

رابطه هوش فرهنگی و عوامل جمعیت شناختی مدیران صنعت بانکداری با هوش ارتباطی آنان (مطالعه موردی: بانک کشاورزی)

سحر صدرائی

دانشجوی دکتری مدیریت دولتی رفتار سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

s_sadraei@yahoo.com

رشید ذوالفقاری زعفرانی

استادیار دانشکده مدیریت و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران.

احمد ودادی

دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: در عصر حاضر، مدیریت موثر، به یک مدل جدید مبتنی بر باز بودن، اعتماد و دانش کلی تغییر جهت داده است. هوش ارتباطی یک مدیر به او کمک می‌کند که چگونه سبک ارتباطی خاص خود را با کارکنان و همکارانش در محیطی که در آن کار می‌کند، تنظیم کند. هوش ارتباطی همانند دیگر پدیده‌ها متأثر از عوامل متعددی است که محقق در این پژوهش با هدف بررسی میزان و سهم هوش فرهنگی و عوامل جمعیت شناختی موثر بر هوش ارتباطی مدیران در بانک کشاورزی، به آن پرداخته است.

روش پژوهش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه مدیران و معاونان و کارشناسان خبره ستاد و شعب بانک کشاورزی در کل استان تهران به تعداد ۳۸۷ نفر می‌باشند و براساس جدول مورگان، تعداد نمونه ۱۹۳ نفر محاسبه گردید که این تعداد با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد هوش فرهنگی آنگ و همکاران (۲۰۱۲) و شایستگی ارتباطی بورمستر (۱۹۸۸)، بوده‌اند. و روایی پرسشنامه‌ها براساس، روایی صوری و هم‌چنین روایی محتوایی، ۰/۸۹۳ محاسبه و مورد تأیید قرار گرفت و برای پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقادیر آن به ترتیب پرسشنامه هوش فرهنگی، ۰/۷۹ و شایستگی ارتباطی، ۰/۸۳ بوده است و تجزیه تحلیل داده‌ها نیز در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از روش همبستگی انجام گرفت.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که عوامل جمعیت شناختی رابطه مثبت و معنی‌داری با هوش ارتباطی ایجاد کرده است. هم‌چنین متغیرهای هوش فرهنگی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری با هوش ارتباطی ایجاد کرده است.

نتیجه‌گیری: با وجودی‌که ماتریس همبستگی بین عوامل جمعیت شناختی، هوش فرهنگی و هوش ارتباطی برقرار است و مدل طراحی شده براساس عوامل جمعیت شناختی و هوش فرهنگی توانست به صورت معناداری تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کند لیکن از بین ویژگی‌های شخصیتی، تنها متغیر جنسیت ۲۵٪ و متغیر تاهل ۳۵٪ توانسته‌اند تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کنند و در ابعاد هوش فرهنگی نیز تنها بعد انگیزش وارد مدل شده و ۳۰٪ توانست تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کند.

واژگان کلیدی: هوش ارتباطی، عوامل جمعیت شناختی، هوش فرهنگی.

مقدمه

ژن جدید قابل انتقال به نسل بعدی منتج شوند (گلنیز، ۲۰۱۴). صنعت بانکداری یکی از صنایعی است که در جهان امروزی نقش بی بدیلی در تعیین معاملات اقتصادی ایفا می‌کند و امروزه به محورا اصلی توسعه اقتصادی در جهان تبدیل شده است، به گونه‌ای که بدون بانک‌های کارآمد رسیدن به شکوفایی اقتصادی غیرممکن است (خوانساری و دیگران، ۱۳۹۳). بانک کشاورزی به لحاظ قرار داشتن در صنعت بانکداری و سهم بودن در فرایند چرخه اقتصادی کشور و نیز به دلیل مأموریت خاص کمک به توسعه بخش کشاورزی و همچنین به دلیل دولتی بودن، با گروه‌های متفاوتی اعم از صنعت بانکداری، سازمان جهاد کشاورزی، سایر سازمان‌های دولتی و حتی خصوصی داخل کشور و همچنین سازمان‌های مرتبط در خارج از کشور، مشتریان و کارکنان در ارتباط می‌باشد و برای اینکه انعطاف‌پذیری لازم را در جهت مواجهه با تحولات محیطی، داشته باشد، لازم است مدیرانش جهت انجام عکس‌العمل به موقع در برابر هر نوع پدیده و یا هر نوع تحول، ارتباطات مناسب و موثری را با اعضای داخل و خارج سازمانی اعم از ملی و فراملی برقرار نمایند.

مدیران باید نحوه برقراری ارتباطات موثر را بدانند در سازمان‌های امروزی که همزمان با پیچیده تر شدن فزاینده زندگی، چالش‌های جدیدی برای انسان پدید آمده است، اهمیت ارتباطات بیشتر می‌شود. عوامل مختلفی در بروز کیفیت ارتباطی مدیران و نحوه اعمال آن موثرند که مدیران بانک‌ها هم چون هر سازمان دیگری نیز می‌بایست با عوامل اثرگذار بر آن آشنا باشند (اسکندری، قصابی، ۱۳۹۴).

پیرو نتایج تحقیقات انجام یافته در حوزه ارتباطات، مواردی هم چون سوء تفاهم‌های ارتباطی، برداشت‌های متفاوت و ادراکات مختلف از یک موضوع، و پیوندهای ضعیف سازمانی، از زمره مشکلات ارتباطاتی و خلاهای ارتباطی سازمانی عنوان گردیده‌اند. هوش ارتباطی به عنوان یکی از پدیده‌های با اهمیت در بحث ارتباطات، خود، متأثر از عوامل متعددی است که محقق در این پژوهش با هدف بررسی میزان و سهم هوش فرهنگی و عوامل جمعیت

جهان در حال تغییر باعث شده است معیارهای موفقیت مدیران نیز عوض شوند. مدیریت موثر گذشته، که بر فرماندهی، کنترل، موقعیت و دانش فنی تمرکز دارد، به یک مدل جدید مبتنی بر باز بودن، اعتماد و دانش کلی تغییر کرده است. ارتباطات ستون فقرات رهبری و مدیریت است. هوش ارتباطی یک مدیر با هدف کمک به او در درک اینکه چگونه سبک ارتباطی خاص خود را با همکاران و کارکنانش در محیطی که در آن کار می‌کند تنظیم کند انجام می‌شود (سرویس ۲۰۰۵، ۲). چنانچه از هوش ارتباطی خود در تجارت استفاده کنیم، موجب تقویت فرهنگ سازمان در جهت دستیابی به دستاوردهای تجاری خواهیم شد. فهم چگونگی تنظیم سطح گفتگوها این قدرت را می‌دهد تا واقعیت را دگرگون سازیم (گلنیز ۲۰۱۴). کلیه انسان‌ها ناگزیر به برقراری ارتباط هستند ولی مدیران بنا به ماهیت کارشان به برقراری ارتباطات بیشتری نیازمندند. یک مدیر باید در عین حال که خود را مجهز به فنون مربوط به مدیریت می‌کند، فردی بصیر نسبت به اوضاع کشور و جهان بوده و از سیستم اطلاعاتی و برقراری صحیح ارتباطات آگاهی کافی داشته باشد (کیوان، صمدی، ۱۳۹۲). فقدان یا کمبود هوش ارتباطی ریشه و علت اصلی ناکامی‌ها در زمینه‌ی بسیاری از ارتباطات است (گلنیز، ۲۰۱۴). هوش ارتباطی انسان را قادر خواهد ساخت تا در میان گونه‌های ارتباطات مناسب برای موقعیت‌های مختلف تمایز قائل شود. در یک انتهای پیوستار ارتباطی، گفتگوهای قرار دارند که امکان می‌دهند تا به معامله و تجارت و به اشتراک گذاری اطلاعات با یکدیگر پرداخته شود و به موازات حرکت در امتداد این پیوستار، ارتباطات موقعیتی یا پوزیسیونی قرار دارند، یعنی گفتگوهایی که در آنها تلاش می‌گردد تا سایرین را به فهم یا قبول جهان بینی خود وادارند، این گفتگوها از نوع محاورات سطح ۲ هستند. در بالاترین سطح که سطح ۳ نام دارد، عالی‌ترین شکل از گفتگو یعنی محاورات هم آفرینانه قرار دارند که در آن، جهت دگرپرسی و شکل دادن به واقعیت در همراهی با یکدیگر، ارتباط برقرار می‌گردد و این امکان را می‌دهند که نه تنها گفتگوهای با دیگران پیش برده شود، بلکه حتی به نگارش نوعی

شناختی موثر بر هوش ارتباطی مدیران در بانک کشاورزی به تحقیق پرداخته است. و سوال اصلی تحقیق بدین گونه مطرح می گردد که: میزان و سهم هوش فرهنگی و عوامل جمعیت شناختی در پیش بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی چگونه است؟

مروری بر ادبیات پژوهش

هوش ارتباطی

در حالی که سایر انواع هوش ماهیتاً بیشتر از نوع من محور هستند، هوش ارتباطی تلاشی است با ماهیت و موجودیتی جمعی و تعاونی و زمانی که به صورت جمعی آن به کار بسته می شود، ارتباطات را افزایش می دهد، هم چنین می توان هوش ارتباطی تیم ها و سازمان ها را نیز بالا برد. و از آن جایی که هوش ارتباطی موجب متوازن سازی تمامی دیگر انواع هوش های فردی می شود، مهارتی قدرتمندتر و یا ضروری تر از آن برای فراگیری وجود ندارد (گلپزر، ۲۰۱۴). هوش ارتباطی امری قابل فراگیری است، و برای ایجاد سازمان هایی سالم تر و انعطاف پذیرتر در مواجهه با تحولات از ضرورتی حیاتی برخوردار است (گلپزر، ۲۰۱۴). هوش ارتباطی این قدرت را می دهد تا بر شیمی اعصاب، حتی به شکل آبی تاثیر بگذاریم (گلپزر، ۲۰۱۴). هوش ارتباطی مهارت قابل اندازه گیری و آموزش توانایی ارتباط موثر با دیگران است (سرویس ۲۰۰۵، ۱۰). رهبری با هوش ارتباطی بالا می داند که در چه زمانی و کدام نوع صحیح ارتباطات را انتخاب کند (سرویس ۲۰۰۵، ۱۰). به عقیده کیونگو^۱ (۲۰۱۶) در هر سازمان، افرادی به لحاظ اجتماعی شایسته برقراری ارتباط تلقی می شوند که بتوانند ارتباطات خوبی برقرار کرده، تیم سازی کرده و شبکه های ارتباطی خود را گسترش دهند، اعمال نفوذ کنند و روابط معناداری با دیگران برقرار نمایند (دامغانیان، یزدانی، ۱۳۹۶). به عقیده میر کمالی، هوش ارتباطی توانایی ای است اجتماعی که به وسیله آن، اطلاعات، افکار، عقاید و احساسات یک فرد یا گروه با زبان یا رفتار مشترک به طرف دیگر انتقال داده می شود تا سبب تفاهم و ادراک با رفتار واحد بین گیرنده و فرستنده شود و به عقیده فرگانس^۲، هوش ارتباطی، فرایندی شناختی جهت انتقال

اطلاعات از یک فرستنده به گیرنده تعریف می شود. استراندر^۳ (۲۰۰۹) آن را توانایی فرد برای برقراری ارتباط با دیگران در جهت برآورده نمودن نیازها، حق و حقوق یا تعهدات آنها به شیوه های قابل قبول بدون اینکه به نیازها، حق و حقوق یا تعهدات دیگران صدمه وارد آورند، تعریف می کند (علامت، ۱۳۹۴). سازمان ها به مدیرانی نیازمندند که در ارتباطات میان فردی و تحت تاثیر هوش ارتباطی بتوانند کارکنانی راضی و بهره ور تربیت کنند. پیت و وات^۴ معتقدند که هوش ارتباطی یعنی توانایی سرپرستی کردن در کمک کردن به افراد در جهت حل مشکلاتشان که این هم برای زیر دست و هم برای بالا دست مهم است و برای هر دو نفع رضایت مندی به همراه دارد (ناوی پور، ۱۳۹۰) همزمان نظرش در مورد هوش ارتباطی وابسته به دو بخش مهم دانش پنهان و نهفته و دانش آشکار است که داشتن توانایی برای به کارگیری آن دانش مهم است. برای داشتن هوش ارتباطی به هنگام صحبت کردن، مهم است که حیطه شناختی و عاطفی و اداری از هم مجزا نشوند. همزمان بیان می کند که دانش و مهارت (توانایی به کارگیری دانش) برای درک ضروری است و حیطه های شناختی و عاطفی و اداری به عنوان بخشی از اجزای هوش ارتباطی می باشند. وایمن و بکلاند^۵ دو طبقه شامل بعد شناختی و بعد رفتاری را در هوش ارتباطی مورد توجه قرار دادند. بعد شناختی به نیاز دانستن و بعد رفتاری به چگونگی دانستن در رفتار متناسب به درک و مشاهده هوش ارتباطی فرد ارتباط پیدا می کند. اسپینزبرگ مدعی است که فقدان هوش ارتباطی عوارض سوء اجتماعی مثل تنهایی، افسردگی، استرس و اضطراب، فشار خون و بسیاری از بیماری های ذهنی درونی دیگر را در بردارد (ناوی پور، ۱۳۹۰).

عوامل موثر بر ارتباطات، که این عوامل به دو دسته کلی

تقسیم می شوند: عامل انسانی و عامل سازمانی

عامل انسانی: عامل انسانی جنبه های انسانی را در برمی گیرد

و ارتباط میان افراد را تحت تاثیر قرار می دهد و شامل سه جز

است: الف) ویژگی های فردی افراد: ویژگی های ذهنی، ادراکی

و روحی روانی و جسمانی. ب) ویژگی های اجتماعی افراد:

ویژگی های فرهنگی افراد، طبقه اجتماعی افراد و اعتبار افراد، (ج)

مهارت‌های ارتباطی: مجموعه‌ای از رفتارهای هدفمند، مرتبط و متناسب با وضعیت است که آموختنی و تحت کنترل فرد است و شامل مهارت‌های ارتباط کلامی (گفتاری و نوشتاری)، ارتباطات غیرکلامی (رفتارهای صوتی و غیرصوتی)، گوش دادن موثر و ارائه بازخورد می‌شود.

عامل سازمانی نیز ساختار و محتوای سازمان را در برمی‌گیرد و بر ارتباطات سازمانی تأثیر می‌گذارد و به دو دسته تقسیم می‌شود: ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی (مزروعی، غضنفری، ۱۳۹۲).

در میان عوامل ذکر شده، ویژگی‌های فردی مختلف نشان از نقاط قوت و ضعف افراد است که می‌توان برخی از آنها را در طی دوران زندگی بهبود بخشید (کشاورزیان و دیگران، ۱۳۹۴).

هوش فرهنگی

استفاده از هوش فرهنگی می‌تواند گزینه مناسبی برای شناخت فرهنگ‌های مختلف و به تبع آن شناخت افکار، احساسات و درک پیام‌های کلامی و غیر کلامی افراد از فرهنگ‌های مختلف باشد که حاصل آن، ارتباط موثر با جامعه استفاده کننده است. هوش فرهنگی به عنوان توانایی شخص برای عملکرد و مدیریت در یک موقعیت متنوع فرهنگی و ایجاد ساختار چند بعدی هدفمند در تعاملات میان فرهنگی با نژادها، قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف تعریف شده است (انگ، ۲۰۰۷). که در صورت فقدان درک صحیح از فرهنگ‌های متفاوت، روابط کاری دچار مشکل می‌شود (رجایی، اورعی، ۱۳۹۶). توماس و اینکسون^۹ هوش فرهنگی را توانایی به کارگیری مهارت‌های ارتباطی در محیط‌های مختلف تعریف می‌کنند. ارلی و انگ^۸، هوش فرهنگی را شامل چهار جزء فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری می‌دانند و به سخن انگ، هوش فرهنگی فراشناختی آگاهی فرهنگی فرد و آگاهی از نشانه‌های فرهنگی در تعامل با افراد است. هوش فرهنگی شناختی مشتمل بر آگاهی از هنجارها و شیوه‌ها در فرهنگ‌های مختلف است که از آموزش و پرورش و یا تجربیات شخصی به دست آمده است. و به تعبیر تریندیس^۹، این آگاهی شامل آگاهی از دستگاه‌های

اقتصادی، حقوقی و اجتماعی از فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌هاست (رجایی، اورعی، ۱۳۹۶) هوش فرهنگی انگیزشی نشان دهنده قابلیت یادگیری و عملکرد در موقعیت‌های متنوع فرهنگی است (انگ، ۲۰۰۷). هوش فرهنگی رفتاری شامل توانمندی به کارگیری رفتار کلامی و غیرکلامی مناسب در تعامل با افراد از فرهنگ‌های مختلف است (رجایی، اورعی، ۱۳۹۶). به سخن ارلی^{۱۰} (۲۰۰۳) آموزش و رشد هوش فرهنگی به تلاش‌ها و مداخله‌های طراحی شده برای ارتقای قابلیت‌های بین فرهنگی افراد و یا گروه‌ها اشاره دارد. که به آنان این اجازه را می‌دهد تا در موقعیت‌های فرهنگی مختلف تعامل موثرتری با دیگران داشته باشند. این تلاش‌های آموزشی برای پرورش فردی که از لحاظ فرهنگی توانا تر است طراحی شده‌اند و در حالت ایده‌آل تمام حوزه‌های هوش فرهنگی را شامل می‌شوند، مانند شناخت و فراشناخت، انگیزه و رفتار حسنی، ودادی، ۱۳۹۷) و به تعبیر باندورا^{۱۱} (۱۹۷۷) خودکارآمدی با هوش فرهنگی و آموزش هوش فرهنگی ارتباط دارد و به طور کلی به عنوان یک موضوع مهم در رشد هوش فرهنگی شناخته می‌شود. خودکارآمدی با خود انگاره و نظریه یادگیری اجتماعی مرتبط است و به عنوان قضاوت درباره توانایی یک فرد در دستیابی به یک عملکرد مشخص تعریف می‌شود. این موضوع به صورت، عزم فرد برای درگیر شدن در رفتاری که نتیجه مطلوب را به همراه خواهد داشت، نیز تعریف شده است (حسینی، ودادی، ۱۳۹۷) و به تعبیر از ورتیلی^{۱۲} (۲۰۱۲)، تجربه سفرهای بین‌المللی نیز یک نوع واضح از آن دست تجربیاتی است که طی آن فرد می‌تواند در فعالیت‌هایی که به طور بالقوه مرتبط با رشد هوش فرهنگی است شرکت کند (حسینی، ودادی، ۱۳۹۷). علاوه بر آن، تجربه کاری مؤثر در برابر عدم تجربه کاری و تجربه‌ی مدیریتی افراد نیز، آنها را در محیطی قرار می‌دهد که در آنجا تعامل اجتماعی مؤثر یک امر ضروری است که خود در نهایت تأثیر به‌سزایی در رشد هوش فرهنگی دارد (حسینی، ودادی، ۱۳۹۷). پایین بودن یا نبودن هوش فرهنگی در عصر حاضر، برای همه سازمان‌ها از جمله بانک‌ها

و موسسات مالی، مسایل و مشکلاتی را در پی خواهد داشت که نتیجه‌ی نهایی آن، عقب افتادن از صحنه رقابت خواهد بود. که اگر مدیران بانک به نتوانند هوش فرهنگی خود را در مقابل مخاطبین متعدد با فرهنگ‌های متفاوت افزایش دهند، در امر برقراری ارتباط موثر و در بازار رقابت ناموفق بوده و سهم خود را به نوعی در بازار از دست می‌دهند.

پیشینه تحقیق

طی بررسی‌هایی که محقق در زمینه پیشینه بررسی هوش فرهنگی و عوامل جمعیت شناختی موثر بر هوش ارتباطی مدیران انجام داد، نتیجه، هیچ پژوهشی را به صورت مستقیم حول هوش ارتباطی نشان نمی‌دهد لذا به جهت نزدیک بودن مفهوم هوش ارتباطی به مفاهیم حوزه‌های ارتباطی از جمله شایستگی ارتباطی و ارتباطات اثربخش و مهارت‌های ارتباطی، از پژوهش‌های مذکور در این راستا استفاده گردید: بلندکردار (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر هوش فرهنگی کارکنان بر ارتباطات اثربخش سازمانی، که با روش توصیفی و ابزار پرسشنامه بر ۲۵۰۰ نفر جامعه آماری انجام داده است، به این نتیجه رسید که در بین ابعاد هوش فرهنگی، فقط بعد انگیزشی بر ارتباطات اثربخش سازمانی تاثیر نداشته است و سایر ابعاد تاثیرگذار بوده‌اند.

رجایی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان، که با روش پیمایشی همبستگی بر ۴۸۴ نفر جامعه آماری انجام گردید، به این نتیجه رسید که میان مهارت‌های ارتباطی با هوش فرهنگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

هراتی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان نقش میانجی هوش فرهنگی با مهارت‌های ارتباطی در رابطه با مدیریت ارتباط با مشتری، که با روش توصیفی تحلیلی بر ۱۸۰ نفر جامعه آماری شامل مدیران مراکز ورزشی انجام گردید، به این نتیجه رسید که مهارت‌های ارتباطی از طریق هوش فرهنگی بر مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کشاورزبان (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان رابطه بین میزان

مهارت‌های ارتباطی و ویژگی‌های فردی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مازندران که با روش همبستگی و ابزار پرسشنامه بر کل شاغلین کتابخانه‌های استان مازندران به روش نمونه‌گیری سرشماری انجام گردید، به این نتیجه رسید که بین میزان مهارت‌های ارتباطی با سطح تحصیلات و رشته تحصیلی، رابطه معناداری وجود دارد.

توحیدنیا (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان ارزیابی مهارت‌های ارتباطی بین فردی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دانشکده پیراپزشکی کرمانشاه که با روش توصیفی مقطعی و ابزار پرسشنامه بر ۱۹۶ نمونه از دانشجویان انجام شد، به این نتیجه رسید که بین رشته تحصیلی و هم‌چنین مقطع تحصیلی دانشجویان با مهارت ارتباطی آنها رابطه معناداری وجود دارد.

نظری (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تدوین مدل معادلات ساختاری طبقه‌بندی مدیران براساس مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی در سازمان‌های ورزشی استان اصفهان، که با روش توصیفی و ابزار پرسشنامه بر ۵۰۰ نفر جامعه آماری شامل مدیران مراکز ورزشی استان اصفهان انجام شد، به این نتیجه رسید که بین مهارت‌های ارتباطی با هوش فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد.

صادقی‌نژاد (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان، بررسی تاثیر عوامل روانی و فردی آموزگاران بر اثربخشی ارتباطات آنان در مدارس ابتدائی دخترانه ناحیه یک شهر کرمان، که با روش توصیفی و ابزار پرسشنامه بر ۱۳۲۸ نفر جامعه آماری شامل کلیه معلمان زن مدارس ابتدائی ناحیه ۱ کرمان انجام شد، به این نتیجه رسید که، بین وضعیت تاهل آموزگاران با اثربخشی ارتباطات رابطه معناداری وجود دارد.

سلطان محمدی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل موثر بر تفاوت‌های ارتباطی زنان و مردان در روابط میان فردی، که با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه و نمونه ۴۸۴ نفر مردم تهران انجام شد، به این نتیجه رسید که بین جنسیت و خود شناسی با نحوه برقراری ارتباط افراد رابطه معناداری وجود دارد.

آلفرد پرسیترو^{۱۳} (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان اثربخشی

مدیران چینی در شرکت‌های چند ملیتی، که با روش توصیفی همبستگی با تعداد نمونه ۱۳۵ نفری انجام شد، به این نتیجه رسید که هوش فرهنگی هم بر ارتباطات و هم بر رضایت شغلی تاثیر مثبتی دارد.

سوزانه مارتینز^{۱۸} (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان ارتباطات بین فرهنگی و هوش فرهنگی در محل کار، که این تحقیق در بیمارستان‌های استرالیا طی روش تحقیق آمیخته کمی و کیفی با جامعه آماری ۴۰۰ نفری کمی و ۱۵ نفر جهت مصاحبه در قسمت کیفی انجام شد، به این نتیجه رسید که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی و ارتباطات بین فرهنگی وجود دارد و کسانی که هوش فرهنگی بالاتری دارند ارتباطات بیشتری هم با فرهنگ‌های مختلف داشته‌اند.

آنتونی اوگیونجینی^{۱۹} (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان عوامل جمعیت‌شناختی و حرفه‌ای بعنوان عوامل پیش‌بینی کننده رضایت‌مندی ارتباطی در میان کارکنان پارک‌های ملی نیجریه، که با روش توصیفی همبستگی و جامعه آماری ۲۳۱ نفری انجام شد، به این نتیجه رسید که بین میزان تحصیلات و سابقه کاری و سمت کاری با رضایت ارتباطی رابطه معناداری وجود دارد.

مادلین کروس (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان عوامل فردی، ارتباطات و مشارکت‌های اجتماعی در افراد مسن در لندن، که با ابزار مشاهده بر ۷۵ نفر از بیماران انجام شد، به این نتیجه رسید که ارتباطات اجتماعی با سن، تحصیلات و سلامت روان رابطه معناداری دارد.

در تحقیق حاضر، هوش ارتباطی مدیران به عنوان متغیر وابسته و هوش فرهنگی و عوامل جمعیت‌شناختی موثر بر آن به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده‌اند.

سوالات تحقیق

سوال اصلی تحقیق: میزان و سهم هوش فرهنگی و عوامل جمعیت‌شناختی در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی چگونه است؟

سوالات فرعی

۱- میزان تغییرات عوامل جمعیت‌شناختی (جنسیت،

ارتباطات بین فرهنگی، هوش فرهنگی و اشتراک دانش، در استرالیا، که با روش توصیفی همبستگی بر جامعه آماری ۵۰۰ نفری انجام شد، به این نتیجه رسید که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی و ارتباطات بین فرهنگی وجود دارد.

ای کوکو نورو^{۱۴} (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر جنسیت بر ارتباطات دیداری درمانی و رضایت‌مندی بیمار، در ژاپن، که با روش توصیفی همبستگی بر ۱۰۳ نمونه به صورت نمونه‌گیری تصادفی انجام شد، به این نتیجه رسید که بین جنسیت طرفین و رضایت‌مندی ارتباطاتی بیمار رابطه معناداری وجود دارد.

سلسوک یی کی^{۱۵} (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان رابطه بین شخصیت، هوش فرهنگی و شایستگی‌های ارتباطی درون فرهنگی در ترکیه، که با روش کیفی و انجام مصاحبه با کارکنان دو شرکت انجام شد، به این نتیجه رسید که هوش فرهنگی تاثیر مثبتی روی شایستگی ارتباطی دارد.

شما موخرجیا^{۱۶} (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان اهمیت هوش فرهنگی و اثربخشی ارتباطات برای آمادگی رهبری جهانی برای مدیران هندی، که با روش توصیفی همبستگی بر جامعه آماری ۲۰۰ نفری مدیران انجام شد، به این نتیجه رسید که اثربخشی مدیرانی که با تیم‌های چند فرهنگی تعامل دارند نسبت به مدیرانی که این تعامل را ندارد بیشتر است.

آن یوکیوی (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان عوامل فردی حمایت‌کننده ارتباطات میان فرهنگی در استونی، که از طریق مصاحبه الکترونیکی با دانشجویان انجام گردید، به این نتیجه رسید بین عوامل تربیتی، شخصیتی، فرهنگی و تکنولوژیکی با ارتباط بین فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد.

چین چو هوانگ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان تاثیر جنسیت بر ارزیابی مهارت‌های ارتباطی دانشجویان پزشکی در تایوان، که با روش توصیفی همبستگی بر ۲۵۳ نفر جامعه آماری انجام گردید، به این نتیجه رسید که بین جنسیت طرفین و مهارت ارتباطی رابطه معناداری وجود دارد.

جوست بوکر^{۱۷} (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان تاثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی ارتباطات، رضایت شغلی برای

لیکرت، در سه سطح نامطلوب (پائین) شامل میانگین‌های بین ۱ تا ۲/۳۳، نسبتاً مطلوب (متوسط) شامل میانگین‌های بین ۲/۳۳ تا ۳/۶۶، و مطلوب (بالا) شامل میانگین‌های بین ۳/۶۶ تا ۵، طبقه‌بندی می‌شوند. طبق این نظر، میانگین بدست آمده از متغیرهای جمعیت شناختی و هوش فرهنگی به ترتیب ۲/۴۳ و ۳/۴۳ گردید که در سطح متوسط توانستند هوش ارتباطی (۳/۱۶) را تبیین کند.

سال به بالا بوده‌اند. (۵/۲٪) دارای مدرک دیپلم، (۵/۲٪) فوق دیپلم، (۵۳/۹٪) لیسانس، (۲۹/۵٪) فوق لیسانس و (۶/۲٪) دارای مدرک دکترا بوده‌اند. (۱۳٪) افراد، مجرد و (۸۷٪) متاهل بوده‌اند و بیشترین درصد یعنی (۸۴/۴٪) شرکت کنندگان دارای سابقه خدمت بین ۱۰ تا ۲۰ سال بوده‌اند. مطابق جدول (۲)، آمار توصیفی متغیرهای مورد نظر مورد بررسی قرار گرفت. طبق نظر بازرگان (۱۳۸۶) میانگین‌های عددی به دست آمده از مقیاس پنج ارزشی

جدول ۲- آمار توصیفی ابزار اندازه‌گیری

| انحراف استاندارد | خطای استاندارد | میانگین | واریانس | پیشینه | کمینه | جنسیت | ویژگی‌های جمعیت شناختی |
|------------------|----------------|---------|---------|--------|-------|------------------|------------------------|
| ۰/۴۰ | ۰/۰۲ | ۱/۷۹ | ۰/۱۶ | ۲/۰۰ | ۱/۰۰ | سنوات خدمت | |
| ۰/۴۹ | ۰/۰۳ | ۲/۳۹ | ۰/۲۴ | ۳/۰۰ | ۲/۰۰ | سن | |
| ۰/۴۹ | ۰/۰۳ | ۲/۶۰ | ۰/۲۵ | ۳/۰۰ | ۲/۰۰ | تاهل | |
| ۰/۳۴ | ۰/۰۲ | ۱/۸۶ | ۰/۱۲ | ۲/۰۰ | ۱/۰۰ | سطح تحصیلات | |
| ۲/۴۳ | | | | | | | هوش فرهنگی |
| ۰/۵۷ | ۰/۰۴ | ۳/۵۹ | ۰/۳۲ | ۴/۷۵ | ۲/۷۵ | بعد فراشناختی | |
| ۰/۲۸ | ۰/۰۲ | ۲/۷۷ | ۰/۰۸ | ۳/۶۷ | ۲/۱۷ | بعد شناختی | |
| ۰/۴۶ | ۰/۰۳ | ۴/۱۵ | ۰/۲۱ | ۵/۰۰ | ۳/۴۰ | بعد انگیزشی | |
| ۰/۳۳ | ۰/۰۲ | ۳/۲۲ | ۰/۱۱ | ۳/۰۰ | ۲/۶۰ | بعد رفتاری | هوش ارتباطی |
| ۳/۴۳ | | | | | | | |
| ۰/۳۱ | ۰/۰۲ | ۲/۱۹ | ۰/۰۹ | ۳/۰۰ | ۱/۲۵ | ایجاد ارتباط | |
| ۰/۲۸ | ۰/۰۲ | ۳/۴۰ | ۰/۰۸ | ۴/۲۵ | ۲/۷۵ | قاطعیت | |
| ۰/۳۷ | ۰/۰۲ | ۲/۵۰ | ۰/۱۴ | ۳/۵۰ | ۱/۷۵ | افشای مسائل | |
| ۰/۷۱ | ۰/۰۵ | ۴/۰۲ | ۰/۵۱ | ۵/۰۰ | ۳/۰۰ | حمایت عاطفی | |
| ۰/۳۵ | ۰/۰۲ | ۳/۷۰ | ۰/۱۲ | ۴/۶۳ | ۲/۸۸ | مدیریت اختلاف‌ها | |
| ۳/۱۶ | | | | | | | |

اسمیرنف استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول (۳) نشان داده شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون در تمام متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، تمام متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمال می‌باشند، بنابراین از آزمون‌های پارامتری استفاده می‌شود.

جدول ۳- آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی توزیع متغیرها

آزمون نرمال بودن متغیرها

برای اجرای روش‌های آماری و استنتاج منطقی درباره سوالات، مهم‌ترین قدم، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است. لذا آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخوردار است. در این پژوهش، از آزمون کولموگروف

| سطح معناداری | کلموگروف اسمیرنوف Z | | |
|--------------|------------------------|--------------------|-------------|
| p > ۰/۰۵ | ۰/۶۲ | بعد فراشناختی | هوش فرهنگی |
| p > ۰/۰۵ | ۰/۵۵ | بعد شناختی | |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۳۵ | بعد انگیزشی | |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۶۱ | بعد رفتاری | |
| p > ۰/۰۵ | ۰/۶۶ | ایجاد ارتباط | هوش ارتباطی |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۵۵ | فاطعیت | |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۳۸ | افشای مسائل | |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۲۲ | حمایت عاطفی | |
| p > ۰/۰۵ | ۱/۷۷ | مدیریت اختلافها | |
| p > ۰/۰۵ | ۰/۴۵ | عوامل جمعیت شناختی | |

نشان می‌دهد، عوامل جمعیت شناختی با هوش ارتباطی رابطه مثبت داشته و در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ (p=۰/۰۰) این رابطه معنی‌داری گردیده است و متغیر سن ضریب همبستگی بیشتری با هوش ارتباطی داشته است:

$$r = ۰/۴۸, Pvalue = ۰/۰۰$$

سوال اصلی تحقیق، رابطه عوامل جمعیت شناختی و هوش فرهنگی در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی چگونه است؟ از آنجا که مطابق آزمون KS توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد. از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۴) مشخص می‌باشد. جدول،

جدول ۴- آزمون همبستگی ویژگی‌های جمعیت شناختی با هوش ارتباطی

| مقدار معنی‌داری | ضریب همبستگی پیرسون با هوش ارتباطی | | |
|-----------------|------------------------------------|-------------|------------------------------|
| ۰/۰۰ | ۰/۲۸ | جنسیت | ویژگی‌های جمعیت شناختی |
| ۰/۰۰ | ۰/۴۱ | سنوات خدمت | |
| ۰/۰۰ | ۰/۴۸ | سن | |
| ۰/۰۰ | ۰/۳۲ | تاهل | |
| ۰/۰۰ | ۰/۲۹ | سطح تحصیلات | |

انگیزشی ضریب همبستگی بیشتری با هوش ارتباطی ایجاد کرده است (r = ۰/۴۹, Pvalue = ۰/۰۰). نتایج در جدول (۵) مشخص است.

هم‌چنین ضریب همبستگی پیرسون در متغیرهای هوش فرهنگی نشان داد که رابطه مثبتی با هوش ارتباطی داشته و این رابطه معنی‌دار (p = ۰/۰۰) نیز می‌باشد و متغیر

جدول ۵- آزمون همبستگی هوش فرهنگی با هوش ارتباطی

| مقدار معنی‌داری | ضریب همبستگی پیرسون با هوش ارتباطی | | |
|-----------------|------------------------------------|---------------|------------|
| ۰/۰۰ | ۰/۴۳ | بعد فراشناختی | هوش فرهنگی |
| ۰/۰۰ | ۰/۳۸ | بعد شناختی | |
| ۰/۰۰ | ۰/۴۹ | بعد انگیزشی | |
| ۰/۰۰ | ۰/۳۶ | بعد رفتاری | |

سوال فرعی ۱، میزان تغییرات ویژگی‌های جمعیت شناختی (جنسیت، سن، تاهل، تحصیلات، سابقه

پرداخته و از روش رگرسیون چندگانه استفاده گردید. با توجه به تجزیه و تحلیل واریانس (جدول ۶) از متغیرهای جمعیت شناختی تنها دو متغیر سن ($F=5/96$) و $p=0/01$ و تاهل ($F=18/39$ و $p=0/00$) وارد مدل شده و توانسته‌اند به صورت معناداری تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کنند.

خدمت) در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی، چقدر است؟
براساس آزمون کولموگروف اسمیرنوف، مشخص گردید توزیع متغیرهای جمعیت شناختی از توزیع نرمال تبعیت می‌کند ($Z=0/45$ و $p>0/05$). در ادامه به بررسی معناداری مدل وارد شده به مدل رگرسیونی

جدول ۶- تجزیه و تحلیل واریانس

| سطح معنی‌داری | F | میانگین مجزورات | درجه آزادی | مجموع مجزورات | مدل | |
|---------------|-------|-----------------|------------|---------------|------------|-------|
| 0/01 | 5/96 | 0/24 | 1 | 0/24 | رگرسیون | مدل ۱ |
| | | 0/04 | 191 | 7/80 | باقی مانده | |
| | | | 192 | 8/04 | کل | |
| 0/00 | 18/39 | 0/71 | 1 | 0/71 | رگرسیون | مدل ۲ |
| | | 0/04 | 191 | 7/34 | باقی مانده | |
| | | | 192 | 8/04 | کل | |

در جدول (۷) تبیین تغییرات، مشخص است. مقدار R ضریب همبستگی مدل رگرسیون در متغیر تاهل برابر 0/29 و مقدار R^2 ضریب تعیین مدل رگرسیون در متغیر تاهل برابر 0/35 می‌باشد که نشان دهنده این است که متغیر تاهل 35٪ توانسته است تغییرات هوش ارتباطی را بصورت معنی‌دار ($P=0/00$) تبیین نماید.

هم‌چنین مقدار R ضریب همبستگی مدل رگرسیون در متغیر جنسیت برابر 0/17 و مقدار R^2 ضریب تعیین مدل رگرسیون در متغیر جنسیت برابر 0/25 می‌باشد. بنابراین متغیر جنسیت 25٪ توانسته است تغییرات هوش ارتباطی را به صورت معنی‌دار تبیین کند

جدول ۷- خلاصه مدل

| سطح معنی‌داری | درجه آزادی ۲ | درجه آزادی ۱ | تغییرات f | تغییرات R^2 | خطای استاندارد برآورد | R^2 تعدیل شده | R | متغیر پیش‌بین | |
|---------------|--------------|--------------|-----------|---------------|-----------------------|-----------------|------|---------------|-------|
| 0/01 | 191 | 1 | 5/96 | 0/03 | 0/20 | 0/25 | 0/03 | 0/17 | جنسیت |
| 0/00 | 191 | 1 | 18/39 | 0/09 | 0/19 | 0/35 | 0/09 | 0/29 | تاهل |

مشخص می‌سازد که این متغیر در مدل وجود داشته و مقدار ضریب استانداردش در سطح معنی‌داری کمتر از 0/05 اثری مثبت بر هوش ارتباطی داشته است. مقدار T متغیرها نیز مشخص کرد، وزن متغیر تاهل ($1/96 > T=4/29$) بیشتر از متغیر جنسیت ($1/96 > T=2/44$) است بنابراین متغیر تاهل رتبه بالاتری در تبیین تغییرات هوش ارتباطی دارد.

جدول (۸) ضرایب استاندارد، موثر بودن متغیر را نشان می‌دهد. مقدار ثابت در متغیر جنسیت و سطح معنی‌داری آن ($p=0/01$ ، $B=3/32$) مشخص می‌سازد که این متغیر در مدل وجود دارد و مقدار ضریب استانداردش در سطح معنی‌داری کمتر از 0/05 اثری مثبت بر هوش ارتباطی داشته است. مقدار ثابت در متغیر تاهل و سطح معنی‌داری آن ($p=0/00$ ، $B=3/50$)

جدول ۸- ضرایب

| سطح معنی داری | T | ضرایب غیراستاندارد | | مدل |
|---------------|-------|--------------------|----------------|------|
| | | Beta | خطای استاندارد | |
| $p < 0/05$ | ۴۹/۱۹ | | ۰/۰۷ | ۳/۳۲ |
| $p < 0/05$ | ۲/۴۴ | ۰/۱۷ | ۰/۰۴ | ۰/۰۹ |
| $p < 0/05$ | ۴۳/۸۱ | | ۰/۰۸ | ۳/۵۰ |
| $p < 0/05$ | ۴/۲۹ | ۰/۲۹ | ۰/۰۴ | ۰/۱۸ |

بنابراین نتیجه گرفته می‌شود، از متغیرهای جمعیت شناختی تنها دو متغیر جنسیت و تاهل ضریب تاثیر معنی داری داشته و به عبارتی متغیر جنسیت ۲۵ درصد و متغیر تاهل ۳۵ درصد

جدول ۹- نتایج تحلیل رگرسیون

| SE | R | R ² | F | B | β | |
|-----|------|----------------|-------|------|------|-------|
| ۳/۴ | ۰/۱۷ | ۰/۲۵ | ۵/۹۶ | ۰/۱۷ | ۳/۳۲ | جنسیت |
| ۳/۹ | ۰/۲۹ | ۰/۳۵ | ۱۸/۳۹ | ۰/۲۹ | ۳/۵۰ | تاهل |

سوال فرعی ۲، میزان تغییرات هوش فرهنگی (ابعاد فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی چقدر است؟
براساس آزمون کولموگروف اسمیرنوف، مشخص گردید توزیع متغیرهای هوش فرهنگی از توزیع نرمال تبعیت می‌کند ($Z=1/03$ و $p > 0/05$). در ادامه به بررسی معناداری مدل وارد شده به مدل رگرسیونی پرداخته و از روش رگرسیون چندگانه

استفاده گردید. با توجه به تجزیه و تحلیل واریانس (جدول ۱۰) مشخص گردید در سطح معنی داری ($P=0/00$) مدل رگرسیونی برازش داده شده معنادار است. براساس اطلاعات بدست آمده از جدول مذکور، از بین متغیرهای وارد شده به مدل تنها بعد انگیزش وارد مدل شده و توانست تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کنند ($F=12/90$ و $p < 0/05$).

جدول ۱۰- تجزیه و تحلیل واریانس هوش فرهنگی بر هوش ارتباطی

| سطح معنی داری | F | میانگین مجذورات | درجه آزادی | مجموع مجذورات | مدل |
|---------------|-------|-----------------|------------|---------------|------------|
| ۰/۰۰ | ۱۲/۹۰ | ۰/۵۱ | ۱ | ۰/۵۱ | رگرسیون |
| | | ۰/۰۴ | ۱۹۱ | ۷/۵۳ | باقی مانده |
| | | | ۱۹۲ | ۸/۰۴ | کل |

با توجه به جدول (۱۱) نیز، مقدار R ضریب همبستگی متغیر انگیزش برابر ۰/۲۵ و مقدار R² ضریب تعیین مدل رگرسیون در متغیر انگیزش برابر ۰/۳۰ می‌باشد. بنابراین متغیر

انگیزش ۳۰٪ توانسته است تغییرات هوش ارتباطی را تبیین کند که این تغییرات به لحاظ آماری معنادار می‌باشد ($P=0/00$).

جدول ۱۱- خلاصه مدل

| متغیر پیش‌بین | R | R ² تعدیل شده | خطای استاندارد برآورد | تغییرات R ² | تغییرات f | درجه آزادی ۱ | درجه آزادی ۲ | سطح معنی داری |
|---------------|------|--------------------------|-----------------------|------------------------|-----------|--------------|--------------|---------------|
| بعد انگیزش | ۰/۲۵ | ۰/۰۶ | ۰/۳۰ | ۰/۲۰ | ۱۲/۹۰ | ۱ | ۱۹۱ | ۰/۰۰ |

براساس جدول (۱۲)، مقدار ثابت متغیر انگیزش و سطح معنی داری ($p=0/00$ ، $B=2/70$) نشان می‌دهد این متغیر در

مدل وجود داشته و ضریب استاندارد در سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ اثری مثبت بر هوش ارتباطی داشته است. مقدار T این متغیر ($T=۳/۶۰ > ۱/۹۶$) نشان دهنده تاثیر مثبت بر هوش ارتباطی است.

جدول ۱۲- ضرایب

| سطح معنی داری | T | ضرایب غیراستاندارد | | مدل |
|---------------|------|--------------------|----------------|------------|
| | | Beta | خطای استاندارد | |
| p<۰/۰۵ | ۲/۷۵ | | ۰/۱۳ | مقدار ثابت |
| p<۰/۰۵ | ۳/۶۰ | ۰/۲۵ | ۰/۰۳ | بعد انگیزش |

بنابراین از بین متغیرهای هوش فرهنگی تنها متغیر انگیزش ضریب تاثیر معنی داری داشته و به عبارتی ۳۰٪ تغییرات هوش ارتباطی را پیش‌بینی می‌کند. نتایج تحلیل در جدول (۱۳) مشخص شده است.

جدول ۱۳- نتایج تحلیل رگرسیون

| SE | R | R ² | F | B | β | انگیزش |
|-----|------|----------------|-------|------|------|--------|
| ۳/۶ | ۰/۲۵ | ۰/۳۰ | ۱۲/۹۰ | ۰/۲۵ | ۲/۷۰ | |

سازمانی تاثیر نداشته است و سایر ابعاد تاثیر گذار بوده‌اند، همراستا نمی‌باشد.

سوال فرعی ۱: میزان تغییرات عوامل فردی (جمعیت شناختی: جنسیت، سن، تاهل، تحصیلات، سابقه خدمت) در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی، چقدر است؟ یافته‌ها نشان داد که تنها متغیرهای جنسیت و تاهل توانستند رابطه معنی داری با هوش ارتباطی برقرار کنند و مدل رگرسیونی طراحی شده برای متغیرهای جمعیت شناختی دو متغیر جنسیت (۲۵٪) و تاهل (۳۵٪) وارد مدل شده و توانستند تغییرات هوش ارتباطی را به صورت معناداری تبیین نمایند ($F=۱۲/۷۵$ و $p=۰/۰۰$). این نتایج با نتایج تحقیقات صادقی نژاد (۱۳۹۰) که به تاثیر وضعیت تاهل بر اثربخشی ارتباطات، و نتایج تحقیق سلطان محمدی (۱۳۸۹)، نورو (۲۰۱۷)، و هوانگ (۲۰۱۵) که به تاثیر جنسیت بر اثربخشی ارتباطات اشاره داشته‌اند، همراستا بوده لیکن با نتایج تحقیقات کشاورزبان (۱۳۹۴)، توحیدنیا (۱۳۹۳)، اوگیونجینمی (۲۰۱۳) و کروس (۲۰۰۵)، که به تاثیر مقطع تحصیلات بر اثربخشی ارتباطات و نتایج تحقیق کروس (۲۰۰۵) که به تاثیر سن در اثربخشی ارتباطات و تحقیقات اوگیونجینمی (۲۰۱۳) که به تاثیر سابقه در اثر بخشی ارتباطات اشاره داشته‌اند، همراستا نمی‌باشد.

بحث و نتیجه گیری

سئوال اصلی، رابطه عوامل جمعیت شناختی و هوش فرهنگی در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی چگونه است؟ یافته‌ها نشان داد که عوامل جمعیت شناختی رابطه مثبت و معنی داری با هوش ارتباطی ایجاد کرده و متغیر سن ضریب همبستگی بیشتری با آن نشان داده است ($r=۰/۴۸$, $Pvalue=۰/۰۰$). هم‌چنین متغیر هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی داری با هوش ارتباطی ایجاد کرده و بعد انگیزشی ضریب همبستگی بیشتری نشان داده است ($r=۰/۴۹$, $Pvalue=۰/۰۰$). نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات رجایی (۱۳۹۶) که به بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی کتابداران کتابخانه‌ها، پرداخته و به این نتیجه رسیده است که مهارت‌های ارتباطی با هوش فرهنگی رابطه مثبت و معناداری دارند و هم‌چنین مادلین کروس (۲۰۰۵) که به بررسی عوامل فردی، ارتباطات و مشارکت‌های اجتماعی در افراد مسن در لندن، پرداخته و به این نتیجه رسیده که ارتباطات اجتماعی با سن، تحصیلات و سلامت روان رابطه معناداری دارد، همراستا می‌باشد. لیکن با تحقیق بلندکردار (۱۳۹۶) که به بررسی تاثیر هوش فرهنگی کارکنان بر ارتباطات اثر بخش، پرداخته و به این نتیجه رسیده که فقط بعد انگیزشی هوش فرهنگی بر ارتباطات اثر بخش

تعداد نمونه ۱۹۳ نفری، ۲۰٪ است، بیانگر عدم استفاده از زنان در صحنه‌های مدیریتی این سازمان می‌باشد. براساس یافته‌های این تحقیق جمعیت متاهلین ۱۶۵ نفر و جمعیت مجردین، ۲۸ نفر از کل ۱۹۳ نفر مدیران آماری را تشکیل می‌دهد. تفاوت‌های ارتباطی براساس وضعیت تاهل در این پژوهش، بیانگر این مطلب می‌باشد که افراد متاهل بیشتر به فعالیت‌های جمعی تمایل دارند تا مجردین. در مقایسه با سایر تحقیقات، هیچکدام از محققان ذکر گردیده، وجود رابطه بین وضعیت تاهل و اثربخشی ارتباطات را تأیید نموده و تنها صادقی‌نژاد (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان بررسی تأثیر عوامل روانی و فردی آموزگاران بر اثربخشی ارتباطات آنان در مدارس ابتدائی دخترانه ناحیه یک شهر کرمان، به این نتیجه رسید که، بین وضعیت تاهل آموزگاران با اثربخشی ارتباطات در سطح همکاران رابطه معناداری وجود دارد.

سوال فرعی ۲: میزان تغییرات هوش فرهنگی (با ابعاد فراشناختی، شناختی، انگیزشی، رفتاری) در پیش‌بینی هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی، چقدر است؟ یافته‌ها نشان داد که تنها، بعد انگیزشی از میان ابعاد هوش فرهنگی بر هوش ارتباطی اثرگذار بوده است و ابعاد فراشناختی، شناختی و رفتاری تفاوت معنی‌داری را با هوش ارتباطی نشان داده است. بعد انگیزشی توانست ۳۰٪ تغییرات هوش ارتباطی را به صورت معناداری تبیین کند ($F=12/90$ و $p=0/00$). که در مقایسه نتایج این سوال در این پژوهش با نتایج سایرین می‌توان به تحقیقات ذیل اشاره نمود که: تحقیقات بلندکردار (۱۳۹۶)، رجایی (۱۳۹۶)، هراتی (۱۳۹۴)، نظری (۱۳۹۳)، پرسبیرو (۲۰۱۸)، موخرجیا (۲۰۱۵)، بوکر (۲۰۱۴)، بی‌کی (۲۰۱۶) که همگی به وجود رابطه معنادار و مسقیم هوش فرهنگی با اثربخشی ارتباطات اشاره داشته‌اند.

هوش فرهنگی به عنوان قابلیت مدیران صنعت بانکداری در عملکرد موثر در موقعیت‌هایی که با تنوع فرهنگی مشخص می‌شوند، یا توانایی آنها برای پذیرش موثر در فضاهای فرهنگی جدید، تعریف می‌شود. یافته‌ها نشان داد که هوش فرهنگی مدیران در بعد انگیزشی از مقدار بالایی

براساس یافته‌های این پژوهش، جمعیت زنان، ۳۸ نفر از کل ۱۹۳ نفر مدیران نمونه آماری را تشکیل می‌دهد. مطابق با نظر اندیشمندان، تفاوت‌های ارتباطی براساس جنسیت، نشان داده است که مردان نسبت به زنان رقابت‌پذیری، حس دستوردهی، حمایت زبانی در برقراری ارتباط دارند. مردان رک‌گوتر هستند و حالات روانی خود را صریح‌تر بیان می‌کنند. آنها در ارتباط با دیگران خودمحورتر از زنان هستند و در بیشتر مواقع سکوت را ترجیح می‌دهند. هم‌چنین مردان در برابر تغییرات مقاوم‌ترند، شناخت‌شان از خود کم است و دیدشان به مسائل سطحی‌تر از زنان است اما بسیار کنجکاوتر از آنها هستند. مردان خود را کمتر درگیر مسائل می‌کنند و خواسته‌های خود را بدون حاشیه مطرح می‌سازند و برای برقراری ارتباط مقدمه چینی نمی‌کنند. هم‌چنین اعتماد به نفس مردان بیشتر از زنان است. در مقابل زنان نسبت به مردان اجتماعی‌ترند، استقلال طلبی زیادی دارند و در برقراری ارتباط بسیار صمیمی هستند. زنان وظیفه‌گراتراز مردان هستند و اعتقادات بر روی برقراری و رابط آنها تأثیر زیادی دارد. زنان در پرسیدن سوال، از سوالات کوتاه استفاده می‌کنند. هم‌چنین زنان عمقی به مسائل می‌نگرند. آنها در روابط خود با دیگران بسیار محتاطانه عمل می‌کنند. زنان اهل تفکرند و ثبات شخصیت زیادی دارند و هم‌چنین زنان حالات روحی لطیف‌تری دارند. که این‌ها همگی نشان دهنده تفاوت‌های ارتباطی زنان و مردان در روابط میان فردی آنها در موارد اجتماعی و محیط کاری می‌باشد. پیرو تحقیقات سرویس (۲۰۰۵) و گلنزر (۲۰۱۴)، قربانی (۱۳۹۰)، هوش ارتباطی مدیران متأثر از عوامل چندگانه‌ای می‌باشد که از جمله آن می‌توان به سبک‌های ارتباطی متناسب در محیط‌های کاری، خودشناسی مدیر، اعتماد به نفس داشتن مدیر و ایجاد حس اعتماد در طرفین ارتباط می‌باشد، مطابق با یافته‌های این تحقیق و در نظر گرفتن یافته‌های محققان، می‌توان دریافت که این عوامل در تفاوت‌های جنسیتی مدیران باتک کشاورزی مشهود است. ضمن اینکه با در نظر گرفتن این مورد که تعداد مدیران زن در این بانک در همین

آن با هوش ارتباطی و از آنجائی که هوش فرهنگی به عنوان یک قابلیت در برقراری ارتباط موثر با افراد از فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مختلف شناخته می‌شود و بنا بر ماهیت کار بانک که مدیران و کارکنان آن به طور مستمر در حال تعامل و ارتباط با اقشار مردم با تنوع فرهنگی بسیار می‌باشند، برخورداری این نوع از هوش از طریق مولفه‌های آن حائز اهمیت است. به عبارتی دیگر، مدیران امروزی باید قابلیت انعطاف کافی برای سازش آگاهانه با هر موقعیت فرهنگی جدید را که با آن روبرو می‌شوند، را داشته باشند. در این راستا هوش فرهنگی مدیران است که به کمک سازمان خواهد شتافت چرا که افرادی با هوش فرهنگی پایین ممکن است قادر به ارتباط با همکارانشان از همان فرهنگ یا فرهنگ‌های دیگر نباشند و در نتیجه در کسب و کارشان دچار مشکل شوند. مدیران و سرپرستانی که تاثیر فرهنگ‌های بین‌المللی را در تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی نادیده می‌گیرند در تلاش برای بهبود کیفیت با شکست مواجه خواهند شد مگر اینکه بهبود و توسعه را با توسعه فرهنگ همگام سازند و در مقابل افرادی با هوش فرهنگی بالا قادر به تفسیر رفتار دیگران و در صورت نیاز، انطباق با رفتار دیگران هستند. با عنایت به موارد اشاره شده که نشان از رابطه مثبت و معنادار بین هوش فرهنگی در بعد انگیزشی آن بر هوش ارتباطی مدیران بانک کشاورزی دارد، می‌توان نتیجه گرفت هوش فرهنگی می‌تواند بر هوش ارتباطی مدیران در این سازمان تاثیر بگذارد و می‌توان انتظار داشت که با بالا بردن بعد انگیزشی هوش فرهنگی مدیران، هوش ارتباطی آنان نیز بهبود یابد. هم‌چنین نتایج آزمون توصیفی نشان داد که هوش فرهنگی و هوش ارتباطی مدیران این حوزه بالاتر از حد متوسط (۳) است لیکن جای ارتقا یافتن دارند. در فضای رقابت کنونی که یکی از سودمندترین استراتژی برای مدیران بانک‌ها، داشتن ارتباطات اثربخش است، توجه به هوش ارتباطی مدیران اهمیتی دو چندان می‌یابد.

ارائه پیشنهادات

با توجه به نتایج بدست آمده از پژوهش، پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

با توجه به اینکه رابطه هوش فرهنگی و هوش ارتباطی

برخوردار است و این حاکی از آن است که مدیران مورد مطالعه قابلیت توجه به سمت یادگیری درباره عملکرد در موقعیت‌های دارای تفاوت فرهنگی را دارا می‌باشند که این قابلیت شامل خودانطباقی و خودکارآمدی است. مدیرانی با هوش فرهنگی انگیزشی بالا، که اعتماد به نفس دارند و درباره توانایی‌های خود برای فعالیت در محیط‌های دارای فرهنگ مختلف مطمئن‌اند. این مولفه بر مهار کردن انرژی و هدایت آن به عنوان راهنمای هوش، تمرکز می‌کند و اطمینان و اعتماد بخش به مدیر به اینکه قادر است خود را با فرهنگ جدید تطبیق دهد، می‌باشد. مولفه انگیزشی هوش فرهنگی، حجم و جهت انرژی درونی مدیر برای تعامل موثر در فرهنگ جدید را نشان می‌دهد. بعد انگیزشی شامل سطحی است که در آن افراد درباره توانایی‌های خود در تعاملات میان فرهنگی اطمینان و اعتماد دارند و میزان گشودگی برای تجربه تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها و میزان رضایتی که از آن تعاملات در خود می‌یابند.

براساس یافته‌های پژوهش، پدیده هوش ارتباطی تحت تاثیر هوش فرهنگی و بعد انگیزشی آن قرار دارد. اگر چه این عامل بر همه مدیران تاثیر یکسانی نخواهد داشت و عوامل دیگری نیز می‌تواند در وضعیت هوش ارتباطی مدیران بانکداری تاثیرگذار باشد، لیکن تغییرات آن نیز می‌تواند با کاهش میزان هوش ارتباطی مدیران همراه باشد. هرچه میزان آگاهی مدیران از هوش فرهنگی کمتر باشد، کمتر تنوعات فرهنگی مانند تنوع قومی، زبانی و مذهبی را می‌پذیرند و ساختار ذهنی نامناسب‌تر و گرایش‌های فرهنگی پایین‌تری دارند. از آنجاکه مجموعه‌ای از عوامل مرتبط با یکدیگر بر هوش ارتباطی تاثیرگذار است. از این‌رو برای افزایش سطح هوش ارتباطی باید همه عوامل را با یکدیگر در نظر گرفت. در این پژوهش تاثیر هوش فرهنگی بر هوش ارتباطی تأیید گردید، لذا جهت فراهم نمودن شرایط افزایش سطح هوش فرهنگی مدیران می‌توان اطلاعات فرهنگی مدیران و امکان استفاده از خدمات فرهنگی را افزایش داد و با گسترش رسانه‌ها و کارگاه‌های آموزشی آگاهی‌شان از هوش فرهنگی را ارتقا بخشید. نظر به تأیید رابطه هوش فرهنگی و ابعاد

تائید شد، لذا متغیر هوش فرهنگی بر هوش ارتباطی مدیران موثر بوده و با تقویت هوش فرهنگی افراد، هوش ارتباطی آنها تقویت می‌گردد لذا پیشنهاداتی در مورد هوش فرهنگی، براساس ادبیات تحقیق به این بانک مطرح می‌شود:

براساس پژوهش‌های پیشین از جمله حیدری (۱۳۹۴)، رابطه مستقیم و معناداری میان سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی وجود دارد که افزایش سرمایه اجتماعی مستلزم افزایش مشارکت و تعاملات گروهی می‌باشد و بدین وسیله هوش فرهنگی نیز افزایش می‌یابد. هم‌چنین انگ (۲۰۰۶) به تاثیر و نقش مثبت پیش زمینه‌های مفهوم هوش فرهنگی افراد در افزایش هوش فرهنگی آنان، اشاره نموده است که عبارتند از: میزان تحصیلات، کار در خارج از کشور، مسافرت خارج از کشور و تسلط به زبان‌های خارجی که می‌توان از این نتایج به عنوان راهکارهایی جهت افزایش هوش فرهنگی استفاده نمود. چرا که هوش فرهنگی نیز به عنوان یک قابلیت در برقراری ارتباط موثر با افراد از فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مختلف شناخته می‌شود. از آنجا که در بین ابعاد هوش فرهنگی، تنها بعد انگیزشی توانسته است بر هوش ارتباطی مدیران موثر واقع شود و سایر ابعاد هوش فرهنگی میانگین قابل قبولی در این مورد نیافته‌اند لذا می‌بایست اقداماتی نیز در جهت بهبود هوش فرهنگی در ابعاد شناختی و رفتاری مدیران صورت گیرد.

هم‌چنین باتوجه به اینکه در بین عوامل جمعیت شناختی، تنها متغیرهای جنسیت و تاهل بر هوش ارتباطی مدیران موثر می‌باشند، پیشنهاد می‌گردد برای جلوگیری از پدیده سقف شیشه‌ای، هر چه بیش از پیش فضا را برای رویارویی زنان در عرصه‌های مدیریتی بیشتر کرد، همان گونه که ملاحظه گردید، تعداد زنان در نمونه آماری تنها ۳۸ نفر از کل ۱۹۳ نفر بوه است، که این پدیده نشان از ممانعت از ورود زنان به این عرصه می‌باشد. با تقویت این فرهنگ در میان سازمانها و جامعه و رویارویی بیشتر زنان در این عرصه‌ها می‌توان شاهد پیشرفت آنان در زمینه‌های هوش ارتباطی نیز بود که البته این مورد خود نیاز به پژوهش جداگانه‌ای دارد که لازم

است در پژوهش‌های آتی مورد تحقیق قرارگیرد.

منابع

اسکندری، کریم؛ قصابی خوشه مهر، نقی (۱۳۹۴). عوامل موثر بر ارتقای سطح مهارت‌های ارتباطی فرماندهان با سربازان دوره آموزشی در مراکز آموزشی و فرهنگی نزاجا، فصلنامه مدیریت نظامی، دوره ۱۵، شماره پنجاه و هفتم.

بلندکردار، رضا (۱۳۹۶). بررسی تاثیر هوش فرهنگی کارکنان بر ارتباطات اثربخش سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران شرق.

توحیدنیا، محمدرسول؛ نوری طهنه، حسنا (۱۳۹۶). ارزیابی مهارت‌های ارتباطی بین فردی و عوامل مرتبط با آن در دانشجویان دانشکده پیراپزشکی کرمانشاه در سال ۱۳۹۳، فصلنامه مرکز مطالعات و توسعه آموزش علوم پزشکی. دوره ۸، شماره یک.

حسینی، هدیه؛ ودادی، احمد (۱۳۹۷). بررسی عوامل فردی موثر بر رشد هوش فرهنگی کارکنان بانک تجارت. دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، ایران، تهران.

حیدری، مرضیه؛ محمدجانی، صدیقه (۱۳۹۴). رابطه هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری اعضای هیات علمی، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، دوره ۶، شماره سه.

خوانساری، رسول و دیگران (۱۳۹۰). وضعیت بانکداری در ایران و جهان، تهران: انتشارات پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.

دامغانیان، حسین؛ یزدانی، محمد (۱۳۹۶). ارتقای شایستگی ارتباطی کارکنان جانباز در پرتو هوش عاطفی، فصلنامه روان‌شناسی نظامی، دوره ۷، شماره بیست و هفت. رجایی، زهرا؛ اورعی، نرگس (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان اصفهان، فصلنامه علوم و فنون مدیریت

- اطلاعات، دوره ۳، شماره چهارم. هراتی، محسن؛ فهیم، حسن (۱۳۹۴). نقش میانجی هوش فرهنگی با مهارت‌های ارتباطی در رابطه با مدیریت ارتباط با مشتری، مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره ۳، شماره یازدهم.
- Aubato S (2006). Make the connection improve your communication at work and at home, London: Rivergate books.
- Ang, s, Vandyne, L & koh, C (2007). Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaption, Management and organization review.
- Bucker, J; Furrer, O; Poutsma, E & Buyense, D (2014). The impact of cultural intelligence on ommunication effectiveness, job satisfaction and anxiety for Chinese host country managers working for foreign multinationals, The international journal of uman resource management.
- Buhrmester, D; Furman, W (1988). Five domain interpersonal competence in peer relationship, journal of personality and social psychology.
- Cruice, M, Worrall, L (2005). personal factors, communication & predict social participation in order adults. communication & social participation in aging.
- Glaser, j (2014). coversetional intelligence. manchester: bibliomotion.
- Huang, C, Yang, Y & Lin, S (2015). The influence of gender on the communication skills assessment of medical students. european journal of internal medicine.
- Martins, S (2013). Intercultural communication and cultural intelligence in the workplace. Murdokh university, Australia, thesis of master of education, research.
- Mukherjia, SH; Jainb, N & Sharmab, R (2015). elevance of cultural intelligence and communication effectiveness for global leadership preparedness: study of Indian managers, Journal of international business research and marketing.
- NG, K; Van dyne, L & Ang, S (2012). Cultural intelligence a review, reflections, and recommendations for future research. Conductiong multinationals research.
- Noro, I; roter, D, kurosawa, S & miura, Y (2017). The impact of gender on medical visit
- سلطان محمدی، زهره (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر تفاوت‌های ارتباطی زنان و مردان در روابط میان فردی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- صادقی‌نژاد، افسانه (۱۳۹۰). بررسی تاثیر عوامل روانی و فردی آموزگاران بر اثربخشی ارتباطات آنان در مدارس ابتدائی دخترانه ناحیه یک شهر کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده ارتباطات. دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان.
- علامت، زلیخا (۱۳۹۴). بررسی اثربخشی آموزش راهبردهای مقابله‌ای بر باورهای فراشناختی و هوش ارتباطی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روان شناسی عمومی، دانشکده روان شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، بوشهر.
- کشاوریان، سلما؛ مهدوی، سکینه خاتون (۱۳۹۴). رابطه بین میزان مهارت‌های ارتباطی و ویژگی‌های فردی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مازندران، فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، دوره ۱۵ و ۱۶، شماره سوم و چهارم.
- کیوان، نادیا؛ صمدی، عباس (۱۳۹۲). بررسی نقش هوش هیجانی مدیران در برقراری ارتباطات اثربخش، فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره یک.
- مزروعی، حسین؛ غضنفری، احمد (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر اثربخشی ارتباطات سازمانی در یک سازمان دولتی، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۳، شماره دوم.
- ناوی‌پور، حسن (۱۳۹۰). تبیین فرایند و طراحی مدل کسب شایستگی ارتباطی مدیران بیمارستانی شهر تهران، رساله دکتری، رشته رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- نظری، رسول؛ سهرابی، زهرا (۱۳۹۳). تدوین مدل معادلات ساختاری طبقه‌بندی مدیران براساس مهارت‌های ارتباطی و هوش فرهنگی در سازمان‌های ورزشی استان اصفهان، مدیریت ورزشی، دوره ۸، شماره یکم.

relations.

Service, r (2005). CQ: the communication quotient for is professionals. Journal of information science.

Uukkivi, A (2015). personal factors supporting intercultural communication in e-learning of information sciences, E-learning of information sciences.

Yeke, S, Semercioz, F (2016). relationship between personality traits cultural intelligence, and intercultural communication competence, Social and behavioral sciences.

communication and patient satisfaction whithin the Japanese primary care contex, Patient education & counseling.

Ogunjinmi ,A, Ladebo, O & Onadeko,S (2013).demographic, & professional factors as predictors of communication satisfaction among Nigeria national parks employees, European scientific journal.

Presbiteri, A, Attar, Hooman (2018). Intercultural communication effectiveness, cultural intelligence and knowledge sharing: extending anxiety - uncertainty management theory, The international journal of intercultural

یادداشت‌ها

¹ quongo

² fergance

³ strander

⁴ petit & vaught

⁵ hymes

⁶ waitemann & backlund

⁷ thomas & inkson

⁸ early & ang

⁹ triandis

¹⁰ early

¹¹ bandura

¹² vertibelli

¹³ alfred presbitero

¹⁴ icoco noro

¹⁵ selcuk eke

¹⁶ shoma mokhrejia

¹⁷ joost bucker

¹⁸ susanneh martins

¹⁹ ogunjinmi