

## رابطه بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی در دانشجویان □

### The Relationship between Cultural Intelligence and Social Interactions □

Zeinab Toolabi, Ph.D.

Alireza Kheyri, M.Sc. ✉

Saeed Samadi, M.Sc.

دکتر زینب طولابی \*

علیرضا خیری \*

سعید صمدی \*

#### Abstract

The aim of this research was studying the relationship between cultural intelligence and social interactions of university students. This research is a descriptive- analytical study. The sample consisted of 364 individual (222 male and 142 female) of Ilam state and Ilam Azad University. In order to collect the data the Earley-Ang Cultural Intelligence Questionnaire has been used to measure the cultural intelligence and the researcher's questionnaire used to evaluate the social interactions. The findings showed that cultural intelligence has a significant relationship with the social interactions of the students and among cultural intelligence components only cultural intelligence knowledge didn't show any significant relationship with students' social interactions. Also this study revealed that there was no significant difference between male and female students in terms of their social interaction and cultural intelligence.

**Keywords:** cultural intelligence, social interactions, knowledge, behavior motivations

#### چکیده

هدف پژوهش حاضر مطالعه رابطه بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی دانشجویان دانشگاه دولتی و آزاد ایلام بود. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی است. نمونه مورد مطالعه شامل ۳۶۴ دانشجو (۲۲۲ پسر و ۱۴۲ دختر) بود که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه هوش فرهنگی ارلیو انگ (۲۰۰۷) جهت سنجش هوش فرهنگی و پرسشنامه محقق ساخته جهت سنجش تعاملات اجتماعی، جمع آوری شده است. نتایج نشان داد که هوش فرهنگی رابطه معناداری با تعاملات اجتماعی دانشجویان دارد و از میان ابعاد هوش فرهنگی تنها بعد دانش هوش فرهنگی رابطه معناداری با تعاملات اجتماعی دانشجویان ندارد همچنین بین دانشجویان دختر و پسر از نظر تعاملات اجتماعی و هوش فرهنگی تفاوت معناداری وجود ندارد.

**کلید واژه ها:** هوش فرهنگی، دانش، رفتار و انگیزش، تعاملات اجتماعی

□ Faculty of Human Sciences, Ilam University, I.R.Iran

✉ alirezakh242@gmail.com

□ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۸/۷ تصویب نهایی: ۱۳۹۳/۴/۸

\* گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی دانشگاه ایلام

## ● مقدمه

با پیشرفت ارتباطات گاهی افراد برای ارضای نیازهای خود باید به طور همزمان با دو یا چند نفر از فرهنگ‌های مختلف به تعامل بپردازند. برای مثال دانش آموزان با شناخت محیط اجتماعی اطراف خود تعامل بهتری با افراد اطراف خود داشته و این باعث افزایش کارایی آنها می‌شود (تجلی و اردلان، ۱۳۸۹). افراد باید توانایی این را داشته باشند که بتوانند با افراد مختلفی در فرهنگ‌های متفاوت و اجتماع ارتباط برقرار کنند، که برای برقراری ارتباط باید از توانایی ذاتی خود به طور مطلوبی استفاده کنند.

انسان از نظام‌های منظمی تشکیل شده است، که این نظام‌ها بر یکدیگر تأثیر متقابل می‌گذارند. یکی از نظام‌های پیچیده انسان «هوش» او است. هوش در دنیای واقعی شامل هوشی است که بر ابعاد محتوایی خاص مانند «هوش اجتماعی»<sup>۱</sup>، «هوش هیجانی»<sup>۲</sup> و هوش عملی و کاربردی تمرکز دارد. یکی از انواع هوش که اخیراً مورد مطالعه قرار گرفته است، «هوش فرهنگی»<sup>۳</sup> است. (نائیچی و عباسعلی‌زاده، ۱۳۸۶). هوش فرهنگی درک ظاهر و باطن افراد از نظر فکری و عملی است. هوش فرهنگی چارچوب و زبانی را در اختیار ما قرار می‌دهد، که تفاوت‌ها را درک و روی آن‌ها سرمایه‌گذاری کنیم، نه اینکه آنها را تحمل کرده یا نادیده بگیریم (پلوم و همکاران، ۲۰۰۷).

هوش فرهنگی می‌تواند آثار و فوایدی را برای اجتماع انسانی داشته باشد: ۱. تقویت ارتباطات ۲. درک متقابل و افزایش تفاهم بین افراد ۳. کاهش مشکلات اداری و «تعاملات اجتماعی»<sup>۴</sup>. بنابراین انسان‌ها همواره برای دستیابی به اهداف خود با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند و به دنبال این هستند که این ارتباطات را به گونه‌ای اثر بخش تر برقرار نمایند. همچنین انسان‌ها به دنبال ویژگی‌هایی هستند که بتوانند از طریق تقویت این ویژگی‌ها ارتباطات موثری را با دیگر انسان‌ها داشته باشند. به نظر می‌رسد که «هوش فرهنگی» از ویژگی‌های باشد که می‌تواند در این زمینه به انسان‌ها کمک کند. مسئله اصلی این است که آیا هوش فرهنگی با تعاملات اجتماعی رابطه دارد؟ هدف اصلی این پژوهش بررسی «روابط هوش فرهنگی و ابعاد آن با تعاملات اجتماعی در بین دانشجویان» می‌باشد.

مفهوم «هوش فرهنگی»، برای نخستین بار توسط ارلی و انگ از محققان مدرسه کسب و کار لندن مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات

فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده‌اند (ارلی و انگ، ۲۰۰۳). با توجه به ابعاد چندگانه هوش از دیدگاه *ارلی و انگ*، هوش فرهنگی متشکل از ابعاد «فراشناختی»<sup>۵</sup>، «دانش»، «انگیزش» و «رفتار» می باشد، که مرتبط با موقعیت های فرهنگی متفاوت است.

بعد فراشناختی شامل تدوین راهبرد پیش از برخورد میان فرهنگی (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۶)، بعد «دانش» آگاهی و اطلاع در مورد هنجارها، فعالیت ها و قراردادها در فرهنگ های مختلف حاصل از تجارب فردی و آموزشی و بعد انگیزش توانایی و تمایل به یادگیری و فعالیت در برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ های دیگر و بعد رفتار توانایی انجام رفتارهای کلامی و غیر کلامی مناسب در هنگام برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ های دیگر را منعکس می کند (ارلی و انگ، ۲۰۰۳).

فردی که داری هوش فرهنگی بالاست توانایی یادگیری در محیط فرهنگی جدید را دارد و از رویارویی با فرهنگ های جدید لذت می برد (دنگ و گیسون، ۲۰۰۸). هوش فرهنگی همچنین بینش های فردی را در برمی گیرد که برای انطباق با موقعیت ها و تعاملات میان فرهنگی و حضور موفق در گروه های کاری چند فرهنگی مفید است. *انگ و همکاران* (۲۰۰۴) برای تبیین و سنجش هوش فرهنگی چهار عامل «راهبرد هوش فرهنگی»، «دانش هوش فرهنگی»، «انگیزش هوش فرهنگی» و «رفتار هوش فرهنگی» را پیشنهاد می کنند.

○ *راهبرد هوش فرهنگی*: این بعد سطح آگاهی فرهنگی فرد را در تعاملات بین فرهنگی نشان می دهد. بدین معنا که فرد چگونه تجربیات میان فرهنگی را درک می کند و به تدوین یک راهبرد پیش از برخورد میان فرهنگی می پردازد (راک استال و همکاران، ۲۰۱۱). این راهبرد بیانگر فرایندهایی است که افراد برای کسب و درک دانش فرهنگی به کار می برند. این امر زمانی اتفاق می افتد که افراد در مورد فرایندهای فکری خود و دیگران قضاوت می کنند. این بعد، تفکر فعال در مورد افراد و موقعیت های فرهنگی مختلف را ارتقا می دهد و از میزان تفکر و مفروضات محدود درباره موقعیت های فرهنگی جدید جلوگیری می کند و افراد را به سمت ایجاد راهبردهای جدید هدایت می کند (ایمای و جلفاند، ۲۰۰۷).

○ «دانش هوش فرهنگی» بیانگر درک فرد از تشابهات و تفاوت های فرهنگی است که

دانش عمومی و طرح های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ های دیگر را نشان می دهد. این بعد آگاهی و اطلاع در مورد هنجارها، فعالیت ها و قراردادها در فرهنگ های مختلف حاصل از تجارب فردی و آموزشی، رامنعکس می کند. این بعد، شامل آگاهی ظاهری در مورد نظام های اجتماعی، قانونی و اقتصادی در فرهنگ های مختلف و خرده فرهنگ هاست.

○ انگیزش هوش فرهنگی بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ های مختلف است و توانایی و تمایل به یادگیری و فعالیت در موقعیت های فرهنگی مختلف را منعکس می کند (انگ و همکاران، ۲۰۰۶). این بعد شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چند فرهنگی و اعتماد به نفسی است که فرد اجازه می دهد در موقعیت های فرهنگی مختلف به صورتی اثر بخش عمل کند و با دیگران تعامل داشته باشد (اکسلز و ویگفیلد، ۲۰۰۲). عنصر روانی و انگیزشی به افراد کمک می کند در مقابل موانع، پایدار باشند تا بتوانند خود را با فرهنگ دیگران سازگار سازند. آنان همچنین در این موقعیت ها با اطمینان، کارایی درون فرهنگی از خود نشان می دهند (باندورا، ۲۰۰۲).

○ «رفتار هوش فرهنگی» نشان دهنده توانایی فرد در استفاده از حرکت های کلامی و غیر کلامی هنگام تعامل با افرادی از فرهنگ های مختلف است (راکاستال و همکاران، ۲۰۱۱).

○ «تعاملات اجتماعی» اشاره به وضعیتی دارد که در آن تاثیر رفتارهای کنش گر بر رفتارهای دیگری قابل تشخیص است. بنابراین تعاملات اجتماعی در معنی دقیقتر، در برگیرنده فرآیندی است که به وسیله آن، اعمال آشکار، قصدهای سنجیده افراد و تاثیر افراد بر دیگران پوشش داده می شود و بالعکس (اجتهادی، ۱۳۸۳). برای اینکه فرد از لحاظ فرهنگی با هوش شناخته شود، باید در موقعیت هایی که برداشت ها و اشارات مختلفی وجود دارد، بتواند قضاوت درستی داشته باشد و درک و فهم صحیحی از آن موقعیت به دست آورد و بتواند با دیگران تعامل اثربخشی داشته باشد (توماس، ۲۰۰۶). آنچه که در تعاملات اجتماعی بیشتر نمود دارد، انتقال اطلاعات، رسیدن به فهم مشترک از یک موضوع، دریافت بازخورد، ایجاد شبکه روابط اجتماعی، ارزیابی رفتار خودی و مقایسه آن با رفتار دیگران و مواردی جزء آن است که لازمه آن داشتن هوش فرهنگی بالایی می باشد (چوآ، ۲۰۰۲). با توجه به مبانی مطرح شده هدف پژوهش حاضر «تعیین رابطه هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی است».

## ● روش

این پژوهش به دنبال تبیین دانش و یا اثبات نظریات جدیدی نیست یک پژوهش کاربردی محسوب می شود. و با توجه به اینکه سعی در کشف عقاید، ادراکات و ترجیحات افراد دارد از نظر روش یک پژوهش توصیفی و از نوع تحقیقات توصیفی- همبستگی می باشد.

«جامعه آماری» پژوهش کلیه دانشجویان دانشگاه دولتی ایلام و دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه آزاد واحد علوم تحقیقات استان ایلام می باشد. برای نمونه گیری از جامعه پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. به همین منظور جهت جمع آوری تعداد نمونه برآورده شده ۴۰۰ پرسشنامه در جامعه مورد مطالعه توزیع گردید که از این تعداد ۳۷۳ پرسشنامه جمع آوری و نهایتاً به دلیل ناقص بودن برخی از پرسشنامه ها تعداد ۳۶۴ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت.

همچنین به منظور جمع آوری اطلاعات ادبیات و مبانی نظری پژوهش از روش کتابخانه‌ای و از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده های خام، به منظور تحلیل و توصیف و تبیین چگونگی رابطه بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی استفاده شد.

## ● ابزار

○ به منظور سنجش «هوش فرهنگی» از پرسشنامه هوش فرهنگی ارلی و انگ (۲۰۰۳) و برای سنجش تعاملات اجتماعی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید که در طیف ۷ تایی لیکرت تنظیم شد. به منظور تعیین اعتبار پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب مربوط به آن ۰/۸۶ به دست آمد که نشان می دهد پرسشنامه از اعتبار خوبی برخوردار است. پس از انجام روایی صوری پرسشنامه توسط متخصصین، به منظور بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی اکتشافی، روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و ماتریس عاملی چرخش یافته واریماکس با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شده است. شاخص کفایت داده‌ها (KMO) ۰/۸۲ و سطح معناداری آزمون بارتلت ۰/۰۰۱ حاکی از تأیید کفایت حجم نمونه گرفته شده است. نتایج مربوط به تحلیل عاملی اکتشافی و گروه‌بندی سئوالات بر اساس بارهای عاملی در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. نتایج مربوط به تحلیل عاملی اکتشافی برای ابزار تحقیق

| بعده              | سئوال | عامل اول | عامل دوم | عامل سوم | عامل چهارم | عامل پنجم |
|-------------------|-------|----------|----------|----------|------------|-----------|
| رفتار هوش فرهنگی  | ۱۸    | ۰/۷۱۳    |          |          |            |           |
| رفتار هوش فرهنگی  | ۱۹    | ۰/۷۱۳    |          |          |            |           |
| رفتار هوش فرهنگی  | ۲۰    | ۰/۷۰۷    |          |          |            |           |
| رفتار هوش فرهنگی  | ۱۶    | ۰/۵۹۳    |          |          |            |           |
| رفتار هوش فرهنگی  | ۱۷    | ۰/۵۲۶    |          |          |            |           |
| انگیزش هوش فرهنگی | ۱۴    |          | ۰/۷۳۸    |          |            |           |
| انگیزش هوش فرهنگی | ۱۳    |          | ۰/۷۰۰    |          |            |           |
| انگیزش هوش فرهنگی | ۱۲    |          | ۰/۶۷۵    |          |            |           |
| انگیزش هوش فرهنگی | ۱۵    |          | ۰/۵۱۶    |          |            |           |
| دانش هوش فرهنگی   | ۸     |          |          | ۰/۸۴۵    |            |           |
| دانش هوش فرهنگی   | ۹     |          |          | ۰/۷۳۱    |            |           |
| دانش هوش فرهنگی   | ۷     |          |          | ۰/۷۰۶    |            |           |
| تعاملات اجتماعی   | ۲۲    |          |          |          | ۰/۷۱۰      |           |
| تعاملات اجتماعی   | ۲۷    |          |          |          | ۰/۶۸۲      |           |
| تعاملات اجتماعی   | ۲۵    |          |          |          | ۰/۶۱۷      |           |
| تعاملات اجتماعی   | ۲۶    |          |          |          | ۰/۵۷۵      |           |
| راهبرد هوش فرهنگی | ۳     |          |          |          |            | ۰/۷۰۲     |
| راهبرد هوش فرهنگی | ۱     |          |          |          |            | ۰/۶۹۱     |
| راهبرد هوش فرهنگی | ۴     |          |          |          |            | ۰/۴۹۲     |

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون، آزمون رگرسیون چندگانه، آزمون کای اسکوتر، آزمون مقایسه میانگین دو جامعه استفاده شد.

### ● یافته‌ها

جهت بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی از طریق آزمون همبستگی پیرسون میزان همبستگی بین دو متغیر محاسبه گردید. نتایج مربوط به آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۲ آمده است.

با توجه به مقدار سطح معناداری، با احتمال ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد، بر این اساس ضریب همبستگی بین آنها ۰/۳۹ می‌باشد.

جدول ۲. نتایج مربوط به آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیه اصلی پژوهش

| متغیر مستقل | متغیر وابسته    | ضریب همبستگی | سطح معناداری |
|-------------|-----------------|--------------|--------------|
| هوش فرهنگی  | تعاملات اجتماعی | ۰/۳۹         | ۰/۰۰۱        |

همانگونه که از جدول ۳ مشخص می‌گردد، با توجه به مقدار سطح معناداری با احتمال ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که از میان چهار بعد هوش فرهنگی به جز «دانش هوش فرهنگی»، سایر ابعاد، راهبرد، انگیزش و رفتار هوش فرهنگی با تعاملات اجتماعی رابطه معناداری دارند و ضریب همبستگی برای آنها به ترتیب ۰/۳۶، ۰/۳۴ و ۰/۳۳ است و دانش هوش فرهنگی با تعاملات اجتماعی ارتباط معناداری ندارد.

جدول ۳. نتایج مربوط به آزمون همبستگی پیرسون برای فرضیات فرعی پژوهش

| فرضیه | متغیر مستقل       | متغیر وابسته    | ضریب همبستگی | سطح معناداری |
|-------|-------------------|-----------------|--------------|--------------|
| ۲     | راهبرد هوش فرهنگی | تعاملات اجتماعی | ۰/۳۶         | ۰/۰۰۱        |
| ۳     | دانش هوش فرهنگی   | تعاملات اجتماعی | ۰/۰۹۴        | ۰/۱۱۱        |
| ۴     | انگیزش هوش فرهنگی | تعاملات اجتماعی | ۰/۳۴         | ۰/۰۰۱        |
| ۵     | رفتار هوش فرهنگی  | تعاملات اجتماعی | ۰/۳۳         | ۰/۰۰۱        |

همچنین به منظور بررسی تاثیر ابعاد هوش فرهنگی بر تعاملات اجتماعی از رگرسیون چندگانه با روش مرحله‌ای استفاده شده است. نتایج مربوط به آزمون رگرسیون در جدول ۴ نشان داده شده است. همانطور که از جدول ۴ مشخص می‌گردد، با توجه به مقدار سطح معناداری ابعاد راهبرد، انگیزش و رفتار بر تعاملات اجتماعی اثر معناداری دارند و بعد دانش هوش فرهنگی اثر معناداری بر تعاملات اجتماعی ندارد. با توجه به ضریب بتا به ترتیب راهبرد، انگیزش و رفتار بیشترین تاثیر را بر تعاملات اجتماعی داشته است.

جدول ۴. نتایج مربوط به آزمون رگرسیون چندگانه

| متغیرهای مستقل  |        |        | ابعاد هوش فرهنگی  |
|-----------------|--------|--------|-------------------|
| تعاملات اجتماعی |        |        |                   |
| sig             | t      | Beta   |                   |
| ۰/۰۰۱           | ۳/۷۴۸  | ۰/۲۲۸  | راهبرد هوش فرهنگی |
| ۰/۰۰۳           | ۳/۰۲۹  | ۰/۱۸۷  | انگیزش هوش فرهنگی |
| ۰/۰۲۰           | ۲/۳۴۶  | ۰/۱۴۹  | رفتار هوش فرهنگی  |
| ۰/۴۴۵           | -۰/۷۶۵ | -۰/۰۴۳ | دانش هوش فرهنگی   |

از یافته‌های جانبی پژوهش در مقابل این پرسش که: آیا بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی به تفکیک جنس پاسخ دهندگان، ارتباط معناداری وجود دارد؟ از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه استفاده شد. نتایج مربوط به آزمون مقایسه میانگین دو جامعه در جدول ۵ آمده است. با توجه به این جدول نتایج به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه و مقدار سطح معناداری، با احتمال ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که بین دانشجویان دختر و پسر از نظر تعاملات اجتماعی و هوش فرهنگی تفاوت معناداری وجود ندارد. در میان ابعاد هوش فرهنگی، فقط از نظر رفتار هوش فرهنگی بین دختران و پسران تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۵. نتایج مربوط به آزمون مقایسه میانگین دو جامعه

| متغیر             | گروه | تعداد | میانگین | انحراف معیار | t     | سطح معناداری |
|-------------------|------|-------|---------|--------------|-------|--------------|
| تعاملات اجتماعی   | پسر  | ۲۲۲   | ۵/۲۶    | ۱/۱۶         | ۰/۶۱۵ | ۰/۵۴         |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۵/۱۷    | ۱/۲۶         |       |              |
| هوش فرهنگی        | پسر  | ۲۲۲   | ۴/۴۶    | ۰/۸۹         | ۱/۸۵  | ۰/۰۶۵        |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۴/۲۴    | ۱/۰۱         |       |              |
| راهبرد هوش فرهنگی | پسر  | ۲۲۲   | ۴/۷۲    | ۱/۲۲         | ۰/۸۰  | ۰/۴۲         |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۴/۵۹    | ۱/۴۱         |       |              |
| انگیزش هوش فرهنگی | پسر  | ۲۲۲   | ۴/۶۰    | ۱/۳          | ۱/۸۵  | ۰/۰۶۵        |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۴/۲۹    | ۱/۴۳         |       |              |
| رفتار هوش فرهنگی  | پسر  | ۲۲۲   | ۴/۶۴    | ۱/۲۲         | ۲/۱۱  | ۰/۰۳۵        |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۴/۳۰    | ۱/۴۱         |       |              |
| دانش هوش فرهنگی   | پسر  | ۲۲۲   | ۳/۸۸    | ۱/۴۶         | ۰/۵۲  | ۰/۶۰         |
|                   | دختر | ۱۴۲   | ۳/۷۹    | ۱/۴۱         |       |              |

## ● بحث و نتیجه گیری

○ این مطالعه به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی در دانشجویان دانشگاه آزاد و دولتی استان ایلام پرداخت. نتیجه پژوهش نشان داد که بین هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد و دولتی استان ایلام رابطه معناداری وجود دارد. بر این اساس ضریب همبستگی بین این دو ۰/۳۹ به دست آمد، به عبارت دیگر هرچقدر که میزان هوش فرهنگی دانشجویان افزایش می‌یابد تعاملات اجتماعی آنان بیشتر می‌شود که با نتایج پژوهش *وند/ین* و همکاران (۲۰۱۲) و *راک/ستال* و همکاران (۲۰۱۱) همراستا می‌باشد.



باشد. همچنین نتیجه به دست آمده دیگر پژوهش نشان داد که بعد راهبرد هوش فرهنگی با تعاملات اجتماعی ارتباط معناداری دارد به طوری که با بهبود راهبرد هوش فرهنگی تعاملات اجتماعی نیز بهبود پیدا می کند و افرادی که از نظر بعد راهبرد هوش فرهنگی دارای سطح بالایی دارند درباره ترجیحات دیگر فرهنگ ها سوال می کنند و مدل های ذهنیشان را در طول برقراری تعاملات اجتماعی با توجه به مفروضات و ترجیحات تطبیق می دهند که با یافته های بریسلین و همکاران (۲۰۰۶) و تریاندیس (۲۰۰۶) همراستا می باشد.

○ یافته ها نشان می دهد که بعد «انگیزش هوش فرهنگی» با تعاملات اجتماعی نیز ارتباط معناداری دارد. افرادی که از نظر انگیزش هوش فرهنگی در سطح بالایی هستند با توجه به علاقه ذاتی که دارند، توجه و انرژی خود را در موقعیت های بین فرهنگی برای تعاملات اجتماعی هدایت می کنند. بنابراین کسانی که از سطح بالاتری از انگیزش هوش فرهنگی برخوردارند که با نتایج پژوهش دسی و رایان (۱۹۸۵) و باندورا (۲۰۰۲) همراستایی دارد.

○ دیگر نتایج پژوهش نشان می دهد که افزایش بعد «رفتار هوش فرهنگی» موجب ارتقا «تعاملات اجتماعی» می شود. بنابراین کسانی که دارای قدرت کلامی و غیر کلامی بیشتری با دیگران می تواند ارتباطات موثری و پایدارتری داشته باشند که با نتایج پژوهش گودیکوست و همکاران (۱۹۹۸) همراستا می باشد.

○ همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که بین «دانش هوش فرهنگی» و «تعاملات اجتماعی» دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد، این امر احتمالاً بدین دلیل است که دانشجویان از تشابهات و تفاوت های فرهنگی یکدیگر شناخت و درک کافی ندارند و بدین ترتیب در تعاملات اجتماعی با یکدیگر از آن کمتر استفاده می کنند.

○ از دیگر نتایج حائز اهمیت این پژوهش این بود که بین دانشجویان دختر و پسر هیچ تفاوت معناداری از نظر هوش فرهنگی و تعاملات اجتماعی و ابعاد آن جز بعد رفتار وجود نداشت. بعد «رفتار» در دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر بود، علت این تفاوت احتمالاً این است که دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر از رفتارهای کلامی و غیرکلامی برای تعاملات اجتماعی خود با دیگران استفاده می کنند.



## یادداشت ها

- |                          |                           |
|--------------------------|---------------------------|
| 1. social intelligenc    | 2. emotional intelligence |
| 3. cultural intelligence | 4. social interactions    |
| 5. metacognitive         |                           |

## ● منابع

- اجتهادی، مصطفی، (۱۳۸۳). دامنه کنش متقابل اجتماعی. *پژوهشنامه علوم انسانی*، ۴۲-۴۱، ۱-۱۳.
- آهنچیان، محمد رضا، امیری، رعنا، بخشی، محمود، (۱۳۹۱). بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی در پرستاران. *مدیریت ارتقای سلامت*، ۱ (۲)، ۴۴-۵۳.
- تجلی، فاطمه و اردلان، الهام (۱۳۸۹). رابطه ابعاد الگوهای ارتباطی خانواده با خودکارآمدی و سازگاری تحصیلی، *مجله روانشناسی*، ۱۴ (۵۳)، ۶۲-۷۸.
- خادمی، علی، کتیبائی، ژیللا، و دلاور، علی، (۱۳۸۸). رابطه تحول اخلاقی با سازش یافتگی در نوجوانان، *مجله روانشناسی*، ۱۳ (۵۱)، ۲۴۶-۲۵۶.
- نائیچی، محمد جواد، عباسعلی زاده، منصوره، (۱۳۸۶). *هوش فرهنگی: سازگاری با ناهمگون‌ها*. ماهنامه تدبیر، ۱۸۱، ۹۹ - ۱۱۳.
- Ang, S., Dyne L., Koh, Ch., Ng K. J., Tay Ch., & Chandrasekar N. A. , (2007), *Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance*, <http://www.linnvandyne.com/papers/MOR%20CQ%20In%20Press.pdf>.
- Ang, S, Van Dyne, L, Yee, N. K., & Koh, C. (2004), *The measurement of cultural intelligence*. Paper presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, New Orleans, LA.
- Ang, S., Van Dyne, L., & Koh, Ch. (2006), Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence, *Group & Organization Management*, 31: 100-123.
- Bandura, A, (2002), Social cognitive theory in cultural context, *Applied Psychology: An International Review*, 51, 269-290
- Brislin, R., Worthley, R., & McNab, B. (2006), Cultural intelligence: Understanding behaviors that serve people's goals. *Group and Organization Management*, 31: 40-55.
- Chua, A. (2002), The influence of social interaction on knowledge creation, *Journal of Intellectual Capital*, 3: 375 - 392.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985), *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Deng, L., & 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.
- Earley, P. C., & Ang, S, (2003), *Cultural intelligence: Individual interaction across cultures*, CA, Stanford Bushness Books.
- Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2002), Motivational beliefs, values, and goals, In S. T. Fiske, D. L. Schacter & C. Zahn-Waxler (Eds. ), *Annual Review of Psychology*, 53: 109-132.
- Gudykunst, W. B. (1993), Toward a theory of interpersonal and intergroup communication: An anxiety / uncertainty management (AUM) perspective, In R. Wiseman & J. Koester (Eds.), *Intercultural Communication Competence* , 45: 33-71
- Imai, R., & Gelfand, M. J., (2007), *The culturally intelligence negotiator: The impact of CQ on intercultural negotiation effectiveness*, MR Thesis, University of Maryland.
- Plum, E., Achen, B., Draeby, I., & Jensen, I., (2007), *Cultural intelligence: A concept for bridging and benefiting from cultural differences*, Borsens Forlag, Copenhagen, Available from [www.culturalintelligence.org/cqiloapp.pdf](http://www.culturalintelligence.org/cqiloapp.pdf).
- Rockstuhl, T., Stefan, S, Ang, S., Van Dyn, L., & Hubert, A. (2011), Beyond General Intelligence (IQ) and Emotional Intelligence (EQ): The role of Cultural Intelligence (CQ) on cross-border leadership effectiveness in a globalized world. *Journal of Social* , 67: 825-840.
- Thomas, D. C. (2006). Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness. *Group & Organization Management*, 31:78—99.
- Triandis, H. C. (2006), Cultural intelligence in organizations. *Group and Organization Management*, 31: 20 - 26.
- Van Dyn, L., Ang., S., Ng., Y. K., Rockstuhl, T., Tan, L. M., & Koh, C. (2012). Sub-dimensions of the four factor model of cultural intelligence: Expanding the conceptualization and measurement of cultural intelligence. *Social and Personality Psychology Compass*, 6: 295–313.

