

بررسی رابطه هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی سازمانی (مطالعه موردی دانشگاه شیراز)

بیژن عبدالهی^۱، حاتم فرجی ده سرخی^۲، علی اصغر حیات^۳، نعیمه کهولت^۴

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف «بررسی رابطه بین هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز» به روش توصیفی-همبستگی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق (۶۱۰) نفر از کارکنان دانشگاه شیراز بوده، که تعداد ۱۴۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس فرمول لوی لمشو انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسش‌نامه هوش هیجانی شرینگ (۱۹۹۲) و پرسش‌نامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی سازمانی می‌باشند که پایایی آن‌ها از طریق ضریب آلفای کرنباخ به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۹۷. به دست آمد. جهت تحلیل داده‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس، رگرسیون گام به گام و تی مستقل استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن بود که بین هوش هیجانی و پنج مولفه آن (خودآگاهی، خودکنترلی، خودانگیزی، همدلی و مهارت اجتماعی) با سرمایه اجتماعی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که تنها مولفه خودآگاهی با ضریب بتای ۰/۴۰ توانایی پیش‌بینی سرمایه اجتماعی سازمانی کارکنان را دارا می‌باشد. سرانجام نتایج حاصل از آزمون تی نشان داد که در کارکنان زن و مرد از لحاظ هوش هیجانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی سازمانی، دانشگاه شیراز

۱. عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم تهران)

۲. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم تهران) (hatam.faraji@gmail.com)

۳. دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم تهران) (ali.hayat63@gmail.com)

۴. کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی دانشگاه شیراز

بیان مسئله

در یک برهه از زمان، روان شناسی عواطف و هیجانات را به عنوان پدیده ای نامنظم و مخرب در نظر می گرفت؛ اما هم اکنون تئوری های جدید بیان می دارند که عواطف و هیجانات نقش مهمی در سامان دهی، ایجاد انگیزه و هدایت فعالیت های انسان بازی می کنند (بروکس و نافوکس^۱، ۲۰۰۶). هم اکنون هوش هیجانی به عنوان موضوعی مهمی در محیط سازمانی مطرح می باشد و پژوهش ها نشان داده اند که برای داشتن عملکرد برتر در هر زمینه، اهمیت هوش هیجانی دو برابر اهمیت توانایی های شناختی است (آنتونکوپولو و گابریل^۲، ۲۰۰۱).

سرمایه اجتماعی، مفهومی اساسی است که در دهه های اخیر به عنوان دارایی باارزشی برای توانمندی سازمان ها (تیمبرلیک^۳، ۲۰۰۵) و تولید و افزایش سرمایه انسانی، اقتصادی پذیرفته شده است (شریفیان ثانی، ۱۳۸۰). اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی در این است که سبب اجتماع افراد (گروه ها، تیم ها، سازمان ها و ...) شده و باعث می شود که با همدیگر به طور موفقیت آمیز کارها را به انجام برسانند (کوهن و پروساک^۴، ۲۰۰۱). دانچو^۵ (۲۰۰۶) معتقد است که برای ایجاد سرمایه اجتماعی فرد باید برخی کیفیات فردی را دارا باشند. در این میان می توان به تمایل و توانایی افراد برای خلق سرمایه اجتماعی اشاره کرد (لینا و وان بورن، ۱۹۹۹). ما معتقدیم که هوش هیجانی به عنوان یکی از توانایی های فردی می تواند کیفیت و کمیت روابط در میان اعضای سازمان یا همان سرمایه اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهد. به عبارت دیگر، هوش هیجانی سبب ایجاد اعتماد و هویت گروهی در میان اعضای سازمانی می شود (برای مثال، نگاه کنید به بارت، ۲۰۰۵). بنابراین، در مقاله حاضر نحوه رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد

سرمایه اجتماعی سازمانی

اولین استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی، شبیه به معنای امروزی آن، توسط لیدا جودسون هانیفان^۶ در سال، به روایتی ۱۹۱۶ و به روایتی دیگر ۱۹۲۰ صورت گرفت (بنکس^۷، ۲۰۰۳؛ والیس^۸ و همکاران، ۲۰۰۴؛ کیبلوایت^۹،

1. Brooks & Nafukho
2. Antonacopoulou & Gabriel
3. Timberlake
4. Cohen & Prusak
5. Danchev
6. Hanifan
7. Banks
8. Wallis
9. Kibblewhite

۲۰۰۹). بعد از هاینفان ایده سرمایه اجتماعی به مدت چندین دهه ناپدید شد، تا این که دوباره در دهه ۱۹۵۰ به وسیله تیم جامعه شناسان شهری کانادا (سیلی، سیم و لوسلی^۱، ۱۹۵۶)، در دهه ۱۹۶۰ توسط یک دانشمند شهری (جاکوبز^۲، ۱۹۶۱) دوباره خلق شد. تحقیقات کلمن (۱۹۸۸) در آموزش و پوتنام (۱۹۹۳) در زمینه مشارکت مدنی و عملکرد سازمانی منبع الهامی برای کارهای آینده شد (والیس^۳ و همکاران، ۲۰۰۴). بورديو در سال ۱۹۸۸ این مفهوم را تئوریزه کرد. در سطح سازمانی افرادی همچون فوکویاما (۱۹۹۵) و ناهاپیت و گوشال^۴ (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. لینا و وان بورن (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی سازمانی را "منبعی که انعکاس دهنده ماهیت روابط اجتماعی در درون سازمان است" تعریف می‌کنند. از نظر آنان سرمایه اجتماعی سازمانی دارایی است که هم به سازمان (همچون خلق ارزش برای سهام داران) و هم به اعضایش (همچون افزایش مهارت کارمند) سود می‌رساند و از طریق تسهیل عمل جمعی موفق سبب خلق ارزش می‌شود. ویلانوا و جوسا^۵ (۲۰۰۳) سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی تلقی کرده و معتقدند که نمی‌توان تصور کرد که سازمانی بدون وجود سرمایه اجتماعی بتواند وظیفه خود را انجام دهد.

ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی سه بعد را برای سرمایه اجتماعی درون سازمانی در نظر می‌گیرند که عبارتند از:

بعد ساختاری: این بعد به الگوی کلی ارتباطات بین اعضا در سازمان (یا همان کمیت روابط) اشاره دارد- یعنی به چه کسی دسترسی دارید و چگونه به آنها دسترسی دارید؟ یا آیا افراد در سازمان همدیگر را می‌شناسند؟ (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸) و بیانگر حدی است که افراد در سازمان با هم در ارتباطند؟ (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲)

بعد رابطه‌ای: این مفهوم بر روابط خاصی که مردم دارند، همچون احترام و دوستی، اعتماد و صمیمیت که رفتارشان را تحت تاثیر قرار می‌دهد، تمرکز دارد (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸؛ بولینو و همکاران، ۲۰۰۲).

بعد شناختی: بعد شناختی با حدی که کارمندان در درون یک شبکه اجتماعی چشم انداز و فهم مشترک را تسهیم می‌کنند، سر و کار دارد. بنابراین، همانند بعد رابطه‌ای، بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز با ماهیت ارتباطات بین افراد در سازمان سروکار دارد. اما برخلاف بعد رابطه‌ای این بعد بر این موضوع تمرکز دارد که آیا این کمیت و کیفیت روابط دارای مولفه شناختی برای اعضا است یا نه. برای مثال، آیا کارمندان واقعا همدیگر را درک می‌کنند؟ (بولینو و همکاران، ۲۰۰۲).

1. Seeley & Loosely
2. Jacobs
3. Wallis
4. Nahapiet & Ghoshal
5. Vilanova & Josa

هوش هیجانی

سالووی و مایر در سال ۱۹۹۰ برای اولین بار هوش هیجانی را به کار بردند؛ اما اولین کسی که توانست هوش هیجانی را بر سر زبان‌ها آورده و آن را از نظریه به کاربرد نزدیک سازد، دانیل گلمن^۱ (۱۹۹۵) بود. اگرچه تعاریف موجود در زمینه هوش هیجانی به طور گسترده‌ای از هم متفاوتند، اما در کل می‌توان هوش هیجانی را به عنوان توانایی ارتباط با دیگران (هانت، ۱۹۲۸؛ موس وهانت، ۱۹۲۷؛ وکسلر، ۱۹۵۸؛ به نقل از اسدی، ۱۳۸۲) تعریف کرد. وسینگر^۲ (۲۰۰۰) نیز هوش هیجانی را هوش به کارگیری هیجان در جهت هدایت رفتار، افکار، ارتباط موثر با همکاران، استفاده از زمان و چگونگی انجام دادن کار برای ارتقای نتایج می‌داند. هرچند تا کنون در خصوص سنجش هوش هیجانی و ابعاد آن، مدل‌های متفاوتی مطرح و به تبع آن پرسش‌نامه‌هایی طراحی شده‌اند، اما در مجموع مدل گلمن از اعتبار بیشتری برخوردار است. او در مدل خود پنج عنصر یا بعد را برای هوش هیجانی در نظر می‌گیرد:

خود آگاهی^۳: توانایی تشخیص و درک حالات روحی، احساسات، عواطف و انگیزه‌های خود و تاثیر آن بر دیگران

خود تنظیمی^۴: توانایی کنترل یا تغییر مسیر تمناها و حالات روحی مخرب، تامل در داوری و تفکر قبل از اقدام انگیزش (خودانگیزی)^۵: اشتیاق و دلبستگی به کار با دلایلی فراتر از پول یا موقعیت شغلی، و تمایل به دنبال کردن هدف‌ها، همراه با انرژی و پشتکار

همدلی^۶: توانایی درک حالات عاطفی دیگران و مهارت رفتار با دیگران بر اساس واکنش‌های عاطفی دیگران مهارت اجتماعی^۷: مهارت در مدیریت روابط و ایجاد شبکه‌ها و توانایی در یافتن زمینه‌های مشترک و ایجاد رابطه نزدیک (رهروود و جویبار، ۱۳۸۷)

از زمانی که سالووی و مایر اصطلاح هوش هیجانی را خلق کردند، تحقیقات فراوانی در زمینه فاکتورهای غیر شناختی که به افراد کمک می‌کنند تا در زندگی اجتماعی و کاری شان موفق شوند، انجام شده است (گویال و آخیلیش^۸، ۲۰۰۷). دانچو (۲۰۰۶) معتقد است که برای ایجاد سرمایه اجتماعی فرد باید برخی کیفیات فردی را دارا باشند، از جمله می‌توان به تمایل و توانایی فرد در این زمینه اشاره کرد (لینا و وان بورن، ۱۹۹۹). بنابراین

1. Goleman
2. Vesinger
3. Self-Awareness
4. Self-regulation
5. Motivation
6. Empathy
7. Social Skill
8. Goyal & Akhilesh

می‌توان گفت که هوش هیجانی به عنوان یک توانایی فردی ارتباط نزدیکی با خلق سرمایه اجتماعی دارد. هسته مرکزی سرمایه اجتماعی روابط است و هوش هیجانی نیز با اداره روابط خود با دیگران سر و کار دارد. این همان چیزی است که گلمن (۱۹۹۸) از آن به عنوان شایستگی اجتماعی (به عنوان یکی از ابعاد هوش هیجان) یاد می‌کند. فاین من (۲۰۰۰) خاطر نشان می‌سازد که: احساسات تعاملات اجتماعی را شکل داده و جریان آن را تسهیل می‌کند. از این رو، هوش هیجانی به طور گسترده ای هم به عنوان یک ابزار بهبود سازمانی و هم به عنوان وسیله ای برای حل مسائل و افزایش سرمایه اجتماعی پذیرفته شده است (به نقل از بروکس و نافوخو، ۲۰۰۶). سیف (۱۳۸۹، ص. ۳۳۲) نیز اذعان می‌دارد که افراد با هوش هیجانی بالا در برقراری رابطه با دیگران موفق تراند. برای مثال، مهارت اجتماعی به عنوان یکی از مولفه‌های هوش هیجانی می‌تواند در حل تضادها و پرورش روابط موثر بین افراد (بعد ساختاری سرمایه اجتماعی سازمانی) کمک نماید. خود تنظیمی نیز سبب شکل گیری اعتماد در روابط بین افراد می‌شود (بعد رابطه ای)؛ چرا که افرادی که قادرند احساسات و عواطف خود را کنترل نمایند، بیشتر قابل پیش بینی هستند؛ بنابراین قابل اعتماد تر نیز می‌باشند. خود انگیزی توافق بر سر اهداف جمعی را تسهیل می‌کند (بعد شناختی).

بروکس و نافوخو (۲۰۰۶) با ارائه مدلی رابطه بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی را ترسیم می‌کنند و بیان می‌دارند که هوش هیجانی می‌تواند به عنوان وثیقه یا ضمانت نامه ای^۲ که سرمایه اجتماعی سازمانی را توسعه می‌دهد، مفهوم سازی گردد. به عبارت دیگر، توانایی هیجانی برای برقراری رابطه بین فردی اثربخش ممکن است مفید باشد (گویال و آخیلیش، ۲۰۰۷). به نظر می‌رسد که گروه‌هایی که از نظر هوش هیجانی در حد پایین قرار دارند، جهت کار کردن موثر در قالب یک گروه هماهنگ به وقت بیشتری نیاز داشته باشند (نوری امام زاده ای و نصیری، ۱۳۸۳). بنابراین می‌توان سرمایه اجتماعی به عنوان نتیجه کارکرد عاطفی یا هیجانی واحد اجتماعی در نظر گرفته شود (گویال و آخیلیش، ۲۰۰۷).

پیشینه تجربی

با جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف خارجی و داخلی تنها یک مقاله در زمینه رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی بازیابی شد که مربوط به کار فیضی و عابدینی (۱۳۸۹) می‌باشد. نویسندگان مذکور با بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

سوالات پژوهش

- ۱- آیا بین هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز رابطه معنی داری وجود دارد؟
- ۳- آیا بین مولفه های هوش هیجانی (خودآگاهی، خودکنترلی، انگیزش، همدلی، مهارت اجتماعی) با سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز رابطه معنی داری وجود دارد؟
- ۴- آیا مولفه های هوش هیجانی پیش بینی کننده سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز هستند؟
- ۵- آیا بین هوش هیجانی کارکنان زن و مرد دانشگاه شیراز تفاوت معنی داری وجود دارد؟

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنانی هستند که به صورت رسمی و پیمانی در دانشگاه شیراز مشغول به کار هستند که با توجه به اطلاعات به دست آمده تعداد آن ها برابر با ۶۱۰ نفر می باشد. حجم نمونه نیز با توجه به تعداد جامعه آماری و بر اساس فرمول لوی و لمشو ۱۴۰ نفر برآورد شد. همچنین به منظور نمونه گیری نیز پس از برآورد حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردید.

$$n \geq \frac{z^2 N V_x^2}{(N-1)\epsilon^2 + z^2 V_x^2}$$

$$V_x = \frac{S_x}{X} \quad V_x = \frac{S_x}{X}$$

در فرمول فوق n حجم نمونه، N حجم جامعه، S_x انحراف استاندارد (برابر با ۰/۲۷)، ϵ ضریب خطا (در این تحقیق ۰/۰۳ در نظر گرفته شده است)، V_x ضریب تغییرات، و Z عدد مربوط به سطح اطمینان است. میانگین نیز مساوی با ۲/۹۷ می باشد.

ابزارهای پژوهش

پرسش نامه رفتار هوش هیجانی: برای ارزیابی هوش هیجانی از پرسش نامه هوش هیجانی شرینگ استفاده شد. پرسش نامه مذکور دارای پنج زیر مقیاس خودانگیزی (۷سوال)، خودآگاهی (۸سوال)، خودکنترلی (۷سوال)، هوش اجتماعی یا همدلی (۶سوال) و مهارت های اجتماعی (۵سوال) و در کل دارای ۳۳ سوال می باشد. میزان همسانی درونی آزمون را به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۵ گزارش کرده اند (منصوری، ۱۳۸۰). برای اطمینان از پایایی پرسش نامه در این پژوهش ابتدا پرسش نامه مذکور در بین نمونه ۳۰ نفری به اجرا درآمد که آلفای کرونباخ محاسبه شده (۰/۸۶) نشان از اعتبار بالای این پرسش نامه در پژوهش حاضر دارد.

پرسش نامه سرمایه اجتماعی سازمانی: به منظور ارزیابی و بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی پرسش نامه های

مختلفی از سوی نویسندگان تدوین شده است که اکثر آن‌ها با توجه به سه بعد مشخص شده سرمایه اجتماعی از سوی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) طراحی شده اند. پرسش نامه محقق ساخته تحقیق حاضر نیز بر اساس این سه بعد طراحی شده است.

برای تدوین این پرسش نامه ابتدا، تقریباً کلیه پرسش نامه‌های مختلفی که در زمینه نظر خواهی سرمایه اجتماعی سازمانی با توجه به سه بعد فوق وجود دارد، همچون پرسش نامه‌های: ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)، کاتز و آلن (۱۹۸۲) و ریچاردز و دیگران (۲۰۰۱) به نقل از دخلی و دکلرک^۱ (۲۰۰۴)، چن، چانگ و هونگ^۲ (۲۰۰۸)، تسایی و گوشال^۳ (۱۹۹۸)، پنیادز^۴ (۲۰۰۶)، لینا و پیل (۲۰۰۶)، مورالس، مونتس و جوور^۵ (۲۰۰۶)، فیوسل و همکارن (۲۰۰۶)، لانو^۶ (۲۰۰۸)، یانگ و فارن^۷ (۲۰۰۹) مورد بررسی قرار گرفته، سپس سوالاتی که در این پرسش نامه‌ها بیشترین فراوانی را داشتند، استخراج گردیده و در تدوین پرسش نامه حاضر مورد استفاده قرار گرفتند. بدین ترتیب، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر اساس تعامل اجتماعی عملیاتی شده است و منظور از آن حدی است که کارکنان سازمان به منظور یادگیری و تسهیم اطلاعات با یکدیگر تعامل و مراوده دارند که شامل ۷ سوال می‌باشد. بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی با توجه به اعتماد و همدلی عملیاتی شده است. منظور از اعتماد حدی است که کارکنان در مواقع حساس و نیاز و در امور مهم و مواردی از این قبیل می‌توانند به همدیگر تکیه کند که شامل ۸ سوال می‌باشد و منظور از همدلی این است که تا چه حد کارکنان احساساتشان را با یکدیگر در میان می‌گذارند و تا چه میزان از یکدیگر حمایت عاطفی می‌کنند که شامل ۳ سوال می‌باشد. بنابراین، بعد رابطه ای شامل ۱۱ سوال است. بعد شناختی نیز بر اساس اهداف مشترک عملیاتی شده است. منظور از اهداف مشترک این است که تا چه حد کارکنان در مورد اهداف، ماموریت‌ها، ارزش‌ها و چشم انداز سازمان توافق دارند و به آن‌ها پایبندند و شامل ۶ سوال می‌باشد. بدین ترتیب، به منظور ارزیابی سرمایه اجتماعی در بین کارکنان دانشگاه شیراز از پرسش نامه ۲۴ سوالی استفاده شده است. همچنین برای اطمینان از پایایی پرسش نامه در این پژوهش ابتدا پرسش نامه مذکور در بین نمونه ۳۰ نفری به اجرا درآمد که الفای کرونباخ محاسبه شده کل پرسش نامه (۹۷/۴) به دست آمد که نشان از اعتبار بالای این پرسش نامه در پژوهش حاضر دارد.

1. Dekhli & DeClercq

2. Chen, Chang & Hung

3. Tsai & Ghoshal

4. Panyades

5. Morales, Montes & Jover

6. Lanoue

7. Farn & Yang

روش تجزیه تحلیل داده ها

به منظور تجزیه تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی مانند ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون گام به گام و تی مستقل استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

بر اساس شاخص‌های توصیفی ۴۷/۵٪ افراد نمونه گروه سنی ۲۰-۳۰ سال، ۴۶/۱٪ ۲۲ گروه سنی ۳۱-۴۰ سال، ۵٪ گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و ۱/۴٪ بالای ۵۰ سال دارند. در رابطه با تحصیلات نیز ۲۵/۷٪ افراد دارای مدرک دیپلم و پایین تر، ۲۷/۹٪ دارای مدرک فوق دیپلم، ۳۷/۱٪ از کارکنان دارای مدرک لیسانس و ۹/۳٪ آنان دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بودند.

جدول ۱. همبستگی بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی سازمانی

متغیر	هوش هیجانی	سطح معنی‌داری
سرمایه اجتماعی	۰/۴۰***	۰/۰۰۰

به منظور پاسخ دهی به سوال اول تحقیق مبنی بر این که آیا بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز رابطه معنی داری وجود دارد، با توجه به جدول همبستگی می‌توان گفت که هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز رابطه معنی داری دارد. این رابطه در سطح ۰/۰۱ برابر با ۰/۴۰ بوده که معنادار می‌باشد، به عبارت دیگر با افزایش هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی کارکنان نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۲. همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مولفه های هوش هیجانی

متغیر	سرمایه اجتماعی سازمانی	سطح معنی‌داری
خود آگاهی	۰/۴۰***	۰/۰۰۰
خود انگیزی	۰/۳۶***	۰/۰۰۰
خود کنترلی	۰/۳۲***	۰/۰۰۰
همدلی	۰/۲۵***	۰/۰۰۰
مهارت اجتماعی	۰/۳۲***	۰/۰۰۰

** نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

* نشانگر این است که ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

در پاسخ به سوال دوم پژوهش که آیا بین مولفه های هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز رابطه معنی داری وجود دارد، با توجه به جدول همبستگی (جدول ۲) می توان اذعان کرد که هر پنج مولفه هوش هیجانی؛ خودآگاهی، خودانگیزی، خودکنترلی، همدلی و مهارت اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری با سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز دارد. به عبارت دیگر با افزایش مولفه های هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی کارکنان نیز افزایش می یابد.

جدول ۳. نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام برای بررسی رابطه پیش بینی مولفه های هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی کارکنان

سطح معناداری	t	R^2	R	β استاندارد	β	مدل
۰/۰۶۴	۱/۸۷				۱/۸۷	ثابت
۰/۰۰۰	۵/۱۹	۰/۱۶	۰/۴۰	۰/۴۰	۰/۶۹	خودآگاهی

در پاسخ به سوال سوم پژوهش که آیا مولفه های هوش هیجانی پیش بینی کننده سرمایه اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز هستند، از تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج به دست آمده از جدول (شماره ۳) حاکی از آن است که از میان ابعاد پنج گانه هوش هیجانی تنها بعد خودآگاهی با ضریب بتای ۰/۴۰ پیش بینی کننده سرمایه اجتماعی کارکنان بوده اند. اما دیگر ابعاد سهم معنی داری در پیش بینی سرمایه اجتماعی کارکنان نداشته اند. جدول ۴. نتایج حاصل از آزمون تی برای مقایسه هوش هیجانی کارکنان زن و مرد دانشگاه شیراز

سطح معنی داری	t	درجه آزادی	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد نمونه	متغیر
۰/۳۱	-۱/۰۱	۱۴۰	۰/۴۸۵	۳/۳۹	۷۴	مرد
			۰/۴۳۳	۳/۴۷	۶۷	زن

در پاسخ به سوال چهارم پژوهش که آیا بین هوش هیجانی کارکنان زن و مرد دانشگاه شیراز تفاوت معنی داری وجود دارد، می توان با مراجعه به نتایج جدول (شماره ۴) اذعان داشت که جنسیت بر هوش هیجانی کارکنان تاثیر ندارد. میانگین نمره کارکنان زن ($\bar{X}=3/47$) و کارکنان مرد ($\bar{X}=3/39$) است که با توجه به سطح معناداری نشان دهنده آن است که بین زنان و مردان از لحاظ برخورداری از مولفه های هوش هیجانی تفاوت معناداری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی سازمانی است. نتایج آزمون همبستگی پیرسون حاکی از آن داشت که بین هوش هیجانی و پنج مولفه آن (خود آگاهی، خودکنترلی، خودانگیزی، همدلی و مهارت اجتماعی) با سرمایه اجتماعی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، که با نتایج حاصل از تحقیق فیضی و عابدینی (۱۳۸۹) همسو می‌باشد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نیز حاکی از آن بود که تنها مولفه خودآگاهی با ضریب بتای ۰/۴۰ توانایی پیش بینی سرمایه اجتماعی سازمانی کارکنان را دارا می‌باشد. سرانجام نتایج حاصل از آزمون تی نشان داد که در کارکنان زن و مرد از لحاظ هوش هیجانی تفاوت معنی داری وجود ندارد.

همان طور که گفته شد برای شکل گیری سرمایه اجتماعی (یا برقراری رابطه) وجود حداقل دو نفر لازم است و این افراد باید یک سری کیفیات فردی را داشته باشند. برای مثال دارای مهارت‌های اجتماعی باشند. از جمله کیفیاتی که افراد در سازمان لازم دارند تا شکل گیری سرمایه اجتماعی سازمانی را تسهیل و تداوم آن را حفظ نماید، هوش هیجانی است. توانایی کنترل هیجانات خود در زمان‌ها و موقعیت‌ها مختلف فرد را قابل پیش بینی می‌کند و این قابلیت پیش بینی سبب می‌شود تا دیگران به ما اعتماد کنند (بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی سازمانی). مطالعات نشان می‌دهد که هوش هیجانی توافق بر سر اهداف سازمان را تسهیل می‌کند و سبب همسویی اهداف فرد با اهداف سازمان می‌گردد (بعد شناختی سرمایه اجتماعی سازمانی). از سوی دیگر، افراد با هوش هیجانی بالا قادرند که با دیگر افراد در بخش‌های دیگر سازمان رابطه برقرار کرده و شبکه‌های ارتباطی را به وجود می‌آورند (بعد ساختاری سرمایه اجتماعی سازمانی)؛ چرا که هم با دیگران می‌توانند همدلی کنند و هم از مهارت‌های اجتماعی برای برقراری رابطه برخوردارند.

هر چند سرمایه اجتماعی یک ویژگی جمعی است نه فردی، یعنی نه فرد A می‌تواند ادعا کند که سرمایه اجتماعی متعلق به اوست و نه فرد B ، اما باید ریشه‌های آن را در افراد جستجو کرد، به این معنا که تا فرد A یا B توانایی برقراری رابطه را نداشته باشد، هیچ گونه رابطه شکل نخواهد گرفت. بنابراین هوش هیجانی یک توانایی ضروری هم برای شکل گیری سرمایه اجتماعی سازمانی و هم حفظ و تداوم آن است.

پیشنهادهای مدیریتی

همان طور که مقاله حاضر نشان داد هوش هیجانی یک کیفیت فردی ضروری برای شکل گیری و تداوم سرمایه اجتماعی سازمانی است. بنابراین، بر مدیران واجب است که هوش هیجانی را مدنظر قرار داده و در پرورش آن کوشا باشند. اولین قدم شاید این باشد که افرادی را در سازمان استخدام کرد و به کار گمارد که از هوش هیجانی بالایی برخوردارند. قدم بعدی آموزش آن است. در این زمینه مدیران می‌توانند اقدام به برگزاری

کارگاه‌های هوش هیجانی نموده یا برنامه‌های آموزشی در این زمینه برگزار نمایند.

منابع

- اسدی، جوانشیر، ۱۳۸۲، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و فرسودگی شغلی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رهرود، فرج الله و جویبار، منوچهر (۱۳۸۷). مقایسه هوش هیجانی در میان سطوح سه گانه مدیریت (مطالعه موردی). پیام مدیریت، شماره ۲۶
- سیف، علی اکبر (۱۳۸۹). روان شناسی پرورشی نوین: روان شناسی یادگیری و آموزش. تهران: دوران.
- شریفیان ثانی، مریم (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری. فصل نامه رفاه اجتماعی، شماره ۲، صص. ۵-۸.
- فیضی، طاهره و عابدینی، سعید (۱۳۸۹). بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی). پژوهش نامه اقتصاد و کسب و کار، شماره ۱، صص. ۴۳-۵۸.
- منصوری، بهزاد (۱۳۸۰). هنجاریابی پرسش نامه هوش هیجانی سیبریاشرینگ در بین دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه‌های تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی
- نوری امام زاده ای، اصغر و نصیری، حبیب اله (۱۳۸۳): هوش عاطفی در زندگی روزمره. سیاروچی، فورگاس، میر (مولفین). اصفهان: نشر نوشته.

Antonacopoulou, EP; Gabriel, Y. (2001). Emotion, learning and organizational change: Towards an integration of psychoanalytic and other perspectives. *Journal of Organizational Change Management*, 14(5), pp. 435-451.

Banks, Gary (2003). *Social Capital: Reviewing the concept and its policy implications*. Australia, Commission Research Paper.

Bolino, Mark C.; Turnley, William H. & Bloodgood, James M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), pp.505-522.

Brooks, Kit & Nafukho, Fredrick Muyia (2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity? *Journal of European Industrial Training*, 30(2), pp.117-128.

Chen, Ming-Huei, Chang, Yuan-Chieh & Hung, Shih-Chang (2008). Social Capital and Creativity in R&D Project Team. *R&D Management*, 38(1), pp.21-34.

Cohen, D. & Prusak, L. (2001). *In good company: how social capital makes organization work*. Harvard Business School, Boston, Massachusetts.

Danchev, Alexi (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm. *Industrial Management & Data System*. No. 7. pp.953-965.

Dakhli, M. & DeClercq, D. (2004). Human capital, social capital, and innovation: a

multi-country study. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16, pp.107-128.

Fussel, H.; Harrison-Rexrode, J.; Kennan, W.R. & Hazelton, V. (2006). The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: A case study. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), pp.148-161.

Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Bantam, New York.

Goyal, A. & Akhilesh, K.B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence, and social capital of work teams. *Team Performance Management*, 13(7/8), pp. 206-226.

Kibblewhite, Andrew (2009). A framework for social capital. Ph.D Dissertation, Massey University, New Zealand.

Lanoue, Kyle Douglas (2008). A Study of the Effects Technology has on Social Capital. Ph.D. Dissertation. Indiana State University. Leana, Carrie R. & Pil, Frits K. (2006). Social Capital and Organizational Performance: Evidence from Urban Public Schools. *Organization Science*, 17(3), pp.353-366.

Leana, Carrie R. & Pil, Frits K. (2006). Social capital and organizational performance: evidence from urban public school. *Organizational Science*, 17(3), pp.353-366.

Leana, Carrie R. & Van Buren, Harry J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *The Academy of Management Review*, 24(3), pp.538-555.

Morales, Victor J. Garcia, Montes, Francisco J. Llorens & Jover, Antonio J. Verdu (2006). Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship. *Industrial Management & Data Systems*, 106(1), pp.21-42.

Levy, P.S. & Lemeshow, S. (1999). *Sampling of population*. John Wiley, Newyork.

Nahapiet, Janine & Ghoshal, Sumantra (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), pp.242-266.

Panyades, Photis (2006). Enhancing innovation capability through relationship management and implications for performance. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), pp.466-483.

Timberlake, Sharon (2005). Social Capital and Gender in Workplace. *Journal of Management Development*, Vol.24, No.1, pp.34-44.

Tsai, W. & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intra firm networks. *Academy of Management Journal*, 41, pp.464-476.

Vesinger, H. (2000). *Emotional Intelligence at work*. Sanfrancisco; available at: www.sciencedirect.com.

Vilanova, Eva Puente & Josa, Roger Torrella (2003). Social capital as a managerial phenomenon. Working Paper, Tampere University of Technology.

Wallis, Joe; Killerby, Paul & Dollery, Brian (2004). Social economics and social capital. *International Journal of Social Economics*, 31(3), pp.239-258.

Yang, S.C. & Farn, C.K. (2009). Social capital, behavioral control, and tacit knowledge sharing: a multi-informant design. *International Journal of Information Management* 29, pp.210-218.