

رابطه تماس‌های بین فرهنگی و هوش فرهنگی؛ تحلیل نظری و تجربی

گیسو یزدخواستی^۱

وحید قاسمی^۲

فریدون وحید^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۰۶/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۲/۲۲

چکیده

بحث‌های پیرامون سازه هوش فرهنگی، چهارچوب نظری توانمندی را برای تحلیل مسائل بین‌المللی نظیر صلح جهانی و یا پدیده‌هایی در سطح ملی نظیر توسعه اقتصادی و اجتماعی فراهم می‌آورد. در این مقاله نویسندگان تلاش کرده‌اند تا با تمرکز بر یکی از موضوعات طرح‌شده در این حوزه به آزمون فرضیه‌ای بپردازند که عنوان می‌کند تماس‌های بین فرهنگی می‌توانند در تقویت هوش فرهنگی انسان‌ها یا گروه‌های اجتماعی مؤثر واقع شوند. در متن حاضر ضمن طرح مبانی نظری پیرامون هوش فرهنگی و ابعاد چهارگانه آن شامل هوش‌های فرهنگی انگیزشی، شناختی، فراشناختی و رفتاری و با تدوین چهارچوب نظری و تجربی پیرامون فرضیه تأثیر تماس‌های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی، مدل ساختاری مورد آزمون قرار گرفته که بر اساس آن سطح بالاتر تماس‌های بین فرهنگی به هوش فرهنگی بالاتر منجر خواهد شد. داده‌های پیمایش برای ۳۹۶ نفر نمونه آماری که بر اساس طرح نمونه‌ای سهمیه‌ای مبتنی بر گروه سنی، جنس و منطقه محل زندگی از بین افراد ۲۰ تا ۴۹ ساله ساکن در شهر اصفهان انتخاب شده بودند، گردآوری شده است. ابزار گردآوری داده‌ها مقیاس‌های استاندارد هوش فرهنگی /نگ و داین و ابزار گردآوری

۱. کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد واحد خوراسگان g.yazdkhasti@yahoo.com

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان v.ghasemi@ltr.ui.ac.ir

۳. استاد گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد واحد دهقان f.vahida@ltr.ui.ac.ir

برای سنجش تماس‌های بین فرهنگی مقیاس محقق ساخته و دارای دقت اندازه‌گیری قابل قبول بوده است. نتایج نشان می‌دهد سازه تماس‌های بین فرهنگی دارای تأثیر قوی، مثبت و معنی‌داری بر سازه هوش فرهنگی است ($\gamma = 0.5$). به این ترتیب با اینکه در شرایط خاصی تماس‌های بین فرهنگی می‌تواند تأثیری بر بهبود هوش فرهنگی نداشته باشد و یا حتی فرد را با شوک فرهنگی مواجه کند اما در مجموع احتمال تأثیر مثبت تماس‌های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی بیشتر است.

واژگان کلیدی: هوش فرهنگی، تماس بین فرهنگی، هوش فرهنگی انگیزشی، هوش فرهنگی شناختی و فراشناختی، هوش فرهنگی رفتاری.

مقدمه و طرح مسئله

جهانی که در آن زندگی می‌کنیم در مقایسه با جهان سه یا چهار دهه پیش واجد خصایصی شده که آن خصایص اقوام، ملیت‌ها، ادیان و مذاهب، نژادها و زبان‌ها و به طور کلی فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های مختلف را هرچه بیشتر در مواجهه با یکدیگر قرار داده است. در برشمردن تنها برخی از این خصایص می‌توان گفت که گسترش فزاینده صنعت گردشگری بین‌المللی، فراگیر شدن ارتباطات جهانی با ابزارهایی نظیر تلفن همراه، رایانه و اینترنت، شکل‌گیری گروه‌های کاری متشکل از متخصصان حوزه‌های مختلف علمی و فنی، گسترش مبادله‌های علمی، دانشجویی و اعضای هیئت علمی و از سوی دیگر گسترش تروریسم بین‌المللی، لشکرکشی ابرقدرت‌ها و به مخاطره افتادن صلح جهانی و نظایر آن همگی در جهتی مثبت یا منفی به رودررویی اثربخش یا منازعه‌آمیز افراد و گروه‌های مختلف با زمینه‌های فرهنگی متنوع منجر شده‌اند.

در چنین فضای تعاملی چندفرهنگی برخی از افراد و گروه‌ها از خود توانمندی بالاتری برای دستیابی به هدف‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی در ارتباط با افراد و گروه‌هایی با سبقه فرهنگی متفاوت نشان داده‌اند و به عبارتی می‌توان تعامل‌های آنان را اثربخش‌تر ارزیابی کرد. این در حالی است که فضای تعاملی میان‌فرهنگی پدیدآمده برای برخی افراد و گروه‌های اجتماعی با افزایش درگیری‌ها و رقابت‌های منفی به جای مشارکت و همیاری سازنده همراه شده است. به لحاظ عملی می‌توان افراد و گروه‌هایی از نوع اول (دارای تعامل‌های اثربخش) را دارای هوش فرهنگی بالا و افراد و گروه‌هایی از نوع دوم (درگیر در منازعات) را دارای هوش فرهنگی پایین دانست.





یکی از مفاهیم نوینی که می‌تواند چهارچوبی تحلیلی را در اختیار اندیشمندان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف علمی به‌ویژه علوم انسانی قرار دهد، مفهوم هوش فرهنگی^۱ است. این مفهوم برگرفته از نظریه هوش‌های چندگانه^۲ هواردگاردرنر^۳ (۱۹۸۳) است؛ هرچند خود وی مستقیماً از این اصطلاح بهره نبرده است. مروری بر ادبیات مرتبط با هوش فرهنگی نشان می‌دهد این مفهوم هرچه بیشتر در هزاره سوم میلادی طرح شده و عمومیت یافته که می‌تواند به عنوان نیازی برای بشر امروزی و به بیان بهتر برای گروه‌های اجتماعی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت قلمداد شود. نظریه‌های جدید درباره هوش انسانی به انواع مختلفی از هوش اشاره کرده‌اند که هرچند برخی انواع آن دارای همبستگی ضعیف یا متوسطی با یکدیگرند اما برخی انواع را نیز باید غیرهمبسته یا مستقل از یکدیگر دانست. در این میان می‌توان به انواعی از هوش شامل هوش اجتماعی^۴، هوش فرهنگی^۵، هوش عاطفی یا هیجانی^۶، هوش بدنی، هوش موسیقایی و هوش زبانی اشاره کرد.

اگرچه پژوهش‌های اولیه تمایل دارند به اینکه هوش را به گونه‌ای محدود، توان درک مفاهیم و حل مسائل در مجموعه‌های علمی تعریف کنند اما در حال حاضر توافق فزاینده‌ای وجود دارد در این باره که هوش می‌تواند از مکان‌هایی غیر از کلاس‌های درس ظهور یابد. علاقه فزاینده به موضوع هوش در جهان واقعی و نه فقط محیط‌های کلاس درس، انواع نوینی از جمله هوش فرهنگی را طرح کرده است. چنین نکته‌ای بسیار حائز اهمیت است که پیشرفت‌های فردی و اجتماعی را محدود به مفاهیم پیوندخورده با هوش منطقی و ریاضی ندانسته و با دقت بیشتری به افراد و جوامع موفق در دستیابی به اهداف فردی و گروهی مشاهده کنیم که آنها را می‌توان به لحاظ هوش ریاضی و منطقی در سطوح متفاوتی طبقه‌بندی کرد. چنین به نظر می‌رسد که برخی افراد یا گروه‌های اجتماعی به جای بهره‌گیری از هوش فرهنگی و تقویت آن در تعامل با افراد و گروه‌های اجتماعی از فرهنگ‌های متفاوت بیشتر تمایل دارند تا بر مبنای عقاید قالبی خود عمل کنند. درحالی‌که عقاید یا قضاوت‌های قالبی نوعی سوگیری یا جهت‌گیری ارزشی منفی یا مثبت نسبت به گروه‌های اجتماعی و فرهنگ‌های

1. Cultural Intelligence
2. Multiple Intelligences Theory
3. Gardner, H.
4. Social Intelligence
5. Cultural Intelligence
6. Emotional Intelligence



دیگر است بهره‌گیری از هوش فرهنگی به دنبال آن است تا با خشتی کردن چنین فضاوت‌های ارزشی - که اغلب تخریب‌گرند تا یاری‌کننده - به گونه‌ای هدفمند و با شناختی عینی به تعامل سازنده و اثربخش با افراد و گروه‌هایی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت دست یابد.

همچنین بی‌توجهی به هوش‌های چندگانه به‌ویژه هوش اجتماعی و فرهنگی که از بنیان‌های توسعه در ابعاد مختلف تلقی می‌شوند، می‌تواند به پرورشی نامتوازن در کودکان و نوجوانان بیانجامد. به عبارت دیگر تأکید بیش از اندازه بر هوش ریاضی و منطقی که عمدتاً عامل پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان و موفقیت در آزمون‌های مختلف رقابتی است می‌تواند روند جامعه‌پذیری متناسب با دنیای کنونی را دچار اختلال کرده و شهروندانی را تربیت کند که به لحاظ حل مسائل ریاضی، توانمند و به لحاظ حل مسائل اجتماعی و فرهنگی با ضعف مواجه باشند.

دغدغه اصلی نویسنندگان در مقاله حاضر آن است که مشخص کنند آیا واقعاً تماس‌های بین فرهنگی مبتنی بر «فرضیه تماس» می‌تواند به بهبود و تقویت هوش فرهنگی منجر شود. بر این مبنا در مقاله حاضر تلاش شده تا ضمن طرح مبانی نظری مرتبط با سازه هوش فرهنگی و مقیاس استاندارد سنجش آن فرضیه گفته‌شده با بهره‌گیری از یک مدل معادله ساختاری آزمون شود.

اهمیت موضوع

پرداختن به بحث هوش فرهنگی به‌ویژه طی یک دهه اخیر را باید ناشی از نیازی دانست که بشر امروزی با آن مواجه است. نیاز هرچه بیشتر به مدارای فرهنگی میان اقوام و ملیت‌های مختلف به‌سادگی قابل دستیابی نیست. بدبینی‌های میان قومیت‌های مختلف و بی‌اعتمادی‌های میان کشورهای گوناگون که ریشه‌های تاریخی و بلندمدت دارند پدیده‌های نیستند که بتوان به‌سادگی آنها را تعدیل کرد. طرح بحث هوش فرهنگی ناشی از نیازهای مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی در نظام جهانی در عصر حاضر بوده است. برخی از این نیازها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. مدیریت محیط‌های کارگری و صنعتی چندفرهنگی با توجه به شکل‌گیری و گسترش هرچه بیشتر شرکت‌های چندملیتی با کارکنانی از زمینه‌های فرهنگی متفاوت؛
۲. مهاجرت به سایر کشورها با هدف دستیابی به شغل و کار کردن برای شرکت‌های مختلف خدماتی و صنعتی که توسط مدیرانی با زبان، نژاد، مذهب و به‌طور کلی فرهنگ متفاوت اداره می‌شوند؛

۳. تبادل‌های دانشجویی و روند رو به گسترش ادامه تحصیل در محیط‌های دانشگاهی چندفرهنگی؛

۴. فعالیت‌های گروه‌ها و رسانه‌های مختلف در جهت تخریب دیدگاه‌های مذهبی و دینی متفاوت در جهت افزایش تنش و نزاع میان گروه‌های مختلف با هدف سودجویی برای خود؛

۵. گرایش‌های قوم‌مركزانه برخی سیاست‌مداران در ارتباط با سایر کشورها که می‌تواند به آتش‌افروزی میان ملت‌ها بیانجامد؛ چنین گرایشی به معنای برتر دانستن یک فرهنگ بر فرهنگ دیگری است که دارای زمینه‌های تاریخی متفاوتی هستند؛

۶. توجه به آموزش و پرورش کودکان و نوجوانانی که می‌خواهند در دنیایی با فرهنگ‌های متفاوت و در عین حال در مواجهه با یکدیگر زندگی کنند؛

۷. توانمند ساختن افراد و گروه‌های اجتماعی در برابر پدیده‌هایی نظیر خودباختگی فرهنگی یا خودبرتری فرهنگی.

در دو نگاه خُرد و کلان می‌توان به ابعاد گوناگونی از اهمیت پرداختن به بحث هوش فرهنگی دست یافت. در سطح خرد، تعاملات میان مردم یک محله، شهر یا کشور مورد نظر هستند. محله‌ای متشکل از گروه‌های قومی مختلف یا همسایگانی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت به‌ویژه در شهرها و شهرک‌های جدید رو به گسترش‌اند. در شهرهای کوچک و بزرگ همواره می‌توان گروه‌های مختلف اجتماعی با زمینه‌های تاریخی و فرهنگی متفاوت را مشاهده کرد. چنین وضعیتی در سطح یک کشور با وضوح بیشتر خود را نمایان می‌کند. وجود اقوام مختلف با پیشینه‌های متفاوت به لحاظ مذهبی، گویش، پوشش و سایر هنجارهای اجتماعی می‌تواند فرصت یا تهدیدی برای توسعه و ابعاد مختلف آن تلقی شود.

در سطح کلان، اهمیت پرداختن به هوش فرهنگی خود را به طرز نمایان‌تری نشان می‌دهد. وجود ملت‌هایی با باورهای دینی متفاوت و بعضاً متضاد، با نژادهای گوناگون و زمینه‌های تاریخی متفاوت، همچنین بسترهای متفاوت فرهنگی و اجتماعی که کودکان و نوجوانان در آن رشد می‌کنند و پرورش می‌یابند از یک سو و گره خوردن سرنوشت کشورها به یکدیگر در دنیایی که هرچه بیشتر و در ابعاد مختلف تحت تأثیر پدیده جهانی شدن قرار گرفته، از سوی دیگر، نمی‌توان از برتری فرهنگی یک کشور در مقایسه با دیگران سخن گفت و در عین حال فروتر احساس کردن خود به لحاظ فرهنگی در مقابل دیگر کشورها نیز رویکرد نادرستی است. کنش و واکنش در نظام جهانی کنونی به شیوه‌ای اثربخش که ملت‌ها را در دستیابی به اهدافشان





توانمند سازد توجه به مفهوم هوش فرهنگی را چه برای عامه مردم از یک سو و چه برای مدیران فرهنگی، اقتصادی و سیاسی از طرف دیگر با اهمیت بسیار بالا جلوه می‌دهد. مفهوم هوش فرهنگی و توجه به آن در نظام جهانی کنونی نقشی کلیدی را بازی می‌کند. پلام^۱ (۲۰۰۷) در بحث خود پیرامون هوش فرهنگی به کارکردهای مثبت برخورد تفاوت‌ها می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه ترس از تفاوت‌های فرهنگی و تأکید بر عقاید قالبی درباره دیگران تخریب‌کننده است. رز و کومار (۲۰۰۸) نیز با طرح تفاوت‌های هوش عاطفی یا EQ، اهمیت پرداختن به هوش فرهنگی یا CQ را در دنیای کنونی که محل برخورد فرهنگ‌های متفاوت یا به‌شدت متفاوت است نشان داده است. وی در مطالعه خود پیرامون نقش سازگاری بین فرهنگی خارجیان مقیم در یک کشور بر اثربخشی فعالیت‌های بین‌المللی فرهنگی و اقتصادی و سیاسی تأکید کرده است. ارلی و موساکوفسکی^۲ (۲۰۰۴) با تأکید بر اینکه در جهان کنونی که درنور دیده شدن مرزها به امری عادی بدل شده است، هوش فرهنگی به استعداد و مهارتی حیاتی برای مدیران تبدیل شده است. مک فیت^۳ (۲۰۰۵) از پژوهشگران عملیات نظامی نیز نشان داده که توجه به هوش فرهنگی تا چه اندازه می‌تواند در پیروزی در نبردهای فرهنگی و نظامی اثربخش باشد.

با وجود اهمیت موضوع هوش فرهنگی، این بحث کمتر مورد توجه پژوهشگران به‌ویژه در داخل کشور بوده است. مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد تحقیقات درباره هوش فرهنگی در داخل کشور به تعداد انگشتان دست‌ها نمی‌رسد. همچنین پژوهش‌های انجام‌شده بیشتر توسط افرادی با گرایش‌های مدیریت و بازرگانی و با هدف ارائه راهکارهایی برای مدیران تجاری به منظور افزایش سودآوری آنان به انجام رسیده است. در پژوهش‌های مربوط به هوش فرهنگی، عامل «مردم» کمتر مورد توجه بوده‌اند. در این تحقیق تلاش شده تا بحث هوش فرهنگی در ارتباط با شهروندان ساکن در شهر اصفهان مورد تحلیل قرار بگیرد.

مبنای نظری

۱. هوش فرهنگی

با وجود تفاوت‌هایی که در تعریف هوش به طور کلی مشاهده می‌شود، در رابطه با هوش

1. Plum, E.

2. Earley, C., Mosakowski, E.

3. McFate, M.

فرهنگی بیشتر ناظر بر وجود شباهت‌ها میان تعاریف مختلف هستیم. هسته اصلی تشکیل دهنده هوش فرهنگی توانمندی افراد یا گروه‌های اجتماعی در تعامل اجتماعی سازنده با افراد یا گروه‌های اجتماعی با فرهنگ متفاوت است. به عنوان مثال، اگر دو شهر را در نظر بگیریم که هر دوی آنها در خصیصه متشکل بودن از ملیت‌های چندگانه اشتراک دارند اما در یکی بیشتر همکاری‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی میان افراد با ملیت‌های مختلف مشاهده می‌شود، درحالی‌که در دیگری بیشتر شاهد تعارض‌های اجتماعی، فرهنگی و یا اقتصادی هستیم می‌توان چنین وضعیتی را به عنوان نشانه‌ای از هوش فرهنگی متفاوت ملیت‌های تشکیل دهنده در هر یک از دو شهر دانست.

انگ و داین (۲۰۰۸) در مقاله خود با عنوان «مفهوم هوش فرهنگی» تأکید می‌کنند که این مفهوم منعکس‌کننده توانمندی فردی برای عمل و مدیریت اثربخش در مجموعه‌های به لحاظ فرهنگی متنوع تعریف می‌شود (انگ و داین، ۲۰۰۸: ۳-۴).

تعریف این دو از هوش فرهنگی در پاسخ به این پرسش بوده که در نظامی که فضای سازمانی و کاری آن به شدت تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته این ضرورت وجود دارد تا درک کنیم چرا برخی از افراد در موقعیت‌های به لحاظ فرهنگی متنوع به گونه اثربخش‌تری عمل می‌کنند و در پاسخ به چنین پرسشی است که آنها بحث هوش فرهنگی را مطرح می‌کنند. ارلی و انگ (۲۰۰۳) در اثر خود با نام «هوش فرهنگی: تعاملات فردی در بین فرهنگ‌ها» فردی را دارای هوش فرهنگی بالا می‌دانند که بتواند به شیوه مؤثری در یک زمینه فرهنگی نوین و متفاوت با زمینه فرهنگی رشدیافته در آن، خود را سازگار کند بدون آنکه هویت فرهنگی خود را کنار بگذارد (ارلی و انگ، ۲۰۰۳: ۱۶-۱۵).

توماس و اینکسون (۲۰۰۳) در اثر خود با نام «هوش فرهنگی: مهارت‌های افراد برای تجارت جهانی» تعریف خود از هوش فرهنگی را با ذکر زیربناها و اجزای سازنده آن مطرح می‌کنند. به نظر آنان هوش فرهنگی مشتمل بر فهم و درک بنیان‌های تعامل بین فرهنگی، توسعه دادن رویکردی خلاقانه و منعطف به تعامل‌های بین فرهنگی و در نهایت ایجاد مهارت‌های سازگاری و نشان دادن رفتارهایی است که می‌توان آنها را در موقعیت‌های بین فرهنگی یا چندفرهنگی اثربخش دانست (توماس و اینکسون، ۲۰۰۳: ۲۶-۲۵).

توانایی در گردآوری اطلاعات، تفسیر آنها و عمل کردن بر مبنای آنها در موقعیت‌های چندفرهنگی (ارلی و پترسون، ۲۰۰۴: ۱۰۲)، توانایی فرد برای سازگاری موفقیت‌آمیز با



مجموعه‌های نوین فرهنگی که بر اساس زمینه فرهنگی فرد می‌توان آنها را مجموعه‌های فرهنگی نام‌نوس و ناآشنا دانست (ارلی، انگ و تان، ۲۰۰۶: ۱۰) و توانایی در تعامل اثربخش با مردمانی به لحاظ فرهنگی متفاوت (توماس، ۲۰۰۶: ۲۱) از جمله دیگر تعاریفی است که برای هوش فرهنگی ارائه شده است.

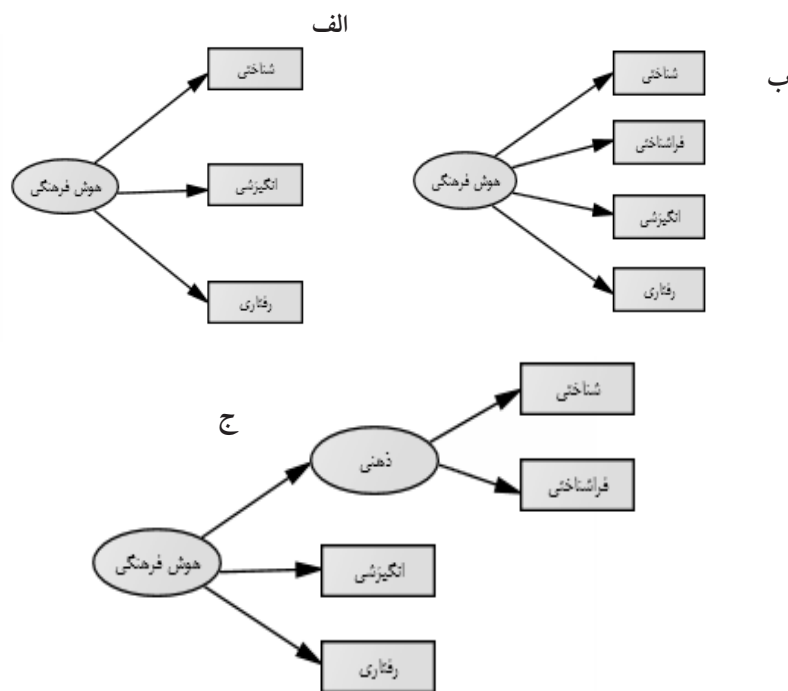
طی یک دهه اخیر مقاله‌های متعدد و البته تعداد بسیار کمتری کتاب درباره هوش فرهنگی به‌ویژه به زبان انگلیسی منتشر شده که در اغلب آنها نویسنده به تعریفی از خود یا دیگران درباره هوش فرهنگی دست زده است. تعاریف ارائه‌شده در این قسمت صرفاً به عنوان نمونه‌هایی از این تعاریف ارائه شدند تا نشان داده شود چگونه همه این تعاریف پیرامون یک موضوعی اساسی قرار می‌گیرند و آن «تعامل اثربخش با فرهنگ‌های متفاوت» است.

۲. ابعاد هوش فرهنگی

مرور ادبیات مربوط به هوش فرهنگی پژوهشگر را به این نتیجه خواهد رساند که اندیشمندان و پژوهشگران حوزه هوش فرهنگی بر دو موضوع کلیدی با یکدیگر توافق دارند: اول اینکه آنان هوش فرهنگی را سازه‌ای چندبعدی^۱ می‌دانند و دوم آنکه هوش فرهنگی سازه‌ای با سه یا چهار بُعد تعریف شده است. افرادی که هوش فرهنگی را سازه‌ای سه‌بعدی دانسته‌اند از ابعادی شامل شناختی، انگیزشی و رفتاری نام برده‌اند. گروه دیگری از اندیشمندانی که هوش فرهنگی را به صورت سه‌بعدی دیده‌اند عنوان می‌کنند که این پدیده شامل ابعاد ذهنی، انگیزشی و رفتاری است و بُعد ذهنی را شامل دو بعد فرعی شناختی و فراشناختی ذکر کرده‌اند. پژوهشگران و اندیشمندانی که هوش فرهنگی را به صورت سازه‌ای چهاربعدی تعریف کرده‌اند از ابعاد شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری نام برده‌اند.

به این ترتیب می‌توان گفت در رابطه با عناصر تشکیل‌دهنده هوش فرهنگی نیز بیشتر توافق نظر وجود دارد و تفاوت دیدگاه‌ها جزئی است. در مجموع می‌توان سه دیدگاه را درباره هوش فرهنگی و ابعاد آن در شکل زیر خلاصه کرد:





شکل شماره ۱. ابعاد هوش فرهنگی از دیدگاه اندیشمندان و پژوهشگران مختلف

از میان اندیشمندان و پژوهشگران مختلف می‌توان به رز و کومار (۲۰۰۸) اشاره کرد که هوش فرهنگی را شامل سه بعد شناختی، انگیزشی و رفتاری دانسته‌اند. انگ و داین (۲۰۰۸) از ابعاد چهارگانه شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری سخن به میان آورده‌اند و ارلی و انگ (۲۰۰۳) از سه بعد ذهنی، انگیزشی و رفتاری سخن گفته‌اند درحالی‌که بعد ذهنی را شامل دو بعد فرعی شناختی و فراشناختی عنوان کرده‌اند.

با توجه به پیشینه تحقیق درباره هوش فرهنگی، چه در داخل و چه در خارج از کشور، نگاه چهاربعده‌ای به هوش فرهنگی از عمومیت بیشتری برخوردار است و مورد قبول پژوهشگران و نظریه‌پردازان مختلف قرار گرفته است. بر همین اساس در تحقیق حاضر نیز بر مدلی تأکید می‌شود که برای هوش فرهنگی چهار بعد مستقل و در عین حال مرتبط قائل شده است (شکل شماره ۱؛ قسمت ب).

۲-۱. بعد شناختی

بعد شناختی به عنوان یکی از ابعاد هوش فرهنگی نشان‌دهنده دانش و اطلاعاتی است که یک فرد یا گروه اجتماعی در رابطه با نظام‌های فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی دارد که در آن پرورش یافته است. آشنایی با آداب و رسوم، ارزش‌ها، رفتارها و قوانین مربوط به سایر گروه‌های قومی، ملی یا مذهبی مربوط به بعد شناختی هوش فرهنگی است. بعد شناختی در تعارض با عقاید قالبی قرار می‌گیرد، در حالی که عقاید قالبی باعث می‌شوند تا افراد در گروه‌های اجتماعی در رابطه با افراد و گروه‌های اجتماعی متناسب به سایر فرهنگ‌ها یا خرده‌فرهنگ‌ها به قضاوت‌هایی عام و عمدتاً مبتنی بر تعصب‌های ارزشی و غیرعلمی دست زنند، بعد شناختی از هوش فرهنگی تأکید بر قضاوت‌های غیرعام، عینی و مبتنی بر مشاهدات واقع‌بینانه و مبتنی بر مطالعات و پژوهش‌های علمی دارد.

انگ و داین (۲۰۰۸) بعد شناختی را به عنوان دانش عمومی درباره فرهنگ‌های دیگر تعریف می‌کنند. آنان بر این باورند که بعد شناختی منعکس‌کننده دانش درباره هنجارها، اعمال و قراردادهای فرهنگ‌های مختلف است که از طریق آموزش‌های رسمی یا غیررسمی و یا تجارب فردی به دست آمده‌اند؛ بنابراین، عامل شناختی از هوش فرهنگی منعکس‌کننده سطح دانش فرهنگی یا دانش درباره محیط‌های فرهنگی است. با توجه به تنوع گسترده فرهنگ‌ها در جهان کنونی، هوش فرهنگی شناختی نشان‌دهنده دانش درباره الگوهای عام و جهانی فرهنگی و همین‌طور تفاوت‌های فرهنگی است. عامل شناختی، عاملی کلیدی از هوش فرهنگی است زیرا دانش فرهنگی افکار و رفتارهای افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مفهوم فرهنگ یک جامعه و عناصر فرهنگی آن به افراد امکان ارزیابی بهتر از نظام‌هایی را می‌دهد که الگوهای خاصی از تعامل اجتماعی را در درون یک فرهنگ شکل می‌دهد؛ بنابراین افراد با هوش شناختی بالاتر بهتر می‌توانند با افرادی از فرهنگ‌های دیگر تعامل کنند (انگ و داین، ۲۰۰۸: ۶-۵).

رز و کومار (۲۰۰۸) نیز بعد شناختی را شامل دانش درباره هنجارها، اعمال و قراردادهای فرهنگ‌های مختلف تعریف کرده‌اند. از نظر این دو اندیشمند، دانش دارای ابعاد اقتصادی، حقوقی و نظام اجتماعی، فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌هاست (رز و کومار، ۲۰۰۸: ۹۲). بدون تردید تقویت هوش فرهنگی شناختی با شناخت از فرهنگ و ویژگی‌های آن به طور کلی و شناخت از فرهنگ خود به طور خاص آغاز می‌شود. در ابتدا ضرورت دارد تا با ویژگی‌های فرهنگ به‌ویژه مفاهیمی نظیر اکتسابی بودن فرهنگ، نسبی بودن فرهنگ، تنوع فرهنگی و زمینه‌های



تاریخی و اجتماعی شکل‌گیری فرهنگ آشنا شویم و یا بر اساس تجارب زندگی اجتماعی به آنها معتقد باشیم تا بتوانیم شناختی غیر متعصبانه از فرهنگ دیگران داشته باشیم.

۲-۲. بعد انگیزشی

بعد انگیزشی منعکس‌کننده آن است که یک فرد یا گروه اجتماعی تا چه اندازه آمادگی و تمایل دارد که انرژی، زمان یا پول خود را صرف شناخت یا تعامل با افراد یا گروه‌هایی از سایر فرهنگ‌ها کند. به عنوان مثال فردی که آمادگی و تمایل زیادی دارد که به منظور آشنایی با فرهنگ کشوری دیگر به آنجا سفر کرده و زمان و پول خود را صرف چنین کاری کند، به لحاظ انگیزشی از هوش فرهنگی بالاتری در مقایسه با فردی برخوردار است که در شرایط مشابه حاضر به چنین هزینه‌ای به لحاظ مالی و زمانی نیست و یا با هدفی غیر از شناخت و تعامل با مردمانی از فرهنگ متفاوت به چنین کاری دست می‌زند.

رز و کومار (۲۰۰۸: ۵۰۶) بعد انگیزشی را شامل شدت و جهت انرژی به‌کاررفته به سمت یادگیری درباره موقعیت‌های بین فرهنگی تعریف کرده‌اند. انگ و داین (۲۰۰۸: ۶) نیز معتقدند بعد انگیزشی منعکس‌کننده توان در جهت توجه و انرژی به سمت یادگیری و عمل کردن در موقعیت‌هایی است که خصیصه آن تفاوت فرهنگی است. بر اساس نظریه ارزش - انتظار، انگیزش جهت و شدت انرژی هدایت‌شده به سمت یک وظیفه خاص و شامل دو عنصر است: انتظار از موفقیت در عمل به آن کار و ارزش مرتبط با عمل به آن کار. افراد با هوش انگیزشی بالا توجه و انرژی را به سمت موقعیت‌های بین فرهنگی بر اساس علاقه درونی و ذاتی سوق می‌دهند. این عنصر از هوش فرهنگی کلیدی است زیرا منبع سائقه است و باعث تلاش و صرف انرژی در جهت عمل کردن صحیح در مجموعه‌های نوین و تازه می‌شود. به عنوان مثال یک مدیر اجرایی چینی که تسلط خوبی بر زبان ژاپنی دارد و از طرفی تعامل با افرادی از فرهنگ‌های دیگر را دوست دارد از آغاز کردن یک گفت‌وگو با همتای ژاپنی‌اش دوری نخواهد کرد؛ از طرف دیگر یک چینی دیگر که به‌تازگی آموختن زبان ژاپنی را آغاز کرده و یا اینکه دوست ندارد به تعامل با افرادی از فرهنگ‌های متفاوت دست زند احتمال بسیار کمی دارد که وارد چنین تعاملی شود.

بعد انگیزشی در عین استقلال نسبی از سایر ابعاد هوش فرهنگی در ارتباط متقابل با آنها نیز هست. معنی استقلال نسبی آن است که می‌توان وضعیتی را فرض کرد که در آن فرد از هوش فرهنگی شناختی، فراشناختی و رفتاری بسیار ضعیفی برخوردار باشد اما به دلیل اثرگذاری



عوامل خارج از هوش فرهنگی نظیر ترغیب یک معلم یا استاد در کلاس درس فرد در موقعیتی قرار گیرد که نسبت به شناخت فرهنگ‌های دیگر متمایل شده و حاضر باشد چنان انرژی و زمانی را برای آن صرف کند که بتوان او را دارای هوش انگیزشی بالایی دانست. ارتباط متقابل با سایر ابعاد نیز به معنای آن است که تقویت ابعاد شناختی، فراشناختی یا رفتاری هوش فرهنگی خود می‌تواند هوش انگیزشی را بیش از پیش تقویت کند. مثل اینکه هرچه بیشتر با سایر فرهنگ‌ها آشنا شویم، انگیزه ما برای شناخت بیشتر و عمیق‌تر آنها نیز افزایش می‌یابد.

۲-۳. بعد رفتاری

اینکه فرد یا گروه اجتماعی در برخورد با افراد یا گروه‌هایی از سایر فرهنگ‌ها چه نوع کنش یا واکنشی از خود نشان می‌دهد مربوط به بعد رفتاری از هوش فرهنگی است. در حیات اجتماعی هر فرد یا گروه همواره موقعیت‌هایی پیش می‌آید که در آنها تعامل با افراد یا گروه‌هایی با زمینه‌های فرهنگی متفاوت یا حتی متضاد ضرورت پیدا می‌کند. اینکه چگونه می‌توان به گونه‌ای اثربخش به چنین تعاملی دست زد و چه نوع از رفتارها و واکنش‌هایی می‌توانند فرد یا گروه را در آن موقعیت‌ها به اهداف خود برسانند در حالی که افراد یا گروه‌های متفاوت فرهنگی نیز از آن موقعیت احساس رضایت کنند، به بعد رفتاری از هوش فرهنگی و به عبارت دیگر هوش فرهنگی رفتاری مربوط است.

انگ و دابین (۲۰۰۸) و رز و کومار (۲۰۰۸) تعریف کاملاً یکسانی از بعد رفتاری هوش فرهنگی ارائه داده‌اند. بر اساس نظر آنان بعد رفتاری به عنوان توانایی در به‌کارگیری کنش‌های زبانی و غیرزبانی به هنگام تعامل با مردمی از فرهنگ‌های متفاوت تعریف می‌شود. بر اساس چنین تعریفی به عنوان مثال توانایی یک مرد مسلمان ایرانی در گفت‌وگو با یک زن مسیحی آمریکایی در مورد موضوعی علمی و همچنین نحوه برخورد آن دو در ابتدا و به منظور آشنایی اولیه و همچنین کنش‌ها و واکنش‌های آنان در حین صحبت کردن به نحوی که هر دوی آنها از آن موقعیت احساس رضایت و احترام کنند، به ترتیب به ابعاد زبانی و غیرزبانی از بعد رفتاری هوش فرهنگی مربوط است.

۴. بعد فراشناختی

بعد فراشناختی که بعضاً خود به عنوان بعدی فرعی از عنصر ذهنی هوش فرهنگی خوانده می‌شود نوعی آمادگی و مشارکت هشیارانه و فعال در تعامل‌های بین فرهنگی، تعدیل و اصلاح کردن آگاهی‌ها و دانش قبلی و توانمندی در ارتقای بعد شناختی از هوش فرهنگی



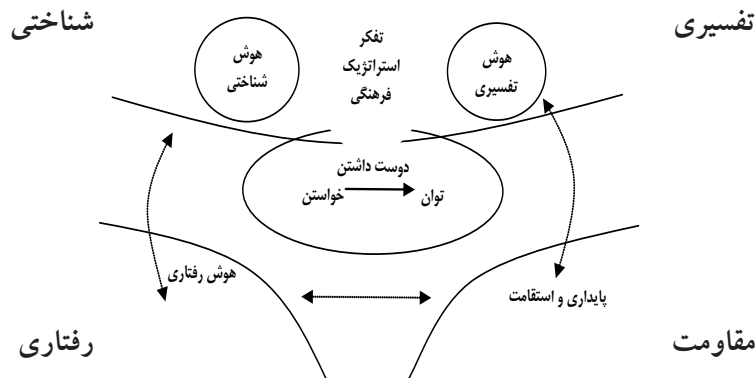
تلقی می‌شود. نلسون (۱۹۹۶) معتقد است اصطلاح هوش فرهنگی فراشناختی به سطح آگاهی فرهنگی هشیارانه در خلال تعامل‌های بین فرهنگی مربوط است. از نظر وی افراد قوی در هوش فرهنگی فراشناختی به طور آگاهانه پیش‌فرض‌های خود درباره سایر فرهنگ‌ها را زیر سؤال می‌برند، آن را در خلال تعامل‌ها بروز می‌دهند و دانش فرهنگی خودشان را به هنگام تعامل با فرهنگ‌های دیگر تعدیل و سازگار می‌کنند. به نظر نلسون هوش فرهنگی فراشناختی شامل استراتژی‌های شناختی سطح بالاتر است که به افراد اجازه می‌دهد مکاشفه‌ها و قوانین جدیدی را برای تعامل اجتماعی در محیط فرهنگی نوین و بدیع از طریق ارتقای پردازش اطلاعات در یک سطح عمیق‌تر توسعه دهند (نلسون، ۱۹۹۶: ۱۰۶-۱۰۵).

از نظر انگ و داین (۲۰۰۸) عامل فراشناختی از هوش فرهنگی به چند دلیل، عنصری کلیدی محسوب می‌شود: نخست اینکه این عامل تفکر فعال درباره مردم و موقعیت‌ها را در مجموعه‌های فرهنگی مختلف ارتقا می‌بخشد؛ دوم اینکه چالش‌های جدی را برای وابستگی سفت و سخت به تفکر مرزبندی‌شده فرهنگی و پیش‌فرض‌های فرهنگی ایجاد می‌کند و سوم اینکه افراد را به سارگاز شدن و بازبینی کردن استراتژی‌های‌شان برمی‌انگیزد؛ به نحوی که آنها به لحاظ فرهنگی مناسب‌تر و احتمال دستیابی به خروجی‌های مورد نظر را در مواجهات بین فرهنگی بیشتر می‌کند.

بنابراین هوش فرهنگی فراشناختی منعکس‌کننده فرایندهای ذهنی است که افراد برای تحصیل و تفهم دانش فرهنگی به کار می‌برند. توانایی‌های مرتبط شامل برنامه‌ریزی، زیر نظر قرار دادن و بازبینی مدل‌های ذهنی هنجارهای فرهنگی برای کشورها و گروه‌های مردم است. افراد با هوش فرهنگی فراشناختی بالا از توجیهات و هنجارهای جوامع متفاوت، قبل از تعامل‌ها و در خلال آن آگاهند. این افراد پیش‌فرض‌های فرهنگی را زیر سؤال می‌برند و مدل‌های ذهنی خود را در خلال و پس از تجارب مرتبط اصلاح می‌کنند.

لیورمور (۲۰۰۹) ساختار هوش فرهنگی را در شکل ۲-۲ خلاصه کرده است (لیورمور، ۲۰۰۹: ۱۴).





شکل شماره ۲. ساختار یا نقشه هوش فرهنگی از دیدگاه لیورمور

آنچه در ساختار و اصطلاحات به کاررفته توسط لیورمور می توان عنوان کرد اینکه بعد تفسیری نزدیک به مفهوم فراشناختی، و بعد مقاومت نزدیک به بعد انگیزشی است. از نظر لیورمور هوش فرهنگی تفسیری درجه ای است که ما می توانیم آگاهانه و خردمندانه در یک فضای بین فرهنگی کنش و واکنش داشته باشیم. هوش فرهنگی رفتاری و پایداری و استقامت درحالی که به طور کامل وابسته به تفهم و تفسیرهایی است که ناشی از دانش و تفسیر است، ما را به کاربرد عملی دانسته هایمان در روابط بین فرهنگی رهنمون می کند. هوش فرهنگی شناختی یا دانشی، درک یک فرد را از امور بین فرهنگی و تفاوت های بین فرهنگی اندازه می گیرد.

همچنین لیونگ و لی (۲۰۰۸) ابعاد مختلف هوش فرهنگی را به گونه ای مختصر و مفید به این شرح تعریف کرده اند: «هوش فرهنگی فراشناختی به توانایی ذهنی برای دستیابی و درک دانش فرهنگی اطلاق می شود. هوش فرهنگی شناختی به وسعت دانش عمومی و ساختارهای دانش درباره فرهنگ مربوط می شود. هوش فرهنگی انگیزشی به توانایی در جهت دادن به انرژی به سمت یادگیری موقعیت های به لحاظ فرهنگی متنوع و عملکرد در چنین موقعیت هایی مربوط است. هوش فرهنگی رفتاری نیز به توانایی در رفتار به طور صحیح در موقعیت های متنوع فرهنگی مربوط می شود» (لیونگ و لی، ۲۰۰۸: ۲۳۳۲).

چهار چوب نظری: فرضیه تماس

کلافین و همکاران (۲۰۰۸) معتقدند تلاش برای تعیین اثرات تجارب چندفرهنگی، پژوهشگران





را با یک شمشیر دولبه نظری مواجه کرده است. از یک سو تجارب چندفرهنگی، جهان‌بینی افراد را گسترش داده و به آنها این امکان را می‌دهد که از طریق کسب دانش جدید خلاق‌تر شوند؛ از سوی دیگر تجارب چندفرهنگی به‌ویژه تجاربی با فرهنگ به‌شدت نامأنوس و متفاوت می‌تواند منبعی برای ایجاد فشار، تضاد و تعارض باشد و به این ترتیب به توسعه هوش فرهنگی بیشتر آسیب می‌زند تا به آن یاری رساند. اینکه آیا اثرات تجارب بین فرهنگی بر توسعه هوش فرهنگی فراشناختی مثبت یا منفی است در هر حال بر حسب سطح باز بودن یا بسته بودن فکری در برابر تجربه‌ها متفاوت است. با وارد کردن این عامل به عنوان عامل کلیدی، پژوهشگران مدلی را پیشنهاد کرده‌اند که چگونه هوش فرهنگی فراشناختی به شیوه‌ای متفاوت بر اساس عامل‌های شخصیتی اثر می‌گذارد.

مهم‌ترین فرضیه‌های طرح‌شده در این مطالعه به شرح زیر هستند:

- مواجهه با تجارب چندفرهنگی می‌تواند انعطاف‌پذیری شناختی و تفکر متنی را از طریق فراهم کردن دانش از درون فرهنگ‌های مختلف ارتقا بخشد.
- مواجهه با تجارب فرهنگ نامأنوس و ناآشنا می‌تواند از توسعه انعطاف‌پذیری شناختی و تفکر متنی به وسیله برانگیختن ابهام بین فرهنگی جلوگیری کند.

مطالعه تجربیات بین‌المللی توجه نظری و تجربی زیادی را در چند سال اخیر به خود اختصاص داده است (به عنوان مثال کارینتر، ساندروز و گرگرسن، ۲۰۰۱). اغلب این مطالعات بر نتیجه تجربه‌های بین‌المللی در سطح فردی و سازمانی متمرکز هستند. این پژوهش‌ها تجربه بین‌المللی را در سه مقوله، مفهوم‌سازی و عملی‌سازی کرده‌اند. تجربه‌هایی که در گذشته رخ داده‌اند، در حال حاضر در جریان هستند و یا ممکن است در آینده رخ دهند. در درون هر مقوله این تجربه به دو نوع کاری و غیرکاری تقسیم شده است. همچنین این تجربه‌ها به لحاظ دفعات و طول مدت زمان، محیط فرهنگی متفاوتی را شامل می‌شوند. تجربیات غیرکاری اغلب شامل ادامه تحصیل در خارج از کشور و دیدارهای کوتاه از کشورهای خارجی را شامل می‌شود.

طارق و تاکوچی (۲۰۰۸) در بحث تجارب بین‌المللی غیرکاری به بحث «کودکان کشور سوم»^۱ پرداخته‌اند. کودکان کشور سوم کسانی هستند که بخشی از دوران کودکی خود را در کشورها یا فرهنگ‌هایی غیر از فرهنگ یا کشور اصلی شان گذرانده‌اند. تحقیقات نشان می‌دهد این افراد را می‌توان افرادی با فکر باز، منعطف، دارای نگرش مثبت به سایر نظام‌ها و فرهنگ‌ها، احترام



به دیگران، تساهل و مدارا در برابر رفتارها و دیدگاه دیگران و مهارت در چندین زبان دانست. با توجه به چنین مبنایی طارق و تاکوچی (۲۰۰۸) این فرضیه را طرح کرده‌اند که: دفعات تجربه‌های غیرکاری بین‌المللی به طور مثبتی با هوش فرهنگی فراشناختی (H1a)، هوش فرهنگی شناختی (H1b)، هوش فرهنگی انگیزشی (H1c) و هوش فرهنگی رفتاری (H1d) در رابطه است.

داده‌های این مطالعه از پروژه گسترده‌تری گرفته شده که در زمینه تجربه‌های بین‌المللی گردآوری شده‌اند. پاسخگویان شامل دانشجویان کارشناسی بوده‌اند که در دوره‌های آموزشی مدیریت در یک دانشگاه در شهر نیویورک ثبت نام کرده بودند. داده‌ها در دو مقطع زمانی گردآوری شده‌اند. در مقطع زمانی اول داده‌ها از ۲۲۱ پاسخگو و در مقطع زمانی دوم نیز داده‌ها از ۲۱۵ پاسخگویی که در مرحله اول نیز مورد مطالعه قرار گرفته بودند، گردآوری شده است. در مرحله اول پاسخگویان به پرسش‌های مربوط به مشخصات دموگرافیک، متغیرهای کنترل و تجربیات بین‌المللی قبلی پاسخ داده‌اند. در مرحله دوم که سه هفته پس از مرحله اول به انجام رسیده، پاسخگویان به چهار بعد مختلف از پرسش‌های مربوط به هوش فرهنگی پاسخ داده‌اند. در مجموع ۶۳ درصد از پاسخگویان را دانشجویان دختر و ۳۷ درصد را دانشجویان پسر شامل می‌شدند. متوسط سنی آنان نیز برابر با ۲۵ سال بوده است.

همان‌طور که در فرضیه تحقیق عنوان شده است دفعات تجربه غیرکاری بین‌المللی به طور مثبتی با چهار بعد از هوش فرهنگی همبستگی مثبت دارند. طول مدت تجربه‌های غیرکاری بین‌المللی نیز به طور مثبتی با هوش فراشناختی و شناختی همبستگی مثبتی را نشان داده‌اند. مهم‌ترین شاخص‌های آماری محاسبه‌شده در این مطالعه در جدول شماره ۱ خلاصه شده است:

جدول شماره ۱. مهم‌ترین شاخص‌های آماری محاسبه‌شده در مطالعه طارق و تاکوچی

گام	متغیر	فراشناختی	شناختی	انگیزشی	رفتاری
اول: متغیرهای کنترل	جنس	۰/۰۶	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۰۹*
	سن	-/۲۲***	-/۲۰***	-/۲۱***	-/۲۱***
دوم: تجربه‌های غیرکاری بین‌المللی	دفعات	۰/۶۰***	۰/۴۸***	۰/۵۸***	۰/۵۵***
	طول مدت	۰/۱۲**	۰/۱۱*	۰/۰۴	۰/۰۰
R-Squared		۰/۴۵***	۰/۲۹***	۰/۳۹***	۰/۳۵***
			*** P<۰.۰۱	** P<0.05	* P<۰.۱۰

خلاصه شده از: (طارق و تاکوچی، ۲۰۰۸: ۶۴)



آیا می‌توان با افزایش تماس بین گروه‌های مختلف، پیش‌داوری را کاهش داد و به رابطه‌ای اثربخش‌تر در تعامل‌های بین فرهنگی دست یافت؟ اندیشه‌ای که می‌توان چنین کرد به فرضیه تماس^۱ معروف شده و چندین دلیل خوب برای این پیش‌بینی وجود دارد که این راهبرد می‌تواند مؤثر باشد.

افزایش تماس بین افرادی از گروه‌های مختلف می‌تواند منجر به شناخت فزاینده‌ای از شباهت‌های بین آنها شود و مقوله‌بندی‌هایی را که مردم به کار می‌برند تغییر دهد. کسانی که به عنوان «ما» طبقه‌بندی شوند پاسخ‌های مثبت‌تری دریافت می‌کنند تا کسانی که به عنوان «آنها» طبقه‌بندی می‌شوند. افزایش تماس یا حتی اطلاع از اینکه سایر اعضای گروه «ما» چنین تماس‌هایی با اعضای گروه بیگانه دارند می‌تواند نشانه‌ای از این باشد که هنجارهای گروه آنقدرها هم ضد گروه بیگانه نیست که افراد در آغاز معتقد بودند. وجود دوستی‌های بین‌گروهی حاکی از آن است که اعضای گروه‌های بیگانه ضرورتاً از اعضای گروه خودی تنفر ندارند و همین اطلاع می‌تواند اضطراب بین‌گروهی را کاهش دهد. در واقع، شواهد اخیر حاکی از آن است که تماس فزاینده می‌تواند با کاهش اضطراب ناشی از فکر کردن درباره گروه بیگانه به کاهش اضطراب منجر شود. به عنوان مثال، وضعیت کاتولیک‌ها و پروتستان‌ها را در ایرلند شمالی در نظر بگیرید. اعضای این گروه‌ها نیز در نواحی کاملاً جداشده‌ای زندگی می‌کنند و تماس بین اعضای دو گروه اغلب به صورتی منفی تصور می‌شد؛ اما روان‌شناسان اجتماعی در آنجا (پائولینی و همکاران، ۲۰۰۴) چنین یافته‌اند که تماس مستقیم بین اعضای این دو گروه دینی و همین‌طور تماس غیرمستقیم از طریق اطلاع از دوستی‌های اعضای گروه خودی دیگر با اعضای گروه بیگانه می‌تواند پیش‌داوری را از طریق کاهش دادن اضطراب درباره رویارویی‌های آینده با اعضای گروه بیگانه کاهش دهد. تحقیقات دیگر نیز به همین شکل نشان داده وقتی این تماس منعکس‌کننده همکاری فزاینده و وابستگی متقابل بین گروه‌ها باشد می‌تواند هنجارها را به گونه‌ای تغییر دهد که برابری گروهی اهمیت یابد و بدین وسیله پیش‌داوری را کاهش دهد. به علاوه اثرات سودمند چنین دوستی‌های بین‌گروهی می‌تواند فوراً به افراد دیگری هم که چنین تماس‌هایی را تجربه نکرده‌اند، سرایت کند.

رابرتسون (۱۳۸۰: ۳۶-۳۵) در اثر خود با عنوان «جهانی‌شدن: نظریه اجتماعی و فرهنگ جهانی»، مفهوم جهانی‌شدن را به در هم فشردن شدن جهان و تراکم آگاهی نسبت به جهان به عنوان یک کل پیوند می‌زند. آگاهی جهانی از نظریه قابلیت پذیرش و درک فرهنگ‌های دیگر



غیر از فرهنگ خودی و نشانه توجه به مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جهان است. کارل مانهایم (۱۳۸۵: ۲۱، ۲۷ و ۳۳) در اثر خود با نام «دموکراتیک شدن فرهنگ»، اصل نخست دموکراسی را اعتقاد به برابری ماهوی همه انسان‌ها می‌داند. وی خاطر نشان می‌سازد یکی از ریشه‌های چنین اصلی، آموزه‌های دینی و ایدئولوژیک است. توجه به این اصل در کنش‌های جهانی و پیدایش گرایش نسبت به چنین اصلی می‌تواند به تقویت هوش فرهنگی در ابعاد مختلف شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری بیانجامد.

رابرتسون (۱۹۸۰: ۸۸-۸۹) تشریح کرده که فرهنگ یکی از فرآورده‌های هم‌کنشی اجتماعی است. چنین تعبیری به این معناست که گسترش کنش و واکنش‌های اجتماعی بی‌واسطه و باواسطه در عرصه جهانی از طریق گسترش پدیده‌هایی نظیر گردشگری، شرکت‌های چندملیتی در حوزه مدیران و کارکنان و شایع‌تر شدن تماشای برنامه‌های تلویزیونی از سایر ملیت‌ها و پیوندهای اجتماعی در فضاهاى مجازى همگى مى‌تواند (و توانسته است) به شکل‌گیری الگوهای عام فرهنگی در سطح جهانی منجر شود که شاید بتوان آن را عموماً اشاعه یک عنصر فرهنگی از یک نظام به کل نظام جهانی دانست تا اینکه شکل‌گیری یک الگوی فکری یا رفتاری باشد که تاکنون سابقه نداشته است.

روش‌شناسی

الف) جامعه‌آمارى

پژوهش حاضر از نوع پیمایشی است. پیمایش بر مبنای مقیاس استاندارد هوش فرهنگی به انجام رسیده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه شهروندان بیست تا چهل‌و‌نُه‌ساله ساکن شهر اصفهان تعریف شده که تعداد کل آنان بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ برابر با ۸۴۰۸۹۶ نفر بوده است. آخرین آمار رسمی موجود درباره توزیع جمعیت شهر اصفهان در مناطق مختلف و برحسب گروه‌های سنی و جنسی مربوط به سرشماری سال ۱۳۸۵ است. در این سال، اصفهان به یازده منطقه شهری تقسیم شده است. بیشترین درصد جمعیت ساکن در شهر اصفهان مربوط به مناطق ۷، ۹ و ۱۰ شهری و کمترین درصد مربوط به مناطق ۳ و ۴ می‌شود. توزیع جنسی جمعیت تا اندازه زیادی یکنواخت بوده و گروه زنان و مردان نسبتاً تقریباً یکسانی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین توزیع سنی جمعیت، یک توزیع نزولی را نشان می‌دهد به این معنا که با افزایش سن از نسبت جمعیت کاسته شده است؛ به نحوی که در گروه سنی ۲۴-۲۰ ساله حدود ۲۵ درصد و در گروه سنی ۴۹-۴۵ ساله حدود ۱۱ درصد از کل جامعه آماری قرار داشته‌اند.

تعداد کل واحدهای تشکیل دهنده جامعه آماری ۸۴۰۸۹۶ نفر بوده است. با توجه به هزینه نسبتاً پایین برای هر واحد نمونه مقدار این دو پارامتر p و q برابر با ۰/۵ در نظر گرفته شد. به این ترتیب پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه به میزان حداکثر یا ۰/۲۵ در نظر گرفته شد. مقدار d ، ۰/۰۵ و مقدار Z برای سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱/۹۶ در نظر گرفته شد. به این ترتیب انتظار می‌رود نسبت‌های برآورد شده در جامعه آماری با اطمینان ۹۵ درصد در فاصله ۰/۰۵ \pm از آماره‌های نمونه‌ای باشند. به این ترتیب حجم نمونه اولیه برابر با ۳۸۴ نفر تعیین شد. با گرد کردن حجم نمونه به دست آمده در هریک از جمعیت‌های فرعی در مجموع ۳۹۶ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند.

ب) مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری

مقیاس‌های مربوط به ابعاد مختلف هوش فرهنگی از مقیاس‌های استاندارد بوده و اعتبار آنها توسط متخصصان و پژوهشگران مختلف، تأیید شده است. برای تعیین قابلیت اعتماد ابعاد چهارگانه هوش فرهنگی بر اساس داده‌های گردآوری شده در مطالعه مقدماتی شامل ۳۱ نفر نمونه که به تصادف از مناطق مختلف شهر اصفهان در گروه‌های مختلف سنی و جنسی انتخاب شدند ضریب آلفای کرونباخ برای هریک ابعاد فرعی و همچنین مقیاس هوش فرهنگی محاسبه شده است. با توجه به ضرایب به دست آمده برای هریک از ابعاد فرعی هوش فرهنگی و سازه اصلی هوش فرهنگی (۰/۸۷، ۰/۷۳، ۰/۸۲ و ۰/۷۳) به ترتیب برای ابعاد انگیزشی، شناختی، فراشناختی و رفتاری و ضریب ۰/۹۰ برای کلیه ابعاد) انتظار می‌رود که نمرات محاسبه شده برای هریک از نمونه‌های مورد مطالعه از دقت قابل قبولی برخوردار باشد.

آزمون فرضیه اصلی با استفاده از مدل‌سازی معادله ساختاری به انجام رسیده است. عامل تماس‌های بین فرهنگی و عامل هوش فرهنگی به ترتیب با استفاده از یک مدل عاملی مرتبه اول و مدل عاملی مرتبه دوم تعریف و مورد آزمون قرار گرفته‌اند. مدل ساختاری تدوین شده نیز بر مبنای چهارچوب نظری تدوین شده حاکی از تأثیر تماس‌های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی است.

مدل اندازه‌گیری هوش فرهنگی به صورت یک مدل عاملی مرتبه دوم تدوین شده است. در این مدل سازه اصلی یا عامل هوش فرهنگی تبیین‌کننده واریانس چهار عامل فرعی هوش فرهنگی انگیزشی، شناختی، فراشناختی و رفتاری است. هریک از چهار عامل فرعی نیز با تعدادی از معرف‌ها (۵ معرف برای انگیزشی، ۶ معرف برای شناختی، ۴ معرف برای فراشناختی و ۵ معرف برای رفتاری) تعریف شده‌اند. شکل‌های ۳ و ۴ جزئیات بیشتری را از مدل‌های عاملی برای اندازه‌گیری سازه هوش فرهنگی و تماس‌های بین فرهنگی نمایش داده‌اند. در

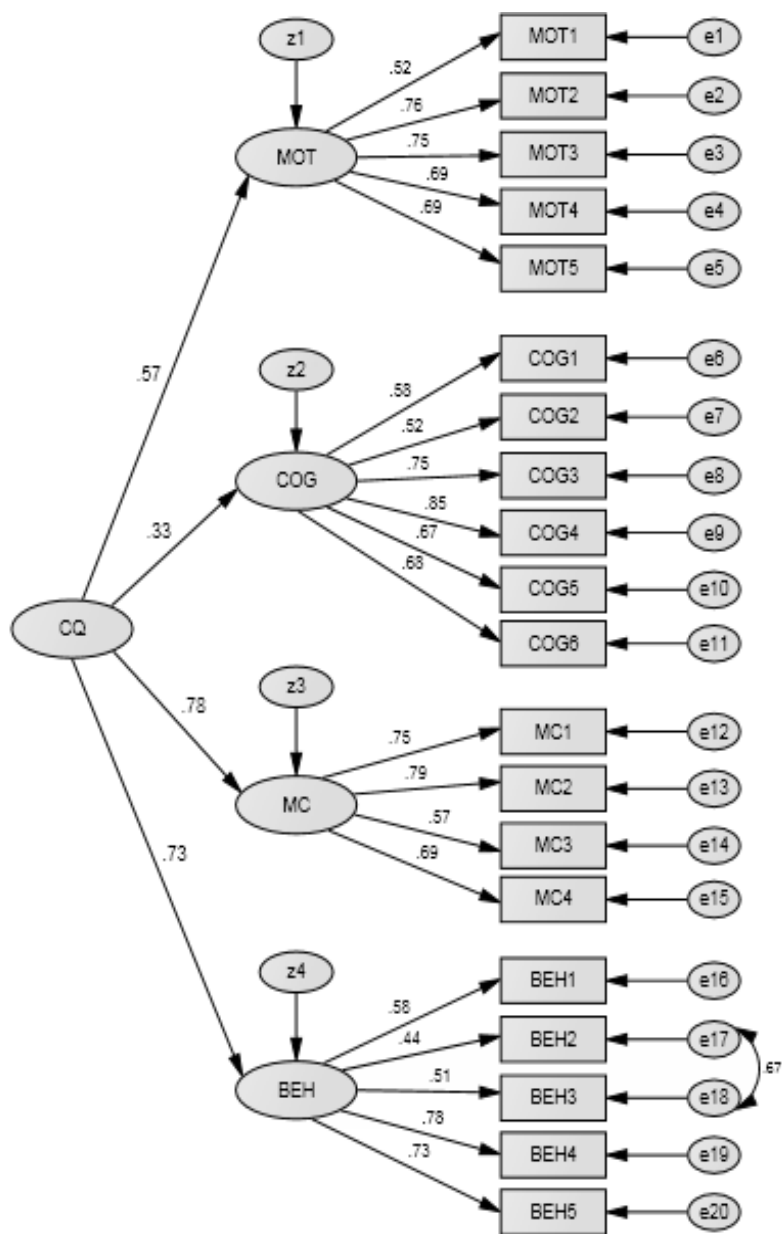


شکل شماره ۳ بارهای عاملی برای بیست گویه مقیاس استاندارد هوش فرهنگی انگ و داین (۲۰۰۸) گزارش شده است. بارهای عاملی مثبت و دارای تفاوت معنادار با صفر هستند. در شکل شماره ۴ نیز بارهای عاملی برای ۵ معرّف مقیاس محقق ساخته تماس‌های بین فرهنگی گزارش شده‌اند. این معرف‌ها به ترتیب عبارتند از شاخص‌های سفرهای داخلی، اقامت در سایر استان‌ها با فرهنگ‌های متفاوت، اقامت در کشورهای خارجی، داشتن دوستان صمیمی ایرانی و غیرایرانی با فرهنگ متفاوت. برای هر یک از معرف‌ها مجموعه‌ای از پرسش‌ها طرح شده است. شاخص‌های کلی برازش (جدول شماره ۲) در مجموع تأییدکننده مدل‌های تدوین شده برای سنجش دو سازه اصلی در پژوهش است. این شاخص‌ها عمدتاً در دامنه قابل قبول و یا نزدیک به آن قرار دارند.

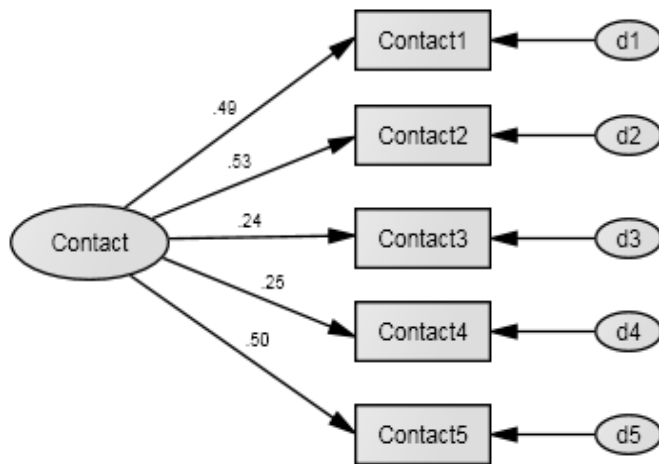
جدول شماره ۲. شاخص‌های برازش مدل‌های عاملی تأییدی
هوش فرهنگی و تماس‌های بین فرهنگی

مدل عاملی	شاخص			نوع شاخص	
	هوش فرهنگی	تماس‌های بین فرهنگی	دامنه قابل قبول (قاسمی، ۱۳۸۸)		معادل فارسی
۰/۹۴۷	۰/۸۹۷	۰/۹۰ - ۱	شاخص برازش تطبیقی	CFI	تطبیقی
۰/۸۹۵	۰/۸۸۲	۰/۹۰ - ۱	شاخص توکر - لويس	TLI	
۰/۴۵۳	۰/۷۷۹	۰/۵۰ - ۱	شاخص برازش هنجار شده مقتصد	PNFI	مقتصد
۰/۴۷۴	۰/۷۴۰	۰/۵۰ - ۱	شاخص برازش تطبیقی مقتصد	PCFI	
۰/۰۵۰	۰/۰۶۹	۰ - ۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	
۰/۰۷۵	۴۷۷/۱۰۱	وابسته به حجم نمونه	مقدار کای اسکوئر مدل	χ^2_{Model}	مطلق
۱۰/۰۲۱	۰/۰۰۰	وابسته به حجم نمونه	سطح معناداری	P-Value	
۲/۰۰۴	۲/۸۹۲	۱-۵	کای اسکوئر نسبی مدل	χ^2_{Model} / df	نسبی





شکل شماره ۳. مدل عاملی مرتبه دوم سازه هوش فرهنگی



شکل شماره ۴. مدل عاملی مرتبه اول سازه تماس‌های بین فرهنگی



ویژگی‌های نمونه مورد مطالعه

در مجموع حدود نیمی از نمونه مورد مطالعه را مردان (۵۰/۳ درصد) و حدود نیمی را زنان تشکیل داده‌اند (۴۹/۷ درصد). میانگین سنی پاسخگویان تقریباً ۳۲ سال با انحراف معیار حدود ۹ سال است. با بالا رفتن گروه سنی از درصد افراد مورد مطالعه کاسته شده است؛ به طوری که بیشترین نسبت از نمونه مورد بررسی در گروه سنی ۲۴-۲۰ ساله (۲۵ درصد) و کمترین نسبت از نمونه مورد بررسی در گروه سنی ۴۹-۴۵ ساله (۱۲/۶ درصد) قرار داشته‌اند. به لحاظ سطح تحصیلات دو گروه تحصیلی دیپلم و کارشناسی بیشترین درصد از پاسخگویان را به خود اختصاص داده‌اند (به ترتیب ۳۹/۶ درصد و ۳۸/۱ درصد) و افراد بدون سواد کمترین نسبت از پاسخگویان را تشکیل داده‌اند (۰/۸ درصد).

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه
بر حسب گروه‌های سنی و جنسی به تفکیک سطح تحصیلات

جمع	گروه سنی						جنس	سطح تحصیلات
	۴۵-۴۹	۴۰-۴۴	۳۵-۳۹	۳۰-۳۴	۲۵-۲۹	۲۰-۲۴		
۸۹ درصد ۲۲/۵۹	۹ درصد ۲/۲۸	۱۶ درصد ۴/۰۶	۱۶ درصد ۴/۰۶	۱۳ درصد ۳/۳۰	۱۹ درصد ۴/۸۲	۱۶ درصد ۴/۰۶	مرد	بالتر از دیپلم
۱۰۳ درصد ۳۶/۱۴	۱۰ درصد ۲/۵۴	۱۱ درصد ۲/۷۹	۱۷ درصد ۴/۳۱	۱۹ درصد ۴/۸۲	۲۳ درصد ۵/۸۴	۲۳ درصد ۵/۸۴	زن	دیپلم
۸۶ درصد ۲۱/۸۳	۴ درصد ۱/۰۲	۸ درصد ۲/۰۳	۸ درصد ۲/۰۳	۱۴ درصد ۳/۵۵	۲۰ درصد ۵/۰۸	۳۲ درصد ۸/۱۲	مرد	پایین تر از دیپلم
۷۱ درصد ۱۸/۰۲	۱۲ درصد ۳/۰۵	۶ درصد ۱/۵۲	۹ درصد ۲/۲۸	۷ درصد ۱/۷۸	۱۳ درصد ۳/۳۰	۲۴ درصد ۶/۰۹	زن	دیپلم
۲۲ درصد ۵/۵۸	۱۱ درصد ۲/۷۹	۲ درصد ۰/۵۱	۳ درصد ۰/۷۶	۳ درصد ۰/۷۶	۲ درصد ۰/۵۱	۱ درصد ۰/۲۵	مرد	پایین تر از دیپلم
۲۳ درصد ۵/۸۴	۴ درصد ۱/۰۲	۹ درصد ۰/۲۸	۱ درصد ۰/۲۵	۲ درصد ۰/۵۱	۴ درصد ۱/۰۲	۳ درصد ۰/۷۶	زن	پایین تر از دیپلم
۳۹۴ درصد ۱۰۰	۵۰ درصد ۱۲/۶۹	۵۲ درصد ۱۳/۲۰	۵۴ درصد ۱۳/۷۱	۵۸ درصد ۱۴/۷۲	۸۱ درصد ۲۰/۵۶	۹۹ درصد ۲۵/۱۳	جمع	



آزمون فرضیه

فرضیه اصلی در این پژوهش عنوان می‌کند که «تماس‌های بین فرهنگی اثر مستقیمی بر هوش فرهنگی دارد». این فرضیه با بهره‌گیری از یک مدل معادله ساختاری آزمون شده است. مدل معادله ساختاری مشتمل بر دو مدل عاملی و یک مدل ساختاری است. مدل ساختاری متشکل از سه جزء اصلی شامل سازه تماس‌های بین فرهنگی، سازه هوش فرهنگی و پارامتر گاما یا



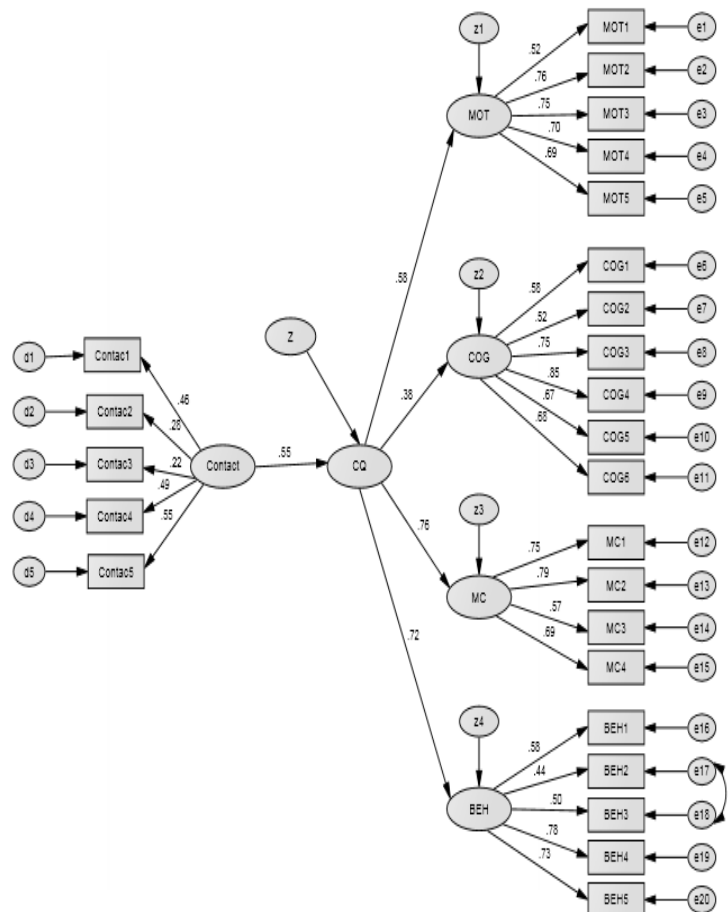
اثر متغیر بیرونی بر درونی است. مدل تدوین شده در شکل شماره ۴ نمایش داده شده است. این مدل که با استفاده از نرم افزار Amos 18 ترسیم و پارامترهای آزاد آن برآورد شده، دارای زیربنای نظری است. پارامترهای گزارش شده در این مدل همگی استاندارد بوده و هر گروه از آنها قابل مقایسه با یکدیگرند.

شاخص های کلی برازش برای مدل تدوین شده حاکی از حمایت و پشتیبانی فرضیه اصلی تحقیق توسط داده های گردآوری شده است. شاخص کای اسکوئر نسبی برابر با $2/399$ ((CMIN/DF)) که در دامنه قابل قبول کوچک تر از ۵ قرار دارد، شاخص های تطبیقی نزدیک به ۰/۹ که نشان دهنده فاصله گرفتن مدل تدوین شده از مدل های استقلال و اشباع شده است ($CFI = 0/884$ و $TLI = 0/870$)، شاخص های مقتصد بزرگ تر از ۰/۵ که نشان دهنده وجود پارامترهای قوی و آزاد در مدل تدوین شده است ($PCFI = 0/792$ و $PNFI = 0/733$) و شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد برابر با ۰/۰۶ و حدود پایین و بالای آن به ترتیب برابر با ۰/۰۵۴ و ۰/۰۶۵ در مجموع حاکی از تأیید مدل تدوین شده به طور کلی (شامل دو مدل عاملی و یک مدل ساختاری) است.

جدول شماره ۴ مهم ترین برآوردهای انجام شده برای آزمون فرضیه اصلی در تحقیق را ارائه داده است. ضریب گامای استاندارد برابر ۰/۵۵ حاکی از اثر قوی تماس های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی است. نسبت بحرانی برابر با ۵/۰۹ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ نیز نشان می دهد که این ضریب با صفر دارای تفاوت معنادار است. به این ترتیب و با توجه به حجم نمونه مورد مطالعه می توان چنین نتیجه گرفت که با حداقل اطمینان ۹۵ درصد اعضای جامعه آماری که دارای تماس های بین فرهنگی بوده اند در مجموع از هوش فرهنگی بالاتری نیز برخوردار هستند.

جدول شماره ۴. برآورد استاندارد و غیراستاندارد پارامتر گاما و سطح معناداری آن برای آزمون فرضیه اصلی

			Estimate	S. E	.C. R	P	Standardized Estimate
CQ	<---	Contact	۲۷۳ .	۰۵۴ .	۵ .۰۹۰	۰۰۰ .	۵۵۰ .



شکل شماره ۵. مدل تدوین شده برای آزمون فرضیه تحقیق
مبنی بر اثر مستقیم تماس های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی

نتیجه گیری

هوش فرهنگی ترکیبی از دو واژه است که هر کدام دارای تعاریف متعددی هستند. هوش به عنوان سازه ای روان شناختی از یک سو و فرهنگ به عنوان مفهومی جامعه شناختی از سوی دیگر دارای فضای مفهومی کاملاً دقیقی نیستند؛ با این حال، تعاریف ارائه شده از هوش فرهنگی تا اندازه زیادی به یکدیگر شبیه اند. این موضوع به یک لحاظ چهارچوب کار پژوهشی درباره آن را مشخص تر می سازد.



دو پرسش اساس در حوزه موضوعی هوش فرهنگی که عمدتاً برخاسته از ادبیات مربوط به هوش است، بدین شرح است که آیا هوش فرهنگی قابلیت سنجش دارد؛ و دیگری اینکه آیا می‌توان هوش فرهنگی را تقویت کرد و افزایش داد؟ اندیشمندان مختلف در این حوزه اغلب پاسخ مثبتی به دو پرسش طرح شده داده‌اند. مقیاس استاندارد هوش فرهنگی که نگارش نهایی آن توسط داین، انگ و کوه (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با نام «تدوین و اعتباریابی مقیاس هوش فرهنگی» در اثر بارزش انگ و داین به نام «هوش فرهنگی: نظریه، سنجش و کاربردها» ارائه شده، ابزاری برای سنجش هوش فرهنگی است. این مقیاس توسط پژوهشگران مختلف مورد تأیید و استفاده قرار گرفته است. از طرفی مدل‌های مختلفی برای بهبود و تقویت هوش فرهنگی ارائه شده است (یزدخواستی، ۱۳۸۹).

پیشینه نظری و تجربی پیرامون هوش فرهنگی نیز از تأثیر متغیرهای مختلف بر سطح هوش فرهنگی افراد و گروه‌های اجتماعی صحبت کرده‌اند. از جمله می‌توان به تأثیر سازه شخصیت و ابعاد مختلف آن شامل برون‌گرایی، توافق‌پذیری، ثبات هیجانی، گشودگی و مسئولیت‌پذیری (به عنوان مثال انگ، داین و کوه، ۲۰۰۸) نام برد. علاوه بر آن می‌توان از تأثیر دین‌داری (به عنوان مثال لیونگ و لی، ۲۰۰۸) سخن به میان آورد. همچنین یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر هوش فرهنگی که در ادبیات آن به چشم می‌خورد و در این مقاله تمرکز اصلی بر آن بوده، متغیر تماس‌های بین فرهنگی است. هرچند برخی از پژوهشگران از شوک فرهنگی در اثر برخورد و مواجهه با فرهنگ‌های به شدت متفاوت با فرهنگ فرد سخن گفته‌اند و البته اینکه هوش فرهنگی بالا می‌تواند از چنین شوکی بکاهد (مشبکی و راموز، ۱۳۸۵) اما تفسیر عام‌تر حاکی از نقش مثبتی است که مواجهه‌های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی دارد.

گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی، مبادلات علمی که عمدتاً در قالب مبادلات دانشجویی و اعضای هیئت علمی انجام می‌شود، گروه‌های کاری در فضاهای چندفرهنگی و مهاجرت‌های بین‌المللی مهم‌ترین عواملی هستند که منجر به شکل‌گیری تماس‌های بین فرهنگی در فضاهای واقعی و به عبارتی غیرمجازی می‌شوند. آنچه به عنوان تماس بین فرهنگی در این متن مورد توجه نویسندگان قرار گرفته است جدای از تماس‌هایی است که در فضاهای رسانه‌ای و دنیای مجازی اینترنت به وجود می‌آید.

نتایج تحقیق حاوی نتیجه بسیار بااهمیتی است که لازم است هرچه بیشتر مورد توجه قرار گیرد. تماس‌های بین فرهنگی می‌توانند به طور قابل توجهی به افزایش هوش فرهنگی افراد و



گروه‌های اجتماعی منجر شود. بر این مبنا که هوش فرهنگی بالا در سطح ملی عاملی اساسی در جهت همبستگی اجتماعی میان قومیت‌ها، مذاهب و به طور کلی خرده‌فرهنگ‌های مختلف است و در سطح بین‌المللی یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در جهت صلح منطقه‌ای و جهانی است. می‌توان تماس‌های بین فرهنگی را راهکاری اساسی و در عین حال غیرمستقیم برای دستیابی به همبستگی اجتماعی و صلح جهانی دانست.

هوش فرهنگی سازه‌ای در مقابل خودفراتربینی یا خودفروتربینی فرهنگی است. هوش فرهنگی عاملی در جهت تعامل اثربخش با فرهنگ‌های متفاوت و یا حتی در مواردی متضاد است. هوش فرهنگی تا حد قابل توجهی در ارتباط با مفاهیمی نظیر قوم مرکزی (که عاملی برای بزرگ‌ترین درگیری‌ها میان ملت‌ها بوده است) و نسبیت فرهنگی (عاملی در جهت مدارا و تساهل فرهنگی) است. تماس‌های بین فرهنگی را باید عاملی در جهت سست کردن گرایش‌های قوم‌مرکزانه و تقویت مدارا و تساهل فرهنگی دانست.

شاخص‌هایی که به عنوان سنجش‌های تماس‌های بین فرهنگی در این مطالعه مورد نظر بوده‌اند از ارتباط‌های سطحی‌تر که اغلب به هنگام مسافرت‌های بین استانی پیش می‌آید تا ارتباط‌های عمیق‌تر که به هنگام اقامت‌های موقت و در عین حال نسبتاً طولانی در مناطقی با فرهنگ متفاوت در داخل یا خارج از کشور و ارتباط‌های عمیق بین دوستان صمیمی با فرهنگ‌های متفاوت را شامل می‌شود. شاخص اندازه‌گیری شده، شاخصی وزن‌دار بوده که هرچه این ارتباط‌ها عمیق‌تر و طولانی‌تر بوده، فرد از امتیاز بیشتری برخوردار شده است. با وجود آنکه در مطالعه حاضر رابطه خطی بین تماس‌های بین فرهنگی و هوش فرهنگی با اطمینان و قوت بسیار بالایی تأیید شده است اما نباید از نظر دور داشت که مداخله متغیرهای تعدیل‌کننده می‌تواند اثر تماس‌های بین فرهنگی را کاهش داده و یا حتی خنثی کند و در موارد کمتر عمومیت یافته‌ای به تضعیف هوش فرهنگی نیز بیانجامد. چنین وضعیتی عمدتاً مربوط به تجارب ناخوشایند در تماس‌های بین فرهنگی مربوط می‌شود.

همچنین سنجش تماس‌های بین فرهنگی می‌تواند در دو بعد واقعی و مجازی مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد. چنین موضوعی به‌ویژه در عصر حاضر از آن جهت حائز اهمیت فراوان است که تماس‌های مجازی جایگاه بسیار پُرنرنگی را در زندگی افراد و گروه‌های انسانی به دست آورده است. چنین به نظر می‌رسد که تماس‌های مجازی که از طریق رسانه‌های جمعی بین فرهنگ‌های مختلف به وقوع می‌پیوندد با احتمال بیشتری می‌تواند نقش مخربی در هوش

فرهنگی داشته باشند. رسانه‌هایی که با تمرکز بر خبرهایی که هرچند احتمالاً از ارزش خبری بالایی برخوردارند اما نشان‌دهنده واقعیت زندگی اجتماعی نیستند می‌توانند در تضعیف هوش فرهنگی نقش بازی کنند. حائز اهمیت است که در پژوهش‌های آتی درباره فرضیه تماس‌های بین فرهنگی و اثر آن بر هوش فرهنگی، موضوع از ابعاد مختلف مورد توجه و بررسی قرار گیرد و لایه‌های پنهان‌تر آن مورد کندوکاو قرار گیرد. تعریف جزئی‌تر از تماس‌های بین فرهنگی از یک سو و انجام مطالعات کیفی یا تلفیقی در این باره قطعاً راهگشا خواهد بود.



فصلنامه علمی-پژوهشی

۱۶۰

دوره چهارم
شماره ۲
تابستان ۱۳۹۰

منابع

- رابرتسون، ر. (۱۳۸۰) جهانی شدن: نظریه‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، مترجم: کمال پولادی، تهران: نشر ثالث.
- قاسمی، و. (۱۳۸۸) مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد *Amos Graphics*، تهران: جامعه‌شناسان.
- مانهایم، ک. (۱۳۸۵) *دموکراتیک شدن فرهنگ*، مترجم: پرویز اجلالی، تهران: نشر نی.
- مشبکی، الف. و راموز، ن. (۱۳۸۵) «هوش فرهنگی اکسیر موفقیت مدیران در کلاس جهانی»، *مجموعه مقاله‌های چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت*، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.
- “Conceptualization of Cultural Intelligence”, In Soon Ang, S., Dyne; L. V. (2008) and Linn Van Dyne (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Application*, New York: M. E. Sharpe, Inc
- Carpenter, M. A.; Sanders, W. G., & Gregersen, H. B. (2001) “Bundling Human Capital with Organizational Context: The Impact of International Experience” *Academy of Management Journal*, Vol- (44): 493-511
- Early, P. C.; Peterson, R. S. (2004) “Cultural Intelligence as a new Approach to International Training for the Global Manager”, *Academy of Management Learning and Education*, Vol.3 (1):100-115
- Early, P. C.; Ang, S. and Tan, J. S. (2006) *Developing Cultural Intelligence at Work*, Stanford, CA: Stanford University Press
- Early, P. C.; Ang, S. (2003) *Cultural Intelligence: Individual Interactions across Cultures*, Stanford, CA: Stanford University Press
- Early, C.; Mosakowski, E. (2004) “Cultural Intelligence”, *Harvard Business Review*, Vol.- (-): 139-146.
- Gardner, H. (1983) “Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences”, New York: Basic Books, New Editions: 1993, 2004
- Leung, K.; Li, F. (2008) “Social Axioms and Cultural Intelligence”, In Soon Ang and Linn Van Dyne (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: theory, measurement and application*, New York: M. E. Sharpe, Inc
- Livermore, D. A. (2009) *Cultural Intelligence: Improving your CQ to Engage our Multicultural World*, Michigan: Baker Publishing Group
- McFate, Montgomery (2005) “The Military Utility of Understanding Adversary Culture”, *Joint Force Quarterly*, Vol. 38 (-):42-48
- Nelson, T. O. (1996) “Consciousness and meta cognition”, *American Psychologist*, Vol.51(-):102-116
- Paolini, S.; Hewstone, M.; Cairns, E., and A. Voci (2004) “Effects of direct and Indirect Cross-group Friendships on Judgments of Catholics and Protestants in Northern Ireland”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 30(-): 770-786



- Plum, E. (2007) *Cultural intelligence: The art of leading cultural complexity (Management, Policy + Education)*, UK: Middlesex University Press
- Rose, R. C., Kumar, N. (2008) "A review on individual differences and cultural intelligence", *Journal of International Social Research*, Vol 1/4, (-); 504-522
- Thomas, D. C. (2006) "Domain and Development of Cultural Intelligence: The Importance of Mindfulness", *Group and Organization Management*, Vol.31 (1), pp. 78-99.
- Thomas, D. C., Inkson, K. (2003) *Cultural Intelligence: People Skills for Global Business*, San Francisco: CA: Berrett-Koehler
- Klafehn, J.; Banerjee, P. M.; Chiu, C. (2008) "Navigating Cultures", In Soon Ang and Linn Van Dyne (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Application*, New York: M. E. Sharpe, Inc
- Tarique, I.; Takeuchi, R. (2008) "Developing Cultural Intelligence: The Role of International Nonwork Experiences", in Soon Ang and Linn Van Dyne (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Application*, New York: M. E. Sharpe, Inc

