یکی از عوامل تأمین‌کننده شادمانی می‌داند و کرول نیز معتقد است که اعتماد بین افراد با کاهش هزینه‌های مربوط به عدم اطمینان، زندگی را لذت بخش‌تر می‌سازد و یک زندگی امن‌تر، قابل‌پیش‌بینی‌تر، آسان‌تر و شادتر ایجاد می‌کند (نبوی و همکاران، ۱۳۹۴). از طرفی نبودن اعتماد، احساس ناامنی را افزایش داده و از گسترش تعاملات و در نتیجه توسعه احساس شادی در جامعه ممانعت به عمل می‌آورد.

دومین فرضیه اصلی مورد بررسی، فرضیه ارتباط میان سرمایه فرهنگی و احساس شادی است که مطابق با ضریب همبستگی پیرسون ($r=0.402$ ، $sig<0.01$)، همبستگی معنادار، مستقیم و در حد متوسطی میان دو مقوله فوق برقرار است: با افزایش میزان سرمایه فرهنگی، بر میزان شادی شهروندان افزوده می‌شود. این یافته همسو با نتایج اندک مطالعات صورت‌گرفته در این حوزه است: ربانی و همکاران (۱۳۸۶)، اقلیما و نجف‌آبادی (۱۳۹۰)، اکبرزاده و همکاران (۱۳۹۲)، هالر و هادلر (۲۰۰۶)، آرگایل (۱۳۸۳). همچنین بعد سرمایه فرهنگی متجسد، بالاترین میزان همبستگی را با احساس شادی (۰/۴۱۱) در میان دیگر ابعاد به خود اختصاص داده است. فرهنگ و به عبارتی همه ساختارها، اندوخته‌ها، آداب و رسوم، مقررات، عقاید، هنر و دانستنی‌های عامه که اجزای آن را شکل می‌دهند، در سطح اجتماعی در قالب سرمایه‌های فرهنگی افراد و گروه‌ها متجسم می‌شوند. بسیاری از رویکردهای فرهنگی در این زمینه بر این استدلال‌اند که آنچه انسان فکر می‌کند، احساس می‌کند و انجام می‌دهد از طریق قالب‌ها

و چهارچوب‌های فرهنگی متعین گشته و تفاوت جوامع در میزان برخورداری از شادی نیز بسته به تفاوت آنها در شاخص‌های فرهنگی است و هیجانانگیز و کنش‌های انسانی همچون احساس شادی و نشاط، متناسب با الگوها و رفتارهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی و به‌طور کلی نگرش‌ها و ایستارهای فرهنگی که به شیوه‌های زندگی متفاوت منجر می‌شوند، متغیر و متعدد هستند. سرمایه فرهنگی در قالب‌های متجسد (مهارت و تجربه در هنرهای تجسمی، رشته‌های علمی، ورزش‌های حرفه‌ای، تسلط بر زبان و نرم‌افزارها)، نهادی (مدارک آموزشی و گواهی‌نامه‌های معتبر زبان و...) و عینیت‌یافته (مصرف کالاهای فرهنگی، مراجعه به موزه‌ها و نمایشگاه‌های علمی و ادبی) در افراد نوعی رضایت درونی و حس موفقیت ایجاد می‌کند و در نتیجه میزان حس نشاط و شادمانی آنها را افزایش می‌دهد. اما همچنان که در مبانی نظری ذکر شد، سرمایه فرهنگی بخش قابل‌ملاحظه‌ای از تأثیرات خود بر احساس شادی را از طریق متغیر سرمایه اجتماعی اعمال می‌کند. مدل‌سازی معادلات ساختاری مندرج در مطالعه حاضر خود مؤید همین نکته است؛ مدل مذکور نشان می‌دهد که مجموع تأثیرات مستقیم (۰/۵۰) و تأثیرات غیرمستقیم سرمایه فرهنگی بر احساس شادی (۰/۵۷ و ۰/۶۲)، روی هم‌رفته نقش قالبی به سرمایه فرهنگی در تبیین احساس شادی می‌دهد. از این دیدگاه و به این دلیل که فرهنگ عامل وحدت‌بخش ارزش‌های اجتماعی بوده و نظام‌بخش رفتارهای افراد و تقویت‌کننده همکاری و روابط بین آدمیان به‌شمار می‌آید، لذا عاملی مؤثر بر بروز و ظهور هیجانانگیز هم‌چون شادی و رفتارهای متناسب با وضعیت‌های خاص است.

در مجموع برای افزایش میزان شادی و شادمانی در سطوح فردی و جمعی، لازم است تا همزمان با توسعه سرمایه اجتماعی و بسط تعاملات و مناسبات مبتنی بر اعتماد، مشارکت‌های اجتماعی، انسجام و آگاهی اجتماعی، به سرمایه فرهنگی اعضای جامعه و سطح معلومات، تجربیات و مهارت‌های آنان و همچنین میزان مصرف و تولید کالاهای فرهنگی در قالب سرمایه‌های فرهنگی متجسد، عینی و نهادینه نیز افزوده شود.

منابع

- ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰)، «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهرکاشان»، *نامه علوم اجتماعی*، دوره ۹، شماره ۱۷، صص ۳-۳۱.
- اقلیما، مصطفی، اعظم ابراهیم نجف‌آبادی. (۱۳۹۰)، بررسی تأثیر میزان سرمایه فرهنگی در میزان احساس شادی زنان جوان (۱۵-۲۴ ساله) در شهر اصفهان، *جامعه پژوهی فرهنگی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال دوم، شماره اول، صص ۱-۲۴.
- اکبرزاده، فاطمه؛ دهقانی، حمید؛ خوشفر، غلامرضا؛ جانعلی‌زاده چوب‌دستی، حیدر. (۱۳۹۲)، «بررسی سه نوع سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بر شادی جوانان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۴، شماره اول، صص ۶۷-۸۸.
- امیرکافی، مهدی؛ زارع، بهنام. (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر شادکامی (مورد مطالعه: شهر کرمان)، *فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی*، سال ۲، شماره ۵، صص ۴۱-۷۷.
- آرگایل، مایکل. (۱۳۸۳)، *روان‌شناسی شادی*، ترجمه مسعود گوهری انارکی و دیگران. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- آل‌یاسین، میترا. (۱۳۸۰)، «شادی و نشاط در محیط مدرسه»، *تریبت*، شماره ۱، صص ۱-۱۴.
- باینگانی، بهمن؛ کاظمی، علی. (۱۳۸۹)، «بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی»، *برگ فرهنگ*، شماره ۲۱، صص ۸-۲۱.
- پناهی، محمدحسین؛ دهقانی، حمید. (۱۳۹۱)، «بررسی عوامل مؤثر بر شادی دانشجویان با تأکید بر مشارکت اجتماعی»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۳، شماره ۱، صص ۱-۱۸.

- تراسبی، دیوید (۱۳۸۲). *اقتصاد و فرهنگ*، ترجمه کاظم‌فرهادی، تهران: نشر نی.
- جعفری، ابراهیم و همکاران. (۱۳۸۳)، بررسی میزان شادمانی و عوامل همبسته آن در میان دانشجویان دانشگاه‌های شهر اصفهان، گزارش نهایی طرح پژوهشی، معاونت پژوهشی دانشگاه اصفهان.
- چلبی، مسعود؛ موسوی، سیدمحسن. (۱۳۸۷)، «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۹، شماره ۱ و ۲، صص ۳۴-۵۷.
- خوش‌کنش، ابوالقاسم. (۱۳۸۶)، *بررسی روابط ساده و چندگانه پیشایندهای شخصیتی و مذهبی با احساس شادکامی و ارتباط این متغیر با سلامت روانی و عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه شهید چمران، پایان‌نامه دکتری* دانشگاه شهید چمران، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- ربانی، رسول؛ ربانی، علی؛ عابدی، محمدرضا؛ گنجی، محمد. (۱۳۸۶)، «فرهنگ و شادی: رویکرد نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان»، *مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۸، صص ۴۱-۷۸.
- ربانی، علی؛ ربانی، رسول؛ گنجی، محمد. (۱۳۹۰)، «رویکردی جامعه‌شناختی به احساس شادمانی سرپرستان خانوار در شهر اصفهان»، *مسائل اجتماعی ایران*، سال دوم، شماره ۱، صص ۳۹-۷۳.
- ظهور، علیرضا؛ فکری، علیرضا. (۱۳۸۲)، «وضعیت شادمانی دانشجویان دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران»، *ارمغان دانش*، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۷۲.
- علیخواه، فریدون. (۱۳۸۳)، *سنجش مفاهیم اساسی علوم اجتماعی*، جلد ۲ و ۱، تهران: نشر جامعه‌شناسان.

- فاضلی، محمد. (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی مصرف موسیقی*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کار، آلان. (۱۳۸۷)، *روان‌شناسی مثبت: علم شادمانی و نیرومندی‌های انسان*، ترجمه حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، تهران: انتشارات سخن.
- کلمن، جیمز. (۱۳۷۷)، *بنیادهای نظریه اجتماعی*، مترجم منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷)، *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- میرشاه‌جعفری، ابراهیم؛ عابدی، محمدرضا؛ دریکوندی، هدایت‌الله. (۱۳۸۱)، «شادمانی و عوامل مؤثر بر آن»، *تازه‌های علوم‌شناختی*، سال ۴، شماره ۳، صص ۵۸-۵۰.
- نبوی، عبدالحسین؛ رضادوست، کریم؛ صالحی، نجمه. (۱۳۹۴)، «بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و روانی بر احساس نشاط (مورد مطالعه: دانش‌آموزان ۱۶-۱۸ ساله شهر اهواز)»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۶، شماره ۳، صص ۱-۲۲.
- وحید، فریدون؛ ودادهیر، ابوعلی؛ فرنام، محمد. (۱۳۹۳)، «نشاط عمومی در زندگی اجتماعی - فرهنگی شهر: مطالعه‌ای با رویکرد تئوری کیفیت زندگی در شهر اردبیل»، *مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، سال چهارم، شماره ۱۱، صص ۱-۳۴.
- وینهون، روت. (۱۳۸۹)، «آزادی و شادکامی: مطالعه تطبیقی بین چهل و چهار ملت در اوایل دهه ۱۹۹۰»، *در فرهنگ و بهزیستی روانی، اد دینر و یونکوک سو*، ترجمه فیروزه غضنفری و ژانت هاشمی آذر، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- هاشمیان‌فر، جمشید. (۱۳۸۶)، بررسی عوامل مؤثر بر نابرابری اجتماعی با تأکید بر سرمایه اجتماعی، *پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی* دانشگاه اصفهان.

- Argyle, M.; Martin, M.; & Lu, L. (1995). "Testing for stress and happiness: The role of social and cognitive factors", In C. D. Spilberger & I. Sarason (Eds.). *Stress and Emotion*. Washington: Taylor.
- Bartolini, S.; Bilancini, E.; & Pugno, M. (2008). Did the Decline in Social Capital Depress Americans' Happiness? University of Siena - Department of Economics and University of Cassino Department of Economic Sciences. <http://papers.ssrn.com>.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*, in J. Richardson (ed.). Handbook of Theory and Research for Sociology of Education, N. Y. Greenwood Press.
- Bourdieu, P.; Passeron, J. C. (1979). *The Inheritors: French Students and their Relations to Culture*, Chicago. University of Chicago Press.
- Chang, W. (2009). "Social capital and subjective happiness in Taiwan", *international journal of social economics*, vol. 36, No. 8.
- Diener, E. D.; Eunkook, S. (1997). "Measuring quality of life: economic, social and subjective indicators", *Social Indicators Research*, vol. 40, pp 189-216.
- Galati, D.; Manzano, M.; & Sotgiu, I. (2006). "The subjective components of happiness and their attainment: A cross-cultural comparison between Italy and Cuba", *Social Science Information*, Vol. 4, No. 45, pp 601-630.
- Haller, M.; Hadler, M. (2006). "How social relations and structures can Produce happiness and unhappiness: An international comparative analysis", *Social Indicators Research*, vol. 75, pp 169-216.
- Halpern, D. (2005). *Social Capital*, Polity Press.

- Kroll, C. (2011). *Towards a Sociology of Happiness: Examining Social Capital and subjective well-Being Across Subgroups of Society*. A thesis submitted to the Department of Sociology of the London School of Economics and Political Science for the degree of Doctor of Philosophy .
- Lamont, M.; Lareau, A. (1988). “Cultural capital: Allusion, gaps, and glissandos in recent theoretical development”, *Sociological Theory*, No. 6, pp 68-153.
- Lin, N. (2001). *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Minkov, M. (2009). “Predictors of differences in subjective well-Being across 97 nations”, *Cross-Culthral Research*, No. 2, pp 152-179.
- Putnam, R. (1995). “Tuning in and tuning out: the strange disappearance of social capital in America”, *PS: Political Science and Politics*, Vol. 28, pp 83-664.
- Seligman, M. (2002). *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Free Press.
- Veenhoven, R. (2001). *Happiness in Society*. Erasmus University Rotterdam Faculty of social sciences, pp 1-44. Available online at URL: <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/>