

دانشگاه فرهنگیان
فصلنامه علمی - تخصصی
مینانت فرهنگی و سرمایه اجتماعی
سال اول - شماره یک - بهار 1400
تاریخ چاپ: بهار 1400

نقش هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی در پایگاه‌های هویت دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تبریز

تاریخ دریافت: 1400/02/12	مهدی پروین زاده لیلان ¹	علی خدیوی ²	جلیل باباپورخیرالدین ³
تاریخ پذیرش: 1400/03/12	یوسف خیری ⁴	عیسی حکمتی ⁵	

مقدمه

پدیده‌ایی هویت و شناسایی عوامل موثر بر آن همواره مورد توجه پژوهشگران علوم اجتماعی و رفتاری بوده است که از جمله دلایل اهمیت آن، تاثیر هویت در حوزه های مختلف تحصیلی، شغلی، روابط بین فردی و ... است. تعاریف و دیدگاه های مختلفی در زمینه هویت وجود دارد و برخی معتقدند هویت مفهومی است که فرد از خود به عنوان یک شخص دارد و این مفهوم ناشی از تجربه تداوم و تمایز است (جیمز، 1998). از نظر برزونسکی (2003) هویت یک نظریه درباره خویشتن بوده و افراد به سبک ها و شیوه های مختلف به نظریه پردازی راجع به خود اقدام می کنند. در بین نظریه پردازان این حوزه، اریکسون بیشترین سهم را به خود اختصاص داده و طبق نظریه وی شکل گیری هویت تحت تاثیر بافت اجتماعی زندگی افراد است (قادری و مصطفایی، 1391).

اریکسون با تاکید بر «من» به جای «نهاد» و در نظر گرفتن اهمیت نقش فرهنگ، جامعه و تاریخ در هویت یابی، آنرا به عنوان هسته اصلی نظریه روانی -

¹ مدرس دانشگاه علوم پزشکی تبریز، mfep_1388@yahoo.com

² عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی سهند تبریز

³ عضو هیأت علمی دانشگاه تبریز

⁴ عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تبریز

⁵ عضو هیأت علمی دانشگاه مراغه

اجتماعی خود معرفی کرده است (حجازی و فارسی نژاد، 1390). بسط و تداوم دیدگاه اریکسون در مدل پایگاه های هویت مارسیا (1966) به صورت یک محور دو بعدی ترسیم شده است که هویت را به چهار پایگاه تقسیم بندی کرده است که این دو بعد شامل کاوشگری و تعهد است. کاوشگری به پرسشگری و بررسی وضعیت های مختلف هویتی قبل از تصمیم گیری درباره ارزش ها، باورها و اهداف ارزشمند برای فرد مرتبط است؛ و تعهد به معنای انتخاب نسبتاً نیرومند یک حوزه هویتی و اقدام به فعالیت های مهم در آن حوزه است (کروکتی، روبینی، برزونسکی و مئوس، 2009). در این مدل از ترکیب این دو بعد، چهار پایگاه یا وضعیت هویتی مذکور حاصل می شوند: هویت پیشرفته یا کسب شده (کاوشگری بالا و تعهد بالا)، هویت پیشرس (کاوشگری پایین و تعهد بالا)، هویت معوق (کاوشگری بالا و تعهد پایین) و هویت آشفته (کاوشگری پایین و تعهد پایین) (مغانلو، آگیلار-وفایی، شهرآرای، 1388).

شکل گیری هویت تحت تاثیر عوامل مختلفی قرار دارد که شامل توانایی های ذاتی و اکتسابی است. از اینرو هرچه شخص با افراد مورد احترام رابطه داشته و تحت تاثیر آنها قرار گیرد و همچنین هرچه فرد در دوره های رشدی در معرض عوامل فرهنگی، مثل ارزش های اجتماعی قرار گیرد هویت یابی وی نیز تحت تاثیر قرار خواهد گرفت (آدامز، ریان و کیتینگ، 2000). از جمله عوامل موثر بر هویت مورد نظر آدامز می توان به سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی اشاره کرد که واجد جنبه های ذاتی و اکتسابی هستند.

طبق نظر فوکویاما تعریف واحدی از سرمایه اجتماعی وجود ندارد و تعریف های متعددی برای آن ارائه شده است، که بسیاری از این تعاریف به نموده های سرمایه اجتماعی اشاره می کنند (تاجبخش، 1385). سرمایه اجتماعی مجموعه ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه هاست که هماهنگی و همکاری برای منافع متقابل را تسهیل کرده و باعث کارآمدی جامعه می شود (وال و همکاران، 1998). بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده ای می داند که حاصل تاثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسان و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات

اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان می دهد که این پدیده ها تاثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورها دارند (الوانی و شیروانی، 2006). سرمایه اجتماعی زاده کنش و واکنش افراد است و محصول آشنایی و روابط افراد جامعه با یکدیگر است (پیران و همکاران، 1385) و این نوع سرمایه ها به پیوندها و ارتباطات میان اعضای شبکه به عنوان منبع با ارزشی اشاره می کند که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف سازمان می شود (کاسن و گلوستا، 2007). از نظر کلمن گرچه سرمایه اجتماعی دارای فرد است، اما ساخته منابع شی واحدی نیست، بلکه شامل چیزهای مختلفی است که واجد دو ویژگی مشترک هستند: نخست اینکه همه آنها شامل جنبه ای از ساخت اجتماعی هستند و دوم اینکه کنش های معینی را تسهیل می کنند (کلمن، 1377).

یکی از مدل های نسبتا جامع در زمینه سرمایه اجتماعی، مدلی است که مطابق آن سرمایه اجتماعی دارای سه بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی است. بعد ساختاری شامل رهبری، خانواده و سازمان است. در واقع سرمایه اجتماعی در بعد ساختاری تبلور می یابد. اعتماد به عنوان بعد شناختی سرمایه اجتماعی حلقه واسط بین بعد ارتباطی و ساختاری است. در واقع اعتماد، از طرفی اعتماد سرمایه اجتماعی را به وجود آورده و از طرف دیگر اگر در جامعه ای سرمایه اجتماعی به اندازه کافی وجود داشته باشد، اعتماد بین افراد تقویت می گردد. کلمن (1377). اعتماد تحت تاثیر هنجار و ارتباط متقابل انسانها ایجاد شده و روح سرمایه اجتماعی را تشکیل می دهد؛ بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی هم رابطه افراد را مورد تاکید قرار می دهد و در یک رابطه متقابل میان انسانهاست که شبکه ای به وجود می آید که حامل سرمایه اجتماعی است (کوهکن، 1388).

با توجه به مطالب فوق و تعاریف سرمایه اجتماعی، می توان گفت سرمایه اجتماعی می تواند از طریق ارائه هنجارهای دستوری همانند تقویت روحیه گروهی، همکاری، تعاون، رقابت سالم، برقراری کنش ها و تعاملات اجتماعی مبتنی بر اعتماد، صداقت و احترام متقابل و از بین بردن تعارضات و خصومت

های بین افراد به تقویت و انسجام هویت افراد یاری رساند (گلشن محمودی و اسکندری، 1391). پژوهش های قبلی نیز تاحدودی نشانگر روابط بین سرمایه اجتماعی و هویت بوده است، به طوری که یافته های مطالعات حاکی از وجود روابط بین سرمایه اجتماعی با هویت ملی (گلشن محمودی و اسکندری، 1391)، هویت اجتماعی (شیانی و احمدپور، 1396؛ خواجه نوری، پرنیان و همت، 1393؛ شریفی و کاکاوندی، 1388)، هویت دینی (گنجی، نعمت اللهی و طاهری، 1389) است، با این حال رابطه سرمایه اجتماعی با پایگاه های هویتی مورد توجه قرار نگرفته است.

ارلی و انگ (2003) برای نخستین بار مفهوم هوش فرهنگی را معرفی کرده و آنرا قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند؛ طبق نظر آنها هوش فرهنگی مهارتی ضروری است که فرد را قادر می سازد به راحتی با فرهنگ های دیگر کنار بیاید و به شیوه کارآمدتری تفاوت های فرهنگی را کنترل و مدیریت کرده و مرزهای بین فرهنگی را درک نماید. به اعتقاد ارلی و انگ (2003) فردی دارای هوش فرهنگی بالایی است که بتواند در یک زمینه فرهنگی جدید و متفاوت، بدون کنار گذاشتن هویت فرهنگی خود، سازگار شود. در واقع هوش فرهنگی قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت هایی است که از تنوع فرهنگی برخوردارند و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش منطبق است که هوش را توانایی شناختی می دانند (پترسون، 2004). هوش فرهنگی، نوعی هوش مکمل است که می تواند تغییرپذیری در غلبه بر تنوع و کار در شرایط فرهنگی جدید را توصیف کند (ون دین، انگ و کاه، 2008). هوش فرهنگی با تمرکز بر قابلیت های خاصی که برای روابط شخصی با کیفیت و اثربخش در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه ای دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد و به نوعی توانایی ارائه واکنش در برابر اهالی فرهنگ های بیگانه است. این هوش به ما امکان می دهد تا از طریق دانش و عمل، تفاوت های فرهنگی را دریافته و در برخورد با سایر فرهنگ ها، رفتار مناسبی را اتخاذ نماییم (رحمانی و تهرانی پور،

1388). طبق دیدگاه توماس و اینکسون (2003) زیربنای هوش فرهنگی شامل درک و فهم بنیان های تعامل بین فرهنگی، توسعه رویکردی خلاقانه و منعطف به تعاملات بین فرهنگی و در نهایت ایجاد مهارتهای سازگاری و ارائه رفتارهایی است که می توان آنها را در موقعیت های بین فرهنگی یا چند فرهنگی موثر دانست.

از دیدگاه ارلی و انگ (2003) هوش فرهنگی دارای ابعاد فراشناختی، دانش، انگیزش و رفتار است. بعد «شناختی» شامل تدوین راهبرد بیش از مواجهه میان فرهنگی؛ بعد «دانش» آگاهی از هنجارها فعالیت ها و قراردادهای فرهنگ های مختلف حاصل از تجارب فردی و آموزشی؛ بعد «انگیزش» شامل توانایی و تمایل به یادگیری و فعالیت در برقراری ارتباط با افراد فرهنگ های متفاوت؛ و بعد «رفتاری» توانایی انجام رفتارهای کلامی و غیرکلامی مناسب در زمان برقراری ارتباط با افراد فرهنگ های مختلف است. برخی پژوهش ها سعی کرده اند رابطه هوش فرهنگی با هویت را مورد مطالعه قرار دهند، که یافته های آنها حاکی از همبستگی هوش فرهنگی با سبک های هویت (زاهد و مرادی، 1396)، هویت اجتماعی (فقیه آرام، مرادی و کاظمی، 1397) را نشان داده است، ولی رابطه هوش فرهنگی با پایگاه های هویتی توجه چندانی نشده است. با توجه به فقدان پژوهش در زمینه نقش دو متغیر مذکور در پایگاه های هویتی، هدف مطالعه حاضر تعیین نقش سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی در پایگاه های دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تبریز است.

روش

طرح تحقیق مطالعه حاضر از نوع همبستگی بود و جامعه پژوهش حاضر، دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی در سال تحصیلی 96-97 بودند. نمونه مطالعه شامل 250 دانشجو بود که به شیوه نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده و پس از کسب رضایت در پژوهش شرکت کردند که از بین 250 شرکت کننده، پرسشنامه 12 نفر ناقص بود که از مطالعه کنار گذاشته شدند و داده های 238 نفر مورد بررسی قرار گرفتند. میانگین سنی نمونه برابر با $22/38 \pm 3/04$ بود.

ابزارهای پژوهش

پرسشنامه حالت هویت بنیون و آدامز (EOM-EIS)¹: پرسشنامه حالت هویت بر اساس نظریه اریکسون و مارسیا توسط آدامز و فیتچ (1982) و بنیون و آدامز (1986) و به منظور سنجش پایگاه های هویتی طراحی شده است و پرکاربردترین ابزار در زمینه سنجش هویت است (شوارتز، آدامسون، فرر-ورد، آدامسون و دیلون، 2006). این پرسشنامه پایگاه هویتی را در چهار حوزه محتوای ایدئولوژیکی (شامل سیاست، دین، شغل و سبک زندگی) و چهار حوزه محتوای بین فردی (دوستی، ملاقات ها، نقش های جنسیتی و اوقات فراغت) مورد ارزیابی قرار می دهد و متشکل از 64 گویه است که 4 پایگاه یا خرده مقیاس زیر را تشکیل می دهند: هویت آشفته، هویت پیشرس، هویت معوق و هویت پیشرفته. هر یک از این خرده مقیاس ها دارای 16 گویه هستند. شواهد نشانگر ویژگی های روانسنجی مطلوب، از جمله پایایی همسانی درونی، اعتبار همگرا و افتراقی، این ابزار در بین فرهنگ های مختلف هستند (بنیون و آدامز، 1986؛ بارتل-هارینگ، بروکر و هوک، 2002؛ آدامز، رین و کیتینگ، 2000؛ شوارتز و همکاران، 2006). در ایران نیز رحیمی نژاد (1393) ویژگی های روانسنجی این پرسشنامه را بر روی بیش از 2000 نفر مورد بررسی قرار داده که یافته ها حکایت از مطلوبیت اعتبار سازه، اعتبار همگرا و افتراقی و نیز پایایی بالا بوده است.

پرسشنامه هوش فرهنگی: این ابزار توسط آنگ و وان دین (2004) برای سنجش هوش فرهنگی تدوین شده است. این ابزار متشکل از چهار عامل شامل راهبردهای فراشناختی، دانش، انگیزش و رفتار است و به ترتیب برای هر عامل چهار، شش، و پنج) گویه در نظر گرفته شده است و مجموعاً مشتمل بر 20 گویه است. نمره گذاری پرسشنامه این بر مبنای مقیاس لیکرت هفت درجه ای (از کاملاً موافقم تا

¹ extended version of the Objective Measure of Ego Identity Status

کاملاً مخالفم) است. این پرسشنامه در کشورهای مختلف جهان مورد بررسی و استفاده قرار گرفته و ویژگی‌های روانسنجی آن مطلوب گزارش شده است؛ مثلاً در یک مطالعه که در سنگاپور برای بررسی پایایی این پرسشنامه ثبات درونی آن مورد بررسی قرار گرفته است که برای عامل راهبردهای فراشناختی، دانش، انگیزش و رفتاری به ترتیب برابر با 0/72، 0/86، 0/76 و 0/83 به دست آمده است (به نقل از عسگری، سیدآسیابان و حربی، 1393). در ایران نیز چندین مطالعه (مثل کاظمی، 1387؛ قدم پور، مهرداد و جعفری، 1390؛ عسگری و همکاران، 1393) ویژگی‌های روانسنجی این ابزار را مطلوب گزارش کرده‌اند.

پرسشنامه سرمایه اجتماعی تسای و گوشال: پرسشنامه سرمایه اجتماعی تسای و گوشال در سال 1998 و بر اساس چارچوب نظری ناهاپیت و گوشال در زمینه سرمایه اجتماعی طراحی شده است. این ابزار حاوی 24 گویه بوده و سه بعد سرمایه اجتماعی، شامل بعد شناختی، بعد رابطه‌ای و بعد ساختاری، است. شیوه نمره‌گذاری این پرسشنامه به بر اساس طیف لیکرت پنج درجه‌ای قرار دارد. ویژگی‌های روانسنجی این پرسشنامه در مطالعات مختلف خارجی و داخلی مورد تایید قرار گرفته است. تسای و گوشال (1998) اعتبار همگرا و افتراقی این ابزار را با استفاده از تحلیل عاملی تایید و بارهای متقاطع مورد تایید قرار داده‌اند؛ لیانا و پیل (2006) و هسو و همکاران (2011) نیز با اجرای این ابزار بر روی نمونه‌ای بزرگ ویژگی‌های روانسنجی این ابزار را مورد بررسی قرار داده و گزارش کرده‌اند که اعتبار سازه حاکی از وجود ساختاری سه عاملی در این ابزار بوده و همچنین آلفای کرونباخ بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی به ترتیب برابر با 0/88، 0/90 و 0/83 است. در ایران نیز چندین مطالعه از جمله مطالعه حسن زاده ثمرین و مقیمی (1389)، منتظری، پسندی پور و علیرضایی (1395) روایی سازه (از طریق تحلیل عاملی تاییدی) و پایایی آنرا از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار داده و این اعتبار و پایایی آنرا مطلوب گزارش کرده‌اند.

شیوه اجرا: برای اجرای پژوهش حاضر پس از آماده سازی پرسشنامه ها، به صورت تصادفی ساده به سه دانشکده دانشگاه علوم پزشکی مراجعه شده و از هر دانشکده چندین کلاس به صورت تصادفی انتخاب شده و پس از تشریح هدف پژوهش و ارائه اطلاعات لازم در این زمینه، در صورت داشتن رضایت، دانشجویان پرسشنامه ها را تکمیل کردند. از بین 250 پرسشنامه عودت شده، 238 نفر پرسشنامه ها را به صورت کامل پاسخ داده بودند، بنابراین بقیه موارد از پژوهش کنار گذاشته شده و داده های این افراد با بهره گیری از همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه در نرم افزار SPSS نسخه 21 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

نتایج

آماره های توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول شماره 1 نشان داده شده است.

جدول 1: آماره های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس
هوش فرهنگی	238	13/69	2/75	57/
	238	13/62	3/79	7
	238	6/59	1/67	43/
	238	16/90	3/57	14
				79/
				2
				80/
				12
سرمایه اجتماعی	238	29/46	7/41	02/
	238	21/88	6/31	55

39	8/41	31/08	238	رابطه ای	
70					
52	7/27	47/68	238	هویت معوق	هویت
49	7/01	39/03	238	هویت پیشرفته	
99	9/96	54/29	238	هویت آشفته	
72	8/49	56/25	238	هویت پیش‌رس	

برای بررسی رابطه پایگاه‌های هویت با هوش فرهنگی و مصرف فرهنگی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول شماره 2 ارائه شده است.

جدول 2: ماتریس همبستگی پایگاه‌های هویت با مصرف فرهنگی و هوش فرهنگی

هویت					
پیش‌رس	آشفته	پیش‌رفته	معوق		
0/50**	0/33**	-0/18*	0/23**	راهبردی	هوش فرهنگی
0/05	0/01	0/01	0/13*	دانش	
0/21**	0/31**	0/05	0/09	انگیزش	
0/35**	0/26**	0/04	0/21**	رفتاری	
0/07	0/04	0/01	0/01	ساختاری	سرمایه اجتماعی
0/18**	0/11	0/04	0/17*	شناختی	
0/15**	0/01	0/07	0/04	رابطه ای	

** سطح معناداری $p < 0/01$ ؛ * سطح معناداری $p < 0/05$

طبق مندرجات جدول شماره 2، سه مولفه هوش فرهنگی، یعنی راهبردی، دانش و رفتاری با هویت معوق همبستگی مثبت معنادار ($p < 0,05$) و مولفه راهبردی هوش فرهنگی با هویت پیشرفته همبستگی منفی معنادار ($p < 0,05$) دارد؛ همچنین سه مولفه راهبردی، انگیزشی و رفتاری با هویت آشفته و پیشرس همبستگی مثبت معنادار ($p < 0,01$) دارند. در زمینه سرمایه اجتماعی نیز، مولفه شناختی سرمایه اجتماعی با هویت معوق و مولفه های شناختی و رابطه ای با هویت پیشرس همبستگی مثبت معنادار ($p < 0,05$) نشان می دهند. با توجه روابط معنادار متغیرهای پیش بین با متغیرهای ملاک جهت پیش بینی متغیرهای ملاک از تحلیل رگرسیون همزمان استفاده شد که نتایج آن در جدول 3 و 4 ارائه شده است.

جدول 3: تحلیل رگرسیون پایگاه های هویتی بر اساس هوش فرهنگی

P	T	β	پیش بین - ها	خلاصه تحلیل واریانس و ضریب تبیین	ملاک
0/05	1/85	0/13	راهبردی	R=0,27; R ² =0,07; F (4, 233)=4,60; p<0,01	معوق
0/05	1/90	0/15	رفتاری		
0/01	-3/01	-0/23	راهبردی	R=0,20; R ² =0,04; F (4, 233)=2,46; p<0,05	پیشرفته
0/01	3/82	0/27	راهبردی	R=0,40; R ² =0,16; F (4, 233)=11,12; p<0,01	آشفته
0/01	3/18	0/23	انگیزشی		
0/01	6/68	0/45	راهبردی	R=0,51; R ² =0,26; F (4, 233)=21,17; p<0,01	پیشرس
0/05	1/90	0/14	رفتاری		

مطابق سطر اول جدول شماره 3 میزان F تحلیل واریانس رگرسیون ($F=4/60$) پیش بینی هویت معوق بر اساس هوش فرهنگی معنادار ($P<0/01$) است و هوش فرهنگی حدود 7 درصد تغییرات این نوع هویت را پیش بینی می کند؛ بخش دوم سطر اول نیز نشانگر این است که دو مولفه راهبردی و رفتاری هویت معلق را تبیین می کنند که ضریب تاثیر استاندارد آنها به ترتیب ($\beta=0/13$) و ($\beta=0/15$) است. مطابق سطر دوم، میزان F محاسبه شده تحلیل واریانس ($F=2/46$) رگرسیون هویت پیشرفته بر اساس هوش فرهنگی معنادار ($P<0/01$) است که نشان می دهد هوش فرهنگی پیش بین معنادار هویت بوده و حدود 4 درصد هویت پیشرفته را پیش بینی می کند که مطابق ستونهای بعدی این جدول، فقط مولفه راهبردی هوش فرهنگی هویت پیشرفته را تبیین می کند که ضریب تاثیر استاندارد آن برابر با ($\beta=-0/23$) است. در زمینه هویت آشفته نیز یافته ها نشان می دهد که میزان F محاسبه شده تحلیل واریانس ($F=11/12$) رگرسیون در سطح $P<0/01$ معنادار است و سهم هوش فرهنگی در پیش بینی واریانس هویت آشفته برابر با 16 است و از بین متغیرهای پیش بین دو مولفه هوش فرهنگی، یعنی راهبردی و انگیزشی، نقش معناداری در پیش بینی هویت آشفته دارند ($p<0/01$) که ضریب تاثیر استاندارد آنها به ترتیب برابر با ($\beta=0/27$) و ($\beta=0/23$) است. نهایتاً میزان F محاسبه شده تحلیل واریانس ($F=21/17$) رگرسیون هویت پیشرس در سطح $P<0/01$ معنادار است و هوش فرهنگی 26 درصد هویت پیشرس را پیش بینی می کند که مطابق ستون های بعدی سطر آخر دو مولفه راهبردی و رفتاری تغییرات هویت پیشرس را تبیین می کنند ($p<0/01$) که ضریب تاثیر استاندارد آنها به ترتیب برابر با ($\beta=0/45$) و ($\beta=0/14$) است.

جدول 4: تحلیل رگرسیون پایگاه های هویتی بر اساس سرمایه اجتماعی

ملاک	خلاصه تحلیل واریانس و ضریب تبیین	پیش بین ها	β	T	P
معوق	R=0,22; R ² =0,05; F (3, 234)=3,93; p<0,01	شناختی	0/32	3/36	0/01
		رابطه ای	-0/19	2/03	0/05
پیشرف ته	R=0,07; R ² =0,01; F (3, 234)=0,49; p<0,68				
آشفته	R=0,16; R ² =0,02; F (3, 234)=2,15; p<0,10				
پیشرس	R=0,19; R ² =0,04; F (3, 234)=2,96; p<0,05	شناختی	0/15	2/03	0/05

مطابق سطر اول جدول شماره 4 میزان F تحلیل واریانس رگرسیون ($F=3/93$) هویت معوق بر اساس سرمایه اجتماعی معنادار ($P<0/01$) است و سرمایه اجتماعی حدود 5 درصد تغییرات این هویت را پیش بینی می کند، که دو مولفه شناختی و رابطه ای سرمایه اجتماعی قادر به تبیین این نوع هویت هستند که ضریب تاثیر استاندارد آنها به $(\beta=0/32)$ و $(\beta=-0/19)$ است. مطابق سطر دوم، میزان F تحلیل واریانس ($F=0/49$) رگرسیون هویت پیشرفته بر اساس سرمایه اجتماعی معنادار ($P<0/68$) نبوده و بنابراین سرمایه اجتماعی قادر به پیش بینی هویت پیشرفته نیست. همچنین در زمینه هویت آشفته نیز یافته ها نشان می دهد که میزان F محاسبه شده تحلیل واریانس ($F=2/15$) رگرسیون هویت آشفته بر اساس سرمایه اجتماعی ($P<0/10$) معنادار نیست و از این رو سرمایه اجتماعی قادر به پیش بینی این هویت نیز نمی باشد. نهایتاً میزان F محاسبه شده تحلیل واریانس ($F=2/96$) رگرسیون هویت پیشرس بر اساس سرمایه اجتماعی ($P<0/01$) معنادار است و سرمایه اجتماعی حدود 5 درصد هویت پیشرس را پیش بینی می کند که مطابق ستونهای بعدی سطر آخر فقط مولفه شناختی هویت پیشرس را تبیین می کنند ($p<0/01$) که ضریب تاثیر استاندارد آن برابر با $(\beta=0/15)$ است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی در پیش بینی پایگاه هویت بود. یافته‌ها نشان داد که بین مولفه‌های هوش فرهنگی و سرمایه اجتماعی با پایگاه‌های هویت همبستگی وجود دارد و در این راستا از تحلیل رگرسیون استفاده گردید و نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد برخی از مولفه‌های هوش فرهنگی قادر به پیش بینی پایگاه‌های هویت، بویژه هویت آشفته و پیش‌رس هستند. همچنین تحلیل رگرسیون نشان داد برخی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی قادر به پیش بینی هویت معوق و پیش‌رس هستند.

در واقع یافته‌های مربوط به سرمایه اجتماعی نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و شناختی در دو نوع از پایگاه‌های هویتی، معوق و پیش‌رس، نقش دارند، بدین معنا که سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و شناختی بالاتر پیش بین قرار گرفتن فرد در پایگاه هویتی پیش‌رس بوده و سرمایه شناختی بالاتر نیز پیش بین قرار گرفتن فرد در پایگاه هویتی معوق است.

پژوهش‌های قبلی در زمینه رابطه سرمایه اجتماعی با هویت نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی بالای خانواده منجر به داشتن هویت اجتماعی گردد، در حالی که خانواده‌های فاقد روابط گفتمانی منطقی توان ایجاد الگوهای ارزشی و هنجاری را نداشته و والدین این خانواده‌ها نمی‌توانند میان الگوهای سنتی و مدرن پیوندی موثر برقرار کنند و در نتیجه فرزندان آنها نیز به سمت هویت‌های پراکنده، غیرخودی یا منحط و انحرافی گرایش یافته و نمی‌تواند به هویت منسجمی دست یابند (شریفی و کاکاوندی، 1389). در مطالعه دیگری نیز شیانی و احمدپور (1396) نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی با انواع سبک‌های هویت، شامل هویت ملی، هویت قومی و هویت مذهبی، به صورت معناداری همبسته بوده و در این بین بیشترین همبستگی را با هویت مذهبی دارد. مطالعه خواجه نوری، پرنیان و همت (1393) نیز نشانگر این بوده است که سرمایه اجتماعی بالاتر منجر به هویت اجتماعی بیشتر می‌شود.

هرچند طبق دانش نویسندگان، مطالعه ای به صورت مستقیم رابطه سرمایه اجتماعی با پایگاه های هویت را مورد بررسی قرار نداده است اما چنین یافته هایی تا حدی با مبانی نظری مربوط به سرمایه اجتماعی نیز همسو است از آنجایی که سرمایه اجتماعی در واقع از درون رابطه متقابل اجتماعی به وجود آمده و بدون دیگران امکان وجود ندارد و از این رو می توان گفت سرمایه اجتماعی جزئی از ساختار رابطه است. بالا بودن سرمایه اجتماعی باعث پدید آمدن حسن نیت و اعتماد متقابل شده و همگرایی ذهنی و همبستگی بین افراد را تقویت می کند (اجتهادی، 1386). به اعتقاد کلمن سرمایه اجتماعی یک کالای عمومی است که عده ای آنرا شکل داده و به وجود می آورند، ولی این نه فقط برای خود آنها، بلکه برای تمام افراد یک ساختار مفید واقع می شود (فیلد، 1386). از این رو می توان گفت افراد دارای سرمایه اجتماعی بالا به دلیل روابط و تعاملات بیشتر با پیرامون و اطرافیان خود و همچنین کسب اطلاعات، شناخت و دانش بیشتر، تحت تاثیر اطرافیان به هویت دست پیدا می کنند و در واقع اطرافیان نقش مستقیم تری در شکل گیری هویت آنها، بویژه به شکل پیشرس، دارند؛ در حالی که افرادی که فاقد سرمایه اجتماعی بالا روابط کمتری با دیگران داشته، شناخت و دانش کمتری دریافت کرده و از اینرو کمتر در معرض شکل گیری هویت پیشرس هستند و ممکن است بیشتر در معرض بحران های هویتی قرار گیرند.

در زمینه رابطه هوش فرهنگی با پایگاه های هویت نیز یافته ها حاکی از این بودند که مولفه های هوش فرهنگی در پیش بینی پایگاه های هویتی، بویژه دو پایگاه هویتی آشفته و معوق، نقش نسبتاً موثری و در پایگاه هویت پیشرس و پیشرفته نیز تاثیر نسبتاً اندکی داشته است که بویژه مولفه راهبردی هوش فرهنگی نقش بیشتری نسبت به سایر مولفه ها داشته و در وهله دوم نیز مولفه رفتاری هوش فرهنگی بر پایگاه های هویتی موثر بوده است. در واقع بالا بودن هوش فرهنگی راهبردی منجر به افزایش احتمال هویت پیشرس، آشفته و معوق و کاهش احتمال هویت پیشرفته و بالا بودن مولفه رفتاری منجر به افزایش برخی از پایگاه های هویتی، پیشرس و معوق، می شوند. چنانچه پیشتر نیز اشاره شد پژوهشی رابطه

هوش فرهنگی با پایگاههای هویتی را مورد تحقیق قرار نداده است، ولی به صورت کلی مطالعات حاکی از نقش هوش فرهنگی در هویت هستند؛ مثلا مطالعه زاهدی و مرادی (1396) نشانگر رابطه مثبت هوش فرهنگی با ابعاد مختلف هویت، از جمله هویت اجتماعی و ارتباطی است؛ یا فقیه آرام و همکاران (1397) رابطه بین هوش فرهنگی و هویت اجتماعی را تایید کرده اند. علاوه بر این پژوهشهای دیگری نیز قبلا رابطه هوش فرهنگی و هویت مذهبی و اسلامی را مورد تایید قرار داده اند (مثل بری خجسته و عباس زاده، 1391). هر چند قبل از نتیجه گیری شتابزده در زمینه رابطه متغیرهای مذکور، لازم است پژوهش های بیشتری جهت روشن ساختن رابطه بین مولفه های هوش فرهنگی و پایگاه های هویتی انجام گیرد، ولی یافته های حاضر را به صورت اولیه چنین می توان تفسیر کرد که افرادی که در هوش فرهنگی، بویژه راهبردی و رفتاری، بالاتری دارند، بیشتر ممکن است در وضعیت های هویتی آشفته و معوق قرار گیرند که دلیل آنرا می توان در ماهیت هوش فرهنگی یافت. بویژه بعد راهبردی هوش فرهنگی به سطح آگاهی فرهنگی فرد یا میزان هوشیاری در حین تعاملات میان فرهنگ تاکید دارد و افرادی که در این زمینه توانایی بالاتری دارند هنگام تلاش برای انطباق با فرهنگ های دیگر، در فرآیندهای شناختی سطح بالا درگیر می شوند (انگ و داین، 2008).

با توجه به اینکه هوش فرهنگی تعیین کننده چگونگی حس یک فرد از تجارب فرهنگی دیگران است، افراد دارای هوش فرهنگی بالا تمرکز زیادی بر تجارب بین فرهنگی و مختلف داشته و در این زمینه جهت در فرآیند هویت یابی دانش و اطلاعات بیشتری از پیرامون و اطرافیانی که دارای نگرش ها و باورهای متفاوتی هستند اخذ کرده و در صدد قضاوت و درک بیشتری از موضوعات مختلف هستند که این مسائل می توانند در فرآیند هویت یابی فرد را با چالش های بیشتری مواجه کرده و نیز دچار آشفتگی سازند. هرچند آشفتگی و یا تعویق در هویت یابی ممکن است از نتایج کوتاه مدت هوش فرهنگی بالا باشد و شاید افراد پس از دستیابی به هویتی و خروج از آشفتگی، هویتی منسجم و نیرومندتر داشته باشند. چنین تفسیری با تعریف ارلی و یانگ (2003) نیز همسو است، چنانچه آنها اشاره کرده

اند هوش فرهنگی توانایی فرد در سازگاری با محیط های فرهنگی جدید و متفاوت از فرهنگ خود فرد است.

منابع

- اجتهادی، مصطفی (1386). سرمایه اجتماعی. پژوهشنامه علوم انسانی، شماره 53: 1-12.
- بری خجسته، فریبا؛ عباس زاده؛ محمد (1391). مطالعه هوش فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (استفاده از رسانه ها، هویت مذهبی و سرمایه اجتماعی) در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز. مطالعات جامعه شناسی، دوره 4، شماره 16: 7-28.
- پیران، پرویز؛ موسوی، میر طاهر؛ شیانی، ملیحه (1385). سرمایه اجتماعی در ایران، کار پایه مفهومی و مفهومی و مفهوم سازی سرمایه اجتماعی با تأکید بر شرایط ایران. مجله رفاه اجتماعی، 32: 7-44.
- تاج بخش، کیان (1385). سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه. تهران: نشر شیرازه.
- حجازی، الهه؛ فارسی نژاد، معصومه (1390). سبک های پردازش هویت: تعامل جنسیت و فرهنگ. مجله زن: حقوق و خانواده (تحقیقات زنان)، سال پنجم، شماره دوم: 30-48.
- حسن زاده ثمرین، تورج؛ مقیمی، سید محمد (1389). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. مطالعات مدیریت راهبردی، شماره 3: 123-143.
- خواجه نوری، بیژن؛ پرنیان، لیلان؛ همت، صغری (1393). مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی؛ مطالعه موردی جوانان شهر بندرعباس. فصلنامه مطالعات ملی، سال پانزدهم، شماره 57: 95-120.
- رحمانی، زین العابدین؛ تهرانی پور، رضا. (1388). هوش فرهنگی: نیاز مدیران امروزی. نشریه صنعت خودرو، سال دوازدهم، شماره 127.
- رحیمی نژاد، عباس (1393). ویژگی های روانسنجی پرسشنامه سنجی عینی منزلت هویت من در نوجوانان. روانشناسی معاصر، شماره 9 (2): 49-62.

زاهدی، بهمن؛ مرادی، مسعود (1396) نقش تعهد مذهبی و هوش فرهنگی در شکل گیری ابعاد هویت دانش آموزان دوره اول متوسطه. *مجله روانشناسی مدرسه*، دوره 6، شماره 2: 64-82.

شریفی، اسماعیل؛ کاکاوندی، اکرم (1388). رابطه سرمایه اجتماعی خانواده با هویت جوانان. *دو فصلنامه تخصصی پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره چهارم: 25-50.

شیانی، ملیحه؛ احمدپور، خسرو (1396). رابطه بین سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی بین شهروندان رشت. *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال هفدهم، شماره 66: 255-289.

عسگری، پرویز؛ سیدآسیابان، سمیرا و حربی، آزاده (1394). رابطه خوداثربخشی و جهت گیری مذهبی با هوش فرهنگی و هوش معنوی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز. *پژوهش در نظامهای آموزشی*، سال نهم، شماره 29: 163-187.

فقیه آزام، بتول؛ مرادی، سعید؛ کاظمی، منصوره (1397). ارتباط هوش فرهنگی و هوش معنوی با هویت اجتماعی دانشجویان. *دو فصلنامه علمی-ترویجی علوم تربیتی از دیدگاه اسلام*، سال ششم، شماره 11: 129-150.

فیلد، جان (1386). *سرمایه اجتماعی*. تهران: نشر کویر.

قادری، داود؛ مصطفایی، علی (1391). سبک های هویت و جهت گیری مذهبی در دانشجویان دختر و پسر. *مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان*، سال 10، شماره 4: 137-158.

قدم پور، عزت اله؛ مهرداد، حسین؛ جعفری، حسنعلی (1390). بررسی رابطه بین ویژگی های شخصیتی و هوش فرهنگی کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان. *روانشناسی تربیتی*، 2 (1) 81-101.

کاظمی، معصومه (1387). بررسی رابطه هوش فرهنگی با عملکرد کارکنان جامعه المصطفی العالمیه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

کلمن، جیمز (1377). بنیادهای نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.

کوهکن، علیرضا (1388). مولفه های سرمایه اجتماعی اسلامی. راهبرد یاس، شماره 17: 141-124.

گلشن محمودی فومنی، محمدرسول؛ اسکندری، سعید (1391). تاثیر سرمایه اجتماعی بر هویت ملی جوانان در شهر ارسنجان. مجله علوم رفتاری، دوره 4، شماره 12: 90-75.

گنجی، محمد؛ نعمت الهی، زهرا؛ طاهری، زهرا (1389). رابطه هویت دینی و سرمایه اجتماعی در بین مردم کاشان. جامعه شناسی کاربردی، سال 21، پیاپی 40، شماره 4: 144-123.

مغانلو، مهناز؛ آگیلار-وفایی، مریم؛ شهرآرای، مهرناز (1388). رابطه سبکهای هویت و دینداری در دانشجویان. مجله روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران، سال پانزدهم، شماره 4: 377-387.

منتظری، محمد؛ پسندی پور، ندا؛ علیرضایی، اسداله (1395). تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط منطقه ویژه اقتصادی سیرجان). مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره 3، شماره 4: 605-583.

نائیجی محمدجواد؛ عباسعلی زاده منصوره (1386). هوش فرهنگی سازگاری با ناهمگون ها. تدبیر، شماره 181: 23-20.

- Adams, G.R., & Fitch, S.A. (۱۹۸۲). Ego Stage and Identity Status Development: A Cross-sequential Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, ۴۳، ۵۷۴-۵۸۳.
- Adams, G.R., Ryan, B.A., & Keating, L. (۲۰۰۰). Family relationships, academic environments, and psychosocial development during the university experience: A longitude in all investigation. *Journal of Adolescent Research*, ۱۵، ۹۹-۱۲۲.
- Alvani, M., shirvani, A (۲۰۰۶); *Social capital (Concepts, Theories and applications)*. Tehran: Mani Public Cation.
- Ang, S. & Dyne, V. L. (۲۰۰۸). *Conceptualization of cultural intelligence: Definition, Distinctiveness and Nomological Network*. In S. Ang & L.Van Dyne (Eds.) . Handbook on Cultural Intelligence. New York.
- Bartle-
Haring,S.,Bruker,P.,&Hock,E.(۲۰۰۲).Theimpactofparentals eparation anxiety on identity development in late adolescence and early adulthood. *Journal of Adolescent Research*, ۱۷، ۴۳۹-۴۵۰.
- Bennion, L. D., & Adams, G. R. (۱۹۸۶). A revision of the extended version of the Objective Measure of Ego Identity Status: An identity instrument for use with late adolescents. *Journal of Adolescent Research*, ۱، ۱۸۳-۱۹۸.
- Casson, M. & Glusta, M. D. (۲۰۰۷). Entrepreneurship and social capital: analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective. *Research Entrepreneurship*, ۲۰(۳)، ۲۲۰-۲۴۴.
- Coleman, J. S. (۱۹۹۰). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Harvard University Press.
- Crocetti. E, Rubini. M, Berzonsky, M. D, Meeus. W. (۲۰۰۹). Brief report: The identity style inventory - validation in Italian adolescents and college students. *Journal of Adolescence*, ۳۲. ۴۲۵-۴۳۳.

- Earley, P. C., & Ang, S. (۲۰۰۳), *Cultural intelligence: Individual interaction across cultures*. CA, Stanford Bushness Books.
- Hsu, C. P., Chang, C. W., Huang, H. C., & Chiang, C. Y. (۲۰۱۱). The relationships among social capital, organizational commitment and customer-oriented prosocial behaviour of hospital nurses. *Journal of Clinical Nursing*, ۲۰(۹-۱۰), ۱۳۸۳-۱۳۹۲.
- Leana, C. R., & Pil, F. K. (۲۰۰۶). Social capital and organizational performance: Evidence from urban public schools. *Organization Science*, ۱۷(۳), ۳۵۳-۳۶۶.
- Peterson, B. (۲۰۰۴). *Cultural Intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures*. Los Angeles: Intercultural Press.
- Schwartz, S. J., Adamson, L., Ferrer-Wreder, L., & Dillon, F. R. (۲۰۰۶). Identity Status Measurement Across Contexts: Variations in Measurement Structure and Mean Levels Among White American, Hispanic American, and Swedish Emerging Adults. *Journal of Personality Assessment*, ۸۶(۱), ۶۱-۷۶
- Thomas, D. C., & Inkson, K. (۲۰۰۳). *Cultural intelligence: People skills for global business*. San Francisco: CA: Berrett-Koehler.
- Tsai, W. & Ghoshal, S. (۱۹۹۸). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, ۴۱(۴), ۴۶۴-۴۷۶.
- Van Dyne, L., Ang, S., Koh, C. (۲۰۰۸). *Development and validation of CQS: The Cultural Intelligence Scale. Theory, Management and Application*. New York: Armonk.
- Wall, E, Gabriele, Ferrazzi & Frans, schryer (۱۹۹۸). Getting the Goods on Social capital. *Rural Sociology*, ۶۳, ۲: ۳۰۰-۳۲۲.

