



## Understanding the Lived Experience of Employees from the Antecedents of the Phenomenon of Emotional Contagion During the COVID-19 Pandemic

Mehdi Golverdi (Ph. D.)<sup>1</sup>  
Maedeh Jokar<sup>2</sup>  
Nahid Amrollahi Biuki (Ph. D.)<sup>3</sup>

### Abstract

The aim of this study is to understand the employees' lived experience of the antecedents of the phenomenon of emotional contagion during the COVID-19 pandemic in Iran. In this research, qualitative method and phenomenological strategy were used to understand the experiences of employees. The participants of this research include the employees of public organizations. Data were collected through 40 semi-structured interviews. By analyzing the data using the Colaizzi analysis method, three main themes and twelve sub-themes were identified as antecedents of emotional contagion during the COVID-19 pandemic from the employees' perspective. The main themes are: individual factors (extroversion, emotional dysregulation, lack of mindfulness, openness to experience, agreeableness and empathy), interpersonal factors (intimacy between people, interpersonal interactions, task interdependence) and organizational factors (emotional atmosphere in the organization, cultural values and beliefs, structural components). The findings of this research showed that in addition to soft concepts with psychological history such as extroversion and openness to experience, hard concepts such as structural components also play a role in the formation of the phenomenon of emotional contagion in the organization. Understanding the antecedents of emotional contagion in the organization helps managers to adopt appropriate coping strategies for managing emotions in the workplace.

**Keywords:** *Emotional Contagion; Emotions in the Organization; COVID-19; Phenomenology*

- 
1. Assistant Professor, Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Public Administration, Ardakan University, Yazd, Iran (Corresponding Author), Golverdi@ardakan.ac.ir
  2. MSc in public administration, Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Public Administration, Ardakan University, Yazd, Iran
  3. Assistant Professor, Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Public Administration, Ardakan University, Yazd, Iran



## فهم تجربه زیسته کارکنان از پیشایندهای پدیده سرایت هیجانی در دوران همه‌گیری کووید ۱۹

مهدی گل‌وردی\*، مانده جوکار\*\*

ناهید امراللهی بیوکی\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۸/۳۰

### چکیده

هدف از انجام این مطالعه، فهم تجربه زیسته کارکنان از پیشایندهای پدیده سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ در ایران است. در این پژوهش، از روش کیفی و راهبرد پدیدارشناسی برای فهم تجربیات کارکنان استفاده شد. جامعه مورد مطالعه را کارکنان سازمان‌های دولتی و عمومی شامل می‌شود. داده‌ها از طریق ۴۰ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شد. با تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل کلاسیکی، سه درونمایه اصلی و دوازده درونمایه فرعی به عنوان پیشایندهای سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ از دیدگاه کارکنان شناسایی شدند. درونمایه‌های اصلی عبارتند از: عوامل فردی (برون‌گرایی، بدتنظیمی هیجانی، عدم ذهن‌آگاهی، گشودگی به تجربه، توافقی‌پذیری و همدلی)، عوامل میان‌فردی (صمیمیت بین افراد، تعاملات میان‌فردی، وابستگی متقابل و ظایف) و عوامل سازمانی (جو احساسی در سازمان، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های ساختار سازمان). یافته‌های این پژوهش نشان داد که علاوه بر مفاهیم نرم با سبقه روان‌شناختی مثل برون‌گرایی و گشودگی به تجربه، مفاهیم سختی نظیر مؤلفه‌های ساختاری نیز در شکل‌گیری پدیده سرایت هیجانی در سازمان نقش دارند. فهم پیشایندهای سرایت هیجانی در سازمان، به مدیران کمک می‌کند تا راهبردهای مناسبی را برای مدیریت هیجانات در محیط کار اتخاذ کنند.

**کلیدواژه:** سرایت هیجانی؛ هیجانات در سازمان؛ کووید ۱۹؛ پدیدارشناسی

\*. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، یزد، ایران (نویسنده مسئول)

Golverdi@ardakan.ac.ir

\*\* کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، یزد، ایران

\*\*\* استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، یزد، ایران

## مقدمه

همه‌گیری کووید ۱۹، تقریباً تمام جهان را به یک بحران جهانی گرفتار کرده است. به طوری که این همه‌گیری موجب اشتراک‌گذاری هیجان‌ات میان افراد و ایجاد جو احساسی در محیط‌های کاری و جامعه شده است (اشتاینرت، ۲۰۲۰). شواهد نیز نشان می‌دهند که در زمان بحران افراد بیشتر در معرض سرایت هیجانی قرار می‌گیرند، زیرا هیجان‌ات حالات نسبتاً پایدار و معمولاً گذرای هستند که در پاسخ به محرک‌های محیطی و رویدادهای مهم زندگی ظاهر می‌شوند (بارساد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲ به نقل از ریبر<sup>۲</sup>، ۱۹۸۵) و امکان سازگاری با محیط اطراف و شرایط درونی تجربه شده را به فرد می‌دهند (بارساد و همکاران، ۲۰۱۸). همه‌گیری کووید ۱۹ یکی از زمان‌های مملو از هیجان‌ات است و در این دوران مردم غالباً تمایل دارند احساسات و هیجان‌ات خود را ابراز کرده و به اشتراک بگذارند (اشتاینرت<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). یکی از مهم‌ترین بسترهای اشتراک‌گذاری و سرایت هیجان‌ات محیط‌های کاری و سازمان‌ها هستند. مطالعات متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد برخی از هیجان‌ات مثل ترس (عبدالطیف<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۱)، استرس (هارکر<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۲)، و اضطراب (مورگان<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۲) مسری هستند (هتفیلد<sup>۷</sup> و همکاران، ۱۹۹۳) و در سراسر گروه‌های کاری و سازمان‌ها گسترش می‌یابند و در نتیجه بر عملکرد سازمانی و نگرش‌های مرتبط با کار کارکنان تأثیر نامطلوب خواهند داشت (روتبارد و ویلک<sup>۸</sup>، ۲۰۱۱).

هیجان‌ات می‌توانند مسری باشند و توسط یک واحد، گروه یا کل سازمان از طریق تبادلات کلامی یا غیر کلامی گسترش یافته و احساسات افراد دیگر را شکل دهند (بارساد و همکاران، ۲۰۱۸). به بیانی دیگر، سرایت هیجانی زمانی رخ می‌دهد که هیجان‌ات از یک فرد به فرد دیگری انتقال یابد (طباطبایی، ۱۴۰۰ به نقل از یاسینی<sup>۹</sup>، ۲۰۱۶). سرایت هیجانی، پدیده‌ای فراگیر است که از اهمیت فراوانی در ادبیات رفتار سازمانی و روان‌شناسی برخوردار است (بارساد و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین، سرایت هیجانی فرایندی

1. Barsad
2. Reber
3. Steinert
4. Abd-Ellatif
5. Harker
6. Morgan
7. Hatfield
8. Rothbard & Wilk
9. Yasini

است که در آن شخص یا گروهی از طریق القای آگاهانه یا ناخودآگاه حالات احساسی و نگرش‌های رفتاری بر احساسات یا رفتار شخص یا گروه دیگر تأثیر می‌گذارد (بارساد، ۲۰۰۲ به نقل از اسپوئن ولف<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰). کارکنان سازمان اغلب احساس خوشبختی، ناراحتی و عصبانیت خود را با همکاران خود به اشتراک می‌گذارند (هاشم<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۸ به نقل از دوهرتی<sup>۳</sup>، ۱۹۹۷). آنها هنگامی که در یک محیط سازمانی مشغول به کار هستند، احساسات یکدیگر را مانند ویروس‌ها درگیر می‌کنند و هیجان‌اتشان به گروه‌ها و دیگر اعضای سازمان سرایت می‌کند و رفتار کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (ویجیالاکشمی و باتاچاریا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲).

گرچه، برخی شواهد نشان می‌دهد که احساسات در سازمان‌ها می‌توانند تأثیر مثبتی داشته باشند (بارساد، ۲۰۰۲؛ ساهو و سریواستاوا، ۲۰۱۷)، با این حال، در مواقع بحران، احساسات عمدتاً منفی هستند (مانند ترس و اضطراب) و ممکن است به جو هیجانی منفی منجر شوند و مانند یک ویروس در سازمان بر رفتار کارکنان تأثیر بگذارند (اشتاینرت، ۲۰۲۰). نظریه رویدادهای عاطفی<sup>۵</sup> توضیح می‌دهد که چگونه هیجان‌ات و خلق‌وخوی بر رضایت شغلی و عملکرد شغلی تأثیر می‌گذارد. براساس این نظریه، احساسات و هیجان‌ات، نقش اساسی در نحوه واکنش همکاران نسبت به عملکرد ضعیف دارند. هیجان‌ات در پیش‌بینی نیات رفتاری نسبت به عملکرد ضعیف اعضای تیم در محل کار، تأثیر بیشتری نسبت به تمایلات و انتظارات دارند. به‌طور کلی، سرایت هیجان‌ات می‌تواند بر کارکنان تأثیر بگذارد و به عملکرد ضعیف آنها منجر شوند (تاگار و نوپرت<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴). در دوران همه‌گیری کووید ۱۹، هیجان‌ات منفی کارکنان (اعم از خشم، ترس، اضطراب، افسردگی و خشونت) نمود بیشتری پیدا می‌کنند که می‌تواند به پیامدهای منفی برای کارکنان و سازمان‌ها منجر شود. لذا فهم پیشنهادهای سرایت هیجانی در سازمان‌ها به مدیران کمک می‌کند راهبردی مناسبی را برای مدیریت هیجان‌ات منفی در مواقع بحرانی اتخاذ کنند و مانع از بروز پیامدهای منفی محتمل شوند.

با وجود اهمیت و ضرورت پدیده سرایت هیجانی در محیط کار، مطالعات اندکی در مورد پیشنهادهای

1. Schoenwolf
2. Hashim
3. Doherty
4. Vijayalakshmi & Bhattacharyya
5. Affective Events Theory (AET)
6. Taggar & Neubert

این پدیده انجام شده است و پیشایندهای سرایت هیجانی در دوران همه‌گیری کووید ۱۹ در سازمان‌های دولتی و عمومی کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است. ضرورت این مطالعه در سازمان‌های دولتی و عمومی در این واقعیت نهفته است که اولاً، در ایران سازمان‌های دولتی و عمومی نقش محوری در ارائه خدمات به آحاد مردم دارند و ثانیاً، عملکرد بالای کارکنان بخش دولتی می‌تواند به اثربخشی آنها در کنترل و پیشگیری از ویروس کووید ۱۹ کمک کند. در همین راستا، کمبود مطالعات کیفی در مورد پیشایندهای سرایت هیجانی در سازمان‌های دولتی و عمومی وجود دارد. بنابراین، هدف این مطالعه، فهم تجربه زیسته کارکنان از پیشایندهای پدیده سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ در سازمان‌های دولتی و عمومی غیردولتی در ایران است.

## مبانی نظری پژوهش

### هیجان

هیجان‌ات فرایندهای کنش سازماندهی شده، معنادار، عموماً سازگار و مجموعه‌های عملکردی پیچیده‌ای شامل؛ ارزیابی یا قدردانی، فرایندهای فیزیولوژیکی الگودار، تمایلات کنشی، هیجان‌ات ذهنی، بیانات و رفتارهای ابزاری هستند (هتفیلد و همکاران، ۲۰۱۸ به نقل از فیشر<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۹۹۰).

متخصصان و نظریه‌پردازان در مورد تعریف هیجان و انواع آن اجماع نظر ندارند. یکی از علل دشوار بودن تعریف هیجان همپوشانی و مشخص نبودن مرز آن با مفاهیمی نظیر؛ احساس<sup>۲</sup>، عاطفه<sup>۳</sup>، خلق و خو<sup>۴</sup> و... است. زیرا هیجان‌ات، اغلب با خلق و خو، شخصیت، منش و خلاقیت درهم آمیخته‌اند و هرچند که براساس تعاریف این مفاهیم از هم جدا هستند، ولی در عمل مرز دقیقی بین آنها وجود ندارد (آوریل<sup>۵</sup>، ۱۹۹۹). بنابراین، تمایز بین حالت‌های هیجانی و غیرهیجانی دشوار است. با این حال، هیجان را می‌توان از تعدادی از ساختارهای مشابه در حوزه علوم اعصاب هیجانی متمایز کرد:

احساس؛ همه احساسات شامل هیجان نمی‌شوند، مانند احساس دانستن. در زمینه هیجان، احساسات به بهترین وجه به عنوان بازنمایی ذهنی هیجان‌ات، خصوصاً برای فردی که آن را تجربه می‌کند، درک می‌شود.

1. Fischer
2. Feeling
3. Affect
4. Mood
5. Averill

خلق و خو؛ حالت‌های عاطفی پراکنده‌ای هستند که معمولاً برای مدت طولانی تری نسبت به احساسات، دوام می‌آورند.  
عاطفه؛ که برای توصیف تجربه عاطفی زیربنایی یک هیجان یا یک خلق و خو استفاده می‌شود (فاکس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

### سرایت هیجانی

هیجان‌ات می‌تواند مسری باشند (هراندو و کنستاندیس، ۲۰۲۱ به نقل از لیندکوئیست<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۶؛ سپیتانتو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰) و از فردی به فرد دیگر سرایت یابند. سرایت هیجانی فرایندی است که در آن شخص یا گروهی از طریق القای آگاهانه یا ناخودآگاه حالات احساسی و نگرش‌های رفتاری بر احساسات یا رفتار شخص یا گروه دیگر تأثیر می‌گذارد (بارساد، ۲۰۰۲ به نقل از اسچوئن ولف<sup>۴</sup>، ۱۹۹۰). هتفیلد<sup>۵</sup> و همکاران در مقاله‌ای که در سال ۱۹۹۳، منتشر کردند، سرایت هیجانی را به‌عنوان تمایل به تقلید و همگام‌سازی خودکار عبارات، صداها، حالات و حرکات شخص دیگر و در نتیجه همگرایی هیجانی، تعریف کردند (طباطبایی، ۱۴۰۰ به نقل از هتفیلد و همکاران، ۱۹۹۴).

عملکرد سرایت هیجانی را می‌توان با کارکرد «نورون‌های آینه‌ای مغز» مرتبط دانست. این بدین معناست که نورون‌های آینه‌ای در مغز ما هنگامی که رفتاری را مشاهده می‌کنیم، بخش‌هایی از مغز را منعکس می‌کنند تا این رفتار را فعال کند. نتایج پژوهش ریزولاتی<sup>۷</sup> (۱۹۹۰) نشان داد که میمون‌ها در قسمت کر تکس پیش حرکتی مغزشان، نورون‌هایی دارند که هر زمانی که میمون‌ها عملی را انجام می‌دادند (مثل گرفتن یک شیء) و یا عملکرد افراد دیگر (میمون یا انسان) را مشاهده می‌نمودند، این نورون‌ها آزاد می‌شدند (نصر آزادانی و همکاران، ۱۳۹۲). در اینجا، حداقل دو رفتار که توسط سامانه نورون‌های آینه‌ای انجام می‌شود، مورد تأکید است: ۱. درک فعالیت دیگران<sup>۸</sup> و ۲. تقلید<sup>۹</sup> (نصر آزادانی و همکاران، ۱۳۹۲).

1. Fox
2. Lindquist
3. Septianto
4. Schoenwolf
5. Hatfield
6. Mirror neurons of the brain
7. Rizzolatti
8. Action understanding
9. Imitation

به نقل از ابرمن<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). به نظر می‌رسد که نقش نوروهای آینه‌ای، آن است که در یک تعامل اجتماعی، عمل فرد مشاهده‌کننده را با عمل فرد موردمشاهده به هم نزدیک می‌کند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت مطابقت‌دادن، اساسی‌ترین ویژگی نوروهای آینه‌ای است. این نوروها فرد مشاهده‌گر را قادر می‌سازند تا از طریق مطابقت‌دادن رفتار حرکتی خود با رفتار موردمشاهده، آن رفتار را بفهمد (سیف و کیان‌ارثی، ۱۳۹۰).

### تاریخچه و سیر تطور مفهوم سرایت هیجانی

سرایت هیجانی در ۴۰۰ سال قبل از میلاد مسیح مورد بررسی قرار گرفته است، زمانی که بقراط اصطلاح «هیستری»<sup>۲</sup> را برای اشاره به انتقال حالت آشفته از زنان مجرد به دیگر زنان مجرد مورد بررسی قرار داد (بارساد، ۲۰۰۲ به نقل از وایت<sup>۳</sup>، ۱۹۶۵). اما علاقه علمی به سرایت هیجانی، به مطالعه لی بون<sup>۴</sup> (۱۸۹۶)، در مورد احساسات در جمعیت و تعریف روان‌شناس ویلیام مک دوگال<sup>۵</sup> (۱۹۲۰)، در کتاب ذهن گروهی<sup>۶</sup> برمی‌گردد (بارساد و همکاران، ۲۰۱۸). بالدوین<sup>۷</sup> در سال ۱۸۹۷، در اثر خود تحت عنوان «تفسیرهای اجتماعی و اخلاقی در توسعه ذهنی»<sup>۸</sup>، به پدیده سرایت هیجانی پرداخته است. هرچند که او از اصطلاح «سرایت هیجانی»<sup>۹</sup>، استفاده کرده است، دانشمندان مختلف قرن بیستم این پدیده را تحت عنوان «سرایت اجتماعی»<sup>۱۰</sup> مورد بحث قرار دادند (لوی و نیل<sup>۱۱</sup>، ۱۹۹۳). همچنین، سرایت هیجانی به‌طور قابل توجهی در تعدادی از مطالعات دهه ۱۹۹۰ مورد توجه قرار گرفته است. هتفیلد و همکاران (۱۹۹۳) در مقاله‌ای سرایت هیجانی را به‌عنوان تمایل به تقلید و همگام‌سازی خودکار عبارات، صداها، حالات و حرکات شخص دیگر و در نتیجه همگرایی هیجانی، تعریف کردند (طباطبایی، ۱۴۰۰ به نقل از هتفیلد و همکاران، ۱۹۹۴).

1. Oberman
2. Hysteria
3. Veith
4. Le Bon
5. William Macdougall
6. Group Mind
7. Baldwin
8. Social and Ethical Interpretations in Mental Development
9. Emotional contagion
10. Social contagion
11. Levy & Nail

تحقیقات در مورد هیجان‌ات نیز، در دو دهه گذشته با زمینه‌های بسیاری از جمله روان‌شناسی، پزشکی، تاریخ، جامعه‌شناسی هیجان‌ات و علوم رایانه افزایش یافته است (کاجیو و گاردنر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹). جیمز<sup>۲</sup> (۱۸۸۴)، اولین پژوهشگری است که برای هیجان، یک الگوی فیزیولوژیکی ارائه داد. اکمن<sup>۳</sup> (۱۹۹۲)، نیز از این دیدگاه حمایت می‌کند که هیجان‌ات، گسسته، قابل اندازه‌گیری و از نظر فیزیولوژیکی متمایز هستند. تأثیرگذارترین کار وی حول این یافته بود که به نظر می‌رسد برخی از هیجان‌ات، جهان‌شمول تلقی می‌شوند، حتی در فرهنگ‌هایی که انسان‌ها بی‌سواد بودند و نمی‌توانستند تداعی‌های حالات چهره را از طریق رسانه‌ها یاد بگیرند (شیوتا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

### سرایت هیجان‌ات در سازمان

در سال‌های اخیر، پژوهشگران بیش از پیش به فهم و شناخت هیجان‌ات در محیط‌های کاری پرداخته‌اند (رمضانیان فهندری و عباسی نصرت‌آباد، ۱۳۹۹؛ هران‌دو و کنستانتینیدس، ۲۰۲۱؛ اشتاینر، ۲۰۲۰؛ بارساد و همکاران، ۲۰۱۸؛ لیو<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). تجربه هیجان‌ات و عواطف مختلف بخش مهمی از زندگی روزمره را تشکیل می‌دهد، به طوری که افراد ممکن است در هر ثانیه، هیجان‌ات متفاوتی را تجربه کنند. در محیط‌های کاری به دلایل متعدد، نقش هیجان‌ات و عواطف می‌تواند مهم‌تر و اثرگذارتر باشد؛ چراکه تعامل با سرپرستان، همکاران و مشتریان ممکن است به تجربه هیجان‌اتی منجر شود که رفتارهای بعدی کارکنان را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهد. بسته‌های هیجانی<sup>۶</sup>، نظام‌های رفتاری زیستی پیچیده‌ای هستند که از اجزای بسیاری تشکیل شده‌اند، از جمله هوشیاری آگاهانه، حالات چهره، صوتی و وضعیتی، فعالیت دستگاه عصبی فیزیولوژیکی و خودمختار و رفتارهای ابزاری که همگی ممکن است به تجربه هیجانی کمک کنند (هتفیلد و همکاران، ۲۰۱۴ به نقل از اشتاینر<sup>۷</sup>، ۲۰۰۸).

سرایت هیجانی، بر نتایج فردی، گروهی و سازمانی تأثیر می‌گذارد. همچنین، مطالعاتی که به طور خاص پیامدهای سرایت هیجانی را، مورد آزمایش قرار داده‌اند، نشان داده‌اند که سرایت هیجانی مستقیماً بر نگرش، شناخت، رفتار یا عملکرد فردی تأثیر می‌گذارد (بارساد و همکاران، ۲۰۱۸).

1. Cacioppo & Gardner
2. James
3. Ekman
4. Shiota
5. Liu
6. Emotional packages
7. Schneider



## تحلیل پیشینه پژوهش

نویسندگان مقاله حاضر، پس از مطالعه پیشینه پژوهش، با رویکرد تحلیل وضعیت موجود و شکاف ادبیات نظری، پیشینه مفهوم سرایت هیجانی را مورد بررسی قرار داد که یافته‌های آن در ادامه ارائه شده است.

جستجوی کلیدواژه‌های مرتبط با سرایت هیجانی در پایگاه‌های داده داخلی در دی ماه ۱۴۰۰، سه یافته مرتبط را نشان داد. در یکی از پژوهش‌هایی که در حوزه علوم رفتاری انجام شده بود، از عبارت انتقال حسی - عاطفی به جای سرایت هیجانی، استفاده شده بود (غفوری، ۱۳۸۸). اما تاکنون پژوهشی پیرامون پدیده سرایت هیجانی، به صورت منحصربه‌فرد در سازمان‌های دولتی، صورت نگرفته است. در این مطالعات، سازمان خاصی مدنظر قرار داده نشده و مورد مطالعه هیچ یک از این پژوهش‌ها سازمان‌های دولتی و عمومی نبوده است و این پدیده به‌طور کلی در تمامی سازمان‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. ضمن اینکه در مطالعات داخلی، تاکنون پژوهشی پیرامون پدیده سرایت هیجانی در سازمان‌ها، به روش کیفی انجام نشده است.

بررسی‌های نویسندگان از پیشینه پژوهش در مطالعات خارجی نیز نشان داد که در موضوعات و عناوین پژوهشی خارجی، تنوع بیشتری نسبت به مطالعات داخلی وجود دارد. یکی از دلایل این امر، قدمت حداقل ۲۵ ساله سرایت هیجانی و تأثیر این پدیده بر انواع پدیده‌های سازمانی (بارسادی و همکاران، ۲۰۱۸)، در مطالعات بین‌المللی است. در بسیاری از رشته‌ها از جمله؛ روان‌شناسی فرهنگی، انسان‌شناسی، دیرینه‌شناسی، علوم اعصاب، زیست‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و تاریخ، با استفاده از فنون گوناگون به مطالعه سرایت هیجانی پرداخته شده است. مطالعات بین‌المللی پدیده سرایت هیجانی، در بسترهایی از جمله؛ ارتباطات و تبلیغات، بازاریابی و تجارت، فناوری رسانه‌های اجتماعی، بحران کرونا، جمعیت و در حوزه‌های مختلف زندگی سازمانی از جمله؛ رضایت مشتری، فرایندها و بروندهای گروهی، فرهنگ و جنسیت و قدرت و زمینه اجتماعی، رابطه میان رهبران و پیروان و روابط بین فردی و شخصیت اجتماعی، صورت گرفته است. در این مطالعات، پدیده سرایت هیجانی، در محیط‌های کاری متنوعی مورد اندازه‌گیری و واکاوی قرار گرفت و هدف آنها از مطالعه روی این پدیده، بررسی تأثیری بود که سرایت هیجانی می‌توانست بر نتایج شغلی کارکنان، روابط میان فردی، تجارت و سودآوری، تعاملات اجتماعی میان افراد و... داشته باشد. لذا به بررسی این پدیده، درک ماهیت و چرایی آن و همچنین پیامدهایی که برای افراد در محیط کار به دنبال

داشت، پرداختند. در نهایت، در مطالعات بین‌المللی، اکثر پژوهش‌ها به روش کمی و یا مطالعه موردی انجام گرفته‌اند، تعداد اندکی از مطالعات از حیث روش، کیفی و اکتشافی هستند و کم‌تر به فهم این پدیده پرداخته شده است.

علی‌رغم پژوهش‌های متعددی که در موضوع سرایت هیجانی انجام شده است، یکی از خلأهای نظری پژوهش، کشف پیشنهادهای سرایت هیجانی است. دوران همه‌گیری کرونا یکی از دوران‌هایی است که میزان و شدت بروز هیجانات منفی و سرایت آن بین کارکنان به اوج خود می‌رسد. لذا، مطالعه اکتشافی در باب پیشنهادهای سرایت هیجانی در این دوران که براساس تجربه زیسته کارکنان باشد به پرکردن این خلأ نظری کمک می‌کند.

## روش‌شناسی

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی، از لحاظ رویکرد، کیفی و راهبرد پژوهش حاضر نیز پدیدارشناسی توصیفی (کلایزی) است. علت انتخاب این راهبرد این است که پدیدارشناسی رویکرد مناسبی برای درک و فهم تجربه افراد است. زیرا امکان فهم عمیق‌تر ماهیت و معنی تجارب زیسته افراد را فراهم می‌کند. با توجه به هدف پژوهش، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته (حضور و غیرحضور) با رویکرد اکتشافی استفاده شد. جامعه پژوهشی این مطالعه را کارکنان سازمان‌های دولتی و عمومی غیر دولتی شامل می‌شدند. نمونه‌گیری در این پژوهش، به صورت هدف‌مند و از نوع نظری بود. انتخاب نمونه‌ها نیز تا جایی تداوم یافته است که کفایت و اشباع داده‌ها انجام شده باشد و پژوهشگران دریابند که نمونه‌های بعدی، اطلاعات متمایزی در اختیار ایشان نخواهند گذاشت. در نهایت، پژوهشگران با تعداد ۴۰ مصاحبه، به اشباع نظری رسیدند. سه معیار برای انتخاب مشارکت‌کنندگان در نظر گرفته شد: ۱. کارمند سازمان‌های دولتی و عمومی باشند، ۲. در دوران همه‌گیری کووید ۱۹ به صورت حضوری اشتغال به کار داشته باشند و ۳. پدیده سرایت هیجانی را در دوران همه‌گیری کووید ۱۹ تجربه کرده باشند و بتوانند تجربه خود را به روشنی بیان کنند. بدین منظور، قبل از شروع مصاحبه با مصاحبه‌شوندگان گفتگویی صورت گرفت و پس از توضیح مختصر در مورد مفهوم سرایت هیجانی، از افرادی که این پدیده را تجربه کرده بودند، خواسته شد تا تجربیاتشان را بیان کنند. به گفته کلایزی (۱۹۷۸)، تعداد شرکت‌کنندگان به غنای داده‌های هر شرکت‌کننده بستگی دارد. بنابراین، در این پژوهش نمونه‌گیری تا تحقق اشباع نظری (۴۰ مشارکت‌کننده) ادامه یافت. در جدول (۱) ویژگی‌های اصلی جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان نشان داده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

عامل	معیارها	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۲۵	۶۲,۵
	مرد	۱۵	۳۷,۵
سن	۴۰ سال و کم‌تر	۲۵	۶۲,۵
	۴۱ تا ۵۰ سال	۱۰	۲۵
	۵۱ سال و بالاتر	۵	۱۲,۵
محیط کار	سازمان‌های بهداشت و درمان	۱۳	۳۲,۵
	سازمان‌های امدادی	۱۲	۳۰
	سازمان‌های آموزشی	۹	۲۲,۵
	بانک‌های دولتی	۶	۱۵
سابقه خدمتی	۱۰ سال و کم‌تر	۱۱	۲۷,۵
	۱۱ تا ۲۰ سال	۱۶	۴۰
	۲۱ سال و بالاتر	۱۳	۳۲,۵

در مرحله اول، مصاحبه‌کننده مفهوم سرایت هیجانی را برای هر یک از مشارکت‌کنندگان به روشنی توضیح داد. سپس به‌ازای هر پرسش مصاحبه، از فرد سؤال شد که آیا نکته مبهمی وجود دارد؟ آیا توانسته‌اند فحوای سؤال را درک کنند؟ این سؤالات این اطمینان را ایجاد می‌کرد که مصاحبه‌شوندگان سؤال اولیه و سؤالات بعدی را درک کرده‌اند. مصاحبه‌ها حداقل ۳۵ دقیقه و حداکثر ۵۵ دقیقه به‌طول انجامید که با توجه به میانگین زمان ۴۰ دقیقه برای سؤالات پدیدارشناسی، قابل قبول است (فولمر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). هر جلسه مصاحبه، با دو سؤال آغاز شد: تجربه شما از پدیده سرایت هیجانی در محل کار در طول همه‌گیری کووید ۱۹ چه بوده است؟ به‌نظر شما چه شرایط، عوامل و زمینه‌هایی وجود داشته است که موجب شده هیجانانگیز به شما منتقل شود؟ در حین مصاحبه، پاسخ‌های قابل توجهی به سؤالات باز برای مشارکت‌کنندگان ثبت شد تا برای مصاحبه‌های آینده و تجزیه و تحلیل بیشتر مورد استفاده قرار گیرند. تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ها، با روشی که توسط کلایزی (۱۹۸۷) طراحی شده است،

1. Follmer

انجام گرفت که شامل هفت گام (مرحله) خواندن پروتکل مکتوب، استخراج گزاره‌های مهم، صورت‌بندی معانی برای هر گزاره مهم، سازماندهی معانی صورت‌بندی شده در قالب خوشه‌ای از موضوع‌ها، ادغام نتایج در قالب توصیفی جامع از پدیده، صورت‌بندی توصیف جامع در قالب گزاره‌هایی برای شناسایی ساختار بنیادین آن، ارجاع به مشارکت‌کنندگان برای اعتباربخشی به یافته‌ها و در صورت نیاز، افزودن داده‌های جدید مرتبط با نتیجه نهایی است (تاتانویک، ۱۴۰۰). پس از رونویسی از مصاحبه‌های هر یک از مشارکت‌کنندگان، عبارات، جملات یا پاراگراف‌های مهم انتخاب و استخراج شد (جدول ۲). برای هر جمله یا عبارت مهم، یک توصیف کوتاه از معنی پنهان در آن نوشته شد. در طی این مرحله از تجزیه و تحلیل داده‌ها، کلایزی (۱۹۷۸)، تأکید می‌کند که: «معانی وابسته به بافتار و افق به همراه پروتکل حاصل می‌شوند نه در آن. بنابراین، پژوهشگر می‌باید از آنچه در داده‌های اصلی ارائه شده است، فراتر رود و در عین حال، از آنها جدا نشود. او نباید معانی‌ای را صورت‌بندی کند که پیوندی با داده‌ها ندارد». پیش‌نیاز مرحله بعد، سازماندهی معانی صورت‌بندی شده در قالب خوشه‌هاست. در این مرحله تمام نتایج به دست آمده در قالب توصیفی جامع از پدیده‌ها ادغام می‌شوند. این مرحله با توصیف روایتی به منظور بیان یافته‌ها در قالب جملات بدون ابهام و به صورت خلاصه که ساختار اصلی پدیده را مشخص می‌کند، ادامه می‌یابد.

جدول ۲. برخی از گزاره‌های مهم استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	گزاره‌های مهم
۱	"خیلی از ما این قابلیت را نداریم که موقع ناراحتی یا نگرانی، خوشحالی و... خودمان را کنترل کنیم و کمتر احساسات مان را بروز دهیم و به دیگری منتقل نکنیم".
۲	"چون خودم پذیرش هیجان را دارم و روی رفتار و صحبت‌های دیگران حساسم و کوچکترین چیزی که باشد، من هم تحت تأثیر قرار می‌گیرم و کنجکاویم که بیشتر بدانم".
۳	"وقت‌هایی که مشکلی برای همکاران پیش می‌آید و یکی از بستگانش را از دست می‌داد، نمی‌توانستیم با او هم درد نباشیم و بی تفاوت باشیم".
۴	"اگر دوستی و رابطه عاطفی بینمان عمیق‌تر باشد بیش‌تر در من تأثیر می‌گذارد و شدت ناراحتی و خوشحالی‌ام را تعیین می‌کند".
۵	"شرایط پر استرس محیط کارم و هم‌چنین حساسیت روی کاری که انجام می‌دهم ایجاب می‌کند که به هر آنچه مربوط به کارم است توجه کنم و دریافت‌شان نمایم".

## قابلیت اعتماد یافته‌ها

قابل اعتماد بودن یکی از راه‌هایی است که پژوهشگران می‌توانند خود و خوانندگان را متقاعد کنند که یافته‌های پژوهش آنها شایسته توجه است (لینکلن و گوبا<sup>۱</sup>، ۱۹۸۵). یک گام مهم برای اثبات قابلیت اعتماد، دریافت بازخورد مشارکت‌کنندگان در مورد نتیجه‌گیری و تفسیر است (سیلورمن<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). علاوه بر این، مشاهده و مشارکت در صحنه پژوهش به‌طور دقیق و همچنین ضبط صدای مشارکت‌کنندگان باعث افزایش قابلیت اعتماد در یک مطالعه کیفی می‌شود (کرسول و پوث<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). در این مطالعه، سه راهبرد برای رسیدن به سطح قابل قبولی از اعتمادپذیری، اتخاذ شد: اول؛ رونوشت‌ها برای مصاحبه‌شوندگان ارسال شد تا اطمینان حاصل شود داده‌ها آنچه را که مدنظرشان بوده است نشان می‌دهد. دوم؛ پس از تکمیل درونمایه‌ها (مضامین)، توسعه و تفسیر، خلاصه‌های آنها با مشارکت‌کنندگان در میان گذاشته شد و مورد تأیید آنها قرار گرفت و این اطمینان حاصل شد که نتایج، بازتاب دیدگاه‌ها، هیجان‌ها و تجربیات مشارکت‌کنندگان است. بازخورد مشارکت‌کنندگان برای بهبود تفسیر داده‌ها و حذف هرگونه اطلاعات گمراه‌کننده استفاده شد. سوم؛ از راهبرد تأیید هم‌تا استفاده شد. به طوری که سه فرد مستقل (یک استادیار در رشته مدیریت دولتی و دو استادیار در رشته روان‌شناسی) که آشنایی نسبی با مقوله هیجان داشتند، درونمایه‌های به‌دست آمده و تناسب میان درونمایه‌های فرعی و اصلی را بررسی کردند و نقطه‌نظرات خود را ارائه دادند. این راهبرد کمک زیادی به افزایش دقت و اعتمادپذیری یافته‌های این پژوهش نمود.

## یافته‌های پژوهش

اطلاعات مکتوب مربوط به مصاحبه‌ها چندین مرتبه خوانده شد تا محتوای کلی آنها درک شود. این کار همراه با گوش دادن به مصاحبه‌های ضبط‌شده نیز انجام گرفت و مطالب مرتبط و موردعلاقه پژوهشگر که در حقیقت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش است، مشخص شد. سپس عبارات، جملات یا پاراگراف‌هایی که مربوط به سؤالات پرسیده‌شده در مصاحبه هستند جدا شده و در فایل‌های جداگانه‌ای نگهداری شدند. پژوهشگر از دو آیتم برای کدگذاری داده‌ها استفاده کرده است. پس از تایپ مصاحبه‌ها، با نرم‌افزار

1. Lincoln & Guba  
2. Silverman  
3. Creswell & Poth

Word، ابتدا کدهای هر مصاحبه مشخص و زیر آنها با استفاده از دستور (Ctrl+U) خط کشیده شده است. سپس یک کد شامل دو آیتم به هر کدام از این عبارات‌های مشخص شده اختصاص یافته است. به مثال زیر توجه کنید:

"چون خودم پذیرش هیجان را دارم و روی رفتار و صحبت‌های دیگران حساسم و کوچکترین چیزی که باشد، من هم تحت تأثیر قرار می‌گیرم و کنجکاوم که بیشتر بدانم". {F32}

این کد به دو آیتم دسته‌بندی می‌شود، حروف انگلیسی که در ابتدا آورده می‌شود، شامل حرف (F) برای مصاحبه‌شوندگان زن و حرف (M) برای مصاحبه‌شوندگان مرد است، در مثال بالا نشان می‌دهد که مصاحبه‌شونده زن است. عددی که سمت راست حروف انگلیسی قرار می‌گیرد، نشان‌دهنده شماره مصاحبه است؛ عدد (۳۲) در مثال بالا نشان می‌دهد که این کد مربوط به سی و دومین مصاحبه‌ای است که انجام گرفته است.

برای هر جمله یا عبارت مهم، یک توصیف کوتاه از معنی پنهان در آن نوشته شد (برچسب‌زنی یا کدگذاری). سپس معانی بیرون کشیده شده از جملات با هم ترکیب شدند تا یک معنی مشترک حاصل شد. در جدول (۳)، نمونه‌هایی از صورت‌بندی معانی برای برخی از گزاره‌های مهم ارائه شده است.

جدول ۳. نمونه‌هایی از صورت‌بندی معانی برای برخی از گزاره‌های مهم

ردیف	گزاره‌های مهم	درون‌مایه (معانی) استخراج شده اولیه
۱	"عدم کنترل خودمان می‌تواند باعث دریافت بیشتر شود". (F21) "زمانی که تحت تأثیر احساسات منفی قرار می‌گیرم بهم می‌ریختم، عصبی می‌شدم، خود به خود کنترلم را از دست می‌دادم". (F40)	عدم قابلیت خودکنترلی
۲	"چون خودم پذیرش هیجان را دارم و روی رفتار و صحبت‌های دیگران حساسم و کوچکترین چیزی که باشد، من هم تحت تأثیر قرار می‌گیرم و کنجکاوم که بیشتر بدانم". (F32) "من خودم خیلی دوست دارم که حس بقیه را دریافت کنم و نمی‌توانم بی‌تفاوت باشم". (F36)	هیجان خواهی
۳	"من چون در بخش کووید بیمارستان کار می‌کنم، به چشم می‌دیدم، همکارانی که برای روحیه دادن به بیماران بخش به سراغ آنها می‌روند،	تمایل به دلداری و همراهی کردن با دیگران

درون‌مایه (معانی) استخراج شده اولیه	گزاره‌های مهم	ردیف
	<p>خودشان هم به جای آنکه روحیه بدهند، تحت تأثیر احساسات بیماران قرار می‌گرفتند، چون آنقدر در مورد ناراحتی‌ها و بخش منفی قضیه صحبت می‌شد که همه را درگیر کرده بود و افراد وحشت داشتند؛ چراکه با صحبت کردن با هم یک نفر آرام می‌شد و نفر بعدی ناراحتی او را دریافت می‌کرد." (F11)</p>	
<p>نوع دوستی</p>	<p>"عادت کردیم که ناراحتی دیگران را ناراحتی خودمان و خوشحالی دیگران را خوشحالی خودمان بدانیم." (F35)                      "من خودم روحیه خاصی دارم، از بچگی تا به الان هر زمان برای نزدیکان، دوستان، خانواده یا حتی افراد غریبه اتفاقی بیفتد و من حال آنها را ببینم، مخصوصاً وقتی اتفاق مثبتی نباشد تمامی آن احساسات منفی و ناراحتی‌ها را دریافت می‌کنم و ناراحت می‌شوم، دست خودم نیست." (M37)</p>	<p>۴</p>
<p>علاقه میان طرفین</p>	<p>"خانم رحیمی یکی از همکارانی بود که همه افراد بخش به ایشان علاقه داشتند و برای ایشان احترام زیادی قائل بودند، یک روز که شنیدم به کرونا مبتلا شدند و بر اثر این بیماری فوت کردند تا مدت‌ها دپرس و افسرده بودم و زمانی که این موضوع به گوش دیگر همکارانم هم رسید، ترس، دلهره و اضطراب شدیدی بین آنها به وجود آمد و این دلهره‌هایی که داشتند دست‌به‌دست می‌چرخید و به همه افراد منتقل شد، به طوری که روحیه برای انجام کار نداشتیم و هر لحظه می‌ترسیدیم." (F11)                      "حس دوست داشتن باعث می‌شود به احساسات آن همکاری که بیشتر دوستش دارم، توجه کنم و حسش را بگیرم، اما اگر خیلی با هم دوست نباشیم کم‌تر احساسات‌شان به من منتقل می‌شود." (F35)</p>	<p>۵</p>
<p>تعامل مستقیم با ارباب رجوع</p>	<p>"ما با توجه به شرایط کاری‌ای که داریم ناخواسته تحت تأثیر احساسات افراد قرار می‌گیریم و با آمدن مراجعه‌کنندگان و صحبت کردن با آنان و شنیدن مشکلاتی که دارند، علاوه بر اینکه خودشان دچار شرایط حاد روحی و روانی هستند روی ما هم تأثیر می‌گذرانند و به این احساساتی که دریافت کرده‌ایم، شدت می‌دهند." (M12)                      "چون در محیط کاری ما، با ارباب رجوع بیشتری سروکار داریم و پیوسته با آنها ارتباط برقرار می‌کنیم و راجب آموزش‌ها و... صحبت می‌کنیم، افراد بیشتر تحت تأثیر احساسات یکدیگر قرار می‌گیرند." (F3)</p>	<p>۶</p>

در مرحله بعد، معانی استخراج شده از متن مصاحبه‌ها (که در دو جدول بالا ارائه شده است)، پس از چندین بار مطالعه و بررسی موشکافانه توسط پژوهشگر، در نهایت به ۱۲ درونمایه فرعی و ۳ درونمایه اصلی خوشه‌بندی شد. درونمایه‌های فرعی و اصلی در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. درونمایه‌های فرعی و اصلی

درونمایه‌های اصلی	درونمایه‌های فرعی	درونمایه استخراج شده اولیه
عوامل فردی	برون‌گرایی	برون‌ریزی
		اجتماعی‌بودن و نیاز به تعامل
	بدتنظیمی هیجانی	عدم کنترل بر احساسات و هیجانات
		عدم قابلیت خودکنترلی
	عدم ذهن‌آگاهی	ضعف در شناخت هیجانات دریافت شده
		ضعف در توانایی کنترل رفتار
	گشودگی به تجربه	خودگشودگی
		هیجان‌خواهی
		کنجکاوی برای بیشتر دانستن
	توافق‌پذیری	تمایل به دلداری و همراهی کردن با دیگران
		احساس مسئولیت در قبال همکاران
		تمایل به کمک کردن به همکاران
		نوع دوستی
	همدلی	توجه همدلانه (همدردی)
همدلی هیجانی		
عوامل میان‌فردی	صمیمیت بین افراد	وابستگی عاطفی میان طرفین
		علاقه میان طرفین
		تشابه روحیات و خلق و خوی میان طرفین
		اعتماد میان طرفین
		آشنا بودن با فرد انتقال‌دهنده هیجان
		اهمیت و اعتبار فرد سرایت‌دهنده
	تعاملات میان‌فردی	تعامل مستقیم با ارباب‌رجوع
		تعامل و نزدیکی میان طرفین



درونمایه‌های اصلی	درونمایه‌های فرعی	درونمایه استخراج شده اولیه
		مراوده با تیپ‌های شخصیتی متفاوت
	وابستگی متقابل وظایف میان فردی	وابستگی کاری میان طرفین نزدیکی فیزیکی و ساختاری در محیط کاری
عوامل سازمانی	وجود جو احساسی در سازمان	وجود جو احساسی در محیط کار محیط کاری پر استرس
	ارزش‌ها و باورهای فرهنگی سازمان	حاکمیت مؤلفه‌های فرهنگی زن‌سالارانه در محیط کاری
		سهولت انتشار اخبار رویدادها در محیط کاری
		محیط کاری رقابتی
	مؤلفه‌های ساختاری سازمان	جنسیت
		عدم رسمیت در کار
		شرایط شغلی

دوازده درونمایه فرعی تداعی‌کننده پیشایندهای سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ است که در ادامه شرح داده شده است.

### برون‌گرایی

اولین عامل مؤثر در سرایت هیجان‌ها که از پیشایندهای فردی سرایت هیجانی به‌شمار می‌رود، برون‌گرایی است. برون‌گرایی یا جهت‌یافتن افکار به جهان خارجی، یک صفت شخصیتی در انسان است که در مقابل درون‌گرایی یا جهت‌یافتن افکار به جهان داخلی قرار دارد. صفت برون‌گرایی در فرد باعث بروز هیجان‌ها و احساسات می‌شود و در نتیجه به‌عنوان عاملی که زمینه انتقال هیجان‌ها را ایجاد می‌کند، پدیده سرایت هیجانی را رقم می‌زند. در میان مصاحبه‌شوندگان فردی که کارمند سازمان آتش‌نشانی بود، اینگونه اظهار می‌کرد که «بستگی به فردی دارد که هیجان را بیان می‌کند و انتقال می‌دهد. یک نفر برون‌گراست و دیگری درون‌گرا،... من که فرد برون‌گرایی هستم بیشتر در معرض سرایت در این دوران بودم». این کارمند در میان گفته‌هایش همچنین عنوان کرد که: «انسان، موجودی اجتماعی است و ذاتاً به دلیل اجتماعی بودن، هیجان‌ها و احساساتش را بیان می‌کند». این بدین معناست که افراد با خصوصیت

برون‌گرایی، اغلب صمیمی و اجتماعی هستند؛ به طوری که در ابراز هیجانات، احساسات و عقایدشان کاملاً راحت عمل می‌کنند و بیشتر اوقات فکرنشده و بی‌محابا حرف می‌زنند و از طریق تعامل با دیگران انگیزه و نیرو می‌گیرند. همچنین، همیشه در جمع بودن را ترجیح می‌دهند و می‌خواهند که مشکلات را با بحث و گفت‌وگو با دیگران و ارائه راه‌حل‌های گوناگون حل کنند. این دسته از افراد علاقه‌مند به اشتراک‌گذاری مداوم احساسات با دیگران هستند همین امر باعث می‌شود افراد برون‌گرا مستعد تجربه سرایت هیجانات باشند.

### بدتنظیمی هیجانی

همه انسان‌ها در زندگی خود علاوه بر حس مثبت، حس بد و منفی را نیز تجربه می‌کنند. حس‌هایی مانند شکست، طردشدگی، اضطراب، ناراحتی، عصبانیت و... افراد با توجه به محیطی که در آن زندگی می‌کنند و الگوهای که در اختیار دارند، یاد می‌گیرند که چگونه با این دسته از احساسات برخورد کنند. اما فردی که در تنظیم احساسات و هیجانات خود مشکل دارد، نمی‌تواند هیجاناتش را مدیریت کند و این دقیقاً همان بدتنظیمی هیجانی است. به وضوح می‌توان در میان صحبت‌های یکی از مصاحبه‌شوندگان، نقش بدتنظیمی هیجانی در بروز و انتقال هیجانات را مشاهده کرد. یکی از مشارکت‌کنندگان نظر خود را این گونه بیان کرد: «زمانی که تحت تأثیر احساسات منفی قرار می‌گیرم به هم می‌ریختم، عصبی می‌شدم، خود به خود کنترلم را از دست می‌دادم».

### عدم ذهن آگاهی

عدم ذهن آگاهی را می‌توان عدم توجه آگاهانه به زمان حال یا نوعی واکنش خودکار و فاقد آگاهی دانست. یعنی فرد در مواجهه با هیجانات فرد مقابل، به جای آنکه افکار و احساسات منفی را به عنوان وقایعی تجربه کند که در حال گذر از پرده ذهن هستند، آنها را بخشی از خویشتن خود می‌داند و دچار پریشانی می‌شود. در واقع، ضعف در شناخت هیجانات دریافت شده باعث می‌شود بین فرد و آنچه در واقعیت وجود دارد، فاصله بیفتد و امکان درک صحیح موقعیتی که در آن قرار دارد و همچنین ارائه پاسخ منطقی، عاقلانه و از روی آگاهی، از وی سلب شود. در میان مصاحبه‌شوندگان، کارمندی وجود داشت که در وزارت بهداشت مشغول کار بود. وی پس از اینکه از او پرسیده شد چه عاملی موجب می‌شود تا هیجانات به او

منتقل شوند، پاسخ داد: «اگر فردی شخصیت نارسی داشته باشد خیلی زود تحت تأثیر هیجان‌ات مثبت و منفی قرار می‌گیرد چون نگاه می‌کند و می‌بیند که دیگران چه کار می‌کنند و او هم همان کار را انجام می‌دهد، برای خودش تصمیم نمی‌گیرد و انتخاب نمی‌کند که به چه چیزهایی باید بها دهد». یا در روی دیگر سکه، مصاحبه‌شونده‌ای اظهار می‌کرد که: «کارمندان بانک ما چون دوره‌های آموزشی تخصصی مثل زبان بدن را می‌بینند، در زمان بحران و درگیری‌ها، کنترل رفتاری بالاتری داشتند و عصبانیت و خشم خود را بیشتر از سایر کارمندان کنترل می‌کردند».

### گشودگی به تجربه

گشودگی به تجربه یعنی پذیرای تجربه بودن. افرادی که در سطح بالایی از گشودگی قرار دارند، به دنبال تجربیات جدید هستند و نسبت به احساسات و هیجان‌ات پیرامون خود، واکنش نشان می‌دهند و نمی‌توانند نسبت به پیرامون خود بی‌تفاوت باشند. به بیانی دیگر، آنها سرشان درد می‌کند برای دریافت هیجان‌ات دیگران. همان‌طور پرستار یک بیمارستان دولتی اظهار می‌کرد که «چون خودم پذیرش هیجان را دارم و روی رفتار و صحبت‌های دیگران حساسم و کوچک‌ترین اتفاقی که می‌افتاد، من هم تحت تأثیر قرار می‌گرفتم و کنجکاو می‌شدم که بیشتر بدانم».

### توافق‌پذیری

توافق‌پذیری، یک ویژگی شخصیتی است که می‌توان آن را در خصوصیت رفتاری افراد مشاهده کرد (تامپسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). افراد دارای ویژگی توافق‌پذیری (سازگاری)، تمایل به خدمت کردن، کمک کردن، همراهی و همکاری با دیگران دارند و از این کار لذت می‌برند. این افراد همچنین از نوعی احساس مسئولیت و نوع‌دوستی برخوردارند که باعث می‌شود هیجان‌ات و احساسات محیط اطراف خود را دریافت کنند. یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌کرد که: «من چون در بخش کووید بیمارستان کار می‌کنم، به چشم می‌دیدم، همکاری که برای روحیه‌دادن به بیماران بخش به سراغ آنها می‌روند، خودشان هم به جای آنکه روحیه بدهند، تحت تأثیر احساسات بیماران قرار می‌گرفتند، چون آنقدر درمورد ناراحتی‌ها و بخش

1. Thompson

منفی قضیه صحبت می‌شد که همه را درگیر کرده بود و افراد وحشت داشتند؛ چراکه با صحبت کردن باهم یک نفر آرام می‌شد و نفر بعدی ناراحتی او را دریافت می‌کرد» {F11}.

### همدلی

همدلی یعنی درک احساس و فهم تجربه حسی دیگران. به عبارت دیگر، همدلی یعنی قراردادن خودمان در جایگاه فردی دیگر، به طوری که بتوان از دید آن فرد به مسائل، رویدادها و... نگاه کرد. افراد دارای خصوصیت همدلی، خودشان را جای طرف مقابلشان قرار می‌دهند و معمولاً با مهربانی و عطوفت با طرف مقابل رفتار می‌کنند و با او همراه و همدل می‌شوند. در تأیید این یافته، مصاحبه‌شونده‌ای می‌گفت: «وقت‌هایی که مشکلی برای همکاران پیش می‌آمد و یکی از بستگانش را از دست می‌داد، نمی‌توانستیم با او همدرد نباشیم و بی‌تفاوت باشیم».

### صمیمیت بین افراد

صمیمیت یعنی احساس محبت و اظهار آن، علاقه، مراقبت، غمخواری نسبت به فردی که او را دوست داریم؛ به طوری که نوعی احساس گرمی، محبت، نزدیکی و در قید و بند بودن را در فرد مقابل ایجاد می‌کند. صمیمیت شامل احساس قرار گرفتن در یک ارتباط نزدیک، شخصی و تعلق به یکدیگر است که از طریق دانش و تجربه دیگری شکل می‌گیرد. صمیمیت واقعی در روابط انسانی مستلزم گفتگو، شفافیت، آسیب‌پذیری و تعامل است. همچنین، صمیمیت میان افراد باعث می‌شود که آنها هیجانانگیز، احساسات، ترس‌ها و آرزوهای خود را بدون هیچ نگرانی‌ای و از روی اعتماد با یکدیگر به اشتراک بگذارند و با هم احساس خودمانی و صمیمیت کنند. همچنین، میزان صمیمیت میان افراد باعث می‌شود هر یک از افراد این ظرفیت را داشته باشد تا طرف مقابلش را بشناسد، درک کند و هیجانانگیز و احساساتش را دریافت کند یا انتقال دهد. یعنی فرد هم می‌تواند گیرنده هیجانانگیز باشد و هم فرستنده آنها. برای مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گفت: «یکی از همکارانم که همه افراد بخش به ایشان علاقه داشتند و برای ایشان احترام زیادی قائل بودند، یک روز که شنیدم به کرونا مبتلا شدند و بر اثر این بیماری فوت کردند تا مدت‌ها دپرس و افسرده بودم و زمانی که این موضوع به گوش دیگر همکارانم هم رسید، ترس، دلهره و اضطراب شدیدی بین آنها به وجود آمد و این دلهره‌هایی که داشتند دست‌به‌دست می‌چرخید و به همه افراد منتقل شد، به طوری که روحیه برای انجام کار نداشتیم و هر لحظه می‌ترسیدیم»

## تعاملات میان فردی

تعاملات میان فردی، فرایندی است که طی آن یک فرد هیجانات و احساسات خود را به صورت کلامی یا غیر کلامی به یک فرد یا افراد دیگر منتقل می کند و در این نوع از تعاملات معمولاً جای فرستنده و گیرنده تغییر می کند و جابه جا می شود. محیط های کاری این شرایط را ایجاد می کنند تا افراد حتی به صورت ناخواسته و با نداشتن تمایل قبلی برای برقراری ارتباط، با یکدیگر تعامل داشته باشند و هیجانات محیط پیرامون را دریافت کنند. نمونه این مطلب، در گفته های مصاحبه شونده ای مورد اشاره قرار گرفته است:

«ما با توجه به شرایط کاری ای که داریم ناخواسته تحت تأثیر احساسات افراد قرار می گرفتیم و با آمدن مراجعه کنندگان و صحبت کردن با آنان و شنیدن مشکلاتی که داشتند، علاوه بر اینکه خودشان دچار شرایط حاد روحی و روانی می شدند روی ما هم تأثیر می گذاشت و به این احساساتی که دریافت می کردیم، شدت می بخشید.»

## وابستگی متقابل وظایف میان فردی

وابستگی متقابل وظایف، یعنی افراد برای انجام وظایف شغلی شان به یکدیگر متکی بوده و نسبت به یکدیگر مسئولند. وابستگی متقابل وظایف زمینه انتقال هیجانات و احساسات را میان افرادی که به لحاظ وظیفه به هم وابسته هستند، ایجاد می کند. مانند مصاحبه شونده ای که گفت: «چون وابستگی کاری داریم احساساتمان را بیان می کنیم». همچنین این امکان وجود دارد افرادی که در محیط کاری خود بیشتر با هم در ارتباط هستند و کارشان ایجاب می کند که برای به انجام رساندن وظایف خود متکی به انجام وظیفه همکارشان باشند، بیشتر تحت تأثیر هیجانات و احساسات یکدیگر قرار گیرند. یک کارمند سازمان آتش نشانی در این زمینه می گفت: «مزیتی که سازمان ما دارد این است که واحدها از یکدیگر جدا هستند و فاصله ها بیشتر است. خیلی درگیر هیجانات یکدیگر نمی شویم»

## وجود جو احساسی در سازمان

یکی از عوامل سازمانی که باعث می شود افراد در محیط کاری خود تمایل پیدا کنند تا هیجاناتشان را به یکدیگر انتقال دهند، جو سازمانی احساسی است. افرادی که در یک محیط سازمانی مشغول به کار

هستند، با توجه به شرایط محیط کار، میزان حساسیت کاری، مراودات درون و برون‌سازمانی، نوع فعالیتی که انجام می‌دهند و... تحت تأثیر هیجان‌ات همکاران و ارباب رجوع قرار می‌گیرند و این هیجان‌ات را دریافت می‌کنند. بعد از مدتی هیجان دریافت‌شده توسط فرد به فرد دیگری منتقل می‌شود و همین‌طور دست‌به‌دست می‌چرخد تا اینکه جو احساسی‌ای را در محیط سازمان ایجاد می‌کند و بر کارکنان تأثیر می‌گذارد؛ مانند یکی از مشارکت‌کنندگان که می‌گفت: «جو احساسی‌ای که بین افراد در محیط کار ایجاد شده بود همه را به نوعی دچار مشکلات روحی روانی، اختلال در رفتار و... کرده بود».

### ارزش‌ها و باورهای فرهنگی سازمانی

یکی دیگر از عوامل سازمانی که باعث می‌شود افراد در محیط کاری خود تمایل پیدا کنند تا هیجان‌اتشان را به یکدیگر انتقال دهند، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی یک ضرورت انکارناپذیر است. بدین معنا که هر سازمان دارای فرهنگ خاص و منحصر به فرد خود است. کارکنان یک سازمان برای رسیدن به اهداف سازمانی، از فرهنگ سازمان خود پیروی می‌کنند و مطابق با مفروضات اساسی، اصول ارزشی و الگوهای رفتاری خاص آن فرهنگ، در جهت رسیدن به اهداف سازمانی عمل می‌کنند. مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی نظیر جنسیت، زن‌سالاری یا مردسالاری، محیط کاری رقابتی و... زمینه را برای سرایت هیجان‌ات از فردی به فرد دیگر فراهم می‌کنند. نمونه‌ای از این مطلب را می‌توان در مصاحبه کارمند و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی، مشاهده کرد که شرح داد: «من زمانی که در بیمارستان کار می‌کنم خیلی تحت تأثیر احساسات دیگران و همکارانم قرار می‌گیرم. اما زمانی که در دانشگاه مشغول به کار هستم، این تنش‌ها و میزان تحت تأثیر قرار گرفتن احساسات برای من کم است. در دانشگاه چون من هیئت علمی هستم بیشتر فضای رقابت وجود دارد و این باعث می‌شود افراد به یکدیگر استرس دهند و احساساتشان را بیان کنند. همچنین مواقعی که باید ارتقای سالانه‌مان را رد کنیم، اگر مقاله‌ای نداشته باشیم یا رکورد علمی وجود داشته باشد، بقیه همکاران مداوم به سمت تو پیام می‌فرستند و حس اضطراب و نگرانی را به تو منتقل می‌کنند، در نتیجه استرس زیادی به من وارد می‌شود».

### مؤلفه‌های ساختار سازمان

ساختار سازمان یعنی اینکه سازمان با توجه به اهداف و مأموریت‌های خود انجام چه وظایفی را در

دستور کار خود قرار داده و اجرای آن را به چه کسانی سپرده و توزیع اختیارات و مسئولیت در سازمان به چه صورتی است و همچنین، مؤلفه‌هایی را شامل می‌شود که چند مورد از آنها عبارتند از: رسمیت یا عدم رسمیت، شرایط شغلی و... این مؤلفه‌ها باعث می‌شوند افراد تمایل پیدا کنند تا هیجانات خود را در محیط سازمان با یکدیگر به اشتراک بگذارند و پدیده سرایت هیجانی رخ دهد. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان این گونه اظهار می‌کرد که:

«من روزهایی که انتظامات هستم خیلی تحت تأثیر احساسات دیگران قرار می‌گیرم، اما روزهایی که تأسیسات هستم چون تعامل کمتری با افراد اطرافم دارم و کار خودم را انجام می‌دهم، آرام‌تر هستم و آرامش خاطر بیشتری دارم.»

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه، فهم تجربه زیسته کارکنان از پدیده سرایت هیجانی و پیشایندهای آن در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ بود. این مطالعه پژوهشی، تجربیات کارکنان از پیشایندهای سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ را از نظر علمی مورد بررسی قرار داد. با توجه به بازه زمانی جالبی که داده‌ها طی آن جمع‌آوری شد، این مطالعه نگرش منحصر به فردی از سرایت هیجانی را نشان داد. براساس نتایج مطالعه حاضر، سرایت هیجانی دوازده پیشایندها دارد که در شکل (۱) ارائه و شرح داده شده است.

اولین دسته از پیشایندهای سرایت هیجانی در سازمان، پیشایندهای فردی هستند. یکی از پیشایندهای فردی، برون‌گرایی است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که در زمان همه‌گیری کووید ۱۹، افراد با شخصیت برون‌گرا زمینه دریافت و هم انتقال هیجانات در محیط کاری را ایجاد می‌کنند. هم‌راستا با این یافته پژوهش حاضر، بارساد و همکاران (۲۰۱۸) نیز، بر نقش برون‌گرایی در سرایت هیجانی و اشتراک‌گذاری هیجانات اشاره داشته‌اند و حتی در این خصوص اذعان کردند که برون‌گرایی و واکنش هیجانی یکی از ویژگی‌های گیرنده هیجان در بحث تفاوت‌های فردی است. به‌طور مشابه، پیرا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، نیز نقش برون‌گرایی در سرایت هیجانی را تأیید کردند. آنها در پژوهش خود بیان کردند که تصمیم در مورد ابراز یا عدم ابراز یک هیجان یا احساس خاص، به برون‌گرایی فرد بستگی دارد.

1. Pereira



شکل ۱. پیشایندهای سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹

دومین پیشایندها از عوامل فردی، بدتنظیمی هیجانی است. افراد در زمان همه‌گیری کرونا نمی‌توانند هیجان‌ها و احساسات خود را تنظیم و مدیریت کنند و همین عامل، زمینه انتقال و سرایت هیجان‌ها را به دیگران ایجاد می‌کند. به‌طور مشابه، از دیدگاه دو پونت<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، نیز تنظیم هیجان‌ها بخش مهمی از زندگی است و اختلال در تنظیم هیجان‌ها در یافتن یا بدتنظیمی هیجانی، هم در مورد هیجان‌ها منفی و هم در خصوص هیجان‌ها مثبت وجود دارد و می‌تواند تاب‌آوری را تحت تأثیر قرار دهد و آسیب‌های روانی را برای فرد به دنبال داشته باشد؛ اما بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، علاوه بر اینکه اظهار کردند هنجارهای تنظیم خلق و خوی گروه یکی از عوامل ساختاری-زمینه‌ای ویژگی‌های گروه است،

1. Du Pont



تنظیم هیجانی را به عنوان عاملی در نظر گرفتند که می تواند زمینه انتقال کمتر یا بیشتر از حد هیجانات را فراهم آورد.

عدم ذهن آگاهی، سومین پیشاینده از عوامل فردی است. عدم ذهن آگاهی باعث می شود افراد به جای اینکه از کنار هیجانات و احساسات منفی کووید ۱۹ عبور کنند، بیشتر خود را درگیر هیجانات اطرافیانسان کنند و آن هیجانات را جزئی از خویشتن خود بدانند. منظور بارساد و همکاران (۲۰۱۸) نیز، از آوردن عبارت «تلاش هیجانی» در پژوهش خود، همین ذهن آگاهی و توانایی فرد در مواجهه با هیجانات و احساسات منفی باشد. بدین معنا که افراد تلاش می کنند تا حس طرف مقابلشان را دریافت کنند و یا بالعکس. حتی این فرضیه می تواند وجود داشته باشد که منظور بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، از تلاش هیجانی، دوری و رهایی از هیجانات اطرافیان است؛ به نوعی که فرد خود را درگیر مسائل هیجانی و احساسی ابراز شده توسط طرف مقابلش نکند. از طرفی، پرولت<sup>۱</sup> (۲۰۲۱)، نیز در پژوهش خود نقش ذهن آگاهی و عدم ذهن آگاهی در سرایت هیجانات و حساسیت افراد به هیجانات دیگران را تأیید کرده است. چهارمین پیشاینده از عوامل فردی، گشودگی به تجربه است. افراد به دلیل عدم آشنایی و شناخت کامل نسبت به ویروس کووید ۱۹، تمایل دارند تا هیجانات و احساسات اطرافیانسان را برای کسب تجربه بیشتر، دریافت کنند. در زمان همه گیری کووید ۱۹، افراد به ویژه کارکنان سازمان های دولتی پذیرای هیجانات همکاران خود بودند و نمی توانستند نسبت به هیجاناتی که در این دوران رد و بدل می شوند، بی تفاوت باشند. به طور مشابه بارساد و همکاران (۲۰۱۸) نیز، نقش گشودگی به تجربه در فرایند سرایت هیجانی را تأیید کرده اند. از دیدگاه آنها، درجه گشودگی و پذیرا بودن یکی از ویژگی های گیرنده هیجان در بحث تفاوت های فردی است. از دیدگاه کائو<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، نیز نقش گشودگی در انتقال هیجانات، مورد تأیید قرار گرفته است. توافق پذیری، پیشاینده فردی دیگر است. افراد در زمان مواجهه شدن با هیجانات، به ویژه هیجانات منفی ناشی از همه گیری کووید ۱۹، هیجانات و احساسات طرف مقابلشان را به منظور کمک کردن، همراهی کردن، دلداری دادن و... دریافت می کردند. بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، نیز در بخشی از پژوهش خود به این مورد اشاره داشته اند که کارکنان خوش رویی که آماده سرایت پذیری از هیجانات دیگران هستند، افسردگی را تجربه نمی کنند. آنها در مطالعه خود، یک رابطه منفی بین سرایت

1. Perault  
2. Cao

هیجانی و افسردگی از طریق یک رابطه مثبت بین تلاش هیجانی و سرایت هیجانی پیدا کردند. این بدین معناست که وقتی افراد آماده دریافت هیجان‌ها، به‌ویژه هیجان‌ها منفی هستند خودشان کمتر تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند، زیرا به دنبال تحلیل و ارائه راهکار برای حل مسئله و کاهش هیجان‌ها منفی ناشی از مشکل پیش آمده هستند. آخرین پیشنهاد در سطح فردی، همدلی است. همدلی یکی از عواملی بود که در زمان کرونا باعث شده بود کارکنان خودشان را در جایگاه فرد مقابلشان قرار دهند و با او همدل و همراه باشند و همین امر موجب انتقال هیجان‌ها به یکدیگر می‌شد. هم‌راستا با یافته‌های این پژوهش، زرشقایی و همکاران (۱۳۸۹)، نیز همدلی را به‌عنوان عاملی که می‌تواند باعث انتقال هیجان‌ها میان افراد شود، مورد تأیید قرار داده‌اند. از دیدگاه آنها، در ظاهر قابلیت و توانمندی همدلی در متمایز ساختن افرادی که در رفتار نوع دوستانه درگیر شده یا نمی‌شوند، نقشی مهم بازی می‌کند. هنگامی که فرد همدل این‌گونه ادراک می‌کند که فرد دیگری ناراحت است، در نتیجه همدلی خود، آن ناراحتی را نیز تجربه می‌کند. به‌طور مشابه، بانرجی و سربواستاوا (۲۰۱۹)، ویجایالاکشمی و باتاچاریا (۲۰۱۲)، بانرجی و سربواستاوا (۲۰۱۹) و بالکنی و کانوسو<sup>۱</sup> (۲۰۱۳)، نیز در پژوهش خود بیان کردند که همدلی در رفتار اجتماعی باعث سرایت هیجانی می‌شود.

دومین دسته از پیشنهادهای سرایت هیجانی، عوامل میان‌فردی هستند. یکی از پیشنهادهای میان‌فردی، صمیمیت میان افراد است. در زمان کووید ۱۹، صمیمیتی که میان کارکنان در محیط کاری وجود داشت باعث می‌شد تا بیشتر با یکدیگر صحبت کنند، احساسات و هیجان‌هاشان را بروز دهند و همچنین از لحاظ هیجانی بیشتر تحت تأثیر یکدیگر قرار گیرند. به‌طور مشابه، پیرا و همکاران (۲۰۱۱)، بارتل و ساودرا<sup>۲</sup> (۲۰۰۰)، نیز سطح صمیمیت بین اعضا بر اساس سابقه تعاملات گروه و تجربیات قبلی برون‌گروهی را عاملی برای سرایت هیجان‌ها می‌دانند. دومین پیشنهاد در سطح میان‌فردی وابستگی متقابل وظایف است که زمینه انتقال هیجان‌ها و احساسات در محیط کار، به‌خصوص در زمان همه‌گیری کرونا میان افرادی که به‌لحاظ وظیفه به هم وابسته بودند ایجاد کرد. هم‌راستا با این یافته از مطالعه حاضر، بارتل و ساودرا (۲۰۰۰) و بارساد و همکاران (۲۰۱۸) بر نقش وابستگی متقابل وظیفه به‌عنوان عامل دیگری که می‌تواند بر همگرایی خلق و خوی در گروه‌های کاری تأثیر بگذارد، تأکید کردند.

1. Balconi & Canavesio  
2. Bartel & Saavedra

سومین دسته از پیشایندهای سرایت هیجانی، عوامل سازمانی هستند. یکی از این پیشایندهای سازمانی وجود جو احساسی در سازمان است. از دیدگاه رئوس<sup>۱</sup> و لیو (۲۰۰۴)، جو سازمانی در کنار تعامل اجتماعی عواملی هستند که باعث می‌شود احساسات از فردی به فرد دیگر منتقل شوند. به‌طور مشابه، بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، نیز، نقش جو سازمانی در سرایت هیجانی را تأیید می‌کنند.

سومین پیشایندهای سازمانی، ارزش‌های و باورهای فرهنگی سازمان است. به باور بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، برخی از مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی نظیر متغیرهای جمعیت‌شناسی (سن، جنسیت، نژاد، قومیت) بر سرایت هیجانی اثر گذارند. در همین راستا، هتفیلد و همکاران (۲۰۱۴) نیز در این زمینه اذعان کردند که افراد در فرهنگ‌های فردگرا نسبت به فرهنگ‌های جمع‌گرایانه باید کمتر مستعد تقلید و سرایت باشند یا بسیاری از نظریه‌پردازان بیان می‌کنند که زنان بیشتر به هیجانات دیگران توجه می‌کنند. همچنین، در پژوهش دیگری یافته‌های هتفیلد و همکاران (۲۰۱۸)، نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی می‌تواند بر فرایند سرایت هیجانی اثر گذار باشد.

آخرین پیشایندهای دسته عوامل سازمانی، مؤلفه‌های ساختار سازمانی است. این مؤلفه‌ها باعث می‌شدند افراد تمایل پیدا کنند تا هیجانات خود را در محیط سازمان با یکدیگر به اشتراک بگذارند و پدیده سرایت هیجانی رخ دهد. به‌طور مشابه بارساد و همکاران (۲۰۱۸)، نیز نوع صنعت یا شغل را یکی از عوامل ساختاری - زمینه‌ای می‌دانند. از طرفی کامرلندر<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۲) نیز در این زمینه اذعان داشتند که رسمی‌شدن احتمالاً اثر سرایت هیجانی را خنثی می‌کند.

با توجه به تأثیر مؤلفه‌های فردی روان‌شناختی نظیر برون‌گرایی، بدتنظیمی هیجانی، عدم ذهن آگاهی، گشودگی به تجربه، توافق‌پذیری و همدلی در سرایت هیجانی، پیشنهاد می‌شود سازمان‌های دولتی پس از اتمام فرایند گزینش و استخدام افراد متقاضی، کارگاه‌های آموزشی را تحت عنوان خودتنظیمی و کنترل بر خود در نتیجه مواجهه با جو احساسی حاصل از رخ دادن یک رویداد در محیط کار، در برهه‌ای از زمان با هدف مدیریت خویشتن در سازمان، طراحی و اجرا کنند.

با توجه به نقش جو سازمانی احساسی، مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و مؤلفه‌های ساختار سازمان به‌عنوان مؤلفه‌های سازمانی که باعث انتقال هیجانات به افراد در محیط‌های کاری و سازمانی می‌شوند. رهبران

1. Reus  
2. Kammerlander

سازمان‌ها با انتقال دانش خود درباره موضوع پیش آمده، صحبت کردن غیررسمی و صمیمی با کارمندان در مورد احساسات منتقل شده در محیط کار و تقویت مهارت‌های مدیریت هیجانات در محیط کار، جو پر تنش ایجاد شده در سازمان را کاهش دهند و با حفظ روحیه خود و همچنین روحیه‌دادن به کارکنان آنها را برای ادامه فعالیتشان ترغیب کنند.

این مطالعه، اطلاعات منحصر به فردی را به مجموعه دانش در مورد پیشنهادهای سرایت هیجانی در زمان همه‌گیری کووید ۱۹ ارائه داد. یافته‌های ما بینش جدیدی را از طریق پدیدارشناسی پیشنهادهای سرایت هیجانی به ادبیات سرایت هیجانی اضافه می‌کند. از طرفی، نتایج این مطالعه نشان داد که پیشنهادهای سرایت هیجانی محدود به حوزه فردی، میان فردی و سازمانی کارکنان نیستند. از طرف دیگر، پیشنهادهای سرایت هیجانی در زمان بحران می‌تواند زمینه را برای انتقال و یا دریافت بیشتر هیجانات به خصوص هیجانات منفی فراهم آورد و سازمان‌ها باید در این دوره به مدیریت عوامل، شرایط و زمینه‌هایی که موجب انتقال هیجانات در محیط‌های کار می‌شود، توجه بیشتری داشته باشند.

برخی محدودیت‌های ذاتی برای این پژوهش وجود دارد. اول، نتایج تصویر تجربیات متنوع افراد از پیشنهادهای سرایت هیجانی را نشان داد. اما، این تجربیات ذهنی هستند و شرایط نشان‌دادن ابعاد پویا سرایت هیجانی را ندارند. همچنین، این پژوهش سعی بر توسعه داده‌های قابل تعمیم از طریق استنتاج (یعنی آمار استنباطی) نداشته است. بنابراین، در پژوهش‌های آتی، می‌توان این کاستی‌ها را با استفاده از رویکردهای مثلث‌سازی و روش مختلط برطرف کرد. سوم اینکه، این پژوهش نشان داد که جنسیت یکی از عوامل تأثیرگذار بر پدیده سرایت هیجانی است. با توجه به اینکه توزیع جنسی مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر به صورت نامتعادل بوده است، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی توزیع متعادل جنسی مشارکت‌کنندگان مورد توجه قرار گیرد.

## منابع

- تاتانویک، چریل (۱۴۰۰)، مقدمه‌ای بر پدیدارشناسی با تمرکز بر روش‌شناسی، ترجمه الهام ابراهیمی و سیدمحسن علوی‌پور، تهران: مرکز نشر دانشگاهی، چاپ اول.
- رمضانیان فهندری، هادی و عباسی نصرت‌آباد، محمدرضا (۱۳۹۹)، واکاوی نقش سرایت عاطفی در زندگی سازمانی، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت، دانشکده علوم قضایی و خدمات اداری، دانشگاه تهران.
- زرشقای، مسعود؛ نوری، ابوالقاسم و عریضی، حمیدرضا (۱۳۸۹)، کفایت شاخص‌های روان‌سنجی نسخه فارسی مقیاس همدلی هیجانی متعادل، مجله روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، دوره اول، شماره اول: ۳۹-۵۰.
- سیف، علی‌اکبر و کیان‌ارثی، فرحناز (۱۳۸۹)، نوروپسایکولوژی و یادگیری مشاهده‌ای، فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، دوره نوزدهم، شماره ششم: ۸۹-۱۱۴.
- طباطبایی، سارا (۱۴۰۰)، مکانیسم‌های ارتباطات هیجانی: رمزگشایی سرایت هیجانی، اولین کنفرانس بین‌المللی علوم تربیتی، روان‌شناسی و علوم انسانی.
- غفوری، مهران (۱۳۸۸)، نقش بحث برانگیز تقلید در فراگیری زبان اول، علوم رفتاری، دوره اول، شماره دوم: ۱۳۲-۱۲۳.
- نصر آزادانی، سحر؛ قمرانی، امیر و یارمحمدیان، احمد (۱۳۹۲)، نوروپسایکولوژی و نقش آن در تقلید و نظریه ذهن در کودکان طیف اوتیسم، تعلیم و تربیت استثنایی، دوره هشتم، شماره سیزدهم: ۴۸-۴۲.
- Abd-Ellatif, E. E., Anwar, M. M., AlJifri, A. A., & El Dalatony, M. M. (2021). Fear of COVID-19 and Its Impact on Job Satisfaction and Turnover Intention Among Egyptian Physicians. *Safety and Health at Work*, 12(4), 490-495.
- Averill, J. R. (1999). Individual differences in emotional creativity: Structure and correlates. *Journal of personality*, 67(2), 331-371.
- Barsade, S. G. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative science quarterly*, 47(4), 644-675.
- Balconi, M., & Canavesio, Y. (2013). Emotional contagion and trait empathy in prosocial behavior in young people: the contribution of autonomic (facial feedback) and balanced emotional empathy scale (BEES) measures. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 35(1), 41-48.
- Baldwin, J. M. (1897). The psychology of social organization. *Psychological Review*, 4(5), 482.

- Banerjee, P., & Srivastava, M. (2019). A review of emotional contagion. **Journal of Management Research**, 19(4), 250-266.
- Barsade, S. G., Coutifaris, C. G., & Pillemer, J. (2018). Emotional contagion in organizational life. **Research in Organizational Behavior**, 38, 137-151.
- Bartel, C. A., & Saavedra, R. (2000). The collective construction of work group moods. **Administrative Science Quarterly**, 45(2), 197-231.
- Cacioppo, J. T., & Gardner, W. L. (1999). Emotion. **Annual review of psychology**, 50(1), 191-214.
- Cao, M., Zhang, G., Wang, M., Lu, D., & Liu, H. (2017). A method of emotion contagion for crowd evacuation. **Physica A: Statistical Mechanics and its Applications**, 483, 250-258.
- Colaizzi, P.F. (1978). **Psychological research as the phenomenologist views it**. Oxford University Press, New York NY, 48-71.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches**. Sage publications.
- Doherty, R. W. (1997). The emotional contagion scale: A measure of individual differences. **Journal of nonverbal Behavior**, 21(2), 131-154.
- Du Pont, A., Welker, K., Gilbert, K. E., & Gruber, J. (2016). The emerging field of positive emotion dysregulation. **Handbook of self-regulation: Research, theory and applications**, 364-379.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. **Cognition & emotion**, 6(3-4), 169-200.
- Fischer, K. W., Shaver, P. R., & Carnochan, P. (1990). How emotions develop and how they organise development. **Cognition and Emotion**, 4, 81-127.
- Follmer, E. H., Talbot, D. L., Kristof-Brown, A. L., Astrove, S. L., & Billsberry, J. (2018). Resolution, relief, and resignation: A qualitative study of responses to misfit at work. **Academy of Management Journal**, 61(2), 440-465.
- Fox, E. (2008). **Emotion science cognitive and neuroscientific approaches to understanding human emotions**. Palgrave Macmillan.
- Harker, N., Johnson, K., Erasmus, J., & Myers, B. (2022). COVID 19—Impact on substance use treatment utilization and provision in South Africa. **Substance Abuse Treatment, Prevention, and Policy**, 17(1), 15.
- Hashim, J., Wok, S., & Ghazali, R. (2008). Organizational behavior associated with emotional contagion among direct selling members. **Direct Marketing: An International Journal**, 2(3), 144-158.
- Hatfield, E., Bensman, L., Thornton, P. D., & Rapson, R. L. (2014). New perspectives on emotional contagion: A review of classic and recent research on facial mimicry and contagion. **Interpersona: An International Journal on Personal Relationships**, 8(2).
- Hatfield, E., Cacioppo, J., & Rapson, R. (1994). **Emotional Contagion**. Cambridge University Press. New York.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1993). Emotional contagion. **Current directions in psychological science**, 2(3), 96-100.

- Hatfield, E., Rapson, R. L., & Narine, V. (2018). Emotional contagion in organizations: Cross-cultural perspectives. **In Individual, Relational, and Contextual Dynamics of Emotions**. Emerald Publishing Limited.
- Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). Emotional contagion: a brief overview and future directions. **Frontiers in psychology**, 12, 712606.
- James, W. (1884). On some omissions of introspective psychology. **Mind**, 9(33), 1-26.
- Kammerlander, N., Menges, J., Herhausen, D., Kipfelsberger, P., & Bruch, H. (2022). How family CEOs affect employees' feelings and behaviors: A study on positive emotions. **Long Range Planning**, 102209.
- Le Bon, G. (1896). **The crowd: A study of the popular mind**. English edition originally published.
- Levy, D. A., & Nail, P. R. (1993). Contagion: a theoretical and empirical review and reconceptualization. **Genetic, social, and general psychology monographs**.
- Lincoln, Y.S., & Guba, E.G. (1985). **Naturalistic Inquiry**, Sage Publications, Beverly Hills, Calif.
- Lindquist, K. A., Satpute, A. B., Wager, T. D., Weber, J., & Barrett, L. F. (2016). The brain basis of positive and negative affect: evidence from a meta-analysis of the human neuroimaging literature. **Cerebral cortex**, 26(5), 1910-1922.
- Liu, X. Y., Chi, N. W., & Gremler, D. D. (2019). Emotion cycles in services: emotional contagion and emotional labor effects. **Journal of Service Research**, 22(3), 285-300.
- McDougall, W. (1920). **The group mind: A sketch of the principles of collective psychology with some attempt to apply them to the interpretation of national life and character**. Oxford, England: Putman.
- Morgan, R., Tan, H.-L., Oveisi, N., Memmott, C., Korzuchowski, A., Hawkins, K., & Smith, J. (2022). Women healthcare workers' experiences during COVID-19 and other crises: A scoping review. **International Journal of Nursing Studies Advances**, 4, 100066.
- Oberman, L. M., Ramachandran, V. S., & Pineda, J. A. (2008). Modulation of mu suppression in children with autism spectrum disorders in response to familiar or unfamiliar stimuli: the mirror neuron hypothesis. **Neuropsychologia**, 46(5), 1558-1565.
- Perault, A. (2021). **Can mindfulness be a shared experience in the same way as emotional contagion?** (Doctoral dissertation, Harvard University).
- Pereira, G., Dimas, J., Prada, R., Santos, P. A., & Paiva, A. (2011, October). A game prototype with emotional contagion. **In International Conference on Affective Computing and Intelligent Interaction** (pp. 315-316). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Reber, A. S. (1985) . **Dictionary of Psychology**. New York: Penguin Books.
- Reus, T. H., & Liu, Y. (2004). Rhyme and reason: Emotional capability and the performance of knowledge-intensive work groups. **Human Performance**, 17(2), 245-266.
- Rizzolatti, G. (1990). Cortical motor control of arm and hand movements. **Vision and action: The control of grasping**, 2, 147.

- Rothbard, N. P., & Wilk, S. L. (2011). Waking Up on the Right or Wrong Side of the Bed: Start-of-Workday Mood, Work Events, Employee Affect, and Performance. **Academy of Management Journal**, 54(5), 959-980.
- Sahu, A., & Srivastava, K. B. (2017). Antecedents and consequences of positive emotions in the workplace. **International Journal of Work Organization and Emotion**, 8(2), 99-117.
- Septianto, F., Northey, G., Chiew, T. M., & Ngo, L. V. (2020). Hubristic pride & prejudice: The effects of hubristic pride on negative word-of-mouth. **International Journal of Research in Marketing**, 37(3), 621-643.
- Schneider, K. G. (2008). **Expressive control and emotion perception: The impact of expressive suppression and mimicry on sensitivity to facial expressions of emotion**. Duke University.
- Schoenewolf, G. (1990). Emotional contagion: Behavioral induction in individuals and groups. **Modern Psychoanalysis**, 15(1), 49-61.
- Shiota, M. N. (2016). Ekman's theory of basic emotions. **The Sage Encyclopedia of Theory in Psychology**, 248-250.
- Silverman, D. (Ed.). (2020). **Qualitative research**. Sage Publication.
- Steinert, S. (2020). Corona and value change. The role of social media and emotional contagion. **Ethics and Information Technology**, 1-10.
- Taggar, S., & Neubert, M. (2004). The Impact of Poor Performers on Team Outcomes: An Empirical Examination of Attribution Theory. **Personnel Psychology**, 57(4), 935-968.
- Thompson, E. R. (2008). Development and validation of an international English big-five mini-markers. **Personality and individual differences**, 45(6), 542-548.
- Veith, I. (1965). **Hysteria: The history of a disease** (Vol. 431). Jason Aronson.
- Vijayalakshmi, V., & Bhattacharyya, S. (2012). Emotional contagion and its relevance to individual behavior and organizational processes: A position paper. **Journal of Business and Psychology**, 27(3), 363-374.
- Yasini, A. (2016). A Longitudinal Study of Group Level and Individual Level Organizational Misbehavior in Schools Based on Social Contagion Theory. **Journal of Management and Planning in Educational System**, 9(2), 85-110.