

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۱۲
تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۹

هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی‌های شخصی و شغلی خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های ایرانی

نوشته

مرجان گلپیرا *

مجید رضاییان **

حسین بصیریان جهرمی ***

چکیده

هدف این پژوهش آن است، تا رابطه بین هوش فرهنگی را، با ویژگی‌های شخصی و شغلی خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های ایرانی، که نسخه انگلیسی دارند، بررسی کند. جامعه آماری آن شامل کلیه خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های شهر تهران است که نسخه انگلیسی زبان دارند. تعداد این افراد ۱۳۰ نفر است و ۱۱۳ نفر از آنها به پرسشنامه‌ها جواب دادند. شیوه این تحقیق پیمایش و پرسشنامه، ابزار گردآوری داده‌ها بود. برای سنجش هوش فرهنگی از تست مرکز هوش فرهنگی (۲۰۰۵) در آمریکا و برای آزمون پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرباخ استفاده شد؛ که برای هوش فرهنگی ۰/۸۸۰ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با بهره جستن از روش کمی و نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۳ انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هوش فرهنگی ۰/۹ درصد پاسخگویان در سطح کم، ۲۲/۱ درصد در سطح متوسط، ۶۰/۲ درصد در سطح زیاد و ۱۶/۸ درصد در سطح بسیار زیاد، هستند. آزمون فرضیه‌های تحقیق نیز گویای آن است که از میان ویژگی‌های شخصی و شغلی افراد مورد مطالعه، تنها بین میزان تحصیلات با هوش فرهنگی، همبستگی وجود دارد.

کلیدواژه: خبرگزاری‌ها، خبرنگاران، فرهنگ، ویژگی‌های شغلی، هوش فرهنگی.

* کارشناس ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه سوره (نویسنده مسئول) mgolpiraa@yahoo.com

** عضو هیئت علمی دانشگاه سوره majidrezaeian45@gmail.com

** دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی hossein.basirian@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

مروری بر یافته‌های مردم‌شناختی، حاکی از آن است که تا اواسط قرن گذشته، فرهنگ هر جامعه پدیده‌ای خاص به شمار می‌رفت. به تعبیر دیگر مردم در متن هر فرهنگ، ساز و کار ارتباط با یکدیگر را، با توجه به نظام ارزشی و هنجاری حاکم فرا می‌گرفتند. اما طی چند دهه گذشته، با گسترش فزاینده مهاجرت‌های داخلی و خارجی، توسعه روزافزون وسایل ارتباط جمعی، زمینه برای خارج شدن فرهنگ از پوسته محلی و منطقه‌ای فراهم شده است. از این رو، دیگر به اتکاء ساز و کارهایی پیش‌بینی شده در فرهنگ، نمی‌توان انتظار داشت بتوان با افرادی که از فرهنگ‌های مختلف هستند، به راحتی ارتباط برقرار کرد و لازم است کسانی که به سبب نوع شغل و یا محل زیست خود با این‌گونه افراد روبه‌رو می‌شوند از آگاهی و مهارت لازم برای این کار، برخوردار باشند. این ویژگی، که امروزه از آن به عنوان هوش فرهنگی یاد می‌کنند، امری اجتناب‌ناپذیر در تعاملات بین فرهنگی به شمار می‌آید؛ خصیصه‌ای که تا پیش از این، به دلیل قلت روابط بین فرهنگی، ضرورت چندانی نداشت.

پایه مطالعات هوش فرهنگی، به ابتدای دهه ۱۹۶۰ بر می‌گردد که تحقیق‌های سازمانی در مورد فرهنگ و هوش بود. سال‌های بعد محققان این مفاهیم را با هم ادغام کردند که در نهایت به دو رویکرد منتهی شد (Ng & Earley, 2006). اولین رویکرد، بر تنوع فرهنگی هوش و دومین رویکرد بر مفهوم هوش فرهنگی (cultural intelligence) تمرکز داشت. (Early, 2002) تنوع فرهنگی هوش، تأکید می‌کند که مفهوم هوش، فرهنگ‌محور است و معنا، توسعه، نمایش و ارزیابی آن، همه در زمینه فرهنگی تعبیه شده است (Berry & Ward, 2006)؛ در حالی که هوش فرهنگی ادعا می‌کند که مفهومی مستقل و بدون هیچ وابستگی به فرهنگ است که تمرکز بر توانایی فرد در انطباق مؤثر بر زمینه‌های مختلف فرهنگی دارد. این نکته نشان می‌دهد که این دو مفهوم با هم مرتبط هستند، زیرا افراد برخوردار از هوش فرهنگی، نیاز دارند رفتارهای هوشمندانه، در دیگر فرهنگ‌ها و نحوه شکل‌گیری آنها را درک کنند. (Ng & Earley, 2006) بدیهی است که در این تحقیق از دومین رویکرد (مفهوم هوش فرهنگی) استفاده شده، چراکه در دنیای امروز، محیط کار نیز متأثر از فرایند جهانی شدن است، واضح است که افراد باید توانایی انطباق با مردمی متفاوت از فرهنگ‌های مختلف را داشته باشند.

کسانی که ممکن است بیش از دیگران در معرض روبه‌رو شدن با افرادی از فرهنگ‌های گوناگون باشند، خبرنگاران بخش زبان‌های خارجی در مراکز رسانه‌ای هستند. این افراد به سبب حرفه خویش، ناگزیر از برقراری ارتباط مستقیم با افراد بیگانه‌اند و البته با توجه به آنچه آورده شد، می‌توان گفت که صرف آشنایی با زبان‌های خارجی نمی‌تواند در برقراری یک ارتباط اثربخش، کافی باشد، بلکه نیاز به مجموعه‌ای از مهارت‌ها و توانایی‌ها برای برقراری این ارتباط، احساس می‌شود.

از این رو، در این مقاله سعی بر آن است تا ضمن آشنایی با این دسته از کارکنان مراکز رسانه‌ای، میزان برخورداری آنان از هوش فرهنگی شناسایی شده و با کسب آگاهی از ویژگی‌های شخصی و شغلی ایشان، رابطه بین هوش فرهنگی با ویژگی‌های مذکور، بررسی شود.

اهداف تحقیق

هدف اصلی

- این پژوهش به دنبال بررسی سطح هوش فرهنگی خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های بخش انگلیسی‌زبان، در تهران و یافتن رابطه آن با ویژگی‌های شخصی و شغلی آنان است.

اهداف فرعی

- آشنایی با ویژگی‌های شخصی خبرنگاران مورد مطالعه؛
- آشنایی با ویژگی‌های شغلی خبرنگاران مورد مطالعه؛
- آشنایی با هوش فرهنگی خبرنگاران مورد مطالعه.

پرسش‌های تحقیق

پرسش اصلی

- چه رابطه‌ای بین هوش فرهنگی خبرنگاران مورد مطالعه با ویژگی‌های شخصی و شغلی آنان وجود دارد؟

پرسش‌های فرعی

- بین جنسیت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین سن خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین وضعیت تأهل خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین میزان تحصیلات خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین سابقه خدمت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- بین محل خدمت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها چه رابطه‌ای وجود دارد؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

- بین هوش فرهنگی خبرنگاران مورد مطالعه و ویژگی‌های شخصی و شغلی آنان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین جنسیت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.
- بین سن خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.
- بین وضعیت تأهل خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان تحصیلات خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.
- بین سابقه خدمت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.
- بین محل خدمت خبرنگاران مورد مطالعه با هوش فرهنگی آنها رابطه معنادار وجود دارد.

پیشینه تحقیق

بالی (Balli, 2017) در تحقیقی به بررسی رابطه بین سطح هوش فرهنگی با ویژگی‌های شخصی، شغلی و تصمیم‌گیری شغلی دانشجویان گردشگری پرداخت. نتایج آن حاکی از وجود رابطه بین هوش فرهنگی با چهار بُعد ویژگی‌های شخصی و شغلی این دانشجویان، مانند جنسیت، پایه تحصیلی، آشنایی با زبان خارجی، سابقه کار و تجربه زندگی در خارج از کشور، است. سطح هوش شناختی در زنان و مردان تفاوت معناداری با هم دارد. دانشجویان زن هوش شناختی بالاتری نسبت به مردان دارند. تجربه کاری دانشجویان در بخش گردشگری، تفاوت‌های زیادی را در سطوح هوش فرهنگی آنها ایجاد می‌کند، به این معنا که سطح انگیزشی، رفتاری و مجموع اطلاعات فرهنگی دانشجویانی که در بخش گردشگری مشغول به کار هستند، در مقایسه با دیگران بالاتر است. همچنین سطح هوش فرهنگی دانشجویان، در مقاطع مختلف تحصیلی، تفاوت‌های قابل توجهی با هم دارد، سطوح هوش فرهنگی رفتاری و مجموع هوش فرهنگی دانشجویان سال اول، به طور قابل توجهی کمتر از دانشجویان سال‌های بالاتر است.

درویش و همکاران، سال ۱۳۹۲، پژوهشی را با عنوان "بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرستاران" انجام دادند. که بخشی از این تحقیق رابطه بین ویژگی‌های شخصی و شغلی پرستاران را بررسی کرده است. نتایج این قسمت نشان می‌دهد که جنسیت با میزان هوش فرهنگی رابطه معناداری دارد، اما میزان هوش فرهنگی در گروه‌های سنی و مقاطع تحصیلی مختلف، یکسان است.

کارگر برزی (۱۳۹۲) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خویش، تحت عنوان "بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی مدیران مدارس متوسطه دخترانه شهرستان رفسنجان ..."، به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرداخت. نتایج حاصل از بخشی از تحلیل لگاریتم خطی آن نشان می‌دهد که متغیرهای تعدیل‌کننده میزان تحصیلات و میزان سابقه کار مدیران، نتوانست تأثیری در رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی افراد مورد مطالعه ایجاد کند.

رحیمی و مقتدر منصوری (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان "بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد کارکنان (مورد مطالعه: شرکت ماشین سازی تبریز)" انجام داده‌اند که بخشی از نتایج

آن نشان می‌دهد که هیچ یک از صفات جنسیت، تحصیلات، سابقه کار و سن کارکنان، با هوش فرهنگی آنان رابطه معناداری ندارد.

نتایج بخشی از پایان‌نامه دلارام (۱۳۸۸) تحت عنوان "بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای مدیران بانک اقتصاد نوین استان تهران ..." بیانگر این است که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی، با میزان سابقه کاری و نوع مدرک تحصیلی مدیران وجود ندارد.

رضا قلعه‌ای و شهودی (۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان "مدل‌یابی روابط بین هوش فرهنگی و حاکمیت بالینی: دیدگاه پرستاران بیمارستان‌های دولتی شهر کرمانشاه" انجام دادند. بخشی از نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد که بین ویژگی‌های شخصی و شغلی پرستاران از قبیل جنسیت، سن، سابقه کار و وضعیت تأهل با هوش فرهنگی آنان رابطه معناداری وجود ندارد.

روشندل اربطانی و مقصودی (۱۳۹۴) مقاله‌ای با عنوان "رابطه بین جو سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی خبرنگاران شاغل در خبرگزاری ایرنا" نگاشته‌اند، که بخشی از نتایج آن مؤید وجود رابطه معنادار بین ساختار سازمانی و رفتار خبرنگاران شاغل در آن است. (اربطانی و مقصودی، ۱۳۹۴)

مروری بر ادبیات تحقیق فرهنگ

در ادبیات علوم انسانی و اجتماعی، فرهنگ بیشتر به منزله شیوه حیات اجتماعی بشر در نظر گرفته می‌شود و بر این پایه به عنوان پدیده‌ای عام به شمار می‌آید که تمام جامعه‌های بشری را در بر می‌گیرد. ولی این نکته به معنی آن نیست که تمامی جوامع دارای فرهنگ مشابه و همگن هستند، بلکه هر جامعه دارای فرهنگ خاص خود بوده که در طول تاریخ، متأثر از شرایط خاص آن جامعه شکل گرفته است و از این رو برخی مردم‌شناسان آن را پدیده‌ای عام و در عین حال، خاص دانسته‌اند. (روح الامینی، ۱۳۶۸)

مروری بر مطالعات فرهنگ‌پژوهان، حاکی از آن است که تا پیش از گسترش ارتباطات بین فرهنگی، که به دلیل سهولت در امر حمل و نقل، افزایش سفرها و توسعه وسایل ارتباطی به وجود آمده، خاص بودن فرهنگ از نمود بیشتری برخوردار بوده است. ولی به تدریج در فرایند جهانی شدن، انتقال عناصر یک فرهنگ به فرهنگ دیگر یا همان فرهنگ‌پذیری رواج فزاینده‌ای پیدا کرده است، به نحوی که دیگر کمتر می‌توان فرهنگی را یافت که متأثر از فرهنگ‌های دیگر نبوده باشد. علاوه بر این باید به مواردی از قبیل تفاوت مرزهای قومی و ملی و همچنین مسافرت‌ها و مهاجرت‌های افراد از جامعه‌ای به جامعه دیگر را مورد توجه قرار داد که پیامد آن چیزی جز چندگانگی فرهنگی در یک جامعه معین نیست. به تعبیر دیگر می‌توان گفت در هر جامعه، امکان روبه‌رو بودن با افرادی از فرهنگ‌های مختلف وجود دارد که برقراری ارتباط با آنان، مستلزم برخورداری از توانایی و مهارت خاصی است که از آن به هوش فرهنگی یاد می‌شود.

هوش فرهنگی

جهانی شدن سریع منجر به یک محیط تجاری پیچیده، پویا و نامشخص‌تر از همیشه شده است (Thomas & Inkson, 2009). در این میان آن دسته از سازمان‌ها، شرکت‌ها و یا افرادی که با فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارند از دیگران سبقت خواهند گرفت (انگ و اینکین، ۲۰۰۸ به نقل از ملاند و واتن برگ ۲۰۱۷). اندیشمندان مدیریت با مطالعه عملکرد افراد در محیط‌های چندفرهنگی، بُعدی از هوش را به نام هوش فرهنگی شناسایی کرده‌اند که به کارگیری و توانمندی آن عاملی مؤثر در بهبود عملکرد افراد در چنین محیط‌هایی محسوب می‌شود. نخستین بار ارلی و انگ (۲۰۰۳) هوش فرهنگی را مطرح کردند. آنها هوش فرهنگی را یک مهارت ضروری می‌دانند که فرد را قادر می‌سازد به راحتی با فرهنگ‌های دیگر کنار آید و در میان مردمی که آن فرهنگ را دارند زندگی کند. انسان از چندین نوع هوش برخوردار است. هوشی که در وهله نخست همه ما را به یاد آن می‌اندازد آی کیو (intelligence quotient (IQ)) یا توانایی به دست آوردن دانش و مهارت است که بیشتر در محیط‌های آموزشی است.

هوش فرهنگی (CQ) (cultural quotient) از دیگر انواع هوش است که در محیط‌هایی که تنوع فرهنگی دارند معنا پیدا می‌کند و قابل مقایسه با هوش هیجانی و احساسی (Brislin, & et al., 2006) و در راستای هوش عاطفی و اجتماعی است.

هوش فرهنگی، که توانایی افراد در ایجاد ارتباط با فرهنگ‌های دیگر است، چند بُعدی است؛ در صورتی که انواع دیگر هوش بر یک بُعد از فرهنگ اشاره دارد. هوش فرهنگی عبارت از توانایی گردآوری اطلاعات، تفسیر و عمل به آن در موقعیت‌های چند فرهنگی است. این مهارت‌ها شامل پذیرش، تا حدی گنجی در برخورد با فرهنگ‌های متفاوت، تعلیق قضاوت سریع در مورد ارزش‌های فرهنگی دیگران و تمایل به درک تفاوت‌های فرهنگی است. (Ibid)

هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی است که از تنوع فرهنگی برخوردارند و نقش آن انطباق با موقعیت‌ها و تعاملات میان فرهنگی است که برای موفقیت فرد در گروه‌های کاری چندفرهنگی مفید است. (پیترسون، ۲۰۰۴ به نقل از کروبوی ۱۳۹۵) از نظر تامس و همکاران (Thomas et al., 2008) هوش فرهنگی نشان‌دهنده یک سیستم تعاملی، متشکل از دانش و مهارت است که با شناخت فرهنگی مرتبط بوده و انسان را قادر به انطباق، انتخاب و شکل دادن به جنبه‌های فرهنگی محیط خود می‌کند.

هوش فرهنگی با سنجش مجموعه‌ای از قابلیت‌ها تمرکز بر اثربخشی در روابط بین فرهنگی دارد و فقط بر یک فرهنگ خاص تمرکز نمی‌کند. این بدان معنی است که فردی که هوش فرهنگی بالایی ندارد، ممکن است در یک فرهنگ روابط مؤثری داشته باشد ولی نه در فرهنگی دیگر، اما فردی با هوش فرهنگی بالا می‌تواند در هر دو فرهنگ روابط مؤثری برقرار کند.

افرادی که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار هستند، به سرعت متوجه تغییرات فرهنگی می‌شوند و به راحتی از عهده تفاوت‌های فرهنگی بر می‌آیند و رفتارهای خود را چنان تنظیم می‌کنند که باعث تعامل بهتر و رنجش کمتر بین فرهنگی شود. آنها به آشکار می‌دانند چه رفتاری مناسب بوده و از این دانش به طور مؤثری بهره می‌برند. (Thomas & Inkson, 2009)

انگ و همکاران (Ang et. al., 2007) معتقدند که هوش فرهنگی یک ساختار چندبُعدی و متشکل از اجزای مختلف است که کیفیتی متفاوت از یکدیگر، اما قابلیت‌های مرتبط دارند. آنها دریافته‌اند، ابعاد هوش فرهنگی تأثیر بسزایی در آموزش، انتخاب و عملکرد کاری نیروی انسانی دارد و درک کامل از هوش فرهنگی، به ما این امکان را می‌دهد تا بفهمیم چرا بعضی از افراد در دنیای امروز مؤثرتر از دیگران هستند. چهار بُعد هوش فرهنگی شامل فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری است (Earley & Ang, 2003) که برای مدیریت مؤثر و کارآمد در محیط‌های فرهنگی متنوع ضروری است. به عبارت دیگر، این چهار بُعد به طور کامل مفهوم هوش فرهنگی را شکل می‌دهد، اما نکته مهم آن است که هر کدام از این مؤلفه‌ها می‌تواند مستقل از دیگری عمل کند؛ چراکه هر یک ساختار خودش را دارد.

ابعاد هوش فرهنگی

۱. فراشناختی (استراتژی / راهبردی)

هوش فراشناختی، آگاهی فرد از فرهنگ خود و از نشانه‌های دیگر فرهنگ‌ها است، که شخص آن را در تعامل با افرادی از سایر فرهنگ‌ها به دست آورده است (Ang & et.al, 2007, Ang & Van Dyne, 2008; Earley & Ang, 2003; Early & Mosakowski, 2004) این بُعد، فراتر از بُعد شناختی هوش فرهنگی است (Kumar & et. al., 2004)، چراکه اساساً به دنبال ارائه و اصلاح طرح‌های ذهنی و شواهد مختلف بین فرهنگی است.

هوش فراشناختی، روندی است که افراد برای کسب دانش و دانش فرهنگی طی می‌کنند (Ang & et. al., 2006). کسانی که دارای هوش فراشناختی هستند، از مفروضات فرهنگی خود آگاهانه سوال کرده، بر این فرضیه‌ها تکیه می‌کنند، و سپس دانش و مهارت‌های فرهنگی را، طی تعامل با افراد دیگر فرهنگ‌ها افزایش می‌دهند. (Ang & Van Dyne, 2008)

متغیر فراشناختی، اساساً افکار، فرایندهای ذهنی و ادراک فرد را در محیط چندفرهنگی هدایت می‌کند. علاوه بر این، این فرایند توضیح می‌دهد که چگونه می‌شود دیدگاه فرهنگی جدیدی را از طریق مشاهده و فرمول‌بندی راهبرد به دست آورد. (Early & Ang, 2003, Van Dyne & et. al., 2009)

متغیر فراشناختی هوش فرهنگی، شامل تدوین راهبرد، پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است. (ارلی و موساکوسکی، ۲۰۰۴ به نقل از کروی ۱۳۹۵)

۲. شناختی (دانش)

در هوش شناختی، فرد سعی می‌کند تا به شباهت‌ها و تفاوت‌های بین فرهنگی معنا بخشد (Ang & et.al., 2007)

این هوش به دانش فرد از هنجارهای بین فرهنگی، شیوه‌ها، آیین‌ها و اعتقادات حاصل از تجربه شخصی و آموزشی می‌پردازد و می‌توان آن را، سطح دانش فرهنگی فرد یا دانش او در محیط‌های بین فرهنگی دانست. (Ang & Van Dyne, 2008; Earley & Ang, 2003; Ang & et. al., 2007). دانش شناختی، نه تنها ویژگی‌های مشترک جهانی فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد، بلکه تفاوت‌های جهانی آنها را نیز به نمایش می‌گذارد (Ang & Van Dyne, 2008). بنابراین بُعد شناختی هوش فرهنگی مهم است، زیرا در تعیین انگیزش و سطوح رفتار بعدی کمک می‌کند (Ang & Van Dyne, 2008; Earley & Ang, 2003; Earley & Mosakowski, 2004)

۳. انگیزشی

در این بُعد، فرد تمایل دارد تا به اطلاعاتی که در شکل‌گیری بُعد شناختی‌اش کمک کرده‌اند عمل ببوشاند (Ang & et.al., 2007; Ang & Van Dyne, 2008; Earley Ang, 2003; Earley & Mosa kowski, 2004). این متغیر توانایی فرد را در یادگیری و عملکرد او را در موقعیت‌های میان فرهنگی بیان می‌کند.

این بُعد بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از آن فرهنگ‌ها است. این انگیزه شامل ارزش درونی فرد برای تعاملات چندفرهنگی و اعتماد به نفسی است که به او اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف، به صورتی اثربخش عمل کند. (Earley & Mosakowski, 2004)

افرادی که از هوش انگیزشی بالایی برخوردار هستند، علاقه خاصی به قرار گرفتن در موقعیت‌های بین فرهنگی دارند و از تأثیر متقابل فرهنگی شخصی خود اطمینان دارند. میزان بالای هوش انگیزشی، نشانه خودکارآمدی است. (Ng & Earley, 2006)

۴. رفتاری

کنش یا واکنش فرد در برخورد با دیگر فرهنگ‌ها را انگ و ون دین (۲۰۰۸) مربوط به بُعد رفتاری هوش فرهنگی می‌دانند. بُعد رفتاری، قابلیت فرد برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و غیرکلامی را در بر می‌گیرد که برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب است. (Kumar & et.al., 2008)

این هوش زمانی نمود پیدا می‌کند، که فرد مراحل فراشناختی، شناختی و انگیزشی بُعد هوش فرهنگی را مورد بررسی و پردازش قرار داده و از آن به عنوان توانایی برای کارهای کلامی و غیر کلامی مناسب در هنگام تعاملات بین فرهنگ استفاده می‌کند. (Ang & et. al., 2007, Ang & Van Dyne, 2008; Earley & Ang, 2003; Earley & Mosakowski, 2004)

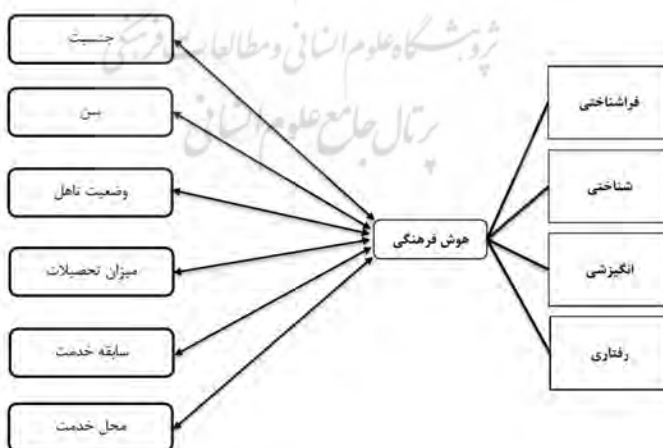
افرادی که از هوش رفتاری بالایی برخوردار هستند، در محیط‌های چندفرهنگی رفتارهای مناسب از خویش نشان می‌دهند، چراکه آنان توانایی برقراری ارتباط کلامی و غیر کلامی صحیح را دارند. آنها می‌دانند که چگونه و به‌جا از لغات، تُن صدا، حرکات و حالات صورت خویش در آن فرهنگ استفاده کنند (Ang & et. al., 2007). و بنابراین شانس بیشتری را برای تأثیرگذاری روی دیگران در اولین برخورد دارند.

به طور کلی، هوش فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری به ترتیب، بر قضاوت و تصمیم‌گیری فرهنگی، سازگاری فرهنگی و عملکرد شغلی افراد مؤثر هستند. (*Ibid*)

جمع‌بندی مطالعات نظری و تجربی

بررسی‌های انجام‌شده گویای آن است که شغل خبرنگاری از مشاغلی است که فرد در آن موظف به برقراری ارتباط و تماس مداوم با دیگران هستند. این نکته، به‌ویژه درباره خبرنگاران بخش خارجی، که معمولاً با افراد بیگانه سر و کار دارند از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ انتظار می‌رود آن دسته که از توانایی ارتباطی بهتر یا همان هوش فرهنگی بالاتری برخوردارند، در این بخش بتوانند بهتر از دیگران به انجام وظایف خود پردازند.

اگرچه تاکنون نظریه علمی درباره رابطه ویژگی‌های شخصی و شغلی، با هوش فرهنگی از سوی صاحب‌نظران ارائه نشده، ولی با تکیه بر نتایج برخی از مطالعات تجربی انجام‌شده، می‌توان به وجود همبستگی بین هوش فرهنگی و یا حداقل برخی از مؤلفه‌های آن با ویژگی‌های مذکور پی برد. وجود رابطه بین هوش فرهنگی با ویژگی‌های شخصی و شغلی را می‌توان به صورت نمودار ۱ نشان داد.



نمودار ۱. رابطه مفروض بین هوش فرهنگی و ویژگی‌های شخصی و شغلی

روش تحقیق

این پژوهش را از نظر هدف می‌توان در ردیف مطالعات توصیفی، از حیث شیوه جمع‌آوری داده‌ها جزء تحقیقات پیمایشی و با توجه به کاربرد نتایج در ردیف مطالعات کاربردی جای داد. جامعه آماری در این تحقیق عبارت از کلیه خبرنگاران شاغل در بخش زبان انگلیسی خبرگزاری‌ها و روزنامه‌های چاپ تهران است. بر حسب آمار منتشره، در تارنمای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی (<https://press.farhang.gov.ir/fa/home>)، شش خبرگزاری در تهران، بخش زبان انگلیسی دارند (مهر، ایرنا، ایسنا، ایلنا، تسنیم و فارس). و تعداد مطبوعات یاد شده ۳ مورد است تهران تایمز، فایننشال تریبیون و ایران دیلی. لازم به ذکر است طبق بررسی انجام‌شده، در بخش زبان انگلیسی مراکز رسانه‌ای یاد شده، در حدود ۱۳۰ نفر مشغول به کار بودند که به همه آنان پرسشنامه ارائه شد و از این تعداد، ۱۱۳ نفر به آن پاسخ دادند. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها، از شیوه پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. در این پرسشنامه برای سنجش هوش فرهنگی از مقیاسی که مرکز هوش فرهنگی در آمریکا ارائه کرده، استفاده شده است. مقیاس مذکور، بر حسب طیف لیکرت تهیه شده و در مطالعات پیشین مناسب‌سازی و استاندارد شده است.

داده‌ها، با استفاده از روش کمی (آماري) تحلیل شدند. بدین منظور داده‌های مورد نظر، کدگذاری شده و با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS، نسخه ۲۳، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. لازم به ذکر است برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، پس از تعیین نحوه توزیع داده‌ها (نرمال بودن)، بر حسب مورد از آزمون‌های آماری T مستقل، ضریب همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی اسپیرمن (Spearman's rho)، و آزمون F استفاده شده است.

در این پژوهش هر چند برای اندازه‌گیری متغیر هوش فرهنگی از مقیاس استاندارد استفاده شده، ولی برای اطمینان از روایی ابزار گردآوری، نمونه پرسشنامه را در اختیار ۹ نفر از داوران، که جملگی از استادان و کارشناسان متخصص بودند، قرار دادیم تا به روش اعتبار صوری، نسبت به تعیین روایی آن اقدام کنند. لازم به ذکر است اصلاحات پیشنهادی از سوی داوران، در متن پرسشنامه‌ها اعمال شد و مورد تأیید آنان قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار گردآوری نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب برای مقیاس اندازه‌گیری هوش فرهنگی ۰/۸۸۰ به دست آمد و از آنجا که این مقدار از ۰/۷ بیشتر است پرسشنامه پایایی تأیید می‌شود.

یافته‌های تحقیق

این قسمت به تشریح یافته‌های تحقیق اختصاص دارد. بدین منظور، ابتدا ویژگی‌های شخصی، شغلی و هوش فرهنگی افراد مورد مطالعه توصیف و پس از آن به آزمون روابط مفروض بین ویژگی‌های شخصی و شغلی با هوش فرهنگی پرداخته شده است.

یافته‌های آمار توصیفی

در این بخش، ویژگی‌های شخصی و شغلی و سپس میزان هوش فرهنگی خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های ایرانی دارای نسخه انگلیسی توصیف می‌شود.

جنسیت پاسخگویان

جدول ۱. توزیع فراوانی افراد بر حسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
زن	۴۳	۳۸/۱
مرد	۷۰	۶۱/۹
جمع	۱۱۳	۱۰۰

با توجه به جدول ۱، می‌توان دریافت که ۶۱/۹ درصد (۷۰ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان مرد و ۳۸/۱ درصد (۴۳ نفر) زن هستند. لازم به ذکر است، نما (بیشترین فراوانی) مربوط به گروه مردان است. یافته مذکور گویای آن است که این شغل نیز، مانند اغلب مشاغل موجود در ایران، بیشتر به مردان اختصاص دارد.

گروه سنی پاسخگویان

جدول ۲. توزیع فراوانی افراد بر حسب سن

سن	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
۲۳-۲۷	۸	۷/۱	۷/۱
۲۸-۳۲	۳۱	۲۷/۴	۳۴/۵
۳۳-۳۷	۳۶	۳۱/۹	۶۶/۴
۳۸-۴۲	۱۴	۲۴/۴	۷۸/۸
۴۳-۴۷	۱۳	۱۱/۵	۹۰/۳
۴۸-۷۰	۱۱	۹/۷	۱۰۰
جمع	۱۱۳	۱۰۰	

با توجه به مندرجات جدول ۲ می‌توان دریافت که در جامعه مورد مطالعه، ۷/۱ درصد (۸ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، ۲۳ تا ۲۷ ساله، ۲۷/۴ درصد (۳۱ نفر) ۲۸ تا ۳۲ ساله، ۳۱/۹ درصد (۳۶ نفر) ۳۳ تا ۳۷ ساله، ۳۱/۹ درصد (۳۶ نفر) ۳۳ تا ۳۷ ساله، ۲۷/۴ درصد (۳۱ نفر) ۲۸ تا ۳۲ ساله، ۳۱/۹ درصد (۳۶ نفر) ۳۳ تا ۳۷ ساله، ۱۱/۵ درصد (۱۳ نفر) ۴۳ تا ۴۷ ساله، ۹/۷ درصد (۱۱ نفر) ۴۸ تا ۷۰ ساله و ۷/۱ درصد (۸ نفر) ۲۳ تا ۲۷ ساله هستند.

تا ۳۷ ساله، ۱۲/۴ درصد (۱۴ نفر) تا ۳۸ تا ۴۲ ساله، ۱۱/۵ درصد (۱۳ نفر) تا ۴۳ تا ۴۷ ساله و ۹/۷ درصد (۱۱ نفر) تا ۴۸ تا ۷۰ ساله، هستند. یادآور می‌شود، میانگین سن افراد، ۳۶/۶ سال، میانه آن ۳۵ سال و نما یا بیشترین فراوانی مربوط به افراد ۲۸ ساله است.

وضعیت تأهل پاسخگویان

جدول ۳. توزیع فراوانی افراد بر حسب وضعیت تأهل

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۵۱	۴۵/۱
متاهل	۶۲	۵۴/۹
جمع	۱۱۳	۱۰۰

با توجه به جدول ۳ می‌توان دریافت که ۴۵/۱ درصد (۵۱ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، مجرد و ۵۴/۹ درصد (۶۲ نفر) متاهل، هستند. یادآور می‌شود، نما و یا بیشترین فراوانی تأهل است. با توجه به آنکه سن اکثر قریب به اتفاق پاسخگویان بالاتر از سن ازدواج قرار دارد، وجود تعداد زیاد افراد مجرد می‌تواند ناشی از اقتضات شغلی و تغییر در سبک زندگی باشد.

میزان تحصیلات پاسخگویان

جدول ۴. توزیع فراوانی افراد بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	تجمعی فراوانی درصد
لیسانس	۴۷	۴۱/۶	۴۱/۶
فوق لیسانس	۵۷	۵۰/۴	۹۲
دکتری	۹	۸	۱۰۰
جمع	۱۱۳	۱۰۰	

با توجه به مندرجات جدول ۴ می‌توان دریافت که در جامعه مورد نظر ۱/۶ درصد (۹ نفر از ۱۱۳ نفر) پاسخگویان، دارای مدرک لیسانس، ۵۰/۴ درصد (۵۷ نفر) فوق لیسانس و ۸ درصد (۹ نفر) دکتری، هستند. یادآور می‌شود، میانه و نما فوق لیسانس است. وجود افراد با تحصیلات دانشگاهی در این شغل می‌تواند ناشی از نیاز به تخصص حرفه‌ای و تسلط به زبان خارجی باشد.

سابقه خدمت پاسخگویان

جدول ۵. توزیع فراوانی افراد برحسب سابقه خدمت

سال‌های خدمت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی معتبر	درصد فراوانی تجمعی
۱-۴	۳۳	۲۹/۲	۲۹/۷	۲۹/۷
۵-۹	۲۹	۲۵/۷	۲۶/۱	۵۵/۹
۱۰-۱۴	۱۹	۱۶/۸	۱۷/۱	۷۳
۱۵-۱۹	۱۸	۱۵/۹	۱۶/۲	۸۲/۲
۲۰-۳۰	۱۲	۱۰/۶	۱۰/۸	۱۰۰
جمع	۱۱۱	۹۸/۲	۱۰۰	
بی پاسخ	۲	۱/۸		
جمع کل	۱۱۳	۱۰۰		

با توجه به جدول ۵، می‌توان دریافت که ۲۹/۲ درصد (۳۳ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، ۱ تا ۴ سال، ۲۵/۷ درصد (۲۹ نفر) ۵ تا ۹ سال، ۱۶/۸ درصد (۱۹ نفر) ۱۰ تا ۱۴ سال، ۱۵/۹ درصد (۱۸ نفر) ۱۵ تا ۱۹ سال و ۱۰/۶ درصد (۱۲ نفر) ۲۰ تا ۳۰ سال، سابقه خدمت دارند. یادآور می‌شود، میانه ۸ سال و نما ۳ سال است. یافته مذکور می‌تواند متأثر از قدمت فعالیت مراکز خبری و رسانه‌ای به‌خصوص بخش زبان خارجی در آن باشد به نحوی که از تأسیس برخی از این مراکز، مانند تهران تایمز، نزدیک به چهاردهه می‌گذرد؛ این در حالی است که برخی دیگر قدمتی کمتر از ۶ سال دارند.

محل خدمت پاسخگویان

جدول ۶. توزیع فراوانی افراد برحسب محل خدمت

خبرگزاری یا نشریه محل خدمت	فراوانی	درصد فراوانی
روزنامه تهران تایمز	۲۰	۱۷/۷
خبرگزاری مهر	۱۰	۸/۸
خبرگزاری تسنیم	۷	۶/۲
خبرگزاری فارس	۶	۵/۳
خبرگزاری ایسنا	۱۶	۱۴/۲
روزنامه ایران دلی	۱۱	۹/۷
خبرگزاری ایلنا	۱۱	۹/۷
روزنامه فایننشال تریبیون	۱۸	۱۵/۹
خبرگزاری ایرنا	۱۴	۱۲/۴
جمع	۱۱۳	۱۰۰

با توجه به مندرجات جدول ۶، می‌توان دریافت که در جامعه مورد مطالعه ۱۷/۷ درصد (۲۰ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، در تهران تایمز، ۸/۸ درصد (۱۰ نفر) در مهر، ۶/۲ درصد (۷ نفر) در تسنیم، ۵/۳ درصد (۶ نفر) در فارس، ۴/۲ درصد (۱۶ نفر) در ایسنا، ۹/۷ درصد (۱۱ نفر) در ایران دیلی، ۹/۷ درصد (۱۱ نفر) ایلنا، ۵/۹ درصد (۱۸ نفر) در فایننشال تریبیون و ۲/۴ درصد (۱۴ نفر) در ایرنا، کار می‌کنند. یادآور می‌شود، نما و یا بیشترین فراوانی مربوط به تهران تایمز است. این نکته می‌تواند ناشی از تفاوت در میزان پرداختن به بخش زبان خارجی در مراکز خبری و رسانه‌ای مختلف باشد، به نحوی که در برخی موارد مانند تهران تایمز و فایننشال تریبیون، به طور خاص در این حوزه به فعالیت پرداخته و در برخی دیگر، فعالیت در بخش زبان خارجی به عنوان یک حوزه فرعی به شمار می‌رود.

میزان هوش فرهنگی و مؤلفه‌های آن

- میزان بهره‌مندی از بُعد فراشناختی هوش فرهنگی ۵/۳ درصد (۶ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، در سطح متوسط، ۴۳/۴ درصد (۴۹ نفر) در سطح زیاد و ۵۱/۳ درصد (۵۸ نفر) در سطح بسیار زیاد، شناسایی شد. لازم به ذکر است در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین برخورداری از این بُعد ۴/۶ بوده؛ بر این پایه می‌توان گفت میزان برخورداری خبرنگاران مورد مطالعه از بُعد فراشناختی، در سطح بسیار زیادی است و این به معنای آن است که آگاهی آنها از فرهنگ خودی و نشانه‌های فرهنگی سایر جوامع در سطح بالایی قرار دارد.
- میزان بهره‌مندی از بُعد شناختی هوش فرهنگی ۰/۹ درصد (۱ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، در سطح بسیار کم، ۱۰/۶ درصد (۱۲ نفر) در سطح کم، ۳۵/۴ درصد (۴۰ نفر) در سطح متوسط، ۴۶/۹ درصد (۵۳ نفر) در سطح زیاد و ۶/۲ درصد (۷ نفر) در سطح بسیار زیاد، شناسایی شد. یادآور می‌شود، در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین برخورداری خبرنگاران مورد مطالعه از بُعد شناختی، ۳/۶ بوده و این یافته نشان می‌دهد، میزان دانش فرهنگی کمتر از بُعد فراشناختی هوش فرهنگی آنها است؛ این یعنی هر چند این خبرنگاران با فرهنگ‌های مختلف آشنایی دارند، ولی به همان نسبت به وجوه شباهت و تفاوت بین این فرهنگ‌ها توجه ندارند.
- میزان بهره‌مندی از بُعد انگیزشی هوش فرهنگی ۰/۹ درصد (۱ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، در سطح بسیار کم، ۱۵/۹ درصد (۱۸ نفر) در سطح متوسط، ۴۵/۱ درصد (۵۱ نفر) در سطح زیاد و ۳۸/۱ درصد (۴۳ نفر) در سطح بسیار زیاد، شناسایی شد. لازم به ذکر است، در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین برخورداری از این بُعد ۴/۱۹ بوده و این به معنای آن است که بُعد انگیزشی هوش فرهنگی خبرنگاران مورد مطالعه، بسیار زیاد است. بر این پایه می‌توان گفت، آنان علاقه زیادی برای آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از آن فرهنگ‌ها دارند.
- میزان بهره‌مندی از بُعد رفتاری هوش فرهنگی ۱/۸ درصد (۲ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان،

در سطح بسیار کم، ۱۰/۶ درصد (۱۲ نفر) در سطح کم، ۲۳/۹ درصد (۲۷ نفر) در سطح متوسط، ۴۴/۲ درصد (۵۰ نفر) در سطح زیاد و ۱۹/۵ درصد (۲۲ نفر) در سطح بسیار زیاد شناسایی شد. لازم به ذکر است، در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین بهره‌مندی از این بُعد ۳/۶۹ بوده و این یافته گویای آن است که بُعد رفتاری خبرنگاران مورد مطالعه، در سطح زیاد قرار دارد. به تعبیر دیگر، این افراد کمتر از آنچه از بعد فراشناختی و انگیزشی هوش فرهنگی برخوردارند، توانایی برقراری ارتباط کلامی و غیر کلامی صحیح را با افرادی از فرهنگ‌های مختلف دارند.

● میزان بهره‌مندی از هوش فرهنگی ۰/۹ درصد (۱ نفر از ۱۱۳ نفر) از پاسخگویان، در سطح کم، ۲۲/۱ درصد (۲۵ نفر) در سطح متوسط، ۶۰/۲ درصد (۶۸ نفر) در سطح زیاد و ۱۶/۸ درصد (۱۹ نفر) در سطح بسیار زیاد، قرار دارد. لازم به ذکر است در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین بهره‌مندی از هوش فرهنگی ۳/۹۲ بوده، این یافته گویای آن است که هر چند خبرنگاران مورد مطالعه از سطح زیادی از هوش فرهنگی برخوردارند ولی مقدار بهره‌مندی آنها از این قابلیت و استعداد، کمتر از سطح مطلوب است.

آزمون نرمال بودن هوش فرهنگی

جدول ۷. نتایج آزمون نرمال بودن هوش فرهنگی

شپیرو - ویلک (Shapiro-Wilk)			
سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار	
۰/۱۸۷	۱۱۳	۰/۹۸۴	هوش فرهنگی

با توجه به جدول ۷، جهت تشخیص توزیع نرمال متغیر هوش فرهنگی از آزمون شپیرو- ویلک استفاده شده و با توجه به سطح معناداری آزمون یاده شده که بیشتر از ۰/۰۵ است، می‌توان دریافت توزیع فراوانی، منطبق بر منحنی نرمال است.

یافته‌های آمار استنباطی

در این بخش با استفاده از آزمون‌های آماری به سنجش فرضیات تحقیق پرداخته می‌شود. آزمون T مستقل بین هوش فرهنگی و جنسیت

جدول ۸. نتایج آزمون T مستقل مربوط به رابطه هوش فرهنگی و جنسیت

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T
۰/۵۴۵	۱۱۱	۰/۶۰۷

با توجه به جدول ۸، با ارزش ۰/۶۰۷، درجه آزادی ۱۱۱ و سطح معناداری ۰/۵۴۵، می‌توان گفت بین هوش فرهنگی و جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد. لازم به ذکر است در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین هوش فرهنگی زنان ۳/۹۷ و مردان ۳/۹ است.

آزمون پیرسون بین هوش فرهنگی و سن

جدول ۹. آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر هوش فرهنگی و سن

سن	هوش فرهنگی		
۰/۹۱۹	۰	ضریب همبستگی پیرسون	هوش فرهنگی پیرسون
		سطح معناداری	
		تعداد داده‌ها	
۱۱۳	۱۱۳	ضریب همبستگی پیرسون	سن
		سطح معناداری	
		تعداد داده‌ها	

با توجه به جدول ۹، با ارزش همبستگی ۰/۰۱۰، سطح معناداری ۰/۹۱۹ و با ۵ درصد خطا، می‌توان گفت بین دو متغیر هوش فرهنگی و سن، همبستگی وجود ندارد.

آزمون اسپیرمن بین هوش فرهنگی و میزان تحصیلات

جدول ۱۰. آزمون همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر هوش فرهنگی و میزان تحصیلات

تحصیلات	هوش فرهنگی		
۰/۲۶۳	۰	ضریب همبستگی اسپیرمن	هوش فرهنگی اسپیرمن
		سطح معناداری	
		تعداد داده‌ها	
۱۱۳	۱۱۳	ضریب همبستگی اسپیرمن	میزان تحصیلات
		سطح معناداری	
		تعداد داده‌ها	

با توجه به جدول ۱۰، با استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن با ارزش همبستگی $0/263$ و در سطح ادرصد خطا، می توان گفت بین دو متغیر هوش فرهنگی و میزان تحصیلات، همبستگی وجود دارد. همبستگی مذکور از نوع مثبت و شدت آن، ضعیف است.

آزمون T مستقل بین هوش فرهنگی و وضعیت تأهل

جدول ۱۱. نتایج آزمون T مستقل مربوط به رابطه هوش فرهنگی و وضعیت تأهل

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T
۰/۲۹۶	۱۱۱	۱/۰۴۹

با توجه به جدول ۱۱، با ارزش $1/049$ ، درجه آزادی ۱۱۱ و سطح معناداری $0/296$ ، می توان گفت بین هوش فرهنگی و وضعیت تأهل، تفاوت معناداری وجود ندارد. یادآور می شود در طیف ۱ تا ۵ درجه ای، میانگین هوش فرهنگی افراد مجرد ۴ و افراد متأهل $3/87$ است.

آزمون پیرسون بین هوش فرهنگی و سابقه خدمت

جدول ۱۲. آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر هوش فرهنگی و سابقه خدمت

سابقه خدمت	هوش فرهنگی		
هوش فرهنگی پیرسون	ضریب همبستگی پیرسون	$-0/034$	۱/۰۰۰
	سطح معناداری	۰/۷۲۲	۰
	تعداد داده ها	۱۱۱	۱۱۳
سابقه خدمت	ضریب همبستگی پیرسون	$-0/034$	۱/۰۰۰
	سطح معناداری	۰/۷۲۲	۰
	تعداد داده ها	۱۱۱	۱۱۱

با توجه به جدول ۱۲، با ارزش همبستگی $-0/034$ و سطح معناداری $0/722$ ، با ۵ درصد خطا، می توان گفت بین دو متغیر هوش فرهنگی و سابقه خدمت، همبستگی وجود ندارد.

آزمون F بین هوش فرهنگی و محل خدمت

جدول ۱۳. نتایج آزمون F مربوط به رابطه هوش فرهنگی و محل خدمت

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار F
۰/۲۴۹	۸	۱/۳۰۶

با توجه به جدول ۱۳، با ارزش ۱/۳۰۶، درجه آزادی ۸ و سطح معناداری ۰/۲۴۹، می توان گفت بین هوش فرهنگی و محل خدمت، تفاوت معناداری وجود ندارد. لازم به ذکر است در طیف ۱ تا ۵ درجه‌ای، میانگین هوش فرهنگی خبرنگاران خبرگزاری مهر ۴/۴، خبرگزاری ایرنا ۴/۰۷، خبرگزاری ایسنا ۴/۰۶، خبرگزاری فارس ۴، روزنامه تهران تایمز ۳/۸۵، خبرگزاری تسنیم ۳/۸۵، خبرگزاری ایلنا ۳/۸۱، روزنامه ایران دیلی ۳/۷۲ و روزنامه فایننشال تریبون ۳/۷۲ است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با مروری بر آنچه آورده شد، می توان دریافت هدف اصلی این پژوهش شناخت میزان هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی‌های شخصی و شغلی خبرنگاران روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های دارای نسخه انگلیسی است. به منظور تحقق بخشیدن به هدف یادشده، به بررسی پیشینه مطالعات نظری و تجربی پرداخته و با استفاده از نتایج آن به ارائه مدل مفهومی پرداخته شد. بر حسب این مدل، هوش فرهنگی به عنوان متغیر وابسته، دارای رابطه همبستگی با ویژگی‌های شخصی و شغلی افراد مورد مطالعه، فرض شد. به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، اقدام به گردآوری اطلاعات و تحلیل آن کرده که پیش از این به نتایج آن اشاره شد. در این قسمت ضمن مروری بر نتایج مذکور به جمع‌بندی مباحث و نتیجه‌گیری کلی پرداخته می‌شود.

اگرچه هوش فرهنگی، یکی از قابلیت‌ها و مهارت‌های مورد نیاز برای خبرنگاران بخش زبان انگلیسی خبرگزاری‌ها و مطبوعات به شمار می‌رود، ولی یافته‌های تحقیق گویای آن است که میزان برخورداری افراد از هوش فرهنگی، امری متغیر بوده و در همه آنها به صورت یکسان وجود ندارد. متغیر بودن میزان هوش فرهنگی، احتمال رابطه آن با ویژگی‌های شخصی و شغلی را مطرح ساخته و بر این پایه در جریان پژوهش وجود این رابطه بررسی شد. نظر به تعدد ویژگی‌های شخصی و شغلی، رابطه بین هوش فرهنگی با آنها، در قالب شش فرضیه به معرض آزمون گذاشته شد که نتایج آن به شرح زیر است:

- در فرضیه نخست، به وجود رابطه بین هوش فرهنگی و جنسیت پرداخته شده است. آزمون آماری انجام شده گویای آن است که هوش فرهنگی مردان و زنان، تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد و این فرضیه رد شده است. این یافته با نتایج تحقیق رحیمی و مقتدر منصوری (۱۳۹۵) و رضا قلعه‌ای و شهودی (۱۳۹۳) همسو و با نتایج پژوهش درویش و همکاران (۱۳۹۲) و بالی (۲۰۱۷) ناهمسو است.

- دومین فرضیه، وجود رابطه بین هوش فرهنگی و سن را مورد توجه قرار داده است. آزمون آماری انجام‌شده حاکی از آن است که بین میزان سن و هوش فرهنگی رابطه همبستگی وجود ندارد و این فرضیه نیز مردود است. نتیجه مذکور با نتایج تحقیقات درویش و همکاران (۱۳۹۲)، رحیمی و مقتدر منصوری (۱۳۹۵) و رضا قلعه‌ای و شهودی (۱۳۹۳) همسوست.
 - فرضیه سوم، به رابطه بین هوش فرهنگی و وضعیت تأهل پرداخته است. نتایج آزمون آماری در این باره گویای آن است که هوش فرهنگی افراد مجرد با متأهل، تفاوت معناداری ندارد و این فرضیه رد شده است. نتیجه مذکور با نتایج به دست آمده از پژوهش رضا قلعه‌ای و شهودی (۱۳۹۳) انطباق دارد.
 - در چهارمین فرضیه، رابطه بین هوش فرهنگی و میزان تحصیلات مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج آزمون آماری در این باره گویای وجود همبستگی مثبت بین این دو متغیر است. بر این پایه می‌توان گفت فرضیه مذکور مورد تأیید است. نتیجه مذکور با نتایج به دست آمده از پژوهش دلارام (۱۳۸۸) و بالی (۲۰۱۷) همسو و با نتایج تحقیق درویش و همکاران (۱۳۹۲) و رحیمی و مقتدر منصوری (۱۳۹۵) ناهمسوست.
 - در فرضیه پنجم، به تحلیل رابطه بین هوش فرهنگی و سابقه خدمت پرداخته شده است. آزمون آماری انجام‌شده حکایت از نبود همبستگی بین دو متغیر یاد شده دارد. بنابراین فرضیه مذکور مردود است. این نتیجه با نتایج پژوهش رحیمی و مقتدر منصوری (۱۳۹۵) و رضا قلعه‌ای و شهودی (۱۳۹۳) همسو و با نتایج حاصله از تحقیقات دلارام (۱۳۸۸) و بالی (۲۰۱۷) ناهمسوست.
 - و سرانجام در فرضیه ششم، به وجود رابطه بین هوش فرهنگی و محل خدمت توجه شده است. آزمون آماری در این باره نیز گویای نبود تفاوت معنادار بین این دو متغیر است و بر همین پایه، این فرضیه نیز رد شده است.
- در مجموع می‌توان گفت به استثناء میزان تحصیلات، سایر ویژگی‌های شخصی و شغلی رابطه‌ای با هوش فرهنگی ندارند و برخوردار از این استعداد و توانایی، متأثر از چنین مواردی نیست. اما وجود رابطه بین میزان تحصیلات با هوش فرهنگی می‌تواند مؤید تأثیر این متغیر بر توانایی یاد شده باشد. به تعبیر دیگر هر چه میزان تحصیلات افراد بالاتر باشد، میزان هوش فرهنگی آنها نیز بیشتر شده و بهتر می‌توانند با افرادی از فرهنگ‌های مختلف ارتباط برقرار کنند.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان پیشنهاد‌های زیر را برای پژوهش‌های بعدی ارائه کرد.
- در مطالعات بعدی توصیه می‌شود از روش‌های دیگری برای اندازه‌گیری هوش فرهنگی افراد

- استفاده شود. برای مثال، می‌توان با ایفای نقش افرادی از فرهنگ‌های دیگر، تکنیک‌های حادثه بحرانی و یا استفاده از روش مصاحبه همراه با پرسشنامه به ارتقاء سطح داده‌ها کمک کرد.
- در این پژوهش از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شده که توسط محققان خارجی و برای جامعه آنها تنظیم شده است. توصیه می‌شود پژوهشگران داخلی پرسشنامه‌های استاندارد بومی شده برای استفاده داخلی طراحی کنند.
 - چنانچه در مطالعات بعدی، قصد استفاده از همین مقیاس‌های اندازه‌گیری هوش فرهنگی را داشته باشیم، بهتر است به جای پرسشنامه‌های ترجمه شده، از متن اصلی (زبان انگلیسی) استفاده شود. لازم به ذکر است از آنجا که افراد مورد مطالعه (خبرنگاران بخش انگلیسی زبان) خود به زبان انگلیسی مسلط هستند، نیازی نیست برای آنها پرسشنامه اصلی ترجمه شود.

پیشنهاد‌های اجرایی

- در این بخش با توجه به نتایج مطالعات مقدماتی و یافته‌های تحقیق، پیشنهادهایی برای مدیران و سردبیران مراکز خبری ارائه می‌شود.
- نظر به همبستگی بین میزان تحصیلات و هوش فرهنگی، توصیه می‌شود مراکز خبری و رسانه‌ای در به کارگیری خبرنگاران بخش خارجی از افراد دارای تحصیلات بالاتر استفاده کرده و یا زمینه را برای ادامه تحصیل خبرنگاران شاغل در دوره‌های بالاتر فراهم کنند.
 - در حال حاضر، مهم‌ترین معیار در انتخاب خبرنگاران بخش خارجی، تسلط آنها به زبان‌های دیگر است و کمتر توجهی به سنجش هوش فرهنگی آنها می‌شود. لذا توصیه می‌شود اندازه‌گیری هوش فرهنگی، یکی از معیارهای گزینش در استخدام خبرنگاران این بخش باشد.

منابع

- درویش، حسن، مجید نوده فراهانی، مینا خلیلی و فاطمه شعبانی (۱۳۹۲)، "بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرستاران"، نشریه عملی پژوهشی دانشکده پرستاری و مامایی، دوره ۲۳، شماره ۸۲.
- دلارام، طویلی (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد و وظیفه‌ای مدیران بانک اقتصاد نوین استان تهران در سال ۸۷، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- رحیمی، غلامرضا و البرز مقتدر منصور (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی کارکنان (مورد مطالعه: شرکت ماشین‌سازی تبریز)"، اولین کنفرانس ملی توانمندسازی جامعه در حوزه جامعه‌شناسی، علوم تربیتی و مطالعات اجتماعی و فرهنگی، مرکز توانمندسازی مهارت‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه، تهران.
- رضاقلعه‌ای، علی‌رضا و مریم شهودی (۱۳۹۳)، "مدل‌یابی روابط بین هوش فرهنگی و حاکمیت بالینی: دیدگاه پرستاران بیمارستان‌های دولتی شهر کرمانشاه"، پژوهش در آموزش علوم پزشکی، دوره ۶، شماره ۱.
- روشندل اربطانی، طاهر و مسعود مقصودی (۱۳۹۴)، "رابطه بین جو سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی خبرنگاران

شاغل در خبرگزاری ایرنا، فصلنامه رسانه، دوره ۲۶، شماره ۱.

روح الامینی، محمود (۱۳۶۸)، زمینه فرهنگ شناسی، نشر عطار، تهران.

کارگر برزی، مرضیه (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی مدیران مدارس متوسطه دخترانه شهرستان رفسنجان سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

کروبی، مهدی، زینب امیری و سید مجتبی محمودزاد (۱۳۹۵)، "تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد شغلی (مطالعه موردی: راهنمایان تور ورودی شهر تهران)"، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۸.

- Ang, S. & Inkpen, A. C. (2008), "Cultural intelligence and offshore outsourcing success: A framework of firm-level intercultural capability" *Decision Sciences*, 399(3).
- Ang, S. Van Dyne, L., & Koh, C. (2006), "Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence". *Group & Organization Management*, 31(1).
- Ang, S. & Van Dyne, L. (2008), *Conceptualization of cultural intelligence: Definition, distinctiveness, and nomological network*. In S. Ang & L. Van Dyne (Eds.), *Handbook on cultural intelligence: Theory, measurement and applications* Armonk, NY: Sharpe.
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C. & 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(3).
- Balli, E. (2017), "Cultural intelligence: It's relation with demographic variables and career decision of students", *ResearchGate*, 1(3).
- Berry, J. W., & Ward, C. (2006), "Commentary on redefining interactions across cultures and organizations", *Group and Organization Management*, 31(1), doi:10.1177/1059601105275264
- Brislin, R., Worthley, R., & Macnab, B. (2006), "Cultural intelligence: Understanding behaviors that serve people's goals", *Group & Organization Management*, 31(1), doi:10.1177/1059601105275262
- Earley, P. C. (2002), "Redefining interactions across cultures and organizations, moving forward with cultural intelligence", *Research in Organizational Behavior*, 24., [http://dx.doi.org/10.1016/S0191-3085\(02\)24008-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0191-3085(02)24008-3)
- Earley, P. C. & Ang, S. (2003), *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Earley, P. C., Ang, S. & Tan, J. (2006), *CQ: Developing cultural intelligence at work*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Earley, P. C. & Mosakowski, E. (2004), "Cultural intelligence", *Harvard Business Review*, 82(10).
- Jyoti, J., Kour, S. (2017), "Cultural intelligence and job performance: An empirical investigation of moderating and mediating variables", *International Journal of Cross Cultural Management*, 17(3) doi:10.1177/1470595817718001
- Kumar, N., Rose, R. & Ramalu, S. (2008), "The effects of personality and cultural intelligence on international assignment effectiveness: A review", *Journal of Social Science*, 4(4), doi:10.3844/jssp.2008.
- Mæland, A. & Wattenberg, P. (2017), The role of education and gender in cultural intelligence, Master's

- thesis, University of Agder. Retrieved from <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2452976>
- Ng, K. Y. & Earley, P. C. (2006), "Culture and intelligence: Old constructs, new frontiers", *Group & Organization Management*, 31(1).
- Thomas, D. C. (2006), "Domain and development of cultural intelligence: The importance of mindfulness", *Group and Organization Management*, 31(1).
- Thomas, D. C., & Inkson, K. (2009), *Cultural intelligence: Living and working globally* (2nd ed.). San Francisco, CA: Berrett_Koehler.
- Thomas, D. C., Elron, E., Stahl, G., Ekelund, B.Z., Ravlin, E.C., Cerdin, J.-L., ... Lazarova, M.B. (2008), "Cultural Intelligence: Domain and Assessment", *International Journal of Cross Cultural Management*, 8(2).
- Van Dyne, L., Ang, S. & Koh, C. (2009), *Cultural intelligence: Measurement and scale development*, In M. A. Moodian (Ed.), *Contemporary leadership and intercultural competence: Exploring the cross-cultural dynamics within organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van Dyne, L., Ang, S. & Livermore, D. (2010), *Cultural intelligence: A pathway for leading in a rapidly globalizing world*, In K. M. Hannum, B. McFeeters & L. Booyesen (Eds.), *Leading across differences*. San Francisco, CA: Pfeiffer.
- Van Dyne, L., Ang, S., Ng, K. Y., Rockstuhl, T., Tan, M. L. 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(4).

