

تأثیر هوش فرهنگی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور مرکز رامسر)

دکتر افشین موسوی چلک،^۱ استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه پیام نور
الهام السادات حسینی،^۲ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گروه علوم تربیتی دانشگاه پیام نور
علیرضا پوربخشیان،^۳ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۱۱

تاریخ وصول: ۹۳/۴/۱

چکیده:

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر هوش فرهنگی و مؤلفه های آن بر سرمایه اجتماعی دانشجویان انجام گرفته است. روش تحقیق، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری تحقیق، متشکل از کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه پیام نور رامسر بودند که تعداد ۳۳۱ نفر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی چند مرحله ای انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده ها از دو پرسشنامه استفاده شد: ۱. پرسشنامه هوش فرهنگی (آننگ و همکاران، ۲۰۰۴). ۲. پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی. روایی پرسشنامه ها توسط اساتید دانشگاه مورد ارزیابی و تایید قرار گرفت. داده ها با بهره گیری از نرم افزار SPSS و ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده از تحقیق نشان داد بین هوش فرهنگی و مؤلفه های آن (مؤلفه شناختی $r=0/143$ ، مؤلفه انگیزشی $r=0/524$ ، مؤلفه فراشناختی $r=0/594$ ، مؤلفه رفتاری $r=0/651$) با سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

کلیدواژه ها: هوش فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دانشجویان.

مقدمه

ایده محوری سرمایه اجتماعی^۱ را می توان در واژه رابطه خلاصه کرد. اعضای جامعه با برقراری تماس با یکدیگر و پایدار ساختن این ارتباط، قادر به همکاری با یکدیگر می شوند و به این طریق چیزهایی کسب می کنند که به تنهایی قادر به کسب آنها نیستند و یا به دشواری بسیار، موفق به کسب آنها می شوند. انسانها از طریق مجموعه ای از شبکه ها به هم متصل می شوند و با گسترش شبکه های ارتباطی آنها، نوعی دارایی برایشان ایجاد می شود که می توان آن را با نام سرمایه اجتماعی مورد ملاحظه قرار داد (موسوی و حدادی، ۱۳۹۰). مفهوم سرمایه اجتماعی، مفهومی کلیدی در ادبیات جامعه شناسی جدید است که در حوزه اجتماع، چه زمانی که صرفاً وجود نامرئی آن احساس می شد و چه اکنون که به شکلی منسجم با نام سرمایه اجتماعی شناخته می شود، از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است و با روند فعلی در آینده نزدیک، به مهمترین مفهوم علوم اجتماعی و ادبیات توسعه تبدیل خواهد شد. نقش مؤثر و بی نظیر این مفهوم در ساختار روابط بین افراد و گروه ها در اجتماع، کارکرد آن در تسهیل دستیابی به نتایج سودمندی همچون همکاری در نیل به منفعت عمومی و تسهیل کنش جمعی و بازده های آن همچون گسترش مشارکت، اعتماد و بده بستان در جامعه که روابط بین افراد و گروه ها را توسعه و کارآیی آنها را افزایش داده و بین شکاف های اجتماع نیز پل می زند، این مفهوم را در اولویت اول و هدف توجه سیاست گذاران اجتماع، دولت و برنامه های توسعه قرار داده است (شجاعی باغینی، ۱۳۹۰).

سرمایه اجتماعی به طور کلی بر روابط میان انسانها تمرکز دارد. روابطی که در تمام لحظات زندگی روزمره و در طول عمر انسانها، جریان داشته و رفتار و نگرش آنها را تحت تأثیر قرار می دهد. به همین لحاظ سرمایه اجتماعی در هر جایی حاضر است. چه در رفتار با نزدیکان و دوستان در خانه و مدرسه و دانشگاه و چه در رفتار با همکاران و آشنایان در محل کار و تحصیل و چه در رفتار با مردم در جامعه. ادبیات سرمایه اجتماعی، تا به حال علاوه بر طراحی نظری این مفهوم در پی آن بوده که اهمیت این روابط را از لحاظ تجربی نیز به اثبات رساند (علمی و همکاران، ۱۳۹۰).

سرمایه اجتماعی تعاریف گوناگونی دارد: از منابع جاسازی شده در روابط اجتماعی که به افراد یا جوامع امکان می دهد به اهدافی دست یابد که بدون آن دستیابی مشکل است، تا ویژگی هایی از زندگی اجتماعی مانند شبکه ها، هنجارها و اعتماد که موجب کارایی بیشتر جهت دستیابی به اهداف مشترک می شود (میچل و بازرت^۲، ۲۰۰۷). پوتنام^۳ معتقد است، سرمایه اجتماعی به ارتباطات میان افراد گفته می شود. شبکه های اجتماعی از روابط اجتماعی و پیوند افراد موجود در سازمان ایجاد می شود. این افراد با تبادل اطلاعات و همکاری در حل مشکلات از روابط دوجانبه بهره مند می شوند (رینگ و کریسمن^۴، ۲۰۱۰).

ویلانو و جوسا^۵، سرمایه اجتماعی را به عنوان پدیده ای مدیریتی تلقی کرده و برای آن ویژگی های مختلفی مانند اعتماد، ارزش ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه ذکر کرده اند. آنها اعتقاد دارند، سرمایه اجتماعی نمی تواند بدون یکی از این ویژگی ها وجود داشته باشد و نمی توان تصور کرد که سازمانها بدون بعضی از این ویژگی ها بتوانند کار کنند (ویلانو و جوسا، ۲۰۰۳). استون و هیو^۶، سرمایه اجتماعی را حاصل انباشت منابع بالقوه و بالفعلی می دانند که مربوط به داشتن شبکه ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادینه شده از آشنایی و شناخت متقابل است (استون و هیو، ۲۰۰۲).

1. Social Capital
4. Ring & Chrisman

2. Mitchell & Bossert
5. Vilanova & Josa

3. Putnam
6. Stone & Hughe

مطالعات انجام شده پیرامون سرمایه اجتماعی، ابعاد و عناصر متعددی را برای آن برشمرده اند که کیفیت کلی آن را تحت تأثیر قرار می دهد. به اعتقاد استون، سرمایه اجتماعی در برگیرنده دو بعد است. بعد کیفیت و بعد ساختار و هر یک از این ابعاد، شاخص هایی را در بر می گیرد. بعد ساختاری بر این امر متمرکز می گردد که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر؟ و بعد ارتباطی نیز بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می شود. به عبارت دیگر، بعد ساختاری در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران بر مبنای عملکردشان، شفافیت در تصمیم گیری، میزان تصمیم گیری و اقدام براساس کار گروهی است. بعد کیفیت در رابطه با پدیده هایی نظیر، ارزش ها، نگرش ها، تعهدات، مشارکت و اعتماد موجود در سیستم می باشد. در بعد کیفی بر ارتباط بین هنجارهای عمل متقابل و ایجاد و حفظ اعتماد تأکید می شود. هنجارهای تعمیم یافته، عمل متقابل و شبکه های تعهد مدنی، اعتماد اجتماعی و همکاری را تشویق کرده و زمینه همکاری بعدی را فراهم می آورند (استون، ۲۰۰۱).

در حالی که از نظر نوریس^۱ (۲۰۰۲)، مشارکت اجتماعی، شبکه های اجتماعی و حمایتی، مشارکت مدنی، اعتماد و عمل متقابل به عنوان ابعاد سازنده سرمایه اجتماعی محسوب می شوند، فلپ^۲ (۲۰۰۳)، حجم شبکه، منابع موجود در شبکه و میزان دسترسی به این منابع را به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی معرفی می کند. با این وجود از نظر فلورا^۳ (۱۹۹۹)، اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی، گروه های اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده و کار گروهی در یک سیستم اجتماعی به عنوان ابعاد تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی به شمار می آیند. البته باید اذعان نمود که سرمایه اجتماعی مفهومی است که تا حدودی مورد اختلاف است، اما آنچه بر آن اتفاق نظر وجود دارد این است که هنجارها و شبکه های اجتماعی عناصر اصلی این سرمایه محسوب می شوند و اعتماد، بخشی از آن یا حداقل یک جایگزین نزدیک برای آن به شمار می آید (کمیسون بهره وری استرالیا، ۲۰۰۳) سرمایه اجتماعی، نقش مهمی در توسعه اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در کشور دارد. از این رو شناسایی عوامل مؤثر در تقویت یا تضعیف آن، اهمیت به سزایی دارد. یکی از عواملی که در این زمینه مورد توجه قرار گرفته و بر تعاملات اجتماعی تأثیرگذار است، هوش فرهنگی^۴ است. در فرهنگ های مختلف و حتی خرده فرهنگ ها در درون یک فرهنگ ملی، طیف وسیعی از احساسات و عواطف وجود دارد. به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، سیاست ها و بسیاری از خصوصیات دیگر می تواند به عنوان منبع تعارض بالقوه ظهور کند و در صورت نبودن درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه سازد (ترایندیس^۵، ۲۰۰۸). بنابراین اثرات تفاوت های فرهنگی و مدیریتی گونه تنوعات از مقوله های پیچیده می باشد (هریس و مورن^۶، ۲۰۰۴). هوش فرهنگی کلید موفقیت در دنیای کنونی است (ابزری و همکاران، ۱۳۸۹). در جامعه امروز که تنوع فرهنگی در همه جا وجود دارد، ارتباطات خوب به چالش بزرگ تری تبدیل شده است و شناخت، ارزش گذاشتن و حمایت از این تفاوت ها می تواند بهره وری هر فرد را در محل کارش حداکثر کند (بی بی کوا و کوتلنیکف^۷، ۲۰۰۶). هوش فرهنگی حوزه مدرنی از هوشمندی است که امکان میانجی گری در فضاهای فرهنگی متنوع را مطرح می کند. مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ارلی و آنک^۸ مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند (ارلی و آنک، ۲۰۰۳). ان جی، ون داین

1. Norris
4. Cultural Intelligence
7. Bibikova&Kotelnikov

2. Flap
5. Riandis
8. Early &Ang

3. Flora
6. Harris & Moran

و آنگ، هوش فرهنگی را یک سازه چند بعدی متراکم، و ابعاد آن را جنبه های مختلف یک قابلیت کلی توصیف کرده اند (ان جی، ون داین و آنگ، ۲۰۱۲).^۱ آنها معتقد بودند در مواجهه با موقعیت های فرهنگی جدید، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود، یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی بر می آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند. در تعریفی دیگر، هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت های متنوع فرهنگی می باشد و با آن دسته مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش فرهنگی را بیشتر یک توانایی شناختی می دانند (پترسون^۲، ۲۰۰۴). هوش فرهنگی عبارت است از: توانایی افراد برای رشد شخصی از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر میراث های فرهنگی، آداب و رسوم و ارزشهای گوناگون و رفتار مؤثر با افرادی با پیشینه فرهنگی و ادراک متفاوت. ارلی و آنگ، هم چنین هوش فرهنگی را به عنوان قابلیت فرد برای سازگاری مؤثر با قالب های نوین فرهنگی تعریف کرده و ساختار این مفهوم را به انواع دیگر هوش، از جمله هوش عاطفی و اجتماعی مربوط می داند (هریس و لیونس^۳، ۲۰۰۴). از دیگر تعاریفی که برای هوش فرهنگی ارائه شده می توان به موارد زیر اشاره کرد:

توانایی فرد برای سازگاری موفقیت آمیز با مجموعه های نوین فرهنگی که بر اساس زمینه فرهنگی فرد می توان آن ها را را مجموعه ای فرهنگی نامانوس و ناآشنا دانست (ارلی، آنگ و تان، ۲۰۰۶). به زعم کرون، هوش فرهنگی ساختاری مستقل از فرهنگ است که در شرایط خاص فرهنگی به کار می رود و درک و فهم تعاملات بین فرهنگی را بهبود می بخشد (کرون^۴، ۲۰۰۸). به طور کلی هسته اصلی تشکیل دهنده هوش فرهنگی، توانمندی افراد یا گروه های اجتماعی در تعامل اجتماعی سازنده با افراد یا گروه های اجتماعی با فرهنگ متفاوت است (یزدخواستی، قاسمی و وحید، ۱۳۹۰). با توجه به تعاریف و طبقه بندی های متعدد در این زمینه، در پژوهش حاضر، از تعریف و طبقه بندی ارلی و آنگ (۲۰۰۴) درباره مفهوم هوش فرهنگی استفاده شده است. این محققان برای تبیین و سنجش هوش فرهنگی، یک الگوی چهار بعدی را پیشنهاد کرده اند که به شرح زیر است:

مؤلفه شناختی^۵: این بعد بیانگر درک فرد از شباهت ها و تفاوت های فرهنگی است و دانش عمومی و نقشه های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ های دیگر را نشان می دهد. باید توجه داشت که هر کس در بدو ورود به فرهنگ خارجی نیاز دارد در مورد راه های نفوذ به لایه های درونی آن فرهنگ اطلاعات لازم را کسب کند (چنگ^۶، ۲۰۰۷). هوش فرهنگی شناختی به فرد اجازه می دهد اشتراک های فرهنگی را درک کرده و از آنها برای برقراری ارتباط بهره گیرد (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰).

مؤلفه انگیزشی^۷: این بعد توانایی و تمایل به یادگیری و فعالیت در موقعیت های فرهنگی مختلف را منعکس می کند (آنگ، داین و که^۸، ۲۰۰۶). عنصر روانی و انگیزشی به افراد کمک می کند در مقابل موانع پایدار باشند تا بتوانند خود را با فرهنگ دیگران سازگار کنند. گاهی اوقات تعامل افرادی با فرهنگ های متفاوت مثل نزدیک شدن دو آهن ربا با قطب های یکسان است (فیاضی و جان نثار احمدی، ۲۰۰۶).

1. Ng, ven Din &Ang

4. Crowne

7. Motivational Component

2. Peterson

5. Cognitive Component

8. Ang, Dyne &Koh

3.Harris &lievenece

6.Cheng

9.Fayyazi&JohnnesarAhmadi

مؤلفه فراشناختی^۱: این بعد در مرتبه بالاتری از فرایندهای شناختی قرار دارد (ان جی و همکاران، ۲۰۱۲). در این بعد فرد تجربهای بین فرهنگی را از طریق آن استدلال می کند و فرایندی را مورد توجه قرار می دهد که افراد برای فهم و کسب دانش فرهنگی به کار می گیرند. بعد فراشناختی را می توان به دو عنصر مکمل دانش فراشناختی و تجربه فراشناختی تقسیم کرد. دانش فراشناختی به معنای چگونگی برخورد با دانشی است که در شرایط متنوع حاصل می شود، لیکن تجربه فراشناختی به معنای چگونگی یکپارچه کردن تجربه های مرتبط، به عنوان راهنمای تعاملات در آینده است. بعد فراشناختی یک جنبه حساس و مهم از هوش فرهنگی است (ارلی و پترسون، ۲۰۰۴).

مؤلفه رفتاری^۲: بعد رفتاری نوعی قابلیت فردی برای نمایش اعمال مناسب شفاهی و غیر شفاهی هنگام تعامل با افراد دیگر در زمینه های فرهنگی مختلف است. هوش فرهنگی رفتاری بر اساس داشتن و کاربرد فهرست یا سلسله گسترده ای از رفتارهاست. این بعد اشاره به طیف گسترده ای از مهارت های رفتاری است که افراد دارند و می توانند به شکل مناسبی، رفتارهای کلامی و غیر کلامی خود را در موقعیت های جدید فرهنگی بروز دهند (آننگ و داین، ۲۰۰۸).

فردی که دارای هوش فرهنگی بالاست، توانایی یادگیری در محیط فرهنگی جدید را دارد و از رویارویی با فرهنگ های جدید لذت می برد (دننگ و گیسون^۳، ۲۰۰۸).

هرچند تاکنون مطالعه ای که مستقیماً تأثیر هوش فرهنگی و مؤلفه های آن بر سرمایه اجتماعی را بررسی کند، انجام نشده است، اما به برخی تحقیقات مرتبط در این زمینه اشاره می شود:

ابزری، اعتباریان و خانی (۱۳۸۹) با بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی گروهی در شرکت فولاد مبارکه اصفهان، به این نتیجه رسیدند که بین هوش فرهنگی و مؤلفه های آن (دانش، استراتژی، انگیزش و رفتار) با اثربخشی گروهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین از بین این مؤلفه ها، مولفه انگیزش و رفتار قابلیت پیش بینی اثربخشی گروهی را داراست.

آهنچیان، امیری و بخشی (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی پرستاران پرداختند. نتایج تحقیق آنان رابطه معناداری را بین هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی پرستاران نشان نداد.

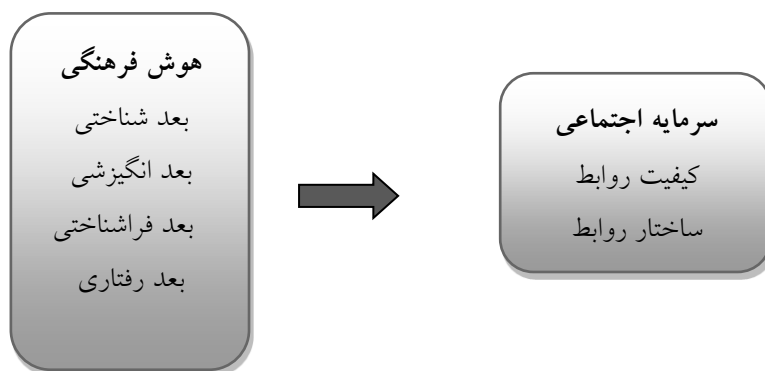
غفاری و خانی (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان ارتباط سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی با عملکرد تحصیلی دانشجویان علوم پزشکی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که همبستگی مستقیم بین عملکرد تحصیلی با سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی وجود دارد و سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی باعث ارتقاء عملکرد تحصیلی دانشجویان می شود. همچنین نتایج نشان دهنده رابطه مثبت و قوی بین متغیر سرمایه اجتماعی با مولفه شناختی، انگیزشی و رفتاری هوش فرهنگی بود.

دهشیری (۱۳۹۳) به بررسی جایگاه هم افزایی فرهنگی در توسعه اجتماعی کشور پرداخته است. به عقیده وی، هم افزایی فرهنگی که از ترکیب و تلفیق رویکردهای فرهنگی متنوع حاصل می گردد، رویکردی مناسب برای توسعه اجتماعی کشور محسوب می گردد و موجبات ارتقاء سرمایه اجتماعی و انسانی را فراهم می آورد.

پژوهش حاضر با هدف شناسایی تأثیر هوش فرهنگی و ابعاد آن بر سرمایه اجتماعی دانشجویان انجام گرفته است. از آنجایی که دانشجویان مهم ترین سرمایه های انسانی و آینده سازان کشور هستند، وقتی که سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در بین دانشجویان تشکیل و گسترش می یابد، سبب می شود آنان تلاش گسترده ای را برای توسعه همه جانبه کشور انجام دهند (نعمت اللهی، فرج الهی، میرجلیلی و مؤمنی فرد، ۱۳۹۲).

سرمایه اجتماعی به دلیل دارا بودن مفاهیمی نظیر اعتماد، صداقت، حسن تفاهم، همدردی و منبعی برای تحرک اجتماعی، باعث می شود که دانشجویان به برقراری ارتباط و دریافت دانش از اساتید و دیگر دانشجویان تشویق شوند (غفاری و خانی، ۱۳۹۲). همچنین دانشجویانی که سرمایه اجتماعی بالاتری دارند، علاقه بیشتری به ادامه تحصیل نشان می دهند (مارتین^۱، ۲۰۰۹). بنابراین آگاهی از سرمایه اجتماعی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن امری لازم و ضروری به نظر می رسد. در واقع سرمایه اجتماعی یکی از شاخص های مهم برای بقا و دوام هر سیستمی از جمله دانشگاه ها است. از سوی دیگر به دلیل این که دانشگاه ها از لحاظ بافت قومی و مذهبی، فرهنگی و نژادی از تنوع بسیاری برخوردارند و جامعه دانشجویی آن متأثر از تنوع فرهنگی است (غفاری و خانی، ۱۳۹۲)، انجام چنین مطالعه ای می تواند در تقویت هوش فرهنگی و مؤلفه های آن و نیز ارتقاء سرمایه اجتماعی دانشجویان موثر باشد.

براساس مطالعات نظری و نیز اهداف پژوهش، از ترکیب مدل هوش فرهنگی چهار بعدی آننگ و ارلی (۲۰۰۳) و مدل سرمایه اجتماعی استون (۲۰۰۱) برای طراحی مدل مفهومی تحقیق، استفاده شده است. براساس این مدل، فرضیات تحقیق تدوین شدند.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (طرح از محققان)

فرضیه اصلی

بین هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه های فرعی

- ۱- بین هوش فرهنگی شناختی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۲- بین هوش فرهنگی انگیزشی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۳- بین هوش فرهنگی فراشناختی و سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.
- ۴- بین هوش فرهنگی رفتاری و سرمایه اجتماعی دانشجویان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

روش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات توصیفی است که با روش پیمایشی و از نوع همبستگی به انجام رسیده است. هم چنین

¹Martine

روش گردآوری داده ها، کتابخانه ای - میدانی می باشد. جامعه آماری مورد بررسی را، کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه پیام نور رامسر تشکیل می دهند که تعدادشان ۲۴۵۰ نفر می باشد. از این تعداد، براساس جدول کرجسی و مورگان، ۳۳۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. روش نمونه گیری در این تحقیق نیز، تصادفی چند مرحله ای می باشد. در پژوهش حاضر هوش فرهنگی و ابعاد آن به عنوان متغیر پیش بین و سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر ملاک، در نظر گرفته شده است.

ابزار جمع آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه است. در راستای اهداف پژوهش و برای بررسی مدل مفهومی تحقیق، از پرسشنامه های ذیل استفاده شد:

۱) پرسشنامه استاندارد هوش فرهنگی آننگ و همکاران (۲۰۰۴) با ۲۰ سوال، که در برگیرنده ابعاد (شناختی، انگیزشی، فراشناختی و رفتاری) است.

۲) پرسشنامه محقق ساخته سرمایه اجتماعی که از روی مدل استون (۲۰۰۱) طراحی شده است و شامل ۱۸ سوال می باشد که ابعاد سرمایه اجتماعی شامل (کیفیت و ساختار) را مورد سنجش قرار می دهد.

ضریب آلفای کرونباخ در مورد پرسشنامه هوش فرهنگی برابر با ۰/۸۰٪ و در ارتباط با پرسشنامه سرمایه اجتماعی برابر با ۰/۹۱٪ به دست آمد که بیانگر اطمینان بالای پرسشنامه ها است.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از نرم افزار SPSS و برای آزمون فرضیه ها نیز از تحلیل رگرسیون چند متغیره و ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردیده است.

یافته ها

یافته های حاصل از بررسی مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان نشان داد که میانگین گروه سنی دانشجویان تحت مطالعه، ۲۲ سال بود، از ۳۳۱ نفر حجم نمونه، از نظر ترکیب جنسیتی، ۶-۴۱ درصد مرد و ۳/۵۸ درصد زن و از لحاظ وضعیت تأهل، ۲/۷۸ درصد مجرد و ۷/۲۱ درصد متأهل بودند.

آزمون فرضیه ها

با توجه به این که فرضیه های تحقیق به دنبال شناسایی روابط میان متغیرهای پیش بین و ملاک است، پس از استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنف جهت نرمال بودن مؤلفه های متغیر پیش بین و ملاک هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی که نتایج در جدول شماره ۱ گزارش شده است، از آزمون رگرسیون چندگانه و آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. هم چنین در ساخت متغیرهای مورد نظر، میانگین شاخص ای مربوط به صورت کمی استفاده شده است.

جدول شماره ۱: آزمون کولموگروف-اسمیرنف متغیر پیش بین (هوش فرهنگی) و متغیر ملاک (سرمایه اجتماعی)

سرمایه اجتماعی	هوش فرهنگی	بعد رفتاری	بعد فراشناختی	بعد انگیزشی	بعد شناختی	
۳۳۱	۳۳۱	۳۳۱	۳۳۱	۳۳۱	۳۳۱	تعداد نمونه
۶۰/۲۰	۵۹/۶۶	۱۴/۹۰	۱۲/۷۹	۱۵/۵۱	۱۶/۴۵	پارامتر میانگین
۸/۲۶۸	۶/۲۶۱	۲/۴۷۳	۱/۹۷۶	۲/۴۱۸	۲/۳۶۵	پارامتر انحراف معیار
۰/۰۶۳۹	۰/۰۶۶	۰/۱۰۴	۰/۱۲۸	۰/۱۲۱	۰/۱۲۷	قدر مطلق بیشترین انحراف
۰/۰۶۹	۰/۰۶۴	۰/۰۸۹	۰/۱۰۷	۰/۰۹۰	۰/۱۲۷	بیشترین انحراف مثبت
-۰/۰۵۶	-۰/۰۶۶	-۰/۱۰۴	-۰/۱۲۸	-۰/۱۲۱	-۰/۱۰۱	بیشترین انحراف منفی
۱/۲۵۲	۱/۱۹۳	۰/۸۸۷	۱/۳۳۶	۱/۱۹۸	۱/۳۱۳	مقدار آماره Z
۰/۰۸۷	۰/۱۱۶	۰/۱۳۲	۰/۱۰۳	۰/۱۱۲	۰/۱۰۹	سطح معناداری

در این پژوهش، فرضیه اصلی به دنبال سنجش رابطه بین هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی است. جدول شماره ۲ نشان دهنده آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای اثبات این رابطه است.

جدول شماره ۲-آزمون فرضیه اصلی تحقیق

هوش فرهنگی	pearson correlation	0/701 **
Sig.(2-tailed) سرمایه اجتماعی	0/000	
N		331

به سبب صفر بودن مقدار سطح معناداری و کمتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ این فرضیه تأیید می شود. بنابراین، میان هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبت و معنادار بالایی برقرار است ($r=0/701$ و $Sig=0/000$) و این همبستگی از لحاظ آماری مثبت و معنادار است و هوش فرهنگی بر سرمایه اجتماعی مؤثر است. برای شناخت بیشتر ارتباط بین ابعاد هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی، آزمون های جداگانه همبستگی صورت گرفت. فرضیه اول فرعی، سنجش رابطه بین بعد شناختی و سرمایه اجتماعی را مد نظر قرار داده است. جدول شماره ۳ نشان دهنده نتیجه آزمون میان این متغیرها است.

جدول شماره ۳-آزمون فرضیه اول فرعی تحقیق

بعد شناختی	
pearson correlation	0/143 **
Sig.(2-tailed)	0/009
	N331

به سبب $0/009$ بودن مقدار سطح معناداری و کمتر بودن این مقدار از $0/05$ ، این فرضیه تایید می شود. بنابراین، میان بعد شناختی و سرمایه اجتماعی، همبستگی نسبتاً ضعیف برقرار است ($r=0/143$ و $sig=0/009$) و این همبستگی از لحاظ آماری مثبت و معنادار است. بنابراین می توان پذیرفت، بعد شناختی بر سرمایه اجتماعی موثر است. فرضیه فرعی دوم، سنجش رابطه بین بعد انگیزشی و سرمایه اجتماعی را مدنظر قرار داده است. و جدول شماره ۴، نشان دهنده آزمون ضریب همبستگی پیرسون میان این دو متغیر است.

جدول شماره ۴-آزمون فرضیه دوم فرعی تحقیق

بعد انگیزشی	
pearson correlation	0/524 **
Sig.(2-tailed)	0/000
	N 331

به سبب صفر بودن مقدار سطح معناداری و کمتر بودن این مقدار از $0/05$ ، این فرضیه تایید می شود. بنابراین، میان بعد انگیزشی و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبت و معنادار متوسطی برقرار است ($r=0/524$ و $sig=0/000$) و این همبستگی مثبت و معنادار است. بنابراین می توان پذیرفت، بعد انگیزشی بر سرمایه اجتماعی مؤثر است. فرضیه فرعی سوم، به دنبال سنجش رابطه بین بعد فراشناختی و سرمایه اجتماعی است و جدول شماره ۵ نشان دهنده آزمون ضریب همبستگی پیرسون میان این دو متغیر است.

جدول شماره ۵-آزمون فرضیه سوم فرعی تحقیق

بعد فراشناختی	
pearson correlation	0/594 **
Sig.(2-tailed)	0/000
	N 331

به سبب صفر بودن مقدار سطح معناداری و کمتر بودن این مقدار از ۰/۰۵ این فرضیه تایید می شود. بنابراین، میان بعد فراشناختی و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبت و معنادار متوسطی برقرار است ($r= 0/594$ و $sig= 0/000$) و این همبستگی از لحاظ آماری مثبت و معنادار است. بنابراین می توان پذیرفت، بعد فراشناختی بر سرمایه اجتماعی مؤثر است. فرضیه فرعی چهارم، رابطه بین متغیرهای بعد رفتاری و سرمایه اجتماعی را مد نظر قرار داده است.

جدول شماره ۶- آزمون فرضیه چهارم فرعی تحقیق

بعد رفتاری	
pearson correlation	0/651 **
Sig.(2-tailed)	0/000
N	331

به سبب صفر بودن مقدار سطح معناداری و کمتر بودن این مقدار از 0/05، این فرضیه تایید می شود. بنابراین میان بعد رفتاری و سرمایه اجتماعی، همبستگی مثبت و معناداری که کمی بیشتر از متوسط است، برقرار می باشد ($sig=0/000$) و $r= 0/651$ و این همبستگی مثبت و معنادار است. بنابراین بعد رفتاری بر سرمایه اجتماعی مؤثر است. تحلیل رگرسیون چند متغیره

در این پژوهش، هوش فرهنگی به عنوان متغیر پیش بین (مستقل) و سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر ملاک (وابسته) فرض شده است. همان طور که در جدول شماره ۷ مشاهده می شود، همبستگی چندگانه متغیرهای پیش بین شناختی، انگیزشی، فراشناختی و رفتاری هوش فرهنگی، ۰/۷۷۱ است که یک همبستگی قوی و قابل قبول را نشان می دهد. ضریب تعیین معادل ۰/۵۹۵ است که تأکید می نماید ۵/۵۹ درصد از متغیر ملاک توسط متغیر پیش بین ارزیابی شده است. ضمناً با مراجعه به سطح معناداری، مشخص است که با قبول یک درصد خطا و اطمینان ۹۹ درصد، نتایج به دست آمده را می توان به جامعه مورد بررسی در این تحقیق، تعمیم داد.

جدول شماره ۷- تحلیل رگرسیون چندگانه

R	Rsquare	Sig	F
Model	0/771	0/000	119/6440/595

با توجه به جدول شماره ۸ مشخص است که به دلیل کمتر بودن مقادیر سطح معناداری از ۵ درصد، تمامی متغیرهای پیش بین دارای رابطه خطی با متغیر ملاک هستند و برای ساخت معادله رگرسیون قابل استفاده اند.

جدول شماره ۸- ضرایب رگرسیونی

مدل	Std.ErrorB	Beta	t	sig

تأثیر هوش فرهنگی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه ...)				بهار ۱۳۹۴	
	۱۰/۲۶۱۹/۸۹۷	۱۰/۲۶۱۹/۸۹۷	۳/۶۶۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بعد انگیزشی	۱/۰۰۳۲/۱۳۰	۰/۳۰۲	۷/۹۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بعد فراشناختی	۱/۲۳۵	۰/۱۷۶	۷/۰۲۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	۱/۰۳۷۶/۱۴۴	۰/۴۱۲	۹/۵۴۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بعد شناختی	۰/۰۷۶۶/۱۲۸	۰/۲۴۸	۶/۲۹۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده از رگرسیون چندگانه، مشخص است که بعد رفتاری و بعد انگیزشی هوش فرهنگی، بیشترین رابطه را با سرمایه اجتماعی داراست. ضمناً بعد فراشناختی و بعد شناختی از اهمیت کمتری برخوردارند. فرمول زیر رابطه میان متغیرهای تحقیق را ترسیم می نماید:

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

(بعد شناختی) ۰/۷۶۶ + (بعد رفتاری) ۱/۳۷۶ + (بعد فراشناختی) ۱/۲۳۵ + (بعد انگیزشی) ۱/۰۳۲ + ۱/۶۱۹ = سرمایه اجتماعی

با توجه به مطالب ذکر شده می توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی بیش از آنکه تابعی از تغییرات بعد فراشناختی و شناختی هوش فرهنگی باشد، تحت تأثیر بعد انگیزشی و رفتاری است.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر هوش فرهنگی و مؤلفه های آن بر سرمایه اجتماعی دانشجویان انجام شد. انجام چنین مطالعه ای به این دلیل اهمیت دارد که از یک سو جامعه دانشجویی دارای پیچیدگی و تنوع فرهنگی بالایی بوده و از سوی دیگر آگاهی از سرمایه اجتماعی دانشجویان برای هر نوع برنامه ریزی اجتماعی و فرهنگی آنان لازم است، از این رو برخورداری دانشجویان از سطح مطلوبی از هوش فرهنگی می تواند به غلبه بر موانع تعامل موثر بین آنان کمک کند. یافته های این تحقیق، وجود روابط همبستگی میان هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی را تایید نمود. به نحوی که میان تمامی شاخصه های هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به این معنا که دانشجویان دارای هوش فرهنگی بالا، دارای سرمایه اجتماعی بالاتری هستند. و هوش فرهنگی یکی از متغیرهای قوی در پیش بینی تعامل اجتماعی دانشجویان بوده است (فر و کیو^۱، ۲۰۰۸). نتایج به دست آمده از این پژوهش با نتیجه تحقیق غفاری و خانی (۱۳۹۲) هم راستا است. تحقیق ابزری و همکاران (۱۳۹۰) هم نشان داد که بین هوش فرهنگی و ابعاد آن با اثربخشی گروهی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. اما یافته به دست آمده با نتیجه تحقیق آهنچیان، امیری و بخشی (۱۳۹۱) در تضاد است. نتیجه تحقیق آنها، رابطه معناداری را بین هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی پرستاران نشان نداد. به طور کلی دانشگاه ها به لحاظ فرهنگی، سنی، جنسیتی، قومی و نژادی، زبانی و توانایی، با تنوع رو به رو هستند. عدم توجه به تفاوت های فرهنگی، می تواند منبع سوء تفاهم، فشار روانی و تعارض باشد و تعاملات اجتماعی دانشجویان را با مشکل مواجه سازد. در سیستم

¹Fehr &Kuo

هایی که دارای تنوع فرهنگی هستند، هوش فرهنگی از اهمیت بسزایی برخوردار است، به گونه ای که به کمک آن می توان از تنوع فرهنگی موجود در سیستم (دانشگاه)، جهت توسعه سرمایه اجتماعی و ارتباطات مؤثر دانشجویان بهره گرفت. دانشجویانی که دارای کفایت فرهنگی بالا هستند، مهارت های اجتماعی بهتر، روابط دراز مدت پایدارتر و توانایی بیشتری برای حل تعارضات دارند و قادرند به نحو موثری با پیچیدگی های محیط و اجتماع مواجه شوند و پیشرفت تحصیلی بهتری از خود نشان دهند (غفاری و خانی، ۱۳۹۲). یادگیری هوش فرهنگی بصیرت هایی را به فرد می دهد که به او کمک می کند تا نقاط قوتش را مورد استفاده قرار دهد. آگاهی از قابلیت های هوش فرهنگی می تواند به فرد کمک کند تا استراتژیک، با اطلاع، برانگیخته و قابل انعطاف شود و در مواردی که قوی نیست، خود را اصلاح کند و بهبود بخشد. همچنین فرد با استفاده از خود انعکاسی، دیدگاه های خویش را تعبیر و تفسیر می کند و از طریق پرسش از دیگران، هوش فرهنگی خود را ارزیابی می نماید و از آنها بازخورد می گیرد. مهم تر از همه در بیشتر مواقع، دیدگاه های دیگران است که تعاملات موفق و اثربخش را تحت تأثیر قرار می دهد. در واقع آگاهی از نقاط قوت و ضعف دیگران، سوء تفاهم ها را کاهش داده و برای تعاملات موثر، دیدگاه هایی را ارائه می دهد (ابزری و خانی، ۱۳۸۹). افراد دارای هوش فرهنگی بالا، سطوح بالاتری از سازگاری را تجربه می کنند. حد مطلوب سازگاری، باعث کاهش سوءظن و افزایش اعتماد شده و در نتیجه ارتباطات مؤثر را تسهیل می کند. افرادی که دارای فراشناخت هوش فرهنگی بالایی هستند، انگیزه مشارکتی و شناختی بالاتر در میان مجموعه های فرهنگی جدید را دارند (پتروویس^۱، ۲۰۱۱) هوش فرهنگی بالا، موجب احترام و درک متقابل، تحمل تفاوت های فرهنگی، رفع مشکلات و تشریک مساعی می شود. هوش فرهنگی بالا در سطح ملی نیز، عاملی اساسی در جهت همبستگی اجتماعی میان قومیت ها، مذاهب و به طور کلی خرده فرهنگ های مختلف است (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به مطالب ذکر شده، می توان دریافت که تنوع فرهنگی به عنوان فرصتی برای تعامل و همبستگی اجتماعی محسوب می گردد. در این راستا، تقویت هوش فرهنگی می تواند در ایجاد ارتباط مؤثر و نهایتاً افزایش سرمایه اجتماعی نقش مؤثری ایفا نماید. با آموزش مهارت های برقراری ارتباط و گفتگوی مؤثر با دیگران از طریق دانشگاه ها به دانشجویان، ایجاد نشریاتی در دانشگاه ها به منظور آشناسازی دانشجویان با آداب و رسوم، زبان و فرهنگ های مختلف، برگزاری مراسم و مناسبت ها و اردوهای فرهنگی و تفریحی و به طور کلی فراهم سازی شرایطی که دانشجویان بتوانند تعامل بیشتری با یکدیگر داشته باشند، می توان گام موثری در جهت ارتقاء هوش فرهنگی دانشجویان برداشت.

منابع

فارسی

- ابزری، م. اعتباریان، ا. و خانی، ا. (۱۳۸۹). تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی گروهی (شرکت فولاد مبارکه اصفهان)، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۴، صص ۲۵-۴۱.
- ابزری، م. و خانی، ا. (۱۳۸۹). هوش فرهنگی، رویارویی با تفاوت ها، عصر مدیریت، سال ۴، شماره ۱۶ و ۱۷. صص ۵۷-۵۲.

¹Petrovice

- آهنجیان، م. امیری، ر. و بخشی، م. (۱۳۹۱). **بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی در پرستاران**، مجله مدیریت ارتقای سلامت، دوره ۱، شماره ۲، صص ۴۴-۵۳.
- ترک زاده، ج. و محترم، م. (۱۳۹۱). **بررسی رابطه سرمایه اجتماعی گروه های آموزشی و رضایت تحصیلی دانشجویان**، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال اول، شماره ۳، صص ۱-۲۷.
- دهشیری، محمد رضا. (۱۳۹۳). **جایگاه هم افزایی فرهنگی در توسعه اجتماعی کشور**، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره دوم صص ۲۵-۴۴.
- شجاعی باغینی، م. و همکاران. (۱۳۹۰). **مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی**، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- علمی، ز. شارع پور، م. و حسینی، س.ا. (۱۳۸۴). **سرمایه اجتماعی و چگونگی تأثیر آن بر اقتصاد**، تحقیقات اقتصادی شماره ۷۱، صص ۲۳۹-۲۹۶.
- غفاری، م. و خانی، ل. (۱۳۹۲). **ارتباط سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی با عملکرد تحصیلی دانشجویان علوم پزشکی**، مجله آموزش در علوم پزشکی، ۱۳(۸)، صص ۶۴۲-۶۵۰.
- فیاضی، م. و جان نثار احمدی، ه. (۱۳۸۵). **هوش فرهنگی: نیاز مدیران در قرن تنوع**، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۷۲.
- کمیسیون بهره وری استرالیا ۲۰۰۳. (۱۳۸۷). **سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر سیاست گذاری عمومی**، ترجمه مرتضی نصیری تهران پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- موسوی، س. ک. و حدادی، ف. (۱۳۹۰). **تحلیل مقایسه ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و در جهان مجازی: با تأکید بر جوانان ۱۵-۲۴ ساله** مراجعه کننده به کافی نت ها در شهر اصفهان، مجله جهانی رسانه، (نسخه فارسی)، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۱۰-۱۲۹.
- نائیجی، م. ج. و عباسعلی زاده، م. (۱۳۹۰). **هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی های کارآفرینانه مدیران سازمان های غیر انتفاعی در ایران**، فصلنامه توسعه کارآفرینی سال سوم، شماره ۱۲، صص ۲۷-۴۴.
- نعمت اللهی، ز. فرج الهی، ا.ح. میرجلیلی، م. ح. و مومنی فرد، ح. (۱۳۹۲). **بررسی عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام و مشارکت اجتماعی) دانشجویان دانشگاه افسری امام علی (ع)**، فصلنامه مدیریت نظامی، سال ۱۳، شماره ۵، صص ۱۷۵-۲۰۲.
- یزدخواستی، گ. قاسمی، و. و وحید، ف. (۱۳۹۰). **رابطه تماس های بین فرهنگی و هوش فرهنگی: تحلیل نظری و تجربی**، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۲، صص ۱۳۳-۱۶۲.

انگلیسی

- Ang, S.; Van dyne, L. & Koh, C.h. (2006). **Personality Correlates of the Fourfactor Model of Cultural Intelligence**. Group & Organization Management. 31,100-123.

- Ang, S. & Dyne, L.V.(2008). **Coneptualization of Cultural Intelligence, In Soon Ang Linn Van dyne(Eds)**, Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement and Application, New York: M. E. Sharpe, INC.
- Bibikova, A. & Kotelnikov, V. (2006). **Cultural Intelligence(CQ): Knowledge, Arts and Skill**. Available From www.1000ventures.com/ The Key to Leveraging the Power of Diversity.htm.
- Cheng, L. (2007). **Cultural Intelligence(CQ): A Quest For Cultural Competence**, Communication Disorders Quarterly, 29(1), 36-42.
- Crowne, K. A (2008). What Leads to Cultural Intelligence? Business Horizon, 51(5), 391-399.
- Deng, L. & Gibson P. (2008). **A Qualitative Evaluation on the Role of Cultural Intelligence in Cross-Cultural Leadership Effectiveness**. International Journal of Leadership Studies.3, 181-197.
- Early, P.C. & Ang, S. (2003). **Cultural Intelligence: Individual Interactions across Cultures**. Stanford, CA. Stanford Business Books.
- Early, P .C. & Peterson, S. R. (2004). **The Elusive Cultural Chameleon. Cultural Intelligence as a New Approach to Intercultural Training for the Global Manager**. Academy of Management Learning and Education.3(1), 100-115.
- Early, P .C.; Ang, S. & Tan, J. S.(2006). **Developing Cultural Intelligence at Work**, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Fehr, R.; Kuo, E. & Editors.(2008). **the Impact of Cultural Intelligence in Multicultural Social Networks**. Proceedings of the 23th Society for Industrial and Organizational Psychology Conference; April 10, San Francisco, CA: Springer.2008.
- Harris, M. & Lievenece, F.(2004). **Selecting Employees for- Global Assignment: Can Assessment Center Measure Cultural Intelligence**, [on line], [http:// www.findarticles. Com](http://www.findarticles.com)[10/09/2009].
- Harris, P.R.; Moran, R.T. & Moran, S. V. (2004). **Managing Cultural Difference: Global Leadership Strategies for the Twenty-First Century**(6thed), Oxford: Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Martin, N. D.(2009). **Social Capital, Academic Achievement, and Postgraduation Plans at an Elite, Private**. Sociological Perspectives. 52(2), 185-210.
- -Mitchell, A.D. & Bossert, T.J. (2007). **Measuring dimensions of social capital: Evidence from surveys in poor communities in Nicaragua**. Social Science & Medicine, 64 (1), 50–63.
- -Ng, Kok- Yee.; Vandyne, L. & Ang, S. (2012). **Cultural Intelligence: a Review, Reflections, and Recommendations for Future Research, in Ryan, A.M, Leong, F.T.L., & Oswald, F.L (Eds.)**, Conducting Multinational Research Applying Organizational Psychology in the Workplace.(29-58), cultural.com.
- -Peterson, B.(2004). **Cultural Intelligence: a Guide to Working with People from Other Cultures**. Yurmouth, Me. Intercultural Press.

- Petrovice, D. S. (2011). **How do Teachers Perceive their Cultural Intelligence?**. Department of Psychology, Faculty of Philosophy, University of Belgrade, CikaLjubina 18-20, 11 000, Belgrade, Serbia .
- Ring, J.P.A, & Chrisman, J.(2010). **Business Networks and Economic Development in Rural Communities in the United States**, Entrepreneurship Theory and Practice, 34, PP.171-195.
- Stone, W.(2001). **Management Social Capital, Towards a Theoretically Informed Measurement Framework for Researching Social Capital in Family and Community Life**": Australian Institute of Family Studies, Melbourne. Research Paper ,24.
- Stone, W. & Hughe, J.(2002). **Social Capital: Empirical Meaning and Measurement Validity** Austalian Institute of Family Studis., Research Paper.27.
- Triandis, Harry. C.(2006). **Cultural Intelligence in Organization**, Group & Organization Management, 32(1), 26-30.
- Vilanov, E.P & Josa, R.T.(2003). **Social Capital as a Managerial Phenomenon**., Working Paper, Department of Industrial Engineering and Management, Tampere University of Technology.