



## The mediating role of self-esteem in the relationship between emotional creativity and wisdom in middle managers

Somaye. Salek Moghadam<sup>1</sup>, Anita. Baghdasarians\*<sup>2</sup> & Fatemeh. Golshani<sup>3</sup>

1. PhD Student, Department of Psychology Educational Science, Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. \*Corresponding author: Associate Professor, Department of Psychology Educational Science, Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Associate Professor, Department of Psychology Educational Science, Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
<b>Article type</b> Original research Pages: 147-158 <b>Corresponding Author's Info</b> Email: Sarians72@gmail.com	<b>Background and Aim:</b> This study was conducted with the aim The mediating role of self-esteem in the relationship between emotional creativity and wisdom in middle managers. <b>Methods:</b> The cross-sectional research method is correlational and in order to respond to the research hypotheses, structural equation modeling analysis was used. The statistical population of this research was made up of all the middle level managers of private banks and Mahan Airlines in Tehran in first half 2021, from among them, 300 people were selected by staged cluster sampling method. In this research, the tools of wisdom (Ardelt, 2003), emotional creativity (Avril, 1999), and self-esteem (Rosenberg, 1965) were used, all of which are valid and had acceptable reliability. In order to analyze the data, SPSS-V19 and Lisrel-V8.8 software were used. <b>Results:</b> The findings of the research showed that the model has a good fit. The results showed that emotional creativity had a significant direct effect on wisdom. In connection with the existence of an indirect effect of emotional creativity on the wisdom of middle managers through self-esteem, it is confirmed with 95% confidence. <b>Conclusion:</b> Therefore, paying attention to the mentioned variables helps senior managers and researchers in choosing managers and designing more suitable for cultivating wisdom.
<b>Article history:</b> Received: 2022/10/16 Revised: 2022/10/19 Accepted: 2022/10/23 Published online: 2023/05/07	
<b>Keywords:</b> Self-esteem, Emotional creativity, Wisdom, Middle managers	



This work is published under CC BY-NC 4.0 licence.

© 2023 The Authors.

### How to Cite This Article:

Salek Moghadam, S., Baghdasarians, A., & Golshani, F. (2023). The mediating role of self-esteem in the relationship between emotional creativity and wisdom in middle managers. *Jayps*, 4(2): 147-158.



# مطالعات روانشناختی نوجوان و جوان

www.jayps.iranmehr.ac.ir

بهار (اردیبهشت) ۱۴۰۲، دوره ۴، شماره ۲ (پیاپی ۷)، صفحه‌های ۱۴۷-۱۵۸

## نقش میانجی عزت نفس در رابطه بین خلاقیت هیجانی با خردمندی در مدیران میانی

سمیه سالک مقدم<sup>۱</sup>، آیتنا باغدادساریانس<sup>۲\*</sup> و فاطمه گلشنی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، گروه روان شناسی و علوم تربیتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. استادیار، گروه روان شناسی و علوم تربیتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳. استادیار، گروه روان شناسی و علوم تربیتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

### چکیده

**زمینه و هدف:** انتخاب مدیران خردمند، منابع انسانی و نیروی کارآمد، بنیادی ترین عامل تولید، سازندگی، رشد و تکامل است، بنابراین شناخت هر چه جامع تر مفاهیم و سازه‌های مربوط به نیروی انسانی، ابزارهای خاص و در نهایت مهارت استفاده از این ابزارها امری ضروری است؛ از این رو، هدف پژوهش حاضر تعیین نقش میانجی عزت نفس در رابطه بین خلاقیت هیجانی با خردمندی در مدیران میانی جوان بود. **روش پژوهش:** پژوهش حاضر مقطعی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران لایه میانی بانک‌های خصوصی و شرکت هواپیمایی ماهان شهر تهران در نیمه ابتدای سال ۱۴۰۰ بودند، که از میان آن‌ها، تعداد ۳۰۰ نفر با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای انتخاب شدند. در این پژوهش از ابزارهای خردمندی (آردلت، ۲۰۰۳)، خلاقیت هیجانی (آوریل، ۱۹۹۹)، و عزت نفس (روزنبرگ، ۱۹۶۵) استفاده شد که همگی از اعتبار و پایایی قابل قبولی برخوردار بودند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS-۱۹ و Li s rel-۷۸.۸ استفاده گردید. **یافته‌ها:** نتایج پژوهش نشان داد که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. نتایج نشان داد خلاقیت هیجانی اثر مستقیم معنادار بر خردمندی داشته است. تاثیر غیرمستقیم خلاقیت هیجانی بر خردمندی مدیران میانی با میانجی گری عزت نفس با ۹۵ درصد اطمینان تایید شد ( $P=0/05$ ). **نتیجه گیری:** نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان داد که توجه به متغیرهای مذکور در انتخاب مدیران و طراحی مناسب‌تر برای پرورش خردمندی به مدیران ارشد و پژوهشگران یاری می‌رساند.

### اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۱۴۷-۱۵۸

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل: Sarians72@gmail.com

سابقه مقاله

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۲۴

تاریخ اصلاح مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۲۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۸/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۲/۱۷

### واژگان کلیدی

عزت نفس، خلاقیت هیجانی، خردمندی، مدیران میانی.

انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است. تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.



شیوه استناد به این مقاله

سالک مقدم، سمیه؛ باغدادساریانس، آیتنا؛ و گلشنی، فاطمه. (۱۴۰۲). نقش میانجی عزت نفس در رابطه بین خلاقیت هیجانی با خردمندی در مدیران میانی. *مطالعات روان‌شناختی نوجوان و جوان*، ۴(۲): ۱۴۷-۱۵۸.

## مقدمه

امروزه منابع انسانی به عنوان بالارزش ترین و مهم ترین منابع سازمانی محسوب می شوند که می توانند منجر به تقویت مزیت رقابتی سازمان نسبت به سایر سازمان ها شوند (اسنو<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). در دنیای امروز که با تغییر و تحولات سریع همراه هست، منابع انسانی اثربخش، یکی از مهم ترین دارایی های نامشهود در سازمان هستند و رشد اقتصادی سازمان وابسته به توانمند کردن آنهاست (ماتیس، جکسون، ولنتاین و مگلیچ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶)، از این رو، باید به نیازهای منابع انسانی توجه ویژه گردد و در واقع بین نیازهای فردی و سازمانی اتحاد و یکپارچگی ایجاد شود (آریانتو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). از طرفی موفقیت سازمان ها و محیط های کاری بستگی کامل به استفاده کارآمد از نیروی انسانی بر پایه علوم رفتاری دارد که یکی از مهمترین عناصر جهت ارائه خدمات مناسب است. انتخاب مدیران خردمند، منابع انسانی و نیروی کارآمد، بنیادی ترین عامل تولید، سازندگی، رشد و تکامل است، بنابراین شناخت هر چه جامع تر مفاهیم و سازه های مربوط به نیروی انسانی، ابزارهای خاص و در نهایت مهارت استفاده از این ابزارها امری ضروری است (بهاء لوهوره و میرمهدی، ۱۳۹۶). در خصوص ارتقای خرد مدیران موفق نیز باید ادعان نمود سازمان دانش روز و پیشرفته جهان را به سوی ترقی و توسعه منابع انسانی خود هدایت کند که این امر مستلزم انجام فعالیت های منظم و مستمر در تمامی سطوح است که بقا و پیشرفت در جهان پر تغییر و تحول امروزی بسیار نیازمند آن می باشند (سایدز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷)؛ که بدون شک یکی از این موارد توجه به مدل ساختاری مناسب و مطلوب برای انتخاب و ارتقای خردمندی مدیران است.

برخی روان شناسان خرد را صفات شخصی تعریف می کنند که برای رشد و بالندگی به زمان نیاز دارند (گلاک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷)؛ مثلاً، اریکسون<sup>۶</sup> (۱۹۸۲) خرد را فضیلت یا قدرت فردی تعریف می کند که پس از عمری حل بحران های روانی نمایان می شود و بیان می دارد که خرد در دغدغه آگاهانه اما بی طرفانه فرد در زندگی هنگام مواجهه با مرگ بروز می یابد. خرد می تواند از طریق تجاربی مانند حل موفق بحران های زندگی توسعه یابد. آردلت<sup>۷</sup> (۲۰۱۱) خرد را ویژگی شخصیتی تعریف می کند که صفات شخصیتی شناختی، تعمقی و عاطفی را ترکیب می کند و بیان می دارد که برای توسعه خرد شخص باید مایل به یادگیری از درس های زندگی باشد و آنها را به فرآیند انتقال دهد. گلاک و بلاک<sup>۸</sup> (۲۰۱۳) خرد را منبع شخصی بکار رفته برای انتقال چالش ها و تغییرات اساسی زندگی تعریف می کنند و بیان می دارند که افرادی که نمرات بالایی در چهار مقیاس (تسلط<sup>۹</sup>، گشادگی<sup>۱۰</sup>، تعمق<sup>۱۱</sup> و همدلی<sup>۱۲</sup> و تنظیم هیجانی<sup>۱۳</sup>) کسب می کنند می توانند خرد را از تجربه تغییرات اساسی زندگی، با جستجو برای تجارب تقویت کننده آن و مواجهه با چالش های زندگی خود و دیگران به شیوه ای که خرد را ترویج دهد توسعه دهند.

همچنین تفکر خلاق و نوآورانه، همراه با حل مساله و انجام تحقیق، از جمله مهارت های اساسی مورد نیاز برای قرن بیست و یکم است. تمرکز اصلی در خلاقیت هیجانی، شامل تولید ایده های اصیل و پاسخ به مسائل یا موقعیت هایی است که از طریق آموزش خلاقیت هیجانی

- 5 Glück
- 6 Erikson
- 7 Ardelt
- 8 Gluck & Bluck
- 9 mastery
- 10 openness
- 11 reflectivity
- 12 empathy
- 13 emotional regulation

- 1 Snow
- 2 Mathis, Jackson, Valentine & Meglich
- 3 Aryanto
- 4 Sides

می‌توان آن را به مدیران و کارمندان آموخت (گوپتا و بجاج<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). نظر بر این است که خلاقیت هیجانی<sup>۲</sup> با غنای زندگی هیجانی شخص در ارتباط است (ساداتی فیروزآبادی و یوسفی، ۱۳۹۸). خلاقیت اغلب تجلی و نمایش بیان آزاد است و در میان فرایندهای عالی تفکر در بالاترین سطح قرار دارد، در مقابل، هیجان‌ها اغلب تجلی برانگیختگی‌های درونی افراد است به گونه‌ای که فرد را در ارائه پاسخ محدود می‌کند (عجم، بادنوا، عبداللهی و مومنی مهمویی، ۱۳۹۵). بوچکوا<sup>۳</sup> (۲۰۲۰) معتقد است افراد مستعد بروز هیجان‌ات خلاقانه، بیشتر از سایرین برای شناخت هیجانی زمان صرف می‌کنند و توجه بیشتری به هیجان‌ات خود و دیگران دارند. در همین رابطه نتایج پژوهش صافی (۱۳۹۸) نشان داد که بین کنجکاوی و خلاقیت هیجانی با خردمندی در افراد رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج یارمحمدی، عربزاده و چراغی خواه (۱۳۹۷)، نشان داد که بین هوش موفق و خرد با خلاقیت هیجانی در افراد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

همچنین آردلت خرد را ویژگی شخصیتی مهم و در تعامل با سایر ویژگی‌ها در نظر گرفته است. خوش بینی و دیدگاه مثبت نسبت به آینده، هدفمندی، عزت نفس<sup>۴</sup> (کردنوقابی، دلفان و عربلو، ۱۳۹۴) و تحصیلات (وانگ و لی<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸) به منزله عاملی بیرونی-از ویژگی‌های موثر بر خردند. عزت نفس نقشی اساسی در شکل‌گیری خرد انسان دارد (بورتولان<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸). عزت نفس به ارزیابی مثبت یک فرد از خود اشاره می‌کند که از دو بعد «شایستگی و ارزش» تشکیل شده است. بعد شایستگی (عزت نفس مبتنی بر کارآمدی) به درجه‌ای که افراد خود را توانمند و کارآمد می‌بینند و بعد ارزش (عزت نفس

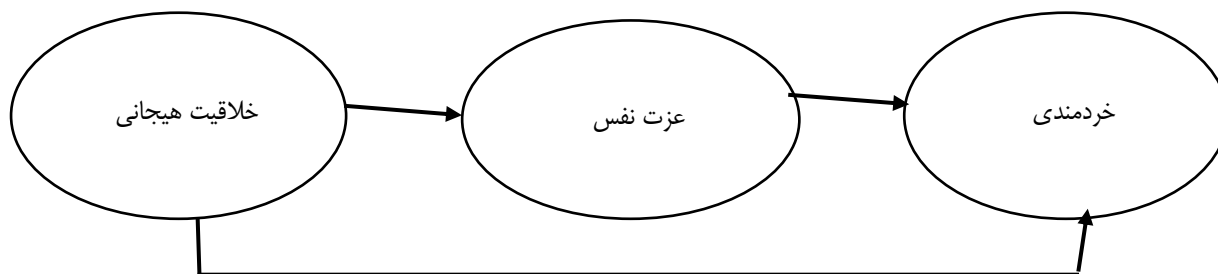
مبتنی بر ارزش) نیز به درجه‌ای از احساس افراد که فکر می‌کنند ارزشمند هستند، اشاره دارد (اسکات، ماسر و پاچانا<sup>۷</sup>، ۲۰۲۰). عزت نفس شش رکن اساسی دارد که زندگی آگاهانه، خودپذیری، مسئولیت در قبال خود، قاطعیت و ابراز وجود، زندگی هدفمند، انسجام و یکپارچگی را شامل می‌شود (شیموتسو و هوریکوا<sup>۸</sup>، ۲۰۱۶) مرتبط است. اشخاص دارای عزت نفس بسیار خردگرا هستند و از واقع بینی، شهودی بودن، استقلال رای، انعطاف پذیری و بسیاری از ویژگی‌های مثبت بهره می‌برند (گاردنر<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰). نتایج پژوهش عزیززی، کردنوقابی و عرفانی (۱۳۹۸)، نشان داد که عزت نفس نقش اثرگذار بر خرد داشت و در مقابل عزت نفس پایین مسیر دستیابی به خرد را مسدود می‌کند. همچنین نتایج پژوهش محمدی، فاضلی و میرزایی (۱۳۹۷)، خرد بر عزت نفس و آوای سازمانی کارکنان شعب بانک رفاه استان اصفهان اثرگذار است.

این موضوع از آن جهت دارای اهمیت است که خلاقیت هیجانی و تولید افکار و اندیشه‌های جدید توسط مدیران میانی و کارکنان سازمانی دارای اهمیت ویژه‌ای است و این مهم در سازمان از جایگاه والایی برخوردار است. امروزه سازمان‌هایی موفق هستند و می‌توانند در دنیای پر رقابت ادامه حیات بدهند که دائما افکار و اندیشه‌های جدید را کاربردی کنند و این امر توسط مدیران شایسته و کارکنانی که از خلاقیت هیجانی، خردمندی و عزت نفس بالایی برخوردار هستند، ساخته است. بنابراین با توجه به مطالب گفته شده و به این دلیل که بررسی این موضوع باعث افزایش خردمندی در انتخاب مدیران توانمند و کارمندان شایسته خواهد شد و آنها را در حل موضوعات سازمانی کمک می‌کند دارای ارزش و اهمیتی خاص می‌باشد. لذا پژوهش حاضر در پی بررسی این سوال است که: آیا خردمندی بر اساس خلاقیت هیجانی با

- 1 Gupta & Bajaj
- 2 emotional creativity
- 3 Bochkova
- 4 Selfesteem
- 5 Wang & Li
- 6 Bortolan,

- 7 Scott, Masser & Pachana
- 8 Shimotsu & Horikawa
- 9 Gardner

میانجی‌گری عزت نفس در مدیران میانی از برآزش مناسبی برخوردار است؟  
بنابراین مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر ارائه می‌گردد.



شکل ۱. مدل پیشنهادی پژوهش

ساختاری در نظر گرفت. بر اساس همین توصیه‌های انجام گرفته، تعداد نمونه ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد تا کلیه توصیه‌ها رعایت گردد. لازم به ذکر است که نمونه‌ها بر اساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شد.

### ابزار پژوهش

۱. پرسشنامه خرد آردلت (۲۰۰۳): پرسشنامه خرد توسط آردلت در سال ۲۰۰۳ طراحی گردیده است. این پرسشنامه از ۳۹ گویه و سه خرده‌مقیاس شناختی (۱۴ سوال)، انعکاسی (۱۲ سوال) و عاطفی (۱۳ سوال) تشکیل شده است که به منظور سنجش خرد به کار می‌رود. نمره گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای است که برای گزینه‌های «کاملاً مخالفم»، «مخالفم»، «نظری ندارم»، «موافقم» و «کاملاً موافقم» به ترتیب امتیازات ۵، ۴، ۳، ۲ و ۱ در نظر گرفته می‌شود. همچنین برای تعدادی از گویه‌ها نمره گذاری به صورت طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای است که برای گزینه‌های «کاملاً در مورد من صحیح است»، «تا حدودی در مورد من صحیح است»، «نظری ندارم»، «تا حدودی در مورد من صحیح نیست» و «اصلاً در مورد من صحیح نیست» به ترتیب امتیازات ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ در نظر گرفته می‌شود. آردلت همسانی درونی در هر سه بعد به طور کلی را ۰/۸۵، بعد شناختی ۰/۷۸، بعد تاملی ۰/۷۵، و بعد عاطفی را ۰/۷۴ محاسبه

### روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف بنیادی و همچنین به لحاظ روش گردآوری داده‌ها با استفاده از روش پژوهش همبستگی و روش تحلیل الگویابی معادلات ساختاری انجام شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران لایه میانی بانک‌های خصوصی و شرکت هواپیمایی ماهان شهر تهران در نیمه اول سال ۱۴۰۰ تشکیل دادند. به منظور تعیین حجم نمونه، با توجه به این که در این پژوهش از تحلیل عاملی تایید استفاده شد و قاعدتاً حجم نمونه بیشتری برای برآزش مدل لازم است. لذا توصیه‌هایی برای تعیین حجم نمونه وجود دارد که به این توصیه‌ها توجه شد. دینگ و همکاران (۱۹۹۵)، ۱۰۰ تا ۱۵۰ نمونه را به عنوان حداقل حجم نمونه رضایت بخش زمانی که با متغیرهای آشکار و پنهان سر و کار داریم مناسب دانسته‌اند. لوهلین (۱۹۹۲) برای مدل اندازه‌گیری دو تا چهار عامل، ۱۰۰ تا ۲۰۰ آزمودنی را پیشنهاد کرده است و تعداد ۳۰۰ نمونه را مطلوب می‌داند. بنتلر و چو (۱۹۸۷) پیشنهاد کرده‌اند که هنگامی که متغیرهای پنهان دارای معرف‌های چندگانه‌ای هستند نسبتی به کوچکی ۵ آزمودنی به ازای هر متغیر برای یک توزیع نرمال کافی است. هم چنین برای سایر توزیع‌ها نسبتی از حداقل ۱۰ آزمودنی به ازای هر متغیر کافی خواهد بود و دکتر هومن ۱۵ تا ۳۰ برابر متغیرهای آشکار برای مدل یابی معادلات

آمدگی را تایید کرده و پایایی را با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای نمره کل خلاقیت  $0/90$  و برای ابعاد تازگی، اثربخشی، صداقت و آمادگی به ترتیب ضرایب  $0/83$ ،  $0/82$  و  $0/68$  را گزارش کردند. یافته‌های آنها مشابه با یافته‌های آوریل (۱۹۹۹) بود.

**۳. پرسشنامه عزت نفس روزنبرگ (۱۹۶۵):** این مقیاس توسط موريس روزنبرگ در سال ۱۹۶۵ تهیه و معرفی شده که از ۱۰ ماده تشکیل شده است و برای اندازه گیری عزت نفس کلی تهیه شده است. پاسخ موافق به هر یک از عبارات‌های ۱ تا ۵، +۱ دریافت می‌کنند. پاسخ مخالف به هر یک از عبارات‌های ۱ تا ۵، -۱ دریافت می‌نمایند. پاسخ‌های موافق به هر یک از عبارات‌های ۶ تا ۱۰، +۱ دریافت و پاسخ‌های مخالف به عبارات‌های ۶ تا ۱۰، -۱ دریافت می‌نمایند. نمره بالاتر از صفر نشان دهنده عزت نفس بالا و نمره کمتر از صفر نشان دهنده عزت نفس پایین است. مطالعات متعدد به منظور بررسی روایی و پایایی مقیاس روزنبرگ انجام شده است. روزنبرگ باز پدیدآوری مقیاس را  $0/9$  و مقیاس پذیری آن را  $0/7$  گزارش کرده است. ضرایب آلفای کرونباخ برای این مقیاس در نوبت اول  $0/87$  برای مردان و  $0/86$  برای زنان و در نوبت دوم  $0/88$  برای مردن و  $0/87$  برای محاسبه کرده است. وایلی (۱۹۸۹) در مرور خود بر تحقیقات انجام شده با این مقیاس دریافت که در هفت تحقیق مختلف، مقدار آلفا از  $0/72$  تا  $0/87$  به دست آمده است. سیلبر و تیپت (۱۹۶۵) ضریب بازآزمایی بعد از دو هفته را  $0/85$  به دست آوردند. در پژوهشی در ایران توسط برخوردار و همکاران (۱۳۸۸) ضریب آلفای کرونباخ  $0/71$  بدست آمده است. همچنین روایی این مقیاس در فرهنگ ایرانی در مطالعات مختلف نیز تایید شده است. پایایی آن در پژوهش‌های مختلف به روش بازآزمایی از  $0/82$  تا  $0/88$  و به روش آلفا  $0/77$  تا  $0/88$  گزارش شده است (شیخ و افشاری، ۱۳۹۱).

کرد. همچنین وی ویژگی‌های روان سنجی آن از جمله پایایی بازآزمایی آن را ( $0/56$ ) و پایایی بین ارزیابان را مثبت و معنادار و روایی همگرا آن را از طریق بررسی همبستگی آن با مقیاس بهزیستی روان شناختی مناسب گزارش کرده است و تحلیل عامل اکتشافی نیز موید سه عامل نظری اندازه گیری شده بوده است که آلفای کرونباخ آن  $0/85$  گزارش شده است. (آردلت، ۲۰۰۳).

**۲. پرسشنامه خلاقیت هیجانی آوریل (۱۹۹۹):** این پرسشنامه را آوریل (۱۹۹۹) به منظور اندازه گیری خلاقیت هیجانی در چهار بعد تازگی، اثربخشی، صداقت و آمادگی هیجانی تهیه کرده و شامل ۳۰ گویه است که ۷ گویه آمادگی هیجانی، ۱۴ گویه تازگی، ۵ گویه اثربخشی و ۴ گویه صداقت را می‌سنجند. در مقابل هر گویه طیف پنج درجه‌ای از خیلی کم تا خیلی زیاد قرار دارد. آوریل (۱۹۹۹) با روش آلفای کرونباخ، پایایی نمره کل خلاقیت هیجانی را  $0/91$  و پایایی ابعاد آمادگی، اثربخشی، صداقت و تازگی را به ترتیب  $0/80$ ،  $0/89$ ،  $0/80$  و  $0/85$  به دست آورد و برای محاسبه روایی پرسشنامه، از روش تحلیل عاملی و همبستگی با آزمون‌های مشابه استفاده کرد که بر اساس تحلیل عامل به جای چهار بعد، سه بعد به دست آورد. ابعاد اثربخشی و اصالت با هم تشکیل یک عامل دادند (جوکار و البرزی، ۱۳۸۸). گاتبزال و آوریل (۱۹۹۶)، ضریب پایایی آزمون را با استفاده از روش آلفای کرونباخ  $0/86$  برآورد کردند و برای چهار بعد دامنه‌ای بین  $0/80$  تا  $0/89$  را گزارش کردند. در ایران عبداللهی و همکاران (۱۳۸۷)، ضریب آلفای کرونباخ  $0/68$  و  $0/65$  را برای دانشجویان ورزشکار و غیرورزشکار گزارش کرده اند. جوکار و البرزی (۱۳۸۸) نیز از طریق تحلیل عاملی اکتشافی به روش مولفه‌های اصلی، بر اساس نمودار اسکری و ارزش‌های ویژه بالاتر از وجود سه عامل تازگی، آمادگی، اثربخشی و صداقت را تایید کرده و پایایی را با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای نمره کل خلاقیت  $0/90$  و برای ابعاد تازگی (بداعت)، اثربخشی/صداقت و

## روش اجرا

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از اجرای پرسشنامه‌ها از طریق نرم افزار Spss-V19 و Lisrel-V7.80 انجام شد. همچنین به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد.

## یافته‌ها

میانگین و انحراف استاندارد سن شرکت کنندگان در پژوهش ۲۸/۷۸ (۴/۵۴) سال بود؛ در این بخش با استفاده از شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و نمودار متغیرهای پژوهش مورد توصیف قرار می‌گیرد.

جدول ۱. مشخصه‌های آماری متغیرهای پژوهش

متغیر	مولفه	نمره	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
خرد	شناختی	۶۲,۱۶	۷,۷۰	-۰,۸۱	۰,۱۵
	انعکاسی	۵۱,۵۵	۷,۰۴	-۰,۲۷	۰,۶۹
	عاطفی	۵۶,۳۱	۶,۹۲	-۰,۹۰	۱,۰۳
خلاقیت هیجانی	تازگی	۴۶,۰۹	۱۱,۶۰	۰,۰۵	-۰,۵۲
	اثربخشی	۱۵,۶۴	۴,۴۸	۰,۱۸	-۰,۵۶
	صداقت	۱۳,۶۱	۳,۴۶	-۰,۰۶	-۰,۳۸
	آمادگی هیجانی	۲۳,۵۱	۵,۲۴	-۰,۰۴	۰,۱۰
عزت نفس	-	۶,۲۱	۵,۱۵	-۰,۳۳	۰,۸۶

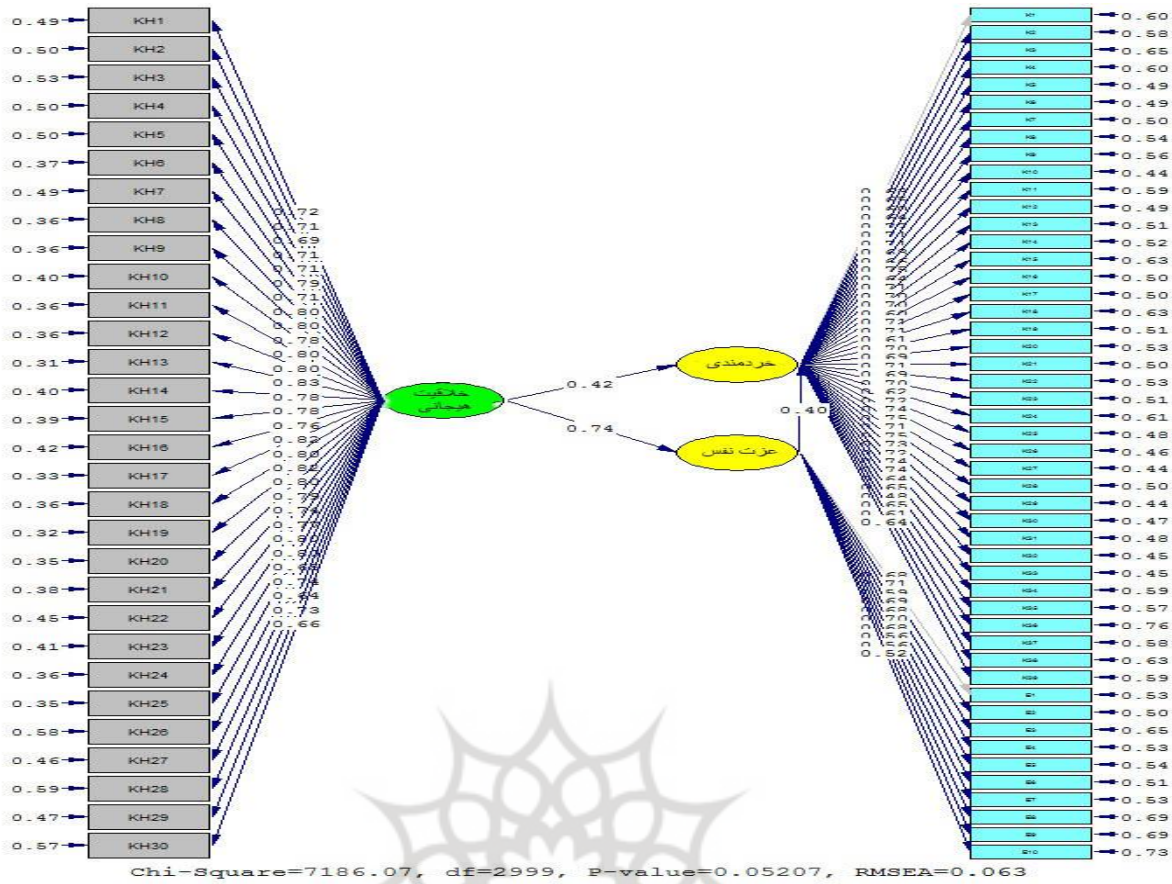
اطلاعات جدول ۱ مشخصه‌های آماری متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر چولگی و کشیدگی که در بازه‌ی (+۱,۹۶, -۱,۹۶) قرار دارد، حدس بر نرمال بودن داده‌ها قوت می‌گیرد، بنابراین، می‌توان فرض نرمال بودن داده‌ها را مطرح کرده و پذیرفت.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

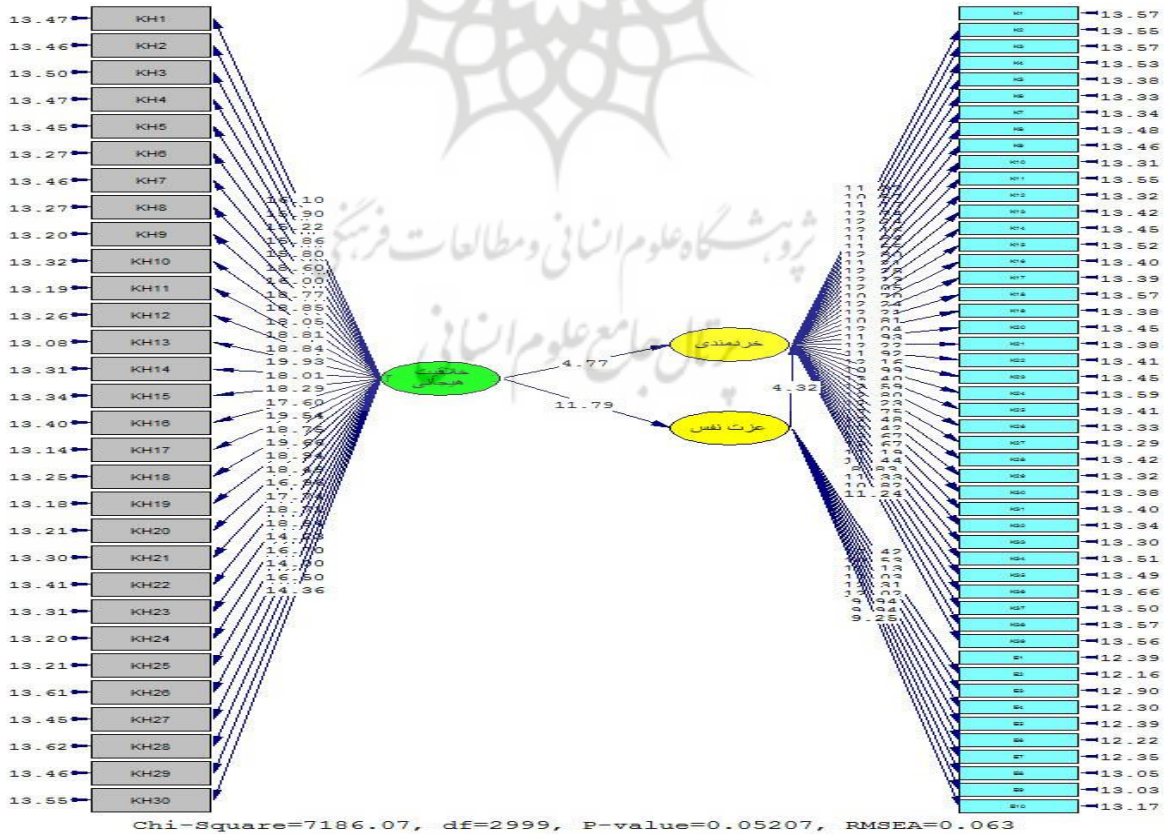
	خرد	خلاقیت هیجانی	عزت نفس
خرد	۱		
خلاقیت هیجانی	همبستگی Sig. ۰,۰۰۰	۱	
عزت نفس	همبستگی Sig. ۰,۰۰۰	همبستگی Sig. ۰,۰۰۰	۱

همان‌طور که از ماتریس ۲ مشخص است، علامت \*\* نشان‌دهنده‌ی وجود همبستگی بین متغیرهای پژوهش در سطح ۰,۰۱ را نشان می‌دهد. یعنی، بین متغیرهای پژوهش رابطه معنادار وجود دارد.

در این بخش، به منظور بررسی روابط متغیرهای فرضیه سوم، از مدل معادلات ساختاری تأییدی استفاده می‌شود. بدین منظور، پس از رسم ساختار، اضافه نمودن قیود مدل و انتخاب روش ماکسیمم درست‌نمایی، مدل اجرا شده و نمودار مسیر برازش شکل‌های ۲ و ۳ به دست آمد.



شکل ۲. ضرایب مسیر و بارهای عاملی مدل (در حالت استاندارد)



شکل ۳. ضرایب معناداری مدل



شاخص‌ها کیفیت آماری دارند. بنابراین، با اطمینان می‌توان دریافت محقق در مورد این شاخص‌ها به برآزش نسبتاً کاملی دست یافته است.

با توجه به معیارهای خی-دو و RMSEA این مدل برآزش مناسبی به داده‌ها ارائه می‌کند. در جدول ۳، مهم‌ترین و متداول‌ترین شاخص‌های برآزش آورده شده است. همان‌گونه که در جدول ۳ دیده می‌شود، همه‌ی

جدول ۳. گزیده‌ای از شاخص‌های برآزش مهم مدل ترسیمی

شاخص	نام شاخص	اختصار	مقدار	برآزش قابل قبول
شاخص‌های برآزش مطلق	سطح تحت پوشش (کای اسکور)	-	۷۱۸۶,۰۷	
شاخص‌های برآزش تطبیقی	شاخص نیکویی برآزش	GFI	۰,۸۸	بزرگتر از ۰,۸
	شاخص نیکویی برآزش اصلاح شده	AGFI	۰,۸۵	بزرگتر از ۰,۸
	شاخص برآزش تطبیقی	CFI	۰,۹۶	بزرگتر از ۰,۹
شاخص‌های برآزش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰,۰۶۳	کمتر از ۰,۱

در جدول ۴، ضرایب مسیر به همراه مقادیر  $t$  برای فرضیه‌ی فوق آورده شده است. همان‌طور که مشخص

است، مسیرهای مورد آزمون، پذیرفته می‌شوند؛ در جدول زیر ضرایب مسیر مستقیم گزارش شده است.

جدول ۴. ضرایب مسیر و مقادیر  $t$ 

مسیر	ضریب مسیر	مقدار $t$	وضعیت
خلاقیت هیجانی --> عزت نفس	۰,۷۴	۱۱,۷۹	پذیرفته شد
عزت نفس --> خردمندی	۰,۴۰	۴,۳۲	پذیرفته شد
خلاقیت هیجانی --> خردمندی	۰,۴۲	۴,۷۷	پذیرفته شد

بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که اثر خلاقیت هیجانی بر خردمندی با میانجی‌گری عزت نفس در مدیران میانی معنادار است. برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته لازم

است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیر درون‌زای مدل ارائه شود که این اثرات در جدول ۵ قابل مشاهده است.

جدول ۵. ضرایب مسیر و مقادیر  $t$ 

متغیر مستقل	متغیر وابسته	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	کل
خلاقیت هیجانی	عزت نفس	۰,۷۴	---	۰,۷۴
عزت نفس	خردمندی	۰,۴۰	----	۰,۴۰
خلاقیت هیجانی	خردمندی	۰,۴۲	$۰,۴۰ * ۰,۷۴ = ۰,۳۰$	۰,۷۲

همان‌طور که در جدول ۵ قابل مشاهده است: تأثیر خلاقیت هیجانی به صورت غیرمستقیم از طریق عزت نفس بر خردمندی به میزان ۰,۷۲ است.

پژوهش حاضر با هدف نقش میانجی عزت نفس در رابطه بین خلاقیت هیجانی با خردمندی در مدیران میانی انجام شد. نتایج پژوهش با یافته‌های عقلی (۱۳۹۸)، بهری و همکاران (۲۰۲۱)، کیم و همکاران (۲۰۲۰)، گروسمن و همکاران (۲۰۱۶) همسویی دارد. در تبیین نتایج بدست آمده می‌توان این‌گونه بیان نمود افراد با خلاقیت هیجانی دارای ویژگی شوخ طبعی و شادی هستند و فرد

## بحث و نتیجه‌گیری

خردمندی نیز این توانایی را دارد که بدون ترس بتواند عقایدش را بیان نماید به گونه‌ای که به وسیله آن به تحقق اهداف خود دست یابد. افراد با خلاقیت هیجانی به جنبه‌های مثبت و شادی آور موقعیت‌ها متمرکز می‌شوند و با برداشت‌های خنده دار از هر موضوعی، محیط هیجان انگیزی را برای خود فراهم می‌سازند. از طرف دیگر افراد دارای خلاقیت هیجانی همیشه راه‌های نو و جدید برای حل بحران‌های خود و دیگران مطرح می‌سازند. بنابراین به نوعی کلید حل مشکلات به دست آنهاست. بنابراین احساس عزت نفس، مفید بودن و خودشکوفایی می‌کنند و در نهایت دارای روحیه‌ای شادی و حس شوخ طبعی هستند. همچنین از آنجا که اکثر مسائل غیربدیهی مسائلی چندگانه هستند گشودگی به دیگر دیدگاه‌ها، اطلاعات و استراتژی‌های بالقوه حل مساله، تلاش فرد خردمند را برای غلبه بر موانع بطور کارآمد بهینه می‌سازد و خلاقیت هیجانی نیز به معنای ایجاد و آفرینندگی است و به نوعی بیانگر توانایی شخص در ایجاد ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه‌هاست. افرادی که خلاقیت هیجانی دارند با توجه به این که می‌توانند به خوبی رابطه اجتماعی برقرار کرده و محیط امن و ایمنی را برای خود تهیه نمایند و در این بستر امن به نظر و عقاید دیگران گوش داده و به خوبی واکنش نشان دهند، این ویژگی در رشد خردمندی آنان تاثیرگذار است. لذا می‌توان اذعان کرد با توجه به این که خردمندی در نتیجه برخورد و تضارب افکار و اندیشه‌ها رشد و توسعه پیدا می‌کند، فردی که از خلاقیت هیجانی برخوردار است، با ارتباطات اجتماعی که برقرار می‌کند از نوع و طرز فکر افراد مختلف و نظریات مختلف آنان آگاهی پیدا می‌کند که این خود همان طور که آوریل و نانلی (۱۹۹۲) در تعریف خلاقیت هیجانی بیان می‌کنند، منجر به «بسط خطوط فکری» فرد می‌شود. یافته‌های این پژوهش از جنبه نظری و عملی دارای کاربردهایی است. از طرفی پژوهش در ارتباط با ابعاد خلاقیت هیجانی و

خردمندی بسیار اندک است و بیشتر در نظریه‌های مختلف خردمندی، از خلاقیت هیجانی به عنوان عنصر اساسی و پیش نیاز این مهم در عمل پرداخته اند. در پژوهش حاضر ارتباط بین دو متغیر به لحاظ تجربی تایید شد به گونه‌ای که خلاقیت هیجانی قادر به پیش بینی بخشی از تغییرات خردمندی شد. بنابراین نتایج این پژوهش هم می‌تواند به بدنه علمی روان شناسی خردمندی کمک کند و هم می‌تواند پیام‌های مهمی برای سیاست گذاران و مدیران ارشد در انتخاب مدیران شایسته داشته باشد؛ زیرا مانند گذشته دیگر نمی‌توان صرفاً بر هوش و مهارت‌های تفکر تاکید کرد و آن را تنها دغدغه سازمان‌ها برای کار دانست. بلکه با فراهم آوردن محیط‌های غنی باید به پرورش خلاقیت هیجانی پرداخت و در نهایت افراد خردمند و توانمند را وارد بازار کار نمود. نتایج نشان داد که اثر خلاقیت هیجانی بر خردمندی با میانجی‌گری عزت نفس در مدیران میانی معنادار است. این یافته با نتایج حسنی (۱۳۹۷)؛ ذبیحی حصار و همکاران (۱۳۹۶)؛ آردلت و فراری (۲۰۱۹) همسو است. همچنین این یافته، همسو با نظریه تعادلی استرنبرگ (۲۰۰۵) در باب خردمندی است. در این نظریه، به نقش واسطه‌گری عزت نفس بین خلاقیت هیجانی و خردمندی اشاره شده است. فرد خردمند، فردی است که با داشتن توانایی‌های شناختی خاص، همچون خلاقیت هیجانی می‌تواند بر اساس شرایط و موقعیت و نگاه کردن به ارزش‌ها و اصول اخلاقی، تصمیماتی را اتخاذ کند که به نفع همگان باشد. بر این اساس، خلاقیت هیجانی می‌تواند بر میزان عزت نفس افراد اثرگذار باشد، به گونه‌ای که بر روی شکیبایی افراد در زمان بروز مشکلات احتمالی و همچنین، ایجاد مقاومت و استقامت در برابر ضربه‌های دیگران بیفزاید تا آنها بتوانند با انتخاب فعالیت‌های چالش برانگیز، ظرفیت پرورش خردمندی بیشتر را در خود ایجاد کنند. به طور کلی، عزت نفس، از متغیرهای تاثیرگذار در بین خلاقیت هیجانی و خردمندی است، زیرا هم از

مانند مصاحبه و مشاهده به همراه پرسشنامه‌ها در گردآوری داده‌های پژوهش استفاده شود. پیشنهاد می‌شود دانش برخاسته از محیط‌های سازمانی به گونه‌ای با خردمندی همراه شود تا در چارچوب شیوه‌های فعال آموزشی در جهت ارتقای رشد ذهنی و تفکر خردمندانه یادگیران خود گام برداشته شود. آموزش‌های غیرمستقیم از جمله درگیر کردن مدیران با راهبردها و سیاست‌های شغلی در جهت جلب مشارکت بیشتر آنها در تحقق اهداف و داشتن تفکر خردمندانه راجع به آینده مدیران و کارمندان موثر خواهد بود.

### موازین اخلاقی

در این پژوهش موازین اخلاقی شامل اخذ رضایت آگاهانه، تضمین حریم خصوصی و رازداری رعایت شد. با توجه به شرایط و زمان تکمیل پرسشنامه‌ها ضمن تأکید به تکمیل تمامی سؤال‌ها، شرکت‌کنندگان در مورد خروج از پژوهش مختار بودند. پس از اتمام پژوهش گروه گواه نیز تحت مداخله قرار گرفتند.

### تشکر و قدردانی

نویسندگان پژوهش حاضر بر خود لازم دانستند که از کلیه افرادی که در پژوهش شرکت نمودند و همکاری لازم را جهت اجرای پژوهش نمودند، کمال تشکر و سپاس خود را ابراز نمایند.

### مشارکت نویسندگان

نویسنده این پژوهش در طراحی، مفهوم‌سازی، روش شناسی، گردآوری داده‌ها، تحلیل آماری داده‌ها، پیش نویس، ویراستاری و نهایی سازی نقش داشت.

### تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، این مقاله حامی مالی و تعارض منافع ندارد.

### References

بهاء‌لوهوره، ذبیح و میرمهدی، سیدرضا. (۱۳۹۶). آسیب‌های اجتماعی در جامعه و راهکارهای مقابله با آن. سومین همایش بین‌المللی افق‌های نوین در علوم تربیتی، روانشناسی و آسیب‌های اجتماعی، تهران.

خلاقیت هیجانی اثرپذیر و هم بر روی خردمندی اثرگذار است. به عبارت دیگر، عزت نفس هم اثر گیرنده و هم اثر دهنده دارد. بر این اساس، وجود نقش میانجی عزت نفس در بین خلاقیت هیجانی و خردمندی قابل تبیین است. همچنین در تبیین این یافته از پژوهش حاضر می‌توان به سه عنصر اساسی در متغیر خلاقیت هیجانی استدلال نمود. خلاقیت هیجانی نشان داده است که خلق مثبت و سلامت روان شناختی به فرد در بهتر انجام دادن و یکپارچه نمودن اطلاعات و همچنین، حل خلاقانه مسائل و افزایش تفکر واگرا و کارآمدتر کمک می‌کنند. خلاقیت هیجانی با غنای زندگی هیجانی شخص مرتبط بوده و اغلب تجلی و نمایش بیان آزاد است و در بین فرایندهای عالی تفکر در بالاترین سطح قرار دارد در مقابل هیجانات اغلب تجلی برانگیختگی‌های درونی افراد است به گونه‌ای که فرد را در ارائه پاسخ محدود می‌سازد. در واقع افراد دارای خلاقیت هیجانی بیش از سایرین برای شناخت هیجانات زمان می‌گذارند، تلاش می‌کنند و توجه و دقت بیشتری به هیجانات خود و دیگران دارند و این در حالی است که لازمه خردمندی در زندگی و به ویژه در زمینه شغلی برخورداری از توجه و دقت می‌باشد. از جمله عناصری که در خلاقیت هیجانی مطرح می‌شود عنصر بداعت است. مطابق با تحقیقات متعدد از جمله مطالعات گیلفورد برای خلاقیت و عملکرد بهتر در حیطه شغلی به تفکر واگرا که در واقع می‌تواند همان بداعت باشد، نیاز است. از این جهت خلاقیت هیجانی می‌تواند احساسات، عواطف و عزت نفس مدیران را تحت تاثیر قرار دهد. از محدودیت‌های پژوهش شامل: محدودیت ابزار اندازه‌گیری متغیرها که فقط از پرسشنامه‌های خودگزارشی استفاده گردیده است. با توجه به این که پژوهش در یک جامعه محدود انجام شده است نسبت به تعمیم نتایج به جوامع دیگر باید جانب احتیاط را رعایت نمود. از آن جایی که تنها ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است، لذا پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش اعتبار نتایج به دست آمده از شیوه‌های دیگری

- horizons in educational sciences, psychology and social harms, Tehran.
- Bahri, S., Ramly, M., & Gani, A. (2021). Organizational Commitment and Civil Servants Performance: The Contribution of Intelligence, Local Wisdom and Organizational Culture. *European Journal of Business and Management Research*, 6(1), 128-134.
- Glück, J. (2017). Measuring wisdom: existing approaches, continuing challenges, and new developments. *The Journals of Gerontology: Series B*, 73(8), 1393-1403.
- Glück, J., & Bluck, S. (2013). The MORE life experience model: A theory of the development of personal wisdom. In *The scientific study of personal wisdom* (pp. 75-97). Springer, Dordrecht.
- Grossmann, I., Sahdra, B. K., & Ciarrochi, J. (2016). A heart and a mind: Self-distancing facilitates the association between heart rate variability, and wise reasoning. *Frontiers in behavioral neuroscience*, 10, 68.
- Gupta, R., & Bajaj, B. (2017). The relationship between leader's emotional intelligence and employee creativity: A conceptual framework of mechanism. *Procedia computer science*, 122, 471-477.
- Hasani, F. (2018). The relationship between self-identity, wisdom and thought control with students' psychological well-being. Master's thesis, Mazandaran University.
- Kordnoghabi, R., Delfan Beyranvand, A., & Arablo, Z. (2015). Elderly's perspective on wisdom and its components: psychology of wisdom. *Journal of Psychology of Aging*, 1(3), 167-157.
- Mathis, R. L., Jackson, J. H., Valentine, S. R., & Meglich, P. (2016). *Human resource management*. Cengage Learning.
- Mohammadi, M., Fazeli, R., & Mirzaei, D. (2018). The effect of organizational wisdom and self-esteem on the organizational voice of Refah Bank employees in Isfahan province. *International Conference on Interdisciplinary Studies in Management and Engineering*, Tehran.
- Sadati Firouzabadi, S., & Yousefi, S. (2018). Investigating the relationship between dimensions of family functioning and emotional creativity with the mediating role of coping styles in gifted students. *Journal of Research in School and Virtual Learning*, 6(3), 81-95.
- Scott, T. L., Masser, B. M., & Pachana, N. A. (2020). Positive aging benefits of home and community gardening activities: Older adults
- حسینی، فاطمه. (۱۳۹۷). *ارتباط بین هویت من، خردمندی و کنترل تفکر با بهزیستی روانشناختی دانشجویان*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
- ساداتی فیروزآبادی، سمیه و یوسفی، صادق. (۱۳۹۷). بررسی رابطه ابعاد کارکرد خانواده و خلاقیت هیجانی با نقش واسطه‌ای سبک‌های مقابله‌ای در دانش آموزان تیزهوش. *مجله پژوهش در یادگیری آموزشی و مجازی*، ۶ (۳)، ۸۱-۹۵.
- عجم، علی اکبر؛ بادنوا، صدیقه؛ عبداللهی، مجید و مومنی مهمویی، حسین. (۱۳۹۵). رابطه بین خلاقیت هیجانی با اشتیاق تحصیلی دانشجویان دانشکده بهداشت دانشگاه علوم پزشکی گناباد. *پژوهش در آموزش علوم پزشکی*، ۸ (۴)، ۱۱-۱۸.
- عزیزی سعید، یاسر؛ کردنوقایی، رسول و عرفانی، نصراله. (۱۳۹۸). تأثیرداری‌های تحولی بر خرد با میانجی‌گری عزت نفس در دانش آموزان دختر دوره متوسطه. *پژوهش نامه روانشناسی سلامت*، ۵ (۲)، ۱-۱۶.
- کردنوقایی، رسول؛ دلفان بیرانوند، آرزو و عربلو، زینب. (۱۳۹۴). دیدگاه سالمندان در مورد خرد و مولفه‌های آن: روانشناسی خرد. *مجله روانشناسی پیری*، ۱ (۳)، ۱۶۷-۱۵۷.
- محمدی، مهدی؛ فاضلی، رسول و میرزایی، داوود. (۱۳۹۷). تأثیر خرد سازمانی و عزت نفس بر آوای سازمانی کارکنان بانک رفاه استان اصفهان. *کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، تهران*.
- یارمحمدی، زهره؛ عربزاده، مهدی و چراغی خواه، زهرا. (۱۳۹۷). هوش موفق، خرد و خلاقیت در دانش آموزان تیزهوش و عادی. *مجله رویش روانشناسی*، ۹ (۱)، ۲-۱۵.
- Ajam, A. K., Badnova, S., Abdullahi, M., & Momeni Mahmoudi, H. (2016). The relationship between emotional creativity and academic enthusiasm of Gonabad University of Medical Sciences Faculty of Health students. *Research in Medical Science Education*, 8 (4), 11-18.
- Ardelt, M. (2011). The measurement of wisdom: A commentary on Taylor, Bates, and Webster's comparison of the SAWS and 3D-WS. *Experimental aging research*, 37(2), 241-255.
- Azizi Saeed, Y., Kordnoghabi, R., Erfani, N. (2019). Transformational effects on wisdom with the mediation of self-esteem in middle school female students. *Journal of Health Psychology*, 5 (2), 1-16.
- Bahalohoreh, Z., & Mirmehdi, S. R. (2017). Social damage in society and solutions to deal with it. The third international conference of new

- report enhanced self-esteem, productive endeavours, social engagement and exercise. *SAGE open medicine*, 8, 2050312120901732.
- Shimotsu, S., & Horikawa, N. (2016). Self-stigma in depressive patients: Association of cognitive schemata, depression, and self-esteem. *Asian journal of psychiatry*, 24, 125-129.
- Sides, C., & Mrvica, A. (2017). *Internships: Theory and practice*. Routledge.
- Snow, D. H. (2021). Questioning “Conventional Wisdom”: The Impacts of the Spanish Colonial Church on Rio Grande Pueblo Marriage Practices and Social Organization. *Journal of Anthropological Research*, 77(2), 234-261.
- Wang, Y. N., & Li, Z. (2018). Authenticity as a mediator of the relationship between power contingent self-esteem and subjective well-being. *Frontiers in psychology*, 9, 1066.
- Yarmohammadi, Z., Arabzadeh, M., & Cheraghikhah, Z. (2018). Successful intelligence, wisdom and creativity in gifted and normal students. *Journal of Psychological Development*, 9(1), 2-15.

