

عنوان مقاله:

ارزیابی اثر ابعاد هوش هیجانی بر مدیریت رسانه های اجتماعی

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی اجتماعی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

حامد کیانی - کارشناسی تربیت بدنی

خلاصه مقاله:

در عصر اطلاعات، همگام با پیشرفت سریع فناوری و نیاز به کسب اطلاعات در دسترس و به هنگام، استفاده از رسانه های اجتماعی امری بدیهی است. ورود انسان ها به انواع رسانه های اجتماعی نظیر شبکه های اجتماعی اینترنتی و عضویت در آن ها، وبلاگ ها، فروم ها و... سبک زندگی انسان را تغییر داده است. عدم تعادل در زندگی حقیقی و فعالیت های روزمره با زندگی مجازی در رسانه های اجتماعی برخی از افراد بویژه جوانان، موجب برهم خوردن توازن زندگی حقیقی شده است. هدف این پژوهش، ارزیابی اثر ابعاد هوش هیجانی بر مدیریت رسانه های اجتماعی می باشد. پژوهش حاضر از نظر نوع هدف کاربردی بوده و از نظر روش اجرا توصیفی- تحلیلی است. همچنین روش گردآوری داده ها، مطالعات کتابخانه ای و میدانی می باشد. بررسی ها نشان می دهد با تقویت ابعاد هوش هیجانی در اشخاص که حدود 80 درصد از موفقیت های انسان را شامل می شود، بر لزوم کنترل و تعادل استفاده از رسانه های اجتماعی می توان موثر بود و از وابستگی بیش از حد به آنها، جلوگیری نمود. با هوش هیجانی بالا، شخص می تواند انگیزه اش را حفظ نماید. در مراودات و شرایط گوناگون، خویش را کنترل نموده و عملکردهای خود و روابط خود با دیگران را مدیریت نماید.

کلمات کلیدی:

تعادل سازی، رسانه های اجتماعی، شبکه های اینترنتی، عصر اطلاعات، هوش هیجانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/967492>

