

اولویت‌بندی و تعیین وضعیت مؤلفه‌های هوش فرهنگی

براساس الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت

کریم اسکندری^۱

شادی عرفای جمشیدی^۲

چکیده

هوش فرهنگی مهم‌ترین ابزاری است که می‌تواند در مواجهه مناسب با موقعیت‌های چندفرهنگی به کار گرفته شود. اسلام به عنوان آخرین و کامل‌ترین دین، رهنمودها و توصیه‌های بسیاری برای تمامی جنبه‌های زندگی دارد و قرآن به عنوان یک راهکار بزرگ الهی برای انسان‌ها، بهترین و باقوام‌ترین راه را به بشریت ارائه می‌دهد و انسان‌ها را به راهی که مطمئن‌تر و مستحکم‌تر است، هدایت می‌کند. هدف پژوهش حاضر، بررسی وضعیت مؤلفه‌های هوش فرهنگی رؤسای شعب بانک ملت از دیدگاه اسلام و قرآن است. به همین منظور، هوش فرهنگی بر اساس نظریه تلفیقی «نگ، وند/ین و کریستین‌گه» و «قرآن و اسلام» در چهار مؤلفه هوش فراشناختی اسلامی - ایرانی، هوش شناختی اسلامی - ایرانی، هوش انگیزشی اسلامی - ایرانی و هوش رفتاری - اسلامی تعریف شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، رؤسای شعب بانک ملت استان آذربایجان شرقی است که تعداد آنها ۷۱ نفر است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر، پرسشنامه است که پس از سنجش روایی و پایایی آن، در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، اطلاعات به دست آمده با استفاده از روش‌های آماری توصیفی، تلخیص و طبقه‌بندی شد و برای پژوهش سوال‌های آزمون‌های One T-Test Sample، تحلیل واریانس (ANOVA) و فریدمن مورد استفاده قرار گرفت. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که هوش انگیزشی اسلامی - ایرانی رؤسای شعب بانک ملت نسبت به سایر مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی - ایرانی وضعیت بهتری دارد.

واژگان کلیدی: هوش فرهنگی اسلامی - ایرانی^۳، هوش فراشناختی اسلامی - ایرانی^۴، هوش شناختی اسلامی - ایرانی^۵، هوش انگیزشی اسلامی - ایرانی^۱، هوش رفتاری اسلامی - ایرانی^۲.

۱- گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵ تهران، ایران، Skandarik@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، مؤسسه آموزش عالی اسوه، تبریز، ایران، Shadiofjamshidi@gmail.com

³. Iranian Islamic Cultural Intelligence

⁴. Iranian Islamic Meta- Cognitive Intelligence

⁵. Iranian Islamic Cognitive Sciences

۱. مقدمه و بیان مسئله

رهبران هزاره سوم برای هدایت پیچیدگی‌های محیط‌های جهانی، نیازمند هوش دیگری هستند که به هوش فرهنگی تعبیر می‌شود (محمدخانی و تیموری، ۱۳۹۰: ۹۴). «هوش فرهنگی» مهم‌ترین ابزاری است که می‌تواند در مواجهه مناسب با موقعیت‌های چندفرهنگی به کار گرفته شود (عسکری و وزیری، ۱۳۹۱: ۵۴). با ارتقای هوش فرهنگی، مدیر و اعضای گروه می‌توانند مبنایی برای درک و احترام متقابل باشند و توانایی افراد را در شناسایی راه‌حل مشکلات خود بالا ببرند (ابزری و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۶). بنابراین برای کسب توانایی درک بالای احساسی، برخورداری از هوش فرهنگی مناسب از ضروریات است (مشبکی و تیزرو، ۱۳۸۸: ۵۴). برای داشتن بهره هوش فرهنگی بالا لازم است که فرد ابتدا اشراف و فهم دقیقی از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ خود داشته باشد (زمانی و طبرسا، ۱۳۸۸: ۵۰).

امروزه سازمان‌ها و مدیرانی که ارزش راهبردی هوش فرهنگی را درک کنند، می‌توانند از تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و برتری در بازار جهانی استفاده کنند (علائی و میرمحمدی، ۱۳۹۲: ۱۹۱). هسته اصلی تشکیل دهنده هوش فرهنگی، توانمندی افراد یا گروه‌های اجتماعی در تعامل اجتماعی سازنده با افراد یا گروه‌های اجتماعی دارای فرهنگ متفاوت است (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۱). در واقع، هوش فرهنگی چارچوب و زبانی را در اختیار انسان قرار می‌دهد تا تفاوت‌ها را درک و روی آنها سرمایه‌گذاری کند؛ نه اینکه آنها را تحمل کند یا نادیده بگیرد (قدم‌پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۴). پرداختن به بحث هوش فرهنگی، به ویژه طی یک دهه اخیر را باید ناشی از نیازی دانست که بشر امروزه با آن مواجه است (بزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۶). از نظر *ارلی و انگ*^۳، هوش فرهنگی باعث می‌شود که افراد به موقعیت‌های جدید زندگی شخصی و شغلی، پاسخ‌های سازگاران‌تری بدهند (ادیب‌راد، ۱۳۸۶: ۳۳). از آنجایی که سازمان‌های خدماتی از جمله بانک‌های اسلامی، با برخورداری از مدیریت کارآمد و شایسته و در عین حال با داشتن تسلط کافی رؤسای شعب مختلف بانک بر هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت، می‌توانند بر سیاست‌ها و اهداف خود و بانکداری اسلامی جامه عمل بپوشانند، در پژوهش حاضر سعی شده است، به استناد نظریه‌ها و تحقیقات انجام‌شده در حوزه هوش فرهنگی از دیدگاه اسلام و قرآن به اولویت‌بندی و تعیین وضعیت مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی رؤسای شعب بانک ملت استان آذربایجان شرقی پرداخته شود.

«بانکداری اسلامی» در اقتصاد ایران عبارتی آشنا در حرف و تحقق نیافته در عمل است و از سوی دیگر در حال حاضر ۹۰ درصد تأمین مالی کشور وابسته به نظام بانکی است. معنی این گزاره این است که تا نظام بانکی کشور اصلاح نشود، نمی‌توان به رفع مشکلات اقتصادی امیدوار بود. از مدت‌ها قبل قرار بوده نظام بانکی اصلاح شود، حال سوال مهم این است که اصلاح نظام بانکی قرار است بر چه اساسی انجام شود. بانکداری اسلامی از نظر بیشتر کارشناسان اقتصادی، گمشده مهم در حلقه این

^۱ Iranian Islamic Motivational Intelligence

^۲ Iranian Islamic Behavioral Intelligence

^۳ Early and Ang

اصلاحات است و تا زمانی که نظام بانکی کشور بر این مدار استوار نشود، نمی‌توان به شکل‌گیری نظام بانکی مطلوب امیدوار بود. آمار و اطلاعات بیانگر آن است که با وجود برخی پیشرفت‌های حاصل‌شده در این مدت، تا رسیدن به نظام بانکداری اسلامی فاصله زیادی وجود دارد. برای دستیابی به این هدف بزرگ، بانک‌ها ابتدا باید زیرساخت‌های فرهنگی را بر اساس آموزه‌های اسلامی و فرهنگ ایرانی فراهم کنند که یکی از این روش‌ها، تجهیز روسای شعب بانک‌ها به هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت است. مقاله حاضر برای نخستین بار با استفاده از روش فرامطالعه، ضمن جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات و ارزیابی تحقیقات خارجی و داخلی انجام‌شده در خصوص هوش فرهنگی در کشورهای مختلف جهان، به دنبال ارائه مولفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت است. نوآوری دیگر این پژوهش آن است که برای نخستین بار در کشور، ترکیبی از مولفه‌های هوش فرهنگی بر اساس دیدگاه صاحب‌نظران خارجی با آموزه‌های قرآن، اسلام، نهج‌البلاغه و فرهنگ ایرانی بر روی نیروی انسانی محیط پرتنشی همانند بانک انجام می‌شود.

۲. پرسش‌های پژوهش

۱. مولفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت چیست؟
۲. اولویت‌بندی مولفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت به چه ترتیبی است؟
۳. وضعیت هوش فرهنگی روسای شعب بانک ملت بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت چگونه است؟

۳. پیشینه پژوهش

گزیده‌ای از تحقیقات انجام‌شده در خصوص هوش فرهنگی، چه در خارج و چه در داخل کشور مطابق جدول شماره ۲ است:

جدول شماره ۱: پیشینه تحقیق

ردیف	نام خانوادگی نویسنده‌گان	عنوان تحقیق	مؤلفه‌های شناسایی شده	منبع
۱	مشبکی و راموز	هوش فرهنگی اکسیر، موفقیت مدیران در کلاس جهانی	دانش فرهنگی، انگیزه فرهنگی و رفتار فرهنگی	(مشبکی و راموز، ۱۳۸۵)
۲	ایمای	بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی مذاکره بین‌فرهنگی در بین مذاکره‌کنندگان آمریکایی و آسیای غربی	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	(رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۸۸)
۳	جین‌فلارتی	اثرات هوش فرهنگی بر پذیرش و ادغام اعضا در تیم‌های چندملیتی	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	(احمدی، ۱۳۹۰)

۴	ارلی و انگ	هوش فرهنگی: تعامل‌های فردی در بین فرهنگ‌ها	شناختی، انگیزشی و رفتاری	همکاران، (۱۳۹۱)	(پورصادق و همکاران، ۱۳۹۱)
۵	عصاره، مودتی و حسینی	رابطه هوش فرهنگی و مدیریت دانش (مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان)	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	همکاران، (۱۳۹۲)	(عصاره و همکاران، ۱۳۹۲)
۶	ون‌دریل	هوش فرهنگی به عنوان یک ساختار حیاتی در سطح سازمانی	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	همکاران، (۱۳۹۲)	(نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۲)
۷	ون‌داین، لین و سون، انگ و گه، کریستین	رابطه بین شخصیت افراد و چهار عامل هوش فرهنگی	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	همکاران، (۱۳۹۲)	(محمدی-گزستانی و همکاران، ۱۳۹۲)
۸	نائیجی و عباسعلی‌زاده	هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران سازمان‌های غیرانتفاعی در ایران	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	همکاران، (۱۳۹۲)	(سپهوند و همکاران، ۱۳۹۲)
۹	کاوسی و هاشمی	هوش فرهنگی کارکنان و نقش آن در توسعه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در دانشگاه	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	هاشمی، (۱۳۹۳)	(کاوسی و هاشمی، ۱۳۹۳)
۱۰	فاضلی و اکرامی	توسعه نظام ارزش‌ها بر پایه هوش فرهنگی مدیران دانشگاهی	فراشناختی، شناختی، رفتاری، انگیزشی	اکرامی، (۱۳۹۳)	(فاضلی و اکرامی، ۱۳۹۳)
۱۱	اسکندری	نقش هوش فرهنگی در مدیران جهانی	دانش، انگیزش، رفتار، استراتژی	(اسکندری، ۱۳۹۴)	(اسکندری، ۱۳۹۴)

لازم به ذکر است، پژوهش‌های قبلی، مولفه‌های هوش فرهنگی را صرفاً در قالب چارچوب‌های نظری صورت گرفته پیشین بررسی و به رابطه یا نقش هوش فرهنگی اشاره کرده‌اند. در پژوهش حاضر، تلفیق ابعاد هوش فرهنگی بر اساس نظریه «نگ، ونداین و کریستین گه»^۱ با آموزه‌های «قرآن و اسلام» در چهار مولفه هوش فراشناختی اسلامی- ایرانی، هوش شناختی اسلامی- ایرانی، هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی و هوش رفتاری- اسلامی مورد توجه قرار گرفته است و هر یک از مولفه‌ها با توجه به اطلاعات به دست آمده از مدیران بانک ملت استان آذربایجان شرقی، اولویت‌بندی و تعیین وضعیت شده‌اند.

^۱. Ang, Van Dyne & Christine Koh

۴. ملاحظات و چارچوب نظری پژوهش

۴-۱- هوش فرهنگی: در سال‌های اخیر نتایج مطالعاتی که بر روی فرهنگ و سازگاری انسان با مبانی فرهنگی انجام شده است، نشان می‌دهد که برخی از افراد در سازمان‌ها به نحو مؤثرتری می‌توانند با فرهنگ خودی و سایر فرهنگ‌های موجود در سازمان یا جامعه سازگار شوند و به نحو مؤثرتری تنوع-های فرهنگی را در محیط کاری مورد پذیرش قرار دهند (حسینی و بدلیان، ۱۳۹۲: ۷۶). هوش فرهنگی دامنه جدیدی از هوش است که ارتباط زیادی با محیط‌های متنوع دارد (سلیم بهرامی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۸). هوش فرهنگی نوعی مکمل هوش است که می‌تواند تغییرپذیری در فائق آمدن با تنوع و کار کردن در شرایط فرهنگی جدید را توصیف کند (آهنچیان و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۵). مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط *ایرلی و انگ*، از مدرسه کسب‌وکار لندن مطرح شد (پاپزن و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۹). هوش فرهنگی نشان‌دهنده توانایی افراد در مواجهه مؤثر با جنبه‌های فرهنگی محیط است (نصراصفهانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۳). هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی است که از تنوع فرهنگی برخوردار است (نائیجی و عباسعلی‌زاده، ۱۳۹۰: ۳۱). توانایی فرد برای کار کردن در یک محیط متفاوت فرهنگی معرف هوش فرهنگی است (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۱-۶۲). بنابراین به منظور بقا در این وضعیت، توانایی افراد برای انطباق با مردم فرهنگ‌های مختلف، بسیار مهم است (Putranto & et al, 2015: 335). هوش فرهنگی به وسیله واقعیت عمل جهانی شدن در محل کار، برانگیخته می‌شود (Ang & Inkpen, 2008: 341). در جوامع چندفرهنگی مبحث تعامل‌های میان فرهنگی وجوهی از رفتار است که میان مردمانی با فرهنگ یا پاره‌فرهنگ‌های هویتی متفاوت شکل می‌گیرد (احمدی و قاسمی، ۱۳۹۱: ۱۳۰). هوش فرهنگی قابلیت فرد برای تشخیص، تلفیق، استدلال و عمل کردن بر روی نشانه‌های فرهنگی در شرایط مشخص شده توسط تنوع فرهنگی است (Van Dyne & et al, 2012, 297). هوش فرهنگی به قابلیت فردی در عمل و مدیریت مؤثر در موقعیت‌های فرهنگی مختلف اشاره دارد (Ng & et, 2009) و وسیله‌ای برای فعل و انفعال مؤثر بین فرهنگ‌ها در جهان مدرن است (Soldatova & Geer, 2013: 472).

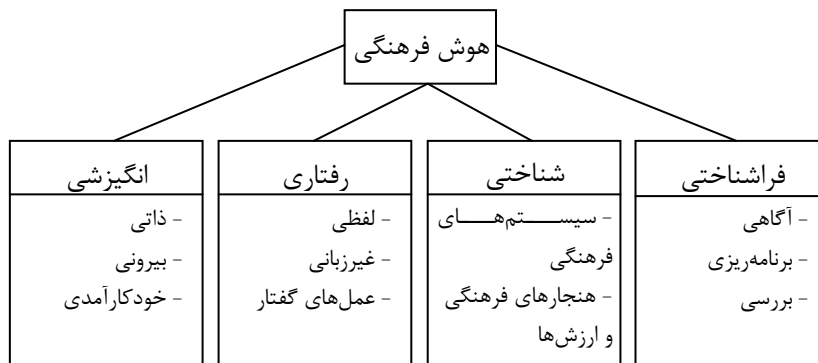
جدول شماره ۲: هوش فرهنگی و مؤلفه آن از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۴)

مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها	محقق‌وسال
عنصر شناختی، عنصر انگیزشی و عنصر رفتاری	ایرلی و انگ (۲۰۰۳)
شناختی (عقل / سر)، فیزیکی (جسم) و احساسی / انگیزشی (قلب)	ایرلی و موساکوفسکی (۲۰۰۴)
آگاهی یا هوشیاری دائمی، فهم فرهنگی و مهارت / رفتار هوش فرهنگی	بوچر (۲۰۰۸)
شناختی، هیجانی و عملیاتی	الیزابت پلام (۲۰۱۰)
هوش فرهنگی سازمانی دارای سه قابلیت است (فرآیندها، موقعیت‌ها و مسیرها)	مون (۲۰۱۰)

پیترسون (۲۰۰۴)	هوش بین فردی، هوش فضایی / فاصله‌ای، هوش درون فردی و هوش زبانی
لین، ونداین (۲۰۰۶)	بعد فردی هوش فرهنگی (رفتار و انگیزش) و بعد اجتماعی شامل دانش و استراتژی
لیومور (۲۰۰۱)	دانش / شناخت هوش فرهنگی، استراتژی هوش فرهنگی، هوش فرهنگی انگیزشی و هوش فرهنگی عملکردی / رفتاری
انگ، ونداین، گه، تمپلروتای (۲۰۰۷)	هوش فرهنگی فراشناختی، هوش فرهنگی شناختی، هوش فرهنگی رفتاری،
ونداین، انگولیومور (۲۰۰۹)	هوش فرهنگی انگیزشی
گه، انجی، ونداینو انگ (۲۰۱۲)	

منبع: نگارگری

شکل شماره ۱: مؤلفه‌های هوش فرهنگی (Kiznyte & et al, 2015:6)



۴-۲- هوش فرهنگی اسلامی - ایرانی: در قرآن کریم، از فرهنگ به مفهوم مصطلح آن تعبیری یافت نمی‌شود، ولی به طور کلی قرآن کریم از فرهنگ در یک جا به عنوان زبان قوم یاد کرده است: «وَ أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ» ما پیامبران را نفرستادیم، مگر با زبان قوم خودشان سخن بگویند (سرافراز، ۱۳۹۲). در واقع فرهنگ اسلامی را می‌توان بینش و نگرشی بر اساس اعتقادات و باورهای اسلامی و با توجه به دید کلی اسلام نسبت به انسان، مبدأ، معاد و ارزش‌های اسلامی برای مسلمانان دانست (عوقی، ۱۳۹۰: ۷۸). در «حکمت ۳۵ نهج‌البلاغه» آمده است: «کسی که در کاری که مردم خوش ندارند شتاب کند، درباره او چیزی خواهند گفت که از آن اطلاعی ندارد.» حضرت علی (ع) در این سخن به ضرورت موقعیت‌شناسی اشاره دارد و اینکه کارگزاران در برخورد با مردمان فرهنگ‌های گوناگون، ابتدا باید به شناسایی موقعیت و محیط پیرامون خود بپردازند، سپس طبق فرهنگ خود با آنها رفتار کنند. شناخت موقعیت به قدری حائز اهمیت است که حضرت علی (ع) حتی در فرایض دینی و ادای مستحباتی همچون نماز جماعت به این امر اشاره دارد (ولیکانی و رحمتی، ۱۳۹۱: ۹۱). بنابراین

در تحقیق حاضر به منظور شناسایی مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی، ترکیب نظریه «نگ، ونداین و کریستین گه» و همچنین الهام از مطالب گهربار ذکر شده در دین مبین اسلام و قرآن به عنوان چارچوب نظری تحقیق حاضر در نظر گرفته شده است. مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی- ایرانی عبارت‌اند از:

۴-۲-۱- **هوش فراشناختی اسلامی- ایرانی:** اسلام، دین جهانی است که هم ادعای جهانی- شدن دارد و هم ابزارهای نیل به آن را فراهم می‌کند، به طوری که حتی آیات و احادیث اقدام به جهانی‌شدن را تکلیف مسلمانان قلمداد کرده و آن را به علت سازگاری با فطرت، امکان‌پذیر دانسته و مایه عزت مسلمانان بر می‌شمارند (شادمانی، ۱۳۹۳: ۴). حضرت علی(ع) برای اصلاح نظام فکری و فرهنگی و پیوند بین فرهنگ‌های گوناگون در جامعه لازم دیده است که ارزش‌های اسلامی را قولاً و عملاً ترویج و اذهان مردم را از انحراف‌ها پاک کند که مهم‌ترین آنها از بین رفتن بینش دینی و دین‌گرایی بود تا ارزش‌هایی را که در زمان پیامبر(ص) وجود داشت و به دست فراموشی سپرده شده بود، زنده کند (ولیکانی و رحمتی، ۱۳۹۱: ۸۶). یکی از ویژگی‌های هوش فرهنگی در اسلام، سازگاری قوانین ثابت اسلام با دنیای متغیر است (عبدلی، ۱۳۹۴). از طرفی جهانی‌شدن، پدیده‌ای است که به سرعت در تمام ابعاد و زوایای زندگی بشری در حال گسترش است (اشرف نظری و قنبری، ۱۳۹۲: ۱۲۴-۱۲۸). جهانی‌شدن اسلامی مبتنی بر گرایش‌های فکری و منطبق با عقلانیت و معیارها و ارزش‌های انسانی است و با آزادی و انتخاب صورت می‌گیرد (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۹). ارزش از دیدگاه اسلام از تئوری‌ها و اصول اسلام حاصل می‌شود و بر پایه آنها قرار دارد. بر همین اساس، تصمیم‌گیری و فعالیت‌های مدیران در چارچوب سیستم ارزش‌های اسلامی قرار می‌گیرند (صنوبر و همکاران، ۱۳۸۹: ۷-۱۰). هدف در فرهنگ اسلامی، رشد و شکوفایی جامعه بشری و رسیدن آن به کمال است. برای رسیدن به این منظور ابتدا باید هر فرد به اصلاح خود بپردازد. بر این اساس، فرهنگ اسلامی تزکیه نفس را با توجه به موضوع تقویت رفتارهای مفید کارکنان به عنوان عاملی مهم در افزایش بهره‌وری، راه رسیدن به آن و نیز تعالی روحی عنوان می‌کند (رضایی و سبزیکاران، ۱۳۹۰: ۱۸۳). با توجه به مطالب ذکر شده از منظر اسلام و قرآن، مؤلفه‌های هوش فراشناختی اسلامی عبارت‌اند از:

۱. آگاهی و هوشیاری مدیران از نحوه کسب و درک دانش و ارزش‌های اسلامی؛
۲. آگاهی و کنترل مدیران بر فرآیند تفکر افراد در رابطه با فرهنگ اسلامی؛
۳. اندیشیدن مدیران در مورد افراد و وضعیت‌هایی که موجب ایجاد زمینه‌های فرهنگ اسلامی می‌شو؛
۴. اندیشیدن انتقادی مدیران در مورد عادات و مفروضات و مرزهای فرهنگی بر اساس ارزش‌های اسلامی؛

۵. تدوین استراتژی مدیران بر اساس ارزش‌های اسلامی قبل از برخورد با دیگر فرهنگ‌ها؛

۶. بررسی مفروضات براساس ارزش‌های اسلامی حین برخورد با دیگر فرهنگ‌ها؛

۷. توانایی تسلط مدیران بر فرآیندهای تفکر و اصلاح و بازنگری افکارشان بر اساس ارزش‌های

فرهنگ اسلامی.

۴-۲-۲- هوش شناختی اسلامی - ایرانی: تمامی شناخت‌های غیراقتسابی انسان در عنصر

شناختی فطرت یعنی «عقل» جای می‌گیرند. عقل ابزار بسیاری از تشخیص‌های انسانی در مقوله بهنجاری و نابهنجاری است (ابوترابی، ۱۳۸۳). ستایش عقل و فراخوانی به سوی تعقل و تدبیر از جمله برجستگی‌هایی است که در قرآن و سنت مشاهده می‌شود. «وَقَالُوا لَوْ كُنَّا نَسْمَعُ أَوْ نَعْقِلُ مَا كُنَّا فِي أَصْحَابِ السَّعِيرِ» (سوره ملک/ آیه ۱۰)، این نکته را الهام می‌کند که عقل، هم‌پای وحی، منبع هدایت است و هر دو پیام‌رسان خداوند هستند (قربانی گلشن‌آباد، ۱۳۸۹: ۳). انسان نمی‌تواند آشنایی لازم را از خود داشته باشد، اما خداوند چون خالق انسان است، به او آشناتر است؛ بنابراین انسان در شناخت خود نیز به دین نیازمند است: «وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ وَ نَعَلَمُ مَا تُوَسْوِسُ بِهِ نَفْسُهُ وَ نَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْ حَبْلِ الْوَرِيدِ». «و ما انسان را آفریده‌ایم و می‌دانیم که نفس او چه وسوسه‌ای به او می‌کند و ما از شاه‌رگ به او نزدیک‌تر هستیم» (واثق‌غزنوی، ۱۳۹۰: ۱۱). استاد مطهری پس از بیان ویژگی‌های قرآن، لغزش‌گاه‌های تعقل و اندیشه بشر را از منظر قرآن چنین یاد می‌کند که در قرآن کریم یک سلسله امور به عنوان موجبات و علل خطاها و گمراهی‌ها یاد شده است که در زیر به چند مورد از آن اشاره می‌کنیم (مبلغ، ۱۳۹۴):

۱. تکیه بر ظن و گمان به جای علم و یقین: قرآن، اعتماد بر ظن و گمان را نخستین لغزش‌گاه اندیشه آدمی می‌داند و تکیه بر علم و یقین را در موارد استدلال، مهارت بر آن لغزش یاد می‌کند (مبلغ، ۱۳۹۴):

«وَ إِنْ تَطِيعَ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَ إِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ» (سوره انعام/ آیه ۱۱)، بیشتر مردم چنین هستند که اگر بخواهی پیرو آنها باشی تو را از راه حق گمراه می‌کنند؛ به این دلیل که تکیه آنها بر ظن و گمان است و تنها با حدس و تخمین کار می‌کنند.

۲. خواسته‌ها و هواهای نفسانی: دل سپردن به خواسته‌ها و هواهای نفسانی یکی دیگر از لغزش‌های اندیشه آدمی است. خداوند در «سوره نجم آیه ۲۳» می‌فرماید: «إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَ مَا تَهْوَى الْأَنْفُسُ»، پیروی نمی‌کنند مگر از گمان و از آنچه نفس‌ها خواهش می‌کنند (مبلغ، ۱۳۹۴).

۳. شتاب‌زدگی: شتاب‌زدگی در قضاوت‌ها یکی از لغزش‌های فکری بشر است. قرآن کریم، مکرر به اندک بودن سرمایه علمی بشر و کافی نبودن آن برای برخی قضاوت‌های بزرگ اشاره و اظهار جزم را

دور از احتیاط تلقی می‌کند. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «وَمَا أوتِيتُمْ مِّنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا» (اسراء / ۸۵)، آن مقدار علم و اطلاعی که به شما رسیده اندک است (مبلغ، ۱۳۹۴).

۴. سنت‌گرایی و گذشته‌نگری: افتادن در گرداب تقلید از نیاکان و سنت‌گرایی یکی دیگر از لغزش‌های اندیشه بشر است. در «سوره بقره آیه ۱۷۰» می‌خوانیم: «وَ إِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَلْفَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لُكُنَّا آبَاؤُهُمْ أَيْعَقِلُونَ شَيْئًا وَ لَا يَهْتَدُونَ» (اگر به آنها گفته شود که از آنچه خدا به وسیله وحی فرود آورده پیروی کنید، می‌گویند: خیر، ما همان روش‌ها و سنت‌ها را پیروی می‌کنیم که پدران گذشته خود را بر آن یافته‌ایم). آیا اگر پدران آنها هیچ چیزی را فهم نمی‌کردند و راهی را نمی‌یافته‌اند، باز هم از آنها پیروی می‌کردند (مبلغ، ۱۳۹۴).

۵. شخصیت‌گرایی: تأثیرپذیری از شخصیت‌های بلندآوازه زمان، یکی دیگر از عوامل لغزش اندیشه بشر است. قرآن کریم ما را به استقلال فکری دعوت می‌کند و پیروی‌های کورکورانه از اکابر و شخصیت‌ها را موجب شقاوت ابدی می‌داند. بنابراین از زبان مردمی که از این راه گمراه می‌شوند، نقل می‌کند که در قیامت می‌گویند: «رَبَّنَا إِنَّا أَطَعْنَا سَادَتَنَا وَ كِبْرَائِنَا فَأُضَلُّونَا السَّبِيلًا» (سوره احزاب / آیه ۶۷)، پروردگارا، ما بزرگان و اکابر خویش را پیروی و اطاعت کردیم و در نتیجه ما را گمراه کردند (مبلغ، ۱۳۹۴).

مطالعه انسان ابعاد مختلفی دارد. از جمله شناخت انسان به تنهایی و شناخت انسان در رابطه با جهان هستی. کمال انسان‌شناسی در این است که علاوه بر شناخت جسم، به بعد معنوی او نیز توجه شود (نیلی‌احمدآبادی، ۱۳۹۲: ۱۷۲). ابزارهای شناخت عبارت‌اند از: «گوش، چشم و فؤاد (قلب)». چشم و گوش ابزارهای شناخت حسی و فؤاد ابزار شناخت غیرحسی است. قرآن کریم در آیات فوق و آیات مشابه آن:

- وَ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمْ السَّمْعَ وَ الْأَبْصَرَ وَ الْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ (مومنون/ ۷۸)،
- ثُمَّ سَوَّاهُ وَ نَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ وَ جَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَ الْأَبْصَارَ وَ الْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ (سجده/ ۹)،
- قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَ جَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَ الْأَبْصَارَ وَ الْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ (ملک/ ۲۳)،

اعطای این نعمت‌های بزرگ را «که انسان از رهگذر آنها می‌تواند به شناخت حقایق هستی دست یابد»، شایسته شکر و سپاس فراوان دانسته و بی‌توجهی و شکر نگزاردن را مورد نکوهش قرار داده و همچنین فرموده است که درباره هر یک از این ابزارهای شناخت به طور جداگانه در پیشگاه خداوند (از انسان) سؤال خواهد شد (مشایی، ۱۳۸۷، ۱۸۸). از طرفی، شهید مطهری همه پدیده‌های اجتماعی را به فطرت انسان منتسب می‌کند. از این‌رو می‌توان ادعا کرد که همین فطرت در نظر وی مبنای شناخت جامعه است (جمشیدیها و کافی، ۱۳۹۲، ۹۸).

از تحلیل و تفسیر اجتماعی آیه «كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَ مُنذِرِينَ وَ أَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اخْتَلَفُوا فِيهِ» (سوره بقره/ آیه ۲۱۳) و آیه «وَ مَا كَانَ النَّاسُ إِلَّا أُمَّةً وَاحِدَةً فَاخْتَلَفُوا وَ لَوْ لَا كَلِمَةٌ سَبَقَتْ مِن رَّبِّكَ لَفُضِيَ بَيْنَهُمْ فِي مَا خْتَلَفُوا» (سوره یونس/ آیه

۱۹) و آیه «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اصْبِرُوا وَ صَابِرُوا وَ رَابِطُوا وَ اتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ» (سوره آل عمران / آیه ۲۰۰)، سه مبنا برای شناخت جامعه می‌توان استنباط کرد که عبارت‌اند از: مردم، ارتباط و اختلاف (جمشیدیها و کافی، ۱۳۹۲: ۱۰۰). مؤلفه شناختی هوش فرهنگی از دیدگاه اسلام و قرآن آگاهی‌ها و راه‌های مورد لزوم را به مدیران اسلامی در زمینه شناخت دیگر فرهنگ‌ها و شناساندن فرهنگ اسلامی به فرهنگ‌های مختلف ارائه می‌دهد. از جمله مؤلفه‌های هوش شناختی اسلامی عبارت‌اند از:

۱. دانش فرهنگی مدیران از هنجارها و عرف‌ها در محیط‌های مختلف فرهنگی؛
۲. دانش رایج مدیران درباره شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی؛
۳. دانش و آگاهی مدیران از چارچوب‌های اصلی ارزش‌های فرهنگ اسلامی؛
۴. شناخت و آگاهی مدیران از دانش عمومی بین فرهنگ‌ها؛
۵. دانش اقتصادی و حقوقی (قانونی) مدیران در رابطه با سیستم‌های اجتماعی فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های اسلامی.

۴-۳- هوش انگیزشی اسلامی - ایرانی: در مدیریت اسلامی، ایجاد حرکت و انگیزش تنها با انگیزه‌های مشروع است و وظایف مدیران مسلمان، رعایت این امر خواهد بود. در قرآن کریم و کلام معصومین (ع) نیز، انگیزش افراد با ابعاد وسیع‌تری مد نظر قرار گرفته است، به طوری که علاوه بر ایجاد انگیزش از طریق رفع نیازهای مادی، به ارضای نیازهای معنوی افراد نیز توجه خاص شده است (صباغیان، ۱۳۸۷). در قرآن کریم انگیزه را می‌توان با واژه‌هایی چون ترغیب، تحریض، تشویق، سائق، سبب، فزونی و قوت اراده و میل معنا کرد (احمدنیا آلاشتی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۵):

یکی از روش‌هایی که قرآن برای ایجاد انگیزه در انسان از آن بهره برده «روش تشویق» است. برای نمونه، خداوند متعال در «سوره توبه/ آیه ۱۰۳» به پیامبرش دستور می‌دهد که هنگام گرفتن زکات از مردم، آنها را تشویق کند: «از اموال آنها صدقه‌ای بگیر که بدان وسیله پاک‌شان سازی و آنها را برکت و فزونی بخشی و ایشان را دعا کن که دعای تو آرامشی است برای آنها و خداوند شنوا و دانا است» (اخلاقی، ۱۳۹۰: ۱۲۸). خداوند در آیه‌های متعدد، انسان را به جایگاه واقعی‌اش متذکر می‌شود و هشدار می‌دهد (احمدنیا آلاشتی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۹):

- «فَضْلَنَا» (اسری/ ۷۰)، ای انسان، تو را بر همه موجودات برتری دادیم.
 - «كِرْمًا بَنِي آدَمَ» (اسری/ ۷۰)، تاج کرامت و بزرگی بر سرت نهادیم.
 - «لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ الْخَالِقِينَ» (سوره مؤمنون/ ۱۴)، در آفرینش تو به خود آفرین گفتیم.
- به درستی اگر انسان بفهمد که بهترین است و بسیار ارزشمند، انگیزه پیدا کرده و تلاش و کوشش می‌کند.

یکی از وظایف مهم مدیر در سازمان، ایجاد انگیزه و علاقه برای اجرای کار است (اخلاقی، ۱۳۹۰). میل یا اراده انجام کار یا انگیزش، عامل اساسی در ایجاد تلاش‌ها و فعالیت‌های فرد یا افراد است (تابان

و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۳۴). یکی از روش‌هایی که قرآن برای ایجاد انگیزه در انسان از آن بهره می‌برد، «روش تشویق» است (اخلاقی، ۱۳۹۰). اسلام با در نظر گرفتن مراحل تحول و تدریجی بودن فرآیند رشد، به همه نیازهای مادی و معنوی انسان توجه دارد (بشیری، ۱۳۹۳: ۴۷). با توجه به مطالب ذکر شده در متون اسلامی و قرآنی برخی از مؤلفه‌های هوش انگیزشی اسلامی عبارت‌اند از:

۱. انگیزه درونی مدیران در موقعیت‌های دیگر فرهنگ‌ها؛
۲. باور مدیران و کارکنان به مفید بودن در محیط‌های کاری منطبق بر ارزش‌های اسلامی؛
۳. علاقه مدیر به آزمودن فرهنگ‌های دیگر بر اساس ارزش‌های اسلامی؛
۴. مدیران دارای هوش فرهنگی انگیزشی از تعامل با افراد فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برند؛
۵. توانایی مدیران برای مقابله با استرس‌های حاصل از وفق‌پذیری با فرهنگ‌های متمایز؛
۶. مدیران علاقه‌مند به زندگی در محیط‌های ناآشنا.

۴-۲-۴ - **هوش رفتاری اسلامی - ایرانی:** عقل، قوه و نیرویی خدادادی در وجود انسان است که می‌تواند به رفتار انسان جهت دهد. یکی از مشهورترین روایات در مورد عقل، حدیث «جنود عقل و جهل» است. در این حدیث، عقل به عنوان سرچشمه رفتارهای بهنجار تلقی شده است (ابوترابی، ۱۳۸۳). «هم‌نوایی» شامل مواردی همچون رعایت مدها و سبک‌های اجتماعی در جنبه‌های گوناگون زندگی همانند نحوه پوشش، امرار معاش، ارتباطات کلامی، رعایت قوانین و مقررات اجتماعی و حفظ و مراعات آداب و رسوم اجتماعی است. امام حسن عسکری (ع) درباره رفتار متعادل می‌فرماید: «هوشیاری را حدی است که چون از آن بگذرد، تباهی است و شجاعت را حدی است که چون از آن تجاوز کند، تهور است» (ابوترابی، ۱۳۸۳). اصل دین‌محوری آمادگی لازم را برای مدیران فرهنگی در مواجهه منطقی با پدیده انتقال و تبادل فرهنگی فراهم می‌آورد، با این معیار هیچ‌گاه مدیران به نفی یا اثبات فرهنگ‌های دیگر بر نمی‌خیزند، بلکه آنها را در این چارچوب ارزیابی می‌کنند (عسکری‌وزیری، ۱۳۹۱، ۶۳). فرهنگ، هنجارهایی را برای افراد ایجاد می‌کند که این هنجارها منجر به رفتار در آنها می‌شود. این نگرش در حالی وجود دارد که دین مبین اسلام در فضای جامعه و فرهنگ اجتماعی کشور، تأثیر فراوانی دارد. بدون تردید، باورهای دینی، اخلاقی و اعتقادی اسلام، از عناصر مؤثر در شکل‌گیری رفتارهای شایسته و در نتیجه بهبود و ارتقای رفتار کارکنان سازمان است (رضایی و سبزیکاران، ۱۳۹۰، ۱۷۶-۱۷۷). شاخص‌هایی چون «محبت»، «اهلیت»، «شایستگی» و «عدالت» نیز در استانداردهای رفتاری مهم هستند. از رسول اکرم (ص) نقل شده است: «جَبَلَتِ الْقُلُوبُ عَلَى حَبِّ مَنْ أَحْسَنَ إِلَيْهَا وَ بُغِضَ مَنْ أَسَاءَ إِلَيْهَا» دل‌ها به طور فطری به طرف کسانی که به آنها نیکی می‌کنند، متمایل هستند و کسانی را که به آنها بدی می‌کنند، دشمن می‌دارند. تنظیم رفتار و منش مدیریت بر این مبنا می‌تواند به عنوان الگوی رفتار اسلامی، مشارکت حداکثری کارکنان در انجام وظایف سازمانی و همچنین افزایش ادراک

مثبت افراد جامعه از رفتار مدیریت و در نتیجه افزایش اعتماد عمومی را در پی داشته باشد (حسینی خواه و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۴).

«امانتداری و حاکمیت قانون خداوندی» یکی دیگر از شاخص‌های تنظیم رفتار مدیریت از منظر آموزه‌های دینی است. امام علی (ع) در تمام نامه‌هایی که برای معرفی نمایندگان خود به مردم مناطق مختلف می‌نوشتند، می‌فرمودند: ای مردم! سخن نماینده علی را بشنوید و فرمانش را اطاعت کنید، در چیزی که هماهنگ حق باشد. بنابراین امانت دانستن مسئولیت مدیریت و فرماندهی و اعمال مدیریت در چارچوب قانون خداوند، خود به خود رفتار و کردار خاصی را در مدیریت شکل می‌دهد که می‌تواند در سرعت‌بخشی به حرکت سازمان در مسیر رشد و شکوفایی و تحقق رسالت سازمان بسیار اثربخش باشد (حسینی خواه و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۵).

برخورداری از «قدرت اخلاق» برای مدیریت یکی از شاخص‌های بسیار مهم در برقراری ارتباط مؤثر در محیط درونی و بیرونی سازمان و نمادی از رفتار مطلوب محسوب می‌شود که می‌تواند بر پایه نهادینه کردن ارزش‌های الهی در محیط کار شکل گیرد. «حاکمیت و ارزش‌های الهی» در سطوح مختلف مدیریت، یکی از عوامل مهم شکل‌دهنده و اصلاح‌کننده رفتارهای تمامی افراد سازمان است و به عنوان یک شاخص عینی و ملموس اثرگذار بر استاندارد کردن رفتار محسوب می‌شود (حسینی خواه و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۵-۲۶). یکی دیگر از شاخص‌های استانداردسازی رفتار مدیریت «خدمتگزاری» است. چنان‌که از پیامبر اکرم (ص) روایت شده است که فرمودند: «سیدالقوم خادمهم؛ پیشوا و بزرگ هر قوم، خدمتگزار آن است». خود را خدمتگزار دانستن در سطوح مختلف مدیریت موجب شکل‌گیری رفتار مثبت و باعث می‌شود، کارکنان با الگوپذیری از رده‌های مدیریتی، وظایف خود را بدون انتظار پاداش انجام دهند و رفتارهای اسلامی و مورد انتظار را در خود نهادینه کنند و در نتیجه، رفتار و کردار آنها موجب ادراک مثبت افراد می‌شود (حسینی خواه و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۶).

با توجه به مطالب ذکرشده، برخی از مؤلفه‌های هوش رفتاری اسلامی عبارت‌اند از:

۱. توانایی مدیران فرهنگ‌های اسلامی در بروز اعمال و اقدامات مناسب کلامی و غیرکلامی با افراد فرهنگ‌های مختلف؛
۲. تغییر نحوه ارتباط کلامی مدیران، به فراخور نیاز در تعامل با افراد فرهنگ‌های مختلف براساس ارزش‌های اسلامی؛
۳. مجموعه‌ای از پاسخ‌های رفتاری منطقی مدیران در برخورد با دیگر فرهنگ‌ها؛
۴. بروز واکنش مناسب مدیران در موقعیت‌های مختلف فرهنگی.

شکل شماره ۲: چارچوب نظری پژوهش



۵. استراتژی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر رؤسای شعب بانک ملت استان آذربایجان شرقی است. بر اساس اطلاعات دریافت شده از بانک ملت استان، تعداد آنها در فاصله زمانی انجام تحقیق، ۷۱ نفر بوده و در پژوهش حاضر از روش سرشماری استفاده شده است که حجم نمونه پژوهش همان تعداد جامعه آماری یعنی ۷۱ نفر است.

برای جمع‌آوری اطلاعات از جامعه آماری، از پرسشنامه‌ای که با توجه به متغیرهای پژوهش و عملیاتی کردن آنها تنظیم شده، استفاده شده است. پرسشنامه پژوهش شامل دو دسته سؤال است: دسته اول که با حروف الفبا کدگذاری شده، به منظور تعیین و مشخص شدن مشخصات نمونه آماری از لحاظ جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه مدیریت است و دسته دوم در یک بخش، شامل سؤال-های هوش فرهنگی بر اساس ترکیب نظریه «انگ، وند/ین و کریستین گه» و همچنین از منظر «اسلام و قرآن» است که در قالب مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت مورد استفاده قرار گرفته است. مطابق جدول شماره «۳» این بخش از پرسشنامه دارای ۲۲ سؤال است. روایی ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر از نوع روایی صوری است. برای برآورد پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای سؤال‌های پرسشنامه ۰/۸۸۱ به دست آمد. مقدار این آماره‌ها نشان می‌دهد که اولاً سؤال‌های پرسشنامه همبستگی بالایی با یکدیگر دارند و ثانیاً پرسشنامه پژوهش، از پایایی بالایی برخوردار است.

جدول شماره ۳: تقسیم‌بندی سؤال‌های پرسشنامه

متغیر	مؤلفه‌ها	شماره سؤال‌ها	تعداد سؤال‌ها
هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی	هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی	سؤال ۱-۷	۲۲
	هوش شناختی اسلامی-ایرانی	سؤال ۸-۱۲	
	هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی	سؤال ۱۳-۱۸	
	هوش رفتاری اسلامی-ایرانی	سؤال ۱۹-۲۲	
	مجموع سؤال‌ها		۲۲

۶- یافته‌های پژوهش

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده، از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

۶-۱- یافته‌های توصیفی: اطلاعات مربوط به بخش توصیفی پژوهش در جدول‌های ۴-۶ آورده

شده است.

جدول شماره ۶: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی- ایرانی					
هوش فرهنگی اسلامی- ایرانی		هوش فراشناختی اسلامی- ایرانی		هوش شناختی اسلامی- ایرانی	
تعداد	۷۱	۷۱	۷۱	۷۱	۷۱
بدون پاسخ	۰	۰	۰	۰	۰
میانگین	۷۴/۲۸۱۷	۵۸/۵۰۷۰	۴۴/۰۱۴۱	۵۸/۶۸۵۴	۵۲/۹۵۷۷
میانه	۷۳/۰۰۰۰	۵۸/۳۳۳۳	۴۵/۰۰۰۰	۶۰/۰۰۰۰	۵۵/۰۰۰۰
مد	۷۴/۰۰	۵۸/۳۳	۴۰/۰۰	۷۰/۰۰	۶۵/۰۰
انحراف معیار	۱۱/۶۶۵۸۰	۱۵/۴۹۷۴۳	۱۴/۲۰۸۱۴	۱۵/۵۷۸۵۷	۱۶/۸۰۹۳۸
چولگی	۰/۲۸۵	۰/۲۸۵	۰/۲۸۵	۰/۲۸۵	۰/۲۸۵
واریانس	۱۳۶/۰۹۱	۲۴۰/۱۷۰	۲۰۱/۸۷۱	۲۴۲/۶۹۲	۲۸۲/۵۵۵
رتبه	۴۹/۰۰	۶۲/۵۰	۵۵/۰۰	۶۳/۳۳	۷۵/۰۰
مینیمم	۴۷/۰۰	۲۵/۰۰	۱۵/۰۰	۲۳/۳۳	۲۵/۰۰
ماکزیمم	۹۶/۰۰	۸۷/۵۰	۷۰/۰۰	۸۶/۶۷	۹۰/۰۰
جمع	۵۲۷۴/۰۰	۴۲۲۵/۰۰	۳۱۲۵/۰۰	۴۱۶۶/۶۷	۳۷۶۰/۰۰

۲-۶- یافته‌های استنباطی: اطلاعات مربوط به بخش استنباطی پژوهش در جدول‌های ۷-۱۵

آورده شده است.

جدول ۷: آمار توصیفی هوش فرهنگی اسلامی بر اساس سن رؤسای شعب بانک ملت

توصیفی		فاصله اطمینان ۹۵٪ برای میانگین		خطای استاندارد	انحراف معیار	میانگین	تعداد
بیشترین	کمترین	دامنه بالا	دامنه پایین				
۹۵/۰۰	۴۷/۰۰	۸۳/۴۹۷۹	۶۶/۱۶۸۸	۳/۹۳۶۶۸	۱۳/۶۳۷۰۷	۷۴/۸۳۳۳	۱۲
۹۶/۰۰	۴۹/۰۰	۷۷/۵۷۰۱	۷۱/۲۸۷۰	۱/۵۶۲۴۷	۱۰/۹۳۷۳۲	۷۴/۴۲۸۶	۴۹
۹۲/۰۰	۵۴/۰۰	۸۲/۷۷۴۶	۶۳/۰۲۵۴	۴/۳۶۵۱۴	۱۳/۸۰۳۷۸	۷۲/۹۰۰۰	۱۰
۹۶/۰۰	۴۷/۰۰	۷۷/۰۴۲۹	۷۱/۵۲۰۴	۱/۳۸۴۴۸	۱۱/۶۶۵۸۰	۷۴/۲۸۱۷	۷۱
کل							

جدول ۱۲. آزمون تحلیل واریانس هوش فرهنگی اسلامی بر اساس سطح تحصیلات رؤسای شعب بانک ملت

تجزیه و تحلیل واریانس (ANOVA)				
هوش فرهنگی				
سطح معناداری	F	مجذور میانگین	درجه آزادی	مجموع مربعات
۰/۰۲۲	۳/۰۶۷	۳۷۳/۲۴۸	۴	۱۴۹۲/۹۹۱
-	-	۱۲۱/۷۱۸	۶۶	۸۰۳۳/۳۷۵
-	-	-	۷۰	۹۵۲۶/۳۶۶

جدول ۱۳. آزمون تعقیبی هوش فرهنگی اسلامی - ایرانی بر اساس سطح تحصیلات رؤسای شعب بانک ملت

مقایسه‌های چندگانه					
متغیر وابسته: هوش فرهنگی					
آزمون حداقل تفاوت معنی‌دار فیشر (LSD)					
تحصیلات (I)	تحصیلات (J)	اختلاف میانگین (I-J)	خطای استاندارد	سطح معناداری	
				دامنه پایین	فاصله اطمینان ۹۵٪
دیپلم	فوق دیپلم	۶/۱۲۵۰۰	۴/۸۳۰۰۴	۰/۲۰۹	۱۵/۷۶۸۵
	لیسانس	۱۱/۰۰۰۰*	۳/۲۹۸۶۱	۰/۰۰۱*	۱۷/۵۸۵۹
	فوق لیسانس	۷/۰۰۰۰۰	۸/۳۰۵۰۲	۰/۴۰۲	۲۳/۵۸۱۵
	دکتری	۰/۵۰۰۰۰	۸/۳۰۵۰۲	۰/۹۵۲	۱۷/۰۸۱۵
فوق دیپلم	دیپلم	-۶/۱۲۵۰۰	۴/۸۳۰۰۴	۰/۲۰۹	۳/۵۱۸۵
	لیسانس	۴/۸۷۵۰۰	۴/۲۴۰۴۱	۰/۲۵۴	۱۳/۳۴۱۲
	فوق لیسانس	۰/۸۷۵۰۰	۸/۷۲۲۰۲	۰/۹۲۰	۱۸/۲۸۹۱
	دکتری	-۵/۶۲۵۰۰	۸/۷۲۲۰۲	۰/۵۲۱	۱۱/۷۸۹۱
لیسانس	دیپلم	-۱۱/۰۰۰۰*	۳/۲۹۸۶۱	۰/۰۰۱	-۴/۴۱۴۱
	فوق دیپلم	-۴/۸۷۵۰۰	۴/۲۴۰۴۱	۰/۲۵۴	۳/۵۹۱۲
	فوق لیسانس	-۴/۰۰۰۰۰	۷/۹۷۶۵۴	۰/۶۱۸	۱۱/۹۲۵۷
	دکتری	-۱۰/۵۰۰۰۰	۷/۹۷۶۵۴	۰/۱۹۳	۵/۴۲۵۷
فوق لیسانس	دیپلم	-۷/۰۰۰۰۰	۸/۳۰۵۰۲	۰/۴۰۲	۹/۵۸۱۵
	فوق دیپلم	-۰/۸۷۵۰۰	۸/۷۲۲۰۲	۰/۹۲۰	۱۶/۵۳۹۱
	لیسانس	۴/۰۰۰۰۰	۷/۹۷۶۵۴	۰/۶۱۸	۱۹/۹۲۵۷
	دکتری	-۶/۵۰۰۰۰	۱۱/۰۳۲۵۸	۰/۵۵۸	۱۵/۵۲۷۳
دکتری	دیپلم	-۰/۵۰۰۰۰	۸/۳۰۵۰۲	۰/۹۵۲	۱۶/۰۸۱۵
	فوق دیپلم	۵/۶۲۵۰۰	۸/۷۲۲۰۲	۰/۵۲۱	۲۳/۰۳۹۱
	لیسانس	۱۰/۵۰۰۰۰	۷/۹۷۶۵۴	۰/۱۹۳	۲۶/۴۲۵۷
	فوق لیسانس	۶/۵۰۰۰۰	۱۱/۰۳۲۵۸	۰/۵۵۸	۲۸/۵۲۷۳

* میانگین اختلاف در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

برای اولویت‌بندی و تعیین وضعیت مؤلفه‌های هوش فرهنگی رؤسای شعب بانک ملت از دیدگاه اسلام و قرآن، برای هر یک از متغیرهای تحقیق بر اساس فرمول شماره «۱»، استانداردسازی از مقیاس ۱۰۰ انجام شده و سپس بر اساس آزمون *One-Sample T Test* در نرم‌افزار *SPSS* هوش فرهنگی اسلامی و وضعیت هر یک از مؤلفه‌های چهارگانه آن نسبت به حد وسط (نمره ۵۰) به شرح جدول‌های ذیل مورد مقایسه قرار گرفته است.

فرمول استاندارد کردن داده‌ها (۱) $۱۰۰ * (\text{دامنه طیف} / (\text{حداقل طیف} - \text{نمره هر بعد}))$

جدول شماره ۱۴: آزمون *t* تک نمونه برای تعیین هر یک از مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی رؤسای

شعب بانک ملت

تک نمونه آمار					
شماره	مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف	خطای استاندارد
۱	هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی	۷۱	۵۵/۷۴۱۰	۱۲/۶۸۰۲۲	۱/۵۰۴۸۷
۲	هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی	۷۱	۵۸/۶۸۵۴	۱۵/۵۷۸۵۷	۱/۸۴۸۸۴
۳	هوش شناختی اسلامی-ایرانی	۷۱	۴۴/۰۱۴۱	۱۴/۲۰۸۱۴	۱/۶۸۶۲۰
۴	هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی	۷۱	۵۹/۵۰۷۰	۱۵/۴۹۷۴۳	۱/۸۳۹۲۱
۵	هوش رفتاری اسلامی-ایرانی	۷۱	۵۲/۹۵۷۷	۱۶/۸۰۹۳۸	۱/۹۹۴۹۱

آزمون تک نمونه

شماره	مؤلفه‌ها	<i>t</i>	درجه آزادی	ارزش آزمون = ۵۰			
				سطح معناداری	اختلاف میانگین	٪۹۵ سطح اطمینان از تفاوت‌ها	
				پایین‌تر	بالاتر		
۱	هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی	۳/۸۱۵	۷۰	۰/۰۰۰	۵/۷۴۰۹۷	۲/۷۳۹۶	۸/۷۴۲۳
۲	هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی	۴/۶۹۸	۷۰	۰/۰۰۰	۸/۶۸۵۴۵	۴/۹۹۸۱	۱۲/۳۷۲۸
۳	هوش شناختی اسلامی-ایرانی	-۳/۵۵۰	۷۰	۰/۰۰۱	-۵/۹۸۵۹۲	-۹/۳۴۸۹	-۲/۶۲۲۹
۴	هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی	۵/۱۶۹	۷۰	۰/۰۰۰	۹/۵۰۷۰۴	۵/۸۳۸۹	۱۳/۱۷۵۲
۵	هوش رفتاری اسلامی-ایرانی	۱/۴۸۳	۷۰	۰/۱۴۳	۲/۹۵۷۷۵	-۱/۰۲۱۰	۶/۹۳۶۵

^۱.SPSS: Statistical Package Social Sciences

جدول شماره ۱۵: آزمون فریدمن برای تعیین اولویت بندی بین مؤلفه های هوش فرهنگی رؤسای شعب بانک ملت بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت

میانگین مؤلفه های هوش فرهنگی اسلامی- ایرانی		شاخص های آماری	
عوامل فراشناختی اسلامی- ایرانی	۲/۸۹	تعداد	۷۱
عوامل شناختی اسلامی- ایرانی	۱/۵۷	مجذور خی	۶۰/۷۹۶
عوامل انگیزشی اسلامی- ایرانی	۳/۱۱	درجه آزادی	۳
عوامل رفتاری اسلامی- ایرانی	۲/۴۲	سطح معناداری	۰/۰۰۰

۲۷

دو فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات

الگوی پیشرفت

اسلامی ایرانی

کریم اسکندری، شادی عرفای جمشیدی

اولویت بندی و تعیین وضعیت مؤلفه های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت

۷- نتیجه گیری و بحث

بر اساس اطلاعات جدول های شماره «۷» و «۸» ملاحظه می شود که میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس سن رؤسای شعب بانک ملت با سن ۲۵-۳۵ سال برابر ۷۴/۸۳ با انحراف استاندارد ۱۳/۶۳۷، سن ۳۶-۴۵ سال ۷۴/۴۲ با انحراف استاندارد ۱۰/۹۳۷ و سن ۴۶-۵۵ سال ۷۲/۹۰ با انحراف استاندارد ۱۳/۸۰۳ به دست آمده است. طبق معیار $F=۰/۰۸۵$ و $P=۰/۹۱۸$ نتیجه گرفته می شود که اختلاف نمره های میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس سن رؤسای شعب بانک ملت معنادار نیست؛ زیرا سطح معناداری از ۰/۰۵ بیشتر است.

بر اساس اطلاعات جدول های شماره «۹» و «۱۰» ملاحظه می شود که میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس میزان سابقه مدیریت رؤسای شعب بانک ملت با سابقه مدیریت ۱۱-۱۵ سال برابر ۷۴/۳۶ با انحراف استاندارد ۱۰/۸۸۴، سابقه مدیریت ۱۶-۲۰ سال ۷۳/۶۸ با انحراف استاندارد ۱۰/۷۳۷ و سابقه مدیریت بیش از ۲۰ سال ۷۵/۷۸ با انحراف استاندارد ۱۵/۳۹۸ به دست آمده است. طبق معیار $F=۰/۱۶۳$ و $P=۰/۸۵۰$ نتیجه گرفته می شود که اختلاف نمره های میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس میزان سابقه مدیریت رؤسای شعب بانک ملت معنادار نیست؛ زیرا سطح معناداری از ۰/۰۵ بیشتر است.

بر اساس اطلاعات جدول های شماره «۱۱»، «۱۲» و «۱۳» ملاحظه می شود که میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس میزان تحصیلات رؤسای شعب بانک ملت با میزان تحصیلات دیپلم ۸۲/۰۰ با انحراف استاندارد ۸/۷۳۴، فوق دیپلم ۷۵/۸۷ با انحراف استاندارد ۱۲/۱۹۴، لیسانس ۷۱/۰۰ با انحراف استاندارد ۱۱/۳۸۱، فوق لیسانس ۷۵/۰۰ با انحراف استاندارد ۱۵/۵۵۶ و دکترا ۸۱/۵۰ با انحراف استاندارد ۱۰/۶۰۶ به دست آمده است. طبق معیار $F=۳/۰۶۷$ و $P=۰/۰۲۲$ نتیجه گرفته می شود که اختلاف نمره های میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بر اساس میزان تحصیلات رؤسای شعب بانک ملت معنادار است؛ زیرا سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است.

بر اساس اطلاعات به دست آمده از جدول «۱۴»، ملاحظه می‌شود که میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت و مؤلفه‌های آن (هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی، هوش شناختی اسلامی-ایرانی، هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی و هوش رفتاری اسلامی-ایرانی) رؤسای شعب بانک ملت به ترتیب ۵۵/۷۴، ۵۸/۶۸، ۴۴/۰۱، ۵۹/۵۰، ۵۲/۹۵ و با انحراف معیار ۱۲/۶۸، ۱۵/۵۷، ۱۴/۲۰، ۱۵/۴۹، ۱۶/۸۰ است که در مقایسه با وضعیت متوسط (۵۰)، متفاوت است، به طوری که مقدار $t_1=3/81$ ، $t_2=4/69$ ، $t_3=-3/55$ ، $t_4=5/16$ ، $t_5=1/48$ و $P_1=0/000$ ، $P_2=0/000$ ، $P_3=0/000$ ، $P_4=0/001$ ، $P_5=0/000$ است؛ یعنی تفاوت مشاهده شده به جز هوش رفتاری اسلامی-ایرانی معنادار است. بنابراین میانگین هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت و دو مؤلفه آن (هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی و هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی) رؤسای شعب بانک ملت بالاتر از حد متوسط است. همچنین میانگین هوش رفتاری اسلامی-ایرانی در حد متوسط و هوش شناختی اسلامی-ایرانی پایین تر از حد متوسط است.

چنانچه در جدول شماره «۱۵» ملاحظه می‌شود، چون χ^2 محاسبه شده که برابر با ۶۰/۷۹۶ است، از χ^2 با درجه آزادی ۳ و $\alpha=0/05$ که برابر ۷/۸۱۵ است، بزرگ تر است و سطح معناداری آزمون فریدمن از ۰/۰۵ که حداقل سطح معناداری است، کوچک تر است. پس می‌توان نتیجه گرفت که بین ترتیب قرار گرفتن مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت، رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به جدول شماره «۱۵» می‌توان میزان ترتیب هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت رؤسای شعب بانک ملت استان آذربایجان شرقی را به صورت زیر رتبه‌بندی کرد: ۱. هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی، ۲. هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی، ۳. هوش رفتاری اسلامی-ایرانی، ۴. هوش شناختی اسلامی-ایرانی.

مطابق جدول شماره «۱۴» و همچنین در نظر گرفتن مقیاس مقایسه تمامی متغیرها از ۱۰۰، وضعیت‌های مختلف (مطلوب، مناسب، قابل قبول و غیرقابل قبول) هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت رؤسای شعب بانک ملت و مؤلفه‌های چهارگانه آن به شرح جدول زیر است:

جدول ۱۶. تعیین وضعیت‌های مختلف مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی رؤسای شعب بانک ملت

ردیف	وضعیت‌های مختلف	بازه میانگین	مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی
۱	وضعیت مطلوب	۱۰۰ الی ۷۶	-
۲	وضعیت مناسب	۷۶ الی ۵۱	هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی، هوش فراشناختی اسلامی-ایرانی، هوش انگیزشی اسلامی-ایرانی، هوش رفتاری اسلامی-ایرانی.
۳	وضعیت قابل قبول	۵۰ الی ۲۶	هوش شناختی اسلامی-ایرانی
۴	وضعیت غیرقابل قبول	۲۵ الی ۰	-

با توجه به جدول «۱۶»، تمامی مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت رؤسای شعب بانک ملت به جز مؤلفه هوش شناختی اسلامی- ایرانی با میانگین ۴۴/۰۱۴۱ و انحراف معیار ۱۴/۲۰۸۱۴ در وضعیت مناسب قرار دارند.

همان‌طور که جدول شماره «۱۴» نشان می‌دهد، میزان میانگین مؤلفه «هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی» از مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت رؤسای شعب بانک ملت برابر ۵۹/۵۰۷۰ و از سایر مؤلفه‌های آن بیشتر است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت رؤسای شعب بانک ملت از نوع توجه به هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی است. علاوه بر آن، نتایج نشان داد که کمترین میانگین مربوط به هوش شناختی اسلامی- ایرانی است که این مقدار برابر با ۴۴/۰۱۴۱ و از سایر مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت کمتر است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هوش شناختی اسلامی- ایرانی رؤسای شعب بانک ملت نسبت به سایر مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت در حد پایین‌تری قرار دارد.

بنابراین «هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی» یکی از مؤلفه‌های چهارگانه هوش فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت و یکی از عوامل مهمی است که در موفقیت یا عدم موفقیت مدیریت نقش مهمی بر عهده دارد. انگیزش در لغت به معنای انگیزختن، تحریک و ترغیب و انگیزه به معنای آنچه کسی را به کاری برانگیزد، است. پس انگیزش را می‌توان نیرویی پیش‌برنده به شمار آورد. در یک سازمان توجه به دید مشترک و انگیزش در فعالیت‌های درون‌سازمانی اهمیت بسیاری دارد. موتور محرکه انسان، انگیزش است. انگیزش عامل حرکت معنادار و هدف‌دار انسان است. به طور کلی هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی میزان علاقه فرد را برای آزمون فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف نشان می‌دهد. این انگیزه شامل ارزش درونی افراد برای تعامل‌های چندفرهنگی و اعتماد به نفسی است که به فرد این امکان را می‌دهد تا در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به صورتی اثربخش و مطابق با ارزش‌های اسلامی عمل کند. با توجه به آموزه‌های قرآن و اسلام و توجه بیشتر به مسایل معنوی و دینی و فطری انسان و با مد نظر قرار دادن عوامل غیرمادی ایجاد و تقویت انگیزش، هوش انگیزشی اسلامی- ایرانی این امکان را به افراد می‌دهد تا در غلبه بر موانع و مشکلات ناشی از مواجهه با فرهنگ جدید، سازگاری بهتری داشته باشند. سازگاری با یک فرهنگ جدید مستلزم غلبه بر موانع و مشکلات است. افراد تنها زمانی از عهده کاری بر می‌آیند که از انگیزش زیادی برخوردار باشند و به توانایی خود ایمان و باور داشته باشند.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که کمترین میانگین مربوط به هوش شناختی اسلامی- ایرانی رؤسای شعب بانک ملت است که این مقدار برابر با ۴۴/۰۱۴۱ است. در واقع هوش شناختی اسلامی- ایرانی، توانایی افراد برای رشد شخصی از طریق تداوم یادگیری و شناخت بهتر میراث‌های فرهنگی، آداب و رسوم و ارزش‌های گوناگون و رفتار مؤثر با افرادی با پیشینه فرهنگی و ادراک متفاوت است.

توانایی کار با افراد متعلق به فرهنگ‌های مختلف، تنها با شناخت تفاوت‌های فرهنگی گروه‌های قومی و ملی امکان‌پذیر است. هوش شناختی اسلامی را می‌توان یکی از مؤلفه‌های هوش فرهنگی اسلامی-ایرانی دانست که بهترین تشریح‌کننده تمامی جنبه‌های مورد نیاز برای فعالیت اثربخش در موقعیت‌های فرهنگی متنوع است. بنابراین با توجه به اینکه هوش شناختی اسلامی-ایرانی رؤسای شعب بانک ملت پایین‌تر از حد متوسط است و از طرفی با توجه به اینکه هوش شناختی اسلامی-ایرانی ابزاری مناسب برای شناخت فرهنگ‌های مختلف دست‌مدیران است، از این‌رو به مسئولان بانک ملت توصیه می‌شود که هوش شناختی اسلامی-ایرانی رؤسای شعب را با آموزش‌های مختلف تقویت کنند.

منابع

- آهنچیان، محمدرضا و امیری، رعنا و بخشی، محمود، (۱۳۹۱)، «بررسی همبستگی هوش فرهنگی با تعامل اجتماعی در پرستاران»، فصلنامه مدیریت ارتقای سلامت، شماره ۲، بهار، صص ۴۴-۵۳.
- ابزری، مهدی و اعتباریان، اکبر و خانی، اعظم، (۱۳۸۹)، «تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی گروهی (مورد مطالعه: شرکت فولاد مبارکه اصفهان)»، دوفصلنامه (پژوهش‌نامه) مدیریت تحول، شماره ۴، پاییز و زمستان، صص ۲۵-۴۱.
- ابوترابی، علی، (۱۳۸۳)، «معیارهای رفتار سالم از دیدگاه اسلام»، ماهنامه معرفت، شماره ۸۴، آذر، صص ۱۶-۲۸.
- احمدنیا آلاشتی، سیامک و محمدی، ابوالفضل و بازرگانی، محمد و اسکندری، مجتبی، (۱۳۹۲)، «الگوی انگیزش انسان در سازمان از دیدگاه قرآن کریم»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت اسلامی، شماره ۲، پاییز و زمستان، صص ۱۱-۳۶.
- احمدی، سیدعلی‌اکبر و صفرزاده، حسین و حضوری، محمدجواد و دهنوی، فریبا، (۱۳۹۲)، «نقش هوش فرهنگی مدیران در توان حل تعارض کارکنان»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی شناخت اجتماعی، شماره ۳، بهار و تابستان، صص ۱۰۱-۱۱۶.
- احمدی، یعقوب و قاسمی، وحید، (۱۳۹۱)، «اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم‌گرایی بر هوش فرهنگی»، فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۲۰، زمستان، صص ۱۲۹-۱۵۴.
- احمدی، یعقوب، (۱۳۹۰)، «نگرش دینی و هوش فرهنگی (مورد مطالعه: شهر سنندج)»، ماهنامه معرفت، شماره ۱۶۷، آبان، صص ۱۲۳-۱۳۸.
- اخلاقی، عبدالرحیم، (۱۳۹۰)، «نگاهی به روش تشویق در ایجاد انگیزه از دیدگاه قرآن»، فصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره اول، تابستان، صص ۱۲۷-۱۵۲.
- ادیبراد، نسترن، (۱۳۸۶)، «هوش فرهنگی در سازمان‌های امروزی»، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، شماره ۱، زمستان، صص ۲۵-۳۶.
- اسکندری، کریم، (۱۳۹۴)، «نقش هوش فرهنگی در مدیران جهانی»، چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت؛ پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده، تهران، ایران.

- اشرف‌نظری، علی و قنبری، لقمان، (۱۳۹۲)، «خاص‌گرایی فرهنگی و بازتولید هویت‌های دینی: با تأکید بر جنبش بیداری اسلامی»، فصلنامه مطالعات جهان اسلام، شماره سوم، زمستان، صص ۱۲۳-۱۵۰.
- بشیری، ابوالقاسم، (۱۳۹۳)، «نظریه انگیزش در اندیشه دینی»، فصلنامه روان‌شناسی و دین، شماره دوم، تابستان، صص ۳۹-۶۰.
- پاپزن، عبدالحمید و علی‌آبادی، وحید و محمدی، سمیره و قربانی‌پیرعلی‌دهی، فاطمه، (۱۳۹۳)، «تأثیر مؤلفه‌های هوش فرهنگی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی»، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۲۹، تابستان، صص ۱۰۸-۱۱۷.
- پورصادق، ناصر و حسینی، سید تیمور و امیری، موسی و خوشبخت، میرزاعلی، (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد وظیفه‌ای مدیران راهور»، فصلنامه مطالعات پژوهشی راهور، شماره ۲، پاییز، صص ۵۵-۶۹.
- تابان، محمد و جوانمرد، بهزاد و محمدی، اسفندیار و ویسه، سیدمهدی، (۱۳۹۲)، «مطالعه رابطه بین رهبری معنوی و انگیزش شغلی کارکنان دانشگاه ایلام»، فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، شماره دوم، تابستان، صص ۲۲۹-۲۴۸.
- جمشیدیها، غلامرضا و کافی، مجید، (۱۳۹۲)، «مؤلفه‌های نظریه اجتماعی بر اساس مبانی شناخت جامعه در قرآن»، دوفصلنامه آموزه‌های قرآنی، شماره ۱۷، بهار و تابستان، صص ۹۵-۱۱۸.
- حسنی، محمد و بدلیان، امین، (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با سازگاری شغلی و اعتماد سازمانی اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه»، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، شماره ۱۷، زمستان، صص ۷۵-۸۸.
- حسینی‌خواه، نوراله و میرزاخانی، عبدالرحمن و درویشی، صیاد، (۱۳۹۲)، «شاخص‌های استانداردسازی رفتار مدیریت و فرماندهی از منظر دینی»، فصلنامه مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، شماره چهارم، زمستان، صص ۱-۲۸.
- حسینی‌نسب، داوود و قادری، وریا، (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با بهره‌وری مدیران در مدارس شاهد استان آذربایجان غربی»، فصلنامه علوم تربیتی، شماره ۱۳، بهار، صص ۲۷-۴۴.
- حقیقتیان، منصور و صادقی، سعید و شاه‌چراغی، فاطمه، (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد شغلی کارکنان سازمان بهزیستی»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۵۶، زمستان، صص ۵۹-۷۲.
- خنیفر، حسین و زروندی، جواد و زروندی، نفیسه، (۱۳۸۹)، «جهانی‌شدن و فرهنگ مهدویت از دیدگاه آیات قرآن کریم و روایات اسلامی»، فصلنامه علمی- پژوهشی مشرق موعود، شماره ۱۶، زمستان، صص ۹۱-۱۱۵.

- رحیم‌نیا، فریبرز و مرتضوی، سعید و دلارام، طوبی، (۱۳۸۸)، «بررسی میزان تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه‌ای مدیران»، دوفصلنامه مدیریت فردا، شماره ۲۲، پاییز و زمستان، صص ۶۷-۷۸.
- رضایی، حسین و سبزیکاران، اسماعیل، (۱۳۹۰)، «بررسی اثر فرهنگ اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی مورد کاوی دفاتر پلیس +۱۰ شهر تهران»، فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره سوم، پاییز، صص ۱۷۳-۲۰۵.
- زمانی، ابوالفضل و طبرسا، غلامعلی، (۱۳۸۸)، «هوش فرهنگی، شایستگی جدید مدیران»، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۱۳، بهمن، صص ۴۹-۵۳.
- سپهوند، رضا و بهاروند، فتنه و بیرانوند، رضوان، (۱۳۹۲)، «هوش فرهنگی در تعامل با استراتژی‌های مدیریت تعارض»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۲۹، بهار، صص ۸۹-۱۰۷.
- سرافراز، سمیه، (۱۳۹۲)، فرهنگ و آسیب‌شناسی فرهنگ از منظر قرآن کریم، روزنامه تحلیلی- خبری مسلمانان جهان، کد خبری ۴۶۹۵، صفحه نخست، قابل دسترس در وبسایت: <http://globemuslims.com/fa/news/4695/%D9>
- سلیم‌بهرامی، سیده‌حمیده و احمدی، حسین و ذبیحی حاجیکلائی، فاطمه و علیزاده، محمودرضا، (۱۳۹۳)، «بررسی میزان هوش فرهنگی دانشجویان دانشگاه‌های آزاد اسلامی شرق استان مازندران»، مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، شماره ۱۴، تابستان، صص ۸۷-۱۰۲.
- شادمانی، شاداب، (۱۳۹۳)، بررسی روند جهانی‌سازی و رویکرد جهان اسلام به جهانی‌سازی و ارائه الگوی اسلامی، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، تهران.
- صنوبر، ناصر و متفکرآزاد، محمدعلی و راضی، نسرین، (۱۳۸۹)، «ارزش‌های اسلامی در تصمیمات آمیخته بازاریابی»، دوفصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره بیست و یکم، بهار و تابستان، صص ۵-۳۲.
- عبدلی، محمد، (۱۳۹۴)، سازگاری قوانین ثابت اسلام با دنیای متغیر، قابل دسترس در وبسایت: <http://eslahe.com/1063/>
- عسکری‌وزیری، علی، (۱۳۹۱)، «هوش فرهنگی و بررسی مؤلفه‌های آن در سازمان با رویکرد اسلامی»، دوفصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره ۱، پاییز و زمستان، صص ۵۳-۸۰.
- عصاره، فریدون و مروتی، ذکراه و حسینی، مریم، (۱۳۹۲)، «رابطه هوش فرهنگی و مدیریت دانش (مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی استان خوزستان)»، فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، شماره ۴، پاییز، صص ۳۵-۴۲.
- علائی، سوسن و میرمحمدی، مهسا، (۱۳۹۲)، «بررسی نقش و اهمیت هوش فرهنگی در مدیریت فرهنگی»، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۷۷، پاییز، صص ۱۶۹-۱۹۹.
- عوقی، وحید، (۱۳۹۰)، «جمع‌گرایی- فردگرایی از دیدگاه فرهنگ جامعه مهدوی»، فصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره ۲، پاییز، صص ۷۵-۹۸.

- فاضلی، افسانه و اکرامی، محمود، (۱۳۹۳)، «توسعه نظام ارزش‌ها بر پایه هوش فرهنگی مدیران دانشگاهی»، فصلنامه پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، شماره ۱، پاییز، صص ۱-۲۱.
- قاسمی، وحید و وحید، فریدون و یزدخواستی، گیسو، (۱۳۸۹)، «تحلیل بر هوش فرهنگی و الگوهای تقویت آن»، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، شماره ۹، تابستان، صص ۳۳-۵۰.
- قدم‌پور، عزت‌اله و مهرداد، حسین و جعفری، حسنعلی، (۱۳۹۰)، «بررسی رابطه بین ویژگی‌های تشخیصی و هوش فرهنگی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان»، فصلنامه روان‌شناسی تربیت، شماره ۱، بهار، صص ۸۱-۱۰۱.
- قربانی‌گلشن‌آباد، محمد، (۱۳۸۹)، جایگاه عقل در اندیشه سیاسی حضرت امام خمینی (ره)، کنگره ملی بررسی اندیشه‌های فرهنگی اجتماعی حضرت امام خمینی (ره)، کرج.
- کاوسی، اسماعیل و هاشمی، سیدمحمود، (۱۳۹۳)، «هوش فرهنگی کارکنان و نقش آن در توسعه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در دانشگاه»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۲۶، پاییز، صص ۱۳۹-۱۵۲.
- مبلغ، محمدحسین، (۱۳۹۴)، «شناخت در قرآن از نگاه مطهری»، فصلنامه پژوهش‌های قرآنی، شماره ۱۷ و ۱۸، بهار و تابستان، صص ۱۱۸-۱۴۱.
- محمدخانی، کامران و تیموری، ولی، (۱۳۹۰)، هوش فرهنگی و رهبری جهانی، مطالعات راهبردی جهانی شدن، شماره ۲، بهار، صص ۹۳-۱۱۰.
- محمدی‌گزستانی، هایده و امامی، سیدعبدالصاحب و فانی، حجت‌اله، (۱۳۹۲)، «رابطه هوش فرهنگی با خودکارآمدی تحصیلی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس»، فصلنامه فرهنگ در دانش اسلامی، شماره ۶، بهار، صص ۱۰۷-۱۳۰.
- مشایی، ناهید، (۱۳۸۷)، «رویکرد قرآن به ابزارها و راه‌ها و مهارت‌های شناخت»، فصلنامه مطالعات اسلامی، شماره ۸۰، تابستان، صص ۱۸۳-۲۱۵.
- مشبکی، اصغر و تیزرو، علی، (۱۳۸۸)، «تأثیر هوش هیجانی و هوش فرهنگی بر موفقیت رهبران در کلاس جهانی»، پژوهش‌های مدیریت، شماره ۳، بهار، صص ۵۳-۷۳.
- مشبکی، اصغر و راموز، نجمه، (۱۳۸۵)، هوش فرهنگی اکسیر موفقیت مدیران در کلاس جهانی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران.
- نائیچی، محمدجواد و عباسعلی‌زاده، منصوره، (۱۳۹۰)، «هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران سازمان‌های غیردولتی در ایران»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۱۲، تابستان، صص ۲۷-۴۴.
- نصرافهانی، علی و واعظ‌شهرستانی، حسین و باقری‌ایرج، الهام، (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه هوش فرهنگی با مدیریت برداشت در کارکنان دانشگاه اصفهان»، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، شماره ۴، بهار، صص ۱۲۲-۱۳۸.
- نیلی‌احمدآبادی، محمدرضا، (۱۳۹۲)، جایگاه تعلیم و تربیت اسلامی در علوم انسانی، فصلنامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره دوم، تابستان، صص ۱۷۱-۱۸۶.

- واثق غزنوی، قادرعلی، (۱۳۹۰)، «جایگاه انسان‌شناسی در سازمان و مدیریت از دیدگاه اسلام و غرب»، فصلنامه اسلام و پژوهش‌های مدیریتی، شماره ۲، پاییز، صص ۵-۴۰.
- ولیخانی، ماشاءاله و رحمتی، منصور، (۱۳۹۱)، «تأثیر روابط میان‌فرهنگی بر شیوه زمامداری از دیدگاه حضرت علی(ع)»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت اسلامی، شماره ۱، بهار و تابستان، صص ۸۱-۹۷.
- یزدخواستی، گیسو و قاسمی، وحید و وحید، فریدون، (۱۳۹۰)، «رابطه تماس‌های بین‌فرهنگی و هوش فرهنگی؛ تحلیل نظری و تجربی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۲، تابستان، صص ۱۳۳-۱۶۲.
- Afary, Janet (1987) Review Essay-The Pitfalls Of National Consciousness in Iran: The Construction of a Militant Muslim Ideology, Journal of Political and Military Sociology, Vol.15.
- Ang, Soon & Inkpen, Andrew C., (2008), Cultural Intelligence and offshore outsourcing success: A framework of firm-level international capability, The Author Journal Compilation, No 3, August, pp 337-358.
- Kiznyte, Jolita & Ciutiene, Prof. Dr. Ruta & Dechange, Prof. Dr. André, (2015), Applying Cultural Intelligence in International Project Management 1, PM World Journal, vol. IV, issue. VI, pp. 1-16.
- Ng, Kook-Yee & Tan, Meiling & Ang, Soon, (2009), Culture Capital and Cosmopolitan Human Capital: The Impact of Global Mindset and Organizational Routines on Developing Cultural Intelligence & International Experience in Organizations, Global Cultural Capital and Cosmopolitan Human Capital, No 8, June, pp 1-40.
- Ng, Kook-Yee, Van Dyne, Linn & Ang, Soon, (2009), From experience to experiential learning: Cultural Intelligence as a learning capability for global leader development. Academy of Management Learning and Education, No 8, pp 511-526.
- Putranto, Nur Arief Rahmatsyah & Gustomo, Aurik & Ghazali, Achmad, (2015), Analysis of Cross Cultural Management Course Pedagogy Methods in Developing Students' Cultural Intelligence, Social and Behavioral Sciences, 169, pp. 354-362.
- Soldatova, Galina & Geer, Marina, (2013), "Glocal" Identity, Cultural Intelligence and Language Fluency, Social and Behavioral Sciences, 86, pp. 469-474.
- Van Dyne, Linn & Ang, Soon & Ng, Kook-Yee & Rockstuhl, Thomas & Ling Tan, Mei & Koh, Christine, (2012), Sub-Dimensions of the Four Factor Model of cultural Intelligence: Expanding the Conceptualization and Measurement of Cultural Intelligence, Social and Personality Psychology Compass, No 6/4, pp 295-313.

ریکلوومی

اسلید مجری

پریپرٹری