

## نقش ابعاد هوش فرهنگی (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) در جهت پیش بینی استرس شغلی

فائزه محمدی<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیک، تهران، ایران.  
faezeh.mohammadi1984@gmail.com

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش ابعاد هوش فرهنگی (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) در جهت پیش بینی استرس شغلی انجام شد. پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه پرستاران بیمارستانهای شهر تهران بودند. به منظور اجرای پژوهش تعداد ۳۸۴ از پرستاران به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه الیوت به منظور سنجش استرس شغلی و جهت سنجش هوش فرهنگی از پرسشنامه ای ایمای و گلفند استفاده شد. به منظور تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS-18 استفاده شد و نتایج در قالب ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام گزارش شد. نتایج نشان داد که بین استرس شغلی و نمره کلی هوش فرهنگی و ابعاد فراشناختی و رفتاری هوش فرهنگی ارتباط معنادار وجود دارد و هر چه هوش فرهنگی افزایش یابد میزان استرس شغلی کاهش پیدا می کند. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که فقط بعد فراشناختی هوش فرهنگی می تواند واریانس استرس شغلی را پیش بینی کند.

### واژه های کلیدی

استرس شغلی، هوش فرهنگی، ابعاد هوش فرهنگی

### مقدمه

استرس، پاسخی است که فرد برای تطبیق با یک وضعیت خارجی متفاوت با وضعیت عادی به صورت رفتاری، روانی یا جسمانی از خود بروز می دهد [۱]. استرس شغلی را می توان روی هم جمع شدن عامل های استرس و آنگونه وضعیت های مرتبط با شغل<sup>۱</sup> دانست که بیشتر افراد نسبت به استرس زا بودن آن اتفاق نظر دارند. استرس ناشی از شغل، استرسی است که فرد معینی بر سر شغل معینی دستخوش آن می شود. در این تعریف چند نکته نهفته است: شخص شاغل تا چه اندازه از تجربه برخوردار است (تازه کار یا کارآزموده)، میزان قدرت و ضعف او در مقابله با شرایط موجود چقدر است، و چه نوع شخصیتی از خود در محیط کار نشان می دهد [۲]. از طرفی امروزه با افزایش تنوع قومی در محیط های کاری، تاثیرات فرهنگی بر استرس ناشی از کار مورد بررسی قرار گرفته است [۳]. امروزه اکثر سازمان ها و افراد هوش فرهنگی را یک مزیت رقابتی و

قابلیت استراتژیک می دانند. در محیط و بازار جهانی، هوش فرهنگی اهرم مورد نیاز رهبران و مدیران تلقی می شود. سازمان ها و مدیرانی که ارزش استراتژیک هوش فرهنگی را درک کنند، می توانند از تفاوت ها و تنوع فرهنگی در جهت ایجاد مزیت رقابتی و برتری در بازار جهانی استفاده کنند. هوش فرهنگی به منزله چسبی است که می تواند در محیط متنوع انسجام و هماهنگی ایجاد کند. افراد دارای هوش فرهنگی بالا جز دارایی های ارزشمند سازمان هستند و به خصوص در زمان بحران ارزش خود را بیشتر نمایان می سازند [۴]. پیترسون، هوش فرهنگی را استعداد به کارگیری مهارت ها و توانایی ها در محیط های مختلف تعریف می کند [۵]. هوش فرهنگی ساختاری چند بعدی است که در موقعیت هایی مثل تعاملات میان فرهنگی حاصل از تفاوت در نژاد و قوم و ملیت مورد هدف قرار می گیرد [۶].

مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ایرلی و انگ، (۲۰۰۳) از محققان مدرسه کسب و کار لندن مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخهای رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند. آنها معتقد اند: در مواجهه با موقعیت های فرهنگی جدید، به زحمت می توان علائم و نشانه های 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 برمی آید که از هوش فرهنگی بالایی برخوردار باشند. بر اساس این تعریف، هوش فرهنگی، هوشی متفاوت از هوش اجتماعی و عاطفی به شمار می رود. هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید رفتاری در تعاملات بین فرهنگی و ارائه پاسخ های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند [۷]. هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت هایی 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 می دانند. مطابق با این تعاریف در واقع هوش فرهنگی با تمرکز بر قابلیت های خاصی که برای روابط مطابق با روابط شخصی با کیفیت و اثربخشی در شرایط فرهنگی مختلف لازم است، بر جنبه ای دیگر از هوش شناختی تمرکز دارد. هوش فرهنگی همچنین بینش های فردی را

<sup>۱</sup> Job- related situations