

ارزیابی اثر ابعاد هوش هیجانی بر مدیریت رسانه های اجتماعی

شهربانو تاج میری گندایی، روح الله تولایی، محمد تاج میری گندایی

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، موسسه ی آموزش عالی غیر انتفاعی زند شیراز*

mohandes11sh@yahoo.com

۲. دکتری مدیریت تولید و عملیات، استادیار و عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی

تهران tavallae.r@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر mohammadtj64@gmail.com

چکیده

در عصر اطلاعات، همگام با پیشرفت سریع فناوری و نیاز به کسب اطلاعات در دسترس و به هنگام، استفاده از رسانه های اجتماعی امری بدیهی است. ورود انسان ها به انواع رسانه های اجتماعی نظیر شبکه های اجتماعی اینترنتی و عضویت در آن ها، وبلاگ ها، فروم ها و... سبک زندگی انسان را تغییر داده است. عدم تعادل در زندگی حقیقی و فعالیت های روزمره با زندگی مجازی در رسانه های اجتماعی برخی از افراد بویژه جوانان، موجب برهم خوردن توازن زندگی حقیقی شده است. هدف این پژوهش، ارزیابی اثر ابعاد هوش هیجانی بر مدیریت رسانه های اجتماعی می باشد. پژوهش حاضر از نظر نوع هدف کاربردی بوده و از نظر روش اجرا توصیفی-تحلیلی است. همچنین روش گردآوری داده ها، مطالعات کتابخانه ای و میدانی می باشد. بررسی ها نشان می دهد با تقویت ابعاد هوش هیجانی در اشخاص که حدود ۸۰ درصد از موفقیت های انسان را شامل می شود، بر لزوم کنترل و تعادل استفاده از رسانه های اجتماعی می توان موثر بود و از وابستگی بیش از حد به آنها، جلوگیری نمود. با هوش هیجانی بالا، شخص می تواند انگیزه اش را حفظ نماید. در مراودات و شرایط گوناگون، خویش را کنترل نموده و عملکردهای خود و روابط خود با دیگران را مدیریت نماید.

کلمات کلیدی: عصر اطلاعات، هوش هیجانی، رسانه های اجتماعی، شبکه های اینترنتی، تعادل سازی



Assessing the effect of the of emotional intelligence dimensions on the social media management

ShahrbanooTajmiriGandae, RouhollaTavallae, MohammadTajmiriGandae,

1. Graduate student Industrial engineering, student of Non profit institute Higher Education ShirazZand
2. Assistant professor and Faculty Member of ShahidBeheshti (National) University Tehran
3. Graduate student Business Administration, student of Islamic Azad University MalayerBranch

Abstract

In the information age, along with the rapid advance of technology and the need to have available and timely information, it is obvious to use the social media. By emerging people in various social media such as social network sites and their memberships, blogs, forums and life style has changed. The instability in real life and virtual life in routine activities with social media has imbalanced the real life of some people especially the youth. The aim of this study is to evaluate the effects of emotional intelligence dimensions on the social media management. The paper is a practical research, and applies a descriptive-analytical method. The library research and field studies are used to collect data. Studies show that by reinforcing dimensions of emotional intelligence include about 80 percent of human's success, the need to control and balance the use of social media can be effective and it prevents overdependence on them. With high emotional intelligence, a person can maintain his motivation. In interactions and different conditions, he is able to control himself and manage his functions and relationships with others.

Keywords: Information age, emotional intelligence, social media, networking, balancing

مقدمه

هوش، از جذاب ترین توانایی هایی می باشد که جلوه های آن در موجودات مختلف به مقادیر متفاوت قابل مشاهده و رویت است. بهره ی هوشی یا هوشبهر^۱ مدت ها معیاری برای سنجش هوش فردی محسوب می شد. آزمون بهره ی هوشی تنها شاخص نشان دهنده ی توانایی یادگیری شخص محسوب می شد. نمره های درسی هوشبهر علی رغم اهمیتشان در میان عموم نمی توانند قاطعانه پیش بینی کنند که چه کسی در زندگی موفق خواهد شد. حال به راستی این سوال مطرح است که مهمترین عوامل موفقیت در زندگی چیست؟ هوش هیجانی^۲ در زندگی اجتماعی و فردی افراد موثر است. اثربخشی رشد اجتماعی گروه های اجتماعی و سازمان ها به طور قوی تحت تأثیر کفایت های هیجانی اعضا بخصوص مدیران آن ها است (Goleman, 1995). هوش هیجانی توانایی تشخیص و تفکیک احساسات خود و دیگران و استفاده از دانش هیجانی در جهت هدایت تفکر و رفتار خود و دیگران است (ودادی و همکاران، ۱۳۸۸). هوش هیجانی، مجموعه مهارت هایی است که بر خودآگاهی و درک چگونگی از رفتار تأثیر می گذارد. ریشه ی هوش هیجانی را می توان در ادبیات مربوط به هیجان ردیابی کرد. هیجان شامل یک مولفه ی بیانی یا حرکتی، یک مولفه ی تجربی، یک مولفه ی نظارتی-تنظیمی و یک مولفه ی شناختی یا پردازشی می باشد (منصوری، ۱۳۸۰ به نقل از ناظم، ۱۳۸۷). ادوارد ثورندایک^۳ روانشناس نامدار در مقاله ای در روزنامه ی هارپر^۴، اظهار داشت که هوش اجتماعی یعنی توانایی درک دیگران و عمل کردن عاقلانه در ارتباط های بشری که جنبه ای از هوش هیجانی است و به خودی خود جنبه از هوشبهر را تشکیل می دهد. وی معتقد بود که هوش از مولفه ای تشکیل نشده است چرا که نمی توان با یک نوع هوش توانایی های انسان را سنجید. به همین دلیل او سه نوع هوش را مطرح می کند. هوش اجتماعی، هوش عینی و هوش انتزاعی (Goleman, 1995). فضای مجازی شبکه های اجتماعی اینترنتی یکی از مهمترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. این فضای مجازی، عرصه ی وسیعی از اطلاعات و نمودهای مختلف معنایی را ایجاد می کند. جوامع مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی-تکنولوژیک به سمت جامعه ی اطلاعاتی یا جامعه ی شبکه ای در حرکت اند. جامعه ی شبکه ای، جامعه ای است که ساختار آن متأثر از فناوری است. در جامعه ی شبکه ای، جوامع با چالش هایی چون نابرابری اجتماعی، هویت های جدید، تمایز پذیری و شالوده شکنی نهادهایی نظیر دولت و فرصت هایی چون نقش اینترنت و شبکه های اجتماعی در پژوهش، خلاقیت، تعامل و همزیستی جهانی و غیره روبرو شده اند. به نظر می رسد به علت وجود این چالش ها، انسجام اجتماعی در جامعه ی اطلاعاتی و به خصوص در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، متزلزل شده است. فرآیند جهانی شدن با گسترش قلمرو روابط، زندگی اجتماعی دنیای اجتماعی افراد را بسیار بزرگتر می کند

¹.Intelligence Quotient (IQ)

².Emotional Intelligence (EI)

³.Edward Thorndike

⁴.Harper Magazine

و احساس کنترل ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آن‌ها بوجود می‌آورد (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). با تقویت ابعاد هوش هیجانی در افراد می‌توان از احساس عدم امنیت در زندگی اجتماعی نوین جلوگیری نمود. افراد با هوش هیجانی بالا، روابط خود با دیگران را مدیریت می‌کنند و زندگی دوم (زندگی مجازی) این افراد سبب دوری از زندگی حقیقی و عدم پیشرفت و تکامل آن‌ها نخواهد شد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

امروزه شرکت‌ها در سراسر جهان به طور معمول از زاویه‌ی هوش هیجانی، کارکنان خود را استخدام کرده، ارتقا و توسعه می‌دهند (پورتال دنیل گلن). براساس یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران فضای مجازی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی اند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو کنترل و نظارت بر استفاده و کاربرد از شبکه‌های اجتماعی لازم است که این مهم نخست از طریق خودآگاهی افراد امکان‌پذیر است. افرادی که از هوش هیجانی بالا برخوردار هستند، در برابر بحران‌ها، آشفتگی‌ها و بی‌هویت‌های ناشی از استفاده از عضویت در شبکه‌های اجتماعی مصون می‌باشند زیرا هوش هیجانی موجب خودآگاهی^۵، خودکنترلی^۶، مدیریت (رابطه) مهارت‌های اجتماعی^۷ و... خواهد شد.

روش پژوهش

پژوهش‌ها بر اساس هدف به سه دسته تقسیم‌بندی می‌شوند. تحقیقات بنیادی^۸، تحقیقات کاربردی^۹، تحقیقات توسعه‌ای^{۱۰} (سرمد و همکاران، ۱۳۷۸). پژوهش حاضر از نظر ماهیت و روش "توصیفی-تحلیلی" می‌باشد. در تحقیقات توصیفی-تحلیلی، محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه که هست، به تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می‌پردازد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۶ به نقل از تاج‌میری و همکاران، ۱۳۹۴). این پژوهش از نظر نوع و هدف کاربردی می‌باشد که پس از طرح مسئله، در پی دستیابی به یک چارچوب منطقی جهت یافتن راهکارهایی برای تعادل‌سازی و کنترل استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط هوش هیجانی می‌باشد.

5. Self-awareness

6. Self-regulation

7. Management Social Skills

8. Basic Or Fundamental Research

9. Applied Research

10. Developmental Research

ادبیات نظری پژوهش

هوش هیجانی

هوش هیجانی، توانایی درک، توصیف، دریافت و کنترل هیجان ها است. هر شخص با برخورداری از میزانی از هوش هیجانی در مواجهه با وقایع مثبت یا منفی زندگی به موضع گیری پرداخته و به سازش با آن ها می پردازد. انسان با برخورداری از هوش هیجانی به زندگی خود نظم و ثبات می بخشد به طوری که، اصولاً هوش هیجانی بالا باعث می شود شخص وقایع منفی کمتری را در زندگی تجربه کند (Goleman, 1995). در اوایل سال ۱۹۸۰، محققان به مفهوم سازی نظام مند ایده ی هوش هیجانی دست زدند. مشهورترین آن ها، هوش درون و بین فردی گاردنر^{۱۱} (۱۹۸۳) و کار استینر^{۱۲} (۱۹۸۴) در زمینه ی "سواد عاطفی" بود که سنگ بنای مفهومی شد که پیتر سالوی^{۱۳} و جان می یر^{۱۴} در سال های ۱۹۹۰-۱۹۸۹ آن را هوش هیجانی نامیدند. به تعبیر سالوی و می یر، هوش هیجانی شکلی از هوش اجتماعی است که بیانگر توانایی کنترل احساسات و هیجانات خود و دیگران، تمایز میان آنها و استفاده از این اطلاعات برای هدایت فکر و عمل است. براساس مطالعات قبلی، بارون^{۱۵} و همکارانش در سال ۱۹۹۷، هوش هیجانی را به عنوان "هوش غیرشناختی" چنین توصیف کردند: "مجموعه ای از مهارت های هیجانی و اجتماعی که بر توانایی فرد در مقابله با فشارها و تقاضاهای محیطی تأثیر می گذارد". در سال ۱۹۹۶، دنیل گولمن، با انتشار کتاب مشهور خود، نقش قابل توجهی در عمومیت بخشیدن به این مفهوم ایفا کرد. وی در سال ۱۹۹۸، با توجه به یافته های محققان پیشین، هوش هیجانی را چنین توصیف کرد: "هوش هیجانی نوع دیگری از هوش است که مشتمل بر شناخت احساسات خویشتن و استفاده از آن برای اتخاذ تصمیم های مناسب در زندگی است. به عبارت دیگر، هوش هیجانی بیانگر توانایی اداره ی مطلوب خلق و خو، وضع روانی و کنترل تنش هاست و در واقع عاملی است که به هنگام ناکامی در دست یابی به هدف، در شخص ایجاد انگیزه و امید می کند" (Ashforth & Humphrey, 1995) به نقل از رضائیان و کشته گر، (۱۳۸۷).

ابعاد هوش هیجانی

دکتر می یر، سالوی و کارسو^{۱۶} در سال ۱۹۹۰ برای هوش هیجانی چهاربعد تشخیص داده اند که عبارت اند از:

¹¹.Howard Gardner

¹². Claude Steiner

¹³. Peter Salovey

¹⁴. John Mayer

¹⁵. Reuven Baron

¹⁶. David Caruso



۱. شناسایی هیجان در خود و دیگران : ضروری ترین توانایی مرتبط با هوش هیجانی این است که از هیجانات و احساسات خود آگاه باشید. توانایی خودآگاهی به افراد اجازه می دهد تا نقاط قوت و ضعف خود را بشناسند و به طور شهودی و از راه درک مستقیم دیگران را تحت تأثیر قرار دهند.
 ۲. کاربرد هیجان: توانایی استفاده از هیجان ها در کمک به کسب نتایج مطلوب، حل مسائل و استفاده از فرصت هاست و شامل همدلی و بینش سازمانی است. افرادی که از این توانایی برخوردارند، هیجان ها و احساس های دیگران را بیشتر درک می کنند و دقیقا می دانند که گفتار و کردارشان بر دیگران چه تأثیری می گذارد.
 ۳. توانایی درک و فهم هیجان ها: توانایی درک هیجان های پیچیده و آگاهی از علل آن ها و چگونگی تغییر هیجان ها از یک حالت به حالت دیگر را درک هیجان ها می نامند. افرادی که از این توانایی برخوردارند، به راحتی متوجه می شوند که چه چیزی موجب برانگیختن و یا عدم برانگیختن افراد یا گروه ها می شود و می توانند همکاری بهتری را با دیگران برنامه ریزی کنند.
 ۴. مدیریت هیجان: توانایی کنترل و اداره کردن هیجان در خود و دیگران است. مدیریت هیجان ها به افراد این امکان را می دهد که بدخلقی و روحیه بد را به محیط کاری وارد نکنند(طبری و قربانی، ۱۳۸۸).
- به طور کلی، "توانمندی های هوش هیجانی"^{۱۷} مدل گلمن که در جدول شماره ی (۱) ارائه شده است، در قالب چهار نوع توانایی عمومی و کلی به شرح زیر بیان می شوند:
۱. خودآگاهی: توانایی درک احساسات و نقاط قوت و ضعف خود
 ۲. خود مدیریتی: توانایی اداره ی حالات، تنش ها و قابلیت های درونی خود
 ۳. آگاهی اجتماعی: توانایی درک صحیح افراد و گروه ها
 ۴. مدیریت روابط: توانایی ایجاد عکس العمل های مطلوب در دیگران

جدول شماره ی (۱): مدل توانمندی های هیجانی گلمن (۲۰۰۰)

| توانمندی ها | مولفه های هوش هیجانی |
|-----------------------|---|
| توانمندی های خودآگاهی | - خودآگاهی عاطفی: شناسایی احساسات خود و درک تأثیر آنها - خود ارزیابی دقیق: شناخت نقاط قوت و محدودیت های خویش اعتماد به نفس: درک مناسب از ارزش ها و توانایی های فردی |

¹⁷.Emotional Intelligence Competencies

| | | |
|---|----------------------|---------------------------------|
| <p>- خود کنترلی احساسی: مهار کردن هیجانات مخرب و تنش ها - خلوص: نشان دادن صداقت، همبستگی و وفاداری - سازگاری: انعطاف پذیری در برخورد با تغییرات - وجدان: قبول مسئولیت عملکرد فردی - نوآوری: تمایل به استفاده از فرصت ها - خوش بینی: قابلیت دیدن نیمه ی پر لیوان</p> | <p>خود مدیریتی</p> | <p>فردی</p> |
| <p>- همدلی: درک عواطف دیگران، درک دیدگاه های آنها - هوشیاری سازمانی: فهم روند های عاطفی گروه و روابط قدرت - خدمت محوری: شناسایی نیازهای دیگران برای خدمت رسانی</p> | <p>آگاهی اجتماعی</p> | <p>توانمندی های اجتماعی</p> |
| <p>- توسعه ی توانایی دیگران: تقویت توانایی دیگران از طریق بازخورد - رهبری القایی: هدایت و ایجاد انگیزه ی همراه با بینش قانع کننده برای دیگران - تأثیر: به کار بردن تاکتیک های اثربخش برای متقاعد سازی دیگران - واکنش نسبت به تغییر: پیشگامی در تغییر - مدیریت تعارض: برطرف کردن اختلاف نظرها - کارگروهی و تشریک مساعی: کارکردن با افراد از طریق اهداف مشترک</p> | <p>مدیریت روابط</p> | |

از نظر گلمن، توانمندی های هیجانی عبارت است از توانایی اکتسابی بر مبنای هوش هیجانی که به عملکرد چشمگیر در کار میدانی منجر می شود. به عبارت دیگر، مقدار هوش هیجانی تعیین کننده ی توانایی بالقوه برای کسب مهارت های کاربردی است. به زعم وی، این مدل می تواند تفاوت های فردی در عملکرد افراد را که در محل کار وجود دارد، تشریح کند (Goleman, 2001 به نقل از رضائیان و کشته گری، ۱۳۸۷).

رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی انواع گوناگونی دارند و می توان آنها را درهشت گروه دسته بندی نمود:
شبکه ی اجتماعی^{۱۸}: یک شبکه ی اجتماعی، زنجیری بهم پیوسته از پروفایل های افراد مختلف و صفحات و گروه های ایجاد شده توسط کاربران است. اگرچه در ابتدا شبکه های اجتماعی تنها امکان برقراری با دوستان و آشنایان، تشکیل و عضویت در گروه، ایجاد صفحات شخصی، به اشتراک گذاری محتوا و نظایر اینها را برای کاربران خود فراهم می کردند اما امروزه برای باقی نگهداشتن کاربران و

¹⁸.Social Network

افزایش تعداد آن‌ها امکاناتی نظیر برگزاری نظرسنجی، انجام بازی‌های آن‌لاین، تماشای فیلم‌های کمپانی‌های معتبر و مانند اینها را نیز به ویژگی‌های خود افزوده‌اند.

پروژه مشترک -ویکی^{۱۹}: در ویکیها کاربران به صورت مشترک بر روی موضوعی خاص فعالیت کرده و در کنار یکدیگر محتوای ویکی را ساماندهی می‌کنند. امکان تغییر محتوا برای تمام کاربران باز است و مدیرانی که از بین کاربران انتخاب شده‌اند، بر روند فعالیت ویکی نظارت می‌کنند. ویکی فاصله‌ی مکان-زمان را برای کاربر روی پروژه‌های مشترک از بین می‌برد و به کاربران امکان مشارکت در پروژه را از فواصل دور و در بازه‌های زمانی متفاوت می‌دهد.

وبلاگ^{۲۰}: وبلاگ ساده‌ترین شکل یک رسانه‌ی اجتماعی است، رسانه‌هایی که می‌توان آن را به رسانه‌ی شخصی مدیر و صاحب وبلاگ تعبیر کرد. قواعد نوشتن در وبلاگ را مدیر آن تعیین می‌کند. وبلاگستان هر جامعه، بازتاب منحصر به فردی از ویژگی‌های خاص اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن است.

جامعه‌ی محتوایی^{۲۱}: در این سایتها کاربران محتواهای گوناگونی نظیر صوت، ویدئو، عکس و ... را بارگذاری کرده و به اشتراک می‌گذارند.

فروم^{۲۲}: فروم‌ها امکان تبادل نظر، پرسش و پاسخ و گفتگو پیرامون موضوع و یا موضوعاتی مشخص را فراهم می‌کنند. هر فروم از زیرمجموعه‌های موضوعی متفاوتی تشکیل شده است که کاربران بسته به نیاز خود وارد یکی از آنها می‌شوند. فروم‌ها، گاه مستقل‌اند و گاه بخش جانبی یک سایت هستند.

میکروبلگ^{۲۳}: میکروبلگ‌ها تلفیقی از شبکه‌ی اجتماعی و وبلاگ هستند که در آنها طول پیامهای کاربران از تعداد مشخصی کاراکتر پیروی می‌کند. به جهت کوتاهی متن پیامها، اغلب کاربران این سایتها از تلفن همراه و یا افزونه‌های ویژه‌ی مرورگر خود برای ارسال پیام استفاده می‌کنند بدون اینکه وارد سایت اصلی شوند.

پادکست^{۲۴}: نوعی از فایل‌های صوتی و تصویری که بر روی اینترنت بارگذاری شده و قابلیت به اشتراک گذاری دارند. علاوه بر پادکستهای شخصی، افراد مشهور و همچنین برخی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی نیز از پادکست استفاده می‌کنند.

جهان مجازی^{۲۵}: جهان مجازی عملکردی شبیه شبکه اجتماعی دارد با این تفاوت که افراد در این محیط همانند دنیای واقعی فعالیت خواهند کرد. نحوه‌ی کار به این ترتیب است که کاربر ابتدا برای خود یک آواتار ساخته و سپس همانند دنیای واقعی برای خود محل زندگی، کار و تفریح تعیین و همچنین خانواده و گروه دوستان تشکیل خواهد داد (پورتال خبرهای مشرق، ۱۳۹۱).

19. Wiki
20. Blog
21. Content Community
22. Forum
23. Microblog
24. Podcast
25. Virtual World

شبکه های اجتماعی اینترنتی به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانان و مکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده اند. شبکه های اجتماعی اینترنتی علاوه بر اینکه مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود هستند، این امکان را برای اعضا فراهم می کنند که همزمان با انجام سایر فعالیت های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه، فعالیت خود را در این جوامع مجازی نیز پیگیری نمایند. براساس تعریف صدیق بنای، شبکه های اجتماعی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع و مستمر هستند و یک حلقه ی منسجم ارتباطاتی را تشکیل می دهند، به کار می رود (صدیق بنای، ۱۳۸۷ به نقل از بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱).

پیشینه ی پژوهش

هوش هیجانی ریشه در مفهوم "هوش اجتماعی" دارد که برای اولین بار توسط ثورندایک در سال ۱۹۲۰ مطرح شد. به زعم وی، هوش اجتماعی بیانگر توانایی درک و مدیریت افراد در روابط انسانی است (رضائیان و کشته گر، ۱۳۸۷). اصطلاح شبکه های اجتماعی را برای نخستین بار چی ال بارنز^{۲۶} در سال ۱۹۵۴ طرح گردید و از آن پس به سرعت به شیوه ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت (معمار و همکاران، ۱۳۹۱). تحقیقات بسیاری در زمینه ی هوش اجتماعی انجام گرفته است که برخی از آنها در جدول شماره ی (۲) اشاره شده است.

جدول شماره ی (۲)، برخی از تحقیقات پیشین در مورد هوش هیجانی

| نام محققین | عنوان تحقیق | هدف اصلی تحقیق |
|------------------------|--|--|
| برونی و همکاران (۲۰۰۹) | مشکلات استفاده از اینترنت و تلفن همراه و علائم بالینی در دانشجویان: نقش هوش هیجانی | اندازه گیری استفاده ی ناهنجار از اینترنت و تلفن همراه و ارتباط آن با علائم پریشانی های روانی و اختلال روانی با نقش هوش هیجانی درک شده در این رابطه |
| خطیری و همکاران (۲۰۱۰) | هوش هیجانی می تواند اعتیاد دانشجویان به اینترنت را پیشبینی کند؟ | اندازه گیری رابطه ی هوش هیجانی و اعتیاد به اینترنت |
| گلاسن و کانگ (۲۰۱۲) | هوش در عصر اینترنت: ظهور و تکامل منبع باز هوش (OSINT) | معرفی منبع باز هوش به عنوان یک جزء مهم در درک حل مشکلات انسان در قرن ۲۱ |
| پارکر و همکاران (۲۰۱۳) | مشکلات قمار، استفاده از بازی ها و اینترنت در نوجوانان: رابطه ی هوش هیجانی در نمونه نیازهای | بررسی رابطه ی بین هوش هیجانی با چند نوع اعتیادهای رفتاری از نوجوانان نظیر مشکلات قمار، سوء بازی های کامپیوتری و استفاده ی ناصحیح از |

²⁶ J.A. Barnes

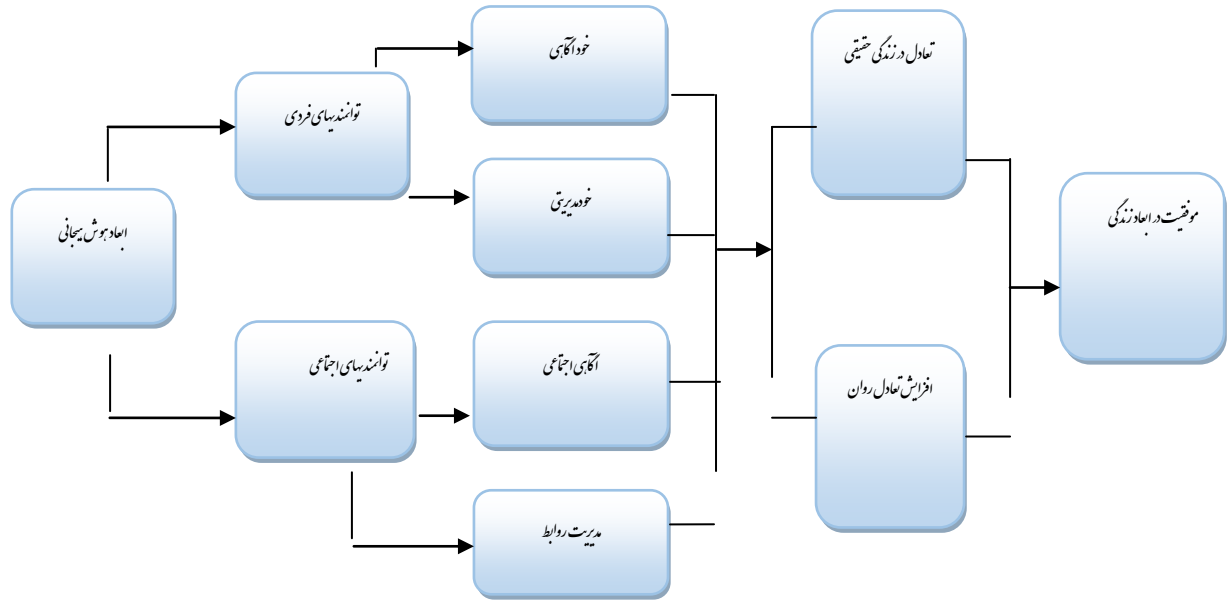
| اینترنت | ویژه ی بالینی | |
|--|--|--------------------------|
| پیشبینی خلاقیت و اجزای آن براساس هوش هیجانی و مولفه های آن | اثر هوش هیجانی و مولفه های آن بر خلاقیت | نورافشان و جوکار (۲۰۱۳) |
| بررسی نقش هوش جاری، ویژگی های شخصیتی و مدل های متفاوت از هوش هیجانی در رابطه با خودارزیابی درون و انعطاف پذیری و رضایت از زندگی | ارتقاء پتانسیل های فردی: چالش ویژگی هوش هیجانی | فابیو و ساکلوفسکی (۲۰۱۴) |
| ارزیابی ۱. رابطه ی ویژگی هوش هیجانی و ابعاد شخصیت با وضعیت اجتماعی درک شده و واقعی ۲. اثرات دستاوردهای آموزشگاهی شرایط اجتماعی ۳. انجمن ها در انواع متعادل هستند | وضعیت اجتماعی و پیوند آن با ابعاد شخصیت، ویژگی هوش هیجانی و دستاوردهای آموزشی در کودکان و نوجوانان | اندری و همکاران (۲۰۱۵) |
| بررسی شکاف بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی با نمونه ی آماری متخصصین فناوری اطلاعات در واحد مدیریت برنامه ریزی و اجرایی مدرن در شرکت کامپیوتری در مالزی | شرکت حرفه ای کامپیوتر در مالزی: ارزیابی هوش هیجانی و تعهد سازمانی | ماسرک و همکاران (۲۰۱۵) |

یافته ها

رسانه های اجتماعی محبوب ترین بخش های فضای مجازی برای استفاده ی عموم هستند. از کودکان تا افراد کهنسال، در تلاش برای عضویت و حضور در رسانه های اجتماعی هستند. بزرگسالان به شکل فزاینده در حال ترک دنیای واقعی و تشکیل زندگی دوم در دنیای مجازی هستند چرا که دنیای مجازی به آن ها امکان می دهد خود خیالیشان باشند (پورتال پایدار ملی، ۱۳۹۲). به سخنی دیگر تشکیل یک آوارتارسیم می دهند. هریک نقشی از خود برجای می گذارند که احتمال دارد واقعی نباشد. افراد با اهداف متنوعی عضو شبکه های اجتماعی می شوند که مهمترین آن را سرگرمی دانسته اند. میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و نحوه ی اختصاص وقت به سایر فعالیت های اجتماعی، ارتباط وجود دارد. همچنین میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی با مقوله هایی نظیر نحوه ی ارتباط با جنس مخالف و شیوه ی محاورات اعضاء در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱). برخی از آمار سبک زندگی با اثرپذیری از رسانه های اجتماعی به این شرح است. نوجوانان امروزه به طور متوسط حدود یازده و نیم ساعت را با رسانه ها سپری می کنند، که این مقدار بیشتر از شش ساعت و نیم، پنج سال پیش است. هرروز بیشتر از ۲۹۴ میلیارد ایمیل فرستاده می شود. هر روز بیش از ۲ میلیون پست وبلاگ نوشته می شود. اگر فیسبوک کشور بود امروز سومین کشور بزرگ دنیا بود. در هر ثانیه دو کاربر



جدید وارد لینکدین می شود. هر روز بیش از دو میلیارد لایک در فیسبوک زده می شود. هر روز بیش از ۳۴۰ میلیون توئیت در توئیتر منتشر می شود. بیش از ۲۷۰ هزار دلار در دقیقه آنلاین هزینه می شود. عصر ارتباطات نه تنها جنبه هایی از زندگی انسان و رفتار جمعی او را تغییر داده بلکه حتی بر روی جسم او نیز تاثیر گذاشته است، فراتر از تأثیراتی مانند آرتروز، چاقی، افزایش تحریک پذیری، تضعیف حافظه، پرخاشگری، گوشه نشینی و ... پیچیدگیهای این عصر بر روی عملکرد مغز انسان نیز اثر داشته است (پورتال خبرهای مشرق، ۱۳۹۱). یافته ها نشان می دهد که یک فرد برای موفق بودن و درست عمل کردن در زندگی حرفه ای و شخصی، نیازمند آن است که بیشتر از بهره ی هوشی، توانایی در تصمیم گیری با منشأ هوش هیجانی و اجتماعی را داشته باشد (فرهودیان، ۱۳۸۳). مدل پیشنهادی این پژوهش در شکل شماره ی (۱) نشان داده شده است.



شکل شماره ی (۱) : مدل پیشنهادی این پژوهش براساس ابعاد هوش هیجانی گلمن

از نگاه صاحب نظران این حوزه، هوش، قدرت انطباق و سازگاری با محیط است. سازگاری، تأثیرپذیری از محیط و تأثیرگذاری بر محیط است. تأثیرگذاری بر محیط، لجاجت و تأثیرپذیری از محیط سازش نامیده می شود. مجموع این دو، هوش هیجانی را تشکیل می دهند. افرادی که از محیط فعلی خود عدم رضایت دارند و نیازهایشان تأمین نمی شود، به فضای دیگر (مجازی) کوچ می کنند. در صورتی که افراد با هوش هیجانی بالا برقراری تطابق دارند. هوش عمومی (IQ)، در موارد بسیاری به ارتباط فرد با خودش منجر می شود و درون فردی است و در کودکی حائز اهمیت می باشد. زمانی که

انسان بالغ شده و وارد اجتماع می‌شود، هوش هیجانی آن پررنگ می‌شود زیرا یک آیتم برون فردی است و به ارتباط فرد با انسان‌های دیگر و جامعه مربوط می‌شود. اکثر انسان‌ها معمولاً چالش‌پذیر بوده و متمایل به گریز به محیط‌های نوین هستند. وابستگی به محیط‌های جدید می‌تواند گذرا باشد. انسان‌هایی که از هوش هیجانی مطلوبی برخوردار هستند، به طور معمول، می‌توانند کنترل مناسبی بر خود داشته و از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک تفریح و یا یک ابزار آموزشی استفاده نمایند و سرمایه‌گذاری زمانی، عاطفی و... را در زندگی حقیقی خود اعمال نمایند. هوش هیجانی، اکتسابی و دست‌یافتنی است و مهارت‌های آن قابل یادگیری می‌باشد. بنابراین افراد دارای هوش هیجانی بالا و مولفه‌های آن همراه با هوش عمومی متوسط، بسیار موفق‌تر از افرادی هستند که از هوش هیجانی پایینی برخوردارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

با نفوذ و همه‌گیری بسیار زیاد و سریع رسانه‌های اجتماعی بر زندگی اشخاص، فرهنگ‌سازی استفاده از این فناوری و نظارت والدین و در مراتب بالاتر، ارزیابی والدین از عملکرد خود و سپس کنترل و نظارت بر کودکان و جوانان می‌تواند تا حد بسیاری آنان را از آسیب‌های ناشی از استفاده نامطلوب از این فناوری دور سازد. لیکن به دلیل استفاده بسیار بالاتر از این فناوری در فضای شخصی نسبت به فضای عمومی، می‌توان با بالا بردن سطح هوش هیجانی و عاطفی افراد در یک جامعه، آنان را بسوی عملکردی متعادل و خودآگاه و حضور پررنگ‌تر در زندگی حقیقی سوق داد. افرادی که از لحاظ هیجانی باهوش‌اند، دارای شخصیت ثابتی هستند و می‌توانند در شرایط متفاوت حقیقی و مجازی و مراودات خود با دیگران رفتاری بهینه داشته باشند و بهترین تصمیم‌گیری را اخذ نمایند. اما افرادی که هوش هیجانی کمتری دارند، به صورت داوطلبانه و انتخاب‌گر، زندگی دوم (مجازی) را بر زندگی حقیقی خود ترجیح می‌دهند. استفاده‌ی بسیار و ناآگاهانه از فضای مجازی، بدون وجود بالندگی شخصیت، موجب فردگرایی شخص شده، باورها و جهت‌گیری‌های نوینی را در شخص شکل می‌دهند. از آنجایی که در هر مکانی که انسان وجود دارد، سنجش از سلامت روان وی، اجتناب‌ناپذیر می‌باشد و از نگاهی دیگر، تسری فناوری بسیار بالاست، لذا پژوهشگران در تحقیقات آتی می‌توانند در بخش‌های فناوری و پژوهش سازمان‌ها یا در حوزه‌های مشابه، تحقیقات میدانی مطلوبی انجام داده و ابعاد هوش هیجانی کارکنان این بخش‌ها و اثر آن بر روی عملکرد کاری آنان را مورد سنجش قرار دهند.

منابع

- [1]. بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان، مطالعه ی موردی بزرگ ترین جامعه ی مجازی ایرانیان. فصلنامه ی تحقیقات فرهنگی، دوره ی پنجم، شماره ی ۱.
- [2]. تاج میری گندایی، شهربانو، تولایی، روح الله، تاج میری گندایی، محمد. (۱۳۹۴). ارزیابی چشم انداز هوش تجاری (BI) در موفقیت مدیریت برند در سازمان ها. نخستین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع، تهران.
- [3]. حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۸۶). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.
- [4]. رضائیان، علی و کشته گر، عبدالعلی. (۱۳۸۷). بررسی رابطه ی بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی. پیام مدیریت، شماره ی ۲۷.
- [5]. سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه. (۱۳۷۸). روش های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه، چاپ دوم.
- [6]. صدیق بنای، هلن. (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه های اجتماعی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای روزنامه ی همشهری. تهران.
- [7]. طبری، مجتبیو قربانی، مهرناز. (۱۳۸۸). نقش هوش هیجانی بر شیوه تصمیم گیری مدیران. (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، سال ششم، شماره ۱۶.
- [8]. فرهودیان، علی. (۱۳۸۳). بررسی سوبستراهای عصبی هوش هیجانی و هوش اجتماعی. تازه های علوم شناختی، سال ششم. شماره ی ۳ و ۴.
- [9]. معمار، ثریا، عدلی پور، صمد، خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران). فصلنامه ی علمی-پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ی اول، شماره ی ۴.
- [10]. منصوری، ب. (۱۳۸۰). هنجاریابی آزمون هوش هیجانی سیبریاشیرینگ برای دانشجویان کارشناسی ارشد در دانشگاه های دولتی مستقر در شهر تهران. دانشگاه علامه طباطبائی.
- [11]. ناظم، فتاح. (۱۳۸۷). هوش هیجانی مدیران دانشگاه آزاد. فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال سوم، شماره دوم.



[12]. ودادی، احمد، صفرزاده، حسین، احمدپور، مهین. (۱۳۸۸). هوش هیجانی و تعهد سازمانی مدیران. مدیریت کسب و کار، دوره ی ۱، شماره ی دوم.

[13]. Ashforth, B. E., and Humphery, R. H. . (1995). Emotion in the workplace: a Reappraisal . Human Relations , vol. 48 , No. 2. pp. 97-125.

[14]. Annamaria Di Fabio, Donald H. Saklofske .(۲۰۱۴). Promoting individual resources: The challenge of trait emotional intelligence .Personality and Individual Differences , Volume 65, Pages 19-23.

[15]. Federica Andrei, Giacomo Mancini, Elvis Mazzoni, P.M. Russo, Bruno Baldaro . .(۲۰۱۵) Social status and its link with personality dimensions, trait emotional intelligence, and scholastic achievement in children and early adolescents .Learning and Individual Differences , Volume 42, Pages 97-105.

[16]. Goleman, daniel .(۱۹۹۵) .emotional intelligence.why it can matter than iQ .New York: Bantam books.

[17]. Goleman, Daniel .(۲۰۰۱) .In Chemiss, C, and Goleman, D. (Eds), The Emotionally Intelligent Workplace :How to select for , Measure, and Improve Emotional Intelligence in Individuals, Groups. and Organizations. san Francisco, CA : Jossey-Bass, pp. 27-44 .An EI-Based Theory of Perfomance.

[18]. James D.A. Parker, Laura J. Summerfeldt, Robyn N. Taylor, Patricia H. Kloosterman, Kateryna V. Keefer .(۲۰۱۳) .Problem gambling, gaming and Internet use in adolescents: Relationships with emotional intelligence in clinical and special needs samples .Personality and Individual Differences , Volume 55, Issue 3 ,Pages 288-293.

[19]. Leaila Noorafshan, Bahram Jowkar .(۲۰۱۳) .The Effect of Emotional Intelligence and Its Components on Creativity .Procedia - Social and Behavioral Sciences , Volume 84, Pages 791-795.

[20]. M. Khatiri Yanesari, A. Homayouni, K. Gharib .(۲۰۱۰) .Can emotional intelligence predicts addiction to internet in university students ?European Psychiatry , olume 25, 2010, Page 748.



- [21]. Marta Beranuy, Ursula Oberst, Xavier Carbonell, Ander Chamarro .(۲۰۰۹) .
Problematic Internet and mobile phone use and clinical symptoms in college students:
The role of emotional intelligence .Computers in Human Behavior , Volume 25, Issue
5, Pages 1182-1187.
- [22]. Michael Glassman, Min Ju Kang .(۲۰۱۲) .Intelligence in the internet age: The
emergence and evolution of Open Source Intelligence (OSINT) .(Computers in Human
Behavior , Volume 28, Issue 2, Pages 673-682.
- [23]. Mohamad Noorman Masrek, Mohd Akmal Faiz Osman, Zaharuddin Ibrahim,
Ahmad Nazri Mansor .(۲۰۱۵) .Malaysian Computer Professional: Assessment of
Emotional Intelligence and Organizational Commitment .Procedia - Social and
Behavioral Sciences , Volume 172, Pages 238-245.
- [24]. www.danielgoleman.info(Emotional Intelligence)
- [25]. www.mashreghnews.ir ۱۳۹۱ اسفند، مشرق، خبرهای مشرق،
- [26]. www.paydarmelli.ir ۱۳۹۲ فروردین ملی، پورتال پایدار ملی،