فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۲(۲(۴۶))، ۷۰-۴۹
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran،
Civilica، RICeST، Ensani
شاپا: ۲۸۷۰-۲۳۴۵

بررسی رابطه بین نظام اطلاع رسانی شهرداری تهران و استفاده از مشارکت نخبگان در ایجاد شهر شاد

محسن احمدی — گروه مدیریت رسانه‌ای، دانشکدهٔ علوم انسانی و هنر، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران
حمیدرضا حسینی دانا* — گروه مدیریت رسانه‌ای، دانشکدهٔ علوم انسانی و هنر، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران

چکیده

با گسترش شهرنشینی و رشد شتابزده کلان‌شهرها، سطح رفاه، کیفیت زندگی و شادمانی کاهش یافته و فضاهای شهری ماهیت و کیفیت مطلوب خود را از دست داده است. شادی و نشاط حق شهروندان است و مدیریت شهری نمی‌تواند نسبت به آن بی‌تفاوت باشد هرچند که مسئولیت آن تنها بر عهده مدیریت شهری نیست و نهادهای مختلف بویژه مشارکت فعال مردم به خصوص نخبگان در این حوزه نقش‌آفرینی می‌کنند لذا ایجاد شهر شاد، با همگرایی مدیریت شهری، نهادهای علمی و متخصصان امر و مشارکت مردمی امکان‌پذیر است. مطالعه بررسی رابطه بین نظام اطلاع رسانی شهرداری تهران و استفاده از مشارکت نخبگان در ایجاد شهرشاد با رهیافت کیفی (تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی) هدف پژوهش حاضر است. در این راستا، ۱۰۰ منبع چاپی و دیجیتالی در حوزه مدیریت شهری و شهرشاد با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی از نوع هدفمند برای این تحقیق انتخاب شدند. همچنین برای تکمیل داده ها از خبرگان مصاحبه به عمل آمد. روش پژوهش کیفی و از تکنیک فیشها، فرم ها و جداول محقق ساخته ای و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نظام مقوله ای استقرایی و با استفاده از مقوله‌های حاصل از مراحل کدبندی (باز، محوری و گزینشی) الگوی مفهومی به‌دست آمد و در نهایت برای بررسی برازش مدل مفهومی پژوهش با توجه به داده‌های مشاهده شده تحقیق از نتایج تخمین استاندارد استفاده شد.

یافته‌های پژوهش نشان داد، شبکه اطلاع‌رسانی مناسب می‌تواند با ایجاد جاذبه جهت حضور طیف‌های مختلف سنی، امکان حضورگروه‌های جنسیتی مختلف (مرد، زن)، مطابقت با عادات و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی، استفاده ازمشارکت عمومی در پیشبرد اهداف، تقویت شبکه های مروج نشاط اجتماعی، تشویق مردم به عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم نهاد، تدوین و نشر سند نشاط اجتماعی با استفاده از دیدگاه‌های نخبگان آشنا با فرهنگ و هویت مردم، و اجرای طراحی جشن‌های شاد و فرهنگی، بهره‌بردن از شرایط موجود و روی آوردن به سمت طبیعت برای ایجاد تفریحات و سرگرمی‌های سالم، تغییراتی در ارتباطات میان فردی بین نخبگان، هنرمندان و متخصصان مردمی در فضای واقعی و مجازی و نقش تعاملی بین نخبگان با بازنشستگان نخبه و مسولان مدیریت شهری ایجاد کنند و منبع گسترده‌ای برای دسترسی به اطلاعات، بازیابی و اصلاح اطلاعات، مشارکت و مبادله اطلاعات، عقاید، تجربه و توسعه روابط شخصی فعال بین شهروندان، نخبگان، هنرمندان، متخصصان و بازنشستگان نخبه مدیریت شهری و مسئولان در این حوزه گردد.

کلمات کلیدی: نظام اطلاع‌رسانی، شهر شاد، نخبگان، شهر خلاق، نشاط اجتماعی، امنیت و تعلق اجتماعی.

*نویسنده مسئول: z.zarabadi@srbiau.ac.ir

مقدمه

یکی از موارد مهم فرآیند شهرنشینی در دوران معاصر، شکل‌گیری و گسترش سریع جمعیتی و کالبدی کلان‌شهرها می‌باشد که بخش اعظم آن در کشورهای درحال توسعه بوده است. امروزه محیط زندگی انسان مدرن، از جهان دارای روح و آمیخته با طبیعت انسان در دوران گذشته، به محیط شهری لبریز از سر و صدا، آلودگی، گیجی و فردگرایی و .... تغییر یافته است و این در حالی است که یکی از اصلی ترین دلایل ایجاد یا توسعه شهرها به شکل امروزی، بنای ساختمانهای آسمان خراش، فضاهای باز شهری و زیر ساخت های شهری، در واقع تامین فعالیت های جاری و بالقوه انسان و به نوعی بهبود زندگی بوده است(لنگ،۲۰۱۳) .

با گسترش شهر نشینی و رشد شتابزده کلانشهرها، سطح رفاه، کیفیت زندگی و شادمانی کاهش یافته و فضاهای شهری ماهیت و کیفیت مطلوب خود را از دست داده اند. شادمانی به عنوان یکی از احساسات ریشه ای مثبت و بسیار تأثیرگذار بر رفتار و حالات دیگر افراد، نقش تعیین کننده ای در تأمین سلامت فرد و جامعه دارد.

در لغتنامه عرب درباره شادی چنین آمده است: شادی در مقابل کسالت و تنبلی است که به معنای رغبت و میل به کار داشتن است و کاری را با طیب نفس و رغبت انجام دادن و با چالاکی به کار پرداختن (امیرپور و داد خواه، ۱۳۹۷؛ به نقل از لسان العرب). از دید واژه شناسی می توان گفت شادی از معانی نشاط، شادمانی، خوشی و خوشحالی است .در تعریف های دیگر روانشناسی بر عناصر و مفاهیمی از این هیجان انسانی تأکید شده است. به طور مثال جان مارشال ریو معتقد است: شادی، احساس مثبتی است که از حس رضایتمندی و پیروزی به دست میآید. دکتر مایکل آیزنک روانشناس نیز میگوید : شادی عبارت است از مجموع لذتهای بدون درد. روانشناس برجسته، دیوید مایرز، نویسنده کتاب به دنبال شادکامی، چه کسی شاد است و چرا؟ شادی را چنین تعریف میکند: حس خوشی؛ احساس اینکه زندگی، در کل به خوبی و خوشی ادامه مییابد (طریقه دار، ۱۳۹۸).

از دیدگاه اسلامی نیز شادی یکی از حیاتی ترین و مهم ترین مولفه های زندگی بشر است، تا آن جا که حضرت علی(ع) میفرمایند: " هرکس سرورش اندک باشد، آسودگی او در مرگ است". به عبارت دیگر در صورت فقدان شادمانی، آدمی دچار بی رغبتی و رکودی می گردد که عملاً میل به ادامه زندگی در او کاهش می یابد و تمایل به مرگ در او تقویت می شود (پسندیده، ۱۳۹۸). از این رو رسیدن به شادکامی و ایجاد سرور حقیقی از اهداف ادیان الهی و به ویژه اسلام بوده است. اسلام به دنبال پایه ریزی جامعه ای است که سرشار از شور و نشاط، تلاش و امید باشد و هرگونه کسالت، سستی و نا امیدی را از او بزداید (مقیمی حاجی، ۱۳۹۹).

ماده اولیه تغییر، تحول و تکامل حیات اجتماعی انسانهاست. در جامعه خوشحال و خرسند، تولید و اشتغال بیشتر و اقتصاد، سالمتر خواهد بود. در محیط شاد است که ذهن انسانها پویا، زبانشان گویا و استعدادهایشان شکوفا میشود و جامعه به سوی تعالی و پیشرفت گام برمیدارد. شادی و نشاط اجتماعی و حضور آن در یک جامعه، از منظر علوم و افراد متخصص حوزه های مختلف، از نشانه های یک جامعه سالم است. وقتی نشاط و شادی از یک جامعه رخت بربندد، جامعه دچار بروز عواملی مانند افسردگی، انفعال، انحرافات مختلف فردی و جمعی و فرهنگی و.... میشود (صیادی فر و دوستی،۱۳۹۴).

براین اساس و با توجه به مقوله شهری میتوان گفت: شهر شاد شهری است که از یک سو می تواند در رده کیفیت های پایه طراحی شهری قرار گیرد و از سوی دیگر فراتر از مفهوم کیفیت می تواند وضعیتی ایده آل از شهر را پیش رو قرار دهد. از دیدگاه مونتگومری، شادی یک مفهوم نامشخص نیست، بلکه معادله ای تعریف شده و قابل اندازه گیری است و مستقیما تحت تاثیر محیط ساخته شده پیرامون انسان است (مونتگمری، ۲۰۱۸). خلق شادی‌های گروهی و بسترسازی برای ایجاد این شادی ها

می تواند به سلامت روانی جامعه کمک کند. شادی و نشاط حق شهروندان است و مدیریت شهری نمی تواند نسبت به آن بی تفاوت باشد هرچند که مسئولیت آن تنها بر عهده مدیریت شهری نیست و نهادهای مختلف و مشارکت فعال مردم به خصوص نخبگان در این حوزه نقش آفرینی می کنند. ایجاد شهر شاد، تنها از طریق مدیریت شهری صحیح با نگاهی علمی متخصصان امر و همچنین مشارکت مردمی امکان پذیر است. شهر شاد متشکل از فضاهای شهری شاد به منظور تعامل مردمان شاد است؛ مردمانی که هم تجربه شادی لحظه ای را داشته باشند و هم شادی ماندگار را تجربه کرده باشند. نگاه به داده های جهانی نشانگر وضعیت نامناسب ایران در زمینه شادی است که بخشی از این وضعیت را میتوان در کیفیت فضاهای شهری و زمینه های بروز شادمانی در این فضاها جستجو کرد. خلق شهر شاد، کاری است همگانی و مسئولیت آن به عهده یک نفر یا ارگان مشخصی نیست، فلذا آنچه در این بین بر عهده طراحان شهری است، فراهم سازی بستر چنین فعالیت هایی است (سحر و مرتضایی،۱۴۰۰).

شهرداری تهران به عنوان یک سازمان اجتماعی و خدماتی وظیفهٔ مدیریت کلانشهر بزرگ تهران و شهروندان ساکن و مهاجر آن را در تمام ابعاد با محوریت ایجاد رضایت برعهده دارد. از سوی دیگر مدیریت شهری به واسطه پیچیدگی هایی که به سبب گسترش روزافزون شهرها با آنها مواجه است نیازمند ابزار جامع تر و منطبق با شکل های نوین مسایل شهری است که این ابزار هم جنبه نرم افزاری و هم سخت افزاری دارند. ازآنجا که پیشرفت فناوری های نوین دست مدیریت شهری را برای کاربرد ابزار مختلف سخت افزاری به حد کافی باز گذاشته است. مسأله مهمی که در ارتقای مدیریت شهری باید موردتوجه قرار گیرد ابزار نرم افزاری هستند که دامنه ای از نیروی انسانی تا برنامه های کامپیوتری را شامل می شود. یکی از کلیدی ترین ابزار نرم افزاری دراختیار مدیران شهری که می تواند نقش بسزایی در حل و فصل مساله های پیچیده پیش رو داشته باشد، رسانه های ارتباطی یا نظام اطلاع رسانی شهرداری است. نظام اطلاع رسانی، مجموعهٔ نظام یافته ای از اهداف، تصمیم گیری ها، سیاستگذاری ها، برنامه ریزی ها و سازماندهی مراکز اطلاع رسانی، هدایت و نظارت بر امر اطلاع رسانی بخش ها، مؤسسات و خدمات اطلاع رسانی است. امروزه از میان همه رسانه هایی که مدیران شهری دراختیار دارند، رسانه های آنلاین بهترین ابزار برای رسیدن به اهداف فوق الذکر به شمار می روند چرا که انعطاف پذیری بیشتری در برابر تغییرات دارند. خصلت دوجانبه بودن آنها بالاتر است و گرایش افراد به آنها پرشتاب تر از گرایش به سایر رسانه هاست. بازخوردی که در اینگونه رسانه ها ایجاد می شود بهترین فرصت را برای مدیران شهری فراهم می کند تا از نظرات شهروندان آگاه شده و زمینه مشارکت فعال آنان را به شکل بهتری فراهم نمایند.

اطلاع رسانی در قالب مقوله های ارتباطات (مفهوم ارتباطات، وظایف ارتباطات، اجزای ارتباطات، سطوح ارتباطات و الگوی ارتباطات انسانی) و رسانه های جدید (مفهوم رسانه های جدید، ویژگی های رسانه های جدید و شبکه های اجتماعی)، انواع شبکه های اجتماعی و کارکرد شبکه های اجتماعی است. در نظام اطلاع رسانی مناسب، شناخت و ایجاد مفهوم ارتباطات صحیح در بین شهروندان، شهروندان با مدیریت شهری و هم چنین مدیریت شهری با نخبگان حائز اهمیت است. از طریق ایجاد ارتباطات صحیح می توان اقدام به تسهیم تجارب بین نخبگان و مدیریت شهری گردید و هم چنین مسیری برای راهیابی مشارکت نخبگان با مدیریت شهری هموار می گردد. به علاوه ارتباط بین نخبگان با مدیریت شهری منجر به ایجاد معنی مشترک میان این دو گروه می شود و راهی برای رفع مشکلات و موانع و هم چنین گامی در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برداشته خواهد شد.

در واقع، ارتباطات بین نخبگان و مدیریت شهری منجر به استقرار، بقاء و دگرگونی روابط اجتماعی، مبادله

اطلاعات، ایجاد اعتماد، پذیرش مداوم یا غیر مداوم یک تفکر، باور و رفتار و... می گردد. از سوی دیگر، در ایجاد نظام اطلاع رسانی باید به رسانه های جدید نیز توجه شود. این رسانه ها می تواند منجر به ایجاد الگوهای مصرف رسانه ای جدید، روابط جدید، رفع چالش های موجود، تغییر در تجربیات شخصی و اجتماعی، بین نخبگان و مدیریت شهری گردید. با این دیدگاه هدف مشارکت مردم در توسعه علاوه بر کاهش هزینه های مادی و معنوی دولتی، می تواند همانندیک کاتالیزور عمل نموده و فرآیند رسیدن به جامعه دلخواه را تسریع و آسان تر نماید. البته باید در نظر داشت که تحقق این هدف زمینه هایی را می طلبد که بتواند علاوه بر ایجاد حس وابستگی مردم، موجب اطمینان و اعتماد متقابل مردم و دولت نیز بشود. از جمله این زمینه ها آموزش و اطلاع رسانی و جذب نخبگان محلی و اصلاح الگوها میباشد که می توانند نقش محوری و هدایت کننده و همچنین قانون گذاری از سطوح پایین به بالا را بر اساس شناخت موقعیت و کمیت ها به انجام برسانند (حافظی، ۱۳۹۹).

از سویی دیگر نقش تعاملی بین نخبگان و مدیریت شهری و نخبگان با یکدیگر، منبع گسترده ای برای دسترسی به اطلاعات، بازیابی و اصلاح اطلاعات، مشارکت و مبادله اطلاعات، عقاید، تجربه و توسعه روابط شخصی فعال باشند. درضمن در رابطه با نقش تعاملی این تعامل میتواند رو در رو (شرکت کنندگان نسبت به هم حضور بی واسطه داشته باشند)، تعامل رسانه ای (شامل استفاده از یک رسانه فنی است که اطلاعات یا محتوای نمادین را قابل انتقال و ارسال به افرادی میکند که در دوردست از نظر زمان، مکان یا هر دو قرار دارند نظیر نامه نویسی، گفت و گوی تلفنی، اینترنتی و از این قبیل است) یا شبه تعامل رسانه ای(جریان ارتباط به طور عمده یک طرفه است نظیر خواننده یک کتاب، بروشور و ...) باشد (احمدی و حسینی دانا، ۱۳۹۸).

یکی از رسانه های جدید، شبکه های اجتماعی است، با استفاده از انواع شبکه های اجتماعی(شبکه های اجتماعی پروفایل محور، محتوا محور، برچسب سفید، محیطهای مجازی چند کاربر، میکرو وبلاگها، سایت های جستجوی اجتماعی، سایتهای انجمن های محلی و سایت های موضوعی) میتوان کانال و مجرای بین نخبگان و مدیریت شهری ایجاد، بهبود و گسترش داد.

شبکه های اجتماعی پروفایل محورمی تواند حول صفحات پروفایل نخبگان رسمی (کارکنان با تجربه) سازمان یابند.این کار میتواند با گذاشتن متن، محتوا یا لینک هایی به محتواهای بیرونی انجام گیرد. درشبکه های اجتماعی محتوا محور، گروه ها (نخبگان) میتوانند با عضویت درآن در مورد یک عکس یا محتوا نظردهی کنند.شبکه های اجتماعی برچسب سفید، این سایت ها می توانند به مدیریت شهری و نخبگان، فرصت ساخت و ملحق شدن به اجتماعات را دهند. محیط های مجازی چند کاربر نیز منجر به ایجاد تعامل بین نخبگان با یکدیگر و نخبگان با مدیریت شهری گردد.

یکی دیگر از راههای ارتباطی نخبگان با یکدیگر و شهروندان و نخبگان با مدیریت شهری از طریق تلفن های همراه است.به علاوه، بسیاری از نخبگان می توانند با استفاده از میکرو وبلاگ ها، پیام های کوتاهی را به یکدیگر یا به مدیریت شهری ارسال کنند تا سایرین بدانند آن ها در آن لحظه چه حسی دارند یا چه می کنند. نخبگان با استفاده از جست و جوی اجتماعی می توانند نام، علاقه، منطقه و سایر اطلاعاتی که به طور عمومی در پروفایلها منتشر می شود، به جمع آوری اطلاعات دربارۀ افراد یافته شده بپردازند؛ یا انجمن های محلی با ایجاد سایت هایی می توانند به شناسایی نخبگان و هم چنین استفاده از ایده های آنان بردارند. در ضمن ساخت شبکه دربارۀ حوزه های مشترک علایق در بین شهروندان از سوی مدیریت شهری می توان پندها، اطلاعات و توصیه های شهروندان و نخبگان دربارۀ موضوعات گوناگون را به اشتراک گذارد. در مجموع با استفاده از شبکه های اجتماعی می توان یک سپهر عمومی / عرصه عمومی ایجاد کرد، شبکه ارتباطات بین شهروندان، نخبگان و مدیریت شهری را تقویت کرد،

نخبگان می توانند خود و توانایی ها و ایده هایشان را با دیگران به اشتراک به گذارند. هم چنین نسبت به توانمندی های بالقوه خودشان و منابع اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منطقه و محله خود آگاهی یابند (احمدی و حسینی دانا، ۱۳۹۸).

در این مقاله تاکید ما رابطه بین نظام اطلاع رسانی شهرداری تهران و استفاده از مشارکت نخبگان در ایجاد شهر شاد است. یا به عبارت دیگر پاسخ به این سوال که طراحی و پیاده سازی چه راهکارهایی می توان نظرات نخبگان جامعه را نسبت به مشارکت در امور شهری با رویکرد ایجاد شهرشاد جلب نمود؟ جایگاه نخبگان در ایجاد شهرشاد چیست؟ پاسخگویی به سؤالات فوق منجر به بازنگری کارآمدی نظام اطلاع رسانی میشود که بخش عمده ای از مشکلات اطلاع رسانی این مجموعه بزرگ اجتماعی و خدماتی را برطرف مینماید.

ادبیات نظری

بررسی ویژگی های زیست محیطی و سلامت شخصی در شهرهای آرمانی نشان داد که بیشترین عامل ایجاد شادی و نشاط در شهرهای آرمانی، شامل جنبه های فیزیکی و اجتماعی است. از لحاظ فیزیکی، افراد آرزوی یک شهر با طیف وسیعی از خدمات و امکانات، فضاهای سبز، حمل و نقل کارآمد، زیبایی و طراحی خوب را دارند و از نظر روانی ایجاد عدالت اجتماعی و محیطی شاد باعث ایجاد رضایت بهتری در آنها می‌گردد (جوف۱ و اسمیت۲، ۲۰۱۶). شادی و نشاط اجتماعی در عین اینکه متاثر از میزان بالای مشارکت در جامعه است، به تعاملات و مشارکت اجتماعی بیشتر نیز منجر شده، زمینه را برای همبستگی و انسجام اجتماعی بالا در جامعه فراهم می سازد.

ونهوون۳ (۱۹۹۳) مطرح می سازد که شادی، فعالیت فرد را بر می انگیزد و روابط اجتماعی و سیاسی را تسهیل می نماید. همچنین سبب می شود نگرش افراد به محیط پیرامون مثبت تر شده، در تعارضات اجتماعی زودتر به توافق برسند(به نقل از عباس زاده و همکاران ،۱۳۹۸). ایران در جدول جهانی شادمانی رتبه پایینی را کسب کرده است رتبه ۹۶ که در مقایسه با ۱۸۷ کشور، رتبه پایینی را نشان می‌دهد (خادمیان و فرجی، ۱۳۹۸). برطبق گزارش‌های موجود مردم ایران جز افسرده ترین مردمان کشورهای جهان هستند و افسردگی جزء شایعترین بیماریهای روانی است. تعداد بیماران روانی و بیماران افسرده ثبت شده ایران حدود ۱۵ میلیون نفر اعلام شده و از طرفی جمعیت افراد افسرده را حدود ۱۰ تا ۱۲ درصد کل جمعیت کشور ذکر کرده انـد. در کشور ما سن افسردگی از ۲۷ سال به ۱۷ سال رسیده است و اگر برنامه ریزی دقیق و مناسبی برای کاهش تنش‌های اجتماعی صورت نگیرد باید منتظر افزایش روز افزون افسردگی به ویژه در میان جوانان باشیم. برای غلبه بر افسردگی و کاهش آمار بیماران روانی باید مسئولین امر و دست اندرکاران فکر اساسی نمایند. در جامعه ما کمبود نشاط و شادمانی یک معضل اجتماعی بزرگ است که به دنبال آن افسردگی و بیمارهای روانی می‌آید. از این رو علاج واقعه پیش از وقوع باید کرد (خادمیان و فرجی، ۱۳۹۸).

مشارکت می‌تواند بر نشاط و شادی افراد تأثیرگذار باشد (اکبر پوربنی و توکلی محمدی، ۱۳۹۸). مشارکت اجتماعی به عنوان واقعیتی اجتماعی ریشه درزندگی اجتماعی انسان داشته، فرایندی است که با گذشت زمان دگرگون شده است .ایده مشارکت در مفهوم خود از مباحث مربوط به دموکراسی مایه میگیرد که خود دارای سابقه دیرینه ای است. در دوره جدید با توجه به نقشی که برای عاملیت انسانی در حوزه های مختلف حیات اجتماعی قایل میشوند، مشارکت در اشکال اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حتی روانی مورد توجه سیاستگذاران اجتماعی، سیاسی و فرهنگی قرار گرفته است .یکی از

1- Joffe
2-Smith

3 -Veenhoven

مراکزی که به عنوان بستر و زمینه ساز رفتار مشارکتی شناخته میشود ، شهر و زندگی شهری است(موسوی، ۱۳۹۵). بدون شک تقویت و توسعه شاخص‌های سلامت اجتماعی در هر جامعه‌ای، کاهش بار بیماری‌های جسمی و روانی را بـه دنبـال خود خواهد داشت، و ساختارها و منابع اجتماعی، فرصت‌ها و توانایی‌های افراد در هنگام مواجه با چالش‌های زندگی اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهد (رستگار و سیدان، ۱۳۹۴). همچنین شایان ذکر است، رشد خودباوری و توانمندسازی که به نوعی شکوفایی اجتماعی است، همراه با شیوه های سازگاری اجتماعی در شهرها، در کنار برخورداری از نگرش مثبت رفتاری و عملکردی، تقویت رفتارهای مسولیت پذیرانه، خودکارآمد و اجرای تعهدات و پیمان ها در میان شهروندان، گسترش احساس تعلق به هویت شهری و انسجام اجتماعی از مهمترین ابعاد سلامت اجتماعی در محیطهای شهری محسوب میگردد (صفاری نیا، ۱۳۹۹).

توجه به مقوله مشارکت و نقش آن در توسعه جوامع امری صحیح و انکار ناشدنی است؛ زیرا مشارکت به معنای الزام و پایبندی بوده و نتیجه الزام و پایبندی همکاری و تلاش را در پی خواهد داشت. مشارکت مردمی را می توان مجموعه فعالیت های انسانی دانست که به صورت های مختلف در جهت رسیدن به یک هدف در کنار یکدیگر انجام می دهند. مشارکت مختص گروه خاصی نبوده و همه افراد به نوعی حق ذاتی دارند که بر اساس توانایی و عملکردی که دارند به ایفای نقش بپردازند. بنیادی ترین اندیشه زیرساخت مشارکت پذیرش اصل برابری مردمان است. مردمان هرگاه در پیوند با یکدیگر از اهمیت و ارزش برابر برخوردار شوند آنگاه مشارکت میان آنان می تواند آنان را به برخاستن و خیز برداشتن یاری دهد و سود بهره مندی های بسیار برای همه فراهم آورد (شفیعی ،۱۳۹۶).

مروری بر پژوهش های قبلی نشان میدهد که پژوهش درباره مدیریت شهری و ارتباط آن با دیگرمتغیرهای اجتماعی - فرهنگی و ارتباطی، از جمله نشاط شهری و نخبگان، و نظام اطلاع رسانی، به چند دهۀ اخیر مطالعات جامعه شناختی، مدیریت فرهنگی، علوم ارتباطات و روانشناسی مربوط میشود. نتایج پژوهش های متعدد از محققان داخلی و خارجی در خصوص مدیریت شهری و نظام اطلاع رسانی نشان داده است که انسانها از گذشته تا به حال مطالعات متعددی را در خصوص مدیریت شهری، شبکه های اجتماعی، مشارکت شهروندان انجام داده اند. این روشها دامنه ای وسیع از راه های سنتی همچون عضویت رسمی در موسسات، تماس های غیررسمی بیرون ازخانه و تماس های اجتماعی غیرصمیمی تا راههای جدیدتر همچون عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی را دربر میگیرند. مسئله مشارکت نخبگان در جوامع گوناگون از مسائل جدی بوده و در فرایند انتخاب های مردم نقشی مهم داشته است. علاوه بر اینکه عمده ترین عامل تأمین مشارکت، آگاهی و علاقه مردم و حاکمیت فرهنگ تعلیم و همیاری در جامعه است. تا زمانی که نتوان مردم را به این باور و یقین رساند که با مشارکت، تعاون و همیاری می توان به جامعه ای مرفه تر و سعادتمند دست یافت و تا زمانی که نتوان فرهنگ خودمحوری و خودپسندی را در جامعه از میان برداشت، تأمین مشارکت مردم امکان پذیر نخواهد بود(دیلمی ، ۱۳۹۸).

به نظر میرسد یرنامه ریزان شهری نخست باید بر مشارکت ذهنی و تغییر در باورها و گرایش های شهروندان تأکید نمایند و علاوه بر شناخت عوامل اثرگذار در مشارکت شهروندی، به حفظ مشارکت در طرح ها و برنامه هایی است که اجرا شده است اهتمام ورزند. جلب مشارکت زنان، جوانان، بازنشستگان، نخبگان و... و تعیین ساز و کارهای مشارکتی آنان در حوزه های اجتماعی- فرهنگی میتواند کارایی و بهره وری مدیریت شهری را افزایش دهد(شیانی و همکاران ،۱۳۹۱). زمان زیادی سپری شد تا مسئولان و شهرسازان دریافته اند که دیگر شکل شهرها صرفا تابع اراده مسئولان و یا برنامه ریزان شهری نیست . شکل شهرها انعکاس بلوغ و رشد اجتماعی ، فرایند اشتراک منافع نیروها و کانونهای قدرت سیاسی و اجتماعی است.

شکل خوب شهر به میزان رشد عرصه های عمومی، دموکراسی، عدالت اجتماعی و مشارکت مردم با مسئولان و برنامه ریزان بستگی دارد (همتی، عبدالهی و رشیدی،۱۳۹۸). مشکلاتی که امروزه شهرها را دربر گرفته، علاوه بر بسیج عمومی نیروها و فعالیت ها نیازمند تقویت دانش فنی و روش های اجرایی در بهبود شرایط زیست انسان است.

علاوه بر این، مطالعات نشان داده اند که مشارکت سنتی شهروندان نیز کارایی چندانی در مدیریت شهری نداشته است، در عوض مشارکت و عضویت شهروندان در شبکه های اجتماعی مجازی نقش مهم در حضور شهروندان در کنترل امور و مسائل شهری داشته است. برخی از محققان نشان داده اند، رسانه های مجازی با بزرگ کردن و برتری دادن به برخی موضوعها بر انتخاب مخاطب تأثیر میگذارد، مخاطب در این نظریه فعال است، اما مسئولیت جهت دهی به افکار عمومی را شبکه های اجتماعی مجازی بر عهده دارند. رسانه های جمعی ، اغلب به عنوان نیروی قدرتمندی برای یکپارچه سازی عقایدودیدگاه ها تلقی می شوند. تصویر رسانه ها میتواند دیدگاه ما در مورد جهان و در مورد عمیق ترین ارزش هاتعیین کند و در واقع وسایل ارتباط جمعی از جمله پدیده هایی هستند که بر کلیه وجوه زندگی انسان سایه افکنده و به آنها سمت و سو می دهند (پورمحمد، رحمانزاده و کاوسی،۱۳۹۸) . علاوه بر این به رغم ظرفیت‌های رسانه های اجتماعی، هدایت شهروندان به فرایند تصمیم گیری در حوزهٔ شهری، کاری دشوار است. لذا بایستی بررسی نمود که چگونه می توان شهروندان را به استفاده از رسانه های اجتماعی برای برقراری ارتباط با مدیران شهری تشویق و این ارتباط را مدیریت نمود(ماریوس رود جانسن و همکاران ،۲۰۱۴). برای اینکه ما بتوانیم یک جامعه را به سمت مشارکت های اجتماعی سوق بدهیم بایستی شرایطی را به عنوان زیرساخت ایجاد نماییم که از جمله آن ها می توان به آموزش و آگاهی مردم، ایجاد زمینه های سابق ، شناسایی نخبگان به عنوان هدایتگر، ایجاد ساختار تشکیلاتی و... اشاره نمود. در کنار این گرایش، این موضوع وجود دارد که نشاط و شادی شهری با تاکید بر مشارکت نخبگان و نظام اطلاع رسانی کمتر مورد توجه قرار گرفته است و در بررسی نتایج پژوهش های متعدد از محققان داخلی و خارجی و مرور پژوهش های قبلی در خصوص شناسایی عوامل موثر بر رفتار مشارکتی نخبگان با رویکرد ایجاد شهر شاد مشخص نمود که تحقیق جامع و مشخص و مدونی در این خصوص انجام نشده است. و نتایج تحقیقات حسینی و همکاران (۱۳۹۸) و رمضان پور و همکاران(۱۴۰۰) بیشتر بر ارائه الگوی عوامل مؤثر بر مشارکت نخبگان در فرایند تدوین خط‌مشی‌های عمومی نظام جمهوری اسلامی ایران و همچنین شناسایی عوامل موثر بر مشارکت نخبگان در تدوین الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت، متمرکز بوده است.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش کیفی استفاده شد. ارزیابی کردن ساخت معنا، فهم جزئیات زندگی مردم یا چارچوب های مرجع و بازتاب نقش پژوهش گر در خلق داده از هدف های پژوهش کیفی است. رویه پژوهش کیفی اغلب به عنوان رویه ای انعطاف پذیر، تکراری،

طبیعت گرا و نیز به عنوان نتیجه توصیف ضخیم درباره روشهایی که داده ها خلق می شوند، منعطف است (لوبروتون، ۱۳۹۹).

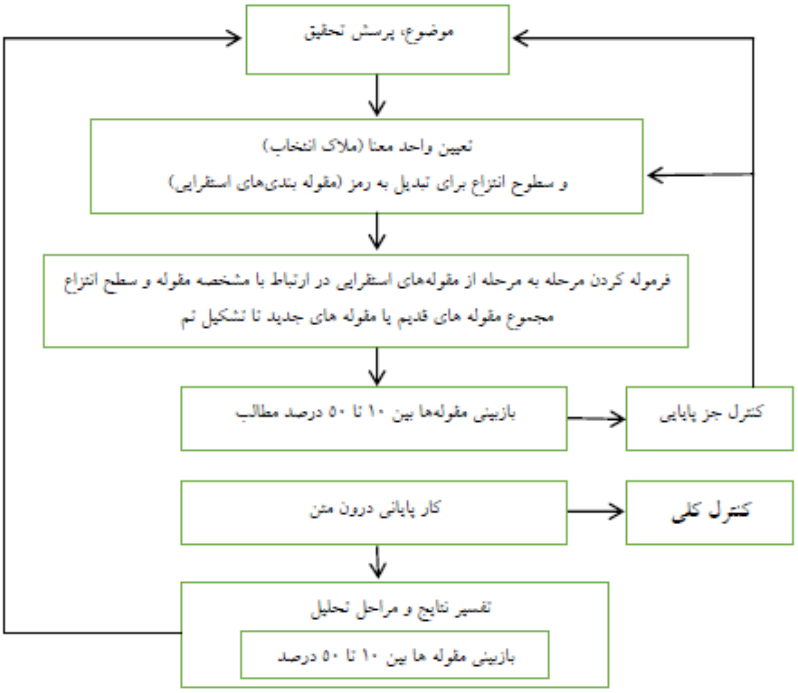
در این تحقیق با توجه به اهداف و سوالات پژوهش از روش کیفی از نوع تحلیل محتوا با نظام مقوله استقرایی استفاده شده است. شیوه گردآوری داده ها؛ فیش ها، فرم ها و جداول محقق ساخته ای هستند که جهت ثبت تم، مقوله ها و ابعاد مدیریت شهری با رویکرد نظام اطلاع رسانی و ایجاد شهرشاد از آنها استفاده شده است. این ابزارها (فرمها و جداول) فرم استاندارد خاصی ندارد و در هر مورد مطابق نیاز تهیه گردید. نمونه پژوهش شامل حدود ۱۰۰ کتاب، مقالات و منابع موجود در کتابخانه چاپی (کتابخانه دانشگاه دماوند، کتابخانه علوم تحقیقات و

کتابخانه ملی) و الکترونیک(سایتها و پایگاه های اطلاعا تعلمی معتبر) در حوزه مدیریت شهری و شهرشاد مورد بررسی قرار گرفت و با استفاده از روش نمونه گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند نمونه ها برای این تحقیق انتخاب شدند. هم چنین ۱۰نفر از خبرگان و متخصصان به صورت غیر احتمالی و هدفمند برای مصاحبه نیمه ساختارمند انتخاب گردیدند. در مرحله اول متون مرتبط با هدف اصلی پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت و جملات و پاراگراف های مرتبط با سوالهای پژوهش انتخاب گردید. هم چنین جهت تکمیل داده ها از دیدگاه خبرگان و متخصصان(مدیریت شهری، علوم ارتباطات، جامعه شناسی و روانشناسی) نیز استفاده گردید. در مرحله دوم مفاهیم مرتبط با موضوع از هر پاراگراف استخراج شد و در مرحله سوم مفاهیم استخراج شده در دسته های هم مفهوم قرار گرفتند. در مرحله چهارم برای دسته های هم مفهوم، نام و عنوان مناسب که بیانگر تم اصلی پژوهش است، تبیین شد. نتایج این مطالعات منجر به استخراج ابعاد، مولفه ها و شاخص های چگونگی مدیریت شهری با رویکرد ایجاد شهرشاد شد.

جدول ۱ : جمع بندی مفاهیم و مقوله ها هسته ای استخراج شده در ابعاد مدیریت شهری با رویکرد نظام اطلاع رسانی و ایجاد شهرشاد

زیرمقوله و مقوله	ابعاد
ویژگی های کالبدی محیط(عناصر محیطی، انسجام و پیوستگی فضایی، فضاهای پیاده مدار، فضاهای دوچرخه محور، تنوع پوشش گیاهی)، کیفیت فضاهای شهری(تنوع کاربران و کاربری ها، دلبستگی به مکان، تنوع فرهنگی، کیفیت هوا، خاطره انگیزی)، ابعاد ذهنی(رضایت از مسکن، رضایت از وضعیت حمل و نقل، رضایت از زندگی، رضایت از سلامت، هیجان انگیزی)، ویژگی های جامعه(امید به زندگی، ثبات اقتصادی، مشارکت اجتماعی و محلی، زیرساخت رفاهی، برابری و عدالت، دموکراسی)	شهرشاد
مقوله و زیر مقوله های احساسی(احساس خوشحالی، امیدواری نسبت به اینده، خوش بینی به وقایع اطراف، دلگرم بودن به زندگی)، شناختی(احساس رضایت از وضعیت کنونی در قیاس با گذشته و وضعیت ایده آل، احساس رضایت از بخش های مختلف زندگی مانند شغل، تحصیل و خانواده) و اجتماعی(تمایل به داشتن روابط اجتماعی با دیگران، مشارکت در فعالیت های اجتماعی و شوخ طبعی)	نشاط اجتماعی
پیش زمینه ها و معیارها(مفهوم خلاقیت، مفهوم ، ارکان و ویژگی های عمومی شهر خلاق) و تدوین برنامه و سیاست گذاری(ایجاد زیرساخت های ضروری، زمینه شبکه ها ، امکانات و فعالیت ها، شاخص ها، شناسائی موانع شهر خلاق و تدوین برنامه)	شهر خلاق
ایجاد امنیت و عدم استرس(عناصر محیطی،خیابان های کم تردد،فضاهای پیاده مدار،فضاهای تاریک شهر) و مشخصات و ویژگی های فردی(انگیزشها، شایستگی ها و شناخت افراد نسبت به یک مکان) و تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد و دیگران در محیط	امنیت و تعلق اجتماعی
ارتباطات(مفهوم، وظایف، اجزا، سطوح و الگوی ارتباطات انسانی) و رسانه های جدید(ویژگی رسانه های جدید و شبکه های اجتماعی)	نظام اطلاع‌رسانی مناسب

روش تجزیه وتحلیل اطلاعات با استفاده از نظام مقوله ای استقرایی بود. مقوله بندی مطالب در تحلیل محتوای استقرایی بدون در نظر داشتن هیچ پیشینه تئوریکی، هم زمان با مطالعه متن آغاز می شود. با توجه به موضوع ، مرحله به مرحله به تعیین واحد معنا و فشرده سازی آن پرداخته شد و در صورت وجود زمینه ای مشترک، مفاهیم ادغام شد تا مقوله ها تعیین گردند و سپس مفهوم کلی که حاصل جمع بندی این مقوله هاست (تم) حاصل می آید. برای حفظ پایایی، بازبینی مطالب در دو مرحله، یکی پس از این که بین ۵۰-۱۰ درصد مقوله بندی ها تکمیل شد و دیگری در پایان کار صورت پذیرفت (شکل۱).



شکل ۱ – مدل مرحله کاربرد مقوله استقرایی

(منبع: احمدی و حسینی دانا، ۱۳۹۸)

همان طور که پیشتر بیان گردید، در این پژوهش از روش تحلیل محتوا با رویکرد استقرایی استفاده شد. روش تحلیل محتوا با نظام استقرایی تشخیص و شناسایی موضوع ها یا تم های موجود در متن و کدگذاری متن از لحاظ وجود یاعدم این تم هاست.

فرایند این مطالعه شامل پنج مرحله است: در مرحله اول به جمع آوری داده های تجربی از مطالعات کلیدی پژوهش می پردازیم و در مرحله دوم به تشکیل مفاهیم پرداخته می شود، یعنی مرحله کدگذاری باز. مرحله سوم پردازش مفاهیم یعنی کدگذاری محوری است، در مرحله بعدی که همان کدگذاری گزینشی است ماحصل تلفیق مفاهیم ؛ پیدایش مفهوم مرکزی است و مرحله آخر ارائه مدل پارادایمی است (استراس و کوربین، ۱۳۹۰).

جهت تحلیل و کدگذاری داده های کیفی از نرم افزار MAXQDA استفاده گردید. در این نرم افزار، کدهای اولیه شکل گرفت و براساس توضیحات و یادداشت های محقق به مفاهیم و مقوله های مختلف دسته بندی گردید. مقوله های عمده در مدل پارادایمی عبارت بودند از: شهرشاد، نشاط اجتماعی، شهر خلاق، امنیت و تعلق اجتماعی و نظام اطلاع رسانی. سپس برای بررسی برازش

مدل مفهومی پژوهش با توجه به داده های مشاهده شده تحقیق از نتایج تخمین استاندارد استفاده شد.

یافته ها

از خلال ۱۰۰ منابع دیجیتالی و چاپی منتخب و مصاحبه با خبرگان در قالب مضامین اصلی و مولفه ها در ۵ بعد اصلی، ۱۵ مولفه و ۹۶گویه حاصل گردید. ۵ مقوله محوری شامل: شهرشاد، نشاط اجتماعی، شهر خلاق، امنیت و تعلق اجتماعی و نظام اطلاع رسانی مناسب است.

بعد شهر شاد دارای مقوله و زیر مقوله های ویژگی های کالبدی محیط(عناصر محیطی، انسجام و پیوستگی فضایی، فضاهای پیاده مدار، فضاهای دوچرخه محور، تنوع پوشش گیاهی) ، کیفیت فضاهای شهری(تنوع کاربران و کاربری ها، دلبستگی به مکان، تنوع فرهنگی، کیفیت هوا، خاطره انگیزی)، ابعاد ذهنی(رضایت از مسکن، رضایت از وضعیت حمل و نقل، رضایت از زندگی، رضایت از سلامت، هیجان انگیزی)، ویژگی های جامعه (امید به زندگی، ثبات اقتصادی، مشارکت اجتماعی و محلی، زیرساخت رفاهی، برابری و عدالت، دموکراسی) به دست آمد.

بعد نشاط اجتماعی در قالب مقوله و زیر مقوله های احساسی(احساس خوشحالی، امیدواری نسبت به اینده، خوش بینی به وقایع اطراف، دلگرم بودن به زندگی)، شناختی(احساس رضایت از وضعیت کنونی در قیاس با گذشته و وضعیت ایده آل، احساس رضایت از بخش های مختلف زندگی مانند شغل، تحصیل و خانواده) و اجتماعی(تمایل به داشتن روابط اجتماعی با دیگران، مشارکت در فعالیت های اجتماعی و شوخ طبعی) ظهور کرد.

بعد شهر خلاق در قالب مقوله های پیش زمینه و معیارهای برای شهر خلاق(تعریف شهر خلاق، ارکان و ویژگی های عمومی شهر خلاق)، و تدوین برنامه و سیاست گذاری برای ایجاد شهر خلاق (زیرساخته های ضروری در تحقق شهر خلاق، پیش زمینه و معیارهایی برای شهر خلاق، زمینه شبکه های شهر خلاق، امکانات و فعالیتها برای ایجاد شهر خلاق، شاخص های شهر خلاق، موانع ایجاد شهر خلاق و تدوین برنامه برای تبدیل شهر به شهر خلاق) و مبانی اطلاع رسانی (اصول و فرایند) ظهور کردند.

بعد امنیت و تعلق اجتماعی در قالب مقوله وزیرمقوله های ایجاد امنیت و عدم استرس(عناصر محیطی،خیابان های کم تردد، فضاهای پیاده مدار، فضاهای تاریک شهر) و مشخصات و ویژگی های فردی (انگیزشها، شایستگی ها و شناخت افراد نسبت به یک مکان) و تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد و دیگران در محیط بدست آمد.

و در نهایت بعد نظام اطلاع رسانی در قالب مقوله های ارتباطات (مفهوم ارتباطات، وظایف ارتباطات، اجزای ارتباطات، سطوح ارتباطات، الگوی ارتباطات انسانی)و رسانه های جدید(مفهوم رسانه های جدید، ویژگی رسانه های جدید، شبکه های اجتماعی(انواع شبکه های اجتماعی و کارکرد شبکه های اجتماعی) ظهور پیدا کردند.

آنچه در پی آمده خلاصه و منتخبی از جدول کدگذاری باز و تشکیل مفاهیم پژوهش حاضر میباشد.

جدول کدگذاری باز و مفاهیم اصلی

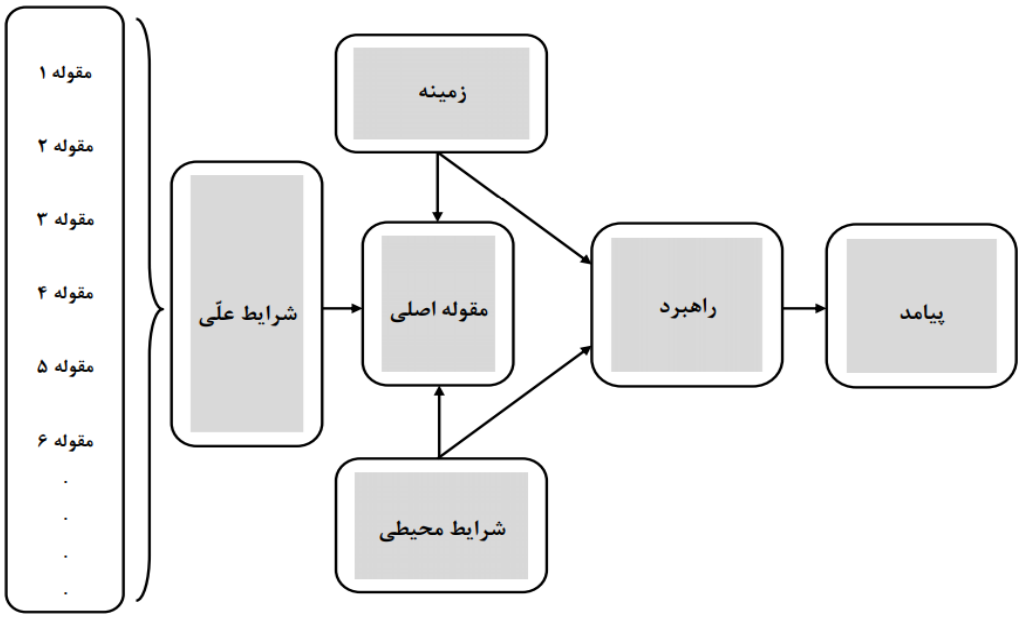
مفاهیم اصلی	مولفه های مفاهیم	گویه ها	کد باز
		استفاده از کفپوش های متنوع و هماهنگ	
		وجود نقاشی دیواری	
		تعداد کاربری های جاذب جمعیت در هر ۱۰۰ متر	عناصر محیطی
		تعداد زمین های رها شده در هر ۱۰۰ متر جدار	انسجام و پیوستگی فضایی
		میزان تفکیک مسیرهای سواره و پیاده	فضاهای پیاده مدار

	ویژگیهای کالبدی محیط	بیشترین، کمترین و متوسط طول پیاده روهای پیوسته	
		عرض پیاده روها	
		لغزندگی کف پوش پیاده روها	
		طول پیاده روها با کفپوش نامناسب	
		میزان آرامسازی محدود	
		عرض مسیرهای دوچرخه	
		پیوستگی شبکه دوچرخه	
		طول مسیرهای دوچرخه	فضاهای دوچرخه محور
		تناسب پوشش گیاهی با اقلیم	تنوع پوشش گیاهی
شهرشاد	کیفیت فضاهای شهری	تعداد کاربری هایی که با بستر خود(کاربران) هماهنگ هستند	
		میزان وجود فضاهای مکث در مقابل کاربری های فعال	
		فعال بودن کاربری ها	تنوع کاربران و کاربری ها
		تعداد گره های اجتماع پذیر و شناخته شده	دلبستگی به مکان
		میزان تعاملات در فضای شهری	تنوع فرهنگی
		تناسب پوشش گیاهی با اقلیم	
		میزان آلودگی هوا ناشی از ترافیک	کیفیت هوا
		میزان مطلوبیت صدای محیط	خاطره انگیزی
	ابعاد ذهنی	رضایت از محیط زندگی و سازه شهری	رضایت از مسکن
		تامین و تجهیز ایستگاه های اتوبوس مناسب برای معلولان	
		تعداد روشهای دسترسی به مراکز	
		پویایی حمل ونقل شهری	
		روان بودن ترافیک شهری	رضایت از وضعیت حمل و نقل
		کیفیت زندگی	رضایت از زندگی
		سلامت جسمی، روانی، اجتماعی و فرهنگی	رضایت از سلامت
		تعداد ورزشگاه ها	
		تعداد مکان های مناسب برای ورزش در فضای باز	هیجان انگیزی
	ویژگی های جامعه	سیاستهای ملی بهداشت عمومی در جهت تحقق توسعه بهداشتی	امید به زندگی
		اقتصاد هوشمند	ثبات اقتصادی
		میزان حضور شهروندادن در گردهمایی ها	
		میزان مشارکت شهروندان در نگهداری از محیط	مشارکت اجتماعی و محلی
		میزان مناسب سازی فضا برای گرو ههای سنی-جنسی مختلف	
		استفاده از رمپ در کنار پله ها	
		تعداد ورزشگاه ها	زیرساخت رفاهی
		فراهم نمودن فرصتهای اجتماعی و شغلی مناسب و برابر	
		دسترسی عادلانه به امکانات آموزشی، فرهنگی و بهداشتی برای همگان	برابری و عدالت و دموکراسی
		فضاهایی برای تفریح و اوقات فراغت	احساس خوشحالی
		کیفیت زندگی	امیدواری نسبت به اینده

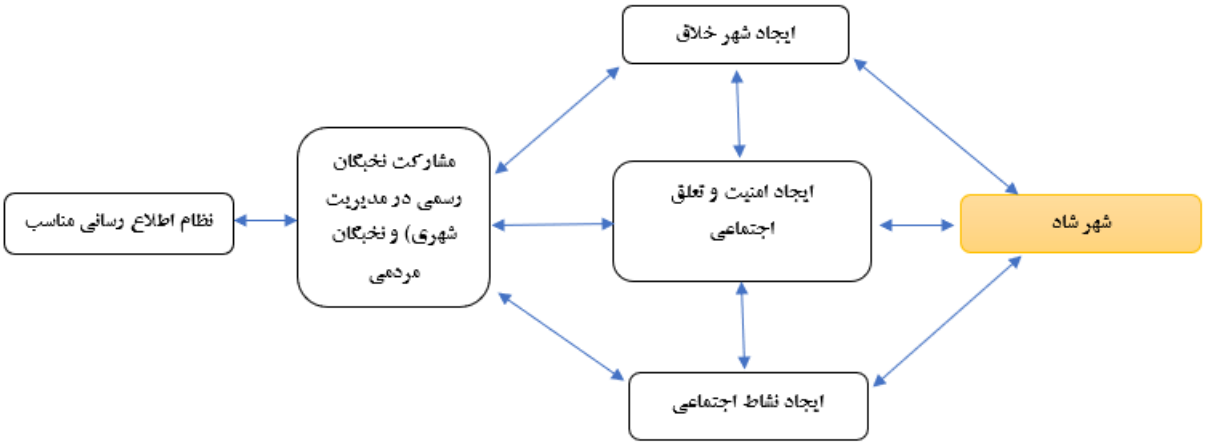
نشاط اجتماعی	احساسی	کیفیت زندگی و مشارکت شهروندان	خوش بینی به وقایع اطراف
		حکمروایی خوب شهری	دلگرم بودن به زندگی
	شناختی	رضایت از وضعیت کنونی در قیاس با گذشته و وضعیت ایده آل	احساس رضایت از وضعیت کنونی
		رضایت از شغل، تحصیل و خانواده	احساس رضایت از بخش های مختلف زندگی
	اجتماعی	میزان پیوندهای موجود بین دوستان و همسایگان	تمایل به داشتن روابط اجتماعی با دیگران
		تعامل های انسانی و بهبود کیفیت زندگی اجتماعی	
		سابقه ی انجام فعالیت های داوطلبانه اجتماعی	مشارکت در فعالیت های اجتماعی
شهر خلاق	پیش زمینه و معیارهای برای شهر خلاق	قدرت و توان ویژه در مواجهه با بحران های شهری	ارکان و ویژگی های عمومی شهر خلاق
		امکان ایجاد پیوندهای قوی ارتباطی	
		تکنولوژی پیشرفته	
		وجود متفکران و خلاقان پویا و اجراکنندگان ایده ها	
		تعادل بین جهانی شدن و حفظ ارزش های محلی	
		وجود بستر مناسب جهت بروز ایده های ساکنان محلی و شهری	
	تدوین برنامه و سیاست گذاری برای ایجاد شهر خلاق	تنوعی از انسان ها و دسترسی به افراد مستعد	زیرساخته های ضروری در تحقق شهر خلاق
		وجود فرهنگ سازمانی و هویت محلی	
		مرکز ثقل اشتغال خلاق و سرمایه گذاری ها	پیش زمینه و معیارهایی برای شهر خلاق
		توانایی آن برای ادراک و ارتباطات	
		غنیمت شمردن تنوع فرهنگی	
		ارائه دهنده راه حل های جدیدبرای مشکلات روزمره	
		ادبیات، سینما،موسیقی،مهارت و هنر فولک، طراحی، هنرهای رسانه ای، و تغذیه	زمینه شبکه های شهر خلاق
		امکانات اقتصادی خلاق	امکانات و فعالیتها برای ایجاد شهر خلاق
		فعالیت های مربوط به سبک زندگی	
		فعالیت های فضای باز	
		امکانات فرهنگی، امکانات تفریحی و اقلیم	
		زیرساخت ها و دسترسی ها	شاخص های محیطی شهر خلاق
		استقرار سیاست عمومی	
		نبود همکاری بین همه سیاست های اجتماعی	موانع ایجاد شهر خلاق
		عدم ارتباط توسعه و گسترش خلاقیت با ابعاد مختلف شهری	
		همکاری بین همه سیاست های اجتماعی در زندگی	تدوین برنامه برای تبدیل شهر به شهر خلاق
		آموزش، تربیت و آماده سازی سرمایه انسانی	
		غیرمتمرکز سازی	
	مبانی اطلاع رسانی	تنوع ایده	اصول و فرایند
		استقلال و اجتماع	
		مراحل قبل از گفتگو، تعیین جهت و مرحله اجرا	
		میزان نورپردازی	عناصر محیطی
		فاصله المان های نوری	

امنیت و تعلق اجتماعی	ایجاد امنیت و عدم استرس	میزان فضاهای رها شده و گم شده	
		خرابه ها و ویرانه ها	
		خیابانها و فضاهای خلوت و کم تردد شهر	خیابان های کم تردد
		کوچه های تاریک و خلوت	فضاهای تاریک شهر
	مشخصات و ویژگی های فردی	شخصیت افراد و حضور پذیری بیشتر آنان در فضاهای عمومی شهری	انگیزشهای افراد
		عملکردافراد در تعاملات محیطی و فضاهای شهری	شایستگی های افراد
		تصورنقش برای مکان در ذهن خود	شناخت افراد نسبت به یک مکان
		احترام به مکان	
	تعاملات اجتماعی	میزان پیوندهای موجود بین دوستان و همسایگان	ارتباط فرد و دیگران در محیط
نظام اطلاع رسانی	ارتباطات	ارسال، دریافت و ادراک پیام‌هایی کلامی و یا غیرکلامی	مفهوم ارتباطات
		پذیرش مداوم یا غیر مداوم یک تفکر، باور، رفتار، محصول، تصمیم و غیره	وظایف ارتباطات
		فرستنده، دریافت‌کننده و پیام	اجزای ارتباطات
		درون فردی، میان فردی و عمومی	سطوح ارتباطات
		خطی، تعاملی و تبادلی	الگوی ارتباطات انسانی
	رسانه های جدید	دیجیتالی بودن و دسترسی گستردهٔ شهروندان به فناوری های ارتباطات	مفهوم و و یژگی رسانه های جدید
		پروفایل محور، محتوا محور، برچسب سفید، چندکاربر، میکروبلاگ ها، جست و جوی اجتماعی، انجمن های محلی و وب سایت های موضوعی	شبکه های اجتماعی
		برقراری ارتباط و بحث و مبادلهٔ نظر	کارکرد شبکه های اجتماعی

کدگذاری محوری، فرآیند ربط دهی مقوله ها به زیر مقوله ها، و پیوند دادن مقوله ها در سطح ویژگی ها و ابعاد است. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده است که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق می یابد. در این مرحله، یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است، به عنوان پدیدهٔ مرکزی قرار می دهد و سپس، دیگر مقوله ها را به آن ربط می دهد. این مقوله های دیگر عبارت است از: شرایط علی، راهبردها، شرایط زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدها. این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که الگوی کدگذاری نامیده می شود. الگوی کدگذاری، روابط فیمابین، شرایط علی، راهبردها، روابط فیمابین شرایط علی، راهبردها، شراط زمینه ای و مداخله گر و پیامدها را نمایان می کند.



و در مرحله نهایی که کدگذاری گزینشی یا انتخابی بود: شرایط مختلفی که طبقات در مرحله کدگذاری محوری بیان شده بود با هم ادغام شده و تجزیه و تحلیل کلی صورت گرفت که ماحصل آن مدل مفهومی زیراست که بر اساس چارچوب نظری تحقیق و روش های کدگذاری براساس روش کیفی از نوع تحلیل محتوا با نظام مقوله استقرایی قابل ارایه است.



مدل مفهومی نقش نظام اطلاع رسانی و مشارکت نخبگان در ایجاد شهر شاد

برای مقایسه بین مولفه های تحقیق و تعیین برتری بین ابعاد نظام اطلاع رسانی مناسب شهرداری تهران و مشارکت نخبگان در ایجاد شهرشاد از تحلیل AHP استفاده گردید. در این تحلیل مقایسه های دوگانه و چندگانه برای تعیین برآورد پارامترها و مقایسه بین آنها صورت گرفته است. در جدول زیر ضرایب رگرسیونی مولفه های تحقیق نشان داده شده است. با توجه به این که سطح معناداری کلیه مولفه ها کمتر از سطح استاندارد ۰٫۰۵ می‌باشد، لذا می توان بیان کرد مولفه ها در مدل معنادار می‌باشند.

جدول نتایج ضرایب رگرسیونی میان ابعاد نظام اطلاع رسانی مناسب شهرداری تهران و مشارکت نخبگان در ایجاد شهرشاد

مولفه ها	ابعاد	Estimate	S.E.	C.R.	P
ویژگیهای کالبدی محیط	شهر شاد	۱,۰۰۰			
کیفیت فضاهای شهری	شهر شاد	۰,۸۴۵	۰,۱۲۳	۷,۰۳۷	۰,۰۱
ابعاد ذهنی	شهر شاد	۰,۹۲۱	۰,۱۱۱	۱۰,۰۰۳	۰,۰۱
ویژگی های جامعه	شهر شاد	۱,۸۲۱	۰,۰۷۸	۱۲,۲۶۵	۰,۰۱
ایجاد امنیت و عدم استرس	امنیت و تعلق اجتماعی	۱,۱۲۰	۰,۰۵۷	۹,۰۲۸	۰,۰۱
مشخصات و ویژگی های فردی	امنیت و تعلق اجتماعی	۱,۰۰۰			
تعاملات و ارتباطات فرد با دیگران در محیط	امنیت و تعلق اجتماعی	۰,۸۷۶	۰,۰۶۵	۱۰,۶۵۵	۰,۰۱
شناختی	نشاط اجتماعی	۱,۰۰۰			
احساسی	نشاط اجتماعی	۱,۰۲۴	۰,۱۲۷	۸,۷۴۰	۰,۰۱
اجتماعی	نشاط اجتماعی	۰,۸۴۵	۰,۱۲۳	۷,۰۳۷	۰,۰۱
رسانه های جدید	ظام اطلاع رسانی	۱,۱۲۰	۰,۰۷۷	۹,۰۲۸	۰,۰۱
ارتباطات	نظام اطلاع رسانی	۱.۹۲۱			
پیش زمینه و معیار های عمومی	شهر خلاق	۰,۸۲۴	۰,۳۸۷	۴,۳۷۷	۰,۰۱
تدوین برنامه و سیاست گذاری	شهر خلاق	۱,۹۰۵	۰,۳۵۶	۶,۵۵۷	۰,۰۱
مبانی اطلاع رسانی	شهر خلاق	۱,۰۰۰			

با توجه به نتایج جدول، در بعد امنیت و تعلق اجتماعی، ایجاد امنیت و عدم استرس(۱,۱۲۰)، در بعد نشاط اجتماعی، احساسی (۱,۰۲۴)، و در بعد شهر خلاق ،تدوین برنامه و سیاست گذاری برای ایجاد خلاقیت پروری(۱,۹۰۵)، بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده اند. به علاوه، از بین مولفه های بعد شهر شاد، ویژگی های جامعه (۱,۸۲۱) بیشترین تاثیر را به خود اختصاص داده است. هم چنین در یک مقایسه کلی بین ضرایب رگرسیونی می توان گفت، ویژگی های جامعه برای ایجاد شهر شاد، ارتباطات در نظام اطلاع رسانی مناسب شهرداری تهران و تدوین برنامه و سیاست گذاری برای ایجاد خلاقیت پروری بیشترین تاثیر را در کل مدل دارا بوده است.

برای بررسی برازش مدل مفهومی پژوهش با توجه به داده های مشاهده شده تحقیق از نتایج تخمین استاندارد استفاده گردید.

جدول شاخص های نیکویی برازش مدل پژوهش

شاخص های برازش	دامنه شاخص	وضعیت شاخص
شاخص خی دو(X2)۱	۱۷۸,۲۲۴	وضعیت مناسب از جهت اختلاف بین داده ها و مدل است.
df۲	۸۰	مناسب زیرا نباید کمتر از صفر باشد.
P.value	۰,۰۴۲	شاخص سنجش مدل، عدد حاکی از مناسب بودن مدل است.
RMSEA۳	۰,۰۴۳	نباید از ۰,۰۸ بالاتر باشد. عدد حاکی از برازش مدل دارد.

1. Chi-square
2. Degree of Freedom
3. Root Mean Square Error of Approximation

RMR[1]	۰,۰۳۵	نباید از ۰,۰۸ بالاتر باشد. عدد حاکی از برازش مدل دارد.
GFI[2]	۰,۹۳۱	بالاتر بودن این عدد از ۰,۹۰ حاکی از مناسب بودن مدل است.
AGFI[3]	۰,۹۳۴	بالاتر بودن این عدد از ۰,۹۰ حاکی از مناسب بودن مدل است.
NFI[4]	۰,۹۱۷	بالاتر بودن این عدد از ۰,۹۰ حاکی از مناسب بودن مدل است.
X2/df	۲,۳۴	بین ۲تا ۳ مطلوب است.

براساس نتایج شاخص های نیکویی برازش مدل پژوهش ، مقدار خی دو(x2) (۱۷۷,۳۴) که مقدارنسبتا بالایی است و پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت اندک میان مدل مفهومی پژوهش با داده های مشاهده شده پژوهش است. هم چنین نسبت خی دو به درجه آزادی (X2/df) برابر با ۲,۳۴ ، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با ۰,۹۳۱ و شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد(RMSEA) برابر با ۰,۰۴۳ در سطح قابل قبولی قرار دارند. به عبارت دیگر، نتایج نشان داده است، مدل تحقیق حاضر دارای برازش مطلوبی است و ساختار عاملی در نظر گرفته شده بر آن قابل قبول است و از برازش مناسبی برخوردار است. به علاوه، از آنجا که مقادیر شاخص های برازش تطبیقی GFI و NFI بین صفر تا ۱ متغیر هستند و هر چه این مقادیر به یک نزدیکتر باشند نیکویی برازش مدل با داده های مشاهده شده بیشتر است. مقادیر مساوی یا بالاتر از ۰,۹۰ به عنوان معیار مناسب مدل در نظر گرفته می شوند. شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI) برای مدل های دارای برازش خوب بزرگتر از ۰,۹۰ است. ریشه میانگین مربعات خطای برآورد(RMSEA) برای مدل های خوب ۰,۰۸ می باشد و هر چه مقدار ریشه میانگین مربعات باقی مانده (RMR) به صفر نزدیک تر باشد مدل از برازش بهتری برخوردار است.

در مجموع خروجی (۰,۰۴۳) RMSEA برای مدل نشان می دهد، هر چه این شاخص کمتر باشد، مدل از برازش مناسب تری برخوردار است. به عبارت دیگر، مدل آن چنان از برازش و تناسب خوبی برخوردار است و حاکی از تایید شدن تحلیل مسیر اثر مولفه های ابعاد نظام اطلاع رسانی و مشارکت نخبگان در ایجاد شهر شاد است.

با توجه به بررسی های به عمل آمده مدل مفهومی پژوهش و مدل پارادایمی با یکدیگر تطابق داشته و بیانگر مولفه های ابعاد نظام اطلاع رسانی و مشارکت نخبگان (مردمی و رسمی شهرداری) با میانجی گری ابعاد شهر خلاق، امنیت و تعلق اجتماعی و نشاط اجتماعی در ایجاد شهر شاد می باشد.

1. Root Mean Square Residual
2. Goodness of Fit Index
3. Adjusted Goodness of Fit Index
4. Norm Fit Index

بحث و نتیجه گیری

نقش و جایگاه بی نظیر اطلاع رسانی، تولید داده های مرتبط با عرصه حیات اجتماعی شهروندان، گردش اطلاعات، اخبار و بسترسازی ظرفیت های حضور و مشارکت شهروندان از یک سو و تحقق فرآیند پاسخگویی مسئولین شهری از سوی دیگر، از جمله شاخصه های تبلور و تجلی تعالی اجتماعی و شکل گیری اعتماد جمعی و عمومی به عنوان یک سرمایه اجتماعی خواهد بود.

ایجاد نظام اطلاع رسانی مناسب می تواند منجر به تقویت سطوح ارتباطات و شبکه ارتباطی گسترده بین شهروندان نخبه با نخبگان بازنشسته مدیریت شهری و مسئولین در اداره امور شهری گردد. هم چنین با توجه به ویژگی های مشترک رسانه های جدید نظیر دیجیتالی بودن ودسترسی گستردهٔ شهروندان به آن برای استفادهٔ شخصی میتوان گامی را درجهت شناسایی خلاقیت ها، تخصص و ایده های نو و جدید و توانمندی های شهروندان نخبه برداشت.

هم چنین با ایجاد نظام اطلاع رسانی مناسب می توان سطوح تصمیم گیری در شبکه ارتباطی بین نخبگان مردمی با بازنشستگان نخبه و مسئولان مدیریت شهری ایجاد و گسترش داد. البته این امر باید در برگیرنده اصول و فرایند خاصی باشد. به طوری که اصول در این شبکه ارتباطی باید در برگیرنده تنوع ایده، استقلال در ایده ها، غیرمتمرکز سازی و اجتماع باشد و فرایند در این شبکه ارتباطی باید در برگیرنده، مرحله قبل از گفتگو یا طرح مسئله ، مرحله تعیین جهت و مرحله اجرا باشد که در مرحله ی قبل از گفتگو یا طرح مسئله که اغلب سختترین مرحله است، نخبگان مردمی و بازنشستگان نخبه مدیریت شهری باید به تعریف واحدی از مشکل پذیرش در همکاری، سرمایه گذاران مشخص و اجماع در انتخاب رهبر برسند. در مرحله تعیین جهت نیز این گروه باید در تعیین قوانین اولیه، تعیین دستور کار، سازمان دهی زیرمجموعه ها، انجام یک تحقیق اطلاعاتی مشترک، بررسی معایب و مزایای گزینه های مختلف و رسیدن به توافق و تنظیم آن اقدام عملی انجام دهند و در مرحله ی اجرا نیز سازمان (مدیریت شهری) باید با گروه های شرکت کننده (نخبگان مردمی و بازنشستگان نخبه مدیریت شهری) ارتباط برقرارکند، هم چنین اعضا باید تلاش کنند، حمایت آنهایی

که مسئول اجرای توافق هستند را بدست آورند و ساختارهایی برای اجرای توافق ایجاد شود. بنابراین با بسترسازی مناسب این مبانی نظام اطلاع رسانی می توان گامی را در جهت ایجاد نظام اطلاع رسانی مناسب برداشت.

یکی از ابعاد استخراج شده، ایجاد شهر خلاق است. براساس نتایج یکی از مولفه های شهر خلاق، مولفه پیش زمینه و معیارهایی برای شهر خلاق است. در این مولفه باید مفهوم شهر خلاق، ارکان شهر خلاق و ویژگی های عمومی شهر خلاق مورد توجه قرار گیرد. شهر خلاق شهری است که قادر به تولید و اجرای راه حل های جدیدی برای رفع مشکلات شهری، از سوی نخبگان رسمی(کارکنان با تجربه در مدیریت شهری) و نخبگان مردمی فراهم شود. یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با فعالیت هایی در ارتباط قرار می گیرند که مرکز خلاقیت به حساب می آیند. یکی دیگر از مولفه های شهر خلاق، تدوین برنامه و سیاستگذاری برای ایجاد شهر خلاق است. براساس نتایج به دست آمده، زیر ساخت های ضروری در تحقق شهر خلاق عبارتنداز: توسعه، سرمایه انسانی و دارایی ها، چالشها، آرمان ها و فرصت ها باید منحصر به فرد باشد؛ اجرایی کردن ایده ها و استراتژی ها در یک شهر، براساس دانش و استعداد های مناطق، توسعه شهر باید متناسب با ریشه در اصالت و هنر عمومی جامعه باشد، نوآوری های پایدار در شهر باید با مشارکت جامعه و مالکیت مشترک فرآیندها و نتایج همراه باشند، و پروژه های کوچک باید در طول زمان پایدار باشند و تغییر تدریجی هوشمندانه اعمال شود.علاوه بر اینکه یکی دیگر از زیر مولفه های تدوین برنامه و سیاست گذاری برای ایجاد شهر خلاق،وجود امکانات و فعالیت های رسمی و غیر رسمی است. امکانات و فعالیت های رسمی شامل امکانات اقتصادی خلاق، امکانات تفریحی و اقلیم، امکانات فرهنگی (مانند سمفونی، اپرا، تئاتر، باله و ...)و مواردی مانند رستورانهای زنجیره ای در سطح ملی، مراکز تفریح شبانه، فضاهای ورزشی، وجود کارگران خلاق، و اعضای گروه های هدف است و امکانات و فعالیت های غیررسمی در برگیرنده فعالیت های فضای باز (مانند قایق سواری، دوچرخه سواری و صخره نوردی)، و فعالیت های مربوط به سبک زندگی(مانند محل های اجرای موسیقی زنده و پرشور، رستوران های فضای باز، سوپر مارکت های ارگانیک، بارهای آبمیوه) است. از لحاظ فرهنگی، با ایجاد بستری در زمینه شهر خلاق می توان یک زیر ساخت فرهنگی و اجتماعی محکم بنا کرد و هم چنین به واسطه ی تسهیلات و امکانات فرهنگی محلی و منطقه ای،می توان هم از پتانسیل های فرهنگی محله و منطقه صیانت به عمل آورد و هم بستری را برای ایجاد مرکز ثُقل اشتغال خلاق و سرمایه گذاری های محلی از سوی شهروندان و نخبگان مردمی فراهم کرد.

از سویی دیگر در طول تاریخ آنچه موجب برداشتن گامهای بلند به سوی کامیابی و تغییرات مثبت در شیوه زیست انسانها شده، برگرفته از اندیشه ای یا نبوغی تکامل یافته بوده است. اگر مدیریت شهری به عنوان یک نهاد عمومی، مسئولیت های اجرای بسیاری از برنامه ها و طرح های شهری، سرمایه گذاری در امور شهری، عرضه و تولید کالا و خدمات خصوصی و عمومی وابسته به امور شهری و خدمات عمرانی و اجتماعی را به درستی انجام دهد، شناسایی نخبگان مردمی و مشارکت مستقیم آنان در امور فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جهت تعیین زندگی اجتماعی خود به خود صورت خواهد گرفت. همدلی و مشارکت تمام اقشار به ویژه قشر نخبه به منظور استفاده و بهره گیری از تخصص و تجربه آنها در زمینه های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منجر به ایجاد ارتباط دو سویه بین افراد نخبه و مسئولین ذیربط در سطوح مختلف مدیریتی و تصمیم گیری می گردد. به عبارت دیگر، استفاده از نظریات و مشاوره های نخبگان، در اداره امور موجب اعتلاء، آبادانی، افزایش حس مشارکت، تقویت نقاط قوت و از بین رفتن نقاط ضعف در جامعه می شود. از این رو، لزوم تشکیل کارگروه ها و اتاق های فکر تخصصی در راستای بهره گیری و استفاده از ظرفیت نخبگان موجود به دور از شعارزدگی می تواند در پیشبرد هر چه بهتر امور و

دست یابی به آرمانهای اصلی جامعه حائز اهمیت باشد. زیرا اداره امور و اتخاذ تصمیمات مهم مدیریتی تنها با استفاده از ظرفیت ها و نظرات علمی در کنار بخش اجرایی می تواند باعث دست یابی به ایده ال موفق در سطوح مختلف شود. البته عدم بهره گیری از ظرفیت های نخبه در اداره امور و خود کامگی، داشتن حس قدرت و برتری (بدترین آفت مدیریت مناسب) و عدم توجه به نظریات دیگر افراد جامعه به خصوص افراد صاحب نظر در زمینه های مختلف فکری و یا استفاده از افراد کم توان در منصب های مشاوره ای و مدیریتی به عنوان یک آفت بزرگ باعث تنزل و جدایی از مسیر اصلی محسوب می شود.

از انجایی که مقوله های و زیرمقوله های امنیت و تعلق اجتماعی و نشاط اجتماعی مکمل یکدیگر هستند و همچنین مقوله ها و زیر مقوله های آنها جزویی از ابعاد شهر شاد میباشند، ، این مباحث درکنار هم مورد بررسی قرار گرفت.

بعد دیگر استخراج شده، امنیت و تعلق اجتماعی است. امروزه شهرنشینی فزاینده مشکلات متفاوت زیادی را برای کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است و توجه به مفهوم امنیت شهروندان و روشهای ارتقا آن به عنوان یکی از الویتهای اساسی تبدیل شده است. مردم در فضاهایی چون کوچه های تاریک و خلوت، خیابانها و فضاهای خلوت و کم تردد شهر، مسیرهایی که از لحاظ کالبدی دچار مشکل هستند(خرابه ها و ویرانه ها) و مکانهایی که موجب سلب آسایش و امنیت شهروندان میشود، قسمتهایی کنج و دنج فضاهای عمومی، قسمتهایی که آلودگیهای محیطی و کم نوری وجود دارد، احساس امنیت کمتری دارند. چنین عواملی موجب کاهش حضور افراد و معضلات و پیامدهایی از قبیل عدم اعتماد، احساس نگرانی، استرس و دوری جستن از محیط و عدم حفظ مدنیت را به دنبال دارد. این عوامل از مهمترین عوامل در عدم نشاط افراد محسوب میشود و می توان گفت امنیت و عدم استرس یکی دیگر از معیارهای موثر در ایجاد نشاط اجتماعی محسوب میشود. علاوه بر اینکه حس تعلق به پیوند فرد با مکان منجر شده و در آن انسان خود را جزئی از مکان میداند و براساست جربه های خود از نشانه ها، معانی، عملکردها و شخصیت، نقشی برای مکان در ذهن خود متصور میسازد و مکان برای او قابل احترام میشود. حس تعلق به مکان از یک طرف وابسته به مشخصات و ویژگیهای فردی شامل انگیزشها، شایستگی ها و شناخت افراد نسبت به یک مکان بوده و از طرف دیگر ریشه در تعاملات اجتماعی و ارتباط فرد و دیگران در محیط دارد که منبعث از نیاز انسانی تعلق به عنوان نیاز اولیه انسان است. به طور کلی تعلق به مکان، نقطه تلاقی عناصر کالبدی، مفاهیم ذهنی فرد از مکان و ساختار اجتماعی میباشد؛ این احساس تعلق به مکان سبب امنیت و همچنین حضور پذیری بیشتر افراد سکنه خواهد شد که به عنوان یکی از معیارهای شادی آور در شهرمحسوب میشود.

از سویی دیگر نشاط اجتماعی از مؤلفه های رفاه اجتماعی به شمار میرود و بیش از مداخلات پزشکی و روانی به عوامل اجتماعی و اقتصادی وابسته بوده و در عین حال، یکی از مفاهیم محاوری توسعه پایدار است. از سال ۲۰۰۰ به بعد در بحث های سازمان ملل برای تعیین سطوح توسعه یافتگی کشورها، متغیرهای نشاط، امید به آینده، خشنودی و رضایتمندی افراد جامعه نیاز به عنوان یک متغیر کلیدی وارد محاسبات شده است؛ به اینصورت که اگر مردم یک جامعه احساس نشاط، خشنودی و رضایت مندی نکنند، نمی توان آن جامعه را توسعه یافته تلقی نمود. این نشان دهنده اهمیت نشاط و شادی در جامعه است(گلابی و اخشی،۱۳۹۴). متغیرها و عوامل زیادی با میزان نشاط اجتماعی در جامعه مرتبط هستند که از میان آنها، میزان مشارکت اجتماعی متغیر مهم تاثیرگذار بر موفقیت برنامه های توسعه، رفاه و بهزیستی جامعه است .این پدیده که به وسیله تراکم شبکه اجتماعی و روابط افراد سنجیده می شود، در بسیاری از مطالعات با سلامت و نشاط افراد جامعه مرتبط است (کاوچی و

همکاران۱، ۲۰۰۸). توجه به شبکه روابط و مشارکت اجتماعی و نقش آن در نشاط اجتماعی را می توان از قرن نوزدهم در کار جامعه شناسانی چون دورکیم دید .وی نشان داد که نرخ های خودکشی در جمعیت های دارای سطح پایین مشارکت وانسجام اجتماعی، بیشتر و در اجتماعات منسجم، کمتر است (هالپرن۲، ۲۰۰۵). احساس نشاط به متغیرهای متفاوت اجتماعی و فردی بستگی دارد که از یک سو این نیازها به حکومت و از سوی دیگر به جامعه و نظام ارزشی ودر نهایت خود شخص بر می گردد. جامعه از سویی به وجود آورنده شرایطی است که می تواند فرد را به سوی تحقق اهداف و آرزوهای فردی سوق دهد و از سوی دیگر زمینه ساز تحقق فضایی است که فرد میتواند به کنش متقابل و ارتباط با همنوعانش که باعث ایجاد آرامش، امنیت، اطمینان خاطر وی است برای یک زندگی مناسب مبادرت ورزد. در جامعه خوشحال و خرسند تولید بهتر، اشتغال بیشتر و اقتصاد سالم تر خواهد بود و بدون شک چنین محیطی امنیت اجتماعی و فردی راحت تر بدست می آید. نشاط اجتماعی در عین اینکه متاثر از میزان بالای مشارکت در جامعه است، به تعاملات و مشارکت اجتماعی بیشتر، تعلق و امنیت بالاتر نیز منجر شده، زمینه را برای همبستگی و انسجام اجتماعی بالا در جامعه فراهم میسازد.

انچه که از نظر تعاملات و مشارکت اجتماعی در یک شهر بیشتر مورد توجه قرار میگیرد وجود فضاهای عمومی است. فضاهای عمومی فضاهایی هستند که افراد و گروههای مختلف اجتماعی در آن سهیم اند، این فضاها محل تبادل افکار و اطلاعات و مکانی برای شکل گیری شبکه های اجتماعی هستند. چنین فضاهایی بیش از آنکه تنها یک فضا باشند یک تجربه اند که نتیجه ی چنین تعامل و تجاربی در میان افراد و گروههای مختلف، دریافت حس هویت جمعی، احترام به خود (عزت نفس)، ارتقاء مهارتهای جمعی و مشارکت اجتماعی خواهد بود. درواقع، رفتارهای افراد در فضاهای شهری است که شهر شاد را پدید می آورد، زیرا وضعیت ذهنی و روانی فرد به اجتماع بازمی‌گردد.

تبادل افکار از طریق شبکه های اجتماعی مجازی و واقعی که در یک سوی آن نخبگان مدیریت شهری و مردمی و درسوی دیگر آن تک تک افراد جامعه قرار دارد، میتواند به عنوان بستری در جهت بهبود ارتباطات و رشد تعاملات اجتماعی افراد با مدیریت شهری گردد.

نظام مدیریت شهری مانند دیگر نهادها در تبادل و تعامل با جامعه و شهروندان معنا پیدا می کند. یک بعد مسأله تصمیمات، قوانین و سیاست های شهرداری و بعد دیگر انتظارات و خواسته ها و نهایتاً حمایت و مشارکت فعالانه شهروندان است. شاید عمده ترین فایده مشارکت شهروندان، افزایش زمینه پذیرش تصمیمات توسط عموم باشد یعنی حس مالکیت به شهر و درنتیجه انجام هرگونه همکاری برای بهبود اوضاع آن. وجود ارتباطات امن و قابل اعتماد به واسطه نخبگان مورد وثوق با دیدگاه مورد توجه قرار گرفتن نظرات و انتقادات افراد، میتواند سبب افزایش امید به زندگی، ثبات اقتصادی، مشارکت اجتماعی و محلی، احساس برابری و عدالت در جامعه که از ابعاد ایجاد شهرشاد می باشد؛ گردد.

در نظام اطلاع رسانی باید به رسانه های جدید نیز توجه شود. این رسانه ها می توانند منجر به ایجاد الگوهای مصرف رسانه ای جدید، روابط جدید، رفع چالشهای موجود، تغییر در تجربیات شخصی و اجتماعی، بین نخبگان با بازنشستگان نخبه و مسئولان مدیریت شهری و در نهایت با توجه به همه موارد فوق ایجاد شهر شاد گردد. به علاوه، می توانند با ایجاد جاذبه جهت حضور طیف های مختلف سنی، امکان حضور گروه‌های جنسیتی مختلف (مرد، زن)، مطابقت با عادات و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی، استفاده از مشارکت عمومی در پیشبرد اهداف، تقویت شبکه های مروج نشاط اجتماعی، تشویق مردم به عضویت در انجمن ها و سازمان های مردم نهاد، تدوین و نشر سند نشاط اجتماعی با استفاده از دیدگاه های نخبگان

1 - kawachi

2 - Halpern

آشنا با فرهنگ و هویت مردم، و اجرای طراحی جشن های شاد و فرهنگی، بهره بردن از شرایط موجود و روی آوردن به سمت طبیعت برای ایجاد تفریحات و سرگرمی های سالم، تغییراتی در ارتباطات میان فردی بین نخبگان، هنرمندان و متخصصان مردمی در فضای واقعی و مجازی؛ و نقش تعاملی بین نخبگان با بازنشستگان نخبه و مسولان مدیریت شهری ایجاد کنند و منبع گسترده ای برای دسترسی به اطلاعات، بازیابی و اصلاح اطلاعات، مشارکت و مبادله اطلاعات، عقاید، تجربه و توسعه روابط شخصی فعال بین شهروندان، نخبگان، هنرمندان ، متخصصان و بازنشستگان نخبه مدیریت شهری و مسئولان در این حوزه گردد.

با توجه به مقوله های اصلی و زیر مقوله ها و همچنین بررسی ابعاد مختلف استخراج شده، می توان اقدامات زیر را جهت افزایش حس شادی با رویکرد ایجاد شهر شاد از طریق مشارکت نخبگان در یک نظام اطلاع رسانی مناسب پیشنهاد نمود:

استفاده از تکنیک‌های علمی مشارکت و مشاورۀ فکری مراکز علمی- پژوهشی و فرهنگی جهت به حداکثر رساندن مشارکت اجتماعی مردم و نخبگان در رویدادهای اجتماعی.

شناسایی نخبگان مردمی و مشارکت مستقیم آنان در امور فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی.

سازماندهی نخبگان رسمی فعال در مدیریت شهری در جهت مشارکت موثرتر.

تشکیل کارگروه ها و اتاق های فکر تخصصی در راستای بهره گیری و استفاده از ظرفیت نخبگان در مدیریت شهری.

مشارکت و مبادله اطلاعات، عقاید، تجربه و توسعه روابط شخصی فعال بین شهروندان، نخبگان، هنرمندان ، متخصصان و بازنشستگان نخبه مدیریت شهری و مسئولان این حوزه.

ایجاد تغییرات در ارتباطات میان فردی بین نخبگان، هنرمندان و متخصصان مردمی در فضای واقعی عمومی شهری و همچنین فضای مجازی.

تقویت سطوح ارتباطات و شبکه ارتباطی گسترده بین شهروندان نخبه با نخبگان بازنشسته مدیریت شهری و مسئولین در اداره امور شهری.

ساماندهی کالبد فضاهای شهری به گونه ای که باعث ترغیب بیشتر مردم برای حضور در فضا و ایجاد شادمانی بیشتر فضا شود.

استفاده از کاربری های جذاب رسانه های جمعی و فراهم آوردن امکاناتی جهت ایجاد فعالیت های پیش بینی نشده، متفاوت و متنوع شهروندان.

تدوین و نشر سند نشاط اجتماعی با استفاده از دیدگاه های نخبگان آشنا با فرهنگ و هویت مردم.

منابع

امیرپور، دادخواه(۱۳۹۷). عوامل بررسی عوامل موثر بر ایجاد شهر شاد و توسعه اجتماعی شهری با تاکید بر نقش برندینگ(مطالعه موردی شهر سرخس). مجله دانش انتظامی. خراسان جنوبی

احمدی، محسن. حسینی دانا ، حمیدرضا (۱۳۹۸). راهکارهای بهینه سازی نظام اطلاع رسانی شهرداری تهران با رویکرد استفاده از نخبگان مردمی در توسعۀ اقتصاد شهری. مطالعات رسانه ای. سال پانزدهم. بهار ۱۳۹۹.

استراس، آنسلم، کوربین، جولیت(۱۳۹۰). اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنایی، رویه و شیوه ها، ترجمه سید بیوک محمدی، چاپ اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

پسندیده، علی (۱۳۹۸). بررسی اهمیت و ضرورت شادی و نشاط از دیدگاه قرآن، روایات و تعالیم دینی. مجله فرهنگ دردانشگاه اسلامی. شماره ۱۸ .تهران.

شفیعی، شیرین(۱۳۹۶) ، مشارکت محوری و نقش آن در فعالیت بنگاه های اقتصادی تعاونی. انتشارات وزارت تعاون

رستگار، خ.، سیدان، ف. (۱۳۹۴). سنجش رابطه بین فرهنگ شهروندی و سلامت اجتماعی شهروندان تهرانی. مطالعات ملی، ۱۰۷-۶۱.

دانایی فرد، حسن(۱۳۹۷). نظریه پردازی: استراتژی و نظریه پردازی، تهران: نشر سمت.

خادمیان، ط. و فرجی، ط. (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی موثر در نشاط اجتماعی دانشجویان. مطالعات جامعه شناختی ایران. ۳۸-۱

حافظی، احمد (۱۳۹۹). مشارکت مردمی و نقش نخبگان در توسعه .دهمین همایش منطقه ای چالش ها و راهکارهای توسعه در مناطق محروم. دانشگاه آزاد اسلامی واحد کهنوج.۱۳ اسفندماه ۱۳۹۹.

عباس زاده ، علیرضا ، محققی، حسین (۱۳۹۸).بررسی سلامت اجتماعی دانشجویان .رفاه اجتماعی ,سال هشتم شماره۳۱. ۱۷۱-۱۸۹.

عزیزی ، ابراهیم. (۱۳۹۱). نقش گسترش نشاط وامید با توسعه و رشد، مجله فرهنگ و زندگی شماره ۱۲ شـورای عالی فرهنگ و۴ هنر سابق.۲۰-۱۶.

صفاری، م. (۱۳۹۹). مقدمه ای بر روانشناسی شهری. تهران: تیسا.

صیادی فر، سمیه و دوستی، علی (۱۳۹۴). حفظ یا حذف شادی، روزنامه همشهری.

طریقه دار، ابوالفضل(۱۳۹۸) جلوه های شادی درفرهنگ و شریعت، مجله حدیث زندگی، پیش شماره ۲.

فتحی، س. و ثابتی، م. (۱۳۹۱) توسعه ساختار سازمانی شهری و گسترش فرهنگ شهروندی. مطالعات شهری، س ۲، ش ۲، ص ۱۶۳-۱۹۶ .

گلابی،فاطمه؛ اخشی،نازیلا ، مشارکت اجتماعی و نشاط اجتماعی.فصلنامه علمی _ پژوهشی جامعه شناسی کاربردی . پاییز ۱۳۹۴ شماره ۵۹.

لنگ. جام. اف.(۲۰۱۳). شادی چیست؟. یک مجموعهٔ در جستجوی شادی، مترجم مریم تاجزاد(۱۳۹۴) . نتشارات مهر ناهید، چاپ دوم، تهران.

لوبروتون، داوید (۱۳۹۹). روش تحقیق کیفی، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، ثالث.

موسوی، م.، شیانی، م.، فاطمی نیا، س.، و امیدنیا، س. (۱۳۹۴). بسط مفهوم سرمایه اجتماعی با رویکرد سلامت اجتماعی. رفاه اجتماعی، ۱۵۰-۱۰۹.

مقیمی حاجی، غلامرضا (۱۳۹۹). بررسی میزان نشاط و شادابی شهروندان و راه کارهایی برای تقویت آن، مشهد پژوهی، سال پانزدهم، شماره ۱۳.

Joffe, H., & Smith, N. (2016) City dweller aspirations for cities of the future: How do environmental and personal wellbeing feature? Cities, P102-112.

Halpern, A. (2005). The relationships between awareness of consequences, environmental concern, and value orientations. Journal of Environmental Psychology, 28, pp 1-9.

Landry, Charles, (2006): “Lineages of the creative city, Research Journal for Creative Cities” (RJCC), vol.1, no.1, March.

kawachi, T., and Arpacı. Ebru. (2008. ("Relationship of organizational citizenship behavior with emotional intelligence", Procedia Social and Behavioral Sciences vol 1, pp 2432–2435.

Montgomery, Charles. 2018. "happy city: transforming our lives through urban design, Farrar, Straus and Giroux; Reprint edition, 368 p.