

## «مطالعات جامعه‌شناسی»

سال هفتم، شماره بیست و پنجم، زمستان ۱۳۹۳

صص ۵۷-۳۹

### تحلیل جامعه‌شناختی رابطه سرمایه اجتماعی با

### هوش فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز

سیمین افشار<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۲/۶

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۳/۳

#### چکیده

هوش فرهنگی، به عنوان قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف شده است. با توجه به این که دانشگاه‌ها از جمله مکان‌هایی هستند که جوانانی از فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف با هم در تعامل قرار می‌گیرند، هدف پژوهش حاضر، سنجش وضعیت هوش فرهنگی دانشجویان و ارتباط آن با سرمایه اجتماعی است. این پژوهش به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر را دانشجویان دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۳-۱۳۹۲ تشکیل می‌دهند. حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ۳۹/۰۶ درصد پاسخگویان میزان هوش فرهنگی‌شان در حد متوسط، ۱۹/۲۸ درصد پایین و حدود ۴۱/۶۶ درصد نیز بالا است. هم‌چنین، سایر یافته‌های پژوهش نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و حمایت اجتماعی) و هوش فرهنگی و ابعاد آن (بعد رفتاری، انگیزشی، شناختی و فراشناختی) همبستگی مستقیمی وجود دارد. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی ۲۳ درصد از تغییرات هوش فرهنگی پاسخگویان را تبیین کرده است.

**واژگان کلیدی:** سرمایه اجتماعی، هوش فرهنگی و دانشجویان دانشگاه تبریز.

#### مقدمه

تنوع فرهنگی به معنای وجود واقعی و مادی فرهنگ‌های متفاوت از یک واحد اجتماعی، خانوادگی، آموزشی، حرفه‌ای، اداری، هنری، ورزشی، جغرافیایی و نظایر آن است. چندفرهنگی بودن یکی از موضوعات مهم اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، بسیاری از جوامع مدرن به شمار می‌آید. گرچه پدیده جامعه چندفرهنگی نسبتاً کهن بوده و منشا و تاریخ آن در کشورهای مختلف متفاوت است، اما ماهیت آن به ویژه در عصر

جهانی‌شدن آشکار شده است. در واقع، جهانی که در آن زندگی می‌کنیم در مقایسه با چند دهه پیش واجد ویژگی‌هایی شده است که این ویژگی‌ها اقوام، ملیت‌ها، ادیان و مذاهب، نژادها، زبان‌ها و به طور کلی فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مختلف را هر چه بیشتر در مواجهه با یک‌دیگر قرار داده است.

در برشمردن برخی از این خصایص می‌توان گفت که گسترش فزاینده صنعت گردشگری بین‌المللی، فراگیر شدن ارتباطات جهانی با ابزارهایی نظیر ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و تلفن همراه، گسترش مبادله‌های علمی، دانشجویی و اعضای هیات علمی و از سوی دیگر گسترش تروریسم بین‌المللی، لشکرکشی ابرقدرت‌ها و نظایر آن همگی در جهتی مثبت یا منفی به رودرروی اثربخش یا منازعه‌آمیز افراد و گروه‌های مختلف با زمینه‌های فرهنگی متنوع منجر شده‌اند. در چنین فضای تعاملی چندفرهنگی به وجود آمده در قرن حاضر، 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 سبکه فرهنگی متفاوت نشان داده‌اند و به عبارتی می‌توان تعامل‌های آنان را اثربخش‌تر ارزیابی کرد. این درحالی است که، فضای تعاملی پیش آمده برای برخی از 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 را (دارای تعامل اثربخش) و دارای هوش فرهنگی بالا و افراد و گروه‌هایی از نوع دوم (درگیر در منازعات) را دارای هوش فرهنگی پایین دانست (یزدخواستی و دیگری، ۱۳۹۰: ۱۳۴).

در میان مهارت‌های مورد نیاز در قرن ۲۱، توانایی تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین‌فرهنگی (هوش فرهنگی)، همراه با سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح شده است. جامعه علمی و محیط کار جهانی امروز، نیاز به افرادی دارد که با سایر فرهنگ‌ها آشنایی داشته باشند و بتوانند با آن‌ها ارتباط مناسب برقرار نمایند. بدین منظور، افراد نیاز به هوش فرهنگی دارند، که در این میان، سرمایه اجتماعی که عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است و شناسایی هوش فرهنگی به عنوان یک نوع سرمایه چه در سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها، می‌تواند شناخت جدیدی از هوش فرهنگی را به دست دهد (دهمرد و دیگری، ۱۳۸۹: ۳).

در کشور ما دانشگاه‌ها از جمله مکان‌هایی هستند که جوانانی از فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف با هم در تعامل قرار می‌گیرند. اهمیت این تعامل‌ها در بین دانشجویان که به عنوان آینده‌سازان و نیروی کار آینده هستند، غیرقابل انکار است. دانشگاه تبریز نیز یکی از این مکان‌ها است که همه ساله پذیرای دانشجویانی از قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف از سراسر کشور است. بنابراین در پژوهش حاضر، درصدد سنجش میزان هوش فرهنگی دانشجویان و مطالعه رابطه آن با سرمایه اجتماعی هستیم.

### پیشینه پژوهش

موضوع هوش فرهنگی در سال‌های اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی شده است و بحث نسبتاً تازه‌ای می‌باشد. با این حال، در خصوص هوش فرهنگی و متغیرهای اجتماعی تاثیرگذار بر روی آن تحقیقات مختلفی صورت گرفته است. اما در خصوص تاثیر سرمایه اجتماعی بر هوش فرهنگی پژوهش درخور توجهی انجام نشده است. از مهم‌ترین پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت گرفته می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

یافته‌های پژوهش یزدخواستی و دیگری (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «رابطه بین تماس‌های بین فرهنگی و هوش فرهنگی» نشان می‌دهد که سازه تماس‌های بین فرهنگی دارای تاثیر قوی، مثبت و معنی‌داری بر سازه هوش فرهنگی است. به این ترتیب یافته‌ها حاکی از این است که؛ با این که در شرایط خاصی تماس‌های بین فرهنگی می‌تواند تاثیری بر بهبود هوش فرهنگی نداشته باشد و یا حتی فرد را با شوک فرهنگی مواجه کند، اما در مجموع احتمال تاثیر مثبت تماس‌های بین فرهنگی بر هوش فرهنگی بیشتر است. در پژوهشی که عسگری و دیگری (۱۳۹۱) انجام داده‌اند، یافته‌ها حاکی از آن است که بین هوش فرهنگی، هوش هیجانی و سازگاری فردی- اجتماعی دانشجویان زن و مرد تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش آهنچیان و دیگری (۱۳۹۱)، در تحقیقی تحت عنوان «بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی در پرستاران» حاکی از آن است که هوش فرهنگی پرستاران در سطح متوسط می‌باشد، اما تعامل اجتماعی آن‌ها در سطح پایین قرار دارد. همچنین نتایج نشان داد وضعیت اقتصادی، سن، سابقه کاری و جنس همبستگی مثبت معنادار با هوش فرهنگی دارند. از طرف دیگر، سطح تحصیلات، وضعیت اقتصادی و تجربه کاری با روابط بین فردی همبستگی مثبت و معنادار نداشت. درعین حال، رابطه معناداری بین هوش فرهنگی و تعامل اجتماعی پرستاران به دست نیامد.

غفاری و دیگری (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای تحت عنوان «ارتباط سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی با عملکرد تحصیلی دانشجویان علوم پزشکی»، نشان دادند که بین عملکرد تحصیلی دانشجویان با سرمایه اجتماعی و همچنین با مولفه‌های فراشناختی هوش فرهنگی، بعد شناختی هوش فرهنگی، بعد انگیزشی هوش فرهنگی و بعد رفتاری هوش فرهنگی، همبستگی مستقیمی وجود دارد.

یافته‌های پژوهش فلارتری<sup>۱</sup> (۲۰۰۶)، در پژوهشی با عنوان «اثرات هوش فرهنگی بر پذیرش و ادغام اعضا در تیم‌های چندملیتی» حاکی از آن است که ارتباط مثبتی بین هوش فرهنگی ترغیبی تیمی و پذیرش و زمان ادغام تیمی برای اعضای جدید وجود داشته است. همچنین همزمان با افزایش توانایی هوش فرهنگی انگیزشی، زمان پذیرش و ادغام اعضای تیم جدید کاهش می‌یابد. بر این اساس، ارتباط معناداری بین هوش فرهنگی انگیزشی تیم با پذیرش و زمان ادغام اعضای جدید وجود داشته است.

<sup>1</sup>. Flaherty

در پژوهشی که توسط انگ<sup>۱</sup> و دیگری (۲۰۰۷)، برای اندازه‌گیری هوش فرهنگی و میزان تاثیر آن بر سازگاری، تصمیم‌گیری، انطباق فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای صورت گرفته است؛ نتایج نشان داد که ابعاد هوش فرهنگی با هر کدام از این متغیرها ارتباط دارد. در واقع هوش فرهنگی به عنوان عامل پیش‌بینی‌کننده این متغیرها معرفی شده است. به این صورت که دو بعد استراتژی و دانش هوش فرهنگی بر قضاوت فرهنگی و تصمیم‌گیری فرد تاثیرگذار است. همچنین ابعاد رفتاری و انگیزش هوش فرهنگی، میزان انطباق فرهنگی فرد را با موقعیت‌های جدید فرهنگی پیش‌بینی می‌کنند.

یافته‌های پژوهش گروس<sup>۲</sup> و دیگری (۲۰۱۱)، حاکی از آن است که هوش فرهنگی رهبر، برداشت و ادراک پیروان آن‌ها از عملکرد رهبری و عملکرد تیمی در زمینه‌هایی که تیم‌های کاری با تنوع قومی و ملیتی از هم مشخص می‌شوند، را پیش‌بینی می‌کند. علاوه بر این هوش فرهنگی رهبر در پیش‌بینی پیروان از عملکرد رهبری و عملکرد تیمی در گروه‌های کاری متفاوت به لحاظ قومیتی و ملیتی را فراتر از اثرات هوش هیجانی رهبر و دیگر شایستگی‌های رهبری، معرفی می‌کند.

### مبانی مفهومی و نظری پژوهش

#### سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی از جمله مفاهیم مدرن است که در گفتمان علوم اجتماعی معاصر در سطوح مختلف استفاده شده است. هر چند این مفهوم پیشینه طولانی ندارد اما کاربرد آن به تدریج از دهه ۱۹۹۰ به این سو در رساله‌ها و مقالات دانشگاهی با کارهای افرادی چون کلمن، بورديو، پاتنام و فوکویاما افزایش یافته است (وال و دیگری، ۱۹۹۸: ۲۵۹).

کلمن سرمایه اجتماعی را نه با آنچه که هست، بلکه با آنچه که به وجود می‌آورد، تعریف می‌کند و بر این اساس مفهوم کارکردی سرمایه اجتماعی را مورد بازبینی قرار می‌دهد. کارکردی که با این مفهوم از سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود، ارزش جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی برای افراد است که می‌توانند از آن به عنوان منابعی برای دستیابی به خواسته‌هایشان استفاده نمایند. بر این اساس است که مفهوم سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن، معطوف به تفهیم نقش هنجارها و فرمان‌های درون‌شبکه‌ای اجتماع می‌شود که منبعی برای نیل به سرمایه انسانی را به وجود می‌آورد (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۰۱).

پاتنام نیز سرمایه اجتماعی را اعتماد و شبکه‌های گسترده اجتماعی می‌داند که مشارکت را برای منافع چندسویه تسهیل می‌کند. بر این اساس، پاتنام شش بعد رسمیت هدف اتصال‌دهی و پیوستگی بی‌واسطگی کثرت و جایگاه اجتماعی را در سرمایه اجتماعی وارد می‌بیند که بر اساس آن‌ها سرمایه اجتماعی کنشی به هم پیوسته نمی‌شود، بلکه در بستر هنجارها، اعتماد، مشارکت و عمل متقابل در شبکه‌های اجتماعی است

1. Ang

2. Groves

که پیچیدگی‌ها و دشواری‌های فراگیری از کنش‌های در هم تنیده را قابل حل می‌کند(نادری و دیگری، ۱۳۸۷: ۸۹).

علاوه بر تعاریف فوق، از سرمایه اجتماعی تعاریف مختلفی نیز ارائه شده است. یکی از تعاریف مطرح این است که، سرمایه اجتماعی، مجموعه هنجارهای موجود در نظام اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. بر اساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیکی با سرمایه اجتماعی می‌گردند(فوکویاما، ۱۹۹۹: ۵). از نظر بوردیو، سرمایه اجتماعی بر تعهدات و ارتباطات اجتماعی مبتنی است و آن را چنین تعریف می‌کند: سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالفعل و بالقوه‌ای است که مربوط به داشتن شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادی شده از آشنایی و شناخت متقابل است. یا به عبارت دیگر، عضویت در یک گروه برای هر یک از اعضایش از طریق حمایت یک سرمایه جمعی، صلاحیتی فراهم می‌کند که آنان را مستحق اعتبار به معانی مختلف کلمه می‌کند(بوردیو، ۱۹۹۷: ۵۱).

سرمایه اجتماعی به طور کلی شامل نهادها، روابط، گرایش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که بر رفتارها و تعاملات بین افراد حاکم است. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی آن دسته از شبکه‌ها و هنجارهایی است که مردم را قادر به عمل جمعی می‌کند. در واقع می‌توان گفت هر چه انسان‌ها مردمان بیشتری بشناسند و هر چه با آنان وجه مشترک بیشتری داشته باشند، سرمایه اجتماعی افزون‌تری خواهند داشت(جواهری و دیگری، ۱۳۸۶: ۳۷).

ازکیا و غفاری برای سنجش سرمایه اجتماعی سه بعد مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی را مورد سنجش قرار داده‌اند. آن‌ها معتقدند این سه بعد رابطه نزدیکی با هم دارند و هم‌دیگر را تقویت می‌کنند(ازکیا و دیگری، ۱۳۸۳: ۲۷۹). مشارکت اجتماعی را می‌توان فرآیند سازمان یافته‌ای دانست که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به منظور سهیم شدن در منابع قدرت انجام می‌گیرد(خراسانی و دیگری، ۱۳۸۴: ۲۰۱). انسجام اجتماعی دلالت بر توافق جمعی میان اعضای یک جامعه دارد. به عبارتی، انسجام در کل ناظر بر میزان و الگوی رابطه متقابل بین کنشگران، گروه‌ها و خرده فرهنگ‌های تمایز یافته است(افروغ، ۱۳۷۸: ۱۴۰). اعتماد اجتماعی نیز دلالت بر انتظارها و تعهدهای اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند تعریف شده است، و قرین با رابطه متقابل تعمیم یافته است(قاسمی و دیگری، ۱۳۹۲: ۸۰).

### هوش فرهنگی و ابعاد آن

واژه «هوش فرهنگی» نخستین بار توسط ایرلی و انگ در سال ۲۰۰۳ مطرح شد و به عنوان نظریه جدیدی در دنیای مدیریت و روان‌شناسی سازمانی پدیدار گشت. بعدها، کنسرسیومی از استادان آمریکا، انگلیس و آسیا، «هوش فرهنگی» را توانایی و مهارت فرد برای رویارویی با افرادی از فرهنگ‌های متفاوت تعریف کردند (بتون و دیگری، ۲۰۰۹: ۱۲۴). این دو اندیشمند هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند. آن‌ها معتقد بودند که در مواجهه با موقعیت‌های فرهنگی جدید به زحمت می‌توان علایم و نشانه‌های آشنایی یافت که بتوان از آن‌ها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد فرد باید اطلاعات خود را در یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی را نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی برمی‌آید که دارای هوش فرهنگی بالایی باشند. ارلی و انگ، فردی را دارای هوش فرهنگی بالا می‌دانند که بتواند به شیوه موثری در یک زمینه فرهنگی نوین و متفاوت با زمینه فرهنگی رشد یافته در آن، خود را سازگار کند بدون آن‌که هویت فرهنگی خود را کنار بگذارد (شمس، ۱۳۹۰: ۱۸).

محققان بر آن هستند که هوش فرهنگی امکان درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌های متفاوت را محتمل می‌نماید. بر این اساس، هوش فرهنگی، به عنوان مینا یا توان‌مندی تمرکز بر قابلیت‌های خاصی که برای روابط شخصی با کیفیت و اثربخشی در شرایط مختلف لازم است، تلقی می‌گردد (حسینی نسب و دیگری، ۱۳۹۰: ۳۱). هوش فرهنگی توانایی در گردآوری اطلاعات، تفسیر آن‌ها و عمل کردن بر مبنای آن‌ها در موقعیت‌های چندفرهنگی است (ارلی و دیگری، ۲۰۰۴: ۱۰۲). هوش فرهنگی حوزه مدرنی از هوش‌مندی است که امکان میانجیگری در فضاهای متفاوت فرهنگی را مطرح می‌کند (قاسمی و دیگری، ۱۳۸۹: ۳۴). هم‌چنین، هوش فرهنگی توانایی درگیر شدن در یک موقعیت رفتاری است، که باعث استفاده از مهارت‌ها (مثل زبان و مهارت‌های میان فردی) و ویژگی‌هایی (نظیر حد تحمل ابهام و انعطاف‌پذیری) می‌شود و منجر به تنظیم مناسب رفتار شخص، بر مبنای ارزش‌های پایه فرهنگی و نگرشی شخص مقابلی که در حال تعامل با او هستیم می‌شود (پترسون، ۲۰۰۴: ۱۰).

#### جدول شماره (۱): تعاریف اندیشمندان از هوش فرهنگی

تعاریف	متفکران
موفقیت افراد در توانایی سازگاری و انطباق با فرهنگی دیگر؛ به عنوان مثال: موفقیت در انجام یک کار تجاری و یا ماموریت بازرگانی برون‌مرزی.	بریسلین و دیگری (۲۰۰۶)
توانایی یک شخص در تطابق و وفق دادن موثر و کارا با شرایط و موقعیت‌های جدید فرهنگی.	ایرلی و دیگری (۲۰۰۳)

<sup>۱</sup> Early & Ang

ایرلی و دیگری (۲۰۰۴)	طبیعی به نظر آمدن و توانایی تفسیر و تحلیل اشارات و ژست‌های نامفهوم فرد یا افرادی دقیقاً مثل همکاران و هموطنان آن فرد یا افراد و بازتاب آن حرکات و اشارات.
توماس و دیگری (۲۰۰۵)	داشتن مهارت و انعطاف در درک فرهنگ و پذیرش بیشتر آن و توانایی در برقراری ارتباط فکری، عاطفی و رفتاری هنگام تعامل با افرادی از فرهنگ‌های دیگر.
ایرلی و انگ (۲۰۰۶)	توانایی تأثیرگذاری در فرهنگ‌های مختلف.
توماس (۲۰۰۶)	توانایی تعامل موثر با افرادی که از لحاظ فرهنگی با ما متفاوت‌اند.
جانسون و دیگری (۲۰۰۶)	تأثیرگذار بودن فرد در درک دانش و آگاهی، مهارت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی برای انجام بهتر کار با افرادی از ملیت‌های مختلف و فرهنگ‌های متفاوت، چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور.

منبع: (احمدی و دیگری، ۱۳۹۱: ۱۳۳).

از میان اندیشمندان و پژوهشگران مختلف می‌توان به ایرلی و دیگری (۲۰۰۳)، که هوش فرهنگی را دارای سه بعد شامل عناصر ذهنی (فراشناختی و شناختی)، عناصر انگیزشی و رفتاری در نظر گرفته‌اند، انگ و دیگری (۲۰۰۸)، که از ابعاد چهارگانه شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری سخن به میان آورده‌اند و رز و دیگری (۲۰۰۸)، که سه بعد شناختی، انگیزشی و رفتاری را برای هوش فرهنگی در نظر گرفته‌اند، اشاره نمود (یزدخواستی و دیگری، ۱۳۹۰: ۱۴۱). مطالعه پیشینه داخلی و خارجی و سوابق پژوهشی در زمینه هوش فرهنگی نشان می‌دهد که، رویکرد چهار بعدی به هوش فرهنگی در بین پژوهشگران از مقبولیت بیشتری برخوردار است و لذا ما نیز در تحقیق حاضر یک رویکرد چهار بعدی به هوش فرهنگی لحاظ کرده‌ایم و از این مدل در پژوهش خود استفاده نموده‌ایم.

### بعد فراشناختی هوش فرهنگی

هوش فرهنگی فراشناختی نشان از فرآیندهایی دارد که افراد به کار می‌گیرند تا دانش فرهنگی را کسب و درک کنند، این دانش شامل آگاهی و کنترل بر فرآیند تفکر افراد در رابطه با فرهنگ می‌شود (انگ و دیگری، ۲۰۰۶). این بعد از هوش فرهنگی 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 (حسینی نسب و دیگری، ۱۳۹۰: ۳۱).

اصطلاح هوش فرهنگی فراشناختی به سطح آگاهی فرهنگی هشیارانه در خلال تعامل‌های بین فرهنگی مربوط است. از این نظر افراد قوی در هوش فرهنگی فراشناختی به طور آگاهانه پیش‌فرض‌های خود درباره سایر فرهنگ‌ها را زیر سوال 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 (۱۹۹۶)، 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.

<sup>1</sup> Rose

<sup>2</sup> Nelson

از نظر انگ و داین نیز عامل فراشناختی از هوش فرهنگی به چند دلیل، عنصری کلیدی محسوب می‌شود: نخست این که این عامل، تفکر فعال درباره مردم و موقعیت‌ها را در مجموعه‌های فرهنگی مختلف ارتقا می‌بخشد؛ دوم این که چالش‌های جدیدی را برای وابستگی سفت و سخت به تفکر مرزبندی شده فرهنگی و پیش‌فرض‌های فرهنگی ایجاد می‌کند و سوم این که افراد را به سازگار شدن و بازبینی کردن استراتژی‌های-شان برمی‌انگیزاند؛ به نحوی که آن استراتژی‌ها را به لحاظ فرهنگی مناسب‌تر و احتمال دستیابی به خروجی-های مورد نظر را در مواجهات بین فرهنگی بیشتر می‌کند. بنابراین، هوش فرهنگی فراشناختی، منعکس‌کننده فرایندهای ذهنی است که افراد برای تحصیل و تفهیم دانش فرهنگی به کار می‌برند. توانایی‌های مرتبط با آن شامل: برنامه‌ریزی، زیرنظر 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 سوال می‌برند و مدل‌های ذهنی خود را در خلال و پس از تجارب مرتبط اصلاح می‌کنند (یزدخواستی و دیگری، ۱۳۹۰: ۱۴۵).

#### بعد شناختی هوش فرهنگی

انگ و داین، بعد شناختی را به‌عنوان 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 تاثیر 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 دیگری، ۲۰۰۵: ۶-۵).

این جنبه از بعد هوش فرهنگی، بیانگر درک فرد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی است و دانش عمومی و نقشه‌های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ‌های دیگر را نشان می‌دهد و مشتمل بر شناخت سیستم‌های اقتصادی و قانونی، هنجارهای تعامل‌های اجتماعی، عقاید مذهبی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی و زبان دیگر است (حسینی‌نسب و دیگری، ۱۳۹۰: ۳۱). و همچنین اطلاعاتی در مورد اعتقادات، باورهای مذهبی، معنوی، ارزش‌ها و باورها در مورد (کار، زمان، ارتباطات خانوادگی، آداب و رسوم و غیره) را انعکاس می‌دهد.



### بعد انگیزشی هوش فرهنگی

بعد انگیزشی هوش فرهنگی، نوعی قابلیت فردی برای توجه مستقیم و صرف انرژی در راستای تفاوت‌های فرهنگی است. منظور از هوش فرهنگی انگیزشی، توانایی فرد برای معطوف کردن توجه و انرژی خود به سمت و سوی سازگاری و انطباق با فرهنگ‌های جدید است. به طور اخص، هوش فرهنگی انگیزشی اشاره به انگیزه درونی و خودکارایی در انطباق با فرهنگ‌های جدید دارد. بنابراین افرادی که هوش انگیزشی بالایی دارند از تعامل در فرهنگ‌های جدید لذت می‌برند و در انجام چنین کاری و از داشتن چنین توانایی‌هایی احساس اعتماد به نفس می‌کنند (انگ و دیگری، ۲۰۰۸: ۱۲۱). همچنین این بعد بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف است. این انگیزه شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چندفرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف، به صورت اثربخش عمل کند (قدم‌پور و دیگری، ۱۳۹۰: ۸۵). افرادی که مولفه انگیزشی بالایی در هوش فرهنگی دارند، در تعاملات میان فرهنگی اثربخش‌تر عمل می‌کنند و این احساس قوی را دارند که می‌توانند با طرز فکرهای مختلف دیگران و شرایط متغیر و ناشناخته کنار بیایند و پیچیدگی و عدم اطمینان را مدیریت کنند. شخصی که در بعد انگیزشی، هوش فرهنگی پایینی داشته باشد، هنگامی که در دستیابی به هدف دچار ناامیدی اولیه گردد، انتظارات کارآمدی به طور تصاعدی افت پیدا می‌کند، از خود تصویر منفی پیدا می‌کند، از تعامل با دیگران دوری کرده و انزوا اختیار می‌کند (تسلیمی و دیگری، ۱۳۸۸: ۳۸-۳۷).

### بعد رفتاری هوش فرهنگی

هوش فرهنگی نوعی قابلیت فردی برای نمایش اعمال مناسب شفاهی و غیرشفاهی، هنگام تعامل با افراد دیگر در زمینه‌های فرهنگی مختلف است. هوش فرهنگی رفتاری، بر اساس داشتن و کاربرد فهرست یا سلسله گسترده‌ای از رفتارهاست. هوش فرهنگی رفتاری اشاره به طیف گسترده‌ای از مهارت‌های رفتاری است که افراد دارند و می‌توانند به شکل مناسبی، رفتارهای کلامی و غیرکلامی خود را در موقعیت‌های جدید فرهنگی بروز دهند (انگ و دیگری، ۲۰۰۸: ۱۲۳). همچنین بعد رفتاری هوش فرهنگی، مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری منعطفی را شامل می‌شود، که در موقعیت‌های مختلف به کار می‌آیند و متناسب با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل برخوردارند (حسینی‌نسب و دیگری، ۱۳۹۰: ۳۱). در واقع، فرد بر اساس شناخت و آگاهی‌هایی که از فرهنگ مقابل به دست می‌آورد، تلاش می‌کند تا با توجه به موقعیت‌ها عکس‌العمل مناسبی نشان دهد. رفتارهای ظاهری و حرکات فرد که نشان دهنده علاقه و احترام فرد به فرهنگ‌های موجود در محیط‌های جدید هستند، در این بعد جای می‌گیرند (زمانی و دیگری، ۱۳۸۸: ۵۰).

در مجموع با تکیه بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح نمود:

۱. بین میزان سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین اعتماد اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد.

۳. بین حمایت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد.

۴. بین مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کمی است و به روش پیمایش انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات مدنظر از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دختر و پسر دانشگاه تبریز در سال تحصیلی ۹۳-۱۳۹۲ می‌باشد که بر اساس اطلاعات موجود تقریباً ۱۷۰۰۰ نفر برآورد شده است. حجم نمونه با بهره‌گیری از جدول لین<sup>۱</sup> با لحاظ پارامتر ۵۰ درصد، سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۵ درصد ۳۸۴ نفر برآورد شد. با توجه به تنوع رشته‌ها و دانشکده‌ها از شیوه نمونه احتمالی طبقه‌بندی استفاده شده است.

برای سنجش اعتبار ابزار تحقیق از اعتبار صوری (مراجعه به داوران و پژوهشگران دیگر) و اعتبار نمونه‌ای (انجام آزمون مقدماتی و طرح سوالات نیمه‌باز) استفاده شده است. پایایی ابزار نیز با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته و مقدار آلفای تمامی متغیرها بالای ۷۰ صدم و درحد مطلوب است. به طوری که میزان آلفای کرونباخ بعد شناختی هوش فرهنگی ۸۶ صدم، بعد رفتاری ۸۲ صدم، بعد انگیزشی ۸۲ صدم و بعد فراشناختی ۷۱ صدم به دست آمده است. در متغیر سرمایه اجتماعی نیز میزان آلفای کرونباخ بعد اعتماد اجتماعی ۷۸ صدم، مشارکت اجتماعی ۷۴ صدم و حمایت اجتماعی ۷۰ صدم برآورد شده است.

### تعریف عملیاتی مفاهیم

در پژوهش حاضر، متغیر سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل با سه بعد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و حمایت اجتماعی و متغیر هوش فرهنگی به عنوان متغیر وابسته با چهار بعد انگیزشی، رفتاری، شناختی و فراشناختی بر اساس تعدادی گویه که در قالب طیف لیکرت تنظیم شده‌اند، سنجیده شده است. گویه‌های متغیر سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی به تفکیک هر یک از ابعاد، در جدول شماره (۲)، ارائه شده است.

**جدول شماره (۲): گویه‌های متغیر سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی به تفکیک ابعاد آن**

متغیر	بعد	گویه‌ها
سرمایه اجتماعی	اعتماد اجتماعی	اعتماد به خانواده، خویشاوندان، دوستان و همسایگان. اعتماد به مجلس شورای اسلامی، صدا و سیما، روحانیون، نیروی انتظامی، مطبوعات، بانک‌ها و ادارات دولتی. اعتماد به مردم، صداقت مردم، کمک به افراد غریبه و قرض دادن پول به افراد غریبه.
		مشارکت اجتماعی

<sup>۱</sup>. Lin

<p>برای رای دادن در انتخابات تشویق می‌کنم، زمان برگزاری انتخابات از نماینده سیاسی مورد علاقه‌ام جانبداری می‌کنم و در انجمن‌های محلی (انجمن اسلامی، انجمن‌های خیریه و ...) عضو هستم.</p>	
<p>معمولاً دوستانم مرا قبول دارند، اگر مشکلی برایم پیش آید دوستانم از من حمایت می‌کنند، اگر مشکلی برایم پیش آید بستگانم از من حمایت می‌کنند، در ارتباط با زندگی شخصی‌ام با نزدیکان خود به راحتی صحبت می‌کنم، دوستانی دارم که می‌توانم هنگام نیاز با آنها تماس بگیرم، با فامیل‌های نزدیکم رفت و آمد خانوادگی دارم و با دوستانم رفت و آمد خانوادگی هم دارم.</p>	حمایت اجتماعی
<p>از تعامل با مردم فرهنگ‌های متفاوت لذت می‌برم، مطمئنم می‌توانم خودم را با یک فرهنگ ناآشنا سازگار کنم، مطمئنم که فشارهای سازگاری با فرهنگ جدید برای من قابل تحمل است و من از زندگی در فرهنگ‌های ناآشنا لذت می‌برم.</p>	انگیزشی
<p>من رفتار کلامی‌ام را وقتی که در تعامل فرهنگی به آن نیاز است تغییر می‌دهم، من مکتب و سکوت را در موقعیت‌های بین فرهنگی متفاوت به کار می‌گیرم، وقتی که در یک موقعیت بین فرهنگی نیاز باشد نحوه صحبت کردنم را تغییر می‌دهم، در صورت نیاز در تعاملات بین فرهنگی رفتار غیرکلامی‌ام را تغییر می‌دهم و در صورت نیاز در تعاملات بین فرهنگی (بیان یا تظاهرات) چهره‌ام را که به آن نیاز است تغییر می‌دهم.</p>	رفتاری
<p>نظام‌های حقوقی (قانونی) و اقتصادی دیگر فرهنگ‌ها را می‌شناسم، قوانین (لغات و دستور زبان) دیگر زبان‌ها را می‌شناسم، ارزش‌های فرهنگی و اعتقادات مذهبی دیگر فرهنگ‌ها را می‌شناسم، من نظام ازدواج دیگر فرهنگ‌ها را می‌شناسم، هنرها و صنایع فرهنگ‌های دیگر را می‌شناسم و قوانین بیان (ابراز) رفتارهای غیرکلامی فرهنگ‌های دیگر را می‌شناسم.</p>	هوش فرهنگی شناختی
<p>وقتی در تعامل با مردمی از فرهنگ متفاوت هستم به دانش فرهنگی آن‌ها آگاهی دارم، وقتی در تعامل با مردمی از فرهنگ ناآشنا هستم دانش فرهنگی‌ام را با آن‌ها سازگار می‌کنم، در تعاملات بین فرهنگی از دانش فرهنگی که به کار می‌گیرم آگاهم و هنگام تعامل با مردمی از فرهنگ متفاوت صحت و درستی دانش فرهنگی‌ام را بررسی می‌کنم.</p>	فراشناختی

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش حاکی از آن است که، ۴۸/۶ درصد پاسخگویان زن و ۵۱/۴ درصد نیز مرد بوده‌اند. میانگین سنی پاسخگویان مورد مطالعه ۲۰/۴۰ سال می‌باشد. بطوری که حداقل سن ۱۹ و حداکثر سن ۳۷ می‌باشد و اکثر دانشجویان در رده سنی ۲۰ تا ۲۷ سال قرار دارند و کمترین فراوانی نیز مربوط به رده سنی ۳۰ تا ۳۷ سال است. هم‌چنین از بین دانشجویان مورد مطالعه ۶۰/۱ درصد ترک، ۲۱/۷ درصد کرد، ۱ درصد لر، ۱۴/۱ درصد فارس، ۰/۳ درصد بلوچ، ۰/۳ درصد ترکمن می‌باشند و ۲/۶ درصد هم‌گزینه سایر را پاسخ داده بودند. هم‌چنین ۳ درصد از پاسخگویان مورد مطالعه به طبقه اجتماعی بالا، ۱۵/۸ درصد به طبقه متوسط رو به بالا، ۵۵/۹ درصد به طبقه متوسط، ۲۰/۱ درصد متوسط رو به پایین و ۵ درصد نیز به طبقه پایین تعلق دارند.

از بین ۳۸۴ پاسخگوی مورد مطالعه، ۸۱/۷ درصد از پاسخگویان محل سکونت خود را شهر و ۱۷/۸ درصد محل سکونت خود را روستا اعلام کرده‌اند و ۰/۵ درصد (۲ نفر) هم محل سکونت خود را ذکر نکرده بودند. ۲۳/۲ درصد از پاسخگویان تحصیلات مادر خود را بی‌سواد، ۳۵/۲ درصد ابتدایی، ۱۳/۱ درصد راهنمایی، ۱۸/۸ درصد دیپلم، ۳/۴ درصد فوق‌دیپلم، ۵ درصد لیسانس، ۰/۸ درصد فوق‌لیسانس و ۰/۵ درصد هم دکتری ذکر کرده بودند. هم‌چنین ۸/۱ درصد از پاسخگویان شغل مادر خود را کارمند دولتی، ۰/۸ درصد کارمند خصوصی، ۱ درصد کارمند مستقل، ۰/۵ درصد کارفرما، ۸۵/۶ درصد خانه‌دار و ۳/۹ درصد شغل مادرشان را بازنشسته اعلام کرده‌اند. بدین ترتیب اکثر دانشجویان مورد مطالعه، دارای مادران خانه‌دار و در عین حال کم‌سواد هستند.

علاوه بر این، از ۳۸۴ نفر پاسخگوی مورد مطالعه، ۱۱/۲ درصد از پاسخگویان تحصیلات پدر خود را بی‌سواد، ۲۵/۸ درصد ابتدایی، ۱۹/۶ درصد راهنمایی، ۱۸/۸ درصد دیپلم، ۶/۸ درصد فوق‌دیپلم، ۱۲/۸ درصد لیسانس، ۳/۹ درصد فوق‌لیسانس و یک درصد هم تحصیلات پدر خود را دکتری ذکر کرده‌اند. همچنین پاسخگویان مورد مطالعه، ۱۷/۸ درصد شغل پدر خود را کارمند دولتی، ۷ درصد کارمند خصوصی، ۳۵/۵ درصد کارمند مستقل، ۴/۲ درصد کارفرما، ۵/۲ درصد بیکار و ۲۹/۵ درصد بازنشسته اعلام کرده‌اند. پس بدین ترتیب پاسخگویان مورد مطالعه ما اکثراً دارای پدران کم‌سواد و اغلب شاغل در بخش خصوصی بوده‌اند.

در جدول شماره (۳)، میزان سرمایه اجتماعی افراد و شاخص‌های آن، قابل مشاهده است. بر اساس اطلاعات این جدول مشاهده می‌شود که در متغیر سرمایه اجتماعی، ۳۲/۵۵ درصد پاسخگویان میزان سرمایه اجتماعی‌شان در حد متوسط، ۲۱/۸۷ درصد پایین و ۴۵/۵۸ درصد نیز بالا است.

جدول شماره (۳): میزان سرمایه اجتماعی افراد و شاخص‌های آن بر حسب فراوانی و درصد

	اعتماد اجتماعی	مشارکت اجتماعی	حمایت اجتماعی	سرمایه اجتماعی
پایین	فراوانی ۹۰	۱۱۰	۹۵	۸۴
درصد	۲۳/۴۳	۲۸/۶۴	۲۴/۷۳	۲۱/۸۷
متوسط	فراوانی ۱۲۴	۱۴۰	۱۲۴	۱۲۵
درصد	۳۲/۳۰	۳۶/۴۵	۳۲/۳۰	۳۲/۵۵
بالا	فراوانی ۱۷۰	۱۳۴	۱۶۵	۱۷۵
درصد	۴۴/۲۷	۳۴/۹۰	۴۲/۹۶	۴۵/۵۸
کل	فراوانی ۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

در جدول شماره (۴)، میزان هوش فرهنگی افراد و شاخص‌های آن، قابل مشاهده است. بر اساس اطلاعات این جدول مشاهده می‌شود که در متغیر هوش فرهنگی، ۳۹/۰۶ درصد پاسخگویان میزان هوش فرهنگی‌شان در حد متوسط، ۱۹/۲۸ درصد پایین و ۴۱/۶۶ درصد نیز بالا است.

جدول شماره (۴): میزان هوش فرهنگی افراد و شاخص‌های آن بر حسب فراوانی و درصد

	بعد انگیزشی	بعد رفتاری	بعد شناختی	بعد فراشناختی	هوش فرهنگی
پایین	فراوانی ۷۰	۷۲	۸۱	۷۹	۷۴
درصد	۱۸/۲۲	۱۸/۷۵	۲۱/۱۰	۲۰/۵۸	۱۹/۲۸
متوسط	فراوانی ۱۶۱	۱۴۲	۱۴۰	۱۵۵	۱۵۰
درصد	۴۱/۹۳	۳۶/۹۸	۳۶/۴۵	۴۰/۳۶	۳۹/۰۶
بالا	فراوانی ۱۵۳	۱۷۰	۱۶۳	۱۵۴	۱۶۰
درصد	۳۹/۸۴	۴۴/۳۷	۴۲/۴۴	۴۰/۱۰	۴۱/۶۶
کل	فراوانی ۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

همان‌طور که قبلاً هم گفته شد، پژوهش حاضر دارای ۴ فرضیه است که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیات از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده که در این قسمت، به آن‌ها پرداخته می‌شود. در فرضیه اول پژوهش مطرح می‌شود که بین میزان سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد. در جدول شماره (۵)، در هر مورد مقدار آماره آزمون همبستگی پیرسون و سطح معناداری نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بین میزان سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی پاسخگویان هوش فرهنگی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. بنابراین فرضیه اول پژوهش مورد تایید واقع می‌شود.

**جدول شماره (۵): بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن)**

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
سرمایه اجتماعی و بعد انگیزشی	۰/۱۶	۰/۰۱۷	تایید فرضیه
سرمایه اجتماعی و بعد رفتاری	۰/۱۵	۰/۰۴۹	تایید فرضیه
سرمایه اجتماعی و بعد شناختی	۰/۱۹	۰/۰۰۶	تایید فرضیه
سرمایه اجتماعی و بعد فراشناختی	۰/۲۱	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی	۰/۳۵	۰/۰۰۱	تایید فرضیه

طبق فرضیه دوم پژوهش، بین اعتماد اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد. در جدول شماره (۶)، در هر مورد مقدار آماره آزمون همبستگی پیرسون و سطح معناداری نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بین اعتماد اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) همبستگی مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان اعتماد اجتماعی پاسخگویان ابعاد رفتاری، انگیزشی، شناختی و فراشناختی هوش فرهنگی آن‌ها نیز تقویت می‌شود. بنابراین فرضیه دوم پژوهش مورد تایید واقع می‌شود.

**جدول شماره (۶): بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن)**

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
اعتماد اجتماعی و بعد انگیزشی	۰/۱۸	۰/۰۱۱	تایید فرضیه
اعتماد اجتماعی و بعد رفتاری	۰/۱۶	۰/۰۳۱	تایید فرضیه
اعتماد اجتماعی و بعد شناختی	۰/۲۰	۰/۰۰۴	تایید فرضیه
اعتماد اجتماعی و بعد فراشناختی	۰/۲۳	۰/۰۰۱	تایید فرضیه
اعتماد اجتماعی و هوش فرهنگی	۰/۲۷	۰/۰۰۰	تایید فرضیه

در فرضیه سوم پژوهش حاضر، مطرح می‌شود که بین حمایت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد. همان‌طور که در جدول شماره (۷)، مشاهده می‌شود بین حمایت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) همبستگی مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان حمایت اجتماعی پاسخگویان ابعاد رفتاری، انگیزشی، شناختی و فراشناختی هوش فرهنگی آن‌ها نیز تقویت می‌شود. بنابراین فرضیه سوم پژوهش مورد تایید واقع می‌شود.

**جدول شماره (۷): بررسی رابطه حمایت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن)**

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
حمایت اجتماعی و بعد انگیزشی	۰/۱۷	۰/۰۲۲	تایید فرضیه
حمایت اجتماعی و بعد رفتاری	۰/۱۵	۰/۰۴۰	تایید فرضیه
حمایت اجتماعی و بعد شناختی	۰/۱۹	۰/۰۰۲	تایید فرضیه
حمایت اجتماعی و بعد فراشناختی	۰/۲۰	۰/۰۰۰	تایید فرضیه
حمایت اجتماعی و هوش فرهنگی	۰/۲۴	۰/۰۰۱	تایید فرضیه

طبق فرضیه چهارم پژوهش، بین مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) رابطه معناداری وجود دارد. در جدول شماره (۸)، در هر مورد مقدار آماره آزمون همبستگی پیرسون و سطح معناداری نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود بین مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن) همبستگی مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان مشارکت اجتماعی پاسخگویان ابعاد رفتاری، انگیزشی، شناختی و فراشناختی هوش فرهنگی آن‌ها نیز تقویت می‌شود. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش مورد تایید واقع می‌شود.

**جدول شماره (۸): بررسی رابطه مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی (و ابعاد آن)**

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
مشارکت اجتماعی و بعد انگیزشی	۰/۱۶	۰/۰۱۱	تایید فرضیه
مشارکت اجتماعی و بعد رفتاری	۰/۱۴	۰/۰۱۹	تایید فرضیه
مشارکت اجتماعی و بعد شناختی	۰/۱۸	۰/۰۰۳	تایید فرضیه
مشارکت اجتماعی و بعد فراشناختی	۰/۲۲	۰/۰۰۳	تایید فرضیه
مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی	۰/۲۶	۰/۰۰۲	تایید فرضیه

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول شماره (۹)، مدل رگرسیونی چندمتغیره هوش فرهنگی کاربران را نشان می‌دهد.

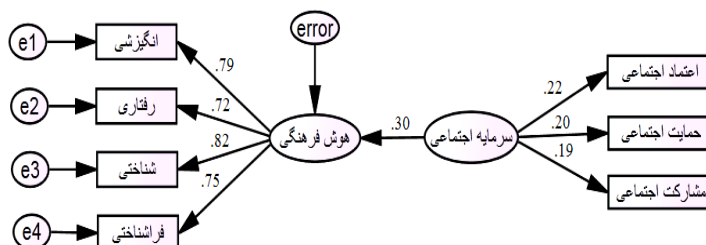
**جدول شماره (۹): مدل رگرسیونی چندمتغیره هوش فرهنگی پاسخگویان**

متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد		سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	Beta	مقدار t	
اعتماد اجتماعی	۰/۱۸	۰/۰۹	۰/۲۲	۳/۹۸	۰/۰۰۰
حمایت اجتماعی	۰/۱۵	۰/۰۷	۰/۲۰	۳/۶۰	۰/۰۰۱
مشارکت اجتماعی	۰/۱۳	۰/۰۶	۰/۱۹	۳/۵۱	۰/۰۰۲
سرمایه اجتماعی	۰/۲۲	۰/۱۰	۰/۲۵	۴/۵۰	۰/۰۰۰
خلاصه مدل	Sig=۰/۰۰۱		F=۳۵/۴۱		R <sup>2</sup> =۰/۲۳
					R=۰/۴۸

آماره‌های موجود در جدول فوق نشان می‌دهند که، متغیر اعتماد اجتماعی با بتای ۲۲ درصد بیشتر از سایر ابعاد سرمایه اجتماعی بر هوش فرهنگی کاربران تاثیر می‌گذارد. جهت تاثیر این متغیر مثبت است و این مطلب را نشان می‌دهد که با افزایش میزان اعتماد اجتماعی پاسخگویان، میزان هوش فرهنگی آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. همچنین، متغیرهای حمایت اجتماعی با بتای ۲۰ درصد و مشارکت اجتماعی با بتای ۱۹ درصد به ترتیب بر هوش فرهنگی کاربران تاثیر دارند.

علاوه بر این همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، ضریب تعیین برابر با ۰/۲۳ است و این مطلب را بیان می‌کند که ۲۳ درصد از واریانس و تغییرات هوش فرهنگی پاسخگویان را متغیرهای موجود در معادله تبیین می‌کنند. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده که ۰/۰۰۱ است، می‌توان به این نکته پی برد که متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته یعنی هوش فرهنگی تاثیر داشته‌اند.

در ادامه، مدل معادله ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم افزار Amos رسم گردیده و ملاحظه می‌شود که متغیر پنهان وابسته یعنی هوش فرهنگی از چهار بُعد تشکیل شده است. در این مدل، سه ضریب همبستگی (ابعاد متغیر سرمایه اجتماعی) مشاهده می‌شود که تاثیر متغیر مستقل سرمایه اجتماعی بر هوش فرهنگی پاسخگویان را نشان می‌دهند. متغیر سرمایه اجتماعی ۰/۳۰ بر هوش فرهنگی پاسخگویان تاثیر دارد.



شکل شماره (۱): مدل معادله ساختاری

در جدول شماره (۱۰)، تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش مدل آمده است. به طور کلی می‌توان گفت که تمامی شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌تواند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول شماره (۱۰): شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش مطلق		شاخص‌های برازش تطبیقی				شاخص‌های برازش مقصد		
GFI	AGFI	CFI	NFI	TLI	PCFI	PNFI	RMSEA	CMIN/DF
۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۹۴	۰/۶۲	۰/۵۸	۰/۰۵	۳/۸۲

### نتیجه‌گیری

پرداختن به بحث هوش فرهنگی به ویژه در دهه‌های اخیر را باید ناشی از نیازی دانست که بشر امروزی با آن مواجه است. نیاز هر چه بیشتر به مدارای فرهنگی میان اقوام مختلف و ملیت‌های گوناگون به سادگی قابل دستیابی نیست. بدبینی‌های میان اقوام مختلف و بی‌اعتمادی‌های میان کشورهای گوناگون که ریشه‌های تاریخی و بلندمدت دارند نیز، پدیده‌ای نیست که بتوان به سادگی آن را تعدیل کرد. طرح بحث هوش فرهنگی ناشی از نیازهای مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در عصر حاضر بوده است.

هوش فرهنگی حوزه جدیدی از توانمندی هوشی افراد است و تاکنون در محیط‌های کاری و در بین مدیران بررسی شده است. بعضی از جنبه‌های فرهنگی مسئله، قابل رویت است و می‌توان این هوشمندی را در نحوه برخورد برخی از افراد و رفتارهایی که انجام می‌دهند مشاهده کرد. در هر حال فهم بیشتر موقعیت‌ها و بخش‌های چالش‌برانگیز فرهنگ‌ها که مرتبطاند با عقاید، ارزش‌ها، انتظارات، نگرش‌ها و مفروضه‌هایی که به طور آشکار و یا نهان قابل مشاهده و ارزیابی هستند، که در یک فرهنگ مطابق با هنجارهای آن عمل می‌کنند. بدین ترتیب و قاعدتاً مفهوم به هنجار بودن برای هر فرهنگی متفاوت از فرهنگ دیگر است. اما هر فرهنگی برای خود مفاهیمی از چگونگی زیستن را مطرح می‌سازد. هوش فرهنگی به افراد کمک می‌کند که به نحو موثری تفاوت‌های فرهنگی را کنترل و مدیریت نمایند. کسی که دارای هوش فرهنگی بالایی است، حصارهای فرهنگی را درک نموده و می‌داند که همین حصارها است که می‌تواند رفتار ما و دیگران را چارچوبی نماید. اما فرد می‌تواند این حصارها را درهم بشکند. بنابراین برای عملکرد موثر و رابطه بهتر، باید هوش فرهنگی را توسعه داد. هوش فرهنگی کلید موفقیت در دنیای کنونی است که باعث می‌شود تفاوت‌ها را درک کرده و روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کنیم و نه آن‌ها را تحمل کنیم و یا نادیده بگیریم. همچنین می‌توان گفت که هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است، که ارتباط زیادی با محیط‌های متنوع دارد. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد که تا چگونگی تفکر و الگوهای رفتاری پاسخ دادن افراد را تشخیص دهند و در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش، و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی را بدهد.

همان‌طور که یافته‌های پژوهش نشان داد بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و حمایت اجتماعی) و هوش فرهنگی و ابعاد آن (بعد رفتاری، انگیزشی، شناختی و فراشناختی) همبستگی مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان سرمایه اجتماعی افراد، میزان هوش فرهنگی آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. این یافته در راستای یافته‌های پژوهش یزدخواستی و دیگری (۱۳۹۰)، آهنچیان و دیگری (۱۳۹۱) و غفاری و دیگری (۱۳۹۲) است که نشان دادند بین تعامل اجتماعی، تماس‌های بین فرهنگی، سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی ارتباط معناداری وجود دارد.



علاوه بر این، اعتماد اجتماعی با بتای ۲۲ صدم بیشتر از سایر ابعاد سرمایه اجتماعی بر هوش فرهنگی کاربران تاثیر می‌گذارد، همچنین متغیرهای حمایت اجتماعی نیز با بتای ۲۰ صدم و مشارکت اجتماعی با بتای ۱۹ صدم به ترتیب بر هوش فرهنگی کاربران تاثیر دارند. ضریب تعیین محاسبه شده برای تبیین تغییرات هوش فرهنگی برابر با ۰/۲۳ شد و نشان‌دهنده این است که ۲۳ درصد از واریانس و تغییرات هوش فرهنگی پاسخگویان را متغیر سرمایه اجتماعی تبیین می‌کند.

یافته‌های پژوهش حاوی نتیجه بسیار با اهمیتی است که لازم است هر چه بیشتر مورد توجه قرار گیرد. سرمایه اجتماعی می‌تواند به طور قابل توجهی به افزایش هوش فرهنگی افراد منجر شود. بر این مبنا که هوش فرهنگی بالا عاملی اساسی در جهت تقویت تعاملات و پیوندهای اجتماعی در بین دانشجویان است. هوش فرهنگی سازه‌ای در مقابل خود فراترینی یا خود فروترینی فرهنگی است. همچنین، هوش فرهنگی عاملی در جهت تعامل اثربخش با فرهنگ‌ها، قومیت‌ها و مذاهب‌های متفاوت و یا حتی در مواردی متضاد است. علاوه بر این، هوش فرهنگی تا حد قابل توجهی در ارتباط با مفاهیمی نظیر قوم‌مداری و نسبیت فرهنگی است. پیوندها، تعاملات و ارتباطات اجتماعی (سرمایه اجتماعی) را باید عاملی در جهت سست کردن گرایش‌های قوم‌مدارانه و تقویت‌مدارانه و تساهل فرهنگی در بین دانشجویان دانست. در واقع، سرمایه اجتماعی با گسترش شعاع اعتماد و روابط افراد یاری‌گر و تسهیل‌کننده کنش‌های ارتباطی فرد است و این امر به نوبه خود در افزایش هوش فرهنگی موثر است.

## منابع

- آهنچیان، م؛ و دیگری. (۱۳۹۱). بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی در پرستاران. **مدیریت ارتقای سلامت**. سال اول، شماره ۲، صص ۴۴-۵۳.
- احمدی، ی؛ و دیگری. (۱۳۹۱). اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم‌گرایی بر هوش فرهنگی. **راهبرد فرهنگ**. شماره ۲۰، صص ۱۲۹-۱۵۴.
- ازکیا، م؛ و دیگری. (۱۳۸۳). **توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران**. تهران: نشر نی.
- افروغ، ع. (۱۳۷۸). خرده‌فرهنگ‌ها، مشارکت و وفاق اجتماعی. **مجموعه مقالات وفاق اجتماعی و فرهنگ عمومی**. تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- تسلیمی، م؛ و دیگری. (۱۳۸۸). ارائه راهکارهایی برای ارتقای هوش فرهنگی مدیران دولتی در امور بین‌المللی. **پژوهش‌های مدیریت**. سال دوم، شماره ۴، صص ۲۹-۵۷.
- جواهری، ف؛ و دیگری. (۱۳۸۶). تاثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی. **مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی**. سال پانزدهم، شماره ۵۹، صص ۳۳-۶۶.
- حسینی‌نسب، د؛ و دیگری. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با بهره‌وری مدیران در مدارس شاهد استان آذربایجان غربی. **مجله علوم تربیتی**. سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۲۴-۷۷.
- غفاری، م؛ و دیگری. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط سرمایه اجتماعی میان‌گروهی و هوش فرهنگی با نگرش پرستاران نسبت به آموزش بیماران. **آموزش پرستاری**. سال دوم، شماره ۳، صص ۵۸-۶۷.
- دهمرد، ر؛ و دیگری. (۱۳۸۹). نقش هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار. **اولین همایش هوش سازمانی و هوش کسب کار**. تهران: دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

- زمانی، ا؛ و دیگری. (۱۳۸۸). هوش فرهنگی؛ شایستگی جدید مدیران. **مجله تدبیر**. شماره ۲۱۳، صص ۴۹-۵۳.
- شمس، م. (۱۳۹۰). **بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با رفتار شهروندی سازمانی**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنجند.
- عسگری، پ؛ و دیگری. (۱۳۹۱). مقایسه هوش فرهنگی، هوش هیجانی، سازگاری فردی - اجتماعی دانشجویان زن و مرد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز. **زن و فرهنگ**. سال سوم، شماره ۱۲، صص ۴۹-۶۳.
- قاسمی، و؛ و دیگری. (۱۳۸۹). تحلیلی بر هوش فرهنگی و الگوهای تقویت آن. **علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر**. سال چهارم، شماره ۹، صص ۳۳-۵۰.
- قاسمی، و؛ و دیگری. (۱۳۹۲). رابطه هویت دینی و اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران. **دین و ارتباطات**. سال بیستم، شماره ۲، صص ۷۳-۹۹.
- قدمپور، ع؛ و دیگری. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و هوش فرهنگی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان. **روان‌شناسی تربیتی**. سال دوم، شماره ۱، صص ۸۱-۱۰۱.
- مظلوم خراسانی، م؛ و دیگری. (۱۳۸۴). سنجش میزان سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مشهد در سال تحصیلی ۸۴-۱۳۸۳ و عوامل موثر بر آن. **مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد**. سال دوم، شماره ۲، صص ۱۹۳-۲۱۵.
- نادری، س؛ و دیگری. (۱۳۸۷). سنجش چارچوب ارزیابی سرمایه اجتماعی در ساختار شهری با تاکید بر نقش فضاهای عمومی. **پژوهش مدیریت شهری**. شماره ۱، صص ۸۷-۱۰۰.
- یزدخواستی، گ؛ و دیگری. (۱۳۹۰). رابطه بین تماس‌های بین‌فرهنگی و هوش فرهنگی؛ تحلیل نظری و تجربی. **تحقیقات فرهنگی**. دوره چهارم، شماره ۲، صص ۱۶۲-۱۳۳.

- Ang, S. & etal. (2006). Personality Correlates of The Four –Factor Model of Cultural Intelligence. **Group and Organization Management**. Vol. 31, No.1, P.p: 100-123.
- Ang, S. & etal. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. **Management and Organization Review**. No. 3, P.p: 335–371.
- Ang, S. & etal. (2008). **Conceptualization of Cultural Intelligence: Definition, Distinctiveness and Nomological Network**. In S. Ang & L.Van Dyne (Eds.), Handbook on Cultural Intelligence. P.p: 3–15.
- Benton, G. & Timothy, L. (2009). **Globalization Cultural Intelligence and Maritime Education**. California State University.
- Bourdieu, P. (1997). **The forms of capital**, in Philip, Brown(Ed), Education, Culture, Economy society, London, Oxford University Press.
- Brislin, R. & etal. (2006). Cultural Intelligence: Understanding Behaviors that Serve People’s Goals. **Group and Organization Management**. No. 31, P.p: 40–55.
- Coleman, J. (1988). **Social ties and susce ptibility to the common cold**. In Social capital. In Dekker, P. & Uslaner, E (Eds) (2001). Social capital and participation in evry life, Rutlege.
- Earley, P. C. & Ang, S. (2003). **Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures**. Palo Alto: Stanford University Press.
- Earley, P. & Mosakowski, E. (2004). Cultural Intelligence. **Harvard Business Review**. No. 82, P.p: 139–146.

- 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.
- Flaherty, J. (2006). The Effects of Cultural Intelligence on Team Member Acceptance and Integration in Multinational Teams. **Administrative Science Quarterly**. No. 44, P.p: 741-763.
- Fukuyama, F. (1999). **Social capital and civil society**. The Institute of Public Policy: George Mason University.
- Groves, K. S, Feyerherm, A. (2011). **Leader Cultural Intelligence in Context: Testing the Moderating Effects of Team Cultural Diversity on Leader and Team Performance**. CA: Sage publication.
- Johnson, J. & etal. (2006). Cross-cultural Competence in International Business: Toward a Definition and a Model. **Journal of International Business Studies**. No. 37, P.p: 525-543.
- Nelson, T. O. (1996). Consciousness and meta cognition. **American Psychologist**. Vol. 51, P.p: 102-116.
- Peterson, B. (2004). **Cultural Intelligence: A guide to working with people from other cultures**. Boston: Intercultural Press.
- Rose, R. C. & Kumar, N. (2008). A review on individual differences and cultural intelligence. **Journal of International Social Research**. Vol 1/4, P.p: 504-522.
- Thomas, D. C. & Inkson, K. (2005). People Skills for a Global Workplace. **Consulting to Management**. Vol. 16, No. 1, P.p: 5-10.
- Thomas, D. C. (2006). Domain and Development of Cultural Intelligence: The Importance of Mindfulness. **Group and Organization Management**. Vol. 31, No. 1, P.p: 78-103.
- Wall, E. & etal. (1998). Getting the Gods, on Social Capital. **Rural Sociology**. Vol. 63, No. 2.