

Cultural intelligence role in the creation and development of cultural synergy

Ali Reza Moradi¹

Abstract

The aim of this paper is to examine the concept, assumptions and aspects of cultural intelligence and its role in the development and promotion of cultural synergy. Cultural synergies in the management of cultural diversity is an approach that members rely on cultural patterns. Cultural intelligence as one of the most important factors for achieving cultural synergy in terms of cultural diversity and exposure to different cultures. Global business environment, needs to peoples who are familiar with different cultures to establish communication with people of other cultures. For this purpose, people needs cultural intelligence. Cultural Intelligence (CQ) is an individual feature that causes people to act in an effective manner in diverse cultural situations. There are four basic dimensions of cultural intelligence: metacognitive, cognitive, mental and motivational, physical and behavioral. Cultural intelligence is acquirable and develops through cross-cultural training. Through the development of cultural intelligence People learns the skills of working with members of other cultures and this skills finally leads to the creation of cultural synergy

Keywords: Cultural Diversity, Cultural Intelligence, synergy and Cultural synergy.

1. Phd in management and planning of cultural affairs, Islamic Azad university, science and research branch, Isfahan

نقش هوش فرهنگی در ایجاد و توسعه هم افزایی فرهنگی علیرضا مرادی^۱

چکیده: ■

هدف این مقاله بررسی مفهوم، مفروضات و ابعاد هوش فرهنگی و نقش آن در توسعه و ارتقای هم افزایی فرهنگی می‌باشد. هم افزایی فرهنگی یک رویکرد در مدیریت تاثیرات تنوع فرهنگی است که بر الگوهای فرهنگی اعضای تکیه می‌کنند. هوش فرهنگی نیز یکی از مهمترین عوامل جهت تحقق هم افزایی فرهنگی در شرایط تنوع فرهنگی و برخورد با محیط‌های متفاوت فرهنگی است. محیط کار جهانی، نیاز به افرادی دارد که به فرهنگ‌های مختلف آشنا باشند و بتوانند با افراد سایر فرهنگ‌ها ارتباط مناسب برقرار کنند. برای این منظور، افراد نیاز به هوش فرهنگی دارند. هوش فرهنگی (CQ)^۲ قابلیت فردی است که سبب می‌شود افراد در موقعیت‌های متنوع فرهنگی به نحوی اثربخش عمل نمایند. هوش فرهنگی چهار بخش و بعد اساسی دارد: بعد فرا شناختی، بعد شناختی، بعد روانی و انگیزشی و بعد فیزیکی و رفتاری. هوش فرهنگی اکتسابی است و از طریق آموزش بین فرهنگی توسعه می‌یابد. از طریق توسعه هوش فرهنگی است که افراد مهارت کار کردن با اعضای سایر فرهنگ‌ها را می‌آموزند و در نهایت به ایجاد هم افزایی فرهنگی منجر می‌شود.

کلید واژه‌ها: تنوع فرهنگی، هوش فرهنگی، هم افزایی و هم افزایی فرهنگی.

۱. دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اصفهان. alireza_5425@yahoo.com

2. Cultural Intelligence

مقدمه:

در مواجهه با تنوع فرهنگی، کاملترین مواجهه و برخورد هم افزایی (هم نیرو بخشی) فرهنگی است. هم افزایی فرهنگی یک رویکرد در مدیریت تاثیرات تنوع فرهنگی است که بر الگوهای فرهنگی اعضای تکیه می‌کنند. برای ایجاد هم افزایی فرهنگی باید افراد مهارت کار کردن با اعضای سایر فرهنگ‌ها را کسب نموده و توانایی کار کردن با افراد دیگر که دارای فرهنگ‌های متفاوت می‌باشند را کسب نمایند (آدلر و بارتولومو، ۲۹۹۱). هوش فرهنگی یکی از مهمترین عوامل جهت تحقق هم افزایی فرهنگی در شرایط تنوع فرهنگی و برخورد با محیط‌های متفاوت فرهنگی است.

در میان مهارت‌های مورد نیاز قرن بیست و یکم، توانایی تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین فرهنگی حائز اهمیت است. محیط کار جهانی، نیاز به افرادی دارد که به فرهنگ‌های مختلف آشنا باشند و بتوانند با افراد سایر فرهنگ‌ها ارتباط مناسب برقرار کنند. برای این منظور، افراد نیاز به هوش فرهنگی دارند. توانایی فرد برای تطبیق با ارزش‌ها، سنت‌ها و آداب و رسوم متفاوت از آنچه به آنها عادت کرده است و کار کردن در یک محیط متفاوت فرهنگی، معرف هوش فرهنگی است. هوش فرهنگی، منبع بالقوه‌ای برای ایجاد مزیت رقابتی است. محیط‌های کاری در سرتاسر جهان بسیار متنوع شده‌اند و این امر به خصوص درباره کشورهای توسعه یافته بیشتر صدق می‌کند. در کنار تغییرات علوم و فناوری و انتقال دانش، فرایندهای طراحی، تولید و توزیع در قرن حاضر نهایت تنوع را پیدا کرده‌اند، در نتیجه مدیران با محیط‌های داخلی و خارجی بسیار متنوعی روبه‌رو هستند (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱). هوش فرهنگی مهمترین ابزاری است که می‌توان برای مواجهه مناسب با موقعیت‌های چند فرهنگی به کار گرفت. هوش فرهنگی کمک می‌کند با درک سریع و صحیح مولفه‌های فرهنگی مختلف، رفتاری متناسب با هر یک از آنها بروز دهیم (نائیجی و عباسعلی زاده، ۶۸۳۱).

از سوی دیگر سازمان‌ها اعم از تجاری یا غیر تجاری (مثلاً فرهنگی) با سازوکارهای مختلف به دنبال حفظ موقعیت رقابتی خود و بهبود روابط در

چنین شرایطی هستند. لازم به ذکر است در این راستا مشکلات و دغدغه‌های سازمان‌های تجاری کمتر از سازمان‌ها و موسسات فرهنگی می‌باشد. هوش فرهنگی یکی از مهمترین ابزارها در مواجهه مناسب با موقعیت‌های چند فرهنگی است که می‌تواند در حفظ موقعیت رقابتی مؤثر باشد (رشید پور، ۹۸۳۱). به همین منظور روشن نمودن جنبه‌های مختلف هوش فرهنگی و تاثیر آن در ایجاد هم افزایی فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد.

در بررسی هوش فرهنگی و هم افزایی فرهنگی در این مقاله با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی نظرات محققان و صاحب‌نظران هوش فرهنگی، هم افزایی و هم افزایی فرهنگی پرداخته شده است.

تنوع فرهنگی

به زعم طرفداران تنوع فرهنگی، همان طور که نوازندگان سازهای مختلف هر یک سازی جداگانه می‌زنند، اما در نهایت نوایی خوش و هماهنگ از مجموع آنها برمی‌خیزد، با محور تنوع فرهنگی، تنها به سازی تک صدا و فاقد تنوع و جذابیت خواهیم رسید. در مقابل پلورالیست‌های طرفدار تنوع فرهنگی، عده دیگری مخالفت صریح خود را با نظرات مربوط به تنوع فرهنگی ابراز داشته و معتقدند که با آموزش چند فرهنگی، جامعه تکه تکه شده و هویت گروهی و فرقه‌ای بر هویت‌های جامع مانند هویت ملی غالب می‌گردد (کریمی، ۷۸۳۱: ۲۴). تنوع حیطه‌های مختلفی از جمله نژاد، قومیت، جنسیت، رنگ پوست، مذهب و فرهنگ را در بر می‌گیرد. تنوع فرهنگی از جمله مسائل عمده‌ای است که مدیران حاضر با آن مواجه هستند. متأسفانه بیشتر مدیران به تفاوت‌های فرهنگی به عنوان منبع و عامل مؤثر در ایجاد برتری رقابتی بها نمی‌دهند و با این توصیف که تفاوت فرهنگی مسئله مهمی نیست؛ ما همگی انسان هستیم و تنها عامل سوء تفاهم میان ما اختلاف زبان است؛ اگر بر تفاوت‌ها تمرکز کنیم از هدف دور می‌مانیم و... از فکر کردن به تفاوت‌های فرهنگی و مهارت‌های مورد نیاز برای اداره آن پفره می‌روند، در حالی که تنوع فرهنگی دارای مزایای بسیاری است. توانایی شرکت و افراد

1. Cultural Diversity

را در تأمین و پاسخ به اولویت‌های فرهنگی بازارهای محلی افزایش می‌دهد و توانایی سازمان را در جذب نیروهایی با زمینه‌های فکری مختلف بالا می‌برد. هزینه ناشی از ریزش مدیران غیر بومی را کاهش می‌دهد و با بهره‌گیری از تنوع دیدگاه‌ها، تصمیم‌گیری‌های بهتر و جامع‌تری انجام می‌شود. از طریق تنوع در دیدگاه‌ها و به دلیل تأکید کمتر بر ضرورت هماهنگی و یکسان‌سازی عقاید، خلاقیت تقویت می‌شود و انعطاف‌پذیری و قدرت تحمل و پاسخگویی سیستم به تقاضاهای متعدد و پویایی محیط کنونی را افزایش می‌دهد (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۵۸۳۱).

در ایران نیز مدیران و کارکنان سازمان‌های کشور با دو قسم تنوع فرهنگی مواجهند. نخست اینکه ایران به دلیل تنوع قومی، گوناگونی‌های فرهنگی دارد و دوم اینکه در شرایط کاری کنونی تنوع و مراودات میان فرهنگی به شکل فزاینده‌ای در حال گسترش است و تعامل با اشخاص و سازمان‌ها با زمینه‌های فرهنگی متفاوت‌گریز ناپذیر می‌نماید. به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت و بسیاری از خصوصیات دیگر می‌تواند به عنوان منابع بالقوه تعارض ظهور کند و در صورت نبود درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب را با مشکل مواجه می‌کند. عامل اخیر در سازمان‌های امروزی که متشکل از کارکنان و مخاطبین و مشتریانی با فرهنگ‌های گوناگون از اقصی نقاط کشور و جهان می‌باشند، اهمیت بسزایی دارد (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۱۷).

هم‌افزایی فرهنگی^۱

واژه ygrenys دارای مفهوم هم‌افزایی، هم‌نیرو زایی، تجمع پدیده آفرین، اثر مضاعف و خاصیت فزونی است (داور و دانایی فرد، ۱۸۳۱: ۸۳۸). اصطلاح سینرژی یا هم‌افزایی از کلمه سینرژا^۲ یونانی به معنی تعاون گرفته شده که از نظر محتوایی بیشتر به معنی تعاون و همکاری آمده است و در علوم مختلف معانی تقریباً مشابهی دارد. در فرهنگ پزشکی، سینرژی را "هر ماده یا عضله ای که با ماده یا عضله دیگر همکاری داشته باشد" می‌گویند. در فیزیک،

1. Cltural Synergy
2. synerga

سینرژی عبارتست از "افزایش ترکیب دو انرژی که بیشتر از میزان واقعی در حالت انفرادی است". در موسیقی ترکیب دو نت یا دو صدا، انرژی بیشتری را تولید می‌کند و اثرات شدیدتر و متفاوت تری نسبت به یک یک نت‌ها به طور جداگانه دارد. در مباحث مربوط به رفتار انسانی و روانشناسی اجتماعی، هم‌افزایی را "رفتار مضاعف و ایجاد کلی که بزرگتر از مجموع رفتارهای تشکیل دهنده آن است" می‌گویند (مداح و صلواتی سرچشمه، ۴۸۳۱: ۶۳). انرژی گروه‌ها شگفت‌انگیز است. جمع دو یا چند انسان که برای رسیدن به هدف مشترک، یکدیگر را یاری می‌دهند، همواره کارکردی بیش از مجموع کارکرد تک تک آنهاست. انرژی نهفته در اتحاد، عاملی است که کارها را در پروژه به پیش می‌برد. گروه‌های موسیقی نمونه جالبی برای هم‌افزایی هستند. صدای مجموعه سازها، که هماهنگ با یکدیگر می‌نوازند، احساس خاصی را در ذهن شنونده به وجود می‌آورد که صدای تک تک آلات موسیقی، به تنهایی، آن را ایجاد نمی‌کند. در مقابل اگر حتی یکی از اعضای گروه، نتواند خود را با سایرین هماهنگ سازد، نه تنها کار خود را از بین می‌برد بلکه کار کل گروه را نیز بی‌ارزش می‌سازد. راز هم‌افزایی در انرژی نهفته در پیوندهای درونی سیستم است. ارتباطات بین اجزای سیستم‌ها، چنانچه به خوبی تعریف و پیاده‌سازی شوند می‌توانند سبب افزایش کارکرد کل سیستم شوند (اسماعیل‌نیا و زاهدی سرشت، ۶۸۳۱: ۷۵). هم‌افزایی یعنی تلاش افراد موجب عملکردی گردد که از مجموع عملکرد اعضای بیشتر است (رابینز، ۴۸۳۱: ۲۷۱). به عبارتی سینرژی یا هم‌افزایی نوعی منطق فکری است که در آن، جمع واقعی حاصل از اجزاء، از جمع جبری آن بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر، در این منطق فکری، ۲+۲ عددی بیشتر از ۴ (فرضاً ۵) است (بابایی زکلیکی و هدایتی، ۵۸۳۱: ۶۳۱). پدیده هم‌افزایی مثبت از راه تلاش هماهنگ و سازمان یافته حاصل می‌گردد و تلاش‌های فردی اعضای منجر به سطحی از عملکرد می‌شود که بیش از مجموع درون داده‌های فردی آنهاست (رابینز و دی سنزو، ۴۸۳۱: ۸۹۲).

با ارائه‌ی مثالی مفهوم واقعی سینرژی توضیح داده می‌شود: همه می‌دانیم که اسب بخار در ماشین‌ها چیست. در اصل، هنگامی که شما یک اسب را به جلوی کالسکه می‌بندید، یک اسب بخار به دست می‌آوردید. حال با گذاشتن دو اسب در جلوی همان کالسکه، چه میزان اسب بخار به دست می‌آوردید؟ اگر شما دو

برابر آن را گمان می‌کنید، اشتباه کرده‌اید. حتی اگر اسب‌ها برای با هم دویدن پرورش داده نشده باشند، شما چهار یا پنج اسب بخار کسب خواهید داشت و اگر آن‌ها را پرورش داده باشند، می‌توانید به میزان ده اسب بخار به دست آورید. بنا براین، هم افزایشی این گونه تعریف می‌شود: زمانی که دو یا چند عنصر یا چند عامل با هم، هم یاری یا تعامل داشته باشند، معمولاً اثری به وجود می‌آید. اگر این اثر از مجموع اثرهایی که هر کدام از آن عناصر جداگانه می‌توانستند به وجود آورند، بیشتر شود، در این صورت پدیده هم افزایشی رخ داده است. از قدیم نیز گفته‌اند: «همکاری نتیجه بهتری می‌دهد» و آن نتیجه بهتر همین هم افزایشی است (بابایی زکلیکی و هدایتی، ۵۸۳۱: ۷۳۱).

هم افزایشی اغلب نادیده گرفته شده یا توجه اندکی به آن می‌شود. هم افزایشی هنگامی بوجود می‌آید که افراد برای همکاری برانگیخته شوند و تنها شناخت شرایط محیطی، همکاری را افزایش نمی‌دهد بلکه همکاری زمانی بوجود می‌آید که افراد نگرش، روش و ماهیت خود را بگونه‌ای تغییر دهند که بدانند چگونه باید با دیگران رفتار کنند.

مدیران باید همواره ارزش‌ها و فرهنگ‌های متفاوت را شناسایی کنند و از تنوع فرهنگی به عنوان عاملی مؤثر و کارآمد در مدیریت جوامع، سازمان‌ها و شرکت‌ها استفاده کنند. این دیدگاه وقتی حاصل می‌گردد که یک رویکرد و یک فرهنگ خاص که بتواند بر کل سازمان، افراد و فرهنگ‌ها احاطه داشته باشد، وجود ندارد. در این شرایط هم افزایشی فرهنگی می‌تواند به عنوان یک رویکرد مناسب بکار گرفته شود. هم افزایشی فرهنگی از ترکیب و تلفیق چشم اندازها و رویکردهای فرهنگی متنوع حاصل می‌گردد (آدلر^۱ و بارتولومو^۲، ۲۹۹۱).

در مواجهه با تنوع فرهنگی، کاملترین مواجهه و برخورد هم افزایشی (هم نیرو بخشی) فرهنگی است. هم افزایشی فرهنگی یک رویکرد در مدیریت تاثیرات تنوع فرهنگی است که شامل فرآیندی است که مدیران در استراتژی‌ها، رویه‌ها، ساختارها و اعمال سازمان، بر الگوهای فرهنگی اعضای سازمان تکیه

1. Nancy J Adler
2. Susan Bartholomew

می‌کنند. سازمانهای نیرو افزای فرهنگی، اشکال جدیدی از مدیریت و سازمان که تفاوت‌های اعضایش را نادیده نمی‌گیرد، خلق کرده است. بنابراین بر اساس دیدگاه هم‌افزایی فرهنگی، بر خلاف فرضیات همگونی، مشابهت، کوتاه بینی و نژاد پرستی، معتقدیم که همه با هم یکی نیستند و اغلب افراد با مشابهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی در مقایسه با دیگران، زندگی می‌کنند و راه‌های فراوانی برای دست‌یابی به هدف وجود دارد و بهترین راه حاصل ترکیب فرهنگ‌هاست. سینرژی فرهنگی معتقد است که گروه‌های گوناگونی هستند که متفاوتند و هر کدام با تفاوت‌ها و فاصله‌های فرهنگی زندگی می‌کنند. سینرژی فرهنگی فرض می‌کند که مشابهت‌ها و تفاوت‌ها به یک اندازه دارای اهمیت هستند. هم‌افزایی فرهنگی فرض می‌کند که روش‌های معادل فراوانی برای زیستن و کار کردن و دست‌یابی به هدف نهایی وجود دارد و روش هیچ فرهنگی، ذاتاً برتر نیست و در نهایت هم‌افزایی فرهنگی فرض می‌کند بهترین روش بستگی به فرهنگ اعضای جامعه دارد. سازمان‌های هم‌افزای فرهنگی، بهترین جنبه‌های فرهنگ همه اعضایشان را در استراتژی‌ها، ساختارها و فرآیندها، بدون نقض کردن هنجارهای هر فرهنگ فردی، منعکس می‌کنند. در این سازمان‌ها مدیران از تنوع به عنوان منبع کلیدی در جهت ایجاد فرصت استفاده می‌کنند (عسگری و طالقانی، ۹۸۳۱: ۰۶). هم‌افزایی فرهنگی به اعتقاد صحیحی نیاز دارد که در نتیجه آموزش‌های میان فرهنگی حاصل می‌گردد و روش‌های مؤثر و کارآمد را در مدیریت افراد خلق می‌کند. برای ایجاد هم‌افزایی فرهنگی باید مدیران مهارت کار کردن با اعضای سایر فرهنگ‌ها را کسب نمایند. آموزش‌های فردی و سازمانی باید بگونه‌ای باشد که افراد توانایی کار کردن با دیگران و یادگیری از همکارانشان، که دارای فرهنگ‌های متفاوت می‌باشند را کسب نمایند. به عبارت دیگر افراد باید توانایی ایجاد هم‌افزایی فرهنگی را داشته باشند (آدلر و بارتولومو، ۲۹۹۱).

برای دستیابی به هم‌افزایی فرهنگی باید شرایطی فراهم گردد که عبارتند از: اهداف فرهنگی روشن، تعهد به اهداف مشترک، اعتماد متقابل فرهنگی، ارتباطات میان فرهنگی، مهارت در مذاکره (گفتگوی بین فرهنگ‌ها)، رهبری اثر بخش، هوش فرهنگی، ایجاد فضای حمایتی، خلاقیت فرهنگی و مهارت‌های فرهنگی و مدیریتی مرتبط. هوش فرهنگی یکی از مهمترین عوامل جهت تحقق

هم افزایی فرهنگی در شرایط تنوع فرهنگی است که در ادامه به تبیین و توضیح مفهوم، مفروضات و جنبه‌های مختلف آن پرداخته می‌شود.

هوش فرهنگی

و کسلر^۱ از معروفترین کسانی است که تعریف نافذی از هوش ارائه داده است. از نظر وی، هوش عبارتست از توانایی کلی و جامع در فرد که باعث تفکر منطقی، فعالیت هدفمند و سازگاری با محیط می‌شود. در نظر وی، هوش یک توانایی جامع است؛ یعنی مرکب از عناصر یا اجزایی که به طور کامل مستقل از هم نیستند و نشانه هوشمندی فرد آن است که می‌تواند به صورت منطقی بیندیشد و اعمال برخاسته از هوش او اعمال هدفدار هستند و به فرد این امکان را می‌دهد که خود را با شرایط محیط انطباق دهد (رشید پور، ۹۸۳۱). گلמן^۲ در مورد تأثیر ضریب هوشی معتقد است که بهره هوشی تعیین کننده پیشرفت‌های علمی و موفقیت‌های حرفه‌ای است ولی سهم آن در موفقیت تنها حدود ۰۲ درصد است. تلاش برای شناسایی سایر عوامل مؤثر بر موفقیت حرفه‌ای موجب ورود واژه‌های هوش عاطفی و هوش فرهنگی به ادبیات مدیریت شد؛ هرچند هنوز کسی به طور دقیق نمی‌تواند بگوید سهم هوش عاطفی و فرهنگی در پیشرفت افراد چقدر است. مفهوم هوش عاطفی دربرگیرنده مجموعه گسترده‌ای از مهارت‌ها و استعدادهای فردی است که معمولاً به مهارت‌های درون فردی و بین فردی اشاره دارد و به طور کلی توانایی درک و فهم چگونگی بروز یا کنترل عواطف و احساسات است. هوش عاطفی عاملی است که موجب می‌شود تا خلاقانه فکر کنیم و عواطف و احساسات خود را برای حل مسائل به کار گیریم. بر این اساس شخصی که دارای هوش عاطفی بالاست در چهار زمینه شناسایی، به کارگیری، درک و کنترل احساسات استعداد و مهارت دارد (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱).

اساساً هوش فرهنگی نمی‌تواند یک پدیده کاملاً فرهنگی باشد؛ چون فرهنگ ذاتاً خلاق است و تفکری واگرا دارد در حالی که هوش فرهنگی قاعدتاً بر

1. Daivid Wechsler
2. Goleman

اساس ویژگی‌های هوش نوعی تفکر همگراست و صرفاً در حوزه شناخته‌ها قرار دارد در حالی که فرهنگ همواره در حال تغییر و مشغول ارائه عناصر بکر و جدید است و دائماً در حال زایش و آفرینندگی است (رشید پور، ۹۸۳۱). هوش فرهنگی یک فراهوش است که شامل شکل‌های مختلفی از هوش است که IQ تنها یکی از آنهاست و استعداد بکارگیری مهارت‌ها و توانایی‌ها در محیط‌های مختلف فرهنگی است و ساختاری چند بعدی است که در موقعیت‌هایی مثل تعاملات میان فرهنگی حاصل از تفاوت در نژاد، قوم و ملیت مورد هدف قرار می‌گیرد (ودادی و عباسعلی زاده، ۸۸۳۱: ۸۶). هوش فرهنگی (CQ)^۱ قابلیت فردی است که سبب می‌شود افراد در موقعیت‌های متنوع فرهنگی به نحوی اثربخش عمل نمایند. فردی که از نظر فرهنگی هوشمند تلقی می‌شود قادر است با کمک تجربه‌های بسیار خود همان رفتاری را بروز دهد که بطور کامل، متناسب با شرایط موجود باشد (نائیجی و همکاران، ۹۸۳۱). ارلی^۲ و آنگ^۳ هوش فرهنگی را 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، به زحمت می‌توان علائم و نشانه‌های آشنایی یافت که بتوان از آنها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد، 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 برمی‌آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند (نائیجی و عباسعلی زاده، ۶۸۳۱). هوش فرهنگی استعداد شناخت، درک و مدیریت استانداردهای زندگی در جامعه، نهادهای اجتماعی، ارزش زیبایی شناختی در جامعه، زبان رسمی و غیر رسمی، اعتقادات فرهنگی و جهان بینی بیشتر افراد جامعه را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر این هوش مبین توانایی و استعداد درک مدیریت، ایجاد و تعدیل معانی مشترک در محیط اجتماعی می‌باشد (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۱۷). هوش فرهنگی، توانایی افراد برای رشد شخصی از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر میراث‌های فرهنگی، آداب و رسوم و ارزش‌های گوناگون و رفتار مؤثر با

1. Cultural Intelligence
2. Earley
3. Ang

افرادی با پیشینه فرهنگی و ادراک متفاوت است. ارلی و آنگ هوش فرهنگی را به عنوان قابلیت فرد برای سازگاری مؤثر با قالب‌های نوین فرهنگی تعریف می‌کنند و ساختار هوش فرهنگی را به انواع دیگر هوش از جمله هوش عاطفی و اجتماعی مربوط می‌دانند (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱).

در تعریفی دیگر هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی دانسته شده است که از تنوع فرهنگی برخوردارند و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند. مطابق با این تعریف، در واقع هوش فرهنگی با تمرکز بر قابلیت‌های خاصی که برای روابط شخصی با کیفیت و اثربخشی در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه‌ای دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد. هوش فرهنگی همچنین بینش‌های فردی را دربر می‌گیرد که برای انطباق با موقعیت‌ها و تعاملات میان فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چند فرهنگی مفید است (نائیجی و عباسعلی زاده، ۶۸۳۱). هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع دارد. برخی از جنبه‌های فرهنگ را به راحتی می‌توان دید. عوامل آشکاری مثل هنر، موسیقی و سبک رفتاری از این جمله‌اند. اما بیشتر بخش‌های چالش برانگیز فرهنگ، پنهان است. عقاید، ارزش‌ها، انتظارات، نگرش‌ها و مفروضات عناصری از فرهنگ هستند که دیده نمی‌شوند اما بر رفتار افراد مؤثرند. هوش فرهنگی به افراد اجازه می‌دهد تا تشخیص دهند دیگران چگونه فکر می‌کنند و چگونه به الگوهای رفتاری پاسخ می‌دهند، در نتیجه موانع ارتباطی بین فرهنگی را کاهش و به افراد قدرت مدیریت تنوع فرهنگی می‌دهد (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱).

هوش فرهنگی با افزایش تجارب و مراودات فرهنگی افزایش می‌یابد. در مجموع هوش فرهنگی قابلیت درون فردی است که با سایر اقلام هوش و شایستگی‌های درون فرهنگی مرتبط است. هوش فرهنگی قابلیت پیشگویی عملکرد و سایر کارکردهای شغلی را در محیط‌های چند فرهنگی دارا می‌باشد. بطور کلی کارکردهای هوش فرهنگی را می‌توان در سطح فردی و میان فردی تحلیل کرد. از نظر فردی، اشخاص دارای هوش فرهنگی در محیط‌های چند فرهنگی عملکرد بهتری دارند. به واسطه تجارب و آگاهی، این افراد در تصمیم‌گیری و قضاوت فرهنگی کمتر دچار پیش‌داوری و جزم‌گرایی می‌شوند. این

امر در اتخاذ تصمیم سازی سیاسی، فرهنگی، هنری و... مفید می باشد (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۶۷). هوش فرهنگی از طریق دو عامل بر عملکرد افراد تاثیر می گذارد. عامل نخست حساسیت فرهنگی است. بدین معنا که سبب می شود افراد به تفاوت های فرهنگی خود با دیگران توجه کنند. این توجه به معنی درک تفاوت های فرهنگی است، نه قضاوت درباره خوب یا بد بودن آنها. عامل دوم، آمادگی پذیرش تفاوت های فرهنگی است که در اصطلاح به آن فرایند سازگاری فرهنگی می گویند. افرادی که هوش فرهنگی بالاتری دارند، سازگاری فرهنگی بیشتری نشان می دهند و تلاش می کنند خود را با تنوع ها و تمایزهای فرهنگی محیطی که در آن قرار گرفته اند، وفق دهند (نائیجی و همکاران، ۹۸۳۱). در محیط های کاری متنوع قرن حاضر، لازمست استرس های ناشی از شوک فرهنگی و اختلالات و پیامدهای ناشی از تعارضات فرهنگی به نحو مطلوب اداره شود. برای این منظور به سازگاری و تعدیل مؤثر فرهنگ ها نیاز است (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱).

یکی از ویژگی هایی که هوش فرهنگی را دارای اهمیت دوچندان می کند، قابلیت اکتسابی بودن آن است. از این رو، می توان هوش فرهنگی را در افراد پرورش داد. در این زمینه باید بر دو نکته تاکید کرد؛ نخست اینکه چنین کاری تنها از عهده افراد واجد صلاحیت همچون روانشناسان حرفه ای بر می آید و دوم این که، بهبود هوش فرهنگی باید در راستای برنامه جامع پرورش راهبردی منابع انسانی در کنار سایر جنبه های این برنامه صورت گیرد (نائیجی و همکاران، ۹۸۳۱). در هر حال در دنیایی که عبور از مرزها کاری عادی و ساده شده است، داشتن هوش فرهنگی یک نیاز حیاتی برای همه مدیران، کارکنان و اعضای جامعه است. مدیران موفق رمز برخورد با فرهنگ های گوناگون ملی، فراملی و سازمانی را به خوبی می آموزند و از آموزه های خود نهایت استفاده را می برند (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱). از دیگر محاسن توسعه و پرورش هوش فرهنگی کارکنان و مدیران در سطح فردی را می توان در بهبود عملکرد وظایف، کمک به رفتار شهروندی سازمانی، عملکرد انطباق پذیر و بهبود انجام وظایف در تیم های چند فرهنگی از نظر میزان تعارض، اعتماد، ایجاد هم دلی و همکاری میان کارکنان و مدیران دانست. بعد دیگری که در این راستا مهم است مربوط به مفهوم انطباق پذیری فرهنگی می باشد. افراد دارای هوش

فرهنگی با قابلیت‌ها و بروز رفتارهای سازنده‌ای مانند برخورداری از سلامت ذهنی، سلامت عمومی، اعتدال عمومی، اعتدال کار و اعتدال مرادیه‌ای در تعامل با همکاران، سهم بسزایی در رسیدن به اهداف سازمانی دارند (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۶۷).

ابعاد هوش فرهنگی

هوش فرهنگی به عنوان توانایی فرد برای تطبیق با فرهنگ‌های جدید تعریف می‌شود. محققان معتقدند هوش فرهنگی در جهت هوش عاطفی و اجتماعی است. هوش عاطفی فرض می‌کند که افراد با فرهنگ خود آشنا هستند، بنابراین برای تعامل با دیگران از روش‌های فرهنگی خود استفاده می‌کنند. هوش فرهنگی جایی خودش را نشان می‌دهد که هوش عاطفی ناتوان است؛ یعنی در جایی که با افرادی در محیط‌های ناآشنا سروکار داریم (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۵۸۳۱). بیشتر مطالعاتی که بر روی هوش فرهنگی صورت گرفته است، بر اساس یک مدل چهار عاملی بوده است که این هوش را در قالب استراتژی، دانش، انگیزش و رفتار می‌سنجد. هوش فرهنگی چهار بخش و بعد اساسی دارد: بعد فراشناختی، بعد شناختی، بعد روانی و انگیزشی و بعد فیزیکی و رفتاری.

هوش فرهنگی فراشناختی: بدین معناست که فرد چگونه تجربیات میان فرهنگی را درک می‌کند. این شناخت بیانگر فرایندهایی است که افراد برای کسب و درک دانش فرهنگی به کار می‌برند. این امر زمانی اتفاق می‌افتد که افراد در مورد فرایندهای فکری خود و دیگران قضاوت می‌کنند. هوش فرهنگی فراشناختی شامل تدوین استراتژی پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین می‌باشد (نائیچی و همکاران، ۹۸۳۱).

هوش فرهنگی شناختی (ذهن): هوش فرهنگی شناختی، انعکاس دهنده دانش افراد از هنجارها، رسوم و سنت‌های فرهنگ‌های متمایز است که منتج از مطالعات و تجارب فردی است (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۶۷). یادگیری طوطی وار باورها، رسوم و تابوهای فرهنگی خارجی، هرگز فرد را برای برخورد

با موقعیت‌های فرهنگی متنوعی که پیش روی اوست، آماده نمی‌کند و جلوی اشتباهات فرهنگی مهلک و وحشتناک را نمی‌گیرد. با این حال بعضی از رسوم را به راحتی نمی‌توان شناخت؛ زیرا مردم بسیاری از کشورها در این موارد تودار هستند و از بیان ویژگی‌های فرهنگی خود به خارجی‌ها اجتناب می‌کنند یا گاهی حتی خود نیز از تحلیل و تبیین فرهنگشان عاجزند. از سوی دیگر، هر کس در بدو ورود به فرهنگ خارجی نیاز دارد، در مورد راه‌های نفوذ به لایه‌های درونی آن فرهنگ اطلاعات لازم را کسب کند. بخصوص آنکه، مهمترین نکته در برقراری ارتباط یافتن نقاط اشتراک با طرف مقابل و تاکید بر آنهاست. هوش فرهنگی به فرد اجازه می‌دهد، اشتراکات فرهنگی را درک کند و از آنها در برقراری ارتباط بهره‌گیرد (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۱). بعد شناختی هوش فرهنگی بیانگر درک فرد از تشابهات و تفاوت‌های فرهنگی است و دانش عمومی و نقشه‌های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ‌های دیگر را نشان می‌دهد. جنبه شناختی هوش فرهنگی مشتمل بر شناخت سیستم‌های اقتصادی و قانونی، هنجارهای تعامل اجتماعی، عقاید مذهبی، ارزش‌های زیبایی شناختی و زبان فرهنگ‌های دیگر می‌باشد (نائیجی و همکاران، ۱۳۸۱). بعد شناختی به مهارت‌های تفکر عمومی اشاره دارد که افراد به منظور شناخت چگونگی و چرایی فعالیت در محیط‌های جدید از آن استفاده می‌کنند. این شناخت علاوه بر عقاید و ارزش‌های افراد، روش‌ها و رویه‌هایی را که دیگران برای انجام کار استفاده می‌کنند را نیز در بر می‌گیرد. برای بسیاری از مردم یافتن روزه ای به فرهنگ‌های بیگانه دشوار است؛ اما فردی که از جنبه ذهنی و شناختی دارای هوش فرهنگی نیرومندی باشد، مفاهیم مشترک را زود پیدا می‌کند. شناخت تفاوت‌های فرهنگی ممکن است پرسیدن سئوالی درباره عوامل برانگیزاننده افراد در فرهنگ‌های گوناگون باشد. یادگیری مفاهیم فرهنگ دیگران به درک و شناخت رفتارهای آنان کمک می‌کند (فیاضی و جان نثار احمدی، ۱۳۸۱).

هوش فرهنگی احساسی - انگیزشی (قلب): این سخت‌ترین و ظریف‌ترین جزء هوش فرهنگی است و بیشترین شباهت را به هوش عاطفی و احساسی (اجتماعی) دارد. سازگاری با یک فرهنگ جدید مستلزم غلبه بر موانع و مشکلاتی است. افراد تنها زمانی از عهده کاری برمی‌آیند که از انگیزش

زیادی برخوردارند و به توانایی خود ایمان و باور دارند؛ اگر آنها در مواجهه با موقعیت‌های چالش برانگیز در گذشته موفق عمل کرده باشند، اعتماد به نفس شان افزایش می‌یابد زیرا اعتماد به نفس همیشه از تبحر در کاری خاص سرچشمه می‌گیرد. شخصی که در برخورد با فرهنگ‌های دیگر به توانایی‌های خود ایمان ندارد، اغلب با ناکامی اولیه در برقراری ارتباط، به خصومت و سوء تفاهمات عمیق‌تر رو می‌آورد. در مقابل کسی که انگیزه بالایی دارد، در مواجهه با موانع یا مشکلات یا حتی شکست، بر تلاش خود می‌افزاید. افراد با انگیزه و مشتاق به دنبال کسب پاداش نیستند و بر مبنای انگیزش درونی خود فعالانه اقدام به برداشتن موانع و انحرافات ادراکی می‌کنند (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۸۱). هوش فرهنگی انگیزشی انعکاس دهنده قابلیت توجه مستقیم و صرف تلاش در جهت یادگیری و انجام وظیفه در محیط‌های فرهنگی متمایز است. فرد با هوش فرهنگی انگیزشی از تعامل با افرادی با فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برد. وی نسبت به اجتماعی یا عجین شدن در فرهنگ‌های ناآشنا اطمینان دارد. وی توانایی مقابله با استرس‌های حاصل از وفق‌پذیری با فرهنگ متمایز را دارد. وی همچنین علاقه مند به زندگی در فرهنگ‌های ناآشنا می‌باشد (اصغری زاده و قاسمی، ۱۳۸۱: ۷۷). هوش فرهنگی انگیزشی بیانگر علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف می‌باشد. این انگیزه شامل ارزش درونی افراد برای تعاملات چند فرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد اجازه می‌دهد در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش عمل کند (نائیجی و همکاران، ۱۳۸۱). بعد احساسی-انگیزشی به افراد کمک می‌کند در مقابل موانع پایدار باشند تا بتوانند خود را با فرهنگ دیگران سازگار سازند. این بخش ممکن است مشکل‌ترین یا مبهم‌ترین جزء هوش فرهنگی باشد. ورود به دنیای فرهنگ بیگانه مستلزم غلبه بر یک سری موانع خاص است. داشتن انگیزه و پشتکار و باور قوی در این راه بسیار مؤثر است. فرهنگ‌ها در بسیاری از موارد با همدیگر متفاوت هستند. به عنوان مثال شیوه دست دادن و نشستن در ملاقات‌های کاری از کشوری به کشور دیگر تفاوت دارد. نادیده گرفتن این تفاوت‌ها به مخدوش شدن ارتباطات منجر می‌شود. گاهی اوقات تعامل افرادی با فرهنگ‌های متفاوت مثل نزدیک شدن دو آهن ربا با قطب‌های یکسان است. بدون داشتن انگیزه کافی، هوش فرهنگی بی مفهوم است. این عنصر توانایی همدل شدن را مدنظر قرار می‌دهد. تمایل به

برقراری ارتباط و استمرار در راه رسیدن به هدف، بزرگترین شکاف‌های فرهنگی را پوشش می‌دهد (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۵۸۳۱).

هوش فرهنگی فیزیکی و رفتاری (بدن): افراد می‌توانند با نشان دادن شناخت خود از فرهنگ میزبانان، میهمانان یا همکاران، آنها را خلع سلاح کنند. اعمال و رفتار فرد باید بیانگر آمادگی برای ورود به دنیای درون آنها باشد. بسیاری از تفاوت‌های فرهنگی در اعمال قابل مشاهده فیزیکی تبلور می‌یابند. تماس فیزیکی یکی از مهمترین این اعمال است (نائیچی و عباسعلی زاده، ۶۸۳۱). بعد فیزیکی و رفتاری (جسم) هوش فرهنگی به توانایی فرد برای انجام واکنش مناسب اشاره دارد. رفتار و سلوک فرد باید نشان دهد که به فرهنگ طرف مقابل علاقه دارد و سعی می‌کند مولفه‌های فرهنگی آنها را بپذیرد و به آن احترام بگذارد. بسیاری از تفاوت‌های فرهنگی، توسط اعمال فیزیکی قابل مشاهده و انعکاس است. شناخت و انگیزه بدون انجام یک واکنش مؤثر و مناسب ارزش خود را از دست می‌دهند به همین دلیل، هوش فرهنگی باید دربرگیرنده توانایی‌ها و مهارت‌های لازم برای نشان دادن واکنش مناسب با آن فرهنگ باشد (فیاضی و جان‌نثار احمدی، ۵۸۳۱). هوش فرهنگی رفتاری، قابلیت به نمایش گذاردن کنش‌های کلامی و غیر کلامی در مرادده با افراد دارای فرهنگ‌های متفاوت است. فرد دارای هوش فرهنگی رفتاری به فراخور نیاز به نحوه ارتباط کلامی آهنگ صدا و لهجه را تغییر می‌دهد. وی میزان صحبت‌های خود را متناسب با فرهنگ میزبان تغییر می‌دهد. ذکر این نکته بی‌فایده نیست که در فرهنگ‌های پرمحتوا مانند شرق آسیا میزان مراددهات کلامی بسیار کمتر از کشورهای غربی است. فرد دارای هوش فرهنگی رفتاری از مراددهات غیر کلامی متناسب با فرهنگ میزبان بهره می‌جوید و همچنین از زبان و علائم بدن به فراخور زمینه فرهنگ میزبان استفاده می‌کند (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۶۷). این رفتار قابلیت فرد برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و غیر کلامی در بر می‌گیرد که برای برخورد با فرهنگ‌های مختلف مناسب هستند. رفتار هوش فرهنگی مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری منعطفی را شامل می‌شود که در موقعیت‌های مختلف به کار می‌آیند و متناسب با یک تعامل خاص یا موقعیت ویژه از قابلیت اصلاح و تعدیل برخوردارند (نائیچی و همکاران، ۹۸۳۱).

ارزیابی و ارتقای هوش فرهنگی در سازمان‌ها و افراد؛ ضمن حفظ پاسداشت از سرمایه‌های فرهنگی، زمینه اعتلای عملکرد و اثر بخشی مناسبات درون و برون سازمانی را فراهم می‌کند. بی‌شک در جهت اعتلای هوش فرهنگی کارکنان، توسعه و پیاده‌سازی برنامه‌های آموزشی مانند حساسیت‌تعمیر، نقش بسزایی دارد (اصغری زاده و قاسمی، ۹۸۳۱: ۶۷). امروزه اکثر سازمان‌ها و افراد، هوش فرهنگی را یک مزیت رقابتی و قابلیت استراتژیک می‌دانند. در محیط و بازار جهانی، هوش فرهنگی اهرم مورد نیاز رهبران و مدیران تلقی می‌شود. سازمان‌ها و مدیرانی که ارزش استراتژیک هوش فرهنگی را درک کنند، می‌توانند از تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و برتری در بازار جهانی استفاده کنند. هوش فرهنگی به منزله چسبی است که می‌تواند در محیط متنوع، انسجام و هماهنگی ایجاد کند. افراد دارای هوش فرهنگی بالا، قادرند اثر قابل توجهی بر استراتژی‌های بازاریابی و توسعه محصول برای گروه‌های مشتریان در کشورهای مختلف داشته باشند. این افراد جزء دارایی‌های ارزشمند سازمان هستند و به خصوص در زمان بحران ارزش خود را بیشتر نمایان می‌سازند. خوشبختانه برخلاف سایر جنبه‌های شخصیت انسانی، هوش فرهنگی کسانی که روانی سالم دارند و از نظر حرفه‌ای و شغلی توانمند هستند، قابل پرورش و توسعه است. موارد زیر در توسعه مهارت‌های هوش فرهنگی مؤثر است:

- با به‌کارگیری دیدگاه مثبت نسبت به تفاوت‌های فرهنگی، ابعاد فرهنگی سازمان و کارکنان و اعضای جامعه را بشناسید؛
- با استفاده از روش‌های مختلف نظیر مشاهده، پرسش و تفسیر نسبت به تجزیه و تحلیل سطوح مختلف فرهنگی افراد اقدام کنید؛
- تنوع فرهنگی را بپذیرید و در خود آمادگی رویارویی با فرهنگ‌های مختلف را ایجاد کنید؛
- با توجه به میزان آشنایی با هر فرهنگ، از استراتژی‌های خاص آن برای تعامل استفاده کنید؛
- با نگرانی‌هایی همچون ترس از دست دادن هویت و خودمختاری فردی،

در مورد خود و کارکنان تان مقابله کنید. افراد باید احساس کنند که برای آنها و فرهنگشان ارزش قائلید؛

– در مورد توانمندی‌های هوش فرهنگی هر کجا احساس ضعف می‌کنید آموزش ببینید؛

– چنانچه انگیزه کافی در کسب و توسعه مهارت‌های هوش فرهنگی ندارید، در خود این انگیزه را پرورش دهید؛

– از افراد پیرامون خود که تجارب موفقی در محیط‌های کاری متنوع و فرهنگ‌های مختلف دارند کمک بگیرید؛

– فراموش نکنید هوش فرهنگی لازمه بقا در محیط رقابتی است. از این عنصر کلیدی غافل نشوید (فیاضی و جان نثار احمدی، ۵۸۳۱)؛

■ نتیجه‌گیری:

تکثر و تنوع فرهنگی واقعیت انکار ناپذیر جهان کنونی است. فرهنگ‌های مختلف با ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت در سراسر دنیا وجود دارند که افراد در صورت عدم شناخت و آگاهی نسبت به این تفاوت‌ها در هنگام برخورد با آنها دچار سردرگمی و تعارض خواهند شد. برای زندگی مسالمت آمیز در جوامع کنونی و شهرهای جدید که از فرهنگ‌های متنوع برخوردارند، درک صحیح فرهنگ دیگران امری لازم و حیاتی است. چرا که اعضای جامعه با انسان‌هایی که دارای فرهنگ‌های متفاوتی می‌باشند ارتباط برقرار می‌کنند و جهت برقراری صحیح این ارتباط، شناخت و آگاهی از نقاط اشتراک و تفاوت فرهنگ جدید ضروری می‌باشد.

از سوی دیگر سازمان‌ها و شرکت‌های امروزی دارای کارکنانی با فرهنگ‌ها و قومیت‌های متفاوتی می‌باشند که در صورت عدم شناخت نسبت به فرهنگ این کارکنان، شرکت‌ها و سازمان‌ها با تعارض مواجه گردیده و در دسترسی به اهداف خود دچار مشکل خواهند شد. هنگامی که با تکثر و تنوع فرهنگی با شیوه‌ای صحیح برخورد شود و تفاوت‌های موجود بین فرهنگ‌ها بخوبی

شناخته شده و درک گردد، از تعارض و تقابل فرهنگی جلوگیری می شود که نتیجه آن هم افزایش فرهنگی است و به یکپارچگی و انسجام جوامع و سازمانها منجر می گردد.

هم افزایش فرهنگی یک رویکرد در مدیریت تکثر و تنوع فرهنگی است که بر الگوهای فرهنگی افراد تکیه می کند و از تنوع به عنوان عاملی مؤثر و کارآمد در مدیریت جوامع و سازمانها بهره می گیرد. بر اساس دیدگاه هم افزایش فرهنگی افراد دارای تفاوتها و شباهت‌های فرهنگی می باشند که هر دو دارای اهمیت هستند و بهترین راه جهت دستیابی به اهداف تعیین شده، ترکیب فرهنگ‌هاست. هم افزایش فرهنگی از تفاوت‌ها به عنوان فرصتی در دستیابی به اهداف استفاده می کند.

افراد برای برخورد صحیح با تفاوت‌های فرهنگی و فرهنگ‌های متنوع به قابلیت‌های نیاز دارند که هوش فرهنگی نامیده می شود و یکی از مهمترین عوامل در تحقق هم افزایش فرهنگی می باشد. هوش فرهنگی قابلیت فردی است که سبب می شود افراد در موقعیت‌های متنوع فرهنگی به نحوی اثر بخش عمل نمایند و از بروز پدیده شوک فرهنگی در مواجهه با فرهنگ ناآشنا و بیگانه جلوگیری می کند. هوش فرهنگی چهار بعد اساسی فراشناختی، بعد شناختی، بعد روانی و انگیزشی و بعد فیزیکی و رفتاری دارد. هوش فرهنگی موجب موفقیت و بقا در محیط رقابتی جهان کنونی است. مهارت هوش فرهنگی اکتسابی است و از طریق آموزش بین فرهنگی توسعه می یابد. از طریق توسعه هوش فرهنگی است که افراد مهارت کار کردن با اعضای سایر فرهنگ‌ها را می آموزند و در نهایت به ایجاد هم افزایش فرهنگی منجر می شود.

■ منابع:

اسماعیل نیا، علی اصغر؛ زاهدی سرشت، مریم. (۱۳۸۶)، ((بهینه یابی انتقال گاز و برق؛ هم افزایش گاز و برق))، فصلنامه مطالعات اقتصاد انرژی، سال چهارم، شماره ۱۵، ص ۷۵-۵۵.

اصغری زاده، عزت ا...؛ قاسمی، احمد زاده. (۱۳۸۹)، ((هوش فرهنگی و کارکردهای آن در سازمان‌ها))، ماهنامه علمی - تخصصی مهندسی فرهنگی، تهران، سال چهارم، شماره ۴۱ و ۴۲، ص ۷۹-۷۰.

بابایی زکلیکی، محمد علی؛ هدایتی، شهره. (۱۳۸۵)، «کنند و کاوی در مدیریت هم افزایی هلدینگ‌ها»، پیام مدیریت، تهران، شماره ۱۷ و ۱۸، صص ۱۵۸-۱۳۳.

داور، ونوس؛ دانایی فرد، حسن. (۱۳۸۱)، فرهنگ جامع مدیریت، تهران، انتشارات صفار، چاپ دوم.

رابینز، استیفن پی. (۱۳۸۴)، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ یازدهم.

رابینز، استیفن پی؛ دی سنزو، دیوید ای. (۱۳۸۴)، مبانی مدیریت، ترجمه سید محمد اعرابی، محمد علی حمید رفیعی و بهروز اسراری ارشاد، تهران، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم.

رشید پور، علی. (۱۳۸۹)، نگاهی نو به موفقیت مدیران در شرایط تنوع فرهنگی؛ هوش فرهنگی شرط لازم، نه کافی برای موفقیت مدیران، همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان.

عسگری، محمد هادی؛ طالقانی، محمد. (۱۳۸۹)، «تنوع فرهنگی و نقش آن در بهبود فرایند کسب و کار»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال چهارم، شماره ۴۳ و ۴۴، تهران، ص ۶۵-۵۸.

کریمی، علی. (۱۳۸۷)، مدیریت سیاسی در جوامع چند فرهنگی، تهران، ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، چاپ اول.

فیاضی، مرجان؛ جان نثار احمدی، هدی. (۱۳۸۵)، ((هوش فرهنگی؛ نیاز مدیران در قرن تنوع))، ماهنامه تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۲، ص ۴۳-۴۱.

مداح، معصومه؛ صلواتی سرچشمه، بهرام. (۱۳۸۴)، ((هم افزایی تکنولوژیک؛ مدل توسعه و ترکیب منابع در کشورهای در حال توسعه))، فصلنامه رشد فناوری، سال اول، شماره ۳، ص ۴۲-۳۵.

نائیجی، محمد جواد؛ عباسعلی زاده، منصوره. (۱۳۸۶)، ((هوش فرهنگی؛ سازگار با ناهمگونها))، ماهنامه تدبیر، سال هجدهم، شماره ۱۸۱، صص ۲۳-۲۰.

نائیجی، محمد جواد؛ عباسعلی زاده، منصوره؛ ده موبد، بابک. (۱۳۸۹)، هوش عاطفی و هوش فرهنگی؛ پاسخی به چالش‌های رهبری در سازمانهای چند فرهنگی ایران، همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمانهای ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان.

ودادی، احمد؛ عباسعلی زاده، منصوره. (۱۳۸۹)، ((هوش فرهنگی در مهندسی فرهنگی با توجه به عصر جهانی شدن))، ماهنامه علمی- تخصصی مهندسی فرهنگی، تهران، سال چهارم، شماره ۳۳ و ۳۴، صص ۷۵-۶۸.

Adler, Nancy J. & Bartholomew, Susan (1992) "Managing Globally Competent People" Academy of Management Executive, vol. 6 (no. 3): pp. 52-65.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی