

## تحلیل قیاسی بر سطح کیفی هوش معنوی و هوش هیجانی گردشگران داخلی و خارج شهر شیراز

علی ایزدی\*

کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علم و هنر، تهران، ایران

### چکیده

هدف این پژوهش، تحلیل قیاسی بر سطح کیفی هوش معنوی و هوش هیجانی گردشگران خارجی و داخلی شهر شیراز است. این تحقیق از نوع هدف کاربردی با رویکرد توصیفی انجام شده است. گردآوری چارچوب نظری به روش کتابخانه‌ای و اسنادی صورت گرفته و از روش پیمایش برای درک بهتر موضوع تحقیق بهره برده است. جامعه آماری با توجه به اینکه حجم جامعه آماری نامحدود فرض شده است لذا حجم نمونه طبق جدول مورگان ۳۸۴ پرسش نامه از گردشگران داخلی و خارجی با روش نمونه گیری تصادفی ساده انجام شده است که تعداد ۳۸۴ نفر از گردشگران پاسخ قابل قبول ارائه داده‌اند البته برای سنجش هوش معنوی و هوش هیجانی از دو پرسش نامه جداگانه بهره گرفته شده است و با توجه به نمونه بزرگ، آماری از آزمون احتمال تک نمونه و آزمون همبستگی پیرسون و آزمون نمونه مستقل در SPSS بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشانگر رابطه مثبت و معنی دار بین هوش هیجانی و هوش معنوی گردشگران داخلی و خارجی شیراز میباشد بر اساس نتیجه هوش معنوی و هوش هیجانی گردشگران هر کدام از قابلیت بالایی برخوردار نبوده و دارای اختلاف معناداری نمیباشد. بر اساس یافته‌های پژوهش هر چه قدر گردشگران در چگونگی انجام کارها خداوند را ملاک خود در نظر بگیرند و کارها و اعمال گردشگران بر پایه دانش و آگاهی باشد همچنین در مقابل رفتار نادرست دیگر گردشگران صبر و شکیبایی باشند تجربه‌های نادرست را کنار بگذارند میتوانند بستر رشد و شکوفایی هوش هیجانی را فراهم سازند؛ بنابراین میتوان با تقویت هوش معنوی گردشگران موجب رشد هوش هیجانی و به دنبال آن باعث رشد ارزشها و رفتارهای درست گردشگران در قبال جامعه خود شد.

واژگان کلیدی: هوش معنوی، هوش هیجانی، گردشگری.

مجله مطالعات نوین در  
اقتصاد، مدیریت و  
حسابداری

دوره: ۴

شماره: ۱

سال: ۱۴۰۲

صفحه: ۲۱-۳۵

Journal of New Studies  
in Economics,  
Management and  
Accounting

Vol: 4

No.: 1

Year: 2023

Page: 21-35

## مقدمه

ایران کشوری با منابع، استعدادها و جاذبه‌های متنوع است؛ اما در میان مقاصد گردشگری جهان جایگاه مناسبی ندارد و سهم درآمدی حاصل از صنعت گردشگری در تولید ناخالص ملی این کشور قابل توجه نیست (ابراهیمی و شفیعیان، ۱۳۹۱). از سوی دیگر حس سفر حس فوق العاده‌ای است که میل نایل آمدن به آن در افراد مختلف متفاوت است. از آنجا که رونق گردشگری به شدت به این احساس وابسته است، شناسایی زمینه‌های آن می‌تواند در هدایت آنها و توسعه این حرفه موثر باشد. تحقیقات نشان داده است که انواع هوش اعم از هوش هیجانی و هوش معنوی در شکل‌گیری این احساسات اثرگذار هستند. یکی از موضوعات مهم در حوزه گردشگری شناخت ویژگی‌های روانی گردشگران از جمله دو سازه هوش هیجانی و معنوی آنها و تعیین مولفه‌های تاثیر گذار بر نحوه و فرآیند شکل‌گیری احساس سفر و مقصد سفر می‌باشد.

هوش، مفهومی است که از دیرباز، آدمی به پژوهش و تفحص در مورد ابعاد، تظاهرات، ویژگی‌ها و انواع آن علاقه مند بوده است. هوش رفتار حل مسئله سازگارانه‌ای است که در راستای تسهیل اهداف کاربردی و رشد سازگارانه جهت‌گیری شده است. گاردنر<sup>۱</sup> هوش را مجموعه‌ای از توانایی‌هایی میداند که برای حل مسئله و ایجاد محصولات جدیدی که در یک فرهنگ ارزشمند تلقی میشود به کار می‌رود (غباری بناب و همکاران، ۱۳۸۶). در این بین یکی از ابعاد هوش تحت عنوان هوش معنوی شناخته میشود. اهمیت معنویت و رشد معنوی در انسان، در چند دهه گذشته به صورتی روزافزون توجه روانشناسان و متخصصان بهداشت روانی را به خود جلب نموده است. پیشرفت علم روانشناسی از یک سو و ماهیت پویا و پیچیده جوامع نوین از سوی دیگر، باعث شده است که نیازهای معنوی بشر در برابر خواسته‌ها و نیازهای مادی قد علم کنند و اهمیت بیشتری یابند (پرنده و همکاران، ۱۳۹۰). همان طور که مذهب پر معنا و با مفهوم است، هوش معنوی نیز با ظرفیتهای معنوی در ارتباط است. تحقیقات اخیر مبین تأثیر مثبت اعتقادات، تعهدات و فعالیت های معنوی بر سلامت عاطفی، فیزیکی و ارتباط بین فردی است. هوش معنوی چنان مورد توجه واقع شده است که علمی مانند علم عصب شناسی به مطالعه و تجزیه و تحلیل آن پرداخته است؛ نتیجه چنین تحقیقاتی این است که به طور واقعی مغز جایگاه تجربیات، تفکرات و احساسات است. علم عصب‌شناسی ادعا دارد که تئوری هوش معنوی پایه زیست شناختی دارد. تعدادی از نویسندگان هم ادعا کرده‌اند که هوش معنوی خصیصه ای جهان‌شمول است (زارعی متین و عسکری، ۱۳۹۰). همچنین یکی دیگر از ابعاد هوش، با عنوان هوش هیجانی شناخته می‌شود که منشا بسیاری از رفتارها و تصمیمات خودآگاه و ناخودآگاه می‌باشد. منظور از هوش هیجانی طبق نظر سالوی و مایر<sup>۲</sup> توانایی دریافت سریع، ارزیابی و ابراز هیجانات، فهمیدن و اداره کردن آنها و به کار بردن اطلاعات برای هدایت افکار و اعمال است (حسین بیگی، ۱۳۸۵). نقش به نسبت ثابت شده هوش هیجانی در پیشگیری و تعدیل اختلال های جسمانی و روانی از یک طرف و لزوم توجه به قابلیت های هیجانی از سوی دیگر، ضرورت پرداختن به مسائلی همچون بررسی سطح هوش

<sup>1</sup> Gardner

<sup>2</sup> Mayer & Salovey

هیجانی در سطوح مختلف اجتماعی را که می تواند گامی مؤثر در ارتقای سطح بهداشت روانی اعضای جامعه باشد، اجتناب ناپذیر می سازد (قلی پور، ۱۳۸۶). همانگونه که عنوان گردید ابعاد مختلف هوش از جمله هوش معنوی و هوش هیجانی، در ابعاد مختلف زندگی شخصی و اجتماعی افراد تاثیر گذار می باشد. از آن جمله تاثیر هوش هیجانی و معنوی بر سبک تصمیمگیری افراد می باشد. سبک تصمیم گیری افراد، بیانگر الگوی عاداتی است که آنها در هنگام تصمیم گیری مورد استفاده قرار میدهند تصمیم گیری مورد استفاده قرار میدهند؛ به عبارت دیگر سبک تصمیم گیری هر فرد رویکرد شخصیتی او در درک و واکنش وظیفه تصمیم گیری خود می باشد (اعتباریان و همکاران، ۱۳۹۳). رفتار انسانها به هدف ارضای نیازها از نگرشهای گوناگونی مورد مطالعه قرار گرفته است. با نگرش ادراکی می توان گفت که رفتارها توسط فعالیتهای ذهنی همراه با پردازش اطلاعات (شناخت، از قبیل باورها و ادراکات از یک محصول یا خدمت) بروز می نماید. با نگرش هیجانی احساسی این امر چنین توضیح داده میشود که احساسات و عواطف و هیجانات افراد بخشی از فرآیند تصمیم گیری و رفتار هستند (تاج زاده و قضاریان، ۱۳۸۹). یکی از ابعاد مهم زندگی انسان در بعد فردی و اجتماعی، سفر و انتخاب مقصد گردشگری می باشد. مردم به دلایل و انگیزه های متفاوتی به گردشگری و سفر می- پردازند. انگیزش اصلی ترین مفهوم در شناخت رفتار مصرف کننده و فرآیند انتخاب مقصد است. انگیزه ها را معمولاً چنین تعریف می کنند که آنها نیروهای روانی و جامعه شناختی هستند که در افراد آمادگی و قابلیت انجام کاری را باعث می شوند. عوامل انگیزشی بیشتر به جنبه های احساسی و هیجانی درونی فرد برمی گردند. تقریباً هیچ پژوهشی به صورت جامع در خصوص تاثیر هوش هیجانی و معنوی بر شکل گیری احساس سفر در گردشگران انجام نگرفته است. لذا این پژوهش بر آن است تا از طریق بررسی ارکان هوش هیجانی و معنوی در گردشگران خارجی و داخلی، به کیفیت هوش این گروه ها و شناسایی زمینه های احساسی موثر بر گردشگری پرداخته تا در نتیجه آن راهنمای خوبی در جهت مولفه های موثر در تهییج افراد به سفر ارائه نماید. بر همین مبنا تاثیر صنعت گردشگری بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه موجب شده است تا این صنعت به عنوان بخشی از راهبرد تحقق توسعه پایدار محسوب شود.

با توجه به مطالب ذکر شده، به نظر می رسد علیرغم پتانسیل های فراوانی که شهر شیراز در زمینه ایجاد درآمد وجود دارد آن طور که باید از این ظرفیت ها بهره برداری نشده است. از جمله این ظرفیت ها میتوان به پتانسیل گردشگری شهر و استان، اشاره نمود. شیراز با دارا بودن آثار تاریخی و فرهنگی متعدد میبایست به یکی از قطب های اصلی گردشگری ایران تبدیل گردد. از سوی دیگر حس سفر حس فوق العاده ای است که میل نایل آمدن به آن در افراد مختلف متفاوت است. از آنجا که رونق گردشگری به شدت به این احساس وابسته است، شناسایی زمینه های آن میتواند در هدایت آنها و توسعه این حرفه موثر باشد. لذا این پژوهش بر آن است تا از طریق بررسی ارکان هوش هیجانی و معنوی در گردشگران خارجی و داخلی، به کیفیت هوش گردشگران داخلی و خارجی و شناسایی زمینه های احساسی موثر بر گردشگری پرداخته تا در نتیجه آن راهنمای خوبی در جهت مولفه های موثر در تهییج افراد به سفر ارائه نماید.

## پیشینه و ادبیات نظری پژوهش

### گردشگری

بسیاری از نویسندگان، گردشگری را یک فرصت منحصربه فرد اقتصادی می‌دانند (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۹۲). گردشگری در عصر حاضر، به عنوان صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال گذشته نشان‌دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است (کاظمی، ۱۳۸۵). در یک تعریف کلی‌تر در مورد تعریف گردشگری آمده است: گردشگری عبارتست از هر آنچه به گردشگران و خدمات مرتبط با آنان مربوط می‌شود (زاهدی، ۱۳۸۲). سازمان جهانی گردشگری انواع مختلفی از گردشگری را معرفی کرده است که گردشگری فرهنگی و میراث نمونه‌های آن محسوب می‌شوند. رضوانی گردشگری فرهنگی را نوعی گردشگری برای آشنایی با میراث فرهنگی، هنری، آداب، رسوم، بناها و آثار تاریخی یا اهداف آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی تعریف کرده است (رضوانی، ۱۳۸۶). از دیدگاه زاهدی و همکاران گردشگری فرهنگی نوعی از گردشگری است که گردشگر از طریق آن به فراگیری و تجربه درباره فرهنگ حال و گذشته جامعه خود یا دیگران می‌پردازد (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۴).

### هوش هیجانی

واژه Emotion از فعل لاتین Motere به معنی «حرکتو جنبش» ریشه گرفته است و تمایل به حرکت و عمل را در هر یک از احساسات و عواطف آدمی نشان می‌دهد (پارسا، ۱۳۸۰). در فرهنگ لغت Emotion به معنی عاطفه، احساس، احساسات، برانگیختن و هیجان آمده است (باطنی، ۱۳۸۰ به نقل از اکبری). هیجان عبارت است از یک واکنش شدید و کوتاه ارگانیک به یک موقعیت غیر منتظره همراه با یک حالت عاطفی خوشایند یا ناخوشایند (خائف الهی و دوستار، ۱۳۸۲ به نقل از اکبری). واژه هیجان اولین بار در سال ۱۹۹۰ به طور رسمی توسط دو روانشناس به نام‌های میر و سالووی وارد ادبیات روانشناسی و تعلیم و تربیت گردید. از نظر آنان این واژه به سه معنا به کار می‌رود:

الف: درک افراد از آن چه که احساس می‌کنند و در عین حال درک دیگران؛

ب: درک آن چه که ما را خوشحال و ناراحت می‌کند؛

ج: آگاهی هیجانی، مهارت‌های مدیریتی و حساسیت نسبت به طولانی‌تر کردن شادی و بقاء.

در حال حاضر این سه جنبه، گسترش بیشتری یافته و شامل قدرت کنترل احساسات، درک این احساسات، دانش احساسی و توانایی تنظیم هیجان‌ها به منظور افزایش و بهبود آنها و قاعدتاً رشد عقلانی می‌باشد؛ بنابراین هوش هیجانی را می‌توان توانایی یادگیری و تغییر احساسات دانست. در واقع فردی که از هوش هیجانی بالایی برخوردار است می‌تواند احساسات خود را تعریف نموده و ویژگی‌های احساسی و تجربیات خود را در یک رابطه دو سویه بین آنها درک نماید.

همچنین این فرد قادر خواهد بود هیجانان خود را به نحو قابل توجهی بیان کرده و به طریق مناسبی هیجانان خود را سازمان دهد (آتشپور، ۱۳۸۲).

### تعاریف هوش هیجانی

واژه هوش هیجانی برای اولین بار توسط واین پابین در رساله دکتری به کار برده شد ولی مایر و سالووی در سال ۱۹۹۰ معنای این واژه را توسعه دادند. آن‌ها هوش هیجانی را نوعی هوشا اجتماعی و مشتمل بر توانایی کنترل هیجان‌های خود و دیگران و تمایز بین آن‌ها و استفاده از این اطلاعات برای عملکرد مؤثر در محیط و رو به رو شدن با مقتضیات زندگی دانسته و آن را متشکل از مؤلفه‌های درون فردی و میان فردی گاردنر دانستند و در پنج حیطه به شرح زیر خلاصه کردند:

- خودآگاهی: آگاهی از خویشتن، توانایی خودنگری و تشخیص دادن احساسات خود به همان گونه که وجود دارند.
  - اداره هیجان‌ها: کنترل هیجان‌ها و احساسات به شیوه مطلوب و تشخیص منشاء این احساسات و یافتن راههای اداره و کنترل ترسها، هیجان‌ها، عصبانیتها و ...
  - خود انگیزی: جهت دادن و هدایت عواطف و هیجان‌ها به سمت و سوی هدف، خویشتن هیجانی و به تأخیر انداختن خواسته‌ها و بازداری تلاشها
  - هم حسی: حساسیت نسبت به علایق و احساسات دیگران و تحمل دیدگاه‌های آنان و بها دادن به تفاوت‌های موجود بین مردم در رابطه با احساسات خود نسبت به اشیاء و امور
  - تنظیم روابط: که شامل اداره هیجانان دیگران و برخورداری از مهارت‌های اجتماعی است (به نقل از بیرامی، ۱۳۸۷)
- هوش هیجانی شامل توانایی‌هایی مانند برانگیختن فرد، استقامت در برابر استیصال، کنترل تکانه، تعدیل خلق و خو و پرهیز از استرس‌های مخرب به منظور جلوگیری از اختلالات فکری است؛ به عبارت دیگر هوش هیجانی را توانایی فرد در شناسایی و ابراز هیجان‌های خود و دیگران به طور مثبت می‌دانند (بار-اون، ۱۹۹۷).
- هوش هیجانی مجموعه‌ای از قابلیت‌های غیر شناختی و مهارت‌هایی است که به فرد امکان می‌دهد تا بتواند در برابر خواسته‌ها و فشارهای محیطی از عهده آن‌ها برآید (گاردنر، ۱۹۸۳؛ به نقل از شاره، ۱۳۸۵).

از نظر مایر و سالووی (۱۹۹۸؛ به نقل از سپهریان، ۱۳۸۶) توانایی فرد برای سازگاری با زندگی به کارکردهای یکپارچه توانمندی‌های هیجانی و عقلانی او بستگی دارد و هوش هیجانی باید به هر حال ترکیب دو حالت از سه حالت ذهن یعنی شناخت و عاطفه یا هوش و هیجان باشد. آن‌ها هوش هیجانی را بدین گونه تعریف کرده اند:

هوش هیجانی توانایی درک هیجانان و عواطف به منظور دستیابی و ایجاد هیجانان است تا ضمن کمک به تفکر بهتر، به رویارویی مؤثرتر با مقتضیات زندگی بپردازد. در این میان هماهنگی لازم میان عواطف و احساسات برای ارتقاء عاطفی و هوش برای شخص فراهم می‌گردد. هوش هیجانی را می‌توان قابلیت استفاده از احساس و عاطفه خود و

دیگران در رفتار فردی و گروهی در جهت کسب حداکثر نتایج با حداکثر رضایت تعریف کرد (خائف الهی و دوستار، ۱۳۸۲).

با این حال کسی که توانست هوش هیجانی را بر سر زبانها بیاورد و در سطح جهان مطرح کند و از نظریه به کاربرد نزدیک سازد دانیل گلن (۱۹۹۵) بود. گلن با تغییراتی در تعاریف مایر و سالووی، هوش هیجانی را جنبه دیگری از هوش معرفی کرد که شامل آگاهی از احساسها و استفاده از آنها برای اتخاذ تصمیم های مناسب در زندگی و توانایی تحمل ضربه های روانی و مهار آشفته گی های روانی است. به اعتقاد او، هوش هیجانی نوعی از مهارت زندگی است. وی با تهیه لیستی بلند؛ خویشتن داری، پشتکار، توانایی مهار تکانه ها، به تأخیر انداختن ارضای نیازها، تنظیم خلق، مهار اضطرابها به منظور تسهیل در اندیشیدن و تفکر درباره احساسها ی خود و دیگران را از جمله توانایی های موجود در هوش هیجانی برشمرد.

هوش هیجانی عبارت از توانایی نظارت بر احساسات و هیجان های خود و دیگران، توانایی تشخیص و تفکیک احساسات خود و دیگران و استفاده از دانش هیجانی در جهت هدایت فکر و ارتباطات خود و دیگران می باشد (مایر و سالوی، ۱۹۹۰).

هوش هیجانی نوعی از هوش غیر شناختی است که شامل مجموعه ای از تواناییها و مهارتهای هیجانی و اجتماعی می شود و این مهارتها، توانایی موفقیت فرد را در مقابله با فشارها و اقتضاهای محیطی افزایش می دهد (بار-ان، ۱۹۹۰).

## هوش معنوی

مدتها بود محققان و اندیشمندان برای سنجش قابلیت های انسانی و استعداد ذاتی انسان و پیش بینی پیشرفت. وی، از هوش استدلالی (IQ) و آزمون های ساخته شده که میزان این هوش را می سنجید کمک می گرفتند. اندکی بعد حضور هوشی فراگیرتر و نسبتا مجزا از هوش استدلالی مورد توجه قرار گرفت که تمرکز بر درک و فهم احساسات و هیجانها داشت. این هوش، هوش هیجانی (EQ) نامگذاری گردید؛ اما با پیشرفتهای روز افزون علم و فناوری و نیاز به نیرویی ماورائی و احساس خلاء در زندگی پیچیده امروزی چیزی ورای این دو نوع هوشمد نظر قرار گرفت که تاکنون یا نیاز به آن انکار میشد و یا نادیده انگاشته میشد و آن هوش معنوی یا کاربرد دامنه اطلاعات معنوی در حل مسایل روزمره و مسایل معنایی و ارزشی است (معینی، ۱۳۸۹).

هوش معنوی در ادبیات آکادمی روان شناسی برای اولین بار در سال ۱۹۹۶ توسط استیونز و بعد در سال ۱۹۹۹ توسط ایمونز در کتاب «روان شناسی علاقه نهایی: انگیزش و معنویت در شخصیت» مطرح شد. از نظر ایمونز (۲۰۰۰) هوش معنوی کاربرد انطباقی اطلاعات معنوی با هدف تسهیل حل مسایل روزمره و دستیابی به هدف می باشد. از این تاریخ به بعد گروهی از مؤلفان و پژوهشگران مانند (زوهر، مارشال و نوبل، ۲۰۰۰؛ بوزن، سیسکو ولمن، ۲۰۰۱؛ واگن، ۲۰۰۲؛ ناسل، ۲۰۰۴؛ امرم و کینگ، ۲۰۰۷) درصد آن برآمدند تا مفهوم هوش معنوی را با توجه به مبانی نظری متفاوت، تعریف کرده و مؤلفه های آن را مشخص کنند. به موازات این جریان، گروهی دیگر از روان شناسان مانند

گاردنر (۱۹۹۹) مفهوم هوش معنوی را در ابعاد مختلف مورد نقد و بررسی قرار دادند و پذیرش این مفهوم ترکیبی از معنویت و هوش را به چالش کشیدند. از نتایج این مباحثه‌ها، آشنایی گسترده محیط آکادمیک غرب و به ویژه ادبیات عامیانه با مفهوم هوش معنوی بوده است.

## تعاریف هوش معنوی

هوش معنوی مجموعه‌ای از قابلیت‌های سازگارانۀ ذهنی است که براساس جنبه‌های غیرمادی و متعالی واقعیت قرار گرفته؛ به خصوص آن جنبه‌هایی که مرتبط با طبیعت وجودی فرد، معنی‌سازی فردی، تعالی و حالات مبسوط هوشیاری است. این فرآیندها نقشی سازگارانۀ در تسهیل معنی‌سازی فردی، حل مسئله و استدلال انتزاعی دارند (کینگ، ۲۰۰۸).

امرم (۲۰۰۵) هوش معنوی را شامل داشتن حس معنا و داشتن مأموریت در زندگی، حس تقدس در زندگی درک متعادل از ارزشها و معتقد به بهتر شدن دنیا میداند. وی همچنین هوش معنوی را توانایی کاربرد و بروز ارزشهای معنوی میداند که باعث ارتقاء عملکرد روزانه و سلامت جسمی و روحی فرد شوند.

سانتوس (۲۰۰۶) معتقد است هوش معنوی مرتبط با آفرینندۀ جهان است. وی این هوش را توانایی شناخت اصول زندگی، قوانین طبیعی و معنوی و بنا نهادن زندگی بر اساس این قوانین می‌داند.

سیسک (۲۰۰۸) هوش معنوی را توانایی کاربرد رویکرد چند حسی در حل مسئله و یادگیری همراه با گوش سپردن به ندای درون معرفی میکند؛ به عبارت دیگر، هوش معنوی خودآگاهی عمیقی است که فرد بیشتر از جنبه‌های درونی-اش آگاه شده و آنها را درکمیکند به گونه‌ای که بشر در این حالت تنها جسم نبوده بلکه مجموعه‌ای از فکر، روح و بدن است.

هوش معنوی قابلیت است که باعث میشود فرد از طریق امکانات و توانمندیهای معنوی خود، مباحث علمی و معنوی مربوط به هستی را به گونه‌ای بهتر بشناسد و معنای آن را درک کند (نازل، ۲۰۰۴).

وگان (۲۰۰۱) هوش معنوی را به عنوان فهم عمیق سئوالات معنوی و بصیرت همراه با سطوح چندگانه هوشیاری میداند.

یگلزروث (۲۰۰۴) هوش معنوی را معرفت درونی، حفظ تعادل فکری، آرامش درونی و بیرونی و توانایی به دست آوردن قدرتی تعریف می‌کند که ما را برای رسیدن به رؤیاهایمان یاری میدهد.

ولمن (۲۰۰۱) هوش معنوی را قابلیت پاسخ به سئوالات در مورد معنای زندگی و ارتباط و اتصال بین هر یک از ما و جهانی میداند که در آن زندگی میکنیم.

ایمونز (۲۰۰۰) هوش معنوی را کاربرد سازگارانۀ اطلاعات معنوی در تسهیل حل مسایل روزانه و هدفیابی و دستیابی به آنها میداند.

هوش معنوی همان توانایی است که به ما قدرت میدهد در راستای تحقق رؤیاهایمان تلاش و کوشش نماییم. این هوش زمینه ای برای چیزهایی است که به آنها معتقدیم و در واقع نقش باورها و هنجارها، عقاید و ارزشها را در فعالیتها دارد که ما بر عهده می‌گیریم (ابراهیمی، ۱۳۹۶).

تقریباً هیچ پژوهش قابل اعتباری در مورد سنجش هوش هیجانی و معنوی گردشگران و تاثیر آن بر شکل‌گیری احساس سفر انجام نشده است. هوش و کاربرد آن در مطالعات گردشگری محدود به چندین مقاله در مورد آژانسها و دفاتر گردشگری می‌باشد؛ که از آن جمله میتوان به پژوهش سعیدا اردکانی و همکاران (۱۳۹۵) اشاره نمود. آنها در این پژوهش با استفاده از آزمون‌های آماری و تکنیک‌های رتبه بندی مولفه‌های هوش تجاری را دفاتر خدمات گردشگری رتبه بندی کرده‌اند. مین در سال ۲۰۱۲ چارچوبی را برای ارزیابی هوش عاطفی تورگردانها با استفاده از تحلیل عاملی ارائه داده است. صوفی آبادی و همکاران (۲۰۱۲) مهمترین فاکتورهای تعیین کننده هوش عاطفی را در مدیریت ارتباط با گردشگران از طریق تکنیک تحلیل سلسه مراتبی فازی ارائه نموده است، با این وجود در زمینه تحقیق حاضر در ایران مقالات و پایان نامه‌های نوشته شده بسیار محدود بوده، به همین دلیل در زیر سعی شده تا تحقیقات اندکی در برخی از جنبه‌های گردشگری وجود دارد بیان شود: بشارت (۱۳۸۶) در پژوهشی که تحت عنوان «تأثیر هوش هیجانی بر کیفیت روابط اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه تهران» انجام داده؛ به این نتیجه دست یافته که بین هوش هیجانی و مشکلات بین شخصی دانشجویان همبستگی منفی معنادار وجود دارد. هوش هیجانی همچنین با زمینه های مختلف مشکلات بین شخصی دانشجویان همچون قاطعیت، صمیمیت، مسئولیت پذیری دارای همبستگی معنی دار است. هوش هیجانی با تقویت سلامت روانی، توان همدلی با دیگران، سازش اجتماعی و رضایت از زندگی؛ مشکلات بین شخصی را کاهش می‌دهد و زمینه بهبود روابط اجتماعی را فراهم می‌سازد. هوش هیجانی همچنین از راه ویژگی‌های ادراک هیجانی، آسان سازی هیجانی، شناخت هیجانی، مدیریت هیجان‌ها به کمک‌ساز و کارهای پیش‌بینی، افزایش توان کنترل و تقویت راهبردهای رویارویی کارآمد به فرد کمک می‌کند تا کیفیت روابط اجتماعی را بهتر سازد. سلیمی شکراب (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان «بررسی نقش هوش معنوی و هوش هیجانی در پیش بینی اضطراب امتحان دانش آموزان دختر تیزهوشو عادی دبیرستان های شهرستان اردبیل» به این نتایج دست یافت که هوش هیجانی بر اضطراب امتحان دانش آموزان دختر تیزهوش و عادی اثر مستقیم دارد؛ اما این فرضیه که هوش هیجانی با واسطه هوش معنوی بر اضطراب امتحان دانش آموزان دختر تیزهوش و عادی اثر غیرمستقیم دارد، تأیید نشد. همچنین لزوم توجه به نیازهای معنوی دانش آموزان و ارایه آموزشهای لازم برای رشد و پرورش هوش معنوی آنها ضروری به نظر می‌رسد و می‌تواند گامی مهم در کاهش اضطراب و امتحان و بهبود عملکرد تحصیلی آنها داشته باشد. اعتباریان و امیدپناه (۱۳۸۷) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین هوش هیجانی و رضایت شغلی کارکنان آموزش و پرورش پرداخته‌اند. گرفتند. نتایج تحقیق، نشان داد که هوش هیجانی و رضایت شغلی با یکدیگر همبسته هستند. همچنین، بین دو مولفه ی خودتنظیمی و مهارت های اجتماعی با رضایت شغلی رابطه وجود دارد. طبری و قربانی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «نقش هوش هیجانی بر شیوه تصمیم‌گیری مدیران» به بررسی هوش هیجانی مدیران و تأثیر آن بر فرایند تصمیم‌گیری مدیران دانشگاه پرداخته‌اند. آنها در این پژوهش شیوه تصمیم‌گیری مدیران را در دو دانشگاه دولتی و غیردولتی تقسیم



نمودند و برای این منظور از مدل تقسیم بندی هربرت سایمون استفاده نموده‌اند. نتایج این به شرح ذیل می‌باشد: میان هوش هیجانی مدیران با شیوه تصمیم‌گیری آنها رابطه معناداری وجود دارد. میان هوش هیجانی مدیران با شیوه تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی شده آنها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه هرچه هوش هیجانی مدیران بالاتر باشد قدرت اتخاذ تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی شده آنها بیشتر می‌باشد. میان هوش هیجانی مدیران با شیوه تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی نشده آنها رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه هرچه هوش هیجانی مدیران بالاتر باشد قدرت اتخاذ تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی نشده آنها بیشتر می‌باشد. رهنورد و جویبار (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «مقایسه هوش هیجانی در میان سطوح سه گانه مدیریت» به مقایسه سطوح سه گانه مدیریت در سطح سازمان می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که وضعیت هوش هیجانی در کل در میان مدیران سطوح گوناگون متفاوت است و این تفاوت بیشتر در ابعاد خودآگاهی، خودنظمی و انگیزش نمود داشته، ولی در دو بعد همدلی و مهارت اجتماعی، تفاوت مشاهده شده معنادار نیست. نودهی و سادات صدر در پژوهش خود به بررسی رابطه هوش معنوی و رفتار شهروندی سازمان اعضای هیئت علمی دانشگاه پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که هوش معنوی اعضای هیئت علمی بر وجدان کاری، گذشت و فداکاری، فضیلت مدنی و احترام و تکریم آنها تاثیر مستقیم دارد (نودهی و سادات صدر، ۱۳۹۱). رستمی و همکاران (۱۳۹۳) رابطه مثبتی را بین هوش معنوی و سلامت عمومی دانشجویان به اثبات رساندند. در این پژوهش این رابطه به تفکیک بین دانشجویان دختر و پسر سنجیده شده است. بر اساس یکی از خروجی‌های این پژوهش افرادی که دارای جهت‌گیری معنوی هستند، هنگام مواجهه با جراحی، به درمان بهتر پاسخ می‌دهند و به شکل مناسبتری با آسیب دیدگی و بیماری کنار می‌آیند. صریحی و تیمورنژاد در پژوهش خود با عنوان «تأثیر هوش معنوی بر اثربخشی اقدامات مدیریت دانش» به بررسی تأثیر هوش معنوی بر اثربخشی اقدامات مدیریت دانش در معاونت نظارت مالی و خزانه داری کل کشور وزارت امور اقتصادی و دارایی پرداخته‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که هوش معنوی بر اثربخشی اقدامات مدیریت دانش تأثیر معناداری دارد؛ به عبارت دیگر با توسعه هوش معنوی کارکنان، اثربخشی اقداماتی از قبیل گرایش به سمت توسعه و انتقال و پشتیبانی از دانش، یادگیری مستمر در سازمان، درک سازمان به عنوان یک سیستم جهانی، گسترش فرهنگ نوآورانه حمایت از پروژه‌های تحقیق و توسعه، رویکردهای مبتنی بر افراد و توسعه شایستگی و مدیریت مبتنی بر شایستگی در سازمان افزایش چشمگیری خواهد داشت و سازمان‌ها با بهره‌گیری از نتایج حاصله، در دنیای نوینی که پیوسته در حال تغییر و تحول است قادر به پیشی گرفتن از رقبا خواهند شد (صریحی و تیمورنژاد، ۱۳۹۰). عابدین و مشبکی در سال ۱۳۹۰ پژوهشی را انجام دادند که طی آن اثرات هوش معنوی را بر تحول آفرینی مدیران شرکت نفت مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که هر دو بخش خصوصی و دولتی رابطه‌ای قوی میان مولفه‌های هوش، معنوی و رهبری تحول آفرین وجود دارد (عابدین و مشبکی، ۱۳۹۰).

با توجه به مباحث مطرح شده فرضیه‌های پژوهش با در نظر گرفتن عوامل مطرح شده در مبانی و ادبیات نظری تدوین گردید.

## فرضیه‌های پژوهش

۱. هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است
۲. هوش هیجانی و معنوی گردشگران خارجی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است
۳. بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است
۴. بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران خارجی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر اهداف، یک تحقیق کاربردی است. کاربردی است، چون به شناخت عوامل روانشناختی توسعه گردشگری کمک نموده و نتایج آن در حوزه توسعه گردشگری می‌تواند مفید واقع شود. روش پژوهش، مطالعه حاضر، روش توصیفی-پیمایشی است. کلیه گردشگران داخلی و خارجی شهر شیراز که در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۵ از شهر شیراز بازدید کرده‌اند، جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند؛ که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده نمونه‌گیری شد. در این پژوهش با استفاده از ابزار پرسشنامه به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز اقدام گردید. پرسشنامه تهیه شده شامل ۴۰ سؤال است که این سئوال‌ها بصورت زیر متغیرهای پژوهش را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. روایی و پایایی در این پژوهش پس از تهیه و تنظیم پرسشنامه، با اساتید راهنما و مشاور و خبرگان و کارشناسان متخصص در امر گردشگری درباره آن مشورت گردید و نهایتاً پس از اصلاحاتی پرسشنامه نهایی تایید شد. همچنین به منظور محاسبه و برآورد میزان پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس آزمون مقدماتی پرسشنامه تعداد ۲۰ پرسشنامه بین پاسخگویان توزیع شد و پس از وارد کردن اطلاعات و داده‌های پرسشنامه به برنامه SPSS مقدار آلفای کرونباخ گویه‌ها محاسبه گردید که در جدول ۲ مقدار آلفای کرونباخ هر یک از گروه سئوال‌ها مشاهده می‌شود. چون مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده بیشتر از ۰/۷ است بنابراین می‌توان گفت که سئوال‌ها پرسشنامه طراحی شده در سنجش و اندازه‌گیری متغیرهای مورد مطالعه پایایی قابل قبولی دارند.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ سئوال‌ها پرسشنامه

متغیر	تعداد گویه	شماره گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
هوش معنوی	۴۲	۱-۴۲	۰/۸۳۰
هوش هیجانی	۱۱	۶۲-۱	۰/۸۳۰

(منبع: یافته‌های پژوهش سال ۱۴۰۰)

## تجزیه و تحلیل یافته ها

برای تحلیل آزمون فرضیات بر اساس ماهیت داده‌ها از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون همبستگی استفاده شده است. آمارهای جدول ۲، ۳ و ۴ نشان می‌دهد:

جدول ۲. آماره‌های آزمون t فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	درجه آزادی	t	میانگین	متغیرها (فرضیات)
رد فرضیه	۰/۹۷۵	۳۸۰	۰/۰۵۴	۳/۰۵	هوش هیجانی گردشگران داخلی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است.
رد فرضیه	۰/۸۴۰	۳۸۰	۰/۲۰۲	۳/۰۲	هوش معنوی گردشگران داخلی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است.
رد فرضیه	۰/۵۹۹	۳۸۰	-۰/۵۲۶	۲/۹۹	هوش هیجانی گردشگران خارجی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است.
رد فرضیه	۰/۵۵۷	۳۸۰	-۰/۵۸۸	۳/۰۶	هوش معنوی گردشگران خارجی شیراز از سطح قابل قبولی برخوردار است.

(منبع: یافته‌های پژوهش سال ۱۳۹۵)

در ادامه به بررسی فرضیات فرعی با استفاده از آزمون همبستگی پرداخته میشود که در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. آماره‌های آزمون همبستگی پیرسون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	تعداد	ضریب همبستگی r	متغیرها (فرضیات)
تائید فرضیه	۰/۰۴۰	۳۸۰	۰/۱۰۶	بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است.
رد فرضیه	۰/۸۰۴	۳۸۰	۰/۰۱۳	بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران خارجی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است.

برای فرضیات فرعی سوم و چهارم پژوهش از آزمون تی مستقل استفاده گردیده است.

جدول ۴. آماره‌های آزمون t مستقل فرضیه‌های تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	t	آزمون لون	متغیرها (فرضیات)
رد فرضیه	۰/۶۹۰	۰/۳۹۹	۰/۰۸۴	بین هوش هیجانی گردشگران داخلی و خارجی شهر شیراز اختلاف معنی داری برقرار است.
رد فرضیه	۰/۷۹۶	-۰/۲۵۸	۰/۲۳۸	بین هوش معنوی گردشگران داخلی و خارجی شهر شیراز اختلاف معنی داری برقرار است.

## نتیجه گیری

گردشگری و به ویژه گردشگری، می‌تواند دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته باشد.

با توجه به آزمون فرضیه‌ها، نتایج آزمون فرضیه اصلی اول و دوم مشخص شد که هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی شیراز از هیچ گونه قابلیت بالایی برخوردار نیستند. این موضوع نمایانگر آن است که گردشگران بایستی این موضوع را مدنظر خود قرار داده و صرفاً هوش هیجانی نمی‌توان قابلیت بالایی را به همراه داشته باشد و متغیرهای بسیاری بر قابلیت بالا تاثیر دارند که خود نیاز به تحقیق و بررسی بیشتری دارد. البته ذکر این نکته ضروری است که عدم وجود قابلیت بالا هوش هیجانی از اهمیت گردشگری نمی‌کاهد. از سوی دیگر متغیرهای مزاحم فراوانی در این تحقیق وجود داشته و بر سایر متغیرها تاثیر گذاشته‌اند که امکان اندازه‌گیری این متغیرها و تاثیر آنها بر نتایج وجود ندارد.

همچنین نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی سوم و چهارم مشخص شد که هوش هیجانی و معنوی گردشگران خارجی شیراز از هیچ گونه قابلیت بالایی برخوردار نیستند. این موضوع نمایانگر آن است که گردشگران بایستی این موضوع را مدنظر خود قرار داده و صرفاً هوش هیجانی نمی‌توان قابلیت بالایی را به همراه داشته باشد و متغیرهای بسیاری بر قابلیت بالا تاثیر دارند که خود نیاز به تحقیق و بررسی بیشتری دارد. البته ذکر این نکته ضروری است که عدم وجود قابلیت بالا هوش هیجانی از اهمیت گردشگری نمی‌کاهد. از سوی دیگر متغیرهای مزاحم فراوانی در این تحقیق وجود داشته و بر سایر متغیرها تاثیر گذاشته‌اند که امکان اندازه‌گیری این متغیرها و تاثیر آنها بر نتایج وجود ندارد.

همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی اول نشان داد که بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است. براساس نتیجه فوق تقویت هوش معنوی که به واقع همان اطاعت پذیری از خداوند است، موجب بهبود رفتار اجتماعی و احترام به عواطف و احساسات و رعایت حقوق دیگران یا به عبارت دیگر، هوش هیجانی می‌گردد.

همچنین نتایج حاصل از آزمون فرضیه فرعی دوم نشان داد بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران خارجی شهر شیراز ارتباط معنادار و مثبتی برقرار است. براساس نتیجه فوق تقویت هوش معنوی که به واقع همان اطاعت پذیری از خداوند است، موجب بهبود رفتار اجتماعی و احترام به عواطف و احساسات و رعایت حقوق دیگران یا به عبارت دیگر، هوش هیجانی می‌گردد.

همچنین نتایج آزمون فرضیه فرعی سوم و چهارم نشان داد بین هوش هیجانی و معنوی گردشگران داخلی و خارجی شهر شیراز اختلاف معناداری برقرار است.

به عنوان نتیجه گیری کلی، تحقیق امری علمی برای کشف حقایق در حوزه‌های مختلف می‌باشد. این حقایق برای انسانها مهم می‌باشند و در زندگی آنها مهم و تاثیر گذار می‌باشد. گاه این حقایق حقایق کاملاً علمی می‌باشند که بر مبنای آنها قوانین معتبر علمی ایجاد می‌شود ولی در بسیاری از موارد تحقیقات منجر به ایجاد یک قانون علمی معتبر

نمیشود بلکه نتایج آن محصور به یک محل جغرافیایی با شرایط خاص خود و در عین حال تابع شرایط زمانی می باشد. تحقیق فوق نیز در گروه دوم قرار می گیرد نتایج حاصل از این تحقیق نیز شامل همین موارد می باشد چرا که اجرای این تحقیق در کشورهای مختلف و در زمانهای مختلف در یک کشور قطعاً نتایج مختلفی به همراه خواهد داشت. موارد فوق نشانگر این می باشد که متغیرهای مزاحمی در تحقیق وجود دارند و همین عامل در تعمیم نتایج به جامعه ای گسترده تر (مثلاً کل منطقه مربوطه) بایستی در نظر گرفته شود.

نتایج حاصل از این تحقیق نشانگر رابطه مثبت و معنی دار بین هوش هیجانی و هوش معنوی گردشگران داخلی و خارجی شیراز می باشد. براساس نتیجه هوش معنوی و هوش هیجانی گردشگران هرکدام از قابلیت بالایی برخوردار نبوده و دارای اختلاف معناداری نمی باشد. براساس یافته های پژوهش هر چه قدر گردشگران در چگونگی انجام کارها خداوند را ملاک خود در نظر بگیرند و کارها و اعمال گردشگران بر پایه دانش و آگاهی باشد همچنین در مقابل رفتار نادرست دیگر گردشگران صبر و شکیبایی باشند، تجربه های نادرست را کنار بگذارند، می توانند بستر رشد و شکوفایی هوش هیجانی را فراهم سازند؛ بنابراین می توان با تقویت هوش معنوی گردشگران موجب رشد هوش هیجانی و به دنبال آن باعث رشد ارزش ها و رفتارهای درست گردشگران در قبال جامعه خود شد.

## منابع

- ابراهیمی غلام حیدر، شفیعیان مهرناز، عوامل موثر بر انتخاب مقصد گردشگری ایران از دیدگاه گردشگران ایتالیایی، فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، دوره ۲ - شماره ۲، ۱۳۹۱.
- اعتباریان اکبر، خیرمند مرضیه، صادقی آرزو، بررسی رابطه بین هوش هیجانی و سبکهای تصمیمگیری مدیران کارخانه پلی اکریل اصفهان، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول (۱۹)، ۱۳۹۳
- اردلان محمدرضا، سرچپهانی زهرا، سرچپهانی مجتبی، «رابطه هوش معنوی با کیفیت زندگی کاری و بلوغ معلمان ابتدایی ناحیه ۲»، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی: بهار ۱۳۹۳، دوره ۵، شماره ۱
- بخشایش علیرضا، «پیش بینی رضایت زناشویی بر اساس هوش هیجانی و هوش معنوی زوجین»، جامعه شناسی زنان (زن و جامعه)، تابستان ۱۳۹۳، دوره ۵، شماره ۲
- پرنده اکرم، ایزدی احمد، عبادی عباس، قنبری مجتبی، «رابطه هوش معنوی و تعهد سازمانی در مدیران پرستاری بیمارستان های نظامی»، فصلنامه روانشناسی نظامی، سال دوم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۰
- تاج زاده نمین ابوالفضل، قضاریان گریگور، فرایند و عوامل مؤثر در شکل گیری انگاره مقصد گردشگری فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳، ۱۳۸۹
- حسین بیگی، رحیم (۱۳۸۵)، «بررسی و ارزیابی تطبیقی توانمندی های هوش هیجانی در ارائه خدمات کارکنان نظام بانکداری کشور»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- زارعی متین حسین، عسکری علی، هوش معنوی و نقش آن در محیط کار با تاکید بر آموزه های دینی، اسلام و پژوهش های مدیریتی، سال اول، شماره سوم، زمستان ۱۳۹۰
- سعیدا اردکانی سعید، موسوی سید محمد، شفیعی رودپشتی میثم، تحلیلی بر هوش تجاری دفاتر خدمات گردشگری با رویکرد TOPSIS فازی (مورد مطالعه: آژانس های مسافرتی شهر یزد) فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال نهم، شماره ۲۷
- غباری بناب، ب. سلیمی، م. سلیمانی، ل؛ و نوری مقدم، ث (۱۳۸۷)، هوش معنوی، فصلنامه علمی پژوهشی اندیشه نوین دینی ص ۱۲۵-۱۴۷
- قلی پور، آرین (۱۳۸۶)، مدیریت رفتار سازمان (رفتار فردی). تهران: انتشارات سمت.
- قاسمی پیربلوطی محمد، احمدی رضا، علوی اشکفتکی سیدمجید، علوی اشکفتکی سیده صغری، «بررسی رابطه هوش معنوی و رضایت شغلی با سلامت روان در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد»، مجله دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد: آذر و دی ۱۳۹۳، دوره ۱۶، شماره ۵

- رحیمی پور محسن، کرمی اسحق، «نقش واسطه گری هوش معنوی با بهزیستی روان شناختی و رضایت از زندگی در سالمندان شهرستان مهریز»، طب توانبخشی: پاییز ۱۳۹۳، دوره ۳، شماره ۳
- رستگار عباسعلی، سراج ندا، محمودیان میترا، رابطه هوش معنوی و رهبری خدمتگزار (مورد مطالعه بانک شهر، مطالعات رفتار سازمانی)، بهار ۱۳۹۲، دوره ۱، شماره ۴
- نوربخش امین، مولوی حسین، «رابطه هوش معنوی و باورهای مذهبی با احساس حقارت و خشونت در دانشجویان»، دانش و پژوهش در روان شناسی کاربردی، بهار ۱۳۹۴
- نریمانی محمد، پوراسمعی اصغر، «پیش بینی تغییرات ناگویی خلقی بر اساس هوش معنوی در بین معتادان شهر اردبیل»، اصول بهداشت روانی: بهار ۱۳۹۳، دوره ۱۶، شماره ۱
- هروی کریموی مجید، رژه ناهید، شریف نیا سیدحمید، «ارتباط بین هوش معنوی و سلامت عمومی دانشجویان پرستاری شهر تهران ۱۳۹۱»، مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی: فروردین ۱۳۹۳، دوره ۱۴، شماره ۱.
- guides: Development and evaluation, Department of International Business, Ming Chuan University, No. 250, Sec. 5, Zhongshan N. Rd. Taipei 11103, Taiwan, ROC
- Jennifer C.H. Min\*, A short-form measure for assessment of emotional intelligence for tour
- Javad Sofiyabadi<sup>1</sup>, Abbas Karimi<sup>2</sup> & Sakineh Noori Nasab<sup>3</sup>, Emotional Intelligence: A Critical Factor to Success in Tourist
- Mayer J, Salovey P, Caruso D. (2004) "Emotional intelligence: New ability of eclectic traits". American Psychologist; 63: 17-53.
- Malterer, M.B. Glass, S.J. & Newman, J.P. (2008). "Psychopathy and trait emotional intelligence". Personality and Individual Differences, 44(3), 735-745.
- Mavroveli, S. Petrides, K. V. Rieffe, C. & Bakker, F. (2007). "Trait emotional intelligence, psychological well-being, and peer-rated social competence in adolescence". British Journal of Developmental Psychology, 25, 263-275.
- Nelis, D. Quoidbach, J. Mikolajczak, M. & Hansenne M. (2009). "Increasing emotional intelligence: (How) is it possible" journal of personality and Individual differences. P. 36-
- Relationship Management, International Business Research; Vol. 5, No. 8; 2012.
- Sisk, D. (2002). Spiritual intelligence: The tenth intelligence that integrate all other intelligences. Gifted Education International. 16 (4), 208 -21.