

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال چهارم، شماره سیزدهم، زمستان ۱۳۹۰

ص ص ۱۳۳-۱۱۱

بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز

دکتر فیروز راد<sup>۱</sup>

دکتر فاروق امین مظفری<sup>۲</sup>

فتاح سلمان‌زاده مظلومی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۸/۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۳/۱/۳۱

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز می‌باشد. هوش فرهنگی توانایی فردی برای درک، تفسیر و عمل موثر در موقعیت‌های چند فرهنگی است. در تبیین سرمایه فرهنگی از نظریات بورديو استفاده شده است. سایر متغیرهای مستقل تحقیق عبارتند از: دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی.

روش تحقیق، پیمایش و از نوع همبستگی می‌باشد. از لحاظ زمانی، مقطعی و از نظر دامنه تحقیق، پهنانگر و از نظر وسعت‌خرد و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق تمامی مدیران دبیرستان‌های تبریز در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۱۳۹۱ می‌باشد. داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از طریق پرسشنامه و با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده و تصادفی ساده انتخاب شدند. برای محاسبه اعتبار گویه‌ها از طریق اعتبار صوری و پایایی گویه‌ها از آلفای کرونباخ و نیز برای آزمون فرضیه‌ها از تکنیک‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و آزمون مجذور استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هوش فرهنگی با متغیرهای سرمایه فرهنگی، دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین در تبیین هوش فرهنگی با استفاده از متغیرهای سرمایه فرهنگی، دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی با استفاده از آزمون رگرسیون

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷ - ۱۹۳۹۵ تهران - ایران.

E-mail: rad\_291@yahoo.com

E-mail: famin\_tab@hotmail.com

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه تبریز - ایران.

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز - ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: fattah.salmanzadeh@yahoo.com

چندگانه مشخص گردید حدود ۷۳ درصد از واریانس متغیر وابسته توسط متغیرهای مشارکت فرهنگی، سرمایه فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی و تحصیلات تبیین می‌شوند. واژگان کلیدی: مشارکت فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی.

#### مقدمه

هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند، دیگران چگونه فکری کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند، در نتیجه موانع ارتباطی میان فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی می‌دهد (فیاضی و دیگری، ۱۳۸۸). رشد روزافزون تعاملات و مبادلات بین‌المللی و ناهمگونی نیروی کار، توجه بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت و کسب و کار را به شناسایی و تقویت قابلیت‌هایی که به حضور اثربخش در محیط‌های بسیار پیچیده و پویای جهانی بینجامد، معطوف کرده است. هوش فرهنگی کمک می‌کند با درک سریع و صحیح مولفه‌های فرهنگی مختلف، رفتاری متناسب با هریک از آن‌ها بروز دهیم.

ارلی و انگ، هوش فرهنگی را توانایی یک فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید و همچنین قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند.

آن‌ها معتقد بودند در مواجهه با موقعیت‌های فرهنگی جدید، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی بر می‌آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند.

انسان در هر جامعه‌ای از وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متفاوتی برخوردار است. در واقع انسان‌ها دارای منزلت اجتماعی و سرمایه‌های متمایز از یکدیگر هستند که این سرمایه‌ها تأمین‌کننده منزلت او در جامعه می‌باشند. در این رهگذر، فرهنگ و سرمایه‌های فرهنگی وی رفتارها، نگرش‌ها و اظهارنظرهای او را هدایت کرده و از طرف دیگر در انتخاب‌های وی در زندگی روزمره نقش اساسی دارد. آنچه مسلم است، امروزه افراد دارای سرمایه‌های مختلفی هستند که سرمایه فرهنگی بیشترین تأثیر را بر افکار و رفتارهای آن‌ها داشته و فضای زندگی آن‌ها را شکل می‌دهد. بنابراین، نقش ساختارهای فرهنگی که در ارتباط با سرمایه فرهنگی می‌باشد، تأثیر بنیادی در شخصیت و سبک زندگی افراد ایفاء می‌کند (جوآنمرد و دیگری، ۱۳۸۹).

در نظر بورديو سرمایه فرهنگی عبارت از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب است (فاضلی، ۱۳۸۶). عبارت دیگر بورديو سرمایه را تلاشی برای در بند

کردن گذشته در آینده می‌داند و سرمایه فرهنگی را در سه شکل کالاها، مصنوعات و فرآورده‌های فرهنگی، به رسمیت شناخته شدن ذخیره دانش، مهارت و تجارب افراد، آن‌چنان که مثلاً در مورد مدارج و گواهینامه آموزشی و علمی و حرفه‌ای می‌توان در نظر گرفت و سرانجام تمایلات و عادت واره‌های افراد که آن‌ها را در پیشرفت و اندوختن مهارت و تخصص بیشتر یاری می‌رساند، متجلی می‌بیند (بورديو، ۱۹۸۶؛ به نقل از ذکایی، ۱۳۸۶).

مهر و دی مگیو نیز داشتن ذائقه‌های دارای پرستیژ و توانایی درک کردن و شناخت اشیاء یا سبک‌های هنری که دارندگان اقتدار فرهنگی به آن‌ها اهمیت می‌دهند را سرمایه فرهنگی می‌دانند (فاضلی، ۱۳۸۶).

امروزه نیروی انسانی از جمله مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شود. از این رو جذب و استفاده بهینه از استعدادها و کارکنان، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی و شکوفایی و بالندگی سازمانی را به دنبال خواهد داشت. از آنجایی که سازمان‌ها روند جهانی شدن را طی می‌کنند و نیروی انسانی هم متمایز شده است؛ درک این‌که چرا برخی از کارکنان در محیط‌های متمایز از نظر فرهنگی عملکرد بهتری را دارند؛ اهمیت بسزایی دارد. این امر در نهادها و سازمان‌های ایرانی که متشکل از کارکنانی از فرهنگ‌های متفاوت است اهمیت بسیاری دارد. از این رو توسعه، تعمیق و آشنایی هرچه بیشتر کارکنان و مدیران سازمان‌ها با مفهوم هوش فرهنگی، ابعاد و مؤلفه‌های موجود و ارائه راهکارهایی در جهت ارتقاء هوش فرهنگی نقش به‌سزایی را در اعتلای فرهنگ سازمانی و ملی دارد.

فراوانی و شدت تعاملات میان سازمان‌ها در سطح جهانی در حال افزایش است و جهانی شدن و تنوع، هوش و استعداد ویژه‌ای را طلب می‌کند که این عامل نقش به‌سزایی در فرایندهای مدیریتی و عملکرد شغلی افراد برعهده دارد. چرا که مردمان در سطح جهان زمینه‌های فرهنگی متفاوتی دارند و این مسئله نیاز به درک مفروضات، مصنوعات، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی دارد. هوش اجتماعی و فرهنگی به عنوان قلمرو جدیدی از هوش به این موضوع یعنی توانایی مؤثر عمل کردن در شرایط متفاوت فرهنگی می‌پردازد (قلی‌پور، ۱۳۸۶: ۳۴۹).

به عبارت دیگر این هوش مبین توانایی و استعداد درک موقعیت‌های مبهم اجتماعی و فرهنگی است و بر استعداد مدیریت، ایجاد و تعدیل معانی مشترک در محیط اجتماعی دلالت دارد (اصغری‌زاده و دیگری، ۱۳۸۹).

طبق تحقیقات انجام شده رابطه هوش فرهنگی با اثربخشی سازمان، اثر بخشی گروهی و موفقیت مدیران اثبات شده است. اما تاکنون تحقیقی در رابطه با ارتباط سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی انجام نشده است. تازگی داشتن موضوع به جهت خاصیت دانش‌افزایی آن نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. با توجه به این که مدیران بیشترین استفاده را از هوش فرهنگی می‌کنند و در محیط‌های چند فرهنگی در

موقعیت عمل بیشتری قرار دارند و هم‌چنین به دلیل در دسترس بودن، جامعه آماری این تحقیق، مدیران دبیرستان‌های تبریز انتخاب شد.

هر مدرسه با توجه به موقعیت مکانی و منطقه‌ای، بستر فرهنگی خاص خود را داشته و هرگونه تحلیلی درباره مسائل مدرسه نیازمند شناخت این بستر است. توفیق امر مدیریت در گرو شناخت صحیح از منابع انسانی و برقراری روابط مناسب میان آن‌ها و ترغیب آنان به کوشش در جهت دستیابی به اهداف سازمان‌ها است.

در هر جامعه ارتقاء سرمایه فرهنگی هر فرد کمک مؤثری بر بسط توسعه فرهنگی داشته است. حال این تحقیق با توجه به چارچوب تئوریک ارائه شده، درصدد آن است تا به بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز بپردازد.

**فرهنگ:** از دید «تایلر» انسان‌شناس انگلیسی، فرهنگ مجموعه پیچیده و کلیت هم تافته‌ای است شامل هنر، قانون، اخلاقیات، باورهای دینی، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادت که آدمیان به عنوان عضو جامعه به دست می‌آورند (روح‌الامینی، ۱۳۶۸). به زعم آلفرد کروبر<sup>۱</sup> فرهنگ انبوه واکنش‌های حرکتی اکتسابی، فنون، اندیشه‌ها، ارزش‌ها و رفتار ناشی از آن‌ها می‌باشد (چلبی، ۱۳۷۵). گیدنز معتقد است، فرهنگ عبارت از ارزش‌هایی است که اعضای یک گروه معین داشته و هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌شود. فرهنگ به شیوه زندگی اعضای یک جامعه هم‌چنین عادات و رسوم آن‌ها، همراه با کالاهای مادی که تولید می‌کند، مربوط می‌شود. به تعبیر وی، هر فرهنگی الگوهای رفتاری منحصر به فردی را داشته و برای مردمی که از زمینه‌های فرهنگی دیگری هستند، بیگانه می‌نماید (گیدنز، ۱۳۷۶).

**سرمایه:** از نظر «بورديو» سرمایه هرگونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره‌مندی از منافع خاصی که در این صحنه حاصل می‌گردد، مؤثر واقع می‌شود. به زعم وی سرمایه اساساً به سه صورت اقتصادی (دارایی، مالی و مادی)، فرهنگی (کالا، مهارت‌ها و عناوین نمادین کمیاب) و اجتماعی (منافعی که به صرف عضویت در گروه به خود تعلق می‌گیرد) دیده می‌شود (استونر، ۱۳۸۵). از نظر وی، سرمایه می‌تواند به عنوان مالکیت ثروت‌های مادی یا مالی، عنصر مهمی در تربیت اجتماعی و در روابط اجتماعی بخاطر تقابل بالقوه فقرا و ثروتمندان به شمار آید (شویره و دیگری، ۱۳۸۵).

**سرمایه فرهنگی:** اصطلاح سرمایه فرهنگی بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت و منابع مختلف بوده که بر موقعیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد. این اصطلاح هم‌چنین در قیاس با سرمایه اقتصادی و نظرات و قوانین و تحلیل مباحث مربوط به سرمایه‌داری رواج یافت (روح‌الامینی، ۱۳۶۸). از سوی دیگر،

<sup>۱</sup> Krober

سرمایه فرهنگی بعنوان صلاحیت در فرهنگ، پایگاه‌ها، ایده‌ها و گرایش‌ها تعریف شده و اغلب یک ساز و کار مهم در بازار تولید سلسله‌مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. بنابر عقیده بوردیو، سرمایه اقتصادی می‌تواند برای صاحب خود، سرمایه فرهنگی و اجتماعی نیز باز تولید و ایجاد کند (همان منبع).

### تعاریف سرمایه فرهنگی

**بوردیو:** سرمایه فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷). از دیدگاه بوردیو سرمایه آن چیزی است که به عنوان یک رابطه اجتماعی در درون یک سازواره از تعاملات، عمل می‌نماید و دامنه آن بدون هیچ تمایزی به تمامی کالاها، اشیاء و نشانه‌هایی که خود را به عنوان چیزهای کمیاب و ارزش‌مند، عرضه می‌دارند (و در یک ساختار مشخص اجتماعی، مورد تقاضا هستند) کشیده می‌شود و سرمایه فرهنگی به عنوان یک رابطه اجتماعی درون سازواره‌ای از تعاملات که مشتمل بر دانش فرهنگی انباشته عمل می‌کند، منتهی به قدرت و منزلت می‌گردد (هارکر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰).

**لامونت<sup>۲</sup> و لارو<sup>۳</sup>:** سرمایه فرهنگی عبارت است از مجموعه‌ای از نمادهای فرهنگی نهادی شده، مشترک و عالی رتبه (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷). **هایس<sup>۴</sup>:** اصطلاح سرمایه فرهنگی بازنمایی جمع نیروهای غیر اقتصادی مثل زمینه خانوادگی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آن‌هاست که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد (به نقل از ابراهیمی لویه، ۱۳۸۰).

**آشافنبرگ<sup>۵</sup> و موس<sup>۶</sup>:** سرمایه فرهنگی یعنی آشنایی با رمزگان فرهنگی طبقه مسلط و مهارت داشتن در به کارگیری این رموز.

**دومایس<sup>۷</sup>:** سرمایه فرهنگی عبارت است از «شایستگی‌های زبانی و فرهنگی» و «داشتن دانشی» درباره طبقات بالا.

**موهر<sup>۸</sup> و دیماجو:** سرمایه فرهنگی یعنی داشتن ذائقه‌های دارای پرستیژ و توانایی درک و شناخت اشیا یا سبک‌های هنری که دارندگان اقتدار فرهنگی به آن‌ها اهمیت می‌دهند (فاضلی، ۱۳۸۶).

**دیوید تراسبی:** سرمایه فرهنگی نوعی دارایی است که مجسم کننده، ذخیره کننده یا تأمین کننده ارزش فرهنگی علاوه بر هرگونه ارزش اقتصادی است که می‌تواند داشته باشد (تراسبی، ۱۳۸۲: ۶۸).

1. Harker  
2. Lamount  
3. Lareau  
4. Hayes  
5. Aschavonberg  
6. Muss  
7. Dumais  
8. Moher

"سرمایه فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، ایده‌ها و گرایش‌ها تعریف می‌شود و اغلب مکانیسم مهمی در بازتولید سلسله مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود" (روح‌الامینی، ۱۳۷۴: ۱۱۱). این سرمایه نقش بسیار مهمی در اندیشهٔ بوردیو ایفا می‌کند. سرمایه فرهنگی شامل «سلیقه‌های خوب، شیوه و راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی و شناختن و توانایی پذیرش محصولات مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر و ادبیات و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام نمادین است» (فاضلی، ۱۳۸۲). بوردیو تأثیر سرمایه فرهنگی بر مصرف، فعالیت و سبک زندگی فرهنگی افراد را با توسل به نظریه تمایز بیان می‌کند. مطابق این نظریه دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد خود را با مصرف فرهنگ و هنر متعالی از بقیه متمایز می‌کنند. داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر است و گرایش به فرهنگ و هنر متعالی ناشی از شایستگی ارتباطی بیشتر دارندگان این ظرفیت شناختی و کنجکاوی بیشتر ایشان برای رمزگشایی از محصولات فرهنگی است. بدین ترتیب سرمایه فرهنگی، از مسیری فردی ذهنی و نه بر اساس راهبردی اجتماعی مبارزه جویانه سبب گرایش افراد به سبک زندگی فرهنگی خاصی می‌شود (همان منبع).

"داشتن سرمایه فرهنگی کارکردهای مختلفی دارد: اولاً کسب مشروعیت از طریق بقیه سرمایه‌ها، منوط به تبدیل شدن آن‌ها به سرمایه فرهنگی است. کسی که به واسطه سرمایه فرهنگی منزلت دارد، می‌تواند روایت خود را از دنیای اجتماعی بر دیگران تحمیل کند، ثانیاً داشتن سرمایه فرهنگی بدین معناست که فرد می‌تواند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کند و نوعی گزینش دلخواه در عرصه فرهنگ انجام دهد. به بیان خود بوردیو «زیبایی‌شناسی محض» از اخلاق یا همان خلق و خوی فاصله گرفتن گزینشی از الزامات طبیعی و اجتماعی نشئت می‌گیرد" (همان: ۳۸). سه منبع عمده سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو عبارت‌اند از: پرورش خانوادگی، آموزش رسمی و فرهنگ شغلی. انباشت سرمایه فرهنگی در افراد از طریق این سه منبع سبب بروز تفاوت‌هایی در دارندگان سرمایه فرهنگی و کسانی که فاقد آن هستند، می‌شود.

**انواع سرمایه فرهنگی:** از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی می‌تواند به سه شکل وجود داشته باشد: در حالت متجسد، یعنی به شکل خصائل دیرپای فکری و جسمی، در حالت عینیت یافتگی به شکل کالاهای فرهنگی (تصاویر، کتاب‌ها، لغت‌نامه‌ها، ادوات، ماشین‌آلات و غیره) که تحقق نظریه‌ها یا نقد این نظریه‌ها و غیره است؛ و بالاخره، در حالت نهادینه شده، یعنی شکلی از عینیت یافتگی که باید حسابش را جدا کرد، زیرا خواص اصلی خود را یکسره به سرمایه فرهنگی، که بنا به فرض ضمانت‌کننده آن است، واگذار می‌کند (بوردیو، ۱۳۸۴).

**حالت متجسد:** اکثر خواص سرمایه فرهنگی را می‌توان از این نکته استنتاج کرد که این سرمایه در حالت بنیادین خود با کالبد مرتبط است و مستلزم تجسد است. انباشت سرمایه فرهنگی در حالت متجسد، پیشاپیش پیامد تجسد بخشیدن و به صورت جزئی از کالبد درآمدن، به کالبد پیوستن و جزئی از آن شدن

است. عمل اخذ و اکتساب کاری است که شخص روی خودش انجام می‌دهد، تلاشی است که ایضاً پیشاپیش در گرو صرف هزینه مستقیم توسط خود شخص است. سرمایه‌گذاری که از همه مهم‌تر است به صورت صرف وقت است، ولی ضمناً پای سرمایه‌گذاری چیز دیگری در میان است که از مؤلفه‌های اجتماعی تشکیل شده و خرج شدنش به حساب لیبیدو است. این سرمایه متجسد و این ثروت برونی را که به جزء جدانشدنی وجود شخص و محدوده اعمال عادت‌واره او تبدیل شده، نمی‌توان فوراً با هدیه یا خرید مبادله کرد. این حالت از سرمایه فرهنگی را نمی‌توان فراتر از ظرفیت‌های متناسب با یک فرد انباشت کرد. بلکه برعکس، همراه حامل خود (ظرفیت بیولوژیکی او، حافظه‌اش و غیره) رو به افول می‌نهد و می‌میرد. سرمایه فرهنگی بدین‌گونه موفق می‌شود شأن خصائل ذاتی را با فضیلت‌های اکتسابی در هم آمیزد و باز از آن‌جا که شرایط اجتماعی انتقال و استحصالش در مقایسه با شرایط سرمایه اقتصادی مستترترند، پیشاپیش آماده است تا هم‌چون سرمایه نمادین عمل کند، یعنی سرمایه محاسبه نشود بلکه به عنوان صلاحیتی مشروع و در مقام نوعی اقتدار که تأثیری به صورت نبود شناخت اعمال می‌کند، شناخته شود.

**حالت عینیت یافتگی:** سرمایه فرهنگی در حالت عینیت یافتگی، چند خصوصیت دارد که فقط در رابطه با سرمایه فرهنگی در شکل متجسد آن به تعریف در می‌آیند. سرمایه فرهنگی که به شکل اشیای مادی و رسانه‌هایی چون نوشته‌ها، نقاشی‌ها، بناهای تاریخی، ابزارها و غیره عینیت پیدا می‌کند، در حالت مادیت خود، قابل انتقال است. برای مثال، مجموعه‌ای از تابلوهای نقاشی را می‌توان درست همانند سرمایه اقتصادی منتقل کرد. اما آن‌چه در این میان قابل انتقال است مالکیت قانونی و حقوقی آن است نه مالکیت ابزار مصرف آن نقاشی یا استفاده از آن کالا.

سرمایه فرهنگی در حالت عینیت یافتگی خود با همه نمادهای جهان مستقل و منسجمی ظاهر می‌شود که محصول کنش تاریخی است اما قوانین خاص خود را دارد که از امیال و اراده‌های فردی به طور استعلایی فرا می‌گذرد و همان‌طور که مثال زبان به خوبی نشان می‌دهد، به آن‌چه هر عامل یا مجمعی از عاملان قادرند تصرف کنند، تقلیل‌ناپذیر می‌ماند. با این حال نباید فراموش کرد که این سرمایه به طور نمادین و از لحاظ مادی فعال، (فقط) به صورت سرمایه مؤثر وجود دارد. به بیان دیگر تا جایی که سخن از تصرف آن به صورت عوامل است، هم‌چون یک سلاح در میدان مبارزه تولید فرهنگی (عرصه‌های هنری، علمی و غیره) به کار گرفته می‌شود و روی آن سرمایه‌گذاری انجام می‌گیرد و فراتر از آن‌ها در عرصه طبقات اجتماعی یعنی عرصه مبارزه‌ای که در آن‌ها عوامل نیروی خود را به کار می‌برند و منافی متناسب با سهم خود از سرمایه عینیت یافته کسب می‌کنند و خلاصه به قدر اقتضای سرمایه متجسدشان توفیق می‌یابند، می‌توان موجودیتش را محرز شمرد (بوردیو، ۱۳۸۴).

**حالت نهادینه شده:** عینیت‌یابی سرمایه فرهنگی به شکل مدارک و مدارج آموزشی یک راه خنثی کردن خواصی است که ناشی از آن است که این سرمایه متجسد با جسم فرد حد و مرز یکسان دارد. این

عینیت‌یابی چیزی است که موجب تفاوت میان سرمایه خود آموخته از یک سو و سرمایه فرهنگی مستظهر به مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده و از نظر رسمی مستقل از شخص حامل، از سوی دیگر است. این حالت نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت است. احراز مدارک تحصیلی یا اعطای تمایز نهادی به سرمایه فرهنگی که در تملک یک فرد خاص قرار می‌گیرد، این امکان را به وجود می‌آورد که صاحبان این صلاحیت‌ها با هم مقایسه و حتی (با نشان دادن یکی به جای دیگری) مبادله شوند. به علاوه این امکان به وجود می‌آید تا نرخ‌های تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی را با تضمین ارزش پولی فلان سرمایه آکادمیک برقرار سازیم. این فرایند تبدیل سرمایه اقتصادی به سرمایه فرهنگی، بهای فلان صلاحیت خاص را نسبت به سایر صلاحیت‌ها و به همین قیاس ارزش پولی را که با آن می‌توان در بازار کار مبادله اش کرد، تعیین می‌کند از آن‌جا که سودهای مادی و نمادینی که مدارج تحصیلی تضمین می‌کند نیز به کمیابی آن بستگی دارد، سرمایه‌گذاری‌های انجام گرفته (بر حسب زمان و تلاش) ممکن است کمتر از آن‌چه قبلاً پیش‌بینی شده است، سودآور از کار در آید (همان منبع).

**هوش:** هوش از جمله مفاهیمی است که در حوزه روان‌شناسی تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. با وجود تعدد تعاریفی که از هوش ارائه شده است و یا ویژگی‌های متعددی که برای افراد باهوش مورد شناسایی قرار گرفته است، می‌توان جهت‌گیری‌های واحدی را در آن‌ها یافت. علاوه بر این پیوندهایی بین تعاریف مختلف از هوش و فضای مفهومی هوش فرهنگی و ابعاد آن وجود دارد که تلاش می‌شود تا به اختصار این پیوندها ذکر شوند.

احمدی و ماهر (۱۳۸۵) مجموعه‌ای از تعاریف طرح شده به ویژه توسط دانشمندان مختلف از نیمه اول قرن بیستم را گردآوری کرده‌اند که برخی از آن‌ها پیوند بیشتری با مفهوم هوش فرهنگی و یا یکی از ابعاد آن داشته و ارتباط برخی نیز کمتر است. این تعاریف به شرح زیر هستند:

- هوش عبارت است از ظرفیت و توانایی یادگیری؛
- هوش عبارت است از دانش‌پذیری و ظرفیت کسب آن؛
- هوش عبارت است از سازگاری فرد با محیط؛
- هوش توانایی تفکر بر حسب ایده‌های انتزاعی است؛
- هوش توانایی درک اشخاص و ایجاد رابطه با آن‌ها (هوش اجتماعی)، توانایی درک اشیا و کارکردن با آن‌ها (هوش عملی) و توانایی درک نشانه‌های کلامی- ریاضی و کار با آن‌هاست؛
- و هوش عبارت است از توانایی فرد برای اینکه به طور هدفمند عمل کند، به طور منطقی بیندیشد و به طور مؤثر با محیط مبادله نماید.

با توجه به تعاریف واژه‌های کلیدی می‌توان تعاریف اول، دوم و چهارم را بیشتر در ارتباط با بُعد شناختی و فراشناختی هوش فرهنگی دانست درحالی که تعاریف سوم، پنجم و ششم با مفهوم کلی



هوش فرهنگی ارتباط بیشتری دارند بدون آن که بر بُعد خاصی تأکید شده باشد (احمدی و دیگری، ۱۳۸۵).

### هوش فرهنگی

مفهوم هوش فرهنگی<sup>۱</sup> برای نخستین بار توسط ارلی و انگ<sup>۲</sup> از محققین دانشکده کسب و کار لندن با انتشار کتاب "هوش فرهنگی، تعاملات فردی بین فرهنگی<sup>۳</sup> در سال ۲۰۰۳ مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را توانایی یک فرد در راستای سازگاری موفقیت‌آمیز با محیط‌های فرهنگی جدید و همچنین قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند.

آن‌ها معتقد بودند در مواجهه با موقعیت‌های فرهنگی جدید، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد. تدوین چنین چارچوبی تنها از عهده کسانی بر می‌آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند.

توماس و ارلون<sup>۴</sup> هوش فرهنگی را به عنوان یک سیستم از توانایی‌های تعاملی تعریف کردند. در واقع هوش فرهنگی ظرفیتی است که به افراد اجازه می‌دهد تا در برابر طیف گسترده فرهنگ‌ها درک و فهم درستی داشته باشند و بطور مناسب عمل کنند. در تعریفی دیگر هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌های متنوع فرهنگی می‌باشد و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند (پیترسون، ۲۰۰۴).

هوش فرهنگی درک ظاهر و باطن افراد از نظر فکری و عملی است. همچنین چارچوب و زبانی را در اختیار ما قرار می‌دهد که تفاوت‌ها را درک کرده و روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کنیم نه این‌که آن‌ها را تحمل کرده یا نادیده بگیریم (Plum, 2007). فردی که دارای هوش فرهنگی بالاست توانایی یادگیری در محیط فرهنگی جدید را دارد و از رویارویی با فرهنگ‌های جدید لذت می‌برد (Deng & Gibson, 2008:184). انگ و همکاران (۲۰۰۷)، ارلی و انگ (۲۰۰۳) هوش فرهنگی را شامل چهار مؤلفه به صورت زیر مطرح می‌کنند:

**مؤلفه فرآشناختی هوش فرهنگی<sup>۵</sup>:** روشی است که یک فرد تجارب بین فرهنگی را از آن طریق استدلال می‌کند. این عنصر هوش فرهنگی، فرآیندی را مورد توجه قرار می‌دهد که افراد برای به دست آوردن و فهم دانش فرهنگی به کار می‌گیرند. یک مثال برای این مورد وقتی است که فرد مفاهیم و

<sup>۱</sup> cultural intelligence

<sup>۲</sup> Earley & Ang

<sup>۳</sup> Cultural Intelligence, Individual Interactions across Cultures

<sup>۴</sup> Thomas & Erlon

<sup>۵</sup> Metacognitive component

تصاویر ذهنی خویش را بر اساس یک تجربه واقعی که با انتظاراتش هماهنگ نبوده، تعدیل می‌کند. فراشناخت را می‌توان به دو عنصر مکمل دانش فراشناختی و تجربه فراشناختی تقسیم کرد. دانش فراشناختی به معنای چگونگی برخورد با دانشی است که تحت شرایط متنوع حاصل می‌شود و تجربه فراشناختی به معنای چگونگی یکپارچه کردن تجربیات مرتبط بعنوان راهنمای تعاملات در آینده است. شخصی که هوش فرهنگی بالایی دارد قادر است یک تصویر و نقشه مناسب از وضعیت اجتماعی داشته باشد تا بتواند به طور مؤثری عمل کند (ارلی و پیترسون، ۲۰۰۴).

**مؤلفه شناختی هوش فرهنگی<sup>۲</sup>:** شناخت یک فرد در مورد شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ‌ها است و دانش عمومی در مورد فرهنگ‌ها (برای مثال اطلاعاتی در مورد اعتقادات و باورهای مذهبی و معنوی و ارزش‌ها و باورها در مورد کار، زمان، ارتباطات خانوادگی، آداب و رسوم و زبان) را انعکاس می‌دهد.

**مؤلفه انگیزشی هوش فرهنگی<sup>۳</sup>:** اطمینان و اعتماد فرد به این که قادر است خود را با فرهنگ جدید تطبیق دهد. مؤلفه انگیزشی هوش فرهنگی، حجم و جهت انرژی افراد برای تعامل مؤثر در فرهنگ جدید را نشان می‌دهد. بُعد انگیزشی هوش فرهنگی شامل سطحی که در آن افراد در مورد توانایی‌های خود در تعاملات میان فرهنگی اطمینان و اعتماد<sup>۴</sup> دارند و میزان گشودگی<sup>۵</sup> برای تجربه تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها و میزان رضایتی که از آن تعاملات در خود می‌یابند، می‌باشد خودباوری<sup>۶</sup> یک جنبه کلیدی از هوش فرهنگی است و نقش مهمی در هوش فرهنگی ایفا می‌کند. خود کارآمدی به معنای قضاوتی است که فرد در مورد توانایی‌هایش برای انجام سطح مشخصی از عملکرد دارد (Bandura, 2000). خودباوری به تنهایی، توضیح کاملی از جنبه انگیزشی هوش فرهنگی نیست. یک مورد بسیار مهم دیگر هدف‌گذاری است (ارلی و پیترسون، ۲۰۰۴: ۱۱۳).

افرادی که مؤلفه 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 بُعد انگیزشی، هوش فرهنگی پایینی داشته باشد، هنگامی که در دست‌یابی به هدف دچار ناامیدی اولیه گردد، انتظارات کارآمدی بطور تصاعدی افت پیدا می‌کند، تصویر از خود منفی پیدا می‌کند و از تعامل با دیگران دوری کرده و انزوا اختیار می‌کنند (همان).

<sup>1</sup> Earley & Peterson

<sup>2</sup> Cognitive component

<sup>3</sup> Motivational component

<sup>4</sup> Confidence

<sup>5</sup> Openness

<sup>6</sup> Self – efficacy

**مؤلفه رفتاری<sup>۱</sup>:** قابلیت فرد برای نمایش اعمال کلامی و غیرکلامی مناسب در تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد (Earley & Mosakowski, 2004). این عنصر هوش فرهنگی بر روی این تمرکز می‌کند که افراد در شرایطی که در فرهنگ جدید قرار می‌گیرند چگونه عمل می‌کنند (اعمال آشکار فرد). و هوش فرهنگی رفتاری، به توانایی فرد برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد. جنبه رفتاری هوش فرهنگی بیان می‌کند که لازمه تعامل مؤثر در فرهنگ جدید صرفاً دانستن این که به چه صورت و چگونه رفتار کنیم (جنبه شناختی) و محرکی جهت تلاش برای عمل (جنبه انگیزشی) نیست، بلکه داشتن پاسخ‌های مناسب در مجموعه رفتاری<sup>۲</sup> فرد ضروری است. در صورتی که فرد این توانایی را نداشته باشد بایستی این قابلیت را در خود پرورش دهد. بروز خود<sup>۳</sup> به ویژه در رفتارهای اجتماعی بسیار مهم است. زیرا رفتاری که در فرآیند تعاملات اجتماعی اعمال می‌شود مقدمتاً به وسیله نیاز به مدیریت عقیده و احساس<sup>۴</sup> و بروز خود برانگیخته می‌شود.

توانایی درگردآوری اطلاعات، تفسیر آن‌ها و عمل کردن بر مبنای آن‌ها در موقعیت‌های چند فرهنگی (ارلی و پیترسون، ۲۰۰۴: ۱۰۲)، توانایی فرد برای سازگاری موفقیت‌آمیز با مجموعه‌های نوین فرهنگی که بر اساس زمینه فرهنگی فرد می‌توان آن‌ها را مجموعه‌های فرهنگی نامأنوس و ناآشنا دانست (ارلی، انگ و تان<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). و توانایی در تعامل اثربخش با مردمانی به لحاظ فرهنگی متفاوت (توماس، ۲۰۰۶). از جمله دیگر تعاریفی است که برای هوش فرهنگی ارائه شده است.

#### نگرش سه عاملی در سنجش هوش فرهنگی

در بررسی و سنجش هوش فرهنگی از نگرش سه عاملی استفاده می‌شود این سه عامل از سه بُعد هوش فرهنگی سود جسته است و شامل:

۱. بُعد عاطفی یا انگیزشی (قلب)

۲. بُعد شناختی (عقل)

۳. بُعد عملی (بدن) یا رفتاری است که در ادامه توضیح داده می‌شود.

هوش فرهنگی شامل ترکیبی از سه بُعد است و آن‌ها بر یکدیگر تاثیر می‌گذارند. این سه بُعد دارای اهمیت یکسانی هستند و ساختاری را شکل می‌دهند که به ما کمک می‌کند تا به یک درک عمیقی از برخورد میان فرهنگی دست یابیم و بعضی از گزینه‌ها را برای بهبود نتایج به ما نشان می‌دهد (Harris, 2004).

<sup>1</sup>. Behavioral component

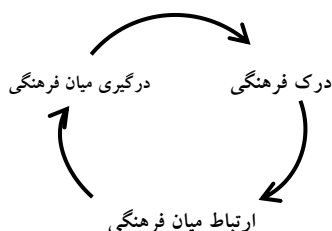
<sup>2</sup>. Repertoire

<sup>3</sup>. Self-presentation

<sup>4</sup>. Impression management

<sup>5</sup>. Early, Ang, Tan

بر اساس این مفهوم، هوش فرهنگی شامل برخورد با پویایی های هوشی و بخش های غیرمنطقی به همراه برخوردهای میان فرهنگی به همراه درک ابعاد و مهم تر از همه بُعد عملی است.



شکل شماره (۱): ابعاد هوش فرهنگی

توماس<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) هوش فرهنگی را در قالب سه متغیر دانش فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی و مراقبت‌های فرهنگی مورد بررسی قرار می‌دهد.

### دانش فرهنگی

درب‌گیرنده مجموعه‌ای از دانستنی‌ها در مورد این است که فرهنگ چیست؟ چگونه فرهنگ‌ها متفاوت می‌شوند؟ فرهنگ چگونه رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟

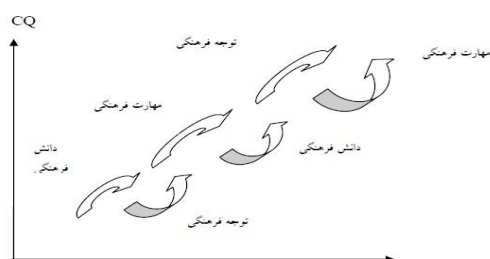
دو نوع دانش فرهنگی وجود دارد: دانش واقعی و دانش مجازی یا تفسیری. دانش واقعی روش مشخص دارد، قابل آموزش است. در حالی که دانش تفسیری به توانایی درک رفتار و الگوهای موجود در فرهنگ اطلاق می‌شود. در این حوزه دانش با احساس آمیخته است. این احساس بستگی به تجارب گذشته دارد. تأثیر فرهنگ بر رفتار از طریق ساز و کارهای شناخت و انگیزش صورت می‌گیرد. ساز و کار شناخت به چگونگی دریافت و تعبیر پیام‌های فرهنگی مربوط می‌شود. ادراک انتخابی و انتظارات افراد، نگرش‌های متفاوت و نمایش‌های رفتاری از نموده‌های تأثیر فرهنگ بر رفتار از طریق مکانیسم شناخت است ساز و کار انگیزش با در نظر گرفتن تفاوت‌های موجود در ادراک از خود، ترجیحات و انتخاب در رابطه با نیازها؛ در واقع این ساز و کار مشخص می‌کند، چه چیزی در هر فرهنگ مطلوب است (مشبکی و دیگری، ۱۳۸۸).

### توسعه هوش فرهنگی

مدل توسعه هوش فرهنگی بر اساس تقسیم‌بندی توماس (۲۰۰۴) در نمودار شماره (۱) آمده است. مراحل توسعه هوش فرهنگی عبارت است از:

<sup>۱</sup> Thomas

واکنش نشان دادن در برابر محرک های بیرونی.  
 تشخیص هنجارهای فرهنگی در محیط‌های جدید و داشتن انگیزه در جهت یادگیری بیشتر در مورد آن.  
 رفتارهای انطباقی با سایر فرهنگ‌ها.  
 به کارگیری هنجارهای فرهنگی مختلف در رفتارهای مشهود(به نقل از مشبکی و راموز، ۱۳۸۸).



نمودار شماره (۱): توسعه هوش فرهنگی

با توجه به موارد مطرح شده، هدف از این پژوهش سنجش رابطه سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز است. در کل می‌توان اهداف این پژوهش را به صورت زیر مطرح کرد:

#### هدف کلی:

- تعیین همبستگی بین سرمایه فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.

#### اهداف اختصاصی:

- تعیین همبستگی بین دانش فرهنگی مدیران و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
  - تعیین همبستگی بین مراقبت‌های فرهنگی مدیران و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
  - تعیین همبستگی بین مهارت‌های فرهنگی مدیران و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
  - تعیین ارتباط تحصیلات با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
  - تعیین همبستگی مشارکت فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
  - تعیین همبستگی ارتباطات فرهنگی با هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز.
- همچنین فرضیه‌های این تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

۱. بین سرمایه فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.
۲. بین دانش فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.
۳. بین مراقبت‌های فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.
۴. بین مهارت‌های فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.

۵. بین تحصیلات و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.
۶. بین مشارکت فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.
۷. بین ارتباطات فرهنگی و هوش فرهنگی مدیران دبیرستان‌های تبریز رابطه وجود دارد.

### ابزار و روش

روش تحقیق این پژوهش، پیمایش و از نوع همبستگی می‌باشد. از لحاظ زمانی، مقطعی و از نظر دامنه تحقیق، پهنانگر و از نظر وسعت خرد و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق کلیه مدیران دبیرستان‌های تبریز می‌باشد که طبق آمار سازمان آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی تعداد ۲۶۶ نفر می‌باشد.

نمونه آماری تحقیق فوق ۱۵۷ نفر مدیر دبیرستان‌های تبریز می‌باشد که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران با دقت برآورد ۰/۰۵ و حداکثر واریانس ۰/۲۵ و به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده و تصادفی ساده انتخاب شدند.

ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها پرسشنامه هوش فرهنگی می‌باشد. پرسشنامه هوش فرهنگی ۲۰ سؤالی که توسط آنگ و همکاران در سال ۲۰۰۴ طراحی شده است. این پرسشنامه دارای چهار عامل است که عبارت است از راهبردها یا فراشناخت، دانش یا شناخت، انگیزشی، رفتاری. پایایی این پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ۰/۹۳ گزارش گردیده است که پایایی قابل قبولی می‌باشد. پرسشنامه سایر متغیرها محقق ساخته می‌باشد.

برای تعیین روایی پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده و برای تعیین پایایی سایر متغیرها از آلفای کرونباخ استفاده شده که به شرح زیر می‌باشد. سرمایه فرهنگی ۰/۹۰۴، دانش فرهنگی ۰/۷۳۱، مراقبت‌های فرهنگی ۰/۷۰۸، مهارت‌های فرهنگی ۰/۷۹۱، مشارکت فرهنگی ۰/۹۳۱ و ارتباطات فرهنگی ۰/۷۸۱.

داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و در دو بخش توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل شدند. به طوری که برای توصیف صفات کیفی از درصد و فراوانی و صفات کمی از شاخص‌های پراکندگی استفاده شد. برای آزمون فرضیه‌ها نیز برای فرضیه‌های ۱ تا ۴ از ضریب همبستگی پیرسون و فرضیه ۵ آزمون مجذور (خی‌دو) و فرضیه‌های ۶ و ۷ از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. همچنین برای تبیین هوش فرهنگی بر اساس متغیرهای مستقل سرمایه فرهنگی، دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی از آزمون رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شده است.

## یافته‌ها

## یافته‌های تک متغیره

جدول شماره (۱): توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد
فوق دیپلم	۵	۳,۲
لیسانس	۸۵	۵۴,۱
فوق لیسانس	۶۳	۴۰,۱
دکتری	۴	۲,۵
جمع	۱۵۷	۱۰۰

جدول شماره (۲): توزیع پراکندگی متغیر مستقل و متغیرهای وابسته مدیران مورد مطالعه

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب کجی	حداقل	حداکثر
هوش فرهنگی	۱۵۷	۱۰۲,۷۱	۱۷,۴۳۱	-۰,۱۰۵	۶۴	۱۳۰
سرمایه فرهنگی	۱۵۷	۶۸,۳۴۳	۹,۴۴۶	۰,۴۸۷	۴۹	۸۲
دانش فرهنگی	۱۵۷	۵۷,۳۸۲	۸,۰۰۷	۰,۱۴۲	۴۱	۷۳
مراقبت‌های فرهنگی	۱۵۷	۲۲,۹۹۳	۳,۰۹۷	۰,۲۸۰	۱۶	۲۸
مشارکت فرهنگی	۱۵۷	۱۴,۱۹	۱۳,۱۹۹	-۰,۳۷۲	۱۱۹	۱۶۲
ارتباطات فرهنگی	۱۵۷	۵۷۹	۱,۹۷۱	-۰,۰۲۹	۶	۱۳

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود تمامی متغیرهای مورد بررسی در مدیران متوسط به بالا می‌باشد.

## یافته‌های دو متغیره: آزمون فرضیه‌ها

جدول شماره (۳): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی

متغیر وابسته	متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی)	تعداد
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	۱۵۷
۰/۶۰۲	۰/۰۰۰	

بر اساس اطلاعات بدست آمده از جدول شماره (۳) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان سرمایه فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با ۰/۶۰۲ بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با ۰/۰۰۰ است فرض H0 رد و H1 تایید می‌شود. یعنی بین سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۴): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین دانش فرهنگی با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (دانش فرهنگی)	تعداد	هوش فرهنگی
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	۰/۷۵۲	۰/۰۰۰
۱۵۷			

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۴) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان دانش فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با ۰/۷۵۲ بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با ۰/۰۰۰ است فرض H0 رد و H1 تایید می‌شود. یعنی بین دانش فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۵): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین مراقبت‌های فرهنگی با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (مراقبت‌های فرهنگی)	تعداد	هوش فرهنگی
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	۰/۷۱۶	۰/۰۰۰
۱۵۷			

بر اساس اطلاعات بدست آمده از جدول شماره (۵) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان مراقبت‌های فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با ۰/۷۱۶ بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با ۰/۰۰۰ است فرض H0 رد و H1 تایید می‌شود. یعنی بین مراقبت‌های فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۶): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین مهارت‌های فرهنگی با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (مهارت‌های فرهنگی)	تعداد	هوش فرهنگی
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	۰/۵۰۷	۰/۰۰۰
۱۵۷			

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۶) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان مهارت‌های فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با ۰/۵۰۷ بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با ۰/۰۰۰ است فرض H0 رد و H1 تایید می‌شود. یعنی بین مهارت‌های فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۷): نتیجه آزمون خی‌دو رابطه بین تحصیلات با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (تحصیلات)	تعداد	هوش فرهنگی
خی‌دو	سطح معنی‌داری	۳/۰۹۹	۰/۰۰۰
۱۵۷			



بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۷) در مورد بررسی رابطه بین تحصیلات با سطح هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار  $\chi^2$  دو برابر با  $34/099$  بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با  $0/000$  است فرض  $H_0$  رد و  $H_1$  تایید می‌شود. استقلال بین دو متغیر تحصیلات و هوش فرهنگی وجود ندارد و این دو وابسته‌اند. یعنی بین تحصیلات با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۸): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین مشارکت فرهنگی با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (مشارکت فرهنگی)	متغیر وابسته
تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
۱۵۷	$0/725$	$0/000$
هوش فرهنگی		

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۸) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان مشارکت فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با  $0/725$  بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با  $0/000$  است فرض  $H_0$  رد و  $H_1$  تایید می‌شود. یعنی بین سرمایه فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

**جدول شماره (۹): نتیجه آزمون همبستگی پیرسون رابطه بین ارتباطات فرهنگی با هوش فرهنگی**

متغیر وابسته	متغیر مستقل (ارتباطات فرهنگی)	متغیر وابسته
تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
۱۵۷	$0/452$	$0/000$
هوش فرهنگی		

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۹) در مورد بررسی میزان همبستگی بین میزان ارتباطات فرهنگی با میزان هوش فرهنگی بر اساس این که مقدار پیرسون برابر با  $0/452$  بوده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر با  $0/000$  است فرض  $H_0$  رد و  $H_1$  تایید می‌شود. یعنی بین ارتباطات فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد.

تبیین هوش فرهنگی بر اساس متغیرهای مستقل سرمایه فرهنگی، دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی.

به منظور تبیین هوش فرهنگی مدیران بر اساس مجموع متغیرهای مستقل معنی‌دار از رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شده است. در این روش اولین متغیر پیش‌بین براساس بالاترین ضریب همبستگی صفر مرتبه با متغیر ملاک وارد تحلیل می‌شود. از آن پس سایر متغیرهای پیش‌بین بر حسب ضریب همبستگی تفکیکی یا نیمه تفکیکی در تحلیل وارد می‌شود. در این روش پس از ورود هر متغیر جدید ضریب همبستگی تفکیکی یا نیمه تفکیکی تمام متغیرهایی که قبلاً در معادله وارد شده‌اند به عنوان آخرین متغیر ورودی مورد بازبینی قرار می‌گیرد و چنان‌چه با ورود متغیر جدید معنی‌داری خود را از دست داده باشد، از معادله خارج می‌شود (بازرگان و دیگری، ۱۳۸۹: ۹۳-۹۴). طبق اطلاعات به دست آمده از

جدول شماره (۱۰) ملاحظه می‌شود که در مجموع ۴ متغیر مستقل در شکل رگرسیونی باقی ماندند که ضریب همبستگی چندگانه آن‌ها با هوش فرهنگی مدیران ۰/۸۵۸ و ضریب تبیین خالص برابر با ۰/۷۳۶ به دست آمده است. و این بیانگر این است که حدود ۷۳ درصد از واریانس هوش فرهنگی توسط متغیرهای مستقل موجود در شکل تبیین می‌شود.

**جدول شماره شماره (۱۰): ضریب همبستگی چندگانه برای تبیین هوش فرهنگی مدیران**

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین خالص	انشایه معیار بر آورد	آماره تغییرات
۰/۸۵۸	۰/۷۳۶	۰/۷۲۹	۹/۰۷۴	۰/۰۰۴
				F تغییرات
				درجه آزادی ۱
				درجه آزادی ۲
				Sig F change
				۰/۱۲۵

#### متغیر وابسته: هوش فرهنگی

متغیرهای موجود در شکل: سرمایه فرهنگی، دانش فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی، تحصیلات، مشارکت فرهنگی و ارتباطات فرهنگی.

هم‌چنین شکل رگرسیونی تبیین شده نیز طبق جدول شماره (۱۱) آزمون تحلیل واریانس انجام شده خطی می‌باشد. زیرا مقدار F برای تعیین معنی‌داری اثر متغیرهای مستقل بر هوش فرهنگی برابر با ۱۰۵/۸۹۵ با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ می‌باشد.

**جدول شماره (۱۱): تحلیل واریانس برای آزمون معنی‌داری شکل رگرسیونی**

شکل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	P
۶	۳۴۸۸۰/۰۰۶	۴	۸۷۲۰/۰۰۲		
باقی مانده‌ها	۱۲۵۱۶/۵۱۶	۱۵۲	۸۲/۳۴۶	۱۰۵/۸۹۵	۰/۰۰۰
کل	۴۷۳۹۶/۵۲۲	۱۵۶			

در مجموع طبق اطلاعات به دست آمده از جدول شماره (۱۲) و با توجه به ضرایب بتاهای استاندارد شده ملاحظه می‌شود مشارکت اجتماعی با بتای ۰/۴۲۹، سرمایه فرهنگی با بتای ۰/۲۸۹، مراقبت‌های فرهنگی با بتای ۰/۲۱۷ و تحصیلات با بتای ۰/۲۱۰ در تبیین هوش فرهنگی سهم معنی‌داری دارند. هم‌چنین در ستون هم‌خطی چندگانه در فاکتور تورم واریانس (VIF) و تلرانس، میزان رابطه خطی بین متغیرهای مستقل را اندازه‌گیری می‌کنند. برای هر متغیر مستقل، تلرانس نسبتی از پراکندگی آن متغیر است که توسط رابطه خطی آن متغیر با سایر متغیرهای موجود در مدل تبیین نمی‌شود. با توجه به این که تلرانس یک نسبت است، مقدار آن بین صفر و یک تغییر می‌کند. مقدار نزدیک به یک به این معنی است که در یک متغیر مستقل بخش کوچکی از پراکندگی آن توسط سایر متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. مقدار نزدیک به صفر

به این معنی است که یک متغیر تقریباً یک ترکیب خطی از سایر متغیرهای مستقل است. اگر هر یک از تلرانس‌ها کوچکتر از ۰/۱ باشد وجود رابطه همخطی چندگانه ممکن است برای داده‌ها مشکل باشد (ضرایب بتا را ناپایا می‌سازد) و شاخص VIF همواره عکس تلرانس است به این معنی که هرچه مقدار VIF بیشتر می‌شود ضرایب رگرسیون ناپایا تر می‌شوند. هیچ یک از شاخص‌های مربوط به تلرانس در جدول کمتر از ۰/۱ گزارش نشده است. لذا هر یک از ضرایب مربوط ناپایا نیستند.

جدول شماره (۱۲): ضرایب متغیرهای مستقل در شکل رگرسیونی

همخطی چندگانه		Sig	T	ضرایب استاندارد شده	ضرایب خام	متغیرهای مستقل در شکل
تلرانس	تورم واریانس			Beta	B	
		۰/۰۰۰	-۷/۳۰۷		۸/۷۳۲	۶ مقدار ثابت
۱/۴۲۲	۰/۷۰۳	۰/۰۰۰	۴/۲۳۵	۰/۲۱۰	۱/۴۴۳	تحصیلات
۷/۹۶۹	۰/۵۰۸	۰/۰۰۰	۷/۳۳۲	۰/۴۲۹	۰/۰۷۷	مشارکت‌های فرهنگی
۱/۲۶۴	۰/۷۹۱	۰/۰۰۰	۶/۱۶۵	۰/۲۸۹	۰/۰۸۶	سرمایه فرهنگی
۲/۴۱۱	۰/۴۱۵	۰/۰۰۱	۳/۳۵۲	۰/۲۱۷	۰/۳۶۴	مراقبت‌های فرهنگی

### بحث و نتیجه‌گیری

هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار نزدیکی با محیط‌های کاری متنوع دارد. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند دیگران چگونه فکری کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند، در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش داده و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی می‌دهد.

افرادی که از هوش فرهنگی بالایی برخوردارند به سرعت متوجه تغییرات بستر فرهنگی می‌شوند. این افراد به راحتی از عهده تفاوت‌های ظریف فرهنگی برمی‌آیند و کنش‌های بین فرهنگی را خود به خود چنان تنظیم می‌کنند که منجر به تبادل بهتر و پیش‌بینی تفاوت‌های اندک بین فرهنگی شود. درک و فهم عقاید، ارزش‌ها و ادراکات فرهنگی دیگران کلیدی برای موفقیت است. در آینده، سازمان‌ها به لحاظ فرهنگی، سنی، جنسی و توانایی با تنوع زیاد نیروی کار رو به رو خواهند شد. چالش آینده سازمان‌ها آن است که چگونه از این تفاوت‌ها بعنوان دارایی استفاده کنند. عدم توجه به تفاوت‌های فردی و فرهنگی کارکنان، آنان را به مرور به نیروی کار ناراضی و در نهایت به منبع تعارض در سازمان تبدیل می‌کند. در مقابل، به کارگیری قابلیت‌های هوش فرهنگی موجب افزایش کارایی و اثربخشی کارکنان می‌شود. در محیط‌های کاری متنوع و جهانی امروز، کار تیمی بدون هوش فرهنگی غیر ممکن است. بهره‌برداری از تنوع فرهنگی کلیدی برای نوآوری و رشد می‌باشد. از این رو شناخت هوش فرهنگی و همچنین شناخت عوامل فرهنگی مرتبط با آن از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

در تحقیق حاضر به بررسی رابطه هوش فرهنگی با سرمایه فرهنگی و سایر متغیرهای مرتبط پرداخته شد. طبق اطلاعات به دست آمده از آزمون همبستگی مشخص گردید هوش فرهنگی با سرمایه فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین طبق اطلاعات بدست آمده از آزمون رگرسیون چندگانه مشخص گردید سرمایه فرهنگی با میزان بتای ۰/۲۸۹ در تبیین هوش فرهنگی موثر است.

سرمایه فرهنگی شایستگی‌های زبانی و فرهنگی است و نقش مهمی در موقعیت و سلسله مراتب اجتماعی افراد به عهده دارد. بر اساس نظریه تمایز بورديو، دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگ و هنرمتعالی از بقیه متمایز می‌کنند و داشتن سرمایه فرهنگی بدین معناست که فرد می‌تواند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا کرده به نوعی‌گزينش دلخواه درعرصه فرهنگ انجام دهد. همچنین داشتن سرمایه فرهنگی بالاتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر است و گرایش به فرهنگ و هنر متعالی ناشی از شایستگی ارتباطی بیشتر دارندگان این ظرفیت شناختی و کنجکاوی بیشتر ایشان برای رمزگشایی از محصولات فرهنگی است. توجه به سرمایه فرهنگی به عنوان یکی از عوامل موثر در تبیین هوش فرهنگی، حائز اهمیت است.

توماس، هوش فرهنگی را در قالب سه متغیر دانش فرهنگی، مهارت‌های فرهنگی و مراقبت‌های فرهنگی مورد بررسی قرار داده بود که در این تحقیق به آزمون تجربی آن پرداختیم. نتایج تحقیق حاکی از ارتباط مثبت و معنی‌دار بین سه متغیر فوق با هوش فرهنگی است.

دانش فرهنگی در بر گیرنده مجموعه‌ای از دانستنی‌ها است در مورد این‌که فرهنگ چیست؟ چگونه فرهنگ‌ها متفاوت می‌شوند و فرهنگ چگونه رفتار را تحت تاثیر قرار می‌دهد. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین هوش فرهنگی با دانش فرهنگی است. یعنی دانش فرهنگی بالاتر موجب افزایش هوش فرهنگی افراد می‌شود.

مراقبت‌های فرهنگی آگاهی داشتن از ایده‌ها و احساسات و نگرش‌ها و عوامل موثر در ادراک خود فرد و دیگران و توجه به این نکته است که آن‌چه در رفتار افراد مشاهده می‌کنیم، همگی تحت تاثیر فرهنگ آن‌ها می‌باشد. مراقبت‌های فرهنگی بالاتر موجب افزایش هوش فرهنگی می‌شود.

مهارت‌های فرهنگی که به سه دسته مهارت‌های ادراکی، ارتباطی و تطبیقی تقسیم‌بندی می‌شوند عبارت است از: درجه استقبال افراد از تجربه‌های جدید، بالا بودن تحمل درمقابل عدم اطمینان (ادراکی)، انعطاف‌پذیری، همدلی و روابط اجتماعی قوی (ارتباطی) و رفتارهای انطباقی و انعطاف‌پذیری رفتاری. مهارت‌های فرهنگی بالا موجب افزایش هوش فرهنگی می‌شود.

از دیگر اهداف تحقیق تعیین رابطه بین تحصیلات با هوش فرهنگی است. تحصیلات که جنبه نهادی سرمایه فرهنگی است از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و دانشمندان بسیاری، نظرات مثبتی در رابطه با امکان افزایش هوش از طریق تحصیل و آموزش ارائه کرده‌اند. طبق نتایج به دست آمده از آزمون مجذور

بین تحصیلات و هوش فرهنگی، مشخص شد بین تحصیلات با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد و میزان تحصیلات بالاتر به معنی هوش فرهنگی بالاتر می‌باشد.

از دیگر اهداف تحقیق تعیین رابطه بین مشارکت فرهنگی با هوش فرهنگی است. یکی از محورهای اصلی توسعه و شاید اصلی‌ترین آن را باید مشارکت فرهنگی دانست. اگر بنا باشد توسعه فرهنگی تحقق یابد، باید فرهنگ از وضعیتی که در آن به شکل کالایی لوکس مطرح است، خارج شود و در دسترس همگان به ویژه گروه‌های محروم اقتصادی، اجتماعی قرار گیرد. مشارکت فرهنگی بهره‌مندی و بهره‌گیری عموم مردم از مجموع کالاها، تجهیزات، اشیاء و محتوای فرهنگی را ممکن می‌کند. عوامل متعددی می‌تواند مشارکت مردم بویژه جوانان را به عنوان سرمایه‌های انسانی در فعالیتهای فرهنگی تحت تأثیر قرار دهد. بدیهی است برای بررسی این عوامل به آگاهی از شیوه‌های رفتاری مردم، علاقه، نگرش و انگیزه آنان نسبت به فعالیتهای فرهنگی و شناخت موانع و محدودیت‌های مشارکت فرهنگی نیاز است. «مشارکت مردم در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جوامع، امروزه یکی از معیارهای توسعه پایدار و پایداری اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به شمار می‌رود» (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۴: ۶). براساس نتایج به دست آمده مشخص شد بین مشارکت فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد یعنی هرچه میزان مشارکت فرهنگی افزایش یابد میزان هوش فرهنگی افزایش می‌یابد.

از دیگر اهداف تحقیق تعیین رابطه بین ارتباطات فرهنگی با هوش فرهنگی است. به نظر لاندبرگ، شراک و لارسن، زمانی که انسان‌ها از طریق نمادهایی چند به تأثیر بر یکدیگر می‌پردازند، در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته‌اند. ارتباط را می‌توان جریانی دانست که در طی آن دونفر یا بیشتر به تبال افکار، نظرات، احساسات و عقاید خود می‌پردازند و از طریق به کار بردن پیام‌هایی که معنایش برای کلیه آن‌ها یکسان است، به انجام این امر مبادرت می‌ورزند.

می‌توان گفت، ارتباط سرچشمه فرهنگ و موجب تکامل آن است. تا زمانی که انسان‌ها پراکنده بودند، به درستی هیچ یک از عناصر ارتقای فرهنگی را کسب نکردند.

ارتباط اجتماعی سر آغاز پیدایی و عامل اساسی در تداوم جامعه است؛ با آن فرآیند اجتماعی شدن تحقق‌پذیر است؛ موجب پیدایی فرهنگ می‌گردد و انتقال آن را از نسلی به نسل دیگر میسر می‌سازد (ساروخانی، ۱۳۷۲). بر اساس نتایج به دست آمده مشخص شد بین ارتباطات فرهنگی با هوش فرهنگی رابطه وجود دارد یعنی هرچه میزان ارتباطات فرهنگی افزایش یابد میزان هوش فرهنگی افزایش می‌یابد. براساس اطلاعات بدست آمده از آزمون رگرسیون چندگانه مشخص گردید حدود ۷۳ درصد از واریانس هوش فرهنگی با متغیرهای مشارکت فرهنگی، سرمایه فرهنگی، مراقبت‌های فرهنگی و تحصیلات تبیین می‌شود که به ترتیب مشارکت فرهنگی با بتای ۰/۴۲۹، سرمایه فرهنگی با بتای ۰/۲۸۹، مراقبت‌های فرهنگی با بتای ۰/۲۱۷ و تحصیلات با بتای ۰/۲۱۰ در تبیین هوش فرهنگی سهم معنی‌داری دارند.

## منابع

- ابراهیمی‌لویه، ع. (۱۳۸۰). نابرابری اجتماعی و سرمایه فرهنگی (بررسی تأثیر نابرابری اجتماعی بر توزیع سرمایه فرهنگی و نقش سرمایه فرهنگی در بازتولید طبقه اجتماعی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی. احمدی، ح؛ و دیگری. (۱۳۸۵). شناخت بازی‌های ذهن. تهران: نشر پردیس.
- اصغری‌زاده، ع؛ و دیگری. (۱۳۸۹). هوش فرهنگی و کارکردهای آن در سازمان‌ها. مهندسی فرهنگی، سال چهارم، شماره ۴۱-۴۲. پورديو، پ. (۱۳۸۴). شکل‌های سرمایه، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه. گردآوری کیان تاجبخش؛ ترجمه: افشین خاکباز و دیگری. تهران: نشر شیرازه.
- جنکینز، ر. (۱۳۸۵). پیر بورديو. ترجمه: حسین، چاوشیان. تهران: نشر نی.
- جوانمرد، ک؛ و دیگری. (۱۳۸۹). بررسی جامعه‌شناختی نقش سرمایه فرهنگی در بازتولید طبقه اجتماعی در بین مردان ۴۰-۵۰ ساله شهر بندرعباس در سال ۱۳۸۸. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال چهارم، شماره یازدهم.
- چلبی، م. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم. تهران: نشر نی.
- روح‌الامینی، م. (۱۳۶۸). زمینه فرهنگ‌شناسی. تهران: انتشارات عطار.
- روح‌الامینی، م. (۱۳۷۴). زمینه فرهنگ جامعه‌شناسی. تهران: مرکز چاپ و نشر انتشارات تهران.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۲). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات.
- سازمان ملی جوانان. (۱۳۸۴). قابل دسترسی در: [www.rasekhoon.net](http://www.rasekhoon.net)
- سرمه، ز؛ و دیگران. (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه.
- شربتیان، م. (۱۳۸۸). تأملی بر ضرورت مبانی توسعه فرهنگی و اهمیت آن در جامعه ایران. قابل دسترسی در: <http://anthropology.ir>
- شویره، ک؛ و دیگری. (۱۳۸۵). واژگان پیر بورديو. ترجمه: مرتضی، کتبی. تهران: نشر نی.
- ذکائی، م. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جوانان. تهران: نشر آگه.
- ریتزر، ج. (۱۳۸۱). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن، ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق.
- فاضلی، م. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر ارتباطات.
- فکوهی، ن. (۱۳۸۱). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: نشر نی.
- فیاضی، م؛ و دیگری. (۱۳۸۸). هوش فرهنگی؛ نیاز مدیران در قرن تنوع. سایت جامع مدیریت.
- قاسمی، و؛ و دیگران. (۱۳۸۹). تحلیلی بر خوش فرهنگی و الگوهای تقویت آن. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال چهارم، شماره نهم.
- قلی‌پور، آ. (۱۳۸۶). مدیریت رفتار سازمانی، گرایش فردی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۶). جامعه‌شناسی. ترجمه: منوچهر، صبوری. تهران: نشر نی.
- مشیکی، ا؛ و دیگری. (۱۳۸۸). هوش فرهنگی اکسیر موفقیت مدیران در کلاس جهانی. چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت: تهران. نجاتی، ح، س. (۱۳۷۹). مشارکت فرهنگی. تهران: انتشارات آن.
- یونسکو. (۱۳۷۶). فرهنگ و توسعه. ترجمه: نعمت‌الله و محمد فاضلی. تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی.
- Ang S, Van Dyne L, Koh Ch, Ng K. Y., Templer K. J., Tay Ch and Chandrasekar N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and organization review*. 3: 335-371.

- Bandura, Albert. (2000). **Exercise of human agency through collective efficacy**. Current Direction in psychological Science, 9 (3): 75-78.
- Benett, Milton. (2003). **Cultural Intelligence-Anther Aspect of Emotional. Intelligence**. Cross Cultural Development.
- Deng L, and Gibson P. (2008). A qualitative evaluation on the role of cultural intelligence in cross-cultural leadership effectiveness. **International Journal of Leadership Studies**. 3: 181-197.
- Deng L, and Gibson P. (2008). A qualitative evaluation on the role of cultural intelligence in cross-cultural leadership effectiveness. **International Journal of Leadership Studies**. 3: 181-197.
- Detelin S., Elenkov. Ivan & Manev. M. (2009). **Senior expatriate Leadership's effects on innovation and the role of cultural intelligence**. Journal of world Business. 357-369.
- Earley, P. C & Ang s. (2003). **Cultural Intelligence: indivisual interactions across cultures**. Stanford, CA. Stanfords Business Books.
- Early, P. C., Ang, S. and Tan, J. S. (2006). **Developing cultural intelligence at work**. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Earley, P. C, Mosakowski, Elaine. (2004). **Cultural Intelligence**. Harvard business Review, pp: 139-146
- Earley, P. C & Peterson, S. R. (2004). The Elusive Cultural Chameleon: Cultural Intelligence as a New Approach to Intercultural Training for the Global Manager. **Academy of Management Learning and Education**. Vol. 3, No. 1, 100-115.
- Ghasemi. V. & Yazdkasti. G. (2010). **An analysis of cultural intelligence and its promotion models**. Journal of social sciences. 4 (9): 33-50.
- Harker, R. (1990). **Education and Cultural Capital**. in Harker, R., Mahar, C. Wilkes, C., (eds). An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory, Macmilan Press, London.
- Harris, Michael M. (2004). **Selecting Employees for Global Assignment: Can Assessment center Measur cultural Intelligence**.
- Helly, Denise. (2001). Voluntary and Social Participation by People of Immigrant Origin: Overview of Canadian Research. **Second National Metropolis Conference, Montreal**. November 1997.
- Hofstede, G. (1991). **Cultures consequences: international differences in work-related values**. Thousand iaks, CAL Sage.
- MacNab. Brent. R. & Worthley. Reginald. (2010). **Individual characteristics as predictors of cultural intelligence development: The relevance of self-efficacy**.
- Plum, Elisabeth. (2007). **Cultural Intelligence a Concept for Bridging andBenefiting from Cultural Differences**. Available at: [www.culturalintelligence.org](http://www.culturalintelligence.org)
- Plum E, Achen B, Dræby I, and Jensen I. (2007). **Cultural intelligence: a concept for bridging and benefiting from cultural differences**. Børsens Forlag, **Copenhagen**. Available from [www.culturalintelligence.org/cqiloapp.pdf](http://www.culturalintelligence.org/cqiloapp.pdf).
- Triandis, H. C. (2006). **Cultural intelligence in organizations**. Group and Organization Management, No. 31, Pp: 20-26.
- Thomas, D. C. (2006). **Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness**. Group and Organization Management, 31 (1): 78-99.
- Perkins, D. N. (1985). Where is intelligence. **The Journal of Learning Science**. Vol. 7, pp: 147-150.
- Peterson, B. (2004). **Cultural intelligence: A guide to working with people from other cultures**. Yurmouth, ME. Intercultural Press.
- Van Dyne L. (2005). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. **Management and organization review**. 3: 335-371.