

بررسی رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی)

Investigating Emotional Intelligence Relationship and Social Capital among
Researchers Working in IRIB Research Center

T. Feizi, PhD

Saeed Abedini, M.A.

دکتر طاهره فیضی*

سعید عابدینی**

Abstract

Nowadays, besides humane, financial and economic capital, another factor has been propounded in organizations which is called "social capital". Social capital provides an appropriate environment for human resume productivity. On the other hand, social capital has a significant role in making it possible to use other forms of organizational capitals. Social capital is a set of existing norms in social systems that increases the level of cooperation among members of society and reduces the relationships costs (Fokuyama 1999).

Emotional intelligence may play a basic role in work environment (Mckee et al. 2002). Daniel Goleman (1998) defines emotional intelligence as self-awareness, self-management, self-motivation, social-awareness and social-management.

Given that social capital is linked to the relationships among individuals and emotional intelligence has a crucial impact on forming these relationships. This research has attempted examining the impact of the five dimensions of emotional intelligence as independent variables on social capital aspects (namely trust, communication networks, common goals, and language) as dependent variables among the researchers and managers of IRIB Research Center.

This research is a descriptive survey in which the relationships among independent and dependent variables have been examined considering the data collected through questionnaires. Descriptive and inferential statistics have also been applied in order to conduct analysis and provide a model.

The results show that there is a direct relationship between emotional intelligence and social capital. Therefore, it is possible to increase the level of social capital in the organizations by considering emotional intelligence indicator at the beginning of recruitment and instructing it through the work.

Key Words: social capital, emotional intelligence as self-awareness, self-management, self-motivation, social-awareness, social-management, social skills.

Contact: saeed_abedini@gmail.com

چکیده

«سرمایه اجتماعی»، بستری مناسبی را برای بهره‌برداری و بهره‌وری نیروی انسانی در سازمان‌های مختلف فراهم می‌آورد. از سوی دیگر، بهره‌گیری از دیگر سرمایه‌های اجتماعی سازمان نیز در پرتو این سرمایه امکان‌پذیر است که همین نکته، اهمیت آن را در سازمان نشان می‌دهد. سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ی هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه و پایین آمدن هزینه‌های ارتباطات می‌شود. (فوکویاما، ۱۹۹۹ به نقل از طلوعی و کاوسی، ۱۳۸۵)

هوش هیجانی، می‌تواند نقشی اساسی در محیط کار داشته باشد. دکتر دانیل گلمن^۱ (۱۹۹۸) مولفه‌های هوش هیجانی را خودآگاهی^۲، خودتنظیمی^۳، خودانگیزگی^۴، همدلی^۵، و مهارت‌های اجتماعی^۶ تعریف می‌کند.

با توجه به وابسته بودن سرمایه اجتماعی به روابط بین افراد و تاثیر انکارناپذیر نقش هوش هیجانی بر نحوه شکل‌گیری روابط بین فردی، در این پژوهش تلاش شده اثر هوش هیجانی با تکیه بر پنج مولفه آن به عنوان متغیرهای مستقل، بر ارتقای سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن (اعتماد، شبکه‌های ارتباطی، زبان و اهداف مشترک) به عنوان متغیرهای وابسته، در بین پژوهشگران و مدیران مرکز تحقیقات صداوسیما بررسی شود.

این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی است که براساس آن، ارتباط متغیرهای مستقل و متغیر وابسته با توجه به داده‌های پرسشنامه بررسی شده، و همچنین از آمار توصیفی و آمار استنباطی به منظور انجام دادن تحلیل‌ها و ارائه مدل استفاده شده است.

نتایج این پژوهش نشان داد که بین هوش هیجانی و مولفه‌های سرمایه اجتماعی، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. بنابراین می‌توان با در نظر گرفتن شاخص هوش هیجانی در بدو خدمت، و آموزش هوش هیجانی در حین خدمت، به ارتقای سرمایه اجتماعی سازمان اقدام کرد.

واژگان کلیدی: هوش هیجانی^۷، سرمایه اجتماعی^۸

* استادیار مدیریت دولتی، سازمان مرکزی دانشگاه پیام‌نور، مرکز تهران
** کارشناس ارشد مدیریت دولتی

- | | | | |
|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------------|
| 1. Golman | 3. self-management | 5. social-awareness | 7. emotional Intelligence |
| 2. self-awareness | 4. self-motivation | 6. social skills | 8. social capital |

مقدمه

نکته توجه ویژه داشته‌اند که سرمایه سازمان، فراتر از سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی و حتی سرمایه انسانی آن است، و آن را سرمایه اجتماعی نامیده‌اند.

پیشینه و مبانی نظری پژوهش:

به دلیل تازگی هر دو عنوان هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی، در دهه اخیر پژوهش‌های فراوانی در خصوص این موضوعات، در داخل و خارج کشور انجام شده است. تا زمان انجام این پژوهش، بیش از ۶۰ کار پژوهشی در زمینه سرمایه اجتماعی و ۵۰ کار پایان نامه‌ای در سطح کارشناسی ارشد و دکترا انجام شده است.

در زمینه بررسی سرمایه اجتماعی، از نخستین پژوهش‌ها، می‌توان به کار رابرت پاتنام^۹ در ایتالیا اشاره کرد که در تحقیقات خود درباره دموکراسی به این مطلب پی برده است؛ مناطقی که از سرمایه اجتماعی قوی برخوردارند، شاهد توسعه بیشتر اقتصادی و دولت‌های محلی مسئول بوده‌اند، اما مناطقی که سرمایه اجتماعی ضعیفی دارند، از این نظر بسیار آسیب‌پذیرند. او معتقد است، بدون سرمایه اجتماعی، دموکراسی از بین می‌رود یا هرگز ریشه نمی‌گیرد. (طلوعی و کاوسی، ۱۳۸۵)

کار بزرگ سنجش سرمایه اجتماعی در آمریکا نیز از کارهای دیگری است که می‌توان به آن اشاره کرد. در این پژوهش، با استفاده از پرسشنامه، دیدگاه‌های حدود ۳۰۰۰ نفر از اعضای ۴۰ انجمن و گروه اجتماعی در سطح ملی به همراه نظر ۲۶۲۰۰ نفر از شهروندان در ۲۹ ایالت آمریکا جمع‌آوری شده است. (طلوعی و کاوسی، ۱۳۸۵)

در بین تحقیق‌های داخلی و خارجی درباره موضوع «رابطه هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی»، با توجه به امکانات دسترسی، فقط یک مقاله در این زمینه یافت شد که طی آن بروکس^{۱۱} و نافوکو^{۱۲} (۲۰۰۵) با ارائه مدلی در خصوص نحوه تاثیرگذاری توسعه منابع انسانی، هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی بر بهره‌وری، به وجود رابطه مستقیم و متقابل بین هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی اشاره کرده‌اند.

روان‌شناسی به نام «دانیل گلمن» اظهار می‌دارد که هوش شناختی در بهترین شرایط فقط ۲۰ درصد از موفقیت‌ها را باعث می‌شود و ۸۰ درصد از موفقیت‌ها به عوامل دیگر، وابسته است و سرنوشت افراد در بسیاری از موقعیت‌ها در گرو عوامل دیگری است که بخش عمده‌ای از آنها، بعدها به عنوان هوش هیجانی شناخته شدند. هوش هیجانی، ناکامی افراد با ضریب هوش بالا و همچنین موفقیت غیرمنتظره افراد دارای هوش متوسط را توجیه می‌کند. از بسترهایی که پیش‌بینی می‌شود هوش هیجانی می‌تواند نقش موثری در آن ایفا کند، اجتماع و محیط کار فرد است.

در سازمان‌های امروزی، جایی که گروه‌های کاری برای کسب موفقیت، عنصری حیاتی هستند، مدیران و کارکنان می‌توانند روحیه تلاش جمعی و توانمندسازی محیط کاری را بهبود مشخصه‌های هوش هیجانی تقویت کنند. رهبری یک سازمان برای انطباق پذیری با تغییرها و به منظور بقا و رشد در محیط‌های جدید کسب و کار، ویژگی‌های خاصی را می‌طلبد که عموماً مدیران برای پاسخ به آنها با مشکلات زیادی روبرو هستند. در این زمینه از مهم‌ترین مولفه‌های شخصیتی که می‌تواند به رهبران و مدیران کمک کند، هوش هیجانی است. با توجه به اینکه هوش هیجانی، توان استفاده از احساس و هیجان خود و دیگران است در رفتار فردی و گروهی به منظور دستیابی به حداکثر مطلوبیت بنابراین، تلفیق دانش مدیریتی و توانایی‌های هیجانی در مدیریت، می‌تواند در سوق دادن افراد به سمت هدف، کارساز و مفید باشد. درک و اداره هوش هیجانی به شکل مؤثر، نه فقط بینش‌های جدیدی درباره برانگیختن افراد ارائه می‌کند، بلکه این امکان را فراهم می‌آورد که درخصوص احساسات، و اداره آنها به شکل سازنده عمل شود. (علامه، ۱۳۸۵)

از سوی دیگر، از بحث‌های مهم در دو دهه اخیر، بحث از ارزش یا سرمایه‌ای است که سازمان‌ها به لحاظ اقتصادی از آن برخوردارند. دانشمندی مثل فوکویاما^۹ (۱۹۹۷) به این

9. Fukuyama
10. Putnam

11. Brooks
12. Nafukho

مفهوم هوش هیجانی:

• هوش هیجانی یعنی شناخت عواطف، افکار و احساس‌های خود و دیگران، تا بتوانیم بر اساس آن رفتاری مبتنی بر اخلاق و وجدان اجتماعی داشته باشیم. (گلمن، ۱۹۹۷)

• هوش هیجانی شامل توانایی‌هایی چون حفظ انگیزه، استقامت در برابر مشکلات، کنترل خود در شرایط بحرانی و تکانه‌ها، حفظ خونسردی، به تاخیر انداختن کامیابی، همدلی با دیگران و امیدوار بودن است. (رون بار- آن^{۱۳}، ۲۰۰۰)

• هوش هیجانی مجموعه‌ای از توانایی‌هاست و کمک می‌کند در زندگی شخصی یا شغلی با دیگران رابطه‌ای دوستانه و مداراگرایانه برقرار کنیم. (الیاس^{۱۴}، ۱۹۹۷)

• نوعی پردازش اطلاعات هیجانی است با هدف ارزیابی دقیق هیجان‌ها در خود و دیگران، ابراز مناسب هیجان و تنظیم انطباقی هیجان به نحوی که زیستن را ارتقاء بخشد. (مایر و سالوی^{۱۵}، ۱۹۹۰، به نقل از ص ۷۷۳)

ابعاد هوش هیجانی:

گلمن در سال ۱۹۹۸ در مقاله «کارکردن با هوش هیجانی» مفهوم هوش هیجانی را در محل کار تطبیق داده است و هوش هیجانی کارمندان، دو بعد دارد: «شایستگی شخصی^{۱۶}» یعنی افراد چگونه خودشان را مدیریت کنند و «شایستگی اجتماعی^{۱۷}» یعنی افراد چگونه روابط بین خود و دیگران را مدیریت کنند. (رزاقی، ۱۳۸۷)

۱. **شایستگی‌های شخصی:** این بُعد شامل سه معیار خودآگاهی، خودتنظیمی و خودانگیزشی به شرح زیر است:

• **خودآگاهی:** این معیار شامل مؤلفه‌های آگاهی هیجانی فرد نسبت به عواطف خود و تأثیر آن، خودارزیابی صحیح و دقیق از محدودیت‌ها و نقاط قوت خود و اعتماد به نفس است.

• **خودتنظیمی:** این معیار شامل مؤلفه‌های خودکنترلی یا مدیریت کردن عواطف و امیال مخرب، قابل اعتماد بودن،

وظیفه‌شناسی یا مسئولیت‌پذیر بودن در مقابل عملکرد شخصی، سازگاری و انطباق‌پذیری و پذیرش نوآوری و اندیشه‌های نو است.

• **خودانگیزشی:** این معیار شامل مؤلفه‌های هدایت موفقیت یا تلاش برای بهبود اوضاع، تعهد و همسو بودن با اهداف گروه یا سازمان، قوه ابتکار و پافشاری در پیگیری اهداف است.

۲. **شایستگی‌های اجتماعی:** این بُعد شامل دو معیار همدلی و مهارت‌های اجتماعی به شرح زیر است:

• **همدلی:** این معیار به مفهوم همدلی با احساسات و نگرش‌های دیگران است.

• **مهارت‌های اجتماعی:** این معیار شامل مؤلفه‌های نفوذ بر دیگران، ارتباطات و ارسال پیام‌های واضح برای مخاطبان، مذاکره و حل اختلاف‌نظرها و تضادها، پرورش روابط مؤثر و همکاری و مشارکت است.

اهمیت هوش هیجانی:

مهم‌ترین آثار هوش هیجانی در سازمان‌ها را می‌توان چنین برشمرد:

• گسترش هیجان‌های مثبت در داخل گروه‌ها، که موجب تسهیل همکاری و مشارکت اعضای گروه، کاهش‌ها، تعارض و بهبود میزان کارایی اعضای گروه می‌شود (بارساد^{۱۸}، ۲۰۰۰)

• خطرپذیری یا پذیرش ریسک (کیاروچی و فورگاس، ۱۳۸۵:۲۶۵، کانامان و تورسکی، ۱۹۷۹)

• دستیابی به موفقیت اجتماعی: افراد خودآگاه، مهربان، با توانایی درک دیگران و توانایی داشتن هیجان‌ات قوی، موفق‌تر از افرادی هستند که از توانایی‌های هوش شناختی بالاتری برخوردارند، ولی فاقد این صفات هستند. (سگال، ۲۰۰۲)

• پیش‌بینی رفتار دیگر همکاران و انتخاب رفتار متعادل در سازمان.

• سازگاری با مشکلات و تحمل رویدادهای منفی.

(کیاروچی و فورگاس، ۱۳۸۵:۵۶)

- اثر مثبت هوش هیجانی در سلامت عمومی افراد در سازمان بر اساس یافته‌های اسلاسکی و کارت رایت. (۲۰۰۲، به نقل از آستین و همکاران، ۲۰۰۵)
- کمک به حل تعارض‌ها در محیط کار و گذر از بحران‌ها. (کیاروچی و فورگاس، ۱۳۸۵:۲۱۵)
- همیاری و شرکت فعال در گروه‌های کاری. (کیاروچی و فورگاس، ۱۳۸۵:۲۱۵)

• عمل کردن به عنوان میانجی. (کیاروچی و فورگاس، ۱۳۸۵:۲۱۸)

- کنترل هیجان‌ها و مدیریت رفتار فردی در سازمان و کاهش استرس فرد. (عابدینی و نیکبخش، ۱۳۸۶)
- ایجاد واقع بینی و افزایش خوش بینی و امید کارکنان در سازمان.

مفهوم سرمایه اجتماعی:

- تعریف بوردو از سرمایه اجتماعی این است: «سرمایه‌ای منبعث از افتخار و احترام. سرمایه اجتماعی برآورد مجموع منابع به طور واقعی یا فرضی است». (محمدی، ۱۳۸۴:۴۴)
- رابرت پاتنام، سرمایه اجتماعی را ارتباط بین افراد، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای متقابل و اعتمادی می‌داند که از آنها بر می‌خیزد. (پاتنام، ۲۰۰۰)
- فوکویاما در تعریف از سرمایه اجتماعی می‌گوید: سرمایه اجتماعی، مجموعه هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه می‌شود و سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات را کاهش می‌دهد. (فوکویاما، ۱۹۹۹)
- سرمایه اجتماعی، شرکت فعالانه انسان‌ها در حیات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و به طور کلی تمامی ابعاد حیات است. (ساروخانی، ۱۳۷۰:۵۲۱)
- جیمز کلنن^{۱۹}، سرمایه اجتماعی را کالای عمومی دانسته که ویژگی‌های زیر را دارد:

– به آسانی مبادله نمی‌شود.

– سرمایه اجتماعی، دارایی شخصی هیچ یک از افرادی نیست، که از آن سود می‌برند.

– نتیجه فرعی فعالیت‌های دیگری است و معمولاً شخص خاصی آن را به وجود نمی‌آورد. سرمایه اجتماعی در صورت استفاده بیشتر، نه فقط مستهلک نمی‌شود، بلکه افزایش می‌یابد. (توسلی و موسوی، ۱۳۸۶:۱۶ به نقل از کلنن، ۱۳۷۷:۹۰-۴۸۲)

ابعاد سرمایه اجتماعی:

ناهاییت و گوشال^{۲۰} (۱۹۹۸) سه بُعد در سرمایه اجتماعی معرفی کردند: ساختاری^{۲۱} که به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد، یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (با تاکید بر پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی)، بُعد رابطه‌ای^{۲۲}، که توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به واسطه سابقه تعامل‌هایشان برقرار می‌کنند (با تاکید بر زبان و علایم و روایت‌های مشترک) و بُعد مفهومی (شناختی)^{۲۳}، که همان زبان و استعاره‌های مشترک است (با تاکید بر اعتماد، هنجارها، تعهدها و روابط متقابل).

• *زبان و اهداف مشترک*^{۲۴}: زبان، کارکرد مستقیم و مهمی در روابط اجتماعی دارد، چرا که ابزاری است که از طریق آن، افراد با یکدیگر به بحث می‌پردازند و اطلاعات را مبادله می‌کنند. همچنین، زبان بر ادراک‌های ما تأثیر می‌گذارد و موجب تفسیر ما از محیط می‌شود. زبان مشترک، قابلیت ترکیب اطلاعات را افزایش می‌دهد.

• *اعتماد*^{۲۵}: آنتونی گیدنز، اعتماد را عامل احساس امنیت وجودی می‌داند که به موجود انسانی منفرد در نقل و انتقال‌ها و در بحران‌ها و در حال وهوایی آکنده از خطرهای احتمالی، قوت قلب می‌بخشد. (گیدنز، ۱۳۷۸:۶۳)

• *شبکه‌های اجتماعی*^{۲۶}: فوکویاما، به تعریف شبکه از دیدگاه سرمایه اجتماعی می‌پردازد و آن را نوعی ارتباط

19. J. Coleman

20. Nahapiet & Ghoshal

21. structural dimension

22. relational dimension

23. congestive demension

24. Common language & goal

25. trust

26. social networks

خسونت‌آمیز، همبستگی منفی دارد.

- سرمایه اجتماعی، می‌تواند به موفقیت شغلی کمک کند. (شارع‌پور، ۱۳۸۶:۱۰۳)
- سرمایه اجتماعی، به کارایی نهادهای دولتی و حکومتی کمک می‌کند. (شارع‌پور، ۱۳۸۶:۱۰۶)
- وجود سرمایه اجتماعی سبب می‌شود تا دولتمردان و سیاستمداران، همکاری بهتری باهم داشته باشند. (شارع‌پور، ۱۳۸۶:۱۰۶)

- پاتنام معتقد است، همبستگی روشن و مثبتی بین متغیرهای سلامت و سرمایه اجتماعی، همچنین رابطه قوی و منفی بین شاخص سرمایه اجتماعی و نرخ مرگ و میر وجود دارد. (محمدی، ۱۳۸۴:۱۵۱ به نقل از پاتنام، ۲۰۰۰:۳۲۶)

- جلوگیری از جرم به قول "پولادی (۱۳۸۰) به نقل از سامپسون و لاوب. (۱۹۹۳)"

مدل مفهومی: این مدل در نمودار شماره ۱ نشان داده شده است.

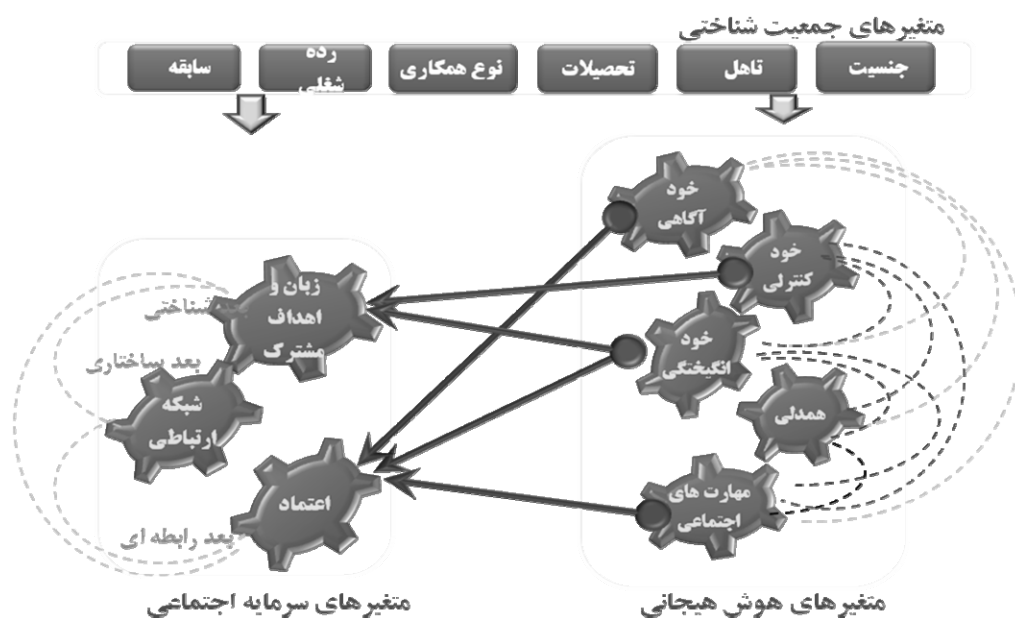
اخلاقی مبتنی بر اعتماد معرفی می‌کند. شبکه‌ها تعهد و وفاداری بین اعضا و حمایت سازمانی را به وجود می‌آورند. در داخل شبکه‌ها، تسهیم قابل ملاحظه‌ای از اطلاعات، منابع، مهارت‌ها و اقدامات سازمانی وجود دارد. درک و دریافت هنجارها، ارزش‌ها و اهداف سازمانی با کمک شبکه‌ها، جزء مهمی در ارتباط موفق اعضای سازمان است. (حسن پور و نیاکان، ۱۳۸۶)

نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی:

در متون مختلف به موارد گوناگونی از اثر سرمایه اجتماعی در زندگی فردی، اجتماعی و سازمانی اشاره شده است که برخی از آنها به قرار زیر است:

- سرمایه اجتماعی، هزینه‌های هماهنگی را کاهش می‌دهد. (محمدی، ۱۳۸۴:۱۳)
- سرمایه اجتماعی، به اعضای گروه اقتدار بیشتری می‌بخشد.

- سطح سرمایه اجتماعی، تحقیق کوچکی و همکاران (۱۹۹۷)، نشان داد که سرمایه اجتماعی با میزان جرایم



نگاره شماره ۱. مدل مفهومی

فرمول‌های استفاده شده، متعلق به کوکران^{۳۷} (۱۹۹۷)، با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد است که در تعیین حجم نمونه از آن استفاده شد.

مشخصات جامعه و نمونه آماری:

به منظور اطمینان از اینکه نمونه مورد مطالعه معرف جامعه آماری است، از روش‌های آماری، معروف‌ترین

توزیع شده، ۱۲۲ پرسشنامه برگشت داده شد که نشان می‌دهد ضریب پاسخگویی، ۸۰٪ است (و این یعنی به تعداد حداقل نمونه محاسبه شده، نزدیک است).

$$n_1 = \frac{n_o}{(1 + \frac{n_o}{Population})}$$

در این پژوهش برای طیف پنج تایی لیکرت خواهیم داشت:

$$n_o = \frac{t^2 * S^2}{d^2} = \frac{1.96^2 * 1.2^2}{(0.03)^2} = \frac{5.531904}{0.0009} \approx 246$$

$$n_1 = \frac{246}{(1 + \frac{246}{152})} = \frac{246}{1.256} \approx 96$$

روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات

در این تحقیق پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و استخراج پاسخ‌ها، برای تبدیل داده‌های اولیه حاصل از پرسشنامه‌ها، به داده‌هایی قابل استفاده، با به‌کارگیری نرم افزار SPSS و ورود اطلاعات به آن، به استخراج آمار توصیفی با دسته‌بندی اطلاعات، تبدیل اطلاعات دسته بندی شده به فراوانی، درصد فراوانی، میانگین آماری و جداول یک بُعدی و دو بُعدی اقدام شد. از آنجا که در این پژوهش از روش تحلیل مسیر استفاده شده است، علاوه بر بررسی ضرایب همبستگی بین متغیرها، مدل‌های رگرسیون متعددی با روش گام به گام برآزش شد تا روابط بین متغیرها آشکار شود.

از این‌رو، حداقل تعداد نمونه لازم در این پژوهش، بر اساس فرمول‌های آماری، ۹۶ مورد است. اما با توجه به محدود بودن فضای جامعه آماری و امکان انجام پژوهش در کل این فضا (حمایت مستقیم مرکز تحقیقات صداوسیما از این تحقیق)، پرسشنامه طراحی شده، در کل مرکز تحقیقات به روش تمام شماری توزیع شد و از مجموع ۱۵۲ پرسشنامه

جدول شماره ۱. ترکیب جامعه آماری

عوامل جمعیت شناختی	گزینه‌ها	فراوانی	درصد	عوامل جمعیت شناختی	گزینه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۶۹	۴۵٪	کل سوابق کاری	تا ۵ سال	۱۲	۸٪
	زن	۸۳	۵۵٪		۶ تا ۱۰ سال	۵۶	۳۷٪
تاهل	مجرد	۳۸	۲۵٪		۱۱ تا ۱۵ سال	۵۵	۳۶٪
	متاهل	۱۱۴	۷۵٪		۱۶ تا ۲۰ سال	۲۳	۱۵٪
تحصیلات	لیسانس	۵۹	۳۹٪		بیش از ۲۰ سال	۶	۴٪
	فوق لیسانس	۸۲	۵۴٪	تا ۵ سال	۵۲	۳۴٪	
	دکتر	۱۱	۷٪	۶ تا ۱۰ سال	۵۹	۳۹٪	
رده شغلی	پژوهشگر	۹۳	۶۱٪	سوابق کار در مرکز تحقیقات	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۶	۱۷٪
	کارمند پژوهش	۲۸	۱۸٪		۱۶ تا ۲۰ سال	۱۵	۱۰٪
	مدیر	۳۱	۲۰٪		بیش از ۲۰ سال	۰	۰٪
نوع همکاری	رسمی	۱۱۸	۷۸٪		جمع کل	۱۵۲	
	غیر رسمی	۳۴	۲۲٪				

تحلیل جمعیت آماری:

برای ۱۵۲ نفر که شرایط لازم را داشتند، خلاصه وضعیت جامعه آماری در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود. افراد جامعه آماری بیشتر رسمی (۷۸٪)، دارای سابقه کار بالای ۶ سال در مرکز تحقیقات (۶۸٪) و مدرک تحصیلی فوق لیسانس و دکترا (۶۱٪) دارند.

تجزیه و تحلیل اطلاعات متغیرهای جمعیت‌شناختی:

از جامعه آماری با مشخصات فوق، ۱۲۲ نمونه به روش تمام شماری انتخاب شده است که در جدول شماره ۲ به بررسی وضعیت این نمونه آماری می‌پردازیم. همان‌طور که مشاهده می‌شود، از بین کل پاسخگویان، ۷۷ درصد رسمی و ۶۸ درصد سابقه کار بالای ۶ سال در مرکز را دارند و ۶۱ درصد تحصیلات فوق لیسانس و دکترا داشته‌اند که تقریباً با وضعیت جامعه آماری تطبیق دارد.

تحلیل همبستگی بین متغیرهای جمعیت‌شناختی

و عوامل تشکیل دهنده هوش هیجانی:

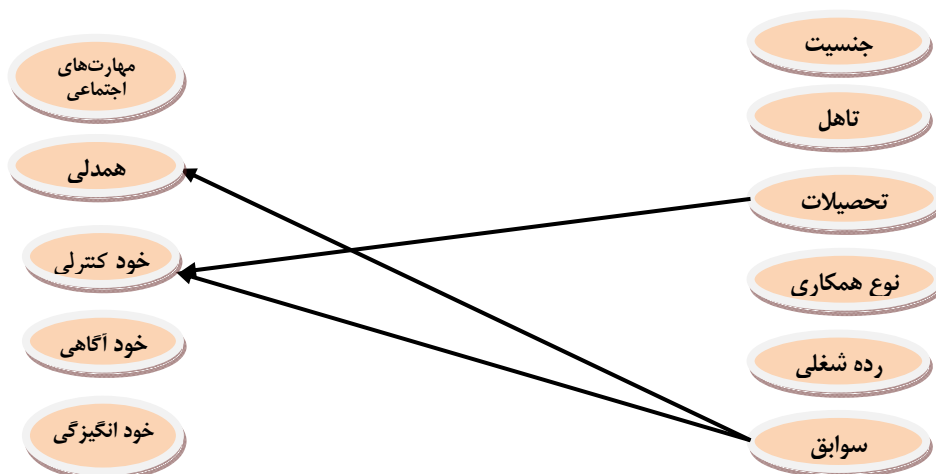
همان‌طور که در نمودار شماره ۲ مشاهده می‌شود، در این بررسی موارد زیر مشخص شد:
- رابطه میزان خود کنترلی در بین سطوح مختلف تحصیلات (با مقدار کای دو ۱۵,۵۷۶) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است.

- رابطه میزان خود کنترلی و میزان سوابق کاری افراد در مرکز (با مقدار کای دو ۲۱,۷۰۲) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است.

- رابطه بین میزان همدلی و سوابق کاری افراد در مرکز (با مقدار کای دو ۰,۳۹۸) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است.

جدول شماره ۲. ترکیب نمونه آماری

عوامل جمعیت‌شناختی	گزینه‌ها	فراوانی	درصد	عوامل جمعیت‌شناختی	گزینه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۶۹	۴۵٪	کل سوابق کاری	تا ۵ سال	۱۲	۸٪
	زن	۸۳	۵۵٪		۶ تا ۱۰ سال	۵۶	۳۷٪
تاهل	مجرد	۳۸	۲۵٪		۱۱ تا ۱۵ سال	۵۵	۳۶٪
	متاهل	۱۱۴	۷۵٪		۱۶ تا ۲۰ سال	۲۳	۱۵٪
تحصیلات	لیسانس	۵۹	۳۹٪		بیش از ۲۰ سال	۶	۴٪
	فوق لیسانس	۸۲	۵۴٪	سوابق کار در مرکز تحقیقات	تا ۵ سال	۵۲	۳۴٪
	دکترا	۱۱	۷٪		۶ تا ۱۰ سال	۵۹	۳۹٪
رده شغلی	پژوهشگر	۹۳	۶۱٪		۱۱ تا ۱۵ سال	۲۶	۱۷٪
	کارمند پژوهش	۲۸	۱۸٪		۱۶ تا ۲۰ سال	۱۵	۱۰٪
	مدیر	۳۱	۲۰٪		بیش از ۲۰ سال	۰	۰٪
نوع همکاری	رسمی	۱۱۸	۷۸٪	جمع کل		۱۵۲	
	غیر رسمی	۳۴	۲۲٪				



نگاره شماره ۲. اثر متغیرهای جمعیت شناختی بر هوش هیجانی

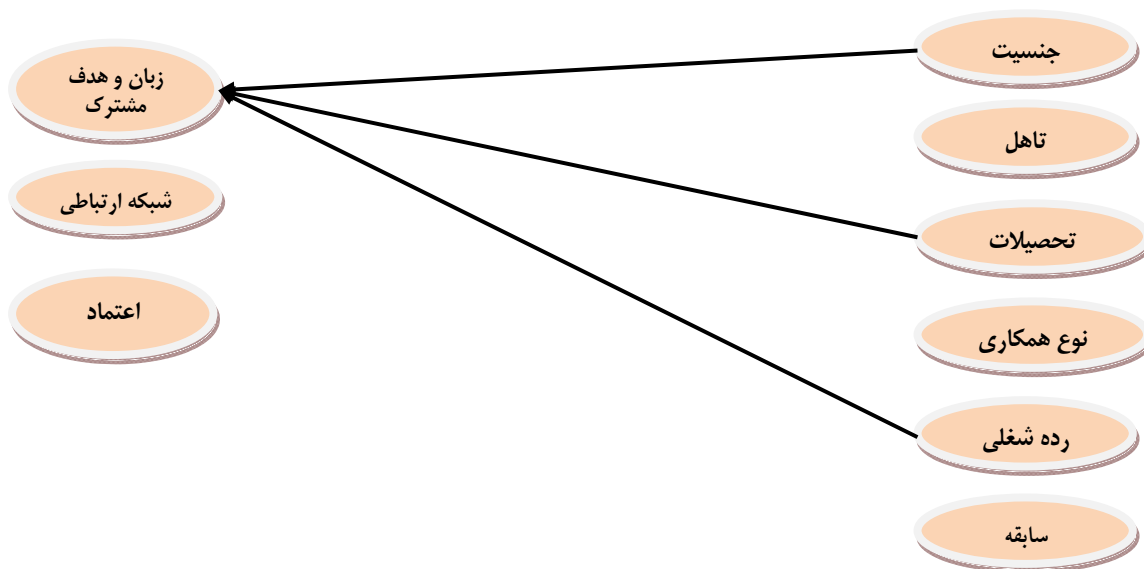
قوی تر از مردان عمل می‌کنند).

- رابطه بین میزان برخورداری از زبان و اهداف مشترک در بین همکاران و متغیر تحصیلات، (با مقدار کای دو ۶,۵۸۹) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است.
- رابطه بین میزان برخورداری از زبان و اهداف مشترک و متغیر رده‌های شغلی، (با مقدار کای دو ۲۸,۴۵۰) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است.

تحلیل همبستگی بین متغیرهای جمعیت‌شناختی و عوامل تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی:

همان‌طور که در نمودار شماره ۳ مشاهده می‌شود، موارد زیر در این بررسی مشخص شد:

- رابطه بین میزان برخورداری از زبان و اهداف مشترک و جنس پاسخگویان، (با مقدار کای دو ۱۱,۰۵۷) در سطح معناداری ۵٪، معنادار است. (در مراحل بعدی پژوهش مشخص خواهد شد که زنان در ایجاد زبان و اهداف مشترک،



نگاره شماره ۳. اثر متغیرهای جمعیت شناختی بر سرمایه اجتماعی

جدول شماره ۳. اثر رده شغلی بر زبان و هدف مشترک از عوامل سرمایه اجتماعی

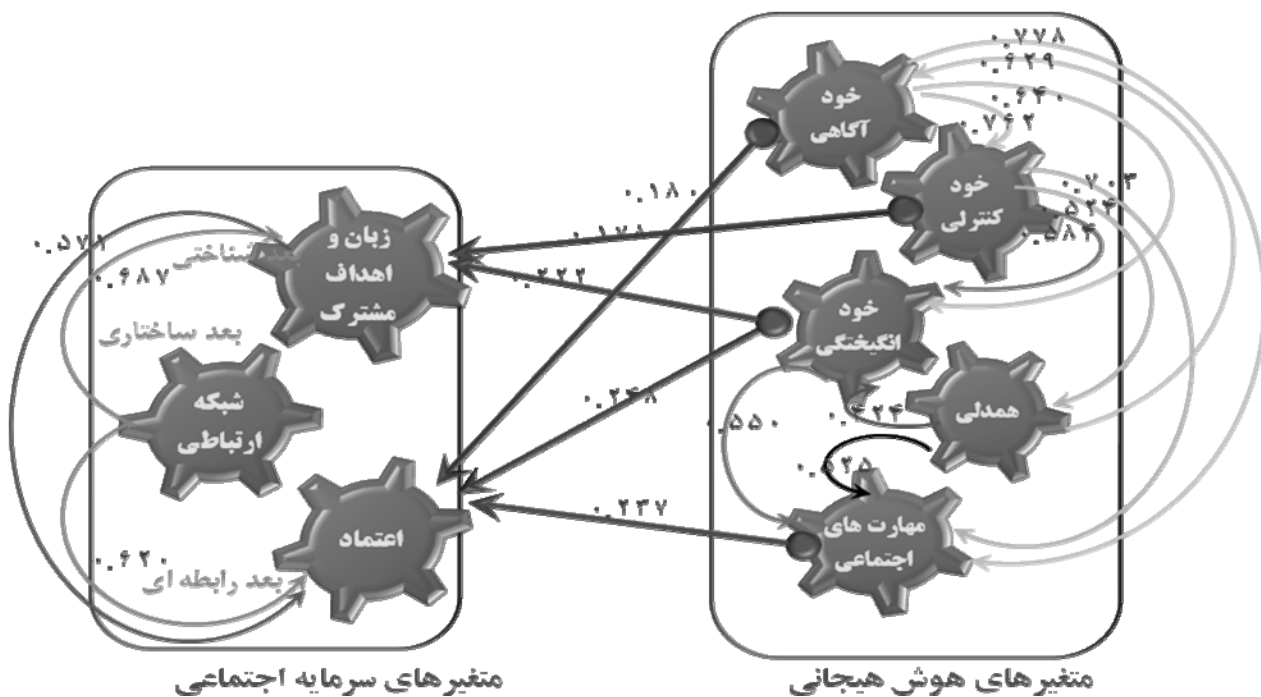
	زبان و هدف مشترک					
	کم	متوسط	بالا	خیلی بالا	جمع	
رده شغلی پژوهشگر	تعداد	3.6	27.3	13.3	.8	45.0
	درصد از رده شغلی	2.2%	62.2%	35.6%	.0%	100.0%
	درصد از کل	.9%	25.0%	14.3%	.0%	40.2%
کارمند پژوهش	تعداد	3.4	25.5	12.4	.8	42.0
	درصد از رده شغلی	19.0%	69.0%	11.9%	.0%	100.0%
	درصد از کل	7.1%	25.9%	4.5%	.0%	37.5%
مدیر	تعداد	1.9	14.6	7.1	.4	24.0
	درصد از رده شغلی	.0%	41.7%	50.0%	8.3%	100.0%
	درصد از کل	.0%	8.9%	10.7%	1.8%	21.4%
سایر	تعداد	.1	.6	.3	.0	1.0
	درصد از رده شغلی	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%
	درصد از کل	.0%	.9%	.0%	.0%	.9%
جمع	تعداد	9.0	68.0	33.0	2.0	112.0
	درصد از رده شغلی	8.0%	60.7%	29.5%	1.8%	100.0%
	درصد از کل	8.0%	60.7%	29.5%	1.8%	100.0%

پس از طی این مراحل، به همبستگی توجه کردیم. ماتریس همبستگی بین عوامل تشکیل دهنده هوش هیجانی شامل خود آگاهی، خود کنترلی، خود انگیزگی، همدلی و مهارت اجتماعی بر روی متغیرهای وابسته سرمایه اجتماعی شامل: اعتماد، شبکه‌های ارتباطی و زبان و هدف مشترک محاسبه شد تا در مرحله اول مشخص شوند، متغیرهایی که به طور مستقیم با سرمایه اجتماعی رابطه دارند. بدین ترتیب مدل نمایش داده شده در نمودار ۴ را در این مرحله پیشنهاد کردیم.

بررسی ارتباط هوش هیجانی با سرمایه اجتماعی:

در این پژوهش، به دلیل زیاد بودن تعداد متغیرها و پیچیدگی تحلیل، برای آزمون فرضیه‌ها نمی‌توان از تحلیل‌های تک متغیره ساده استفاده کرد؛ زیرا تعامل‌ها و آثار غیرمستقیم عوامل را آشکار نمی‌کند. بنابر این از روش آزمون چند متغیره استفاده شد.

در مرحله نخست، به منظور بررسی نرمال بودن متغیرها، توزیع باقیمانده‌های استاندارد شده مدل‌های رگرسیون به کار رفته را بررسی کردیم که نرمال بودن آن تایید شد. در مرحله بعد خطی بودن رابطه متغیرها به اثبات رسید.

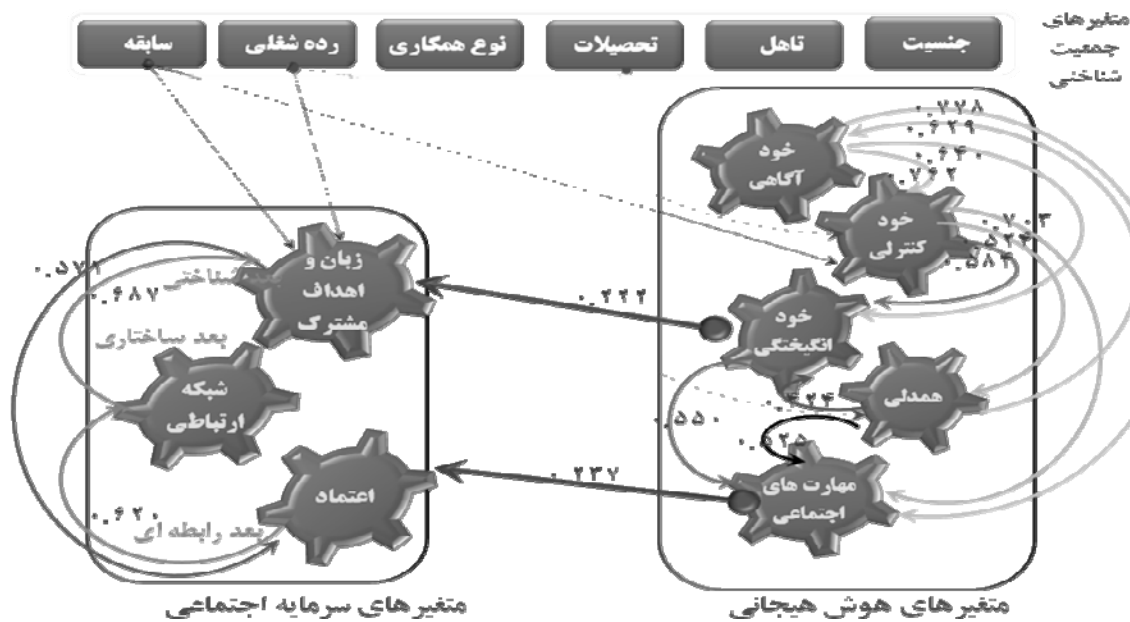


نگاره شماره ۴. مدل اولیه تحلیلی پژوهش بر اساس ضرایب همبستگی

پس از برآزش مدل های رگرسیونی و پس از اعمال متغیرهای جمعیت شناختی در مدل برآزش شده، مدل نهایی (نمودار ۵) به دست خواهد آمد.

جمع بندی: مدل نهایی بر اساس برآزش مدل های رگرسیونی:

با توجه به مدل پیشنهادی، با استفاده از رگرسیون چند متغیره، به بررسی برآزش مدل می پردازیم و در نهایت



نگاره شماره ۵. اثر هوش هیجانی بر ابعاد سرمایه اجتماعی

جدول شماره ۴. مقادیر مدل اندازه‌گیری در مدل نهایی

رابطه مفاهیم با شاخص‌ها در مدل	Sig.	مقدار استاندارد شده (β)	خطای استاندارد	مقدار T	مقدار واریانس تبیین شده	سطح معنی دار	نتیجه
"خودآگاهی" با "زبان و اهداف مشترک"	۰,۲۵۴	۰,۱۰۴	۰,۰۷۸	۱,۱۴۱	۰,۰۱۱	P>0.05	عدم تایید
"خودکنترلی" با "زبان و اهداف مشترک"	۰,۰۵۰	۰,۱۷۸	۰,۰۹۶	۱,۹۸۵	۰,۰۳۲	P>0.05	عدم تایید
"خودانگیزگی" با "زبان و اهداف مشترک"	۰,۰۱۴	۰,۲۲۲	۰,۰۷۴	۲,۵۰۰	۰,۰۴۹	P<0.05	تایید شاخص
"همدلی" با "زبان و اهداف مشترک"	۰,۹۶۲	۰,۰۰۴	۰,۰۸۰	۰,۰۴۸	۰,۰	P>0.05	عدم تایید
"مهارت‌های اجتماعی" با "زبان و اهداف مشترک"	۰,۲۳۳	۰,۱۱۱	۰,۰۷۳	۱,۲۲۴	۰,۰۱۲	P>0.05	عدم تایید
"خودآگاهی" با "شبکه‌های ارتباطی"	۰,۰۶۷	۰,۱۶۷	۰,۰۷۵	۱,۸۵۰	۰,۰۲۸	P>0.05	عدم تایید
"خودکنترلی" با "شبکه‌های ارتباطی"	۰,۱۲۱	۰,۱۴۱	۰,۰۹۴	۱,۵۶۳	۰,۰۲۰	P>0.05	عدم تایید
"خودانگیزگی" با "شبکه‌های ارتباطی"	۰,۱۲۴	۰,۱۴۰	۰,۰۷۳	۱,۵۴۸	۰,۰۲۰	P>0.05	عدم تایید
"همدلی" با "شبکه‌های ارتباطی"	۰,۲۸۵	۰,۰۹۸	۰,۰۷۷	۱,۰۷۵	۰,۰۱۰	P>0.05	عدم تایید
"مهارت‌های اجتماعی" با "شبکه‌های ارتباطی"	۰,۴۴۹	۰,۰۶۹	۰,۰۷۱	۰,۷۶۰	۰,۰۰۵	P>0.05	عدم تایید
"خودآگاهی" با "اعتماد"	۰,۰۴۷	۰,۱۸۰	۰,۱۰۰	۲,۰۰۶	۰,۰۳۲	P>0.05	عدم تایید
"خودکنترلی" با "اعتماد"	۰,۰۸۷	۰,۱۵۵	۰,۱۲۵	۱,۷۲۴	۰,۰۲۴	P>0.05	عدم تایید
"خودانگیزگی" با "اعتماد"	۰,۰۰۶	۰,۲۴۸	۰,۰۹۶	۲,۷۹۹	۰,۰۶۱	P>0.05	عدم تایید
"همدلی" با "اعتماد"	۰,۵۰۸	۰,۰۶۰	۰,۱۰۴	۰,۶۶۴	۰,۰۰۴	P>0.05	عدم تایید
"مهارت‌های اجتماعی" با "اعتماد"	۰,۰۰۹	۰,۲۳۷	۰,۰۹۳	۲,۶۶۸	۰,۰۵۶	P<0.01	تایید شاخص

مهارت‌های اجتماعی، و سرمایه اجتماعی با مولفه‌های زبان و هدف مشترک، شبکه‌های ارتباطی و اعتماد، رابطه معناداری وجود دارد.

جریان اجرای رگرسیون برای هوش هیجانی، مشخص می‌شود که در کل، فرضیه اصلی اثبات می‌شود و ارتباط یادشده در سطح اطمینان ۰/۰۵ معنادار است.

رابطه بین دو مفهوم اصلی هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی با مقدار $\beta = ۰,۱۸۲$ ، مقدار خطای استاندارد شده $t = ۲,۰۳۰$ حاصل شد. در نتیجه، $P < 0.05$ و R^2 مقدار ۳۳٪ این رابطه به شدت تایید می‌شود. همچنین، نشان می‌دهد که این نشان دهنده رابطه بین دو مفهوم هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی است.

نتیجه‌گیری:

فرضیه اصلی: بین هوش هیجانی با مولفه‌های خود آگاهی، خود کنترلی، همدلی، خود انگیزگی و

جدول شماره ۵. تحلیل واریانس مدل‌های رگرسیون نسبت به متغیر وابسته «سرمایه اجتماعی»

مدل	متغیرهای پیش‌بینی کننده	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجموع مجذورات	F	سطح معنی‌داری
۱	رگرسیون	۱,۵۳۴	۱	۱,۵۳۴	۶,۲۸۳	۰,۰۱۴
	باقیمانده	۲۹,۳۰۵	۱۲۰	۰,۲۴۴		
	مجموع	۳۰,۸۳۹	۱۲۱			

جدول شماره ۶. شاخص‌های آماری تحلیل رگرسیون نسبت به متغیر وابسته «سرمایه اجتماعی»

مدل	متغیرهای پیش‌بینی کننده		ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد	t	سطح معنی‌داری		
	B	خطای استاندارد				Part	Partial	سطح صفر
۱	۳,۱۱۲	۰,۲۹۸	۱۰,۶۵۰	۰				
	۰,۲۳۳	۰,۰۹۳	۲,۵۰۷	۰,۰۱۴	۰,۲۳۳	۰,۲۳۳	۰,۲۳۳	۰,۲۳۳

در ادامه این تحقیق، رابطه عناصر مختلف تشکیل دهنده هوش هیجانی پژوهشگران بر مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر اساس ۱۵ فرضیه فرعی بررسی شد که از آن نتایج زیر حاصل شد:

۱. مولفه‌های "خودآگاهی"، "خودکنترلی"، "همدلی" و "مهارت اجتماعی" که از عناصر هوش هیجانی هستند، به‌طور مستقیم با «زبان و هدف مشترک» که از مولفه‌های سرمایه اجتماعی به حساب می‌آیند، ارتباط معناداری ندارند. اما این مولفه‌ها بر "خودانگیزگی" (از دیگر مولفه‌های سرمایه اجتماعی) اثر خود را می‌گذارند. به عبارت دیگر، تقویت زبان مشترک بین کارکنان و تلاش در ایجاد اهداف مشترک کاری و رفع ابهام از آن، می‌تواند بر سطح سرمایه اجتماعی موثر باشد.

۲. در تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی، مشاهده شد که سابقه خدمتی افراد بر اعتقاد آنان به زبان و اهداف مشترک در مرکز، اثر شایان توجهی دارد.

۳. مولفه‌های هوش هیجانی هیچ یک به‌طور مستقیم با «شبکه‌های ارتباطی» (از مولفه‌های سرمایه اجتماعی) ارتباط معناداری ندارند، اما این مولفه‌ها با اثر گذاری بر "زبان و

هدف مشترک" (از دیگر مولفه‌های سرمایه اجتماعی) اثر خود را می‌گذارند. به عبارت دیگر، با تقویت شبکه‌های ارتباطی بر سطح سرمایه اجتماعی افزوده می‌شود. همچنین، به کمک آموزش‌های ویژه که موجب افزایش هوش هیجانی کارکنان می‌شود، می‌توان به تقویت "شبکه‌های ارتباطی" کارکنان و در نتیجه، ارتقای سطح سرمایه اجتماعی در مرکز کمک کرد.

۴. در تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی، مشاهده شد متغیرها در این پژوهش اثر معناداری بر شبکه ارتباطی نشان نمی‌دهد.

۵. مولفه‌های "خودآگاهی"، "خودکنترلی" و "همدلی" و "خودانگیزگی" از هوش هیجانی به‌طور مستقیم با «اعتماد»، که از مولفه‌های سرمایه اجتماعی است، ارتباط معناداری ندارند. اما این مولفه‌ها بر "مهارت اجتماعی" (از دیگر مولفه‌های سرمایه اجتماعی) اثر خود را می‌گذارند. به عبارت دیگر، تقویت مهارت‌های اجتماعی کارکنان می‌تواند بر سطح سرمایه اجتماعی موثر باشد. همچنین، به کمک آموزش‌های ویژه که موجب افزایش هوش هیجانی کارکنان

انسانی، محدودیت‌هایی دارد که اشاره به آنها، هم مانع تعمیم نادرست نتایج می‌شود و هم به ایجاد مسیری شفاف برای پژوهشگران آتی در این زمینه کمک خواهد کرد. بارزترین محدودیت‌های موجود در این پژوهش عبارت‌اند از:

- این پژوهش در محیط یک مرکز پژوهشی حوزه علوم اجتماعی و در سازمانی دولتی (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) انجام شده است، بنابراین در خصوص تعمیم پذیری یافته‌های آن باید با احتیاط برخورد کرد.

- پژوهش در یک زمان مشخص، یعنی اردیبهشت ۸۸، انجام شده است و شاید در زمان‌های دیگر آثار متفاوتی مشاهده شود.

- در این پژوهش فقط از پنج متغیر برای سنجش هوش هیجانی و سه متغیر برای سنجش سه بُعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی استفاده شده است و این سنجها، متغیرهای کیفی را به شکل کمی تبدیل می‌کنند.

- سرمایه اجتماعی، موضوعی گسترده و تحت تاثیر عوامل متعدد است، و هوش هیجانی فقط عاملی موثر، اما با درصد اثر نامشخص بر سرمایه اجتماعی است.

- کوچک بودن نسبی جامعه آماری، از یک سو موجب تعمیم نتایج به جامعه‌های بزرگ‌تر و از سوی دیگر نداشتن امکان استفاده از ابزارهای آماری مانند لیزرل^{۲۸} (که امکانات قوی در تحلیل مسیر دارند) شد.

پیشنهاد‌های کاربردی:

با توجه به یافته‌های این پژوهش، راه حل‌ها و پیشنهاد‌های زیر برای ارتقای سطح سرمایه اجتماعی و جلوگیری از تخریب آن ارائه می‌شود:

۱. تغییر در ملاک‌ها و آزمون‌های به‌کارگیری کارکنان، بویژه مدیران. مانند: در نظر گرفتن ملاک‌های هوش هیجانی به جای هوش شناختی (طبیعی)، روابط عمومی بالا، میزان ارتباط‌های فردی و عضویت وی در باشگاه‌ها و گروه‌ها، سطح ارتباط‌های وی در مقام و سازمان قبلی و...

می‌شود، می‌توان به افزایش "مهارت اجتماعی" کارکنان و در نتیجه ارتقای سطح سرمایه اجتماعی در مرکز کمک کرد. ۶ با توجه به نمودار ۶ مشاهده می‌شود که علاوه بر خودآگاهی، خودکنترلی، خودانگیختگی، همدلی و مهارت اجتماعی که از مولفه‌های هوش هیجانی هستند و به صورت مستقیم با سرمایه اجتماعی رابطه دارند، رابطه متغیرهای جمعیت شناختی سطح تحصیلات، رده شغلی و سابقه کاری فرد با ارتقای سطح سرمایه اجتماعی در سازمان نیز رابطه مستقیم است. ضمن آنکه متغیرهایی مانند جنسیت، سن، تأهل و نوع همکاری، کمترین اثر را در این زمینه دارند. این بدان معناست که:

- در جامعه بررسی شده، افرادی با سطح تحصیلات بالاتر که خودکنترلی بالاتری دارند و بنابراین، از هوش هیجانی بیشتری نیز برخوردارند. همچنین، میزان سوابق کاری فرد در بیرون و بویژه داخل سازمان بر دو عامل خودکنترلی و همدلی، اثر به‌سزایی دارد و موجب افزایش هوش هیجانی و در نتیجه سرمایه اجتماعی می‌شود.

- سابقه خدمتی افراد، بر اعتقاد آنان به زبان و اهداف مشترک در مرکز، اثر شایان توجهی دارد.

۷. در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود که مدیران، پژوهشگران و کارمندان پژوهش به ترتیب در ایجاد زبان و اهداف مشترک در سازمان و در نتیجه، ارتقای سطح سرمایه اجتماعی بیشترین اثر را دارند.

۸. برخلاف انتظار، نوع همکاری (وضعیت استخدامی) افراد، رابطه معنادار مستقیم و غیرمستقیمی بر سرمایه اجتماعی نداشته است. این موضوع، نشان‌دهنده این نکته است که نه در انتخاب و گزینش افراد رسمی، سطح هوش هیجانی آنها سنجیده شده و نه در برنامه‌ریزی آموزش‌های ضمن خدمت، به آموزش‌هایی توجه شده است که موجب ارتقای هوش هیجانی می‌شود.

محدودیت‌های پژوهش:

این تحقیق همانند دیگر پژوهش‌های موجود در حوزه علوم

باخبر شوند و به طور دسته جمعی به یکدیگر تبریک بگویند، دل‌ها را به هم نزدیک‌تر می‌کند و روابط گرمی را در سازمان به وجود می‌آورد.

۷. شرایطی فراهم شود که کارکنان و مدیران، احساس نزدیکی و همیاری و تعلق بیشتری با یکدیگر داشته باشند و بر پشتیبانی دوجانبه افراد تاکید شود و اگر کارکنان سازمان، اشتباهی مرتکب شوند، راهنمایی و از سوی مدیر طرد نشوند.

۸. درگیری‌های شغلی زیاد و دو شغلی بودن افراد از عوامل فرسایش سرمایه اجتماعی است (محمدی، ۱۳۸۴: ۶۳ به نقل از پانام، ۲۰۰۰: ۲۴۵). بنابراین، به کارگیری کارکنان تمام وقت و تامین مالی آنها موجب ارتقای سطح سرمایه اجتماعی می‌شود.

۹. توجه به تولید و استفاده بیش از حد و نادرست از ساز و کارهای رقابتی به جای همکاری، موجب رنگ باختن سرمایه اجتماعی می‌شود (محمدی، ۱۳۸۴: ۲۱۹). بنابر این پیشنهاد می‌شود معیارهای ارزیابی کارکنان هرچه بیشتر از عوامل کمی به عوامل کیفی و میزان مشارکت آنها در گروه‌ها و کمیته‌های تخصصی و ارتباط با مجامع علمی و پژوهشی تغییر کند و پرداخت‌ها نیز با آن مرتبط شود.

۱۰. با مشارکت دادن کارکنان در جلسه‌ها و گروه‌های مختلف، و مشارکت دادن واحدها و افراد در تصمیم‌گیری‌ها، تنظیم بودجه و... در مرکز، موجبات ارتقای سطح مهارت‌های اجتماعی ایشان فراهم می‌شود.

۱۱. ساختارهای سلسله مراتبی (وظیفه‌ای) به دلیل ماهیت ضد مشارکتی آن، موجب کاهش اعتماد و در نتیجه، سرمایه اجتماعی می‌شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود از ساختار شبکه‌ای و تا حد امکان تخت، که اختیار کافی بر تصمیم‌گیری نهایی را دارند، استفاده شود.

۱۲. مشخص کردن نقاط کلیدی فعالیت‌ها در سازمان و ایجاد شبکه‌های ارتباطی پیرامون آن. برای مثال، اگر بررسی نظرسنجی جزء ارکان سازمانی پژوهشی است، این بخش از فعالیت پررنگ شود و گروه‌های کاری بر مبنای آن شکل گیرد.

۱۳. ابهام و روشن نبودن سیاست‌ها و راهبردهای مرکز برای کارکنان، موجب کاهش سرمایه اجتماعی می‌شود. بنابر این

۲. تغییر در آموزش‌های ضمن خدمت و افزودن دوره‌های خاص به منظور تقویت هوش هیجانی به عنوان عاملی آموزش پذیر، و آموزش مهارت‌هایی چون رفع تنش و میانجی‌گری به منظور تقویت شبکه‌ها.

۳. توجه به عامل سابقه و تجربه، هم در به کارگیری نیروهای جدید و هم جلوگیری از خروج و ریزش نیروهای قبلی؛ بویژه آنکه براساس یافته‌ها، عامل سابقه به روش‌های مختلف در افزایش هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی کاملاً موثر بوده است.

۴. مدیران ارشد مرکز با باز گذاشتن فرآیند تصمیم‌گیری، به دیگران یاد می‌دهند که چگونه و چرا یک تصمیم معین اتخاذ شده است و باید از تصمیم‌های خود به عنوان روشی برای مربیگری استفاده کنند و به زیردستان نشان دهند که چگونه مسائل و موضوع‌ها را باید در سطحی کلی‌تر و جامع‌تر تجزیه و تحلیل کنند.

۵. همان‌طور که در این پژوهش مشاهده شد، اعتماد از ارکان اصلی ارتقای سطح سرمایه اجتماعی است. به منظور افزایش اعتماد در بین کارکنان، باید به دو موضوع توجه کرد، اینکه اعتماد باید در همه جا احساس شود و اگر بی‌اعتمادی بر قسمتی از مرکز حاکم باشد، اعتماد کم اثر خواهد شد و دیگر آنکه، اعتماد باید از بالا به پایین جریان یابد. (شارع‌پور، ۱۳۸۶: ۴۶) علاوه بر این، شایسته است به منظور افزایش سطح اعتماد عمومی به راهکارهای زیر توجه شود:

- رفع ابهام‌ها و کاهش پنهان کاری بین سطوح مختلف.
- کمک به پیگیری مسائل و مشکلات حقوقی، رفاهی و استخدامی.

- روشن‌سازی علل خروج کارکنان و اقناع بقیه.

۶. شبکه ارتباطی از دیگر عوامل افزایش سرمایه اجتماعی است، از همین رو تشکیل گروه‌های غیررسمی ورزشی، علمی و مذهبی و برگزاری اردوهای تفریحی و کوه‌پیمایی‌ها، برنامه سفر با کارکنان و مدیران و حتی خانواده‌های کارکنان و بازنشستگان، می‌تواند در تقویت شبکه‌های ارتباطی و تبادل تجارب و کاهش تنش‌ها کمک موثری باشد. همچنین استفاده از بسترهایی مانند: نشریه داخلی یا وب سایت داخلی که در آن کارکنان از روز تولد، سالگرد ازدواج و... از یکدیگر

۶. الویری، محسن (۱۳۸۴)، «سند چشم انداز توسعه و سرمایه اجتماعی»، ماهنامه فصل نو.
۷. اسماعیلی، معصومه و حسن احدی و علی دلاور (تابستان ۱۳۸۶)، «تأثیر آموزش مؤلفه‌های هوش هیجانی بر سلامت روان»، مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران، سال سیزدهم، شماره ۲.
۸. اسماعیلی و احدی (شهریور ۱۳۸۶)، فصلنامه روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران، شماره ۴۹.
۹. امیرخانی، طیبه، (۱۳۸۴)، پایان نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه تهران.
۱۰. بازرگان، عباس، زهره سرمد و الهه حجازی، (۱۳۸۵)، «روش تحقیق در علوم رفتاری»، انتشارات آگاه، چاپ دوازدهم.
۱۱. بست، جان (۱۳۷۵)، «روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری»، ترجمه حسن پاشا شریفی و نرگس طالقانی، انتشارات رشد، چاپ دوم.
۱۲. بیکر، واین (۱۳۸۲)، «مدیریت و سرمایه اجتماعی»، ترجمه سید مهدی الوانی و محمدرضا ربیعی، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.
۱۳. پولادی، محمدعلی و همکاران (۱۳۷۸)، «بررسی عوامل بروز جرم در زنان زندانی خوزستان»، طرح پژوهشی، اهواز: اداره کل زندانهای خوزستان.
۱۴. تاج بخش، کیان (۱۳۸۴)، «سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه»، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، انتشارات شیراز.
۱۵. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۶)، «سرمایه اجتماعی و حفظ آن».
۱۶. جوادی و ازهای، منصور و جواد، (تابستان ۱۳۸۳)، فصلنامه روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران، شماره ۳۰.
۱۷. حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۵)، «مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی»، انتشارات سمت، چاپ دوازدهم.
۱۸. حسن پور و نیاکان، اکبر و نازیلا (۱۳۸۶)، «سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار»، نشریه تدبیر، شماره ۱۸۳.
۱۹. خاکی، غلامرضا (۱۳۸۴)، «روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی»، انتشارات بازتاب، چاپ دوم.
۲۰. دلاور، علی (۱۳۷۶)، «روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی»، انتشارات ویرایش، چاپ سوم.
۲۱. دواس، دی‌ای (۱۳۷۶)، «پیمایش در تحقیقات اجتماعی»، ترجمه هوشنگ نائی، انتشارات نی، چاپ دوم.
۲۲. ذراتی، ایرن و امیرامین یزدی و پرویز آزاد فلاح، (تابستان ۱۳۸۳)، «تازه‌های علوم شناختی»، شماره ۲۹.
۲۳. ساده، مهدی (۱۳۷۵)، «روش‌های تحقیق»، ناشر مؤلف، چاپ اول.
۲۴. شاه حسینی، ماهرو (۱۳۸۱)، «مطالعه و بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی در عملکرد انجمن‌های اعتبار گردش زنان در تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ رشته جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات.
۲۵. شیروانی جوزانی، علیرضا (۱۳۸۲)، «تأثیر عملکرد سازمانهای بخش دولتی بر سرمایه اجتماعی»، رساله دکتری مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

پیشنهاد می‌شود از روش‌های مختلف مانند انتشار برنامه‌های سالیانه یا برگزاری جلسات پرسش و پاسخ، برای اطلاع رسانی استفاده شود.

۱۴. کمک افراد به یکدیگر میزان سرمایه اجتماعی را بیشتر خواهد کرد (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۴). بنابراین پیشنهاد می‌شود صندوق‌های قرض‌الحسنه یا تعاونی مسکن تقویت شود.
۱۵. مدیرانی با ویژگی‌های زیر به کار گرفته شوند: الف. رویکرد به روحیه همکاری و هدایت کردن نسبت نقش کنترل‌کنندگی ب. مثبت‌اندیشی ج. پذیرش اشتباه‌ها د. تشویق کارکنان به تسهیم و تشریک ایده‌ها. (محمدی، ۱۳۸۴: ۲۳۰)
۱۶. از طریق اجرای کارهای مشترک و برگزاری جلسات، شکاف اجتماعی بین بخش‌های مختلف مرکز پر شود.
۱۷. مشترک بودن اتاق کار همکاران و در کنار هم قراردادن آنها، به ایجاد شبکه‌های ارتباطی کمک می‌کند.
۱۸. اجرای برنامه‌های چرخش شغل نیز باعث ایجاد شبکه‌های مختلف و جدید بین افراد در قسمت‌های مختلف سازمان می‌شود.
۱۹. برگزاری جلسه‌های هماهنگی بین واحدهای مختلف در مرکز تحقیقات و شرکت در سمینارها و همایش‌های بین سازمانی، در آشنایی فکری و ارتباطی همکاران کمک بسزایی می‌کند.
۲۰. جایگزین کردن نظام تشویق گروهی و واحدی به جای تشویق فردی، موجب تشویق کارکنان به فعالیت‌های اجتماعی می‌شود.

منابع فارسی

۱. آذر، عادل و منصور مؤمنی (۱۳۸۵)، «آمار و کاربرد آن در مدیریت»، تهران، انتشارات سمت، چاپ نهم.
۲. ابراهیمی، بهمن، (۱۳۸۴)، <http://www.parsei.com/eiwork.htm>
۳. الوانی، سید مهدی (۱۳۷۸)، «نقش مدیریت در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۰۰.
۴. الوانی، سید مهدی و علیرضا شیروانی (۱۳۸۳)، «سرمایه اجتماعی اصل محوری توسعه»، ماهنامه تدبیر؛ شماره ۱۴۷.
۵. الوانی، سید مهدی و میرعلی سید نقوی (۱۳۸۱)، «سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها»، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۴ و ۳۳.

۴۵. فصلنامه علمی پژوهش رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳.

منابع لاتین:

46. A. Portes & P. Landolt (1998), "the downside of social capital", the American prospect 26: 18-21.
47. Burt, R.S (1997) "The contingent value of social capital" Administrative Quarterly: 42 (9).
48. Barsade, S.G. (2000). The ripple effect: Emotional contagion in groups. Working paper. New Haven, CT: Yale University press.
49. Baron 1997 – Mayer & Salovey: 1990 Salovey and Barsade: 2000, Baruch, Forgas & Mayer: 2001
50. Brooks, K. & Nafukho, F. M. (2006). Human resource development, social capital, and emotional intelligence
51. Capobianco, S., Davis, M.H. and Kraus, L.A. (2003), Managing Conflict Dynamics: A Practical Approach. St. Petersburg, FL: Eckerd College Management Development Institute.
52. Carrie R. Leana (2000). Eroding organizational social capital among firms, the price of job instability.
53. Cohen, D. & Prusak, L. (2001), In good company: How social capital makes organization's work. In Villanova P.E & Josa, Robert: (2003) social capital as managerial phenomenon. Tampere university of Technology.
54. Francis, Fukuyama (1999): social capital and civil society conference on second Generation Reforme.
55. Krishn A. & Shrader E. (1999): social capital assessment tool" conference on social capital and poverty reduction. The world bank.
56. Moran, Peter (2005), structural vs. Relational Embedded: social capital and Managerial Performance, strategic Management Journal, 26: 1129-1151.
57. Nahapiet J, Ghoshal S (1998), social capital, intellectual capital and the organizational advantage. Academy of management Review 38 (2): 242-266.
58. Putnam, Robert D. (ED) (2002) Democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society. Oxford university press.
59. Woolcock, M. (2001) "the place of social capital in understanding social and economic outcomes". In social capital workshop (2003) Report of Finding.
60. <http://www.abs.au/website/dbs/D3110122.Nsf/4a255eef0006...> 2005/12/20.
61. <http://www.worldbank.org>. 2001
62. <http://WWW.sciencedirect.com>

۲۶. شفقی زاده، امیرحسین (۱۳۸۴/۶/۲۴)، «راهکار مدیریت»، روزنامه همشهری.

۲۷. شارع پور، محمود. (۱۳۸۶)، «کتاب بررسی مسائل اجتماعی ایران»، انجمن جامعه‌شناسی ایران، تهران. نشر آگه. چاپ اول.

۲۸. طلوعی اشلقی، عباس و اسماعیل کاوسی، (۱۳۸۵)، «نگرشی نوین بر سرمایه اجتماعی»، پژوهشنامه سرمایه اجتماعی، شماره اول.

۲۹. طلوعی، عباس و اسماعیل کاوسی، (۱۳۸۴)، «مقاله اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در پنج ناحیه محلی استرالیا (ترجمه)، موسسه مطالعات توسعه فرهنگی.

۳۰. عزتی، مرتضی (۱۳۷۶)، «روش تحقیق در علوم رفتاری»، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، چاپ اول.

۳۱. علامه، سید محسن (۱۳۸۸)، «هوش هیجانی عاملی موثر در رهبری موفق»،

<http://www.mydocument.ir/>

۳۲. علوی، سید بابک (۱۳۸۰)، «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۶.

۳۳. فیضی، طاهره (۱۳۸۴)، «طراحی و تبیین مدل سرمایه اجتماعی دانشگاه پیام نور»، رساله دکترا، مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی.

۳۴. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، «پایان نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن)»، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران، انتشارات جامعه ایرانیان.

۳۵. فایل، بن (۱۳۸۵)، «سرمایه‌های اجتماعی و نظریه‌های اجتماعی در طلیعه هزاره سوم»، مترجم سروریان، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۳۶. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، «بنیادهای نظریه اجتماعی»، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، انتشارات نی.

۳۷. کیاروچی، جوزف و جوزف فورکاس (۱۳۸۵)، «هوش هیجانی در زندگی روزمره»، ترجمه دکتر جعفر نجفی زند، انتشارات سخن.

۳۸. گلمن، دانیل و ریچارد بویاترزیس و آنی مک‌کی، (۱۳۸۵)، «هوش هیجانی در مدیریت و رهبری سازمان»، مترجم بهمن ابراهیمی، انتشارات مدیریت صنعتی.

۳۹. گریوز، جین (۱۳۸۴)، «آزمون‌های هوش هیجانی»، تهران، نشر ساوالان.

۴۰. محمدپور، ناهید (۱۳۸۶/۷/۸)، «سازگاری اجتماعی و هوش هیجانی»، انتشارات همشهری.

۴۱. محمدی، محمد علی (۱۳۸۴)، «سرمایه اجتماعی و سنجش آن»، نشر دانشکده علوم پزشکی و توانبخشی.

۴۲. یار محمد توسکی، مریم (۱۳۸۴)، «اعتماد عمومی و مشارکت گروهی، بنیان‌های سرمایه اجتماعی، گفتگو با آیه».

۴۳. ویکس، سو و اسکات بیگری (۱۳۸۴)، «منابع انسانی الکترونیک»، مترجم عباس نوری زاده، انتشارات مدیریت صنعتی.

۴۴. فصلنامه علمی پژوهش رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۶.