

احساسات و عواطف در رفتار سازمان ها

وحید چناری^۱، الهام فردی پور^۲

^۱ گروه مدیریت دولتی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ گروه مدیریت دولتی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران

چکیده

مقاله حاضر به بررسی تاثیر احساسات و عواطف در رفتار سازمان ها می پردازد. در این مقاله، ابتدا به شرح مدل های پیدایش احساسات سازمانی پرداخته شده و سپس تاثیر احساسات و عواطف در جنبه های مختلف رفتار سازمانی از جمله تصمیم گیری، رفتار، ارتباطات، رهبری، مشارکت و انگیزه مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت، به نکات کلیدی و مهمی که باید مورد توجه مدیران و صاحبان سازمان ها در مدیریت احساسات و عواطف در سازمان باشد، پرداخته شده است. از جمله همچنین، در این مقاله مورد توجه قرار گرفته است که چگونه مهارت در مدیریت و کنترل احساسات و عواطف می تواند به مدیران کمک کند تا با چالش های احساسی در سازمان ها مواجه شوند و برای بهبود رفتار سازمانی، رویکردهای مناسب را انتخاب کنند. نتایج این مقاله نشان می دهد که شناخت دقیق تاثیر احساسات و عواطف بر رفتار سازمانی، می تواند به مدیران و صاحبان سازمان ها در بهبود کیفیت زندگی و کارکرد اعضای سازمان کمک کند.

واژه های کلیدی: عواطف، احساسات، احساسات سازمانی.

مقدمه :

سازمان ها ذاتا اجتماعی و وابسته به انسان هستند؛ رفتار و تصمیم گیری انسان نیز تحت تاثیر دو پدیده شناخت^۱ و عاطفه^۲ است (گرینبام^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). گرچه این اظهارات بدیهی هستند، اما تا همین اواخر، محققان سازمانی بر این باور بودند که مغز انسان تنها با روش های قابل پیش بینی و برنامه ریزی شده نسبت به احتمالات و محرک های محیطی واکنش نشان می دهد (هوکا^۴ و همکاران، ۲۰۱۹). اشفورث و هامفری^۵ (۱۹۹۵) نیز اظهار داشتند به نظر می رسد که دانشمندان نقش «احساسات» را در مطالعات سازمان ها نادیده گرفته اند؛ با این حال، اواسط دهه ۱۹۹۰ نقطه عطفی برای ظهور احساسات و عواطف در ادبیات سازمان و مدیریت بوده است (اشکاناسی، هامپفری و هوی^۶، ۲۰۱۷). با ظهور انقلاب عاطفی در تحقیقات سازمانی، عواطف و احساسات توجه چشم گیری را در علم سازمانی به خود جلب کرده است، این تلاش های علمی روندی فزاینده دارند، چراکه شواهد تحقیقاتی حاکی از اهمیت احساسات برای نتایج کاری است (دینر، تاپا و تی^۷، ۲۰۲۰).

دیدگاه های سنتی، احساسات را نوعی تصمیم گیری «غیر منطقی» می دانند که باید نادیده گرفته شود یا از فرآیندهای فکری انسان پاک شود. اما لی و همکارانش (۲۰۱۴) در ارائه مدل فرآیند تصمیم گیری ترکیبی، به طور خاص به دنبال تمایز مکانیسم های منطقی و غیرمنطقی احساسات در فرآیند تصمیم گیری بودند. آنها به طور خاص نشان می دهند که اگرچه احساسات می توانند غیرمنطقی باشند اما احساسات می توانند عقلانیت عملکردی برای تصمیم گیری در زمان عدم اطمینان را منعکس کنند (اشکاناسی و دوریس^۸، ۲۰۱۷). احساسات، نیروی بسیار قدرتمندی محیط کار، رفتار سازمانی، عملکرد کاری و رهبری محسوب می شود (هوکا، واهاسانتانن و ایکایالکو^۹، ۲۰۲۳). احساسات برای تقویت انگیزه های اخلاقی و اجتماعی مهم هستند، چراکه اقدامات را به سمت اهداف جمع گرایانه، آرمان های برابری و عدالت محور سوق می دهد. عواطف و احساسات با ایجاد امکان تبادل اطلاعاتی که از طریق تفکر ساده و منطقی نمی توان ارائه کرد، از خشم، غم، اضطراب و پیامدهای منفی رفتاری، در نتیجه از اعمال پر خاشگرانه جلوگیری می کند (پاسوکی^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو ادبیات مدیریت و سازمان، اخیراً شاهد توجه به سمت تأثیر احساسات و عواطف در سازمان ها بوده است (بروندین، لیو و سیرون^{۱۱}، ۲۰۲۳).

پاسوکی و همکاران (۲۰۲۲) با مرور سیستماتیک بر تحقیقات عواطف و احساسات در ۲۰ سال اخیر، متوجه افزایش مطالعات حاوی کلمه کلیدی احساسات سازمانی شدند، همچنین بحران اقتصادی ۲۰۰۸-۲۰۰۹ و همه گیری کوید ۱۹، نقطه عطفی در تحقیقات این حوزه بود تا به موجب آن تأثیر احساسات در سازمان ها نادیده گرفته نشود (پاسوکی و همکاران، ۲۰۲۲). با این

^۱cognition^۲affect^۳Greenbaum, R.,^۴Hökkä, P.,^۵Ashforth and Humphrey^۶Ashkanasy, N. M., Humphrey, R. H., & Huy, Q. N.^۷Diener, E., Thapa, S., & Tay, L.^۸Ashkanasy, N. M., & Dorris, A. D.^۹Hökkä, P., Vähäsantanen, K., & Ikävalko, H.^{۱۰}Pascucci, T.,^{۱۱}Brundin, E., Liu, F., & Cyron, T.

حال علیرغم اینکه عاطفه توسط چارچوب‌های معرفت‌شناختی مختلف از جمله انسان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، علوم شناختی و فلسفه مورد مطالعه قرار می‌گیرد، هنوز ابهاماتی در ساختار احساسات و عواطف وجود دارد (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). به زعم ژیل و همکاران (۲۰۲۲) احساسات در محیط سازمانی یک پدیده پیچیده است. علاوه بر این، هنوز تحقیقات محدودی در مورد نقش ویژه ای که احساسات در سازمان‌ها ایفا می‌کند، وجود دارد (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). برخی از سوابق مطالعاتی به نقش عواطف بر رنج سازمانی و کارکنان اشاره می‌کنند، در حالی که مقالات دیگر آن را عاملی مثبت برای بهبود عملکرد و جلوگیری از بروز مشکلات در سازمان‌ها می‌دانند (پاسوکی و همکاران، ۲۰۲۲). برخی شواهد تحقیقاتی نشان می‌دهند که احساسات به شدت تصمیمات مهم انسانی، حتی سرمایه‌گذاری‌های مالی قابل توجه را تعیین می‌کنند (پاسوکی و همکاران، ۲۰۲۲) و تأثیر عمده ای بر فرآیندها و نتایج مدیریت استراتژیک دارد (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲). در حالی که برخی دیگر به جنبه‌های تاریک احساسات در سازمان و کار اشاره می‌کنند (وارد و مک‌مورای، ۲۰۱۵). به طور کلی انبوهی از رویکردهای مختلف در مطالعه احساسات و عواطف سازمانی، یافته‌هایی پراکنده در سطوح و واحدهای مختلف در ادبیات به جای گذاشته است (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲) و ترکیب این مجموعه دانش متنوع و چندوجهی، دستیابی به یک نمای کلی منسجم‌تر و متمرکز برای روشن شدن مسیر آینده را دشوار می‌سازد. در این راستا این مقاله سعی دارد با ترکیب ادبیات موجود در مورد احساسات و عواطف در سازمان، روندهای فعلی و آینده را در این حوزه مشخص نماید.

ماهیت تاریخی احساسات و عواطف سازمانی

اگرچه دانشمندان اولیه روانشناسی صنعتی و سازمانی و رفتار سازمانی اهمیت مطالعه ابعاد احساسی در کار را تشخیص دادند، اما تحقیقات متمرکز بر جنبه‌های رفتاری و شناختی کار، پس از جنگ جهانی دوم آغاز شد. در آن زمان دورکیم^۴ (۱۹۱۲) در خصوص به کارگیری روش‌های علمی در جامعه که از آن به عنوان آگاهی جمعی جامعه (یا ارزش‌های مشترک) یاد می‌شود، بحث کرد. ویس و بریف^۵ (۲۰۰۱) اشاره می‌کنند که محققان در دهه ۱۹۲۰ تمایل داشتند کمابیش همانطور که به علوم طبیعی نگریسته می‌شود، به جامعه نگاه کنند و در دهه ۱۹۳۰، زمانی که محققان روانشناسی صنعتی و سازمانی و رفتار سازمانی مکرراً به متغیرهای گرایش عاطفی اذعان داشتند، زمینه را برای تحقیقات احساسات و عواطف سازمانی ایجاد کردند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷).

علاوه بر این، پس از جنگ جهانی دوم، موضوعاتی همچون تناسب محیط کار و فرد شروع به پیشرفت کرد. با این حال، دهه‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰، به اندازه دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ برای این موضوع پیشرو نبودند. مطالعات احساسات سازمانی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم رو به پایان بود، اما در دهه ۱۹۹۰ پس از انتشار کتاب قلب مدیریت شده هوچشیلد^{۱۶} (۱۹۸۳) دوباره بیدار شد و در نهایت منجر به چیزی شد که به عنوان انقلاب احساسی از آن یاد می‌شود (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). هوچشیلد (۱۹۸۳) پدیده کار عاطفی^{۱۷} را معرفی کرد، کار عاطفی مبتنی بر این ایده است که کارکنان اغلب مجبور می‌شوند احساساتی را در تضاد با آنچه واقعاً احساس می‌کنند نشان دهند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). هوچشیلد (۱۹۸۳)

^۴Xie, L.

^۵Ward, J., & McMurray, R.

^۶Durkheim

^۷Weiss & Brief

^۸Hochschild

^۹emotional labor

استدلال کرد که مشاغل خدماتی تعاملات مکرر با مشتریان دارند. بنابراین، کارکنان نه تنها باید احساسات خود را مدیریت کنند، بلکه باید احساسات خود را تحت نظارت و اجرا قرار دهند. این شرایط کارمندان را درگیر کار عاطفی می کند. هوشچشیلد استدلال کرد که کارمندان در بسیاری از صنایع (به عنوان مثال، مهمانداران هواپیما) باید احساسات "درست" را برای شغل ابراز کنند. در نتیجه، این کارکنان اغلب دچار فرسودگی شغلی و در نتیجه از دست دادن بهره وری می شوند. مفهوم کار عاطفی باعث افزایش علاقه به احساسات شد و به زودی راه خود را به ادبیات رفتار سازمانی پیدا کرد (لی و مادرا، ۲۰۱۹).

با شروع دهه ۱۹۹۰ و ایجاد انقلاب عاطفی، درک محققان از نقشی که احساسات در روان شناسی سازمانی و رفتار سازمانی ایفا می کند به طور اساسی تغییر یافت. در این زمینه اشفورت و هامفری^۸ (۱۹۹۵) به ویژه در مورد اهمیت احساسات روزمره و کاربردهای آن در انگیزش، رهبری و پویایی گروه بحث کردند. اشفورت و همفری (۱۹۹۳) تعریف هوشچشیلد (۱۹۸۳) را با گنجانیدن احساسات خودانگیخته و واقعی و تأثیری که کار عاطفی می تواند بر اثربخشی کار داشته باشد، گسترش دادند (لی و مادرا، ۲۰۱۹). ویس و کروپانزانو^۹ (۱۹۹۶) "تئوری رویدادهای عاطفی" (AET) را منتشر کردند که در آن پیشنهاد کردند که رفتار در سازمان ها ذاتاً توسط واکنش های عاطفی اعضا به رویدادهای محیط آنها هدایت می شود. همچنین، گولمن^{۱۰} (۱۹۹۵) پرفروش ترین کتاب هوش عاطفی خود را منتشر کرد و در آن بیان داشت که احساسات نقش اصلی را در رفتار انسان بازی می کنند. پس از سال ۲۰۰۳، محققان همچنان بر محوریت عاطفه و احساسات در تحقیقات سازمانی تأکید کردند. در این راستا، اشکناسی (۲۰۰۳) یک چارچوب چند سطحی از احساسات در سازمان ها را پیشنهاد کرد که احساسات را به عنوان متغیر درون فردی و بین افراد و همچنین شناسایی سطوح تحلیل بین فردی، گروهی و سازمانی در بر می گیرد (اشکناسی و همکاران، ۲۰۱۷). این تحقیقات اولیه باعث رشد بدنه ادبیات احساسات و عواطف سازمانی شد (لی و مادرا، ۲۰۱۹). به طور کلی علی رغم اینکه اولین مطالعات بیش از بیست و پنج سال پیش منتشر شد (فاینمن، ۱۹۹۶؛ وینس و بروسین، ۱۹۹۶)، به نظر می رسد علاقه دانشمندان به این موضوع، همچنان افزایشی است (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲).

رویکردهای عواطف و احساسات سازمانی

تحقیقات احساسات در روانشناسی و علوم سازمانی یک دیدگاه غالب نسبت به احساسات مثبت ندارد. دیدگاه های متعددی از منظرهای بیولوژیکی، فیزیولوژیکی، شناختی، انگیزشی، اجتماعی-فرهنگی در این زمینه وجود دارد و هر یک بر دیدگاه منحصربه فردی درباره احساسات تأکید می کنند (دینر و همکاران، ۲۰۲۰). به طور کلی، درک احساسات را می توان به دو مکتب اصلی تقسیم کرد: درک احساسات از طریق نظریه های جامعه شناختی یا اجتماعی-فرهنگی یا درک آنها از طریق نظریه های روانشناختی (هوکا و همکاران، ۲۰۱۹). این دو رویکرد در ادامه مورد بحث قرار می گیرد.

رویکرد نظریه های روانشناختی به احساسات و عواطف

در نظریه های روان شناختی، احساسات به عنوان تجربه ای فردی و اساساً پدیده ای روانی، درک می شود. این ایده به ویژه در نظریه ارزیابی شر^{۱۲} (۱۹۹۹) مورد تأکید قرار می گیرد، که احساسات را ناشی از این می داند که فرد چگونه جهان را باور دارد و

^۸Ashforth & Humphrey

^۹Weiss and Cropanzano

^{۱۰}Affective Events Theory

^{۱۱}Goleman

^{۱۲}Scherer

رویدادها چه پیامدهایی دارند. در این دیدگاه احساسات به عنوان احساسات فردی و ذهنی در نظر گرفته می شود که ممکن است به تظاهرات یا واکنش های رفتاری متفاوتی منجر شود. بنابراین، احساسات را می توان به صورت گسسته درک کرد. در زمینه احساسات گسسته^۳ احساسات را می توان به عنوان موجودات مجزا مطالعه کرد (دینر و همکاران، ۲۰۲۰). یعنی احساسات متمرکز بر یک هدف یا علت خاص که نسبتاً شدید و کوتاه مدت هستند. تفسیر فرد از رویداد هدف تعیین می کند که او چگونه احساس و رفتار خواهد کرد. احساسات گسسته ممکن است تجربه شوند (احساس شوند)، مبدل شوند، یا نمایش داده شوند، به عنوان مثال، در حالات قابل مشاهده صورت، حرکات بدنی، لحن صدا و/یا زبان ظاهر شوند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲). مدل گسسته شامل شش احساس اساسی است: (۱) شادی، (۲) غم، (۳) ترس، (۴) تعجب، (۵) انزجار و (۶) خشم (نیومان، ۲۰۱۷). احساسات مثبت گسسته یک حوزه تحقیقاتی رو به رشد در علوم سازمانی است، و در سال های اخیر کارهای بیشتری روی این موضوع انجام شده است (دینر و همکاران، ۲۰۲۰).

دیدگاه دیگر تحت نظریه های روانشناختی که بخش بزرگی از تحقیقات احساسات مثبت در علوم سازمانی را پوشش می دهد، ظرفیت مثبت^۴ است که به ابعاد مثبت در مدل های عاطفه چند بعدی^۵ اشاره دارد. مدل های عاطفه چند بعدی بیان می کنند که رشته مشترک در میان انواع احساسات گسسته مثبت (به عنوان مثال، شادی، شغف، عشق) بعد زیربنایی احساس خوب است (نایت و آیزنکرافت، ۲۰۱۵). در این مدل بر تجربه کلی احساس مثبت تاکید دارد و کمتر بر انواع خاص احساسات گسسته تأکید می شود. بنابراین، این ابعاد احساسات مثبت معمولاً با استفاده از ترکیبی از اصطلاحات هیجان مثبت اندازه گیری می شوند (دینر و همکاران، ۲۰۲۰).

دیدگاه سوم که تحت عنوان عملکرد انطباقی مثبت شناخته می شود، بر عملکرد اجتماعی و انطباقی احساسات تأکید می کند (نایت و آیزنکرافت، ۲۰۱۵). این رویکرد این باور رایج را که احساسات مثبت منجر به نتایج مثبت و احساسات منفی منجر به نتایج منفی می شوند، را به چالش می کشد. به این ترتیب، این دیدگاه بیان می کند که هیچ احساسی به طور کلی «خوب» یا «بد» نیست، اما ارزش آن وابسته به زمینه است. به عنوان مثال، خشم ممکن است منفی در نظر گرفته شود، اما اگر در اثر بی عدالتی ناشی شود، و رفتار اصلاحی برای رسیدگی به تخلف را القا می کند، می تواند کارکردهای اجتماعی مثبت داشته باشد. مثال دیگر به احساس منفی شرم مربوط می شود. یک متاآنالیز اخیر نشان داد که شرم می تواند مثبت باشد، زیرا در صورت انجام اقدامات جبرانی منجر به اجتماعی شدن و بهبود خود می شود (لینبام و گدس، ۲۰۱۶). شکل ۱ این دیدگاه از احساسات مثبت را به عنوان یک مفهوم که دربردارنده دیدگاه های مثبت گسسته و ظرفیت مثبت است را نشان می دهد. از این منظر، احساسات دارای ظرفیت مثبت به طور خودکار به عنوان مثبت واجد شرایط نیستند، بلکه به نتایج خاص زمینه وابسته هستند (دینر و همکاران، ۲۰۲۰).

رویکرد نظریه های جامعه شناختی یا اجتماعی-فرهنگی به احساسات و عواطف

رویکردهای جامعه شناختی و اجتماعی-فرهنگی استدلال می کنند که درک احساسات صرفاً به عنوان یک تجربه فردی، معنای زمینه های اجتماعی و فرهنگی خاص و کارکرد بین فردی و ارتباطی احساسات را نادیده می گیرد (اشکاناسی و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین، بر اساس دیدگاه های اجتماعی محور، احساسات نه تنها به عنوان پدیده هایی که در ذهن وجود دارند، بلکه به

^۳discrete emotions

^۴positive valence

^۵dimensional affect models

^۶Knight & Eisenkraft

^۷Lindebaum & Geddes

عنوان موجوداتی هستند که تعامل اجتماعی و پیامدهای آن را شکل داده و ساختار می دهند. ایده اصلی این رویکرد، این است که عبارات عاطفی وابسته به قوانین آموخته شده‌ای هستند که از نظر اجتماعی و فرهنگی تشکیل شده اند (هوکا و همکاران، ۲۰۲۳). احساسات را می‌توان به عنوان نهادهای اجتماعی رمزگذاری شده فرهنگی، با اشاره به مقوله‌ها و مفاهیمی که به‌طور اجتماعی تولید شده‌اند، درک کرد. از این رو احساسات به عنوان فرآیندهای فعالی در نظر گرفته می شوند که اعمال روزمره، تعاملات و پیامدهای آنها را شکل می دهند (هوکا و همکاران، ۲۰۱۹).

مروری بر تعاریف عواطف و احساسات

تنوع و گستره‌ای از ساختارها و تعاریف در زمینه عواطف و احساسات در ادبیات مدیریت به چشم می‌خورد، از یک سو، تنوع ساختارها می تواند نشان دهنده پیچیدگی این حوزه باشد. از سوی دیگر، فقدان تعاریف روشن و تعاریف ناسازگار، ممکن است منجر به سردرگمی شود. این زمینه شامل مطالعات کمی و کیفی با مفروضات معرفت‌شناختی و هستی‌شناختی مختلف است (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲). در زمینه مطالعات سازمانی و محیط کار، محققان از دریچه های روانشناختی و جامعه شناختی به احساسات پرداخته اند. در این زمینه، احساسات اغلب از طریق مفاهیم هوش هیجانی و کار عاطفی و تنظیمات عاطفی مورد توجه قرار گرفته اند (هوکا و همکاران، ۲۰۱۹). هوش هیجانی به میزانی اشاره دارد که فرد می تواند احساسات خود را کنترل کند و افکار و اعمال خود را بر اساس آن هدایت کند. کار عاطفی شامل چگونگی نمایش احساسات، به عنوان بخشی از نقش های کاری افراد، برای تأثیرگذاری بر دیگران جهت دستیابی به اهداف سازمانی، مانند افزایش رضایت مشتری است (لی و مادرا، ۲۰۱۹). علاوه بر این، مفهوم تنظیم عاطفی ارتباط نزدیکی با کار عاطفی دارد. گراس^۱ (۱۹۹۸، ص ۲۷۵) تنظیم هیجان را این گونه تعریف می کند: «فرآیندهایی که افراد از طریق آن بر احساساتی که دارند، چه زمانی آنها را دارند و چگونه این احساسات را تجربه و ابراز می کنند تأثیر می گذارند» (هوکا و همکاران، ۲۰۲۳). به طور کلی، می توان گفت که بحث مفهومی و مطالعات تجربی (به ویژه در زمینه های مطالعات سازمانی و محل کار) احساسات را به طرق مختلف مفهوم سازی کرده اند، اما در کل، احساسات تمایل دارند که به صورت اجتماعی ساخته و تنظیم شوند (هوکا و همکاران، ۲۰۱۹).

فریدا^۲ (۱۹۸۶) خاطرنشان می کند که احساسات را می توان به عنوان مجموعه ای از پاسخ ها به اتفاقات محیطی خاص که از ریشه های تکاملی ما سرچشمه می گیرد، مشاهده کرد. به زعم اشفورت و هامفری (۱۹۹۵)، احساسات به عنوان «یک حالت احساس ذهنی» تعریف می شود که توسط محرک ها باعث تحریک فیزیولوژیکی می شود، می تواند هم غریزی باشد، هم بسته به زمینه، تفسیرهای ذهنی و تأثیر اجتماعی را نیز منعکس کند (مکمانوس^۳، ۲۰۲۱). ایزارد^۴ (۲۰۰۹) یک دیدگاه در مورد احساسات ناشی از این دیدگاه است که احساسات از جنبه های متعددی تشکیل شده است که شامل بسترهای عصبی متمایز، حالات چهره و حالات احساسی منحصر به فرد است (دینر و همکاران، ۲۰۲۰). تئوری های ارزیابی احساسات^۵ احساسات را به عنوان فرآیندها، نه حالت ها، تعریف می کنند. این نظریه ها تجارب احساسی یک فرد را به عنوان اپیزود توصیف می کنند که شامل تغییرات در چندین مؤلفه است؛ این اجزا شامل این موارد است: (الف) ارزیابی محیط و تعاملات بین فرد و محیط (ب) یک جزء انگیزشی که فرد را برای عمل آماده می کند (ج) یک جزء فیزیولوژیکی و/یا (د) حرکتی، به عنوان نشان دهنده بیان عاطفی. و (ه) ادراکات ذهنی از تجربه عاطفی (تی و بینتی، ۲۰۲۳). در یک تعریف جامع اشکاناسی (۲۰۰۳، ص ۱۴) احساس

^۱Gross

^۲Frijda

^۳McManus, J.

^۴Izard

^۵Appraisal theories of emotion

را به عنوان «مجموعه‌ای از ورودی‌های درون‌زا و برون‌زا به سیستم‌های عصبی خاص، که منجر به تظاهرات داخلی و خارجی می‌شود» تعریف می‌کند. این تظاهرات درونی شامل احساسات ذهنی تجربه شده توسط فرد است که به صورت شناختی تفسیر می‌شوند. تظاهرات خارجی شامل عوامل فیزیولوژیکی مانند تنفس، حالت چهره و وضعیت است (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). جدول ۱ ساختارهای مختلف در زمینه احساسات که در ادبیات مدیریت و سازمان مورد استفاده قرار گرفته است، را خلاصه می‌کند.

جدول ۱. ساختارهای مختلف در مفهوم سازی احساسات و عواطف سازمانی

منبع	تعریف	ساختار
(نیومان، ۲۰۱۷)	احساسات را می‌توان به عنوان "پاسخ‌های موثر به آنچه در محیط اتفاق می‌افتد و بازنمایی شناختی از معنای رویداد برای فرد" تعریف کرد.	احساسات
(بروندین و همکاران، ۲۰۲۲)	یک اصطلاح چتری شامل طیف وسیعی از احساساتی است که افراد تجربه می‌کنند، از جمله حالات احساسی، مانند حالات روحی و عواطف مجزا، و ویژگی‌هایی مانند عواطف مثبت و منفی.	عاطفه
(بروندین و همکاران، ۲۰۲۲)	به طور کلی، خلق شکل یک احساس مثبت (خوشایند) یا منفی (ناخوشایند) را به خود می‌گیرد و به جای تمرکز بر یک علت خاص با مدت متوسط (از چند لحظه تا چند هفته یا بیشتر) تمایل به انتشار دارد.	خلق‌وخو
(نیومان، ۲۰۱۷)	حالت عاطفی به عنوان یک اصطلاح کلی استفاده می‌شود که شامل احساسات و همچنین خلق و خوی، صفات عاطفی یا نگرش‌های عاطفی می‌شود. حالات عاطفی نسبتاً فوری، گذرا و در طول زمان انعطاف پذیر هستند	حالت عاطفی ^{۳۳}
(اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷)	احساسات متمرکز بر یک هدف یا علت خاص که نسبتاً شدید و کوتاه مدت هستند	احساسات گسسته
هوکا و همکاران (۲۰۱۹)	تلاش، برنامه ریزی و کنترل مورد نیاز برای بیان احساسات مورد نظر سازمانی در طی معاملات بین فردی	کار احساسی
(پنگ و همکاران، ۲۰۲۲)	قابلیت عاطفی سازمانی توانایی سازمان برای ادراک، نظارت، تنظیم و استفاده از منابع عاطفی سازمانی برای راهنمایی کارکنان برای بیان احساسات خود در جریان کاری است	قابلیت احساسی
(مک‌مانوس، ۲۰۲۱)	احساسات، به عنوان حالت‌های ذهنی، احساسات گذرا هستند که به سمت هدفی هدایت می‌شوند و پتانسیل ایجاد اختلال و هدایت سایر عملکردهای شناختی را دارند	احساسات فردی
هوکا و همکاران (۲۰۲۳)	تحت چتر وسیع نظریه‌های روان‌شناختی، احساسات عمدتاً حالت‌های فردی و ذهنی در نظر گرفته می‌شوند که ممکن است به تظاهرات و کنش‌های رفتاری متفاوتی از جمله یادگیری و رشد منجر شوند.	احساسات تحت نظریه‌های روان‌شناختی
هوکا و همکاران (۲۰۲۳)	احساسات فقط پدیده‌هایی نیستند که در ذهن وجود دارند، بلکه موجودیت‌هایی هستند که تعامل اجتماعی و پیامدهای آن را شکل می‌دهند و ساختار می‌دهند	احساسات تحت نظریه‌های جامعه‌شناسی
هوکا و همکاران (۲۰۲۳)	احساسات به عنوان تجربیات فردی درون فردی تعریف می‌شوند که در زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی مهار و تقویت می‌شوند و به عنوان موجوداتی که واکنش‌های فردی و	عاملیت کار احساسی ^{۳۴}

^{۳۳}Affective states

^{۳۴}emotional agency at work

	اجتماعی را برمی‌انگیزند.	
--	--------------------------	--

با مرور تعاریف مختلف از ساختارهای متفاوت احساسات می‌توان، شکاف‌های موجود در مفهوم‌سازی احساسات را در سه بخش خلاصه کرد. این سه بخش در ادامه بیان می‌شود.

استفاده از اصطلاح چتری

مرور این تعاریف نشان می‌دهد برخی تعاریف به صورت چتری بر چند ساختار از عواطف تاکید دارند و پدیده‌های عاطفی را بدون تعریف واضح سازه مورد استفاده یا تمایز بین احساسات گسسته، ویژگی‌ها/عواطف و یا خلق و خوی توصیف می‌کنند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲). محققان باید از استفاده از اصطلاح احساسات به عنوان یک اصطلاح چتری برای همه پدیده‌های عاطفی متمایز اجتناب کنند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷). به عنوان مثال، فریدا (۱۹۸۶) خلق و خو را از احساس متمایز می‌کند؛ به زعم وی احساسات زمانی رخ می‌دهند که یک رویداد توسط فرد مرتبط با نگرانی‌های او ارزیابی شود. این ویژگی‌ها احساس را از خلق متمایز می‌کند، که کمتر به یک محرک یا رفتار خاص مربوط می‌شود و بیشتر از احساسات پراکنده است (نیومان، ۲۰۱۷). برخی تعاریف نشان می‌دهد که احساسات گاهی به یک اصطلاح تجربی و شهودی تبدیل شده است که برای توصیف پدیده‌های عاطفی در ادبیات مدیریت استفاده می‌شود. همچنین برخی محققان از ساختارهای هیجانی یکسانی برای اشاره به پدیده‌های هیجانی مختلف استفاده می‌کنند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲).

ناهماهنگی در ساختار

یکی دیگر از نگرانی‌های اصلی برای محققان این حوزه، تمییز مسائل پیرامون تعریف و اندازه‌گیری احساسات است. به طور خاص، ناهماهنگی‌هایی پیرامون تعاریف مختلف از احساسات وجود دارد. برای مثال، زایونک^۳ (۱۹۸۴) اظهار داشت احساسات نشان دهنده واکنش و پاسخهای رفتاری به محرک‌های محیطی و محرک‌های شناختی و رفتاری است. با این حال، بیشتر تعاریف مدرن از احساسات بر اساس دیدگاه تعاملی است. به عنوان مثال، مطابق با تعریف فریدا (۱۹۸۶)، فیشر^۴ و همکاران (۱۹۹۰، ص ۸۴) احساس را به عنوان یک "کنش و سیستم بیان گسسته، ذاتی، عملکردی، زیست اجتماعی" تعریف می‌کند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷).

عدم تمایز بین ساختارهای مشابه

موضوع سوم این است که چهار ساختار (عواطف، عاطفه، خلق و خو و احساسات) اغلب به جای یکدیگر استفاده می‌شوند در حالی که باید کاملاً از یکدیگر متمایز باشند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷؛ بروندین و همکاران، ۲۰۲۲). محققانی که احساسات

^۳Zajonc

^۴Fischer

را در سازمان‌ها مطالعه می‌کنند، باید از ناسازگاری‌ها در اندازه‌گیری احساسات و تمایزات بین اصطلاحات: احساس^{۳۷}، عاطفه^{۳۸}، خلق و خو^{۳۹} و حس‌ها آگاه باشند.

۵. نظریه‌های احساسات و عواطف

در حال حاضر نقش احساسات و عواطف در مدیریت یک موضوع تحقیقاتی در حال گسترش است که از منظرهای متعدد به آن پرداخته شده است. این جریان‌های تحقیقاتی از شاخه‌های مختلف روان‌شناسی - عمدتاً دیدگاه‌های شناختی و شناختی اجتماعی از اقتصاد احساسات و رفتاری، جامعه‌شناسی و فلسفه استفاده کرده‌اند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲).

بخش عمده‌ای از مطالعات در مدیریت استراتژیک همچون و جورج و جونز^{۴۰} (۲۰۰۱) و هادجینکسون و هیلی^{۴۱} (۲۰۱۸) با تمرکز بر استراتژی رفتاری از مفاهیم، نظریه‌ها و ابزارهای علوم رفتاری و اجتماعی برای تبیین ماهیت و اهمیت احساسات در تجزیه و تحلیل، تصمیم‌گیری استراتژیک و تغییر استراتژیک در هر دو سطح فردی و جمعی استفاده می‌کند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲).

نظریه رویدادهای عاطفی^{۴۲} وایس و کروپانزانو^{۴۳} (۱۹۹۶) چارچوب مفیدی برای مطالعه احساسات در محل کار به عنوان یک پدیده پویا ارائه کرد. این نویسندگان استدلال می‌کنند، رفتار و عملکرد کارکنان در محل کار تا حد زیادی تابعی از احساس آنها در واکنش به محیط خود در هر لحظه است. ویس و کروپانزانو بر اهمیت شناخت احساسات در محیط کار، از نظر تأثیر اشیاء و رویدادها بر احساسات کارکنان، و تأثیر احساسات کارکنان بر نگرش‌ها و رفتارهای محل کار تأکید می‌کنند. بر اساس این دیدگاه، حالات و احساسات حالت‌های عاطفی منحصربه‌فردی هستند که یا به‌عنوان پاسخی به رویدادها، موقعیت‌ها، اشیاء یا رویدادهایی که ممکن است تهدید یا فرصتی در رابطه با دستیابی به اهداف شخصی تلقی شوند، عمل می‌کنند. بنابراین نظریه به نظر می‌رسد که اعضای سازمان با استفاده از مجموعه‌ای از ویژگی‌های رفتاری آموخته شده به رویدادهای عاطفی واکنش نشان می‌دهند (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷).

در یک مطالعه اخیر، اشکاناسی و دوریس (۲۰۱۷) مدل پنج سطحی احساسات در سازمان‌ها را توسعه دادند. این مدل از پنج سطح تحلیل عبور می‌کند (شکل ۲) و به این ترتیب، چارچوب مناسبی برای بررسی ساختار احساسات در سازمان ارائه می‌دهد. در پایه مدل، سطح ۱ قرار دارد که تغییرات زمانی در احساسات و رفتار را پوشش می‌دهد و به عنوان متغیر درون‌فردی از آن یاد می‌شود. سطح ۲ به تنوع بین افراد، مانند شخصیت و هوش هیجانی اشاره دارد. سطح ۳ به نقش احساسات در روابط بین فردی - از جمله درک و ارتباط عاطفه - و کار عاطفی می‌پردازد. در سطح ۴، تجزیه و تحلیل به پدیده‌های گروهی از جمله رهبری تیم تغییر می‌کند. در نهایت، در سطح ۵ تمرکز بر سازمان به عنوان یک کل است، مانند فرهنگ عاطفی و جو (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷).

^{۳۷}emotion

^{۳۸}affect

^{۳۹}mood

^{۴۰}feelings

^{۴۱}George and Jones

^{۴۲}Hodgkinson and Healey,

^{۴۳}affective events theory

^{۴۴}Weiss & Cropanzano

وضعیت فعلی و چشم‌انداز آینده احساسات و عواطف سازمانی

تا چند دهه پیش، محیط‌های کار اساساً به‌عنوان حوزه‌های منطقی تلقی می‌شدند که عملکردی منطقی از کارمندان و رهبران می‌خواستند. این پارادایم بر این فرض استوار بود که رفتار انسان در محیط‌های سازمانی از قوانین عقلانی پیروی می‌کند و عمدتاً توسط برنامه‌ها و محاسبات مبتنی بر فرآیندهای شناختی هدایت می‌شوند (هوکا و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال، کارکنان در یک سازمان، تحت قوانین مدیریتی یکسانی که توسط یک مکانیسم کاملاً عقلانی هدایت می‌شود، کار می‌کنند، و از این رو مشکلاتی در سازمان‌ها ایجاد می‌شود که نمی‌توان آنها را تنها بر اساس منطق عقلانی حل کرد (پاسوکی و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا تحقیقات اخیر به طور قانع‌کننده‌ای نشان داده است که احساسات نقش مهمی در محیط‌هایی کاری، رفتار سازمانی و رهبری دارند. با این حال امروزه نقش احساسات در روانشناسی سازمانی و رفتار سازمانی، هنوز از بسیاری جهات بحث برانگیز است (اشکاناسی و دوریس، ۲۰۱۷).

مرور پیشینه موضوع نشان می‌دهد که حوزه احساسات و عواطف سازمانی، همچنان یک زمینه تحقیقاتی رو به رشد و زنده، با پتانسیل‌های بکر است. در واقع، تحقیقات تجربی در مورد احساسات و عواطف سازمانی همچنان در حال رشد است (پاسوکی و همکاران، ۲۰۲۲؛ برون‌دین و همکاران، ۲۰۲۲؛ اشکاناسی و همکاران، ۲۰۱۷). در این زمینه، جستجوی گوگل اسکالر^۵ نشان می‌دهد که بیش از ۶۴۹ هزار مقاله به هوش هیجانی اختصاص دارد که ۲۱۴ هزار مورد آن مربوط به ده سال اخیر (از سال ۲۰۱۲ به بعد) است. این موضوع نشان می‌دهد که این حوزه همچنان مورد توجه محققان است. حدود ۲۶۰ هزار مقاله از اصطلاحات «کار احساسی» استفاده کرده‌اند، که بیش از ۵۰۰۰۰ مورد از آنها از سال ۲۰۱۲ منتشر شده است. کار احساسی به طور گسترده مورد مطالعه قرار گرفته است و تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که رهبران و زیردستان نیز از کار عاطفی در تعاملات خود با یکدیگر استفاده می‌کنند (لی و مادرا، ۲۰۱۹). کلیدواژه دیگری که ۹۵۰ مقاله را در این پایگاه به خود اختصاص داده است، «احساسات خودمتعالی»^۶ است. احساسات خود متعالی، احساسات مثبتی هستند که از ارزیابی‌های متمرکز بر دیگران ناشی می‌شوند. احساسات خود متعالی به حل مشکلات اجتماعی مانند مراقبت، همکاری و هماهنگی گروهی با برانگیختن رفتارهای اجتماعی کمک می‌کند. این احساسات توجه را از خود به نیازها و نگرانی‌های دیگران معطوف می‌کند که در نهایت به عملکرد سازمانی مؤثر کمک می‌کنند (تی و بینتی، ۲۰۲۳).

کلیدواژه «احساسات اخلاقی» با بیش از ۹۵۰۰ مقاله در رده بعدی قرار دارد. از آنجا که زمینه سازمانی کارکنان مختلف را مجبور می‌کند تا با هم در جهت یک هدف مشترک کار کنند، این زمینه مستلزم همکاری کارکنان با یکدیگر و پرهیز از نقض حقوق یکدیگر است. از این منظر، احساسات به عنوان یک عامل مهم اجتماعی برای حمایت از استانداردهای اخلاقی وضع شده توسط جامعه، شناسایی شده است. احساسات اخلاقی همچنین نقش کلیدی در دور زدن رفتار غیراخلاقی ایفا می‌کنند (گرین‌بام و همکاران، ۲۰۲۰). این موضوع اخیراً توجه مدیران و محققان را به خود جلب کرده است. چنین توجهی نیاز به مطالعات بیشتر در این حوزه را ایجاد کرده است.

در بخش دیگری از تحقیقات، تأثیر احساسات در فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک در سال‌های گذشته محققان را به خود مشغول کرده است. به طور کلی احساسات فردی نیروی محرکه اساسی در تصمیم‌گیری استراتژیک هستند (بروندین و همکاران، ۲۰۲۲؛ مک‌مانوس، ۲۰۲۱؛ نیومان، ۲۰۱۷). با این وجود، وضعیت فعلی تحقیقات در مورد احساسات و اثرات آنها بر تصمیم‌گیری استراتژیک پراکنده و ناسازگار است. به طور مثال برخی از محققان دریافته‌اند که احساسات مثبت به دلیل پردازش دقیق‌تر و سیستماتیک‌تر منجر به تصمیم‌گیری بهتر و کارآمدتر می‌شود، در حالی که برخی دیگر به این نتیجه

^۵Google Scholar^۶Self-transcendent emotions

رسیده‌اند که احساسات منفی منجر به پردازش سخت‌تر می‌شود (نیومان، ۲۰۱۷). این پراکندگی در تحقیقات نیازمند مطالعات دقیق‌تر در این حوزه است.

از طرفی محیط‌های کاری اخیر شاهد افزایش گرایش به سمت کارهای تیمی و اثربخشی تیم‌ها در سازمان‌ها در سراسر جهان بوده است. این روند رو به رشد در کار تیمی ادبیات احساسات سازمانی را نیز تحت تأثیر قرار داده است. در این زمینه ژی و همکاران (۲۰۲۲) محققان را تشویق کردند تا مفهوم سازی‌های متنوع سازه‌های جمعی - مانند تنوع عاطفی، پویایی عاطفی، و فرهنگ عاطفی را بررسی کنند. بنابراین، بررسی ادبیاتی که نقش احساسات را در تیم‌ها و عوامل حیاتی مؤثر بر احساسات در تیم‌ها ترکیب می‌کند، مورد نیاز است.

در نهایت باید متذکر شد در حالی که تحقیقات نشان می‌دهد که احساسات مثبت تأثیر مفیدی بر افراد و عملکرد سازمانی دارند، دلایل و فرآیندهای اساسی در این رابطه، به وضوح درک نشده‌اند (تی و بینتی، ۲۰۲۳؛ مک‌مانوس، ۲۰۲۱؛ لی و مادرا، ۲۰۱۹). به عبارتی شناسایی نقش احساسات و عواطف سازمانی بر پیامدهای سازمانی و علی‌الخصوص رفتارهای اجتماعی، در دوران عصر حاضر ضروری است. احساسات مثبت در هسته مداخلات روانشناسی مثبت قرار دارند و درک صحیح از فرد، گروه‌ها و پویایی‌های سازمانی که بر آنها تأثیر می‌گذارند می‌تواند در طراحی محل کار و مداخلات محل کار رفاهی کمک کند. بررسی این مکانیسم‌های اساسی دارای اهمیت نظری است.

نتیجه‌گیری

در نتیجه، احساسات و عواطف در تمامی جنبه‌های رفتار سازمانی تأثیرگذار هستند و مدیران و صاحبان سازمان‌ها باید بتوانند با شناخت دقیق تأثیر این عوامل بر روی رفتار سازمانی، از آنها به نحو احسن استفاده کنند و در پی بهبود کیفیت زندگی و کارکرد اعضای سازمان باشند. احساسات و عواطف می‌توانند در فرآیند تصمیم‌گیری، رفتار سازمانی، ارتباطات، رهبری، مشارکت و انگیزه تأثیرگذار باشند. همچنین، مهارت در مدیریت و کنترل احساسات و عواطف می‌تواند که به مدیران کمک می‌کند تا با چالش‌های احساسی در سازمان‌ها مواجه شوند و برای بهبود رفتار سازمانی، رویکردهای مناسب را انتخاب کنند. در نتیجه، این مقاله به اهمیت شناخت دقیق تأثیر احساسات و عواطف در رفتار سازمانی و نیز به ارائه راهکارهای مناسب برای مدیریت این عوامل در سازمان‌ها تأکید می‌کند. با توجه به این مطالب، می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت احساسات و عواطف در سازمان‌ها می‌تواند بهبود کیفیت زندگی و کارکرد اعضای سازمان را به همراه داشته باشد و به کسب و کارهای سازمانی کمک کند تا در موفقیت خود پیشرفت کنند. محققان در مکتب روابط انسانی، کارکنان را به عنوان بازیگران اجتماعی عاطفی می‌بینند که می‌توانند بر زندگی سازمانی تأثیر بگذارند و بالعکس. براین اساس پژوهشگران بر مسائل مربوط به احساسات در سازمان‌ها تمرکز می‌کنند (ژی و همکاران، ۲۰۲۲). این مطالعه با هدف مروری منسجم بر مفاهیم ارائه شده در زمینه احساسات و عواطف در سازمان، روندهای موجود و چشم‌انداز آینده صورت گرفت. بنابر مروری بر ادبیات احساسات و عواطف در سازمان، مشخص شد همچنان یک روند تحقیقاتی رو به افزایش برای مطالعه احساسات در محیط سازمانی وجود دارد. با این حال همان‌طور که هوکا و همکاران (۲۰۲۳)، برون‌دین و همکاران (۲۰۲۲) و اشکاناسی و دوریس (۲۰۱۷) بیان کردند، یکی از چالش‌های اساسی در مورد احساسات در محل کار، تنوع گسترده رویکردهای نظری و مفهومی برای تعریف احساسات است. با این حال، با اجماعی بین محققان مختلف، می‌توان احساسات را در نقطه تلاقی بین افراد و شرایط آنها مشاهده کرد، که از تغییرات زمینه‌ای و تجربیات و واکنش‌های فرد نشأت می‌گیرد، این تعریف بر پایه تعاریف ارائه شده توسط شر و مورز (۲۰۱۹) و هوکا و همکاران (۲۰۲۳) است که دارای هر دو رویکرد فردگرا و اجتماعی است.

از سوی دیگر روندهای فعلی مطالعات عواطف و احساسات سازمانی، متمرکز بر سازه‌هایی همچون کار احساسی و هوش هیجانی است که دارای سابقه نسبتاً طولانی در ادبیات هستند؛ اما اخیراً توجه به سمت کلیدواژه‌هایی همچون «احساسات خود متعالی»، «احساسات اخلاقی» و «احساسات در تیم» با تأکید بر نتایج اجتماعی در محیط‌های کار مورد توجه قرار گرفته است.

این در حالی است که به گفته گرینبام و همکاران (۲۰۲۰) با توجه به محیطهای متغیر و متلاطم امروزی، رفتار اجتماعی برای سرزندگی یک سازمان مهم است. با این حال، تحقیقات در مورد این بخشها در علوم سازمانی و مدیریت، کمیاب است و نیاز به تحقیقات بیشتر در این حوزه وجود دارد. از این رو پیشنهاد می گردد تا محققان آینده با تاکید بر این زمینهها، ادبیات تحقیق را گسترش داده و ابهامات موجود را پوشش دهند.

به طور کلی رشد تحقیقات در مورد عواطف و احساسات مستلزم مرور دقیق ادبیات موضوع به منظور دستیابی به انسجام و یکپارچگی در این حوزه است. تحقیق حاضر در تلاش بود تا با مرور مبانی نظری و مباحث عواطف و احساسات سازمانی چالشها را شناسایی کند، و ایدههایی برای تحقیقات آینده ارائه دهد. امید است که مطالعه حاضر به عنوان یک راهنما برای محققان فعلی و دستور کاری برای محققان آیند قرار گیرد.

منابع

- Ashkanasy, N. M., & Dorris, A. D. (2017). Emotions in the workplace. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 67-90.
- Ashkanasy, N. M., Humphrey, R. H., & Huy, Q. N. (2017). Integrating emotions and affect in theories of management. *Academy of Management Review*, 42(2), 175-189.
- Brundin, E., Liu, F., & Cyron, T. (2022). Emotion in strategic management: A review and future research agenda. *Long Range Planning*, 55(4), 102144.
- Diener, E., Thapa, S., & Tay, L. (2020). Positive emotions at work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7, 451-477.
- Greenbaum, R., Bonner, J., Gray, T., & Mawritz, M. (2020). Moral emotions: A review and research agenda for management scholarship. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), ۹۵-۱۱۴.
- Hökkä, P., Vähäsantanen, K., & Ikävalko, H. (2023). An integrative approach to emotional agency at work. *Vocations and Learning*, 16(1), 23-46.
- Hökkä, P., Vähäsantanen, K., & Paloniemi, S. (2020). Emotions in learning at work: A literature review. *Vocations and Learning*, 13, 1-25.
- Knight AP, Eisenkraft N. (2015). Positive is usually good, negative is not always bad: the effects of group affect on social integration and task performance. *J. Appl. Psychol.* ۱۰۰(۴):۱۲۱۴-۲۷
- Lee, L. and Madera, J.M. (2019), "A systematic literature review of emotional labor research from the hospitality and tourism literature", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7). 2808-2826. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2018-0395>
- Lindebaum D, Geddes D. (2016). The place and role of (moral) anger in organizational behavior studies. *J. Organ. Behav.* 37:738-57
- McManus, J. (2021). Emotions and ethical decision making at work: Organizational norms, emotional dogs, and the rational tales they tell themselves and others. *Journal of Business Ethics*, 169(1), 153-168.
- Neumann, F. (2017). *Antecedents and effects of emotions in strategic decision-making: a literature review and conceptual model. Management Review Quarterly*, 67(3), 175-2۰۰. doi:10.1007/s11301-017-0۱۲۷-۱
- Pascucci, T., Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. C. (2022). Systematic Review of Socio-Emotional Values Within Organizations. *Frontiers in Psychology*, 5636.

Peng C, Xue K, Tian Y, Zhang X, Jing X and Luo H (2022) Organizational Emotional Capability Perspective: Research on the Impact of Psychological Capital on Enterprise Safety Performance. *Front. Psychol.* 13:854620. doi: 10.3389/fpsyg.2022.854620

Scherer, K. R., & Moors, A. (2019). The emotion process: Event appraisal and component differentiation. *Annual Review of Psychology*, 70(7), 19–45

Tee, E. Y., & binti Raja Reza Shah, R. I. A. (2023). Self-transcendent emotions and their influence on organizational effectiveness: A literature review and synthesis. *Asian Journal of Social Psychology*, 26(1), 146-163.

Ward, J., & McMurray, R. (2015). *The dark side of emotional labour*. Routledge.

Xie, L., Wilson, J. and Sherron, T. (2022), "Emotion in teams: a scoping literature review", *European Journal of Training and Development*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/EJTD-01-2022-0002>