RELAȚIA DINTRE INTELIGENȚA EMOȚIONALĂ ȘI COMUNICAREA ORGANIZAȚIONALĂ ÎN INDUSTRIA WEB

Dorina VASILACHE,
asistent universitar, USM

În ultimii ani managerii din industria web au început să acorde mai multă atenție competențelor și aptitudinilor angajaților, și anume pentru două dintre acestea: inteligența emoțională și abilitățile de comunicare. Provocările pe care le generează sarcinile organizaționale tot mai complexe semnalează necesitatea gestionării emoțiilor în diverse circumstanțe. În acest context, emoțiile devin resurse care pot fi ameliorate pentru a îmbunătăți performanța angajaților, având, totodată, implicații în procesul de comunicare organizațională. Aceste interes a pornit în urma creșterii fluctuației de personal și a gradului de insatisfacție din partea angajaților. Întrucât comunicarea reprezintă o condiție pentru cooperarea eficientă a angajaților, dar și un domeniu esențial în buna funcționare a unei organizații, aceasta este analizată în relație cu inteligența emoțională, fapt ce determină noi direcții în studiul ulterior al acestora. În acest articol sunt incluse rezultatele cercetării prin intermediul cărora se dorește să fie evidențiată relația dintre inteligența emoțională și comunicarea, rolul acestui tandem pentru industria web, pe fonul stereotipului că în acest domeniu abilitatea de a comunica eficient și nivelul înalt al inteligenței emoționale nu sunt apreciate ca fiind competențe importante.

Cuvinte-cheie: *inteligență emoțională, comunicare organizațională, stil de comunicare, echipe, industria dezvoltării Web.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELIGENCE AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN THE WEB DEVELOPMENT INDUSTRY

In recent years, managers in the web industry have begun to pay more attention to the skills and abilities of employees, namely for two of them, emotional intelligence and communication skills. The challenges posed by increasingly complex organizational tasks signal the need to manage emotions in a variety of circumstances. In this context, emotions become resources that can be used to improve employee performance, while having implications for the process of organizational communication. This interest started due to the increase in staff turnover and the increased degree of dissatisfaction on the part of employees. Since communication is a condition for effective cooperation of employees, but also an essential area in the proper functioning of an organization, it is analyzed in relation to emotional intelligence, which determines new directions in their subsequent study. Included in this article are the results of research that seeks to highlight the relationship between emotional intelligence and communication, the role of this tandem for the web industry, against the stereotype that in this area the ability to communicate effectively and high levels of emotional intelligence are not considered to be important skills.

Keywords: *emotional inteligence, organizational communication, style of communication, teams, Web development industry.*

Relația dintre inteligența emoțională și comunicarea organizațională: repere teoretice

Conform lui Van Vuuren [1], nicio organizație nu se poate dezvolta sau chiar exista fără comunicare. Tourish și Hargie [2] evidențiază faptul că în cadrul organizațiilor o comunicare internă eficientă între management și personal este vitală pentru succesul organizațional, deoarece în momente critice acele organizații în care managementul acordă o atenție sporită comunicării înregistrează performanțe într-o măsură mai mare decât organizațiile în care comunicarea este neglijată. În acest context intervine rolul gestionării emoțiilor, astfel încât să asigure o comunicare eficientă, orientată spre îndeplinirea obiectivelor organizaționale, dar și spre menținerea stării de bine a angajaților la locul de muncă.

În esență, inteligența emoțională reprezintă un set de abilități care au fost formulate și descrise de către autori în diverse moduri. În acest sens, se identifică următoarele trei modele de bază în abordarea inteligenței emoționale. P.Salovey și J.Mayer [3] au formulat un model al inteligenței emoționale care pune mai mult accentul pe componentele cognitive. În acest sens, inteligența emoțională presupune, totodată, un potențial de creștere intelectuală și afectivă, implicând următoarele aspecte:

– *abilitatea de a percepe şi de a exprima corect emoţiile*: de exemplu, la începutul vieții, copilul învață expresiile faciale care indică o anumită emoție prin intermediul fizionomiei părintelui, ca reacție la plânsetele sau stările de bucurie ale copilului. Atunci când copilul crește, acesta începe să discearnă între expresiile autentice și cele mimate ale unei emoții, precum zâmbetul natural și cel de politețe, dar și alte manifestări ale expresiilor emoționale;

– *abilitatea de a genera anumite trăiri emoţionale care facilitează gândirea*: presupune asimilarea experiențelor emoționale în câmpul raționalului, incluzându-se aici compararea emoțiilor între ele, dar și cu alte senzații sau gânduri. De exemplu, am putea să fixăm o stare emoțională în conștiință pentru a o compara cu o senzație similară, cum ar fi o culoare, sunet sau gust*;*

– *abilitatea de a cunoaşte şi a înţelege emoţiile*: experimentarea unor emoții specifice (precum bucuria, furia, teama etc.) este guvernată de anumite reguli – furia în general apare când este săvârșită o nedreptate; teama, atunci când dispare, este înlocuită cu o stare de ușurință. Un exemplu ar fi o femeie care este extrem de furioasă, iar o oră mai târziu devine rușinată. Este probabil că anumite evenimente ar fi putut interveni pentru ca starea sa emoțională să se modifice, precum: ar fi putut să-și exprime furia într-un mod nepotrivit sau ar fi putut descoperi că a greșit crezând că prietena sa a trădat-o. În acest sens, inteligența emoțională implică abilitatea de a recunoaște emoțiile, de a detecta cauza acestora, dar și de a judeca asupra lor într-un mod adecvat*;*

– *abilitatea de a regla propriile emoții, astfel încât să se limiteze rolul perturbator al acestora*: aceasta implică a ști, de exemplu, cum să ne calmăm după ce suntem furioși, sau să fim apți de a ameliora starea de anxietate a altei persoane*;*

– *abilitatea de a transforma emoțiile în catalizatori ai dezvoltării personale (de a regla emoțiile în sine însuți şi în alții).*

Teoriile inteligenței emoționale au parcurs un drum lung de la începuturile sale, Thorndike punând bazele conceptuale în 1920, iar teoreticieni precum Salovey și Mayer, Goleman, Bar-On fundamentând teorii bine dezvoltate și cuprinzătoare. În contextul în care este abordată în prezenta lucrare, inteligența emoțională poate fi corelată cu procesul de comunicare organizațională, întrucât cercetători precum Goleman [4] și Matthews [5] afirmă că inteligența emoțională joacă un rol important în percepția modului în care persoana se comportă și se conectează cu ceilalți. De asemenea, Matthews susține că *nivelul de inteligență emoțională a individului reflectă valoarea comunicării cu ceilalți.*

Factorul care distinge comunicarea organizațională de alte tipuri de comunicare este procesul de participare. *Participarea reprezintă interacțiunea fiecărui membru cu ținta (sarcina) comună a grupului* [6]. Relația dintre membrii grupului și sarcină este reprezentată prin noțiunea de *axă de participare.* În acest sens, pozițiile din cadrul axei de participare se divid în următoarele:

1. Centrul: are rolul de a orienta grupul către atingerea scopului comun, făcând propuneri despre cum trebuie să acționeze grupul, sintetizând ideile celorlalți membri, formulând reguli, gestionând discuțiile din grup și prezentând soluțiile;

2. Emițătorul: este un actor implicat în procesul de funcționare a echipei, întrucât își exprimă propriile opinii și le comentează pe ale celorlalți, dar și face remarci atât pe cale verbală, cât și nonverbală, dacă este sau nu de acord cu cele discutate;

3. Receptorul: este prezent la discuții, pe care le urmărește cu atenție sporită, însă fără a se implica în emiterea de opinii, acesta mai mult sintetizându-le pe cele expuse deja și punând întrebări de clarificare;

4. Satelitul: nu este în legătura cu sarcina-țintă a grupului, manifestând neatenție atât pe cale verbală, cât și nonverbală, ci poate doar cu unele procese legate de dinamica acestuia. El nu participă activ în discuții, respectiv poate face doar unele comentarii ieșite din context, care nu au legătură cu sarcina sau care se referă doar la anumite aspecte ale vieții de grup.

5. Absentul: acest membru al grupului este absent fizic, cu toate că are un rol în realizarea obiectivului. Se remarcă atunci când lipsește de la întâlniri, întârzie sau părăsește grupul înainte ca sarcina să fie îndeplinită.

Referindu-se la organizație, aceasta implică *o rețea de fluxuri de comunicare și interacțiuni care influențează în mod semnificativ organizația*. Așadar, o

organizație reunește oameni cu diverse abilități din medii diferite și se străduiește să-i valorifice într-un sistem operațional pentru a-și atinge scopurile. Pentru a face acest lucru cu succes, managerii trebuie să creeze o rețea de procese interdependente și percepții comune, care susțin acțiunea colectivă, iar comunicarea este în centrul acestui demers.

Metode

În prezenta cercetare au fost utilizate două chestionare:

1. *Chestionarul Inteligenței Emoționale* (INEM, Ticu Constantin, 2008);
2. Chestionarul *Stiluri de comunicare* (Stroe Marcus, 1997);

Lotul de subiecți

Cercetarea a fost realizată pe un grup de 74 de subiecți (40 femei și 34 bărbați), cu vârsta cuprinsă între 20 și 40 de ani, angajați în cadrul companiilor IT „Bend Technologies", „Pentalog" și „Titanium" din Republica Moldova, care activează în industria dezvoltării Web, în calitate de developeri Web.

Rezultate și discuții

În cercetarea dată a fost studiată relația dintre inteligența emoțională și comunicarea organizațională în domeniul industriei Web. Conform datelor privind determinarea nivelului inteligenței emoționale, avem rezultatele prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 1. Distribuirea rezultatelor obținute de subiecții cercetării la Chestionarul Inteligenței Emoționale (INEM)

Scor Inteligență Emoțională	Femei		Bărbați	
	f(a)	f(r) (%)	f(a)	f(r) (%)
31 - 40	21	52	9	26
21 - 30	13	33	16	48
11 - 20	6	15	9	26
Total	**40**	**100**	**34**	**100**

Acest fapt reflectă scorurile inteligenței emoționale obținute de către subiecții cercetării, repartizați după criteriul de gen. Astfel, femeile au înregistrat o ponderе mai mare în cadrul nivelului 31-40 al inteligenței emoționale, aici încadrându-se 52% dintre femei (21 persoane), comparativ cu nivelul 21-30, obținut de 33% dintre femei (13 persoane) și nivelul 11-20, în care s-au încadrat doar 15% (6 persoane) dintre femeile participante la cercetare. Pe de altă parte, cei mai mulți bărbați, 48% (16 persoane), au înregistrat un scor al inteligenței emoționale de la 21 până la 30, iar celelalte două niveluri, 11-20 și 31-40, sunt într-un raport egal, întrucât câte 26% dintre bărbați (câte 6 persoane) au obținut valori ale inteligenței emoționale încadrate în unul dintre aceste două niveluri.

Sesizăm un grad de diferențiere dintre bărbați și femei în ceea ce privește nivelul inteligenței emoționale, prezentat în Figura 1.

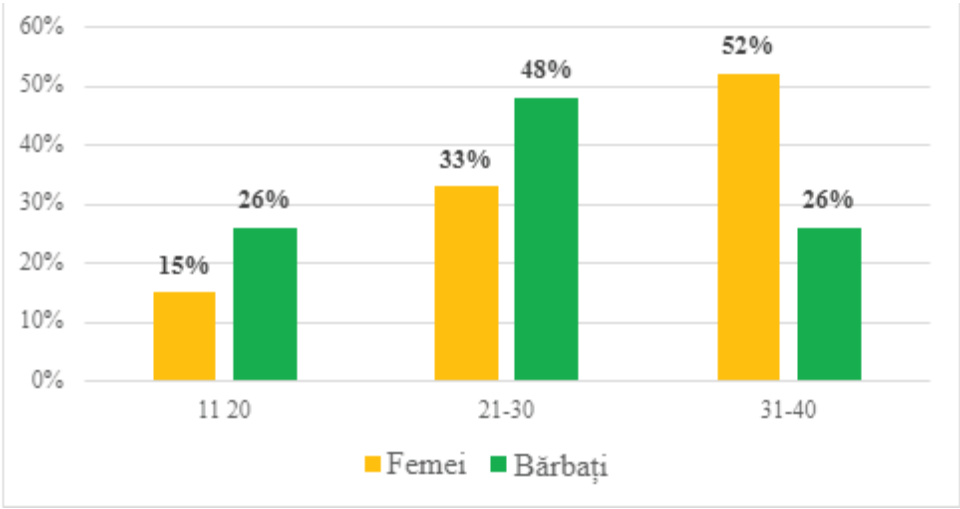


Fig. 1. Distribuirea rezultatelor obținute de subiecții cercetării la Chestionarul Inteligenței Emoționale (INEM)

Rezultatele care ilustrează mediile stilului de comunicare asertiv înregistrat de către bărbați (10,71) și femei (11,40), precum și cele care reprezintă valoarea testului t (t=1,19; p=0,05), indică lipsa diferențelor de gen semnificative în manifestarea stilului agresiv la subiecții cercetării.

Așadar, rezultatele expuse mai sus permit confirmarea ipotezei 2, care presupune că există diferențe în manifestarea inteligenței emoționale la bărbați și femei, însă infirmă ipoteza 3 care stipulează că există diferențe de gen în manifestarea stilurilor de comunicare la bărbați și femei.

Concluzii

Inteligența emoțională reprezintă o dimensiune semnificativă a personalității individului, care determină eficiența relaționării atât în plan personal, cât și profesional, cu ceilalți. Un nivel înalt al inteligenței emoționale presupune abilitatea individului de a înțelege emoțiile proprii și ale celorlalți, precum și de a le regla, astfel încât în procesul de comunicare le poate utiliza în vederea atingerii scopurilor.

Comunicarea organizațională în industria dezvoltării Web se desfășoară atât față-în-față, cât și prin intermediul tehnologiilor informaționale, în special, iar managementul emoțiilor angajaților într-o asemenea diversitate de contexte comunicaționale devine un aspect esențial pentru atingerea rezultatelor dorite. În

acest sens, creșterea nivelului de inteligență emoțională a angajaților poate determina eficientizarea comunicării și, respectiv, a muncii în cadrul echipelor, ceea ce va influența, într-un sens pozitiv, bunăstarea organizației;

Referințe:

1. VAN VUUREN, M., ELVING, W.J.L. *Communication, sensemaking, and change as a chord of three strands: Practical implications and a research agenda for communicating organizational change.* Corporate Communications, 13(3), 2008.
2. TOURISH, D., HARGIE, O.D.W. Communication between managers and staff in the NHS: trends and prospects. In: *British Journal of Management*, 1998, no.9(1).
3. MAYER, J.D., SALOVEY, P., CARUSO, D.R., *Models of Emotional Intelligence.* New York: Cambridge University Press, 2000.
4. GOLEMAN, D., *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ for character, health and lifelong achievement.* New York: Bantam Books, 1996.
5. MATTHEW, G., ZEINDERZ, M., & ROBERTS, R.D. *Emotional Intelligence: Science and myth.* Cambridge: Bradford Book, 2002.
6. CIȘMARU, D.M. *Comunicarea internă în organizații.* București: Tritonic, 2010.