

## بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت

محمدرضا فیروزی<sup>۱\*</sup>

میثم کرمی<sup>۲</sup>

### چکیده

زمینه: امروزه خلاقیت، نوآوری و ایجاد تغییر در سازمان‌ها یک امر ضروری است. این تغییر در سازمان‌های آموزشی به مراتب حساس‌تر و بااهمیت‌تر است و باعث شده که آموزش و پرورش اهداف و علایق خود را در جهت ایجاد و به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری هدایت کند. هدف: هدف پژوهش حاضر بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت بود.

روش پژوهش: روش پژوهش توصیفی، از نوع همبستگی است. نمونه مورد مطالعه ۳۸۶ نفر از دانش‌آموزان سال سوم متوسطه شهر اصفهان بودند که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای تصادفی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده از سه پرسشنامه هوش هیجانی شرینگ، خلاقیت تورنس و سرمایه اجتماعی محقق ساخته (بر اساس پرسشنامه ناهاپیت و گوشال) استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد خلاقیت تحت تأثیر هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی قرار دارد. از بین مؤلفه‌های هوش هیجانی، خودآگاهی، خودانگیزی، خودمدیریتی و مهارت اجتماعی به صورت مثبت اثر مستقیم و غیر مستقیم بر خلاقیت دارند. همچنین ابعاد ارتباطی، شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی اثر مستقیم مثبت بر خلاقیت دارند.

نتیجه‌گیری: سرمایه اجتماعی می‌تواند نقش واسطه را در رابطه بین هوش هیجانی و خلاقیت ایفا کند.

۱- استادیار گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران (نویسنده مسئول) M.firoozi@yu.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد تحقیقات آموزشی دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران Meysam.karami@std.yu.ac.ir

**واژه های کلیدی:** خلاقیت، سرمایه اجتماعی، هوش هیجانی.

### مقدمه

خلاقیت یکی از مهم‌ترین فرآیندهای شناختی انسان و به‌عنوان توانایی خلق افکار و آفرینش چیزهای بدیع و مفید است (Sternberg, & Lubart, 1999). در سال‌های اخیر شاهد افزایش روزافزون علاقه و تأکید بر آموزش و پرورش خلاق در کشورهای مختلف جهان هستیم (Craft, 2006; Lin, 2011; Shaheen, 2010; Smears, Cronin, & Walsh, 2011). بر همین اساس معلمان و مربیان به اهمیت پرورش خلاقیت در دانش‌آموزان پی برده‌اند (Craft, 2006; Laius, & Rannikmäe, 2011). برخی از آن‌ها خلاقیت را یک مهارت حیاتی برای قرن ۲۱ می‌دانند (Craft, 2006). در واقع خلاقیت همان‌گونه برای هر فرد سودمند است، در سطح جامعه نیز به‌عنوان یک کل مفید است. در سطح فردی، افراد به‌منظور حل مشکلاتی که در محیط کار و زندگی روزمره با آن‌ها مواجه می‌شوند نیازمند خلاقیت هستند (Sternberg, & Lubart, 1996). فرد برای روبرو شدن با عدم اطمینان موجود و همسو شدن با جهان در حال تغییر و پیچیده امروز، نیازمند بهره‌مندی از خلاقیت است (Shaheen, 2010; Gardner, 1999; Smears et al, 2011). در سطح کلان، خلاقیت فواید بسیاری برای جامعه در اشکال مختلف دارد از جمله: یافته‌های علمی جدید، سبک‌های جدید هنری، اختراعات جدید و برنامه‌های اجتماعی جدید (Sternberg, & Lubart, 1996). همواره برای محققان این سؤال مطرح بوده است که چه عواملی بر خلاقیت تأثیر می‌گذارند. یافته‌ها حاکی از آن است که شخصیت، محیط، عوامل شناختی، اجتماعی، انگیزش و هیجان بر خلاقیت تأثیر دارند

(Amabile, 1996; Feist, 1998; Mayer, Caruso, & Salovey, 1999; Sternberg, & Lubart, 1999).

در طی دهه گذشته، پژوهش‌های متعددی کوشش کرده‌اند تا نقش هیجان را بر خلاقیت بررسی کنند. هیجان‌ها بر نظام شناختی فرد تأثیر می‌گذارند و آن را تغییر می‌دهند. این تغییرات نظام شناختی را وادار می‌کند تا مسائل را از جنبه‌های مختلف بررسی کند و در مورد آن عمیق‌تر و خلاقانه‌تر بیندیشد (Mayer et al, 1999). خلاقیت رابطه قوی با احساسات و عواطف و تجارب شخصی و اجتماعی دارد (Vygotsky, 2004). پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند خلق و خوی فعال و گیرا به‌طور مشترک جنبه‌های مختلف خلاقیت را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Russell, & Carroll, 1999). دیدرو، باس و ناجستاد<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در مدل خود مسیر دوگانه‌ای را در زمینه رابطه خلق و خو با خلاقیت ارائه نموده‌اند، در این مدل از یک طرف خلق مثبت موجب فعال‌سازی، انعطاف‌پذیری شناختی، کاهش احساس قرار گرفتن در تنگنا، در نظر گرفتن موقعیت موجود به‌عنوان یک موقعیت بدون مشکل و عملکرد خلاقانه‌تر شده، در نتیجه خلاقیت را تسهیل می‌کند

(Isen, Daubman, & Nowicki, 1987; Chermahini, & Hommel, 2012; Hirt, Devers, & McCrea, 2008; Amabile, Barsade, Mueller, & Staw, 2005).

از طرف دیگر، خلق منفی در مسیر دوم از طریق پشتکار و تلاش برای ایجاد راه‌حل مؤثر برای وضعیت مشکل‌ساز موجود، موجب تسهیل خلاقیت می‌شود (De-Dreu, et al, 2008; George, & Zhou, 2002/2007; Kaufmann, 2003).

به عقیده تورنس<sup>۲</sup> (۱۹۶۶) عوامل هیجانی نه تنها باعث تسهیل فرآیندهای شناختی می‌شود بلکه برای رسیدن به دستاوردهای مهم تفکر مانند خلاقیت، توانایی درک و ابراز هیجان ضروری است. بار-آن<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) هوش هیجانی را توانایی مهار تمایلات عاطفی و هیجانی خود و درک خصوصی‌ترین احساسات دیگران می‌داند که موجب بروز رفتار آرام و سنجیده در روابط انسانی با دیگران و خویش‌داری می‌شود و از این طریق فرد را قادر

1-De Dreu, Baas, & Nijstad

2-Torrance

3-Bar-On

می‌سازد که خلق مثبت خود را حفظ کند و آن را افزایش دهد. لذا از آنجا که خلاقیت در خلق بالا افزایش می‌یابد، هوش هیجانی می‌تواند به‌طور مستقیم باعث افزایش تفکر خلاق شود (Isen, 1999; Ivcevic, Brackett, & Mayer, 2007).

از دهه هشتاد میلادی تحقیقات در زمینه رشد خلاقیت به سمت عوامل اجتماعی سوق پیدا کرده و از عوامل فردی که پیش از آن مورد توجه محققان بود به سمت عوامل محیطی و اجتماعی مؤثر بر خلاقیت گرایش یافته است (Ryhammar, & Broolin, 1999).

بر اساس نظریه فرهنگی-اجتماعی ویگوتسکی<sup>۱</sup> (۱۹۷۸) تعاملات اجتماعی نقش اساسی در توسعه فردی دارد. به گفته صاحب‌نظران تعاملات اجتماعی دسترسی به دانش و اطلاعات جدید را میسر می‌سازد (Tsai, & Ghoshal, 1998). از این رو تعاملات اجتماعی، عنصری ضروری برای رشد خلاقیت به شمار می‌رود (Glaveanu, 2010). بر این اساس، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نشانه‌های منابع فرهنگی-اجتماعی در هر جامعه، از اساسی‌ترین عناصر فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر خلاقیت به شمار می‌رود (Reagans, & McEvily, 2003).

تعاریف و رویکردهای مختلفی در زمینه سرمایه اجتماعی وجود دارد. اولین فردی که در زمینه سرمایه اجتماعی به مطالعه پرداخت هانیفان (۱۹۳۶) بود که سرمایه اجتماعی را با حسن تفاهم، رفاقت، همدردی و مراوده اجتماعی در میان کسانی که یک واحد اجتماعی را به وجود می‌آورند مترادف گرفت (Wallis, Killerby & Dollery 2004). بوردیو (۱۹۹۸) این مفهوم را توسعه داد و در سطح سازمانی افرادی همچون فوکویاما (۱۹۹۵) و ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند.

ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) با رویکرد سازمانی سه بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی را برای سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرند. بعد ساختاری الگوی کلی ارتباطات بین اعضا در سازمان (کمیت روابط) اشاره دارد. بعد ارتباطی بر روابط خاصی که مردم دارند، همچون

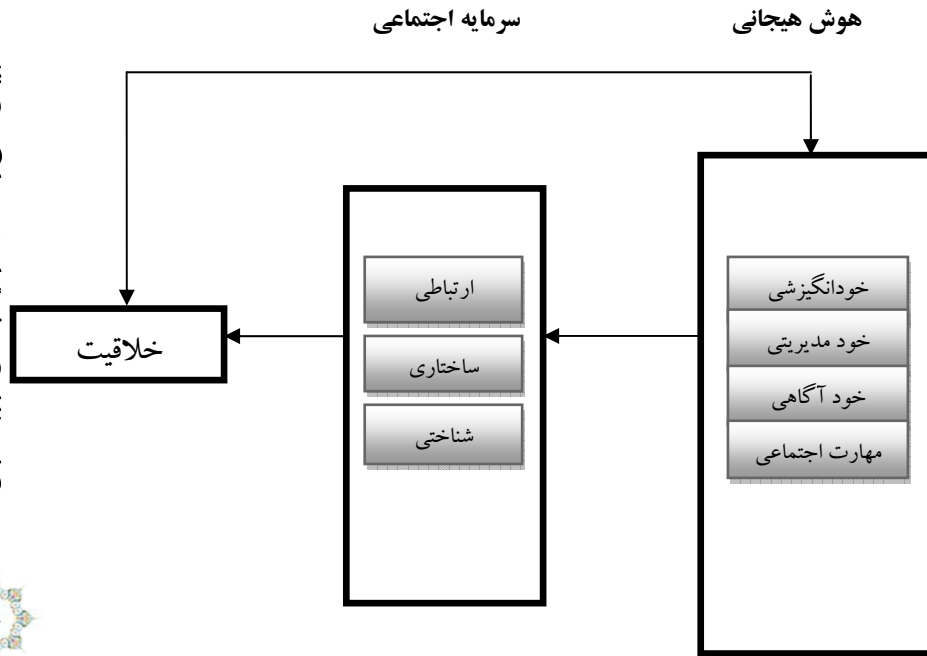
1-Vygotsky

احترام، دوستی، اعتماد و صمیمیت که رفتارشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد تمرکز دارد (Nahapiet, & Ghoshal, 1998; Bolino, Turnley, & Bloodgood, 2002). بعد شناختی بیانگر حدی است که افراد در درون یک شبکه اجتماعی چشم‌اندازها و فهم مشترک را تسهیم می‌کنند. بنابراین همانند بعد ارتباطی، بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز با ماهیت ارتباطات بین افراد در سازمان سر و کار دارد. اما بر خلاف بعد ارتباطی، این بعد بر این موضوع تأکید می‌کند که آیا این کمیت و کیفیت روابط دارای مؤلفه شناختی برای اعضاء است یا نه؟ (Bolino et al, 2002). از این رو سرمایه اجتماعی مفهومی اساسی و بنیادی در درک خلاقیت و نوآوری به شمار می‌آید چرا که فرایند خلاقیت، یادگیری تیمی را تحت تأثیر قرار داده و و آن را تسهیل می‌کند (Goyal, & Ahkilesh, 2007). کوشینگ، فلوریدا و گیتس (۲۰۰۲) بیان می‌کنند زمانی که افراد به جامعه‌ای تعلق داشته باشند که از سطح بالای سرمایه اجتماعی برخوردار باشند افراد تمایل زیادی به کار با یکدیگر دارند و ریسک‌پذیرتر می‌شوند و این سرمایه اجتماعی غنی باعث می‌شود تا فعالیت‌های نوآورانه و خلاق در بین افراد گسترش یابد. به علاوه پژوهش‌های دیگری نشان دادند که سرمایه اجتماعی با خلاقیت رابطه دارد (فروگذار، نمازی، حمیدی، ۱۳۸۹؛ پیران، آقاجانی، شوقی، رضازاده، دهقان نجم آبادی، ۱۳۹۱؛ موزن جمشیدی، حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۴؛ Pishgadam & Zabihi, 2011; Chang & Chuang, 2011; Chang, Tein, & Lee, 2010; Cheng, 2012).

از زمانی که سالوی و مایر اصطلاح هوش هیجانی را خلق کردند، تحقیقات فراوانی در زمینه فاکتورهای غیرشناختی، که به افراد کمک می‌کنند تا در زندگی اجتماعی و کاری-شان موفق شوند، انجام شده است (Goyal, & Akhilesh, 2007). دانچو (۲۰۰۶) معتقد است که برای ایجاد سرمایه اجتماعی، فرد باید برخی کیفیات فردی را دارا باشند. در این میان، می‌توان به تمایل و توانایی افراد برای خلق سرمایه اجتماعی اشاره کرد (Leana, Van- Burmen, 1999).

توانایی‌های فردی می‌تواند کیفیت و کمیت روابط در میان اعضای سازمان یا همان سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارت دیگر، هوش هیجانی سبب اعتماد و هویت گروهی در میان اعضای سازمان می‌شود (Bar-On, 2005). بار-آن (۲۰۰۶) بر اساس یافته‌های پژوهشی متعدد، مدل مفهومی هوش هیجانی را به مدل هوش هیجانی - اجتماعی توسعه داد که این امر نشان دهنده رابطه متقابل عوامل اجتماعی - از جمله سرمایه اجتماعی - با هوش هیجانی است (Bar-On, 2006). بنابراین 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 هیجانی) یاد می‌کند. از این رو، هوش هیجانی به طور گسترده‌ای، هم به عنوان یک ابزار بهبود سازمانی و هم به عنوان وسیله‌ای برای حل مسائل و افزایش سرمایه اجتماعی پذیرفته شده است (Brooks, & Muya Nafukho, 2006). 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 نامه‌ای، که سرمایه اجتماعی سازمان را توسعه می‌دهد، مفهوم‌سازی شود. به علاوه پژوهش‌های متعدد نشان دادند که هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی رابطه دارد (خجسته‌مهر، شکرکن و امان الهی فرد، ۱۳۸۶؛ غریبی، قلی‌زاده، ۱۳۹۰؛ Schutte, Malouff, Thorsteinsson, Bhullar, & Rooke, 2007).

به هر حال، با توجه به مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده، پژوهش حاضر در صدد آن است تا یافته‌های پراکنده در حوزه هوش هیجانی، سرمایه اجتماعی و خلاقیت را یکپارچه کند و به بینش تازه‌ای دست یابد. لذا هدف این پژوهش، بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در رابطه بین هوش هیجانی و خلاقیت، مطابق با مدل مفهومی ارائه شده در شکل ۱ می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

در راستای هدف پژوهش، سؤالات زیر مطرح است:

- ۱- آیا مؤلفه‌های هوش هیجانی قادر به پیش‌بینی خلاقیت هستند؟
- ۲- آیا انواع هوش هیجانی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی کنند؟
- ۳- آیا هر یک از انواع سرمایه اجتماعی می‌توانند نقش واسطه‌ای را در رابطه مؤلفه‌های هوش هیجانی و خلاقیت ایفا کنند؟

### روش پژوهش:

روش پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش ۱۵۳۳۴ نفر دانش‌آموزان دختر و پسر پایه سوم متوسطه شهر اصفهان بودند که در سال تحصیلی

۹۴-۱۳۹۳ به تحصیل اشتغال داشتند. حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۷۷ به دست آمد که با توجه روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، تعداد ۳۸۶ (۱۸۷ دختر و ۱۹۹ پسر) دانش‌آموز انتخاب شد. نمونه‌های مورد مطالعه از بین دانش‌آموزان پایه سوم متوسطه در نواحی شش‌گانه شهر اصفهان با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای تصادفی انتخاب شدند. به این صورت که پس از دریافت آمار تفکیکی دانش‌آموزان پایه سوم متوسطه از سازمان آموزش و پرورش اصفهان و مشخص شدن تعداد دبیرستان‌ها و دانش‌آموزان نواحی شش‌گانه، سه ناحیه به تصادف انتخاب و از هر ناحیه دو دبیرستان پسرانه و دو دبیرستان دخترانه به صورت تصادفی انتخاب شد. در گام بعدی، در هر واحد آموزشی پرسشنامه به صورت تصادفی در اختیار دانش‌آموزان یک کلاس از پایه سوم قرار داده شد.

### ابزار پژوهش:

به منظور اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از سه پرسشنامه استفاده شد:

۱- پرسشنامه خلاقیت: برای سنجش خلاقیت از پرسشنامه خلاقیت عابدی (۱۳۷۲) استفاده شد. این پرسشنامه در چهار بعد (سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط) تنظیم شده و دارای ۶۰ ماده سه گزینه‌ای است. گزینه‌ها نشان‌دهنده میزان خلاقیت پایین، متوسط و بالا هستند که به ترتیب برای هر کدام نمره ۱، ۲ و ۳ تعلق می‌گیرد. دامنه نمره کل خلاقیت هر آزمودنی از ۶۰ تا ۱۸۰ متغیر است. عابدی (۱۳۷۲) روایی آزمونی را از طریق همبستگی با آزمون خلاقیت تورنس (۱۹۶۶) ۰/۴۶ گزارش کرد. وی میزان پایایی آزمون را به روش آلفای کرونباخ برای سیالی ۰/۷۵، ابتکار ۰/۶۷، انعطاف ۰/۶۱ و بسط ۰/۶۱ محاسبه کرد. در پژوهش حاضر، پایایی آزمون به روش آلفای کرونباخ برای ابعاد سیالی، ابتکار، بسط و انعطاف‌پذیری به ترتیب ۰/۸۹، ۰/۸۶، ۰/۷۹، ۰/۸۳ و برای کل آزمون ۰/۹۵ محاسبه شد.

۲- پرسشنامه سرمایه اجتماعی: پرسشنامه سرمایه اجتماعی بر اساس مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) طراحی شده است. این پرسشنامه دارای ۲۸ گویه و در سه بعد ساختاری (۱۲ گویه)، شناختی (گویه ۷) و ارتباطی (۹ گویه) تنظیم شده است (اونق، ۱۳۸۴). نمره‌گذاری پرسشنامه



بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت است. قلیچ لی و مشبکی (۱۳۸۵) روایی پرسشنامه را مطلوب و پایایی پرسشنامه را به روش آلفای کرونباخ برای هر سه بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی به ترتیب؛ ۰/۸۸، ۰/۹۰ و ۰/۸۹ گزارش کردند. علاوه بر این، با بهره‌گیری از نظرات اعضای هیأت علمی و پژوهشگران متخصص در این حوزه، روایی صوری و محتوایی آن مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ برای بعد ساختاری، شناختی و ارتباطی به ترتیب ۰/۸۳، ۰/۸۴ و ۰/۸۱ و برای کل مقیاس ۰/۹۴ به دست آمد.

۳- پرسشنامه هوش هیجانی: برای ارزیابی هوش هیجانی از پرسشنامه شرینگ (۱۹۹۵) استفاده شد. پرسشنامه مذکور دارای ۳۳ ماده و ۵ خرده‌مقیاس؛ خودآگاهی (۸ ماده)، خودکنترلی (۷ ماده)، آگاهی اجتماعی (۶ ماده) مهارت اجتماعی (۵ ماده) و خود انگیزشی (۷ ماده) است. پاسخ‌ها به صورت ۵ درجه‌ای و ترتیبی هستند. منصور (۱۳۸۰) روایی پرسشنامه را مطلوب و پایایی را با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۴ گزارش کرد. در این پژوهش پایایی آزمون با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای مؤلفه‌های خود آگاهی، خودانگیزشی، خود مدیریت، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی به ترتیب ۰/۶۲، ۰/۵۶، ۰/۷، ۰/۵۳ و ۰/۶۱ و برای کل پرسشنامه ۰/۸۹ بدست آمد.

### یافته‌ها:

در ابتدا به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون (مرتبۀ صفر) استفاده شد که نتیجه آن در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و ماتریس همبستگی صفر مرتبه بین متغیرها<sup>۱</sup>

متغیر	MD	SD	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
خلاقیت	۱۲۷/۱۵	۲۳/۴۷	۱								
خود مدیریتی	۲۱/۱۵	۵/۸	۰/۴۴**	۱							
خود آگاهی	۲۰/۶۰	۵/۲۳	۰/۵۹**	۰/۶۵**	۱						
خود انگیزی	۲۳/۲۵	۵/۱۴	۰/۶۱**	۰/۶۶**	۰/۶۲**	۱					
آگاهی اجتماعی	۱۸/۳۶	۴/۶۵	۰/۵۳**	۰/۶۸**	۰/۶۴**	۰/۶۲**	۱				
مهارت اجتماعی	۱۸/۳۶	۴/۵۰	۰/۴۹**	۰/۵**	۰/۵۸**	۰/۴۷**	۰/۵۵**	۱			
شناختی	۲۱/۲۲	۶/۰۲	۰/۶۱**	۰/۳۵**	۰/۵۰**	۰/۴۷**	۰/۴۸**	۰/۴**	۱		
ارتباطی	۳۸/۴۲	۱۰/۴۳	۰/۶۴**	۰/۴**	۰/۵۶**	۰/۵۲**	۰/۵۶**	۰/۴۷**	۰/۸۰**	۱	
ساختاری	۲۴/۰۶	۷/۰۱	۰/۶۳**	۰/۴۱**	۰/۵۵**	۰/۵۲**	۰/۵**	۰/۴۱**	۰/۸۱**	۰/۸۳**	۱

همان طور که در در جدول ۱ ملاحظه می‌شود دامنه ماتریس همبستگی خلاقیت با متغیرهای پژوهش از ۰/۴۴ تا ۰/۶۴ است.

به منظور تعیین سهم هر یک از متغیرهای خود آگاهی، خود انگیزی، خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی در پیش بینی انواع سرمایه اجتماعی و بررسی نقش واسطه ای انواع سرمایه اجتماعی، بر اساس مبانی نظری و پیشینه تحقیقاتی، مدلی طراحی شده که از پنج متغیر برونزا (خود آگاهی، خود انگیزی، خود مدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی)، سه متغیر واسطه‌ای (سرمایه اجتماعی ارتباطی، ساختاری، شناختی) و یک متغیر درونزا (خلاقیت) تشکیل شده است. برای آزمون مدل، از روش پیشنهادی بارون و کنی (۱۹۸۶) استفاده شد. به ترتیب بر اساس این روش، ابتدا رگرسیون هوش

1 - N= 386, P ≤ .۰۱ \*\*

هیجانی بر روی خلاقیت، رگرسیون هوش هیجانی بر روی سرمایه اجتماعی و رگرسیون همزمان هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی بر خلاقیت اجرا شد و نمودار آن به صورت تحلیل مسیر ترسیم شد. الگوی علی به دست آمده در نمودار ۲ نشان داده شده است. در این نمودار، ضرایب رگرسیون استاندارد ( $\beta$ ) بر روی مسیرها گزارش شده است. بر اساس نتایج حاصل از آزمون مدل پژوهش (نمودار ۲)، اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده به دست آمده برای متغیرهای پژوهش در (جدول ۲)، آورده شده است.

به منظور پاسخ به سؤال اول پژوهش مبنی بر پیش‌بینی متغیر خلاقیت توسط متغیرهای خودآگاهی، خودانگیزی، خودمدیریتی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی، همانگونه که در نمودار ۲ ملاحظه می‌شود، متغیرهای خودآگاهی (۰/۱۶)، خودانگیزی (۰/۲۹)، خودمدیریتی (۰/۱۱) و مهارت اجتماعی (۰/۱۲) به طور مستقیم خلاقیت را پیش‌بینی نموده است. آگاهی اجتماعی قادر به پیش‌بینی خلاقیت نیست.

در پاسخ به سؤال دوم پژوهش مبنی بر اینکه آیا هوش هیجانی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند؟ نتایج به دست آمده در نمودار ۲ نشان می‌دهد ۴۲ درصد بعد ارتباطی، ۳۷ درصد بعد ساختاری و ۳۳ درصد بعد شناختی توسط مؤلفه‌های هوش هیجانی قابل تبیین است. به عبارت دیگر، از بین پنج مؤلفه هوش هیجانی، بعد خودانگیزی، خودآگاهی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی به ترتیب با بتای ۰/۲۳، ۰/۲۸، ۰/۱۳، و ۰/۲۹ به صورت مثبت و خودمدیریتی با بتای ۰/۲۰- بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند. به علاوه، متغیرهای خودانگیزی (۰/۲۶)، خودآگاهی (۰/۳۰)، آگاهی اجتماعی (۰/۱۹) به صورت مثبت، و خودمدیریتی (۰/۱۳-) بعد ساختاری سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند و مهارت اجتماعی بعد ساختاری را پیش‌بینی نمی‌کند. همچنین، نتایج نشان داد که متغیرهای خودانگیزی (۰/۲۴)، خودآگاهی (۰/۲۷) و آگاهی اجتماعی (۰/۲۳) به صورت مثبت بعد شناختی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند و مهارت اجتماعی قادر به پیش‌بینی سرمایه اجتماعی نیست.

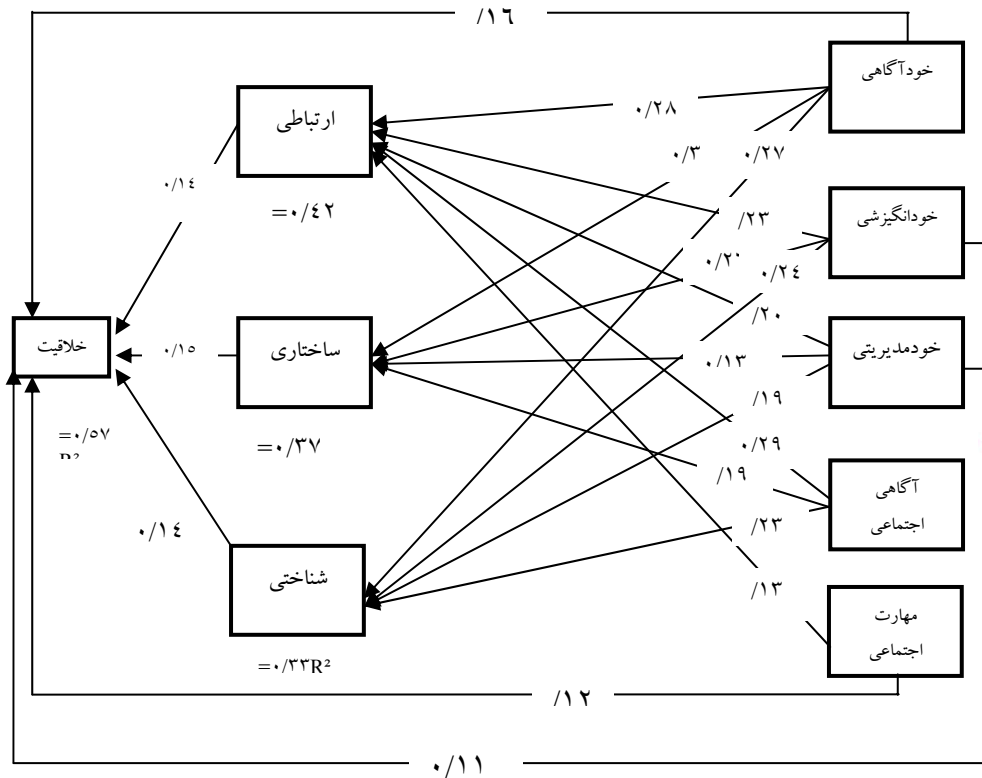
**جدول ۲. اثرات مستقیم، غیرمستقیم، کل و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش<sup>۱</sup>**

مسیر	متغیرهای مکنون	اثرات علی		اثر کل	واریانس تبیین شده
		مستقیم	غیرمستقیم		
ارتباطی از	خود آگاهی	۰/۲۸	----	۰/۲۸	۰/۴۲
	خود مدیریتی	-۰/۲۰	----	-۰/۲۰	
	خود انگیزشی	۰/۲۳	---	۰/۲۳	
	مهارت اجتماعی	۰/۱۳	---	۰/۱۳	
ساختاری از	آگاهی اجتماعی	۰/۲۹	---	۰/۲۹	۰/۳۷
	خود آگاهی	۰/۳	----	-۰/۳	
	خود مدیریتی	-۰/۱۳	----	-۰/۱۳	
	خود انگیزشی	۰/۲۶	---	۰/۲۶	
شناختی از	آگاهی اجتماعی	۰/۱۹	---	۰/۱۹	۰/۳۳
	خود آگاهی	۰/۲۷	---	۰/۲۷	
	خود مدیریتی	-۰/۱۹	---	-۰/۱۹	
	خود انگیزشی	۰/۲۴	---	۰/۲۴	
خلاقیت از	آگاهی اجتماعی	۰/۲۳	---	۰/۲۳	۰/۵۷
	خود آگاهی	۰/۱۶	۰/۱۲	۰/۲۸	
	خود مدیریتی	-۰/۱۱	-۰/۰۷	-۰/۱۸	
	خود انگیزشی	۰/۲۹	۰/۱	۰/۳۹	
	مهارت اجتماعی	۰/۱۲	۰/۰۲	۰/۱۴	
	آگاهی اجتماعی	---	۰/۱	۰/۱	
	ارتباطی	۰/۱۴	---	۰/۱۴	
	ساختاری	۰/۱۵	---	۰/۱۵	
شناختی	۰/۱۴	---	۰/۱۴		

۱- در جدول فوق ضرایب مسیر به صورت استاندارد شده ( $\beta$ ) گزارش شده است ( $t \geq 1/96$ ).

سومین سؤال پژوهش مبنی بر این بود که آیا هریک از انواع سرمایه اجتماعی می‌توانند نقش واسطه‌ای را در رابطه مولفه‌های هوش هیجانی و خلاقیت ایفا کنند؟ بر اساس نتایج مندرج در جدول (۲) و نمودار (۲)، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بین کلیه متغیرهای خودآگاهی، خودانگیزی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مهارت اجتماعی نقش واسطه‌ای را ایفا نموده است. اثر غیرمستقیم خودآگاهی بر خلاقیت (۰/۱۲) از طریق ابعاد ارتباطی، ساختاری و شناختی و اثر کلی آن (۰/۲۸) است. در رابطه با خودانگیزی اثر غیرمستقیم این متغیر بر خلاقیت (۰/۱۰) از طریق ابعاد ارتباطی، ساختاری و شناختی و اثر کلی آن (۰/۳۹) بود. اثر غیرمستقیم خودمدیریتی بر خلاقیت (۰/۰۷) از طریق ابعاد ارتباطی، ساختاری و شناختی و اثر کلی آن (۰/۱۸) بود. اثر غیرمستقیم آگاهی اجتماعی بر خلاقیت (۰/۱۰) از طریق ابعاد ارتباطی، ساختاری و شناختی و اثر کلی آن (۰/۱۰) بود. اثر غیرمستقیم مهارت اجتماعی بر خلاقیت (۰/۰۲) از طریق بعد ارتباطی و اثر کلی آن (۰/۱۴) بود. همچنین مقدار واریانس تبیین شده بعد ارتباطی، ساختاری و شناختی توسط مولفه‌های هوش هیجانی به ترتیب ۴۲ درصد ( $R^2=0/42$ )، ۳۷ درصد ( $R^2=0/37$ ) و ۳۳ درصد ( $R^2=0/33$ ) به دست آمده است. مقدار واریانس تبیین شده متغیر خلاقیت توسط مولفه‌های هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی ۵۷ درصد ( $R^2=0/57$ ) بود.

الگوی علی به دست آمده در نمودار ۲ نشان داده شده است. در این نمودار، ضرایب رگرسیون استاندارد ( $\beta$ ) بر روی مسیرها گزارش شده است.



نمودار ۲. الگوی علی پژوهش: نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی بین هوش هیجانی و خلاقیت

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت بود. در این راستا بر اساس مبانی نظری و تحقیقات انجام شده، مدل مفهومی ارائه و

آزمون شد. یافته‌ها نشان داد که ابعاد هوش هیجانی هم به‌طور مستقیم و هم به واسطه انواع سرمایه اجتماعی بر خلاقیت تأثیر داشته و آن‌ها را تبیین نمودند.

براساس یافته‌های پژوهش، خود انگیزی، خود آگاهی، مهارت اجتماعی، خود مدیریت و آگاهی اجتماعی به‌طور مستقیم پیش‌بینی کننده مثبت خلاقیت بوده است. این نتیجه که؛ هوش هیجانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی با خلاقیت رابطه مثبت و معنادار دارد با پژوهش‌های George, 2005; Chan, 2005; Batastini, 2001; Zhou, 2007; Isen, 1999; Isen, Daubman, & Nowicki, 1987; Mayer et al 2000; Wolfradt, Felfe, & Koster, 2002; Ivcevic et al, 2007 همسو و با یافته‌های Zenasni, 2004; Gustello, Gustello & Hanson, 2004;

Lubart, 2009 & ناهمسو است. در تبیین این مسأله باید به روش متفاوت در سنجش هوش هیجانی اشاره کرد. وقتی در پژوهش از مقیاس خود گزارش دهی (روش رگه‌ها) هوش هیجانی و خلاقیت استفاده شود رابطه بین هوش هیجانی و خلاقیت مثبت و معنادار بوده (Batastini, 2001; Chan, 2005; Wolfradt, et al 2002) درحالی‌که هنگام استفاده از مقیاس توانایی<sup>۱</sup> هوش هیجانی و خلاقیت رابطه بین این دو منفی و معنادار است (Ivcevic et al, 2007; Zenasni, & Lubart, 2009). دلیل رابطه منفی بین هوش هیجانی و خلاقیت این است که برای پاسخگویی به این مقیاس‌ها به تفکر همگرا نیاز است و پاسخگو برای کسب نمره بیشتر در مقیاس هوش هیجانی باید پاسخ‌های متداول و مرسوم را انتخاب کند، درحالی‌که خلاقیت به تفکر واگرا و تولید پاسخ‌های بدیع و مناسب نیازمند است؛ بنابراین بعید نیست که وجود ارتباط منفی بین هوش هیجانی و خلاقیت به دلیل تضاد موجود در نوع تفکری باشد که آزمون‌های توانایی هوش هیجانی و خلاقیت مورد سنجش قرار می‌دهند و یا به دلیل استفاده از مقیاس توانایی برای سنجش خلاقیت باشد (Rego, Sousa, Pina, Cunha, Correia, & Saur-Amaral,

1-trait

2- ability

2007). بر اساس تعریف آمابیل (۲۰۰۵) هوش هیجانی، توانایی مهار کردن تمایلات هیجانی خود، درک خصوصی‌ترین احساسات دیگران و رفتار آرام و سنجیده در روابط انسانی، خویش‌داری، شور، اشتیاق و پشتکار است. جنبه کنترل و نظم دهی هیجان‌ها بیانگر توانایی فرد در کاهش هیجان‌های منفی یا حفظ هیجان‌های مثبت است. در توجیه این یافته می‌توان گفت که خلق مثبت با افزایش انعطاف‌پذیری و گسترش تفکر می‌تواند باعث افزایش خلاقیت شود (Ivcevic, et al, 2007). به گفته کار (۲۰۰۴) کنترل و درک هیجان‌ها به دو شیوه بر فرآیند تفکر تأثیر می‌گذارد الف) کنترل هیجان‌ها از طریق نام-گذاری آن‌ها، بدین صورت که با دادن اطلاعات درباره حالات خلقی فرد از حالات مختلف خود مانند: ترس، شادی، عصبانیت و... آگاه می‌شود. ب) از طریق مجبور کردن فرد به فکر کردن به صورت سازگارانه با حالات خلقی، به نحوی که افراد ماهر در این زمینه (تسهیل تفکر از طریق هیجان‌ها) در مواقع شادی مسائل را از منظر مثبت‌گرایانه و خوش‌بینانه بنگرند و برعکس در زمان ناراحتی، آن را از منظر تهدیدآمیز نگاه کنند. در نتیجه این افراد قادر هستند مسائل را از دیدگاه چندگانه ملاحظه کنند که این امر احتمال مسأله‌گشایی خلاق را تسهیل و خلاقیت را افزایش می‌دهد (به نقل از کریم زاده و کیامنش، ۱۳۸۸).

سوال دوم پژوهش مبنی بر این بود که آیا انواع هوش هیجانی سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند؟ یافته‌ها نشان داد که متغیرهای خود‌انگیزی، خودآگاهی، مهارت اجتماعی، آگاهی اجتماعی و خودمدیریتی ابعاد ارتباطی، شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند. این یافته همسو با تحقیقاتی است که نشان دادند هوش هیجانی رابطه معناداری با سرمایه اجتماعی دارد (خجسته و همکاران، ۱۳۸۶؛ عبدالهی، فرجی ده سرخی، ۱۳۹۱؛ غریبی و قلی‌زاده، ۱۳۹۰؛ Schutte, Bar-on, 2006; Goleman, 2001; et al, 2001, 2007). بروکس و نافوخو (۲۰۰۶) با ارایه مدل مربوط به هوش هیجانی و



سرمایه اجتماعی، استدلال می‌کنند که هوش هیجانی ضمانت‌نامه سرمایه اجتماعی است. برای شکل‌گیری 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 موسسات و سازمان‌ها لازم دارند تا شکل‌گیری سرمایه اجتماعی را تسهیل و تداوم آن را حفظ نمایند، هوش هیجانی است. توانایی کنترل هیجان‌های خود در زمان‌ها و موقعیت‌های مختلف فرد را قابل پیش‌بینی می‌کند و این قابلیت پیش‌بینی سبب می‌شود تا دیگران به ما اعتماد کنند (بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی). مطالعات نشان می‌دهد که هوش هیجانی توافق بر سر اهداف سازمان را تسهیل می‌کند و سبب همسویی اهداف فرد با اهداف سازمان می‌شود (بعد شناختی سرمایه اجتماعی). از سوی دیگر، افراد با هوش هیجانی بالا قادرند که با دیگر افراد در بخش‌های مختلف مؤسسه یا سازمان رابطه برقرار کرده و شبکه‌های اجتماعی را به وجود آورند.

سرانجام در پاسخ به سؤال سوم پژوهش مبنی بر نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت، همانگونه که در شکل ۲ و جدول ۲ ملاحظه می‌شود ابعاد سرمایه اجتماعی می‌تواند نقش واسطه‌ای را در رابطه هوش هیجانی با خلاقیت ایفا کند. ابعاد سرمایه اجتماعی توسط مؤلفه‌های هوش هیجانی پیش‌بینی شده و این ابعاد، خلاقیت را پیش‌بینی نموده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد از یک طرف، هوش هیجانی پیش‌بینی‌کننده عمده و معنادار سرمایه اجتماعی است. چنانکه در نتایج تحقیقات متعددی نشان داده شده است (خجسته و همکاران، ۱۳۸۶؛ غریبی و قلی‌زاده، ۱۳۹۰؛ Bar-on, 2006; Salovey, Mayer, Caruso & Yoo, 2002, Schutte et al, 2001, 2007).

بر این اساس می‌توان گفت افرادی که هوش هیجانی بالاتری دارند در موقعیت‌های اجتماعی احساس همدلی و خودکنترلی بیشتری دارند، از مهارت اجتماعی بالاتری برخوردارند و در روابط اجتماعی موفق‌ترند. سیف (۱۳۸۹) اذعان می‌دارد که افراد با هوش

هیجانی بالا در برقراری رابطه با دیگران موفق‌ترند. در مجموع، می‌توان گفت از آنجا که خاستگاه سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی و بین‌فردی است آن دسته از مؤلفه‌هایی که منشأ ارتباطی و اجتماعی دارند می‌تواند به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی کمک کند. از طرف دیگر، ابعاد سرمایه اجتماعی خلاقیت را پیش‌بینی می‌کند. این یافته همسو با یافته‌های متعددی است که نشان دادند سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با خلاقیت دارد (پیران و همکاران، ۱۳۹۱؛ موذن جمشیدی، حق‌پرست کنارسری، ۱۳۹۴؛ Pishgadam & Chang & Chuang, 2011; Chang et al, 2010; Cheng, Zabihi, 2011 2012). براساس نظریه فرهنگی- اجتماعی ویگوتسکی (۱۹۷۸) تعامل اجتماعی ضمن تسهیل دستیابی به دانش و اطلاعات، نقشی اساسی در توسعه خلاقیت فرد دارد. تعامل اجتماعی برای توسعه خلاقیت، امری ضروری به شمار می‌رود. محققان استدلال می‌کنند که سرمایه اجتماعی به افراد کمک می‌کنند تا به منظور توسعه مهارت‌های فردی خود، منابع را به دست بیاورند، از منابع استفاده کنند و آن‌ها را به اشتراک بگذارند (Nahapiet, & Ghoshal, 1998). این امر بیان می‌کند که ایجاد روابط نزدیک با متخصصان اصلی یک‌رشته علمی، به دانش‌آموزان برای رسیدن به منابع حیاتی و مهم در آن رشته کمک می‌کند و بدین ترتیب برای بروز خلاقیت آن‌ها امری ضروری است (Pascarella, & Terenzini, 2005; Davies, et al, 2013). بر این اساس می‌توان استدلال نمود دانش‌آموزانی که سرمایه اجتماعی بالاتری دارند از تبادل اطلاعات و دانش بیشتری برخوردارند. این امر موجب شکوفایی ایده‌های جدید در دانش‌آموزان شده و بدین وسیله موجب افزایش خلاقیت آنها می‌شود.

به‌هرحال، یافته پژوهش حاضر را می‌توان از دو جنبه نظری و عملی مورد توجه قرار داد، در قلمرو نظری، با توجه به اینکه پژوهش در زمینه بررسی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی بود این مطالعه را می‌توان تلاش آغازین در جهت گسترش و توسعه مبانی علمی نقش واسطه‌ای سرمایه اجتماعی در زمینه رابطه هوش هیجانی و خلاقیت دانست. از آنجا که طبق

نظر محققان این حوزه، سه متغیر این پژوهش، آموختنی و قابل افزایش هستند لذا در عمل بر اساس یافته‌های این پژوهش، با توجه به تأثیر مثبت هوش هیجانی بر خلاقیت، خانواده‌ها و مدارس می‌توانند با آموزش مهارت‌های کنترل و درک هیجانات، شرایط را برای افزایش خلاقیت آنها به صورت مستقیم و غیر مستقیم، در خانه و مدرسه فراهم کنند. در برنامه‌های آموزشی مدارس، هر قدر بیشتر بتوانیم به دانش‌آموزان آموزش دهیم که از احساسات خود شناخت بیشتری پیدا کنند زمینه پرورش خلاقیت بیشتر فراهم می‌شود. به علاوه، به منظور گسترش ایده‌های خلاق می‌بایست زمینه برقراری ارتباط بیشتر را در مدارس فراهم کرد. فراهم کردن زمینه لازم برای ابراز احساسات و عواطف دانش‌آموزان در کلاس درس (جامعه کوچک) و آموزش مهارت‌های اجتماعی و اعتماد، که از عناصر عمده سرمایه اجتماعی است، از دیگر پیشنهادات کاربردی پژوهش حاضر است. همچنین پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت بعد ارتباطی و اینکه مدرسه، بخصوص کلاس درس، بیشترین نقش را در چگونگی پرورش تخیل و شکوفایی خلاقیت به عهده دارند حساس کردن دانش‌آموزان به مسائل-نه سکوت و انضباط خشکی که در بسیاری از مدارس حاکم است- بسیار ضروری است.

در نهایت، جامعه آماری پژوهش (دانش‌آموزان سال سوم متوسطه)، نوع پژوهش (همبستگی)، محدودیت‌هایی را در زمینه تعمیم یافته‌ها، تفسیر و اسنادهای علت شناختی رابطه بین متغیرهای مورد بررسی مطرح می‌کند که باید در نظر گرفته شود. به علاوه مشکلات مربوط به روایی ابزار آزمون‌های مورد استفاده در این پژوهش را نباید از نظر دور داشت.

## سپاسگزاری

این پژوهش برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه یاسوج است. نویسندگان مقاله بر خود لازم می‌دانند از همکاری و مساعدت آموزش و پرورش شهرستان اصفهان و همه عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نموده‌اند سپاسگزاری نمایند.

## منابع

- اوق، ناز محمد (۱۳۸۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تهران*.
- پیران، محمد؛ آقاجانی، طهمورث؛ شوقی، بهزاد؛ رضازاده، آرش؛ دهقان نجم آبادی، عامر (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته‌گری ایران. *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال دوم، شماره ۱، ۱۶۳-۱۸۲*.
- خجسته‌مهر، رضا؛ شکرکن، حسین؛ امان الهی فرد، عباس (۱۳۸۶). پیش‌بینی موفقیت و شکست رابطه زناشویی براساس مهارت‌های اجتماعی، *فصلنامه روانشناسی دانشگاه تبریز، سال دوم، شماره ۶، ۳۳-۵۲*.
- سیف، علی اکبر (۱۳۸۹). *روانشناسی پرورشی نوین: روانشناسی یادگیری و آموزش، چاپ دهم، تهران، نشر دوران*.
- عابدی، جمال (۱۳۷۲). خلاقیت و شیوه‌ای نو در اندازه‌گیری آن، *پژوهش‌های روانشناختی، شماره ۳، ۴۶-۵۴*.
- عبدالهی، بیژن؛ فرجی ده سرخی، حاتم؛ حیات، علی اصغر؛ کهولت، نعمیه (۱۳۹۱). بررسی رابطه هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی سازمانی (مطالعه موردی دانشگاه شیراز). *فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال چهارم، شماره دوم، ۷۷-۸۸*.
- غریبی، حسن؛ قلی‌زاده، زلیخا (۱۳۹۰). نقش مؤلفه‌های هوش هیجانی در پیش‌بینی سرمایه اجتماعی. *فصلنامه اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال هفتم، شماره اول، ۲۹-۵۳*.

فروگذار، حامد؛ نمازی، نویدرضا؛ حمیدی، حمیدرضا (۱۳۸۹). ارزیابی ابعاد شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی در کارآفرینی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی.

فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی، در سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.

قلیچ‌لی، بهروز؛ مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه دو شرکت خودروسازی ایرانی). فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۷۵، ۱۲۵-۱۴۷.

کریم زاده، منصور، کیامنش، علیرضا (۱۳۸۸). تأثیر آموزش هوش هیجانی-اجتماعی در رشد این مهارت‌ها، مجله علوم رفتاری، سال ۲، شماره ۳، ۱۴۲-۱۴۹.

منصوری. بهزاد (۱۳۸۰)، هنجاریابی آزمون هوش هیجانی شرینگ برای دانشجویان دوره کارشناسی ارشد دانشگاه‌های دولتی مستقر در تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.

موذن جمشیدی، میرهادی؛ حق‌پرست کنارسری، نرجس (۱۳۹۴). سنجش میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی لوازم خانگی الکتریکی و الکترونیکی در ایران). مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره دوم، ۴۹-۷۴.

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to" the social psychology of creativity."* West view press.
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative science quarterly*, 50(3), 367-403.
- Bar-On, R. (2005). The impact of emotional intelligence on subjective well-being: research article: general. *Perspectives in Education: Postmodern (Narrative) Career*
- Bar-On, R. (2006). The bar-on model of emotional intelligence skills development training, program and student achievement and retention. 2006; *texas A & M university-kingsville*.
- Bar-On, R. M. (2006). The Bar-On model of emotional-social intelligence (ESI). *Psicothema*, 18(1), 13-25.
- Batastini, S. D., & Reisman, F. K. (2001). *The relationship among students' emotional intelligence, creativity and leadership*. Drexel University.

- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of management review*, 27(4), 505-522.
- Brooks, K., & Muyia Nafukho, F. (2006). Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?. *Journal of European Industrial Training*, 30(2), 117-128.
- Bourdieu, P. (1998). *Practical reason: On the theory of action*. Stanford University Press.
- Chan, D. W. (2005). Self-perceived creativity, family hardiness, and emotional intelligence of Chinese gifted students in Hong Kong. *Prufrock Journal*, 16(2-3), 47-56.
- Chang, H. H., & Chuang, S. S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & management*, 48(1), 9-18.
- Chang, S. C., Tein, S. W., & Lee, H. M. (2010). Social capital, creativity, and new product advantage: An empirical study. *International Journal of Electronic Business Management*, 8(1), 43.
- Cheng, H. H. (2012). The effect of social capital on creativity in information systems development projects: the mediating effect of knowledge integration. *Word academy of science, engineering and technology*, 64(4), 788-793.
- Chermahini, S. A., & Hommel, B. (2012). More creative through positive mood? Not everyone!. *Frontiers in human neuroscience*, 6.
- Craft, A. (2006). Fostering creativity with wisdom. *Cambridge Journal of Education*, 36(3), 337-350.
- Cushing, R., Florida, R., & Gates, G. (2002). When social capital stifles innovation. *Harvard Business Review*, 80(8), 20.
- Danchev, A. (2006). Social capital and sustainable behavior of the firm. *Industrial Management & Data Systems*, 106(7), 953-965.
- Davies, D., Jindal-Snape, D., Collier, C., Digby, R., Hay, P., & Howe, A. (2013). Creative learning environments in education—A systematic literature review. *Thinking Skills and Creativity*, 8, 80-91.
- De Dreu, C. K., Baas, M., & Nijstad, B. A. (2008). Hedonic tone and activation level in the mood-creativity link: toward a dual pathway to creativity model. *Journal of personality and social psychology*, 94(5), 739.
- Eteläpelto, A., & Lahti, J. (2008). The resources and obstacles of creative collaboration in a long-term learning community. *Thinking skills and creativity*, 3(3), 226-240.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290-309.

- Gardner, H. (1999). *Intelligences reframed: Multiple intelligences for the twenty-first century*. New York, NY: Basic Books.
- George, J. M., & Zhou, J. (2002). Understanding when bad moods foster creativity and good ones don't: the role of context and clarity of feelings. *Journal of Applied Psychology, 87*(4), 687..
- George, J. M., & Zhou, J. (2007). Dual tuning in a supportive context: Joint contributions of positive mood, negative mood, and supervisory behaviors to employee creativity. *Academy of Management Journal, 50*(3), 605-622.
- Glăveanu, V. P. (2010). Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology. *New ideas in psychology, 28*(1), 79-93.
- Goleman, D. (1998). *Working with emotional intelligence*. Bantam.
- Goleman, D. (2001). Emotional intelligence: Issues in paradigm building. *The emotionally intelligent workplace, 13*, 26.
- Goyal, A., & Akhilesh, K. B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. *Team Performance Management: An International Journal, 13*(7/8), 206-226.
- Guastello, S. J., Guastello, D. D., & Hanson, C. A. (2004). Creativity, mood disorders, and emotional intelligence. *The Journal of Creative Behavior, 38*(4), 260-281.
- Hirt, E. R., Devers, E. E., & McCrea, S. M. (2008). I want to be creative: exploring the role of hedonic contingency theory in the positive mood-cognitive flexibility link. *Journal of personality and social psychology, 94*(2), 214.
- Isen, A. M. (1999). On the relationship between affect and creative problem solving. *Affect, creative experience, and psychological adjustment, 3*, 17. In S. W. Russ (Ed), *Affect, creative experience, and psychological adjustment* (pp. 3-17). Philadelphia: Bruner/mazel.
- Isen, A. M., Daubman, K. A., & Nowicki, G. P. (1987). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of personality and social psychology, 52*(6), 1122.
- Ivcevic, Z., Brackett, M. A., & Mayer, J. D. (2007). Emotional intelligence and emotional creativity. *Journal of Personality, 75*(2), 199-236.
- Kaufmann, G. (2003). Expanding the mood-creativity equation. *Creativity Research Journal, 15*(2-3), 131-135.
- Laius, A., & Rannikmäe, M. (2011). Impact on student change in scientific creativity and socio-scientific reasoning skills from teacher collaboration and gains from professional in-service. *Journal of Baltic Science Education, 10*(2), 127-137.

- Leana, C. R., & Van Buren, H. J. (1999). Organizational social capital and employment practices. *Academy of management review*, 24(3), 538-555.
- Lin, Y. S. (2011). Fostering creativity through education—a conceptual framework of creative pedagogy. *Creative education*, 2(03), 149-155.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27(4), 267-298.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.
- Palfai, T. P., & Salovey, P. (1993). The influence of depressed and elated mood on deductive and inductive reasoning. *Imagination, Cognition and Personality*, 13(1), 57-71.
- Pascarella, E. T., & Terenzini, P. T. (2005). *How college affects students* (Vol. 2). K. A. Feldman (Ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Pishghadam, R., & Zabihi, R. (2011). Social and cultural capital in creativity. *Canadian Social Science*, 7(2), 32-38
- Reagans, R., & McEvily, B. (2003). Network structure and knowledge transfer: The effects of cohesion and range. *Administrative science quarterly*, 48(2), 240-267.
- Rego, A., Sousa, F., Pina e Cunha, M., Correia, A., & Saur-Amaral, I. (2007). Leader Self-Reported Emotional Intelligence and Perceived Employee Creativity: An Exploratory Study. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 250-264.
- Russell, J. A., & Carroll, J. M. (1999). On the bipolarity of positive and negative affect. *Psychological bulletin*, 125(1), 3-30.
- Ryhammar, L., & Brodin, C. (1999). Creativity research: Historical considerations and main lines of development. *Scandinavian journal of educational research*, 43(3), 259-273.
- Salovey, P., Mayer, J. D., Caruso, D., & Yoo, S. H. (2002). The positive psychology of emotional intelligence. *Handbook of positive psychology*, 159, 171. In Lopez, S. J., & Snyder, C. R. (Eds). *Oxford handbook of positive psychology*. Oxford University Press, USA.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Bobik, C., Coston, T. D., Greeson, C., Jedlicka, C., & Wendorf, G. (2001). Emotional intelligence and interpersonal relations. *The Journal of social psychology*, 141(4), 523-536.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Thorsteinsson, E. B., Bhullar, N. and Rooke, S. E. (2007). A meta-analytic investigation of the relationship between emotional intelligence and individual differences. *Personality and Individual Differences*, 42(6): 921-33.
- Shaheen, R. (2010). Creativity and education. *Creative Education*, 1(03), 166.





- Smears, E., Cronin, S., & Walsh, B. (2011). A risky business: Creative learning in education. *Teacher Advancement Network Journal*, 2(1).
- Sternberg, R. J. (1988). *The triarchic mind: A new theory of human intelligence*. Viking Pr.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1996). Investing in creativity. *American psychologist*, 51(7), 677.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. *Handbook of creativity*, 1, 3-15. In Sternberg, R. J. (Ed). *Handbook of creativity*. Cambridge University Press.
- Torrance, E. P. (1966). *Torrance Tests of Creative Thinking: Norms technical Manual: Research Ed.: Verbal Tests, Forms A and B: Figural Tests, Forms A and B. Flare Material*. Personnel Press.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intra-firm networks. *Academy of management Journal*, 41(4), 464-476.
- Vygotsky, L. (1978). Interaction between learning and development. *Readings on the development of children*, 23(3), 34-41.
- Vygotsky, L. S. (2004). Imagination and creativity in childhood. *Journal of Russian & East European Psychology*, 42(1), 7-97. (Translation by M.E. Sharpe of *Voobrazhenie i tvorchestvo v detskom vozraste*, published in Moscow: 1967).
- Wallis, J., Killerby, P., & Dollery, B. (2004). Social economics and social capital. *International Journal of Social Economics*, 31(3), 239-258.
- Wolfradt, U., Felfe, J., & Köster, T. (2002). Self-perceived emotional intelligence and creative personality. *Imagination, Cognition and Personality*, 21(4), 293-309.
- Zenasni, F., & Lubart, T. I. (2009). Perception of emotion, alexithymia and creative potential. *Personality and individual differences*, 46(3), 353-358.