

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۱۲/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۴/۱۴

فصلنامه علمی - پژوهشی روان‌سنجی

دوره هشتم، شماره ۲۹، تابستان ۱۳۹۸

صفحات: ۱۰۷-۱۲۲

بررسی عملی بودن، اعتبار، روایی پرسشنامه هوش فرهنگی در جامعه ورزشی ایران

Feasibility study, Credibility, Validity, Cultural Intelligence Questionnaire in Iranian Sports Society

محمدجواد افشاریان^۱، دکتر عبدالرضا امیرتاش^۲، دکتر محمد رضا اسماعیلی^۳

چکیده

تنوع فرهنگی از جمله مسائل عمده‌ای است که مدیران حاضر با آن مواجه هستند. از این رو هدف پژوهش حاضر اعتباریابی پرسشنامه هوش فرهنگی در جامعه ورزشی بود. این مطالعه به صورت توصیفی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان کشور انجام شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ۲۶۹ نفر به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شد. ابزار مورد استفاده در پژوهش حاضر پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) بود که ده نفر از متخصصان مدیریت ورزشی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه را تأیید نمودند. از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی برای اعتباریابی پرسشنامه استفاده شد که نتیجه آزمون KMO برابر با ۰/۹۱۹ به دست آمد و آزمون کرویت بارتلت نیز از نظر آماری معنی دار بود ($P < 0.001$, Chi-square = 2295.248). در نهایت تحلیل عاملی مرحله دوم نیز نتایج تحلیل عاملی اکتشافی را مورد تأیید قرار داد. ابزار

Abstract

Cultural diversity is one of the key issues facing current executives. Therefore, the purpose of this study was to validate the cultural intelligence questionnaire in the sports community. This study was conducted descriptively among staff of the Ministry of Sports and Youth. A sample of 269 people was selected as a statistical sample. The instrument used in this study was ANG's Cultural Intelligence Questionnaire (2007), which ten sports management experts confirmed the formal and content validity of the questionnaire. The exploratory and confirmatory factor analysis method was used to validate the questionnaire. The result of the KMO test was 0.919 and the Bartlett sprite test was statistically significant ($P = 0.0001$, Chi-square = 2295.248). Finally, the factor analysis of the

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: عضو هیئت علمی گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
Email: aamirtash@yahoo.com

۳. هیئت علمی گروه مدیریت ورزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

second stage confirmed the results of exploratory factor analysis. The measuring instrument used with 18 items in the 5-point Likert scale has the necessary reliability and reliability in the sports community. The questionnaire is an appropriate tool for measuring the four dimensions of cultural intelligence that includes metacognitive, cognitive, motivational, and reflexive intelligence among athletic staff.

Keywords: Crediting, Narrative, Cultural Intelligence, Sports Society.

اندازه‌گیری مورد استفاده با ۱۸ گویه در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت از اعتبار و پایایی لازم در جامعه ورزشی برخوردار است. این پرسشنامه ابزار مناسبی برای اندازه‌گیری چهار بُعد هوش فرهنگی که شامل هوش فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری در بین کارکنان ورزشی می‌باشد

واژه‌های کلیدی: اعتباریابی، روایی، هوش فرهنگی، جامعه ورزشی

مقدمه

سرعت بیش از حد جهانی شدن منجر به تسریع تبادلات فرهنگی و رشد و توسعه‌ی سازمان‌ها شده است. با روند رو به رشد جهانی شدن کسب و کار، مدیریت تفاوت‌های فرهنگی در دستور کار بسیاری از سازمان‌ها قرار می‌گیرد. در این میان عوامل بسیاری که می‌توانند نقش‌هایی حیاتی را در محیط‌های چند فرهنگی همانند وزارت ورزش و جوانان از حیث درک و تحمل فرهنگ‌های دیگر ایفا کنند، هوش فرهنگی یکی از مهمترین عوامل است (احمدی‌زاد و همکاران، ۱۳۹۷). هوش یکی از مفاهیم بنیادین در علوم روانشناسی است که مطالعات بسیاری در مورد آن صورت گرفته است. از زمانی که پدیده‌ای به نام هوش توسط آلفرد بینه و اصطلاح بهره‌ی هوشی توسط ترمن معرفی شد، نزدیک به یک قرن می‌گذرد. از آن زمان تا کنون بسیاری از روان‌شناسان تعاریف مختلفی از هوش داشته‌اند (پاشاشریفی، ۱۳۹۰). کلین (۱۹۹۱)، هوش را به عنوان توانایی برای یادگیری، درک و سازگار شدن با موقعیت‌های جدید تعریف می‌کند (نوروزی و رحیمی، ۲۰۱۰). گاردنر هوش را یک توانایی فردی برای حل مسأله، از طریق سازگاری ایده‌های جدید با ایده‌های از قبل آموخته شده می‌داند. اینگونه هوش، فرصت‌های مختلفی را برای یادگیرنده فراهم می‌کند تا توانایی حل مسأله-اش را نشان دهد (کوبوت، ۲۰۱۱). زمانی که هوش مورد مطالعه قرار می‌گیرد، منظور رفتار و یا عملکردی هوشمندانه است. بنابراین، به جای تفکر در مورد هوش باید رفتار هوشمندانه را تحلیل کرد. مبنای رفتار هوشمندانه باید نوعی دانش و اطلاعات در کلی‌ترین معنای آن باشد که به طور رسمی و یا غیر رسمی کسب شده‌اند. جنبه‌های دیگر هوش و رفتار هوشمندانه شامل سرعت در

1 Klein

2 Chobot

رسیدن به راه‌حل‌ها، پاسخ و توانایی حل مسأله است (فرانکوفسکی، ۲۰۰۶). انواع مختلفی از هوش شناسایی شده که یکی از آنها هوش فرهنگی می‌باشد (کروبی و همکاران، ۱۳۹۴) این هوش، نوعی از هوش است که در ارتباط با محیط‌های چند فرهنگی (همانند وزارت ورزش و جوانان) مطرح می‌گردد. همانند تعریفی که از هوش ارائه شده است، هوش فرهنگی نیز ناظر بر توانایی درک انسان از موقعیت و به کارگیری استراتژی‌های مناسب در مواجهه است. توانایی فرد برای تطبیق با ارزش‌ها، سنت‌ها و آداب و رسوم متفاوت از آنچه به آن عادت کرده است و کار کردن در یک محیط متفاوت فرهنگی معرف هوش فرهنگی وی است (تریاندیس، ۲۰۰۶) که به منظور کاهش عدم اطمینان ناشی از تفاوت‌های فرهنگی، افراد باید از گوناگونی فرهنگی آگاه بوده و توانایی برقراری ارتباط با افراد بیگانه را تقویت نمایند. به بیان دیگر، افرادی که خود را با شرایط بهتر تطبیق می‌دهند، تفاوت‌ها را راحت‌تر می‌پذیرند. این نوع هوش می‌تواند به عنوان شاخصی برای توانایی تطابق با ساختار فرهنگی جدید باشد. ارلی و همکاران مفهوم هوش فرهنگی را برای بیان تفاوت‌های فردی در برقراری ارتباط بین فرهنگی معرفی کردند (ارلی و موساکوفسکی، ۲۰۰۲) افراد با هوش فرهنگی بالاتر، توانایی بیشتری در درک فرهنگ‌های مختلف داشته و قادر هستند رفتار خود را با محیط فرهنگی متفاوت تطبیق دهند (ارلی و انگ، ۲۰۰۳). هوش فرهنگی در واقع توانایی بروز عکس‌العمل متقابل و مؤثر در برابر افرادی است که دارای پیشینه‌های فرهنگی متفاوت هستند. هوش فرهنگی نیز مانند سایر گونه‌های هوش، از سطوح مختلفی تشکیل شده است. این نوع از هوش افراد را قادر می‌سازد که از طریق دانش و آگاهی، تفاوت‌های فرهنگی را تشخیص دهند و بتوانند به درستی در فرهنگ‌های متفاوت رفتار کنند (ون‌داین و انگ، ۲۰۰۵). از نظر آنگ (۲۰۰۷) هوش فرهنگی دارای چهار بُعد می‌باشد. هوش فرهنگی فراشناختی؛ به سطح آگاهی فرهنگی هشیارانه در خلال تعامل بین فرهنگی مربوط است و شامل استراتژی‌های شناختی سطح بالاتر است که به فرد اجازه می‌دهد مکاشفه‌ها و قوانین جدید را برای تعامل اجتماعی در محیط فرهنگی نوین و بدیع از طریق ارتقای پردازش اطلاعات در یک سطح عمیق‌تر توسعه دهند (توماس و اینکسون، ۲۰۰۵). استراتژی هوش فرهنگی در بُعد فراشناختی، شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین می‌باشد (ایرلی و موساکوفسکی، ۲۰۰۴). بُعد شناختی به عنوان یکی از ابعاد هوش فرهنگی نشان دهنده‌ی دانش و اطلاعاتی است که یک فرد یا

1 Frankovsky

2 Triandis

3 Earley & Makowski

4 Earley, P.C, Ang

5 Van Dyne & Ang

گروه اجتماعی در رابطه با نظام فرهنگی متفاوت با زمینه فرهنگی که دارد، در آن پرورش یافته است. آشنایی با آداب و رسوم، ارزش‌ها، رفتارها، و قوانین مربوط به سایر گروه‌های قومی، ملی یا مذهبی مربوط به بُعد شناختی هوش فرهنگی است (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰). بُعد انگیزشی هوش فرهنگی، توانایی فرد را در هدایت انرژی و زمان خود به سمت یادگیری و عمل کردن در شرایط میان فرهنگی نشان می‌دهد (وارد و فیشر، ۲۰۰۸) و بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف می‌باشد. این انگیزه شامل انگیزه درونی افراد برای تعاملات چند فرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورت اثربخش عمل کند (ایرلی و موساکوفسکی، ۲۰۰۴). بُعد رفتاری هوش فرهنگی در مورد این است که فرد در برخورد با سایر فرهنگ‌ها چه نوع کنش و یا واکنشی از خود نشان می‌دهد مربوط به بُعد رفتاری هوش فرهنگی است (داین و انگ، ۲۰۰۸). این رفتار قابلیت فرد برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و غیر کلامی را دبر می‌گیرد که برای خود با فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند (رز و کومار، ۲۰۰۸).

در شرایط کنونی سازمان‌ها که تنوع و جهانی سازی به صورت فزاینده‌ای رشد کرده است، داشتن هوش فرهنگی قابلیت مهمی برای مدیران، کارکنان و سازمان‌ها محسوب می‌شود (عباسعلی‌زاده، ۱۳۸۷) در واقع این نوع از هوش مفهومی از حوزه ارتباطات بین فرهنگی مطرح شده و در پی تسهیل تعاملات بین فرهنگی به خصوص تعاملات بین سازمانی است (ارلی و آنگ، ۲۰۰۴) و ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد (شاه‌چراقی و همکاران، ۱۳۹۳) و به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند که دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند؛ در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را می‌دهد. این نوع از هوش زمینه ارتباطات مؤثر درون سازمانی، بین سازمانی و همچنین ارتباط سازنده با ارباب رجوع را فراهم می‌کند و از این جهت، هوش فرهنگی شاخصی مهم در بهبود رفتارهای مثبت سازمانی و افزایش عملکرد و بهره‌وری شغلی در افراد و نیز پیش‌بینی آنها به شمار می‌رود (چنگ، ۲۰۰۷). بنابراین برای درگیری و مداخله مؤثر کارکنان در تعاملات متقابل فرهنگی، محیط کار امروز نیازمند کارکنانی هوشمند از لحاظ فرهنگی می‌باشد (کاپوتو و همکاران، ۲۰۱۸). به طوری که توجه به نقش هوش فرهنگی در پروژه‌های کلان و تأثیر غیر مستقیم بر رضایت و عملکرد اعضای سازمان (هاندرسون و همکاران، ۲۰۱۸) بیش از پیش نمایان شده است. یافته‌های مطالعات مختلف حاکی از آن است که هوش فرهنگی بر مهارت‌های ارتباط بین فرهنگی (برانچومونتو و قولت، ۲۰۱۶) و همچنین ویژگی‌های شخصیتی بر هوش فرهنگی و مهارت‌های

1 Cheng

2 Caputo et al

3 Henderson et al

4 Brancu & golet

ارتباطی بین فرهنگی در سازمان‌ها تأثیر مثبتی دارد (یکه و سمرجوی، ۲۰۱۶). نتایج مطالعه والچیچ و همکاران^۲ (۲۰۱۸) حاکی از این است که هوش فرهنگی در همه ابعاد خود (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) به عنوان یک عامل رمزگذاری و کدگذاری دانش، به مدیران در روند انتقال دانش کمک می‌کند. و بر این اساس کارکنان نیز در سازمان نیز باید در پنداره‌شان انعطاف-پذیر باشند و عناصر جدیدی را با آن ترکیب کنند (وارد و فیشر^۳، ۲۰۰۸). پس از بحث در مورد مفهوم و مؤلفه‌های هوش فرهنگی از دیدگاه‌های مختلف، اکنون شایسته است به این سؤال پرداخته شود که آیا هوش فرهنگی قابل اندازه‌گیری است؟ کمی ساختن هوش و ابعاد آن یکی از مواردی است که محققان مختلف نسبت به آن همواره هشدار داده‌اند (زوهر و مارشال^۴، ۲۰۰۲). شاید به این دلیل که برخلاف هوش عمومی، که سرعت و درستی را مد نظر قرار می‌دهد و روی یک مقیاس بالا به پایین ارزشیابی می‌شود و نشان دهنده هوش کم و یا زیاد است، (ولمن^۵، ۲۰۰۱) در مورد هوش فرهنگی این نکته وجود دارد که پاسخ‌های درست و یا اشتباه در حل مشکلات هوش فرهنگی وجود ندارد. یک روش برای اندازه‌گیری هوش فرهنگی افراد و کارکنان، بررسی توصیفات ذهنی آن‌ها از فرهنگ‌های مختلف و نیز روش به کارگیری آن‌ها در مراودات شخصی و کاری آنها است. و راه دیگر ساخت ابزارها و با مقیاس‌هایی برای سنجش مفهوم‌سازی، فهم و بیان افراد از هوش فرهنگی است. از این رو پرسشنامه ۲۰ سؤالی هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) به منظور شناسایی الگوی هوش معنوی و ابعاد آن در بین افراد مختلف ساخته شده است. این پرسشنامه رفتارهای و تجربیات گوناگون فرهنگی افراد را در زمان ایجاد ارتباط با سایر افراد را مورد ارزیابی قرار داده و شامل چهار خرده مقیاس؛ فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری می‌باشد. بنابراین هدف از پژوهش حاضر استاندارد ساختن آزمون هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) در بین کارکنان ورزشی (وزارت ورزش و جوانان) است و تلاش بر این است که این ابزار وسیله‌ای شود جهت سنجش توانایی کارکنان ورزشی در برقراری ارتباط با سایر فرهنگ‌ها؛ و همچنین ابزاری برای مدیران و پژوهش‌گسانی باشد که در زمینه‌ی هوش فرهنگی علاقه‌مند به مطالعه هستند. به طور کلی با توجه به این‌که این ابزار در بین محققان مدیریت سازمان‌ها به وفور مورد استفاده قرار گرفته است، از این رو بررسی روایی و اعتبار آن در گروه کارمندان ضروری است. و به دلیل اینکه موضوع مورد بررسی، جنبه اکتشافی دارد، لذا تهیه پاسخ برای پرسش‌های زیر نیز امری ضروری است:

1 Yeke, S, & Semerciöz

2 Vljajčić et al

3 Ward

4 Zohar, D.& Marshall

5 Wolman

آیا بین مجموعه پرسش‌های پرسشنامه آنگ (۲۰۰۷)، که به منظور سنجش هوش معنوی تهیه شده است، هماهنگی درونی وجود دارد؟

آیا ابزار پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان از روایی و پایایی کافی برخوردار است؟

آیا عامل‌های به دست آمده از پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان، با ساختارهای نظری آن مطابقت دارد؟

روش پژوهش

این پژوهش یک مطالعه پیمایشی مقطعی است که در وزارت ورزش و جوانان انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان وزارت ورزش و جوانان بودند. علت انتخاب این گروه به عنوان جامعه پژوهش به این دلیل بود که مهارت‌های لازم در خصوص هوش فرهنگی کارکنان ورزشی زمانی قابل بررسی است که افراد مورد مطالعه نسبت به نقش رشته خود در گروه ورزشکاران و با وجود فرهنگ‌های مختلف آگاهی داشته باشند. روش نمونه‌گیری در این مطالعه تصادفی با حجم نمونه ۲۶۹ نفری با توجه به تعداد گویه‌ها و مبانی نظری مربوط به استاندارد سازی ابزارهای اندازه‌گیری بود که هر ۱۰ نمونه را برای یک گویه کافی دانسته‌اند.

ابزار پژوهش پرسشنامه هوش فرهنگی آنگ (۲۰۰۷) مشتمل بر ۲۰ سؤال بود که نحوه پاسخ‌دهی به ابزار به این صورت است که هر یک از نمونه‌های پژوهش، می‌بایست نگرش خود را در مورد گویه‌های پرسشنامه بیان دارد. روش امتیازدهی پرسشنامه آنگ بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت طراحی شده است. پرسشنامه اصلی شامل چهار مؤلفه فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری است که توسط آنگ (۲۰۰۷) طراحی شده است. ابتدا برای استفاده از ابزار اندازه‌گیری از مؤلف آن اجازه گرفته شد و سپس پرسشنامه به زبان فارسی ترجمه گردید. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی و پرسشنامه برای ده نفر از اساتید و متخصصان مدیریت ورزشی ارسال گردید، پس از گردآوری نظرات افراد مذکور و اعمال تغییراتی در برخی از آیتم‌ها پرسشنامه توسط دو مترجم زبان انگلیسی از فارسی به انگلیسی بازترجمه و مغایرتی از نظر مفهوم با پرسشنامه اصلی مشاهده نشد. داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار spss21 و lisrel 8.5 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها

بعد از اجرای فرم مقدماتی پرسشنامه در نمونه ۲۶۹ نفری، سؤالات هر یک از ابعاد تحلیل شدند و ضریب پایایی آلفای کرونباخ هر یک از آنها نیز محاسبه شد که به ترتیب ۰/۸۳؛ ۰/۷۷؛ ۰/۷۴ و ۰/۸۱ به دست آمد. همچنین دامنه‌ی ضرایب همبستگی سؤالات بعد فراشناختی بین ۰/۴۵ تا

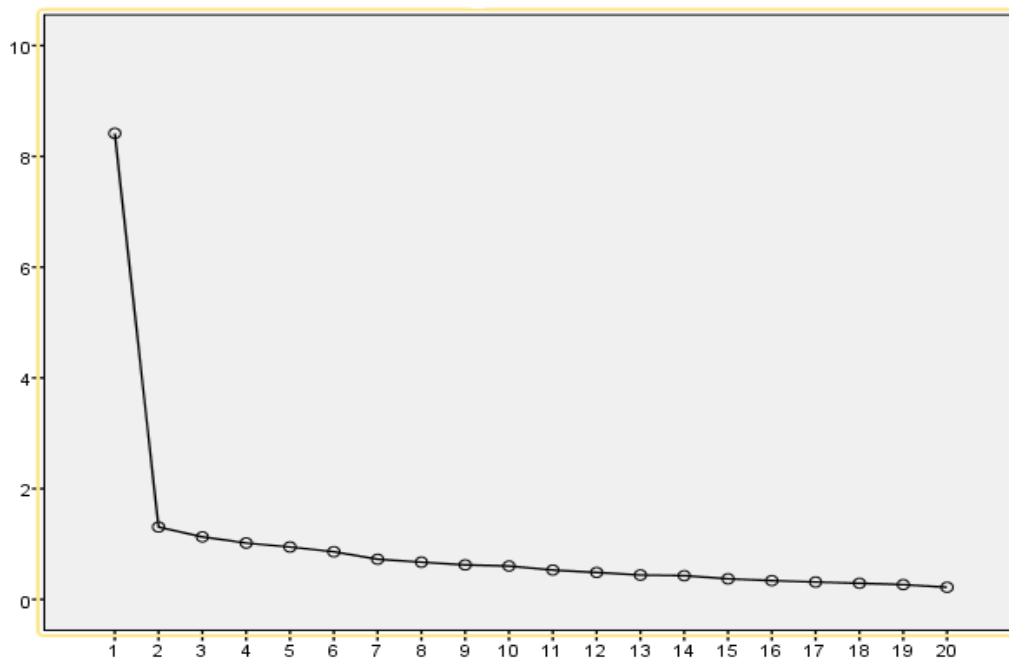
۰/۷۶؛ بُعد شناختی ۰/۴۴ تا ۰/۷۵؛ بُعد انگیزشی دامنه‌ی ضرایب سؤالات با نمره‌ی کل آزمون، بین ۰/۴۲ تا ۰/۵۹ و دامنه‌ی ضریب همبستگی بُعد رفتاری بین ۰/۳۲ تا ۰/۷۸ به دست آمد.

به منظور بررسی ساختار عاملی پرسشنامه هوش معنوی از روش تحلیل عاملی اکتشافی به شیوه‌ی مؤلفه‌های اصلی با چرخش واریماکس استفاده شد. که نتایج آن در جدول ۱ ارائه شده است. شاخص کفایت نمونه‌گیری نشان داد که نمونه‌ی انتخاب شده برای تحلیل عاملی مناسب است و از کفایت لازم برخوردار است ($KMO = 0/919$). همچنین نتایج آزمون کرویت بارتلت بیان کننده همبستگی معنادار کافی بین سؤالات بود ($P < 0.001$ ، $Chi-square = 2295/248$).

پس از اجرای تحلیل عاملی اکتشافی یک تصمیم مهم در اجرای تحلیل عاملی مربوط به تعداد عوامل قابل استخراج برای چرخش می‌باشد. جهت تعیین اینکه چند عامل مناسب برای چرخش وجود دارد از ملاک‌های مختلف از جمله «ملاک کیسر» و نمودار سنگ‌ریزه استفاده می‌شود. بر پایه این ملاک عواملی که دارای ارزش ویژه یک یا بیشتر از آن می‌باشند، به عنوان عوامل قابل استخراج تعیین می‌شوند. همانطور که در جدول (۱) مشخص شده است همانند نسخه اصلی پرسشنامه ۴ عامل دارای ارزش بزرگتر از یک و قابل استخراج می‌باشند.

جدول ۱: واریانس استخراج شده با استفاده از مقادیر ویژه

ردیف	ارزش‌های ویژه اولیه			مجموع مجذورات استخراج شده پس از چرخش		
	ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس	ارزش ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی واریانس
۱	۸/۴۱۶	۴۰/۰۷۸	۴۲/۰۷۸	۳/۹۷۰	۱۹/۸۴۹	۱۹/۸۴۹
۲	۱/۳۰۷	۶/۵۳۷	۴۸/۶۱۵	۳/۸۵۷	۱۹/۲۷۸	۳۹/۱۳۶
۳	۱/۱۲۹	۵/۶۴۷	۵۴/۲۶۲	۲/۸۶۵	۱۴/۳۲۴	۵۳/۴۶۰
۴	۱/۰۱۸	۵/۰۹۲	۵۹/۳۵۴	۱/۱۷۹	۵/۸۹۴	۵۹/۳۵۴



شکل ۱: عامل‌های استخراج شده با استفاده از نمودار سنگ‌ریزه

هر چهار عامل به دست آمده جمعاً $54/354$ درصد از واریانس کل آزمون را تبیین می‌کنند. عامل اول $19/84$ درصد از واریانس آزمون را تبیین می‌کند و تمامی سؤالات مربوط به بُعد فراشناختی بار عاملی بالاتر از $0/40$ دارند. عامل دوم $19/27$ درصد از واریانس آزمون را تبیین می‌کند و تمامی سؤالات مربوط به بُعد شناختی بار عاملی بالاتر از $0/44$ دارند. عامل سوم $14/32$ درصد از واریانس آزمون را تبیین می‌کند و تمامی سؤالات مربوط به بُعد انگیزشی بار عاملی بالاتر از $0/41$ دارند. عامل چهارم $5/89$ درصد از واریانس آزمون را تبیین می‌کند و تمامی سؤالات مربوط به بُعد رفتاری بار عاملی بالاتر از $0/47$ دارند.

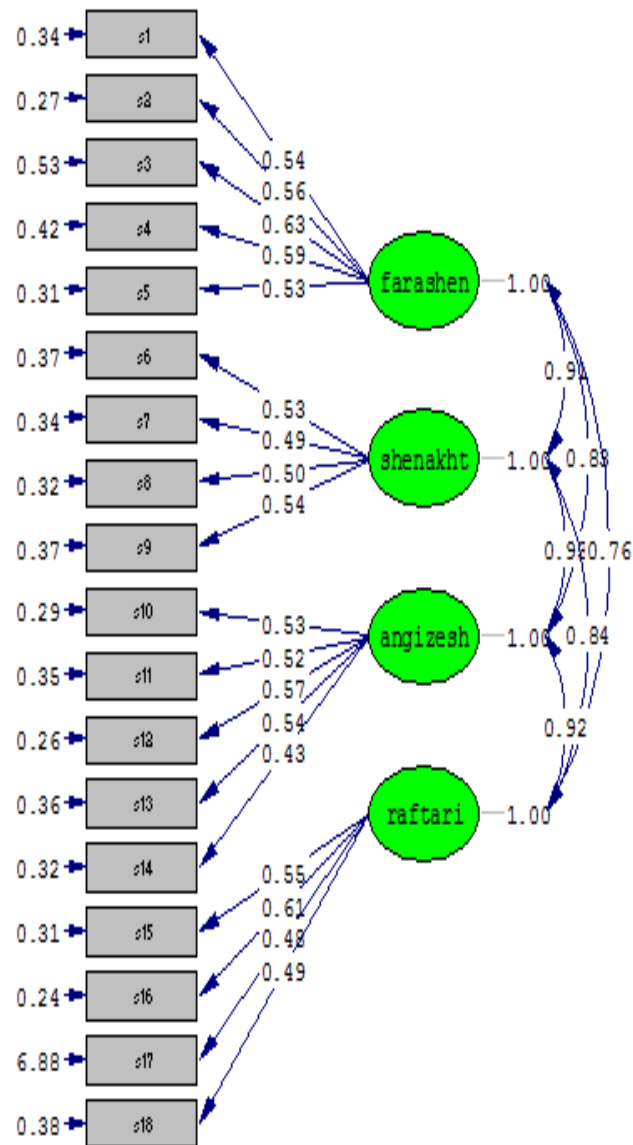
جدول ۲: بارگزاری بارهای عاملی به ترتیب ارجحیت با عاملی با استفاده از چرخش

واریماکس

عاملها				گویهها
۴	۳	۲	۱	
			۰/۴۱۵	وقتی در تعامل با مردم فرهنگی متفاوت هستم، به دانش فرهنگی آنها آگاهی دارم.
			۰/۴۷۲	وقتی در تعامل با مردمی از فرهنگی ناآشنا هستم، دانش (شناخت) فرهنگی ام را با آنها سازگار می‌کنم.
			۰/۷۱۰	در تعاملات بین فرهنگی از دانش فرهنگی که به کار می‌گیرم، آگاهم.
			۰/۵۰۱	هنگام تعامل با مردمی از فرهنگ متفاوت، صحت و درستی دانش فرهنگی ام را بررسی می‌کنم
		۰/۵۹۸		من نظام‌های حقوقی (قانونی) و اقتصادی دیگر فرهنگ‌ها را می‌شناسم.
		۰/۷۳۴		من قوانین (لغات، دستور زبان) دیگر زبان‌ها را می‌شناسم.
		۰/۶۳۶		من ارزش‌های فرهنگی و اعتقادات مذهبی دیگر فرهنگ‌ها را می‌شناسم.
		۰/۶۴۸		من نظام ازدواج فرهنگ‌های دیگر را می‌شناسم.
		۰/۴۴۱		من هنرها و صنایع فرهنگ‌های دیگر را می‌شناسم.
	۰/۴۱۷			از تعامل با مردم فرهنگ‌های متفاوت لذت می‌برم.
	۰/۷۷۷			مطمئنم می‌توانم در یک فرهنگ ناآشنا خودم را اجتماعی کنم.
	۰/۷۶۳			مطمئنم که فشارهای سازگاری با فرهنگ جدید برای من قابل تحمل است.
	۰/۶۴۱			من از زندگی در فرهنگ‌های ناآشنا لذت می‌برم.
	۰/۵۵۸			مطمئنم می‌توانم که شرایط تجاری و خرید را در یک فرهنگ متفاوت به کار گیرم.
۰/۶۵۸				من رفتار کلامی ام را وقتی که در تعامل فرهنگی به آن نیاز است تغییر می‌دهم.
۰/۷۵۹				وقتی که در یک موقعیت بین فرهنگی نیاز باشد، نحوه صحبت کردنم را تغییر می‌دهم.
۰/۵۳۳				در صورت نیاز در تعاملات بین فرهنگی رفتار غیر کلامی ام را تغییر می‌دهم.
۰/۴۸۷				در صورت نیاز در تعاملات بین فرهنگی (بیان یا تظاهرات) چهره‌ام را به آن نیاز است تغییر می‌دهم.

بر اساس جدول (۲) مشخص گردید که کدام گویه بر روی کدام عامل بارگزاری می‌شود، به طوری که بر روی بُعد فراشناختی ۵ سؤال؛ بُعد فراشناختی ۴ سؤال و بُعد انگیزش ۵ سؤال، و بُعد رفتاری ۴ سؤال قرار گرفت.

در نهایت به منظور بررسی این که آیا ساختار پرسشنامه از برازش کافی نیست برخوردار است از روش تحلیل عاملی مرتبه دوم (تأییدی) استفاده شد. در شکل ۲ بارهای عاملی سؤالات بر روی هر کدام از عوامل ارائه شده است.



Chi-Square=364.31, df=139, P-value=0.00000, RMSEA=0.036

شکل ۲: تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عامل‌های هوش فرهنگی

جدول (۳) شاخص ارزیابی کلیت تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم عامل هاش هوش فرهنگی

شاخص	نام شاخص	اختصار	برازش قابل قبول	برآورد مدل
برازش مطلق	سطح پوشش کای دو	Chi-squaer	بزرگتر از ۵ درصد	۳۶۴/۳۱
	شاخص نکویی برازش تطبیقی	GFA	> ۰/۹	۰/۹۱
	شاخص برازش فزاینده	CFA	> ۰/۹	۰/۹۶
برازش تطبیقی	شاخص برازش مقتصد هنجار شده	IFI	۰-۱	۰/۹۶
برازش مقتصد	کای ۲ بهنجار شده	PNFI	> ۰/۸۵	۰/۷۹

با توجه به دامنه‌ی مطلوب شاخص‌های مدل تجربی توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌های مدل برقرار است و اکثر قریب به اتفاق شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل اندازه‌گیری هوش فرهنگی کارکنان دارند. بر این اساس تعداد معرف‌هایی که بر عامل هوش فرهنگی با آنچه که در بر اساس مدل نظری انتظار می‌رفت انطباق دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

مقیاس هوش فرهنگی یک مقیاس است که به دنبال، توانایی فرد برای درک، عمل و مدیریت به طور موثر در شرایط متنوع فرهنگی است (آنگ و همکاران، ۲۰۰۷). نتایج یافته‌های پژوهش، به نظر می‌رسد پشتیبانی تجربی برای قابلیت اطمینان سازه هوش فرهنگی و تأیید وجود چهار بُعد هوش فرهنگی: فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری را تأیید می‌کند. این نتایج را می‌توان به عنوان حمایت از استفاده از این ابزار در حوزه‌های مدیریت ورزشی مشاهده کرد. پژوهش حاضر با هدف بررسی عملی بودن، اعتبار و روایی پرسشنامه هوش فرهنگی در کارکنان حوزه ورزش انجام شد. پس از اجرای پرسشنامه هوش فرهنگی بر روی ۲۶۹ نفر از کارکنان وزارت ورزش و جوانان، اطلاعات جمع‌آوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. پس از آن برای پاسخ به این سؤال که آیا ابزار مورد استفاده شده از اعتبار کافی برخوردار است؟ نتایج حاصل از اجرای آزمون نشان می‌دهد که به ۲ گویه به علت داشتن بارعاملی ضعیف از مجموعه گویه‌های پرسشنامه حذف شد. در نتیجه ضریب اعتبار آزمون پس از حذف سؤالات مذکور برابر با ۰/۸۴ به دست آمد که اعتبار بالایی هست. همچنین در پژوهش گوزولی و گازورلی (۲۰۱۸) ضریب اعتبار ۰/۸۱ برای پرسشنامه ۲۰ سؤالی

هوش فرهنگی به دست آوردند. از سوی دیگر برای بررسی روایی سازه و پاسخ به این سؤال که پرسشنامه هوش فرهنگی از چند عامل اشباع شده است از روش تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PC) استفاده شده است. با استفاده از شیوه چرخش متمایل و با توجه به مفروضه‌های تحلیل عاملی و درصد تبیین واریانس و شیب نمودار سنگ ریزه در نهایت ۴ عامل استخراج گردید. همین‌طور برای اطمینان از روایی ابزار پژوهش از روایی همگرا بهره گرفته شد. نتایج نشان داد همبستگی بالایی بین سؤالات هوش فرهنگی وجود دارد. قبل از اجرای تحلیل عاملی، کفایت نمونه‌گیری با استفاده از اندازه KMO نیز در فرض صفر مبنی بر درست بودن ماتریس همسانی در جامعه به وسیله آزمون کرویت بارتلت اجرای تحلیل عاملی توجیه‌پذیر شد.

ماتریس عاملی نشان داد که عامل اول با ۵ سؤال همبستگی قوی دارد و بیانگر هوش فرهنگی فراشناختی کارکنان ورزشی می‌باشد. که در اصل پرسشنامه انگ (۲۰۰۷) نیز ۵ گویه می‌باشد. این راهبرد شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). ریز مؤلفه‌های بُعد فراشناختی شامل آگاهی از دانش فرهنگی حین برقراری ارتباط با افراد با سوابق فرهنگی گوناگون، انتظابق دانش فرهنگی حین برقراری ارتباط با افراد بیگانه، آگاهی از دانش فرهنگی هنگام کاربرد آن در روابط بین فرهنگی و بررسی صحت دانش فرهنگ هنگام برقراری ارتباط با افراد سایر فرهنگ‌ها می‌شود (انگ، ۲۰۰۶).

عامل دوم با ۴ سؤال همبستگی دارد و بیانگر هوش شناختی کارکنان ورزشی می‌باشد. سؤال‌های حذف شده که بار عاملی آن بر روی دو عامل متمرکز بوده است، از نظر محقق احتمالاً سؤال پیچیده‌ای بوده که بهتر است در پژوهش‌های آتی مورد بررسی قرار گیرند. با توجه به این‌که این بُعد از هوش فرهنگی بیانگر درک افراد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی می‌باشد و دانش عمومی و نقشه‌های ذهنی و شناختی آنها را از فرهنگ‌های دیگر نشان می‌دهد؛ باید توجه داشت که هر کس در بدو ورود به سایر فرهنگ‌ها نیاز دارد در مورد راه‌های نفوذ به لایه‌های درونی آن فرهنگ‌ها اطلاعات لازم را کسب کند. به ویژه آنکه مهمترین نکته در برقراری ارتباط، یافتن نقاط اشتراک با طرف مقابل و تأکید بر آنها است. از این رو هوش فرهنگی شناختی به فرد اجازه می‌دهد اشتراک‌های فرهنگی را درک کرده و از آنها در برقراری ارتباط بهره‌گیرد (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). ریز مؤلفه‌های بُعد شناختی شامل آگاهی از سیستم اقتصادی و قانونی، قوانین زبان، عقاید مذهبی و ارزش فرهنگی، نظام ازدواج، هنر و آثار هنری و قواعد بیان رفتارهای غیر کلامی فرهنگ‌های دیگر می‌شود (انگ و همکاران، ۲۰۰۶).

عامل سوم با ۵ عامل همبستگی دارد و بیانگر هوش انگیزشی کارکنان ورزشی می‌باشد. که در اصل پرسشنامه انگ (۲۰۰۷) نیز ۵ گویه می‌باشد. مؤلفه انگیزشی به انگیزش و تعهد فرد به سازگاری و تطبیق با محیط فرهنگی جدید اشاره دارد. بعد انگیزشی هوش فرهنگی توانایی و تمایل

به یادگیری و فعالیت در موقعیت‌های فرهنگی مختلف را منعکس می‌کند (انگ و همکاران، ۲۰۰۶). انگیزش هوش به ظرفیت ذهنی به منظور هدایت و تقویت انرژی برای یک وظیفه یا موقعیت خاص و شناسایی آن اشاره دارد. توانایی‌های انگیزشی برای حل مساله ضروری هستند (استرنبرگ، ۱۹۸۵). به طور کلی عنصر روانی و انگیزشی به افراد کمک می‌کند در مقابل موانع پایدار باشند تا بتوانند خود را با فرهنگ دیگران سازگار سازند. از نظر محقق این بخش ممکن است مشکل‌ترین یا مبهم‌ترین جزء هوش فرهنگی باشد. ورود به دنیای فرهنگ بیگانه مستلزم غلبه بر یک سری موانع خاص است. داشتن انگیزه و پشتکار و باور قوی در این راه بسیار مؤثر است. فرهنگ‌ها در بسیاری از موارد با هم متفاوت هستند. نادیده گرفتن این تفاوت‌ها به مخدوش شدن ارتباطات منجر می‌شود. گاهی اوقات تعامل افرادی با فرهنگ‌های متفاوت مثل نزدیک شدن دو آهن ربا با قطب‌های یکسان است. بدون داشتن انگیزه کافی هوش فرهنگی بی مفهوم است. این عنصر توانایی همدل شدن را مد نظر قرار می‌دهد. تمایل به برقراری ارتباط و استمرار در راه رسیدن به هدف، بزرگ‌ترین شکاف‌های فرهنگی را پوشش می‌دهد.

در نهایت عامل چهارم ۴ سؤال همبستگی دارد و بیانگر هوش رفتار کارکنان ورزشی می‌باشد. رفتار هوش فرهنگی قابلیت و توانایی فرد را در سازگاری با رفتارهای کلامی و غیر کلامی که برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند نشان می‌دهد. رفتار هوش فرهنگی مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری - منطقی را که در موقعیت‌های مختلف به کار می‌آیند و متناسب با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل برخوردارند شامل می‌شود (نائیچی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۶). عنصر فیزیکی و رفتاری هوش فرهنگی به توانایی فرد برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد. رفتار و سلوک فرد باید نشان دهد که به فرهنگ طرف مقابل علاقه دارد و سعی می‌کند مؤلفه‌های فرهنگی آن‌ها را بپذیرد و به آن‌ها احترام بگذارد. بسیاری از قضاوت‌های فرهنگی، توسط اعمال فیزیکی قابل مشاهده و انعکاس است. شناخت و انگیزه بدون انجام یک واکنش مؤثر و مناسب ارزش خود را از دست می‌دهند، به همین دلیل هوش فرهنگی باید در برگزیده‌ی توانایی‌های و مهارت‌های لازم برای نشان دادن واکنش مناسب با آن فرهنگ باشد.

منابع فارسی

احمدی زاد، آرمان، موسوی، سید صداقت الله، شبرند، نادیا. (۱۳۹۷). رابطه هوش فرهنگی با عملکرد مدیران صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (مورد مطالعه: شبکه‌های استانی مراکز غرب کشور). مدیریت فرهنگی، ۲(۱۲)، ۱-۱۴.

- پاشاشریفی، حسن. (۱۳۹۰). *نظریه کاربرد آزمون‌های هوش و شخصیت*. تهران: انتشارات سخت.
- شاه چراغی، فاطمه، صادقی، سعید، حقیقتیان، منصور. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد شغلی کارکنان سازمان بهزیستی (مورد مطالعه: کارکنان بهزیستی شهر اصفهان). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۵(۴)، ۷۲-۵۹.
- عباس‌علیزاده، منصوره. (۱۳۸۷). *بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر انگیزه توفیق طلبی مدیران*. پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
- کروبی، مهدی، هادی‌نژاد، ارغوان، تقویان نوغان، سید احمد. (۱۳۹۴). بررسی رابطه‌ی هوش فرهنگی و هوش عاطفی راهنمایان تورهای خروجی شهر تهران. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۴(۱۵)، ۴۱-۲۴.
- نائیجی، محمدجواد، عباسعلی‌زاده، منصوره. (۱۳۹۰). هوش فرهنگی و رابطه‌ی آن با ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی مدیران سازمان‌های غیرانتفاعی در ایران. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۴(۲)، ۴۴-۲۷.
- یزدخواستی، گیسو؛ قاسمی، وحید، وحیدا، فریدون. (۱۳۹۰). رابطه تماس‌های بین فرهنگی و هوش فرهنگی؛ تحلیل نظری و تجربی. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*. ۱۳۳-۱۶۲، ۲(۴).

References

- Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 100-123.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Yee Ng, K., Templer, K. J., Tay, C., and Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Manag. Organ. Rev.* 3, 335-371.
- Brancu, L, Munteanu, V & Golet, I. (2016). Understanding Cultural Intelligence Factors among Business Students in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 336-341.
- Caputo, A, Ayoko, O, B.& moo N, A. (2018). The moderating role of cultural intelligence in the relationship between cultural orientations and conflict management styles. *Journal of Business Research*, 89, 10-20.

- Cheng, L. (2007). Cultural intelligence (CQ): A Quest for cultural competence, *Communication Disorders Quarterly*, 1(29), 36-42.
- Chobot, P. A. (2011). **Using Instructional Leadership to Enhance Use of Multiple Intelligences in the Classroom**(Doctoral dissertation, Walden University).
- Dyne, L.V. and Ang, S. (2008). **Conceptualization of Cultural Intelligence: Definition, Distinctiveness and Nomological Network**, London: M.E. Sharpe.
- Earley, P.C, Ang, S (2003). Cultural intelligence: Individual interactions across cultures, Palo Alto, CA: *Stanford University Press*.
- Earley, P.C. & Ang, S. (2004) **CQ: developing cultural intelligence at work**. Stanford Business Book
- Earley, P.C. and Mosakowski, E. (2004). Cultural intelligence, *Harvard Business Review*, 82(10): 139-146
- Frankovsky, M. (2006) "Behavioral-Situational Approach to Examining Social Intelligence". *Studia Psychologica*, Vol. 48(3), p.251-257
- Gozzoli, C., & Gazzaroli, D. (2018). The Cultural Intelligence Scale (CQS): A Contribution to the Italian Validation. *Frontiers in psychology*, 9.
- Henderson, L., Stackman, L, S. & Lindekilde, R. (2018). Why cultural intelligence matters on global project teams. *International Journal of Project Management*, 36, (7), 954-967.
- Noruzi, M.R. and Rahimi, Gh.R. (2010). Multiple intelligences, a new look to organizational effectiveness, *Journal of Management Research*, 2(2): E4.
- Sternberg, R. J. (1985). **Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence**. New York, NY: Cambridge University Press.
- Triandis, H.C. (2006) "Cultural Intelligence in Organization". *Group & Organization Management*, N.31(1), P.20-26.
- Van Dyne, L. and Ang, S. (2005). **Cultural Intelligence: An Essential Capability for Individual in Contemporary Organizations**, Singapore: Michigan State University and Nanyang Technological University.
- Vlajčić, D, Caputo, A, Marzi, G, & Dabić, M. (2018). Expatriates managers' cultural intelligence as promoter of knowledge transfer

- in multinational companies. *Journal of Business Research*, *In press, corrected proof*.
- Ward, C. & Fischer, R. (2008) **Personality, cultural intelligence, and cross cultural adaptation: A test of the meditation hypothesis. In S. Ang & L. Van Dyne (Eds.)**, Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications (pp.159-173). Armonk, New York: M.E.Sharp, Inc
- Wolman, R. N. (2001). **Thinking with your soul: Spiritual intelligence and why it matters**. New York: Harmony Books.
- Yeke, S, & Semerciöz, F. (2016). Relationships Between Personality Traits, Cultural Intelligence and Intercultural Communication Competence. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 313-319.
- Zohar, D.& Marshall, I. (2000). **SQ: Spiritual intelligence, the ultimate intelligence**. London: Bloomsburg.