

ارائه مدل هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران

مهین کیخانزاد: دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.
سعید صفاریان همدانی*: عضو هیأت علمی، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.
فرشیده ضامنی: عضو هیأت علمی، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

چکیده: هدف از پژوهش حاضر، ارائه مدل معنویت هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران می‌باشد تا بتوان به واسطه آن از وضعیت مؤلفه‌های تبیین کننده هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان، آگاهی یافت. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی و بصورت مقطعی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه کارکنان دانشگاه فرهنگیان استان مازندران در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۹۶ به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشند. پژوهش بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۵۰ نفر از آزمودنی‌ها، با روش نمونه‌گیری سرشماری از جامعه مورد نظر انجام شده است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه، جمع‌آوری و از طریق نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنف، آزمون تی تک نمونه‌ای و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی و همچنین؛ نتایج حاصل از ضرایب استاندارد، مقادیر t و مقدار R^2 در تحلیل عاملی تأییدی، هر یک از مؤلفه‌های ۱. راهبردی(فراشناختی)، ۲. دانشی(شناختی)، ۳. انگیزشی و ۴. رفتاری، در تبیین هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران موثر هستند، پس مدل نهایی هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان متشکل از چهار مؤلفه ذکر شده، خواهد بود.

واژگان کلیدی: هوش فرهنگی، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، دانشگاه فرهنگیان استان مازندران.

***نویسنده‌ی مسؤول:** عضو هیأت علمی، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

(Email: mkeyka@yahoo.com)

مقدمه

متفاوت را مشاهده نمود. این در حالی است که ممکن است در یک کشور، محصولی طراحی، در ۱۰ کشور تولید و در بیش از ۱۰۰ کشور به فروش برسد. این واقعیت سبب پویایی فراوانی روابط در محیط‌های چند فرهنگی شده است، به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، ارزش‌ها، هنجارها و در یک بیان فرهنگ‌های متفاوت می‌تواند به عنوان منابع تعارض بالقوه ظهور کند و در صورت نبود درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه سازد (تریاندیس، ۲۰۰۶). این دشواری‌های ادراکی سبب ارائه مفهومی نوین در مباحث شناختی شده است که به نام هوش فرهنگی شناخته می‌شود. در شرایط کاری کنونی که تنوع و جهانی سازی به صورت فزاینده ای رشد کرده است، این هوش قابلیت مهمی برای مدیران، کارکنان و سازمان‌ها محسوب می‌شود (عباسعلی زاده، ۱۳۸۷). نظر به رشد روز افزون تعاملات و مبادلات بین المللی و ناهمگونی نیروی کار، بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت توجه خود را به شناسایی و تقویت قابلیت‌هایی که به حضور اثر بخش در محیط‌های بسیار پیچیده و پویا بینجامد، معطوف ساخته اند. در میان این قابلیت‌ها، هوش فرهنگی مهم‌ترین توانمندی است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چند فرهنگی به کار گرفت. هوش فرهنگی کمک می‌کند با درک سریع و صحیح مؤلفه‌های فرهنگی مختلف، رفتاری متناسب با هر یک از آنها بروز دهد. از طرفی دیگر محیط‌های پویایی که از ویژگی تحول تکنولوژی، اقتصادی و سیاسی برخوردارند به طور فزاینده به چابکی سازمانی نیاز دارند. شاید یک شاخص اصلی از این نیازها موجودی در حال رشد و استفاده فزاینده از ابزارهای مدیریت به همراه سابقه طولانی تلاش‌ها برای بهبود کارکردپذیری سازمانی در بخش‌های خصوصی و دولتی باشد (کریستنس، ۲۰۰۶). مدیران و کارکنان سازمان‌های کشور با دو قسم تنوع فرهنگی مواجه هستند؛ نخست اینکه ایران بدلیل تنوع قومی، گوناگونی فرهنگ دارد و دوم اینکه در شرایط کاری کنونی تنوع و مراودات میان فرهنگی به شکل فزاینده ای در حال گسترش است و تعامل با اشخاص و سازمان‌ها با زمینه فرهنگی متفاوت، گریزناپذیر می‌نماید (اصغری زاده و قاسمی، ۱۳۸۹)، به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت و بسیاری خصوصیات دیگر می‌تواند به عنوان منابع بالقوه تعارض ظهور کند و در صورت نبود درک صحیح، توسعه روابط کاری و عملکرد مناسب را با اشکال مواجه سازد (تریاندیس، ۲۰۰۶). لذا کارکنان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی که حسب ماهیت شغلی خود با افرادی از

امروزه، سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی کشور به کارکنانی نیاز دارند که بتوانند در شرایط و محیط‌های متفاوت، بهترین عملکرد را داشته باشند. با توجه به محیط‌های متفاوت و فرهنگ‌های گوناگون کشور و حتی تفاوت خرده فرهنگ‌های داخل یک شهر، سازمان‌ها در پی کارکنانی هستند که با فرهنگ‌های گوناگون دیگر آشنا باشند و بتوانند با افراد سایر فرهنگ‌ها بطور مناسب ارتباط برقرار کنند، این مهارت هوش فرهنگی نام دارد. هوش فرهنگی، قابلیت دانشستن نقش مؤثر در محیط‌های فرهنگی متفاوت است (اسلام پور، ۱۳۹۱). مورفی (۲۰۰۲) نشان داد که هوش‌های چندگانه ای برای موفقیت مدیران مورد نیاز است این محقق ضمن بیان این نکته که هوش بر ساخته‌ای چند بعدی است و شامل انواع مختلفی می‌باشد و در واقع هوش‌های چندگانه‌ای برای رهبری مورد نیاز است. هوش فرهنگی که نشان دهنده توانایی افراد در مواجهه مؤثر با جنبه‌های فرهنگی محیط می‌باشد و با تست‌های قابل سنجش است (ایرلی، ۲۰۰۳). هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد. برخی از جنبه‌های فرهنگ را به راحتی می‌توان دید. عوامل آشکاری مثل هنر، موسیقی و سبک رفتاری از این جمله اند. اما بیشتر بخش‌های چالش برانگیز فرهنگ، پنهان است. عقاید، ارزش‌ها، انتظارات، نگرش‌ها و مفروضات عناصری از فرهنگ هستند که دیده نمی‌شوند اما بر رفتار افراد موثرند. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند 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 می‌دهد (پیترسون، ۲۰۰۴). هوش فرهنگی به عنوان توانایی فرد برای تطبیق با فرهنگ‌های جدید تعریف می‌شود. محققان معتقدند هوش فرهنگی در راستای هوش عاطفی و اجتماعی است. هوش عاطفی فرض می‌کند که افراد با فرهنگ خود آشنا هستند بنابراین برای تعامل با دیگران از روش‌های فرهنگی خود استفاده می‌کنند. هوش فرهنگی جایی خودش را نشان می‌دهد که هوش عاطفی ناتوان است یعنی در جایی که با افرادی در محیط‌های ناآشنا سروکار داریم. هوش فرهنگی سه بخش و عنصر اساسی دارد: عنصر شناختی، عنصر روانی و انگیزشی و عنصر فیزیکی و رفتاری (فیاضی و همکاران، ۱۳۹۲). از آنجایی که بسیاری از سازمان‌های قرن بیست و یکم، چند فرهنگی هستند، می‌توان انواع کارکنان با فرهنگ‌های

فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های متفاوت داخلی ارتباط دارند؛ می‌بایست برای عدم به وجود آمدن اختلال در عملکرد، با فرهنگ‌های متنوع شغلی، ملی و سازمانی انطباق و سازگاری داشته باشند که این امر جز در سایه داشتن هوش فرهنگی میسر نمی‌باشد. حال با عنایت به مطالب گفته شده بالا، پژوهش حاضر در پی ارائه مدل هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران بوده و بدنبال پاسخگویی به این سؤال است که: ابعاد هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران، کدام است؟

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، تحقیقی کاربردی است و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی (غیر آزمایشی) از گروه پیمایشی و بصورت مقطعی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه فرهنگیان استان مازندران در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۹۶ به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشند. پژوهش بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۵۰ نفر از آزمودنی‌ها، با روش نمونه‌گیری سرشماری از جامعه مورد نظر انجام شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات لازم در مورد شناسایی مؤلفه‌های مدل هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران، پرسشنامه‌ای است که با مطالعه کامل پیشینه تحقیقات گذشته و تأکید بر تحقیقات آنگ و همکاران (۲۰۰۴) و ویلیام اچ پرادو (۲۰۰۶) در قالب ۲۰ گویه طراحی و پس از تأیید روایی و پایایی، مورد استفاده قرار گرفته است. روایی پرسشنامه پژوهش حاضر از نوع روایی صوری بوده که در این رابطه محتوای پرسشنامه، مورد بررسی متخصصین امر قرار گرفته و پس از تشخیص و اعلام نظر مساعد آنان، منطبق بر مؤلفه‌های تحقیق و مناسب تشخیص داده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز از یکی از معتبرترین روش‌ها، یعنی محاسبه آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان پایایی هر یک از متغیرهای پژوهش بشرح ۱. راهبردی (فراشناختی)، ۲. دانشی (شناختی)، ۳. انگیزشی و ۴. رفتاری، بر اساس ضریب آلفای کرونباخ، بترتیب ۰/۸۵، ۰/۸۴، ۰/۸۲ و ۰/۸۶ محاسبه گردید که نشان از پایایی بالای این پرسشنامه بوده است. آلفای کرونباخ کل پرسشنامه نیز ۰/۸۴ محاسبه گردید. برای بررسی و تحلیل داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه‌ای و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت پاسخگویی به این سؤال پژوهش، ابتدا با بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش در ایران و جهان، ۲۰ آیت

(گویه) بعنوان عوامل موثر احتمالی جمع‌آوری شد، سپس برای تعیین مؤلفه‌های اصلی، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۰ گویه بر اساس مقیاس لیکرت ۱ تا ۵ تنظیم و در بین کارکنان دانشگاه فرهنگیان استان مازندران با تعداد ۱۵۰ نفر پاسخگو، اجرا و داده‌های جمع‌آوری شده، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. ابتدا با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی به بررسی این موضوع پرداختیم که آیا سازه‌ی مورد نظر توانایی اندازه‌گیری هدف مورد نظر را دارد یا خیر؟ به طور کلی هدف از تحلیل عاملی اکتشافی کشف ابعاد اصلی سازه طراحی شده برای سنجش متغیر مورد نظر که در این تحقیق ابعاد هوش فرهنگی بوده، می‌باشد. برای تشخیص این مسئله که تعداد داده‌های مورد نظر (اندازه نمونه‌ها و رابطه بین متغیرها) برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ از شاخص آزمون تناسب کایزر - مایر و آزمون بارتلت استفاده گردید. آزمون تناسب کایزر- مایر شاخصی از کفایت نمونه‌گیری است که کوچک بودن هبستگی جزئی بین متغیرها را بررسی می‌کند. این شاخص در دامنه صفر و یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد نظر (اندازه نمونه) برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این صورت (معمولاً کمتر از ۰/۵) نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر چندان مناسب نمی‌باشد و اگر مقدار آن بین ۰/۵ تا ۰/۶۹ باشد داده‌ها متوسط بوده و داده‌ها باید با احتیاط بیشتری استخراج شوند و مقادیر بزرگتر از ۰/۷ نشان دهنده‌ی مناسب بودن حجم نمونه است. نتایج نشان داد که مقدار KMO (کفایت نمونه برداری) برابر ۰/۸۹۲ و سطح معناداری آزمون کرویت بارتلت برابر ۰/۰۰۰۹ است. بنابراین، علاوه بر کفایت نمونه برداری، اجرای تحلیل عاملی بر پایه ماتریس همبستگی مورد مطالعه نیز قابل توجیه خواهد بود. ارزش‌های ویژه ۵ عامل بزرگتر از ۱ که مجموعاً تقریباً ۷۳ درصد از تغییرات کل را بعهده دارند، در میان آن‌ها ارزش ویژه عامل اول برابر با ۴۴/۷۱، ارزش ویژه عامل دوم برابر با ۱۰/۵۹، عامل سوم برابر با ۷/۰۱، عامل چهارم ۵/۳۲ و عامل پنجم ۵/۱۶ است. با توجه به ارزش‌های ویژه عوامل ۵ گانه و نمودار به کامپیوتر دستور داده شد که تحلیل مولفه‌های اصلی را بر پایه استخراج ۸ عامل انجام و بارهای عاملی بزرگتر از ۰/۵۰ را مرتب کند. در ادامه نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و تعیین میزان بارعاملی هر یک از مؤلفه‌های اصلی هوش فرهنگی که با روش مولفه‌های اصلی و با دوران واریماکس پرداخته می‌شود. تحلیل عاملی سؤالات در پیوست این پژوهش ارائه گردیده است در سؤالات مربوط به هریک از

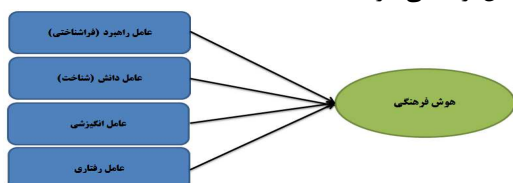
الگوی مورد نظر، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد و نیکویی برازش از بهترین و معروفترین و معروفترین بوده و می‌توانند در حد کفایت لازم، برازندگی الگوی مورد نظر را تعیین کنند. نتایج نشان داد که مقدار آماره‌ی کای-دو در مدل ۳۵۴/۸۵، درجه آزادی مدل نیز برابر با ۱۴۸ است که حاصل نسبت آنها برابر با ۲/۳۹ است که در حدود مقدار قابل قبول قرار دارد از طرفی دیگر شاخص‌های برازندگی الگو مانند NNFI، NFI، CFI و IFI همگی در حد قابل قبول و مناسب قرار دارند و شاخص SRMR نیز ۰/۰۶۳ است. پس از تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی، به بررسی نرمال بودن مولفه‌های مربوط به متغیر هوش فرهنگی می‌پردازیم. جدول (۲) نتایج مربوط به آزمون نرمال بودن مولفه‌ها را نشان می‌دهد، نحوه نتیجه‌گیری در این آزمون بدین صورت است که اگر میزان sig کمتر از ۰/۰۵ باشد، داده غیرنرمال و اگر بیشتر از ۰/۰۵ باشد، داده‌ها نرمالند. نتایج نشان داد که تمامی متغیرهای پژوهش نرمال می‌باشند، در نتیجه جهت آزمون برای این متغیرها از آزمون پارامتری استفاده شد. پس از آزمون نرمال بودن متغیرها، وضعیت متغیرهای پژوهش تعیین گردید. برای بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد. در جدول (۲) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای آمده است.

جدول شماره ۲- بررسی وضعیت موجود مولفه‌های هوش

فرهنگی، بر اساس آزمون t تک نمونه‌ای

وضعیت	نتیجه آزمون	مقدار ثابت مورد آزمون ۳				مؤلفه‌های هوش فرهنگی
		مقدار احتمال	درجه آزادی	آماره t	میانگین انحراف از معیار	
راهِبرد (فراشناختی)	رد فرضیه از بیشتر متوسط صفر	۰.۰۰۰۰۹	۱۴۹	۱۵.۸۸	۰.۸۱	۴.۰۵
دانش (شناخت)	رد فرضیه از بیشتر متوسط صفر	۰.۰۰۰۰۹	۱۴۹	۱۵.۵۲	۰.۸۶	۴.۰۹
انگیزشی	رد فرضیه از بیشتر متوسط صفر	۰.۰۰۰۰۹	۱۴۹	۱۵.۶۹	۰.۸۵	۴.۰۸
رفتاری	رد فرضیه از بیشتر متوسط صفر	۰.۰۰۰۰۹	۱۴۹	۱۳.۲۲	۰.۶۵	۴.۰۲
هوش فرهنگی	رد فرضیه از بیشتر متوسط صفر	۰.۰۰۰۰۹	۱۴۹	۱۸.۲۶	۰.۷۱	۴.۰۶

با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی، مدل هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان در استان مازندران بصورت ذیل ارائه می‌گردد:



شکل شماره ۱- مدل نهایی تحقیق پیشنهادات

ابعاد، سؤالاتی که نسبت اشتراک آنها از ۰/۵۰ کمتر می‌باشد، بیانگر این هستند که این سؤالات به خوبی با بقیه سؤالات منطبق نشده‌اند و بهتر است، حذف شوند، البته این کار باید مرحله به مرحله انجام شود. طبق نتایج به دست آمده مشخص شد که این بعد شامل ۴ عامل: راهبرد (فراشناختی)، دانش (شناخت)، انگیزشی و رفتاری است. قابل ذکر است عامل پنجم فقط شامل یک سؤال بوده که از گردونه سؤالات پرسشنامه حذف می‌گردد، بنابراین سؤالات نهایی پرسشنامه شامل ۱۹ گویه خواهد بود و سؤال اول مربوط به مؤلفه رفتاری حذف می‌گردد. برای تعیین میزان برازش و سازگاری عامل‌ها با آیتم‌های ارزیابی شده، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده می‌کنیم، عبارت دیگر برای تعیین روابط بین متغیرها و ضرایب اهمیت آنها در تبیین هر یک از عامل‌های هوش فرهنگی از تحلیل عاملی تاییدی (دو مرحله‌ای)، ضرایب استاندارد و مقادیر t استفاده شده است.

جدول شماره ۱- وضعیت مؤلفه‌های تبیین کننده هوش

فرهنگی

مؤلفه‌های هوش فرهنگی	بارعاملی استاندارد	مقدار t	ضریب تعیین R2	نتیجه
راه‌برد (فراشناختی)	۰.۹۲	۹.۴۰	۰.۸۵	معنی‌دار
دانش (شناخت)	۰.۸۰	۸.۲۱	۰.۶۴	معنی‌دار
انگیزشی	۰.۶۵	۷.۳۰	۰.۴۲	معنی‌دار
رفتاری	۰.۸۰	۸.۱۱	۰.۶۴	معنی‌دار

ضریب عاملی استاندارد مؤلفه راهبرد (فراشناختی) در تبیین هوش فرهنگی برابر با ۰/۹۲، مقدار t برابر با ۹/۴۰ که بزرگتر از ۱/۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که مؤلفه راهبرد (فراشناختی) در تبیین هوش فرهنگی مؤثر است. ضریب عاملی استاندارد مؤلفه دانش (شناخت) در تبیین هوش فرهنگی برابر با ۰/۸۰، مقدار t برابر با ۸/۲۱ که بزرگتر از ۱/۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که مؤلفه دانش (شناخت) در تبیین هوش فرهنگی مؤثر است. ضریب عاملی استاندارد مؤلفه انگیزشی در تبیین هوش فرهنگی برابر با ۰/۶۵، مقدار t برابر با ۷/۳۰ که بزرگتر از ۱/۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که مؤلفه انگیزشی در تبیین هوش فرهنگی مؤثر است. ضریب عاملی استاندارد مؤلفه رفتاری در تبیین هوش فرهنگی برابر با ۰/۸۰، مقدار t برابر با ۸/۱۱ که بزرگتر از ۱/۹۶ است، نتیجه می‌گیریم که مؤلفه رفتاری در تبیین هوش فرهنگی مؤثر است. بنابراین تمامی مؤلفه‌های در نظر گرفته شده در تبیین هوش فرهنگی مؤثر و معنی‌دار می‌باشند. پس از انجام تحلیل عاملی تاییدی بررسی کفایت مدل برازش داده شده انجام شد، قابل ذکر اینکه از میان شاخص‌های مختلف و متعدد برازندگی

Christensen, C. 2006. What is an Organization's Culture? Boston: Harvard Business School Publishing. Retrieved from www.hbr.org on 2/1/2013.

Fayyazi, M, Nazemi, S, Fathi M.A 2013, Measuring cultural intelligence and study the effective factors on it among university students, Journal of Culture, Islamic University, Third Year, No. 4, Pp. 603-626.

Earley, P.C, Ang, S 2003, Cultural intelligence: Individual Interactions across Cultures. Stanford, CA: Stanford Business Books.

Islampour, H 2012, Study the Relationship between Cultural Intelligence and Performance of Mazandaran Welfare employees, Thesis for Master degree, Public management, Payame Noor University, Tehran.

Peterson, B 2004. Cultural Intelligence: a Guide to Working with People from Other Cultures, Yarmouth, ME: Intercultural Press.

Triandis, C, Harry 2006. Cultural Intelligence in Organizations. Group & Organization Management, Vol.32, No.1, Pp. 20-26.

بر اساس داده های بدست آمده و با استناد به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها، پیشنهاداتی به شرح زیر به منظور بهبود وضعیت مؤلفه های تبیین کننده هوش فرهنگی در دانشگاه فرهنگیان استان مازندران ارائه می گردد: آگاهی و تقویت دانش فرهنگی کارکنان بمنظور تعامل مناسب و کارا با فرهنگ های مختلف برای تقویت بعد راهبرد (فراشناخت) هوش فرهنگی، آشنا نمودن کارکنان با ارزش های فرهنگی و اعتقادات مذهبی فرهنگ های گوناگون حاکم بر جامعه برای تعامل مناسب و تقویت بعد دانش (شناخت) هوش فرهنگی، تقویت بعد انگیزشی کارکنان از طریق تعامل با افراد از فرهنگ های متفاوت و از مناطق مختلف و رعایت رفتارهای کلامی و غیرکلامی بر اساس الزامات فرهنگی مختلف برای تقویت بعد رفتاری هوش فرهنگی.

References

Abbas Ali Zadeh, M 2008. Study the Effect of Cultural Intelligence on Managers' Successful Motivation, Thesis for Master Degree, Islamic Azad University, Science and Research Branch.

Asgharizadeh, E, Ghasemi, A.R 2010, Cultural Intelligence and its Functions in Organizations, The Monthly Journal of Cultural Engineering, Vol. 4, No. 41 - 42.

Presentation of Cultural Intelligence Model at Farhangian University in Mazandaran

Mahin Keikhanezhad¹

Saeed Saffarian Hamedani^{2,*}

Farshideh Zameni³

¹: Ph.D. Student of Educational Sciences, Educational Management, Islamic Azad University, Sari, Iran.

²: Faculty Member, department of educational management, sari branch, Islamic Azad, sari. Iran .

³: Faculty Member, department of educational management, sari branch, Islamic Azad, sari. Iran.

Abstract: The purpose of this study is to provide a spiritual cultural intelligence model at Farhangian University in Mazandaran, so by which we can be informed about the status of components explaining cultural intelligence at Farhangian University. The research is practical in terms of purpose, and as a research method, it is descriptive-survey and cross-sectional. The statistical population of research is consisted of all employees in Farhangian University of Mazandaran in academic year of 2016-2017 about 150 people. The research is based on data collected from 150 subjects, by using a census sampling method from the target population. The required data were collected by using a questionnaire and analyzed by SPSS and LISREL software. Kolmogorov-Smirnov test, one-sample t-test and exploratory and confirmatory factor analysis were used for data analysis. The research results show that, according to the results of exploratory factor analysis, as well as the results of standard coefficients, t values and R2 values in confirmatory factor analysis, each of the strategic components 1. (metacognition), 2. Cognitive, 3. Motivational and 4. Behavioral are effective in explaining cultural intelligence at Farhangian University in Mazandaran, so the final model of cultural intelligence at Farhangian University will be composed of four mentioned components.

Keywords: Cultural Intelligence, Exploratory and Confirmatory Factor Analysis, Farhangian University in Mazandaran.

***Corresponding author:** Faculty Member, department of educational management, sari branch, Islamic Azad, sari. Iran .

Email: : mkeyka@yahoo.com