



واکاوی اهمیت موضوع شادی و نشاط و چالش های پیش روی ایفای نقش رسانه ملی در شادی آفرینی مطلوب

مهتاب خانی^{۱*}، عباس علی سلیمانی خشاب^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه دانشگاه جامع امام حسین (ع)

۲- عضو هیئت علمی گروه روانشناسی دانشگاه جامع امام حسین (ع)

* Khanim7032@gmail.com

ارسال: اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ پذیرش: خرداد ماه ۱۴۰۲

چکیده

احساس شادی و نشاط برای تمام نسل‌ها از مهم ترین نیازهای بشری است. شادی و نشاط یکی از ضرورت‌ها و نیازهای اساسی زندگی انسان‌ها است و به اقتضای شرایط پیچیده دنیای کنونی، بیش از هر وقت نیاز به آن احساس می‌شود. نه تنها همه اندیشمندان، بلکه حتی مردم معمولی نیز درباره ضرورت و اهمیت شادی درک مشترکی دارند. رسانه‌ها و به ویژه رسانه ملی در کشور ما که در میان سایر دستگاه‌های فرهنگی تبلیغی از ویژگی‌های ممتاز و خاصی برخوردار است و در حوزه نفوذ، تاثیر و جذب مخاطب از قابلیت‌ها و ظرفیت بیشتری برخوردار است، نقشی حائز اهمیت و بی‌بدیل در ایجاد، گسترش و نهادینه شدن شادی و نشاط در جامعه دارند. در این پژوهش سعی بر آن است که به اهمیت و جایگاه شادی و نشاط بپردازیم و ابعاد، چالش‌ها و ظرفیت خلق آن در بستر رسانه ملی را مورد واکاوی قرار دهیم.

کلمات کلیدی: شادی و نشاط، رسانه ملی، شادی در اسلام، توسعه پایدار

۱- مقدمه

شادی چیست؟ چرا باید شاد باشیم؟ دلیل غیبت حضور شادی در جامعه ما چیست؟ ما تا چه اندازه با مبانی و دیدگاه‌های نظری شادی و نشاط آشنا و مانوس هستیم؟ دین اسلام چگونه به موضوع شادی پرداخته است؟ و برای اینکه مردم و جامعه شادتری داشته باشیم، چه باید کرد؟ نقش صدا و سیما در خلق و گسترش شادی آفرینی چیست؟ این تحقیق باب ورود به راهی در راستای یافتن پاسخ پرسش‌های فوق است و قصد دارد ما را به یک فهم عمیق‌تر از شادی و نشاط برساند و در ادامه به نقش قابل توجه رسانه ملی در ایفای شادی آفرینی مطلوب و تزریق آن به آحاد جامعه می‌پردازیم.

۲- یافته‌ها

۲-۱- تعریف شادی

شادی، خوشحالی یا خرسندی (Happiness)، یک حالت روانی است که در آن فرد احساس عشق، لذت، خوشبختی یا شاد بودن می‌کند.

تعاریف مختلفی از شادی ارائه شده است. در تعریف لفظی، شادی را خوشدلی، شادمانی، آرامش و مقابل اندوه و غم تعریف کرده و معادل های آن لغاتی همانند "بهجت"، "طرب"، "انبساط" و "فرح" دانسته اند [۱]. برخی فیلسوفان معتقدند که شادی همان مطلوب ماست و به تعریف نظری نیاز نیست.

۲-۲- تعاریف مختلف شادی

در اصطلاح تعاریف مربوط به شادی را می توان به سه دسته تقسیم کرد [۲]:

- ۱) تعاریف عاطفی: این تعاریف در حقیقت شادی مستقیم و بی واسطه را شامل می شوند که شامل احساسات و عواطف مثبت شبیه لذت و خوشی در یک لحظه خاص است. چنین احساساتی از طریق اظهار تمایلات قابل دستیابی هستند و هیچ گونه شناختی را شامل نمی شوند. به طوری که سامنر این وضعیت احساسی را به "احساس سرزندگی و شادابی روح" تعبیر کرده است.
- ۲) تعاریف شناختی: این تعاریف نتیجه فرایند ارزشیابی کنکاشی و اندیشه ای است و شادی به عنوان یک تصور، عقیده و ارزیابی مثبت نسبتا به کل زندگی تعبیر می شود. قضاوتی تقریبا متعادل و مبتنی بر استانداردها و انتظارات زندگی است و نتیجه آن، تصدیق اوضاع و شرایط زندگی بر اساس قیاس با وضعیت گذشته، وضعیت ایده آل و قیاس با وضعیت دیگران است.
- برخی اندیشمندان چون اشمپتزر، در این راستا بر فقدان آرزوهای تحقق نیافته تاکید می کنند و معتقدند شادی حالتی است که در آن شخص دیگر، آرزو، تمایل و خواسته ای ندارد.
- ۳) تعاریف ترکیبی: در این گونه تعاریف، شادی یک وضعیت روانی پیچیده، هم در بخش شناختی و هم در بخش عاطفی فرض می شود، یعنی فرد از یک سو ارزیابی توأم با شناخت از جنبه های متفاوت زندگی خود دارد و از سوی دیگر احساس عاطفی خوب و خوشایندی از زندگی در خود ایجاد می کند.

۲-۳- تاریخچه شادی

مطالعات خوشبختی یا مطالعات شادی (Happiness studies)، از سال های ۱۹۹۰ تا به امروز گسترش شروع و گسترش یافته است. به طرز شگفت انگیزی، اقتصاددانان بیشتر از روانشناسان و نیز بیش تر از جامعه شناسان در مقوله شادی کار کرده اند [۳].

با توسعه روانشناسی مثبت، طی دهه ۱۹۶۰، و از زمانی که جامعه شناسی عواطف یا امعه شناسی احساسات شکل گرفته است، به تدریج توجه روزافزونی به مسئله شادی به عنوان یه امر اجتماعی و فرهنگی گسترش پیدا کرده است به طوری که امروزه در گفتمان جامعه شناسی در سطح جهانی، مفهوم Happiness به عنوان یک مفهوم جامعه شناسانه، کاملا تثبیت شده است [۳]. به طور تاریخی این مقوله برای ادیان و متعلق به فلسفه است، یعنی صحبت از اینکه اصلا انسان شاد یا جامعه شاد و جامعه خوشبخت چه جامعه ای است و هم چنین مفهوم رستگاری و ... در رسالت های ادیان مطرح می شود. مفهوم رستگاری، فلاح و مفاهیم متعدد دینی که در الهیات و مباحث متافیزیکی بیان می شود، عموما این ایده را برای جامعه شناسی مطرح می کرد.

فیلسوفان از سقراط تا به امروز، همواره یکی از دغدغه هایشان مسئله خوشبختی انسان بوده و همگان فیلسوف بزرگی چون شوپنهاور را به عنوان فیلسوف شادی می شناسند. اگر کتاب ساده شده ی شوپنهاور با عنوان "در بابا حکمت زندگی" که مجموعه ای از اندرزا و آموزه های عمومی شوپنهاور است را مطالعه کنیم به خوبی متوجه می شویم که چرا شوپنهاور را فیلسوف شادی می نامند و تا به امروز هم فیلسوفان این بحث را ادامه داده اند.

شاید بتوان قدیمی ترین تعریف شادی را به افلاطون نسبت داد. افلاطون سه بعد برای روح انسان قائل است: استدلال، احساس و امیال. [۴]

اگر ما در اشعار فارسی خود اندکی به حافظه مان مراجعه کنیم، می بینیم که ما شاعرانی داریم مثل خیام یا حافظ که اینها شاعران شادی هستند و ما در تمام شعر کلاسیکمان شاید هیچ واژه ای بیش تر از مفهوم شادی یا خوشبختی وجود ندارد، به این دلیل که رایج ترین مفهوم شعر فارسی، مفهوم دوست داشتن یا عشق است که می خواهد مسئله شادی را مطرح کند.

بر اساس مطالب گفته شده، مسئله شادی و خوشبختی یک مسئله تاریخی و همیشگی انسان و جامعه ایرانی بوده است و البته امروزه در این سال ها، این مسئله با رویکردهای مختلفی از طریق رسانه ها، هنرها، سینما، فیلم و رمان و حوزه عمومی و از طریق مطالعات دانشگاهی در حوزه های مختلف روانشناسی، اقتصادی و جامعه شناسی و هم چنین علوم سیاسی در حال گسترش است.

۳- اهمیت شادی

احساس شادی و نشاط برای تمام نسل ها و از مهم ترین نیازهای بشری است. شادی موهبتی است که ارزش آن برای کسی که دچار گرفتاری ها و افسردگی ها شده، بیشتر است. شادی یک موضوعی کاملا فردی نیست و تا حدودی یکی از خواص جامعه است. شادی در یک جامعه تابعی از عواملی است که بیشتر در آن ها تجلی می یابد [۵].

نشاط موجب نگرش مثبت به زندگی، خودپنداری مثبت، نگرش مطلوب و رضایت آمیز به خود و دیگران، روابط اجتماعی متعادل، دوری از کینه و نفرت، انتخاب آگاهانه اهداف زندگی، افزایش موفقیت های زندگی، تمایل بیش تر برای کمک به دیگران، عملکرد بهتر شغلی، تحصیلی و تصمیم گیری بهتر می گردد.

اهمیت مقوله شادی تا آنجاست که از سال ۲۰۰۲، سازمان ملل برای تعیین توسعه یافتگی کشورها، متغیرهای نشاط، امید به آینده، خشنودی و رضایت مندی افراد جامعه را نیز به عنوان یک متغیر کلیدی وارد محاسبات خود کرده، به این صورت که اگر مردم یک جامعه احساس نشاط، خشنودی و رضایت مندی نکنند، نمی توان آن جامعه را توسعه یافته قلمداد کرد.

راسکین معتقد است که ثروتمندترین کشور، کشوری است که بیشترین افراد شاداب را در خود جای داده است [۶]. امروزه پیشرفت هر جامعه در گرو استفاده بهینه از نیروی انسانی آن جامعه است و یکی از مهم ترین اصول در حوزه مدیریت منابع انسانی، توجه به مقوله شادی و نشاط انسان هاست، زیرا انسان شاد، انسانی کارا، مبتکر، مولد و سازنده است و همین اعمال مثبت به سلامت فیزیکی و روانی او نیز کمک شایانی خواهد کرد.

بر این اساس در نظر گرفتن این مقوله در سیاست گذاری های فرهنگی، مستلزم شناخت و بررسی دقیق و علمی آن پدیده است.

۳-۱- اهمیت شادی در دین اسلام

امیرالمومنین (ع) می فرمایند: «المؤمن بشرة فی وجهه و حزنة فی قلبه»

مومن، شادی اش در چهره و حزنش در دل است و این سخن ایشان بیانگر آن است که شادی و نشاط در دین اسلام از جایگاه والایی برخوردار است [۷].

مقام معظم رهبری می فرمایند: «شادی لازم است و باید آن را برای مردم تامین کرد، منتها این کار برنامه ریزی می خواهد... در برنامه ریزی برای این کار هم حتما بایستی به جهت گیری آن توجه کرد. باید نگاه کنید ببینید ارزش ها اسلام و انقلاب چیست؛ این ارزش ها را به دست آورید؛ شوخی و خنده مان هم بایستی در این جهت باشد؛ کار روی افکار عمومی مردم همه باید در این جهت باشد» [۸].

متفکر معاصر، شهید مرتضی مطهری با رویکردی اسلامی و روانشناسانه می گوید: "سرور، حالت خوش و لذت بخشی است که از علم و اطلاع بر اینکه یکی از هدف ها و آرزوها انجام یافته یا خواهد یافت به انسان دست می دهد و غم و اندوه حالت ناگوار و دردناکی است که از اطلاع بر انجام نشدن یکی از هدف ها و آرزوها به انسان دست می دهد [۹]."

برآیند برداشت اندیشمندان مسلمان درباره شادی، آن است که شادی، ناط و شادمانی دسته ای از عواطف ارزشمندی هستند که خداوند به منظور حفظ بقای انسان در وجود او به ودیعه نهاده است.

در این هیاهوی رسانه ای، رسانه ها "ارزش های خبری" را صرفا در موضوعاتی چون جنجال و درگیری شهرت و امثالهم می بینند و ضریب می دهند. واضح است که در چنین فضایی، این خبرهای بد و حادثه های ناگوارند که معمولا پوشش داده و برجسته می شوند و کمتر خبری از خبر خوب و نشاط آور و امیدبخش به گوش می رسد و این دقیقا نقطه مقابل دیدگاه اسلامی است که شادی

و نشاط و امید را از خصوصیات یک جامعه زنده و پویا می‌داند، برای همین است که در اسلام مکرراً توصیه بر شادمانی است. این حدیث معروف امیرالمومنین (ع) هم موید همین موضوع است که اساساً جامعه دینی، جامعه مبتنی بر نشاط و شادمانی است [۹]. آنچه مقوله شادی و ابعاد گسترده آن را مهندسی می‌کند، فرهنگ است. فرهنگ فعلی، بر اساس الگوهای رفتاری مشخص است که توده‌های مردم در یک فرایند جامعه‌پذیری، آن را در قالب سنت و آداب و رسوم پذیرفته و نهادینه کرده‌اند. اما در میان عوامل موثر در جهت‌گیری و تغییرات فرهنگی، اهمیت نقش رهبران و سیاست‌گذاران، پررنگ و تعیین‌کننده است.

با عنایت به اینکه مقام معظم رهبری، شخصیتی چندبعدی دارند و در میان این وجوه مختلف، چهره فرهنگی و دیدگاه‌های بدیع و کاربردی ایشان در عرصه مهندسی فرهنگی جامعه، برجسته و متمایز است و از سوی دیگر ایشان به عنوان یک رهبر دینی، سبک خاصی از زندگی را معرفی می‌کنند و در این راستا، الگوهای رفتاری خاصی را هم تجویز می‌کنند، پس شناخت الگوهای رفتاری از منظر حضرت آقا هم نقش مهمی را در مهندسی فرهنگی جامعه ایفا می‌کنند. فرهنگ تفریح و شادی کردن هم یکی از موضوعات مهم است.

۴- چشم اندازهای نظری شادی

درون مایه: روانشناختی نظریه/ رویکرد: شادی سلینگمن

سه منبع شادی عبارتند از: (۱) لذایذ زندگی (۲) دل بستگی‌های زندگی (۳) کارهای مفید و هدفمند. خوشبختی واقعی زمانی حاصل می‌شود که افراد به این سه منبع شادی دست یافته باشند.

درون مایه: روانشناختی نظریه/ رویکرد: شادی آرگایل [۱۰]

آرگایل (۲۰۰۱) شادکامی را دربرگیرنده سه جز خوشحالی یا سرور (هیجانان مثبت)، راضی بودن از زندگی و نبود افسردگی و اضطراب (عواطف منفی) می‌داند و به همراه هیلز از دو نوع شادکامی سخن می‌گوید.

نوع نخست شادکامی از رهگذر شرایط محسوس زندگی نظیر زناشویی، تحصیل، شغل و امکانات مالی و رفاهی به دست می‌آید که شادکامی عینی نامیده می‌شود؛ و نوع دیگر، متأثر از حالات درونی و ادراکات شخصی فرد است که از آن به عنوان شادکامی ذهنی یاد می‌کنند.

درون مایه: روانشناختی نظریه/ رویکرد: شادی وینهون [۱۱]

شادمانی به قضاوت‌های فرد از درجه یا میزان مطلوبیت کیفیت کلی زندگی اش اطلاق می‌شود. شادمانی به این معنی است که فرد چقدر زندگی خود را دوست دارد؟ زندگی مطلوب را چه می‌بیند، این زندگی چگونه انتظاراتش را برآورده می‌کند، و غیره (وینهون ۱۹۹۷). شادی در سطح کلان به کیفیت جامعه و عواملی مانند سلامت، عدالت و آزادی وابسته است؛ و سیاست اجتماعی می‌تواند ارتقا دهنده این شرایط باشد. در سطح میانی به کیفیت‌های نهادی مانند استقلال یا مراقبت‌های نهادی وابسته است؛ اصلاح سازمانی می‌تواند برخی نهادها را بهبود بخشد. در سطح خرد شادی وابسته به توانایی‌های شخصی مانند کارآمدی، استقلال و مهارت‌های اجتماعی است. تحصیلات و درمان نیز می‌تواند ارتقا دهنده مهارت‌های مذکور باشد.

درون مایه: جامعه‌شناختی نظریه/ رویکرد: آگوست کنت [۱۲]

سعادت و آسایش مدنظر کنت نقطه ارجاع نهایی پوزیتیویسم (اثبات‌گرایی) است. بینش کنت در حوزه شادی مبتنی بر آن است که شادمانی نیازمند دانشی نظام‌دار از جهانی است که ما در آن زندگی می‌کنیم؛ به ویژه در مورد اموری که می‌توانیم کم و بیش آن‌ها را تغییر دهیم. خوش بینی پوزیتیویسم با شادمانی پیوند خورده است؛ و پس از چیره شدن بر بحران‌های اخیر، دوره اثبات‌گرایی بعدی، دوره شادمانی خواهد بود.

درون مایه: جامعه‌شناختی نظریه/ رویکرد: امیل دورکیم [۱۳]

با توسعه بی‌هنجاری در جوامع مدرن، که در نتیجه افزایش تحرک اجتماعی و نیز تغییرات الزام‌آور افزایش یافته است، شادمانی در جامعه کاهش می‌یابد و مواردی از قبیل خودکشی توسعه بیشتری پیدا می‌کنند. دورکیم با تأکید بر نقش روابط و همبستگی‌های اجتماعی در کاهش معضلات اجتماعی دارد، معتقد است که این روابط از دو طریق حاصل می‌شوند:

(۱) عضویت داوطلبانه در انجمن ها و موسسات

(۲) عضویت در یک مجمع مذهبی یا مشارکت های مذهبی

این دو رابطه به دو دلیل شادی را افزایش می دهند:

نخست آنکه عضویت در این انجمن ها نظمی اجتماعی ایجاد می کند؛

دوم آنکه، ترکیبی متعالی_ معنوی ایجاد می شود که از آن طریق، تجمع نیروهای اعتقادی و عملی انسان ها به احساس جمعی برای فهم جنبه های مختلف زندگی مبدل می شود.

درون مایه: جامعه شناختی نظریه/رویکرد: گئورگ زیمل [۱۴]

زیمل شادی را یک حالت کلی ذهن می داند که به توصیف شخصیت عاطفی انسان می پردازد. زیمل شادی را انعکاس حرکت مستمر زندگی توصیف می کند که در ورطه زندگی می افتد. موضع زیمل در برابر شادی موضعی دوگانه است که از یک سو شادی را به عنوان یک هدف می نگرد که آدمی به دنبال آن است و از سوی دیگر، شادی را کیفیت عمل و حالتی از ذهن می بیند که فرد در ارتباط با خودش دارد.

درون مایه: جامعه شناختی نظریه/رویکرد: بسط و ساخت فردریکسون [۱۵]

فردریکسون (۲۰۰۲) در مورد نظریه بسط و ساخت و ارتباط آن با شادی معتقد است که هیجانان مثبت همچون شادی به مسابقه "نه هیچ نه همه" منجر می شود. او نظریه بسط و ساخت را با توجه به همین هیجانان مثبت ارائه کرد و بیان داشت که این عواطف نه تنها پیام آور سلامت شخصی هستند، بلکه باعث رشد و تکامل نیز می شوند. عواطف منفی بسیاری، هم چون اضطراب یا خشم، زمینه تفکر عمل لحظه ای افراد را به شدت محدود می کنند؛ به نحوی که به کارهایی مبادرت می ورزند که ثمره اش حمایت از خود است، نه چیز دیگر. در مقابل عواطف مثبت، شکل های تفکر عمل لحظه ای فرد را بسط و گسترش می دهند و موقعیت هایی را برای ساختن منابع پایدار شخصی از طریق ابداع ماریچ هیجان مثبت، شناخت و عمل فراهم می سازند.

درون مایه: جامعه شناختی نظریه/رویکرد: نظریه ساختاری هالرو هادلر [۱۶]

ماکس هالرو و مارکز هادلر، در بحث تاثیرات ساختارها بر هیجانان و به طور خاص شادی، چهار حوزه مرتبط با هم را از یکدیگر متمایز کرده اند:

(۱) شبکه ها و روابط اساسی شخصی (بافت اجتماعی خرد)

(۲) همبستگی ها و وابستگی های اجتماعی- فرهنگی و نوع دوستی (بافت اجتماعی خرد)

(۳) مشارکت ها و موقعیت های شغلی و وضعیت پایگاه اجتماعی (بافت اجتماعی خرد)

(۴) بافت نهادی و کلان اجتماعی- سیاسی (بافت اجتماعی کلان)

این نظریه مبتنی بر این اصل است که درجه توسعه یافتگی جوامع به لحاظ اجتماعی- سیاسی و حتی اقتصادی و فرهنگی، بسترهای ایجاد شادی را فراهم می کند.

درون مایه: جامعه شناختی نظریه/رویکرد: نظریه اعتماد گیدنز [۱۷]

گیدنز بر این باور است که مدرنیته احتمال خطر را در بعضی حوزه ها کاهش داده، اما خطرات و ناامنی های دیگری را جایگزین ساخته است. از جمله عوامل تهدید کننده شادمانی در نظر گیدنز عبارتند از: تهدیدهای خشونت آمیز ناشی از صنعتی شدن، جنگ، مترازل شدن ریشه های اعتماد به نظام های انتزاعی و احساس ناامنی و اضطراب وجودی.

همچنین از عوامل تامین کننده شادمانی از نظر گیدنز می توان از اعتماد همراه با احتیاط نسبت به نظام های انتزاعی، اعتماد و وانهی امور زندگی به دست نظام های تخصصی و دگرذیسی صمیمیت و شکل گیری رابطه ناب نام برد. بر این اساس گیدنز، احساس ناامنی را به مثابه یکی از عوامل تهدید کننده شادی مطرح می کند و نبود امنیت و ترس از تهدید را عاملی می داند که اعتماد را از دیگران سلب می کند و موجب می شود کنشگران نسبت به ادعای صداقتی که افراد در کنش های خود بروز می دهند، دچار شک شوند.

درون مایه: اقتصادی نظریه/ رویکرد: شرایط عینی [۱۷]

این گروه از نظریه های شادی بر میزان و چگونگی تاثیر عوامل عینی و بهبود شرایط مادی بر سطح شادمانی شهروندان پرداخته اند؛ پول مردم را شاد می سازد، مشروط بر آنکه خیلی فقیر باشند و یا در کشورهای خیلی فقیر زندگی کنند. همچنین داشتن خانه، شغل، همسر و سلامتی منابع دیگر شادی اند.

اینگلهارت در این رابطه، تغییر در شرایط حیات عینی انسان ها را به دو بخش کوتاه مدت و بلند مدت تقسیم و بیان کرده است که تغییر وضعیت عینی در کوتاه مدت ممکن است احساس آنی رضایت یا نارضایتی به دنبال داشته باشد، اما در بلند مدت با بالارفتن سطح امنیت اقتصادی و جانی افراد، به مرور اهداف فرامادی جای اهداف مادی را می گیرند؛ و در این شرایط، سطح بالای درآمد نقش خود را در بالا بردن سطح شادمانی افراد از دست می دهد.

۵- سلسله مراتب نیازهای مازلو (هرم مازلو)

آبراهام هرولد مازلو متولد اول آوریل ۱۹۰۸، در بروکلین نیویورک، روانشناس انسانگرایی آمریکایی است. او امروز به جهت ارائه نظریه "سلسله مراتب نیازهای انسانی" یعنی "هرم مازلو" مشهور گشته است.

مازلو هم چنین به عنوان پدر روانشناسی انسانگرا شناخته می شود. در سال ۱۹۵۴ کتاب "انگیزش و شخصیت" را درباره سلسله مراتب نیازها منتشر کرد. سلسله مراتب مازلو راه جالبی را برای نگریستن به رابطه میان انگیزه های آدمی و فرصت هایی که محیط عرضه می کند، فراهم می آورد.

انگیزه ها تمایلاتی هستند که هدف غایی آن ها حفظ بقاست. آبراهام مازلو مدل خود را درباره انگیزش انسان، بر مبنای تجربه کلینیکی خود در سال ۱۹۴۳ ارائه داد. نیازهای این سلسله مراتب به ترتیبی که باید ارضا شوند، عبارتند از:

(۱) نیازهای جسمانی (فیزیولوژیکی)

(۲) نیازهای ایمنی

(۳) نیاز به عشق و محبت

(۴) نیاز به احترام

(۵) نیاز به خودشکوفایی

این نظریه بر پنج فرض عمده درباره ماهیت انسان مبتنی است:

(۱) اصل منسجم بودن وجود انسان

(۲) اصل موقتی بودن ارضای نیاز

(۳) اصل تنوع نیازهای آگاهانه انسان

(۴) اصل کاهش شدت نیاز ارضا شده

(۵) اصل توالی

بنابراین، الگوی های کلی چون این نظریه وجود دارند که می توانند در احساس شادی ما موثر باشند.

۶- مدل شادی شلدون و لیوومیرسکی (مدل شادی پایدار)

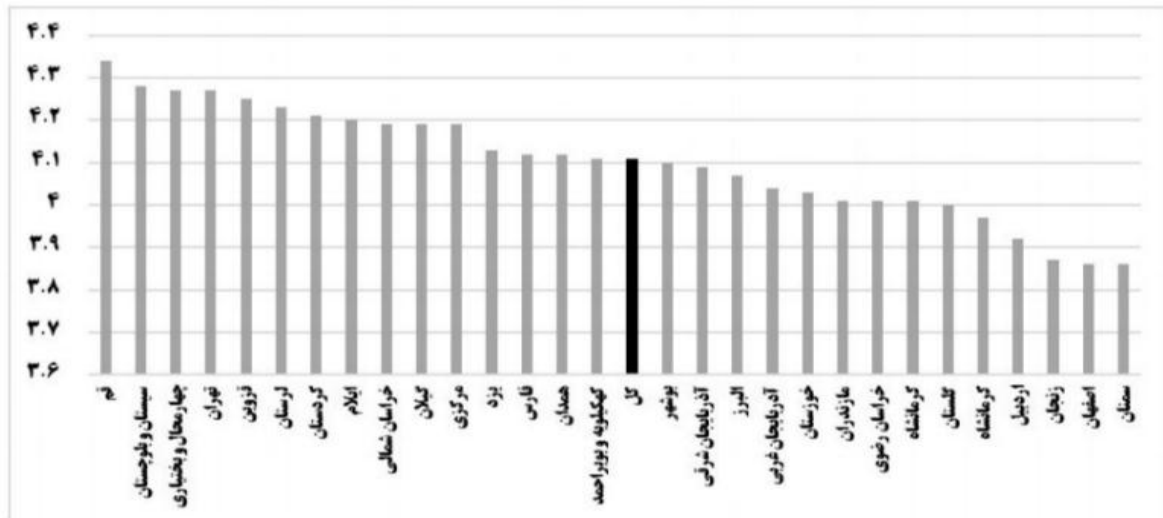
شلدون و لیوومیرسکی (۲۰۰۴)، سه مولفه کلیدی را در شادکامی موثر می دانند که عبارتند از:

نقطه تثبیت (self-point)، شرایط زندگی (life circumstance) و فعالیت های ارادی (intentional activities).

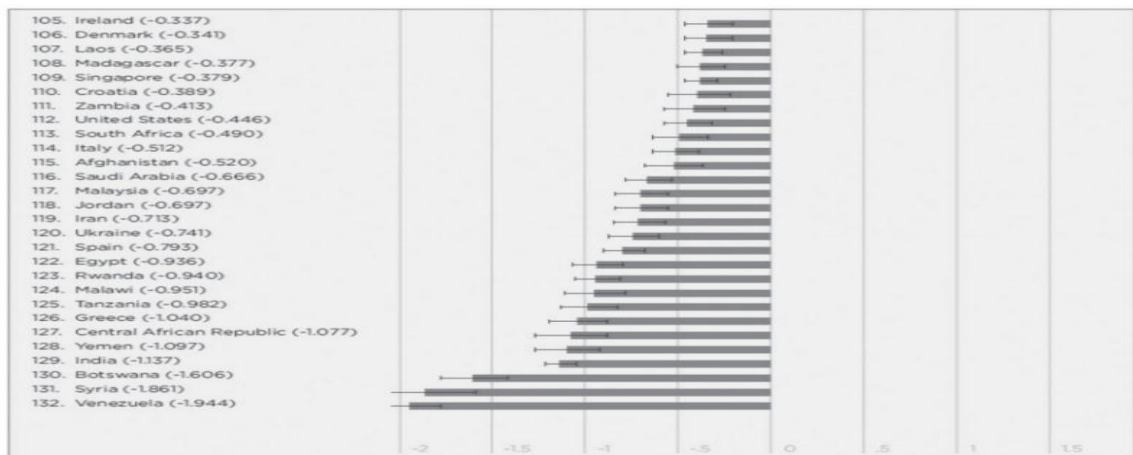
نقطه تثبیت به ویژگی های ژنتیکی و شخصیتی فرد اشاره دارد. شرایط زندگی در بردارنده متغیرهای جمعیت شناختی مانند سن، وضعیت تاهل، وضعیت استقلال و درآمد، تسهیلات و خانواده و مذهب است و فعالیت های ارادی، به فرآیندهای تلاش مدار و هدفمند زندگی فرد اشاره دارد و در برگیرنده جنبه های شناختی (مانند داشتن نگرش های مثبت و کمال گرا)، رفتاری (مانند ابراز علاقه به دیگران یا ورزش کردن) و خواست های ارادی (مانند تعیین و دنبال کردن هدف های شخصی معنی دار) است.

شلدون و لیوبومیرسکی (۲۰۱۳) به همراه بوهم، این مدل را مدل شادی پایدار (SHM)، معرفی نموده اند و میزان تاثیر هر کدام از مولفه ها را در تبیین شادکامی به ترتیب ۵۰ درصد، ۱۰ درصد و ۴۰ درصد گزارش نموده اند. بر اساس این مدل، فقط ۱۰ درصد منبع شادی ما انسان ها وابسته به عوامل خارج از ماست. خوشحالی را از درون خود جستجو کنید.

۷- گزارش های نموداری از وضعیت شادی در ایران و سایر کشورهای جهان



شکل ۱- میانگین شادکامی استان ها در مقایسه با میانگین کل کشور- پیمایش شادی، ۱۳۹۸



شکل ۲- جایگاه ایران در تغییرات میزان شادی در ده سال اخیر بر اساس گزارش جهانی شادی ۲۰۲۰

۸- مقایسه شادی و نشاط در ایران و سایر کشورهای جهان

چرا بعضی از مردم و کشورها شادتر از سایر مردم و کشورها هستند؟ این پرسشی است که سالیان طولانی، اندیشمندان مختلف در حوزه روانشناسی، فلسفه، جامعه شناسی، مطالعات فرهنگی، روانشناسی اجتماعی و حتی تاریخ و علم اقتصاد هم با آن درگیر شده اند [۱۸].

آن چیزی که به عنوان حاصل تحقیقات حوزه های مختلف علمی، در این زمینه می توان گفت عبارت است از اینکه، شادی دارای دو منبع متفاوت و بهم پیوسته است: منبع درونی و منبع بیرونی (محیط اجتماع).

بنابراین با توجه به این نکات، وقتی درباره شادی صحبت می کنیم، باید با نوعی بینش جامعه شناختی، مسئه احساس شاد یا ناشاد بودن در یک جامعه را تحلیل و توصیف کنیم. این بینش جامعه شناسانه به ما می گوید، همه اشکال احساسات و عواطف از جمله احساس شادی نوعی بر ساخت اجتماعی است. یعنی احساسات مانند کالاها و رخدادها، در نتیجه فرآیندهای اجتماعی و شرایط مادی و غیرمادی و تعاملات ما شکل می گیرند و این گروه ها و جوامع هستند که نوع احساسات و شیوه بیان و ابراز و محتوای آن را تعیین می کنند و از این نظر جوامع با یکدیگر متفاوت هستند. شاد بودن یا نبودن تابعی است از گفتمان های حاکم یا رایج در جامعه. مفهوم

گفتمان می تواند به ما کمک کند تا ببینیم مردم ایران در دوره های تاریخی مختلف شادی را چگونه تجربه کرده اند، چه امکانات و فرصت هایی برای شاد بودن داشته اند و چه تغییراتی در کیفیت و نوع زندگی ما به وجود آمده است.

الگومندی برساخت اجتماعی احساس شادی به ما اجازه می دهد که به سادگی بین شادی، به عنوان امر اجتماعی نه فردی، و دیگر ابعاد زندگی اجتماعی کلان مانند ساختارهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نوعی تعامل ببینیم.

در باب تاثیر میزان توسعه یافتگی کشورها، در میزان شاد بودن مردم آن ها، باید اشاره کنیم، شادی به مثابه یک نوع میدان احساسی یا عاطفی، اهمیت بسیاری در جامعه امروز دارد. مردم در هر کجا که هستند توسعه یافتگی، ژرفای و هر عنوان کلی دیگر را بر اساس معیار شاد بودن خود می سنجند. امروزه جامعه ای پیشرفته تر است که مردم آن شادترند و جامعه ای عقب مانده تر است که مردم آن ناشادترند.

از این دیدگاه ما باید نقشه توسعه جهان و جوامع را بر اساس نقشه شادی یا ناشادی ملت ها ترسیم کنیم. مردم در میدان شادی بر سر به دست آوردن بهترین و بیشترین شادی ها مبارزه می کنند.

۹- شادی و رسانه ملی

یکی از کارکردهای اصلی که برای رسانه ها، به ویژه تلویزیون در عصر حاضر بر می شمارند رویکرد سرگرمی و تفریح است [۱۹]. هارولد لاسول و چارلز رایت، معتقدند رسانه ها دارای چند کارکرد هستند:

(۱) کارکرد نظارت بر محیط (نقش خبری)

(۲) ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط (نقش ارشادی)

(۳) انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی)

(۴) سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت

به نظر می رسد کارکرد سرگرمی و تفریح، یکی از کارکردهای اصلی رسانه ای مثل تلویزیون شده است. زبان تلویزیون با سرگرمی و تفریح نسبت نزدیکی دارد و اگر این ماهیت را از تلویزیون بگیریم ماهیت او دگرگون می شود و نیز به دلیل سرعت و پیچیدگی زندگی انسان و عوامل مختلف، شادی، نشاط، تفریح و سرگرمی، جایگاه ویژه ای در زندگی انسان ها پیدا کرده اند و انتظار مخاطب تلویزیون در این حوزه، بیش از سایر رسانه ها و از کارکردهای اصلی و مهم این رسانه است.

از منظر آسیب شناسی، می توان بیان داشت شماری از آسیب هایی که رسانه ملی در موضوع شادی و نشاط با آن رو به روست، را می توانیم چنین برشماریم [۲۰]:

(۱) نبود طرح جامع برای توسعه شادی و نشاط در رسانه ملی

(۲) نداشتن بی علاقه و تمایل نداشتن برنامه سازان به این مقوله

(۳) تولید مقطعی و محدود برنامه های شاد

(۴) در دست نداشتن الگویی برای تولید برنامه های شاد

(۵) کمبود نیروی انسانی توانمند در تولید برنامه های شاد و طنز

(۶) اثرپذیری و الگوبرداری غیرحرفه ای از رسانه های کشورهای دیگر با بستر فرهنگی متفاوت و ...

۱۰- نتیجه گیری

(۱) یکی از علل گسترش افسردگی ها و ناشادی ها در جامعه امروز، نداشتن شناخت نظری درست از شادی است. لذا از گام های ضروری برای گسترش شادی داشتن "دیدگاه نظری مناسب" در این زمینه است.

(۲) همانطور که اشاره کردیم شادی به مثابه یک برساخت اجتماعی حاصل تعامل میان عاملان و ساختارهاست. مردم زمانی لبخند می زنند و احساس شادی پایدار را تجربه می کنند که شاخص های توسعه پایدار اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در جامعه ارتقا پیدا کند و در واقع شادی پایدار میوه اصلی توسعه پایدار است. شادی حاصل یک امید اجتماعی پایدار است.

۳) دفاع از ایده های شادی آفرین و تلاش برای ابداع و خلق محرک ها، حس ها و شکل های جدیدی برای ابراز شادمانی و تقویت شادی، همراه با تلاش برای تغییر شرایط محیطی در راستای تحقق شادی، گامی مهم در شادی زائی در جامعه خواهد بود.

۴) در شرایط کنونی، با توجه به جایگاه شبکه ها و رسانه های اجتماعی و تسریع جریان و تبادل خبر و رویداد، آشنایی بیشتر همراه با تبلیغ و ترویج فرآورده های شادی آفرین فرهنگ ملی، تلاش های سرکوب گرانه شادی ستیزان را بی اثر و یا کم اثر خواهد کرد. در این راستا بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) رسانه ملی باید "قرارگاه امیدپراکنی" در جامعه امروز کشور ما باشد.

۵) برداشتن موانع مادی و معنوی شادی ستیزانه چون فقر، بیکاری و دیگر ناهنجاری های اقتصادی و اجتماعی که عدم رضایت از زندگی و فقدان آرامش را به همراه داشته اند. برای نمونه یکی از دلایل گرایش به سوی اعتیاد و برخی دیگر از ناهنجاری های اجتماعی، فقدان رضایت از زندگی و احساس آرامش است. به ویژه جوانان برای احساس رضایت و آرامش به مواد مخدر و داروهای "شادی آفرین"، روی می آورند. گذرا و موقتی و زیانبار بودن این نوع احساس رضایت و آرامش علاوه بر اعتبار به مواد مخدر، یاس، نومییدی و افسردگی و پیامدهای افسردگی (از جمله خودکشی) به همراه داشته است.

۶) عمده ترین عواملی که نشاط انسان را در زندگی از وی سلب می کند و باعث اضطراب، افسردگی و انواع اختلالات روانی در فرد می شود، افتادن در دام غرایز، احساس پوچی و بی معنایی و درماندگی در برابر حوادث و بحران های زندگی است. چه دستورات فردی و چه دستورات اجتماعی اسلام همگی بر اساس رضایت، شادی، نشاط و تحرک است. پس وجود خودمان را با عشق به خداوند و راز و نیاز و مناجات سرشار از عشق و شادی و نشاط کنیم.

در نهایت لازم به ذکر است، سیاست گذاری علمی و مدون سازی اولویت ها در حوزه شادی و نشاط اجتماعی، از اهمیت فراوانی برخوردار است. ارتقا و بهبود وضعیت شادی در سطح جامعه نیز مدیون عملکردهای علمی و پژوهشی و اولویت یافتن تحقیق در این حوزه است. به طوری که در سطح کلان، باید پروژه های متعددی به منظور تعریف ابعاد، تدوین مولفه ها و ابعاد، نظریه پردازی درباره شرایط ایجاد شادی و مدل سازی و شاخص سازی در راستای نشاط و شاد زیستی تعریف و اجرا شوند. به عبارت دیگر باید مقوله شادی را بر مبنای ظرفیت های داخلی و خارجی، خواست مردم و تجارب موفق و مطلوب جهانی، به شکل جامعه در راستای فرهنگ ایرانی و اسلامی و شواهد و قرائن موجود در جامعه، مفهوم سازی و شاخص سازی معتبری در این حوزه تدوین کرد. در عین حال باید ساز و کارهای اجرایی معتبری در جهت سنجش وضع موجود شادزیستی در جامعه طراحی کرد و از نتایج آن در برنامه ریزی ها و سیاست گذاری های محلی و ملی بهره برد. محلی گرایی در برنامه های شاد، تشکیل اجتماعات هویت بخش و تمرکز بر نشاط حقیقی و آموزه های دینی شادی نیز از دیگر راهبردهای ارتقای پایدار شادی و نشاط اجتماعی است [۲۱].

هم چنین با توجه به شرایط کنونی و جایگاه شبکه ها و رسانه های اجتماعی، تسریع جریان و تبادل خبر و رویداد که آشنایی بیشتر آحاد جامعه همراه با تبلیغ و ترویج فرآورده های شادی آفرین فرهنگ ملی، می تواند تلاش های سرکوب گرانه شادی ستیزان را بی اثر و یا کم اثر کند و نیز با توجه به قابلیت ها و ظرفیت های فراوان رسانه ملی و تعدد و تنوع مخاطبان، شبکه ها و برنامه های آن، نیاز به الگویی برای شادی آفرینی مطلوب به شدت احساس می شود و لازم است رسانه ملی اولویت ساخت برنامه های خود را به خلق و توسعه شادی و نشاط در جامعه اختصاص دهد و به اهمیت شادی آفرینی مطلوب توسط این رسانه توجه ویژه ای شود. لذا نیاز است در این راستا، اقداماتی از قبیل، تهیه برنامه جامع و مستمر که قابلیت اجرایی شدن داشته باشد، تخصیص منبع مالی مناسب، بهره گیری از ایده های نخبگان و صاحب نظران در این حوزه و نیز با تبیین و اعمال حدود شرعی، قانونی، عقلی و عرفی طنز به طراحی برنامه های متنوع شاد بپردازد.

۱۱- قدردانی

بدینوسیله مراتب سپاس و قدردانی صمیمانه ام را از جناب آقای دکتر عباس علی سلیمانی، استاد محترم ابراز می کنم. هم چنین از استاد گرانقدر، جناب آقای دکتر مجتبی صمدی، که مطالب زیادی از حضور ایشان آموختم، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

۱۲- مراجع

۱. عمید، حسن (۱۳۹۳)، فرهنگ فارسی عمید، تهران، موسسه انتشارات امیرکبیر.
۲. ربانی خوراسگانی، رسول؛ علی ربانی، محمدرضا عابدی و محمد گنجی (۱۳۸۶)، "فرهنگ و شادی: رویکردی نظری و تجربی در زندگی روزمره سرپرستان خانوار در شهر اصفهان"، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۳، شماره ۸، ص ۴۱-۷۸.
3. Diener, E. (1984). Subjective well – being. Psychology Bullrtin, 95, 542-575.
۴. آیزنک، مایکل (۱۳۸۷، ۱۳۷۵)، روان شناسی شادی، ترجمه مهرداد فیروزبخت و خشایار بیگی، تهران: بدر.
۵. مقدسی، علی اصغر و شفیعه قدرتی (۱۳۹۰)، "بررسی نقادانه نظریه های جامعه شناسی عواطف، جانانات ترنر، تئودور کمپر و ادوارد لاولر"، جامعه شناسی کاربردی، شماره ۲۴، ص ۱۴۳-۱۶۶.
۶. مظفر، حسین (۱۳۷۹)، "اثر نشاط روحی بر شکوفایی فرد"، تربیت، شماره ۷.
۷. نهج البلاغه، حکمت ۳۳۳.
۸. زندگی بهشتی زندگی با لبخند، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی سید علی خامنه ای، بیانات در دیدار مسئولان سازمان صدا و سیما، ۸۳/۰۹/۱۱.
۹. مطهری، مرتضی، مقالات فلسفی، ج ۲، ص ۶۶.
۱۰. آرگایل، مایکل (۱۳۸۳-۱۳۸۶)، روانشناسی شادی، ترجمه فاطمه بهرامی و همکاران، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.
11. Veenhoven, R. (1995). The unity of happiness, social indicator research, No.20.
۱۲. موسوی، سید محسن (۱۳۹۲)، شادمانی، رویکردهای نظری و یافته های تجربی، تهران: انتشارات سینا.
۱۳. کارگر، سعید؛ محمد تقی ایمان و محمد تقی عباسی شوازی (۱۳۹۷)، "رابطه سبک زندگی فراغتی و دینی با شادمانی اجتماعی" (مورد مطالعه: دانش آموزان دبیرستانی شهر جهرم)، راهبرد فرهنگ، شماره ۴۴، ص ۱۷۰ تا ۲۱۰.
14. Zingerel, A. (2000). Simmel on Happiness, Jornal of Happiness Studies, 1.
15. Fredrickson, B. L. (2002). Happiness. (2008/02/15).
۱۶. نجف آبادی، اعظم و عزت الله سام آرام (۱۳۹۰)، "بررسی میزان احساس شادی زنان جوان (۱۵-۲۴ ساله) شهر اصفهان با تاکید بر میزان برخورداری از حقوق شهروندی"، مطالعات جامعه شناسی، دوره ۳، شماره ۱۱، ص ۵۱-۶۸.
۱۷. چلبی، مسعود و سید محسن موسوی (۱۳۸۸)، "بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر شادمانی در سطوح خرد و کلان"، مجله جامعه شناسی ایران، دوره ۹، شماره ۱ و ۲، ص ۳۴-۵۷.
۱۸. اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.
۱۹. باختین، میخائیل (۱۳۸۰)، سودای مکالمه، خنده، آزادی، ترجمه محمد جعفر پوینده، تهران: نشر چشمه.
۲۰. خبازی، مجید، مدیریت پیام در حوزه شادی و نشاط از طریق رسانه ملی، بازتاب اندیشه شماره ۱۵، ۱۳۹۲.
۲۱. حسینی زاده، سید سعید، گزارش رصد فرهنگی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، مرکز رصد فرهنگی کشور، وضعیت نشاط اجتماعی در ایران، رصد پیمایش های ملی انجام شده در حوزه نشاط در سه دهه اخیر، دوره ۱۰، تابستان ۱۴۰۰.
۲۲. آقابابایی، ناصر (۱۳۹۴)، نقش واسطه ای هدف در زندگی در رابطه جهت گیری دینی با شادی و رضایت از زندگی، نشریه اسلام و پژوهش های روانشناختی، دوره ۱، شماره ۲ (پیاپی ۲)، ص ۷۷-۹۲.
۲۳. باقری خلیلی، علی اکبر، (۱۳۸۶)، "شادی در فرهنگ و ادب ایرانی"، فصلنامه مطالعات ملی، دوره ۳۰، شماره ۲، ص ۵۳-۸۱.
۲۴. پاکروان مولود (۱۳۹۴)، "ارزش اقتصادی شادی"، تجارت فردا، شناسه خبر ۹۳۷۳ (۱۳۹۴/۰۷/۰۴).
۲۵. خوشفر، غلامرضا؛ حیدر جانعلی زاده چوب بستنی، فاطمه اکبرزاده، فاطمه و حمیده دهقانی (۱۳۹۴)، "سرمایه فرهنگی و شادی جوانان"، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۱۱، شماره ۳۸، ص ۸۹-۱۲۰.

۲۶. شریف زاده، حکیمه السادات، سید احمد میرمحمد تبار و صمد عدلی پور (۱۳۹۶)، "بررسی عوامل موثر بر نشاط اجتماعی در ایران" (فرا تحلیلی از تحقیقات موجود)، راهبرد فرهنگ، شماره چهارم، ص ۱۵۹-۱۸۰.
۲۷. مظفر، حسین (۱۳۷۹)، "اثر نشاط روحی بر شکوفایی فرد"، تربیت، شماره ۷.

28. The Science of Happiness. Time, January, 17, 2005-1.
29. Brulde, B. (2006), happiness theories of the good life, Journal of happiness Studies, no. 7.
30. Fredrickson, B. L. (2002). Happiness. (2008/02/15).
31. Glatzer, w. (2000). Happiness: classic theory in the light of current research, Journal of Happiness Studies, no. 1.