فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۲۱، شماره ۱، پاییز ۱۴۰۵، صفحات ۶۲-۳۱

رابطه بین شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی در بین نوجوانان شهر شیراز

دکتر بیژن خواجه نوری[۱]، نرگس خضری[۲]

تاریخ وصول: ۱۴۰۵/۲/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۶/۳۰

چکیده:

در عصر جهانی شده و دیجیتالی حاضر، رسانه‌های دیجیتال نقش حائز اهمیتی در تعاملات و یادگیری افراد ایفا می‌کنند. در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی در بین نوجوانان شهر شیراز پرداخته‌شده است. در این راستا پژوهش با روش کمی پیمایشی با حجم نمونه ۱۲۰۸ نفر از دانش‌آموزان پسر و دختر دبیرستانی مقطع متوسطه دوم شهر شیراز با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بوده است و داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون، آزمون T و رگرسیون چند متغیره مورد سنجش قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر متوسط بودن هوش فرهنگی و نیز میزان آشنایی با اینترنت و فضای آن در میان ۷۶ درصد از پاسخگویان بود. همچنین بیش از ۷۰ درصد از پاسخگویان مهارت متوسطی در استفاده از اینترنت داشتند و بیش از نیمی از پاسخگویان دسترسی متوسطی به اینترنت داشته‌اند که در این میان پسران دبیرستانی دسترسی بیشتری به نسبت دختران دبیرستانی داشته‌اند. همبستگی مثبت و معنی‌دار بیش از ۹۵ درصد اطمینان بین آشنایی با اینترنت، مهارت در استفاده از اینترنت و امکانات آن و مصرف برخی از محصولات با هوش فرهنگی وجود دارد چرا که استفاده از اینترنت منجر به دسترسی به محتواهای گسترده فرهنگی جهانی می‌شود و پلتفرم‌های آنلاین ارتباط با افراد با پیشینه‌های فرهنگی متفاوت را مهیا می‌کنند. به‌طور کلی متغیرهای مورد سنجش اینترنت در این پژوهش ۱۸ درصد از تغییرات هوش فرهنگی را تبیین کرده‌اند.

مفاهیم کلیدی: *شکاف دیجیتالی، هوش فرهنگی، نوجوانان، شهر شیراز*

---

[۱] دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول) bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

[۲] دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران nargeskhezri79@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

تحولات ناشی از فرایند جهانی‌شدن و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، الگوهای تعامل فرهنگی را به‌طور بنیادین دگرگون کرده است. در شرایط کنونی، مواجهه افراد با فرهنگ‌های دیگر الزاماً مستلزم تماس حضوری، مهاجرت یا زیست در جوامع چند فرهنگی نیست، بلکه بخش مهمی از این مواجهه از طریق رسانه‌های دیجیتال، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و مصرف محصولات فرهنگی جهانی صورت می‌گیرد. همان‌گونه که گیدنز (*Giddens, 1999*)، بر هم‌حضوری از راه دور تأکید می‌کند، فناوری‌های نوین امکان تجربه تعاملات اجتماعی و فرهنگی را فراتر از محدودیت‌های مکانی فراهم ساخته‌اند.

در این میان، نوجوانان به‌عنوان یکی از گروه‌های اجتماعی پیشرو در پذیرش و مصرف فناوری‌های نوین، بیش از سایر گروه‌ها در معرض این تعاملات دیجیتال قرار دارند (*Dennen & et. al, 2020*). استفاده گسترده نوجوانان از اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، فیلم‌ها، موسیقی و سایر محصولات فرهنگی خارجی، آن‌ها را در معرض الگوهای متنوع فرهنگی قرار می‌دهد و می‌تواند به شکل‌گیری نگرش‌ها، ادراکات و رفتارهای بین‌فرهنگی جدید منجر شود. از این منظر، رسانه‌های دیجیتال نه‌تنها ابزار ارتباطی، بلکه بسترهای مهم یادگیری فرهنگی محسوب می‌شوند.

با این حال، بهره‌مندی از این فرصت‌ها به‌صورت یکسان در میان همه نوجوانان توزیع نشده است. شکاف دیجیتالی به‌عنوان یکی از پدیده‌های مهم عصر حاضر، نشان‌دهنده نابرابری در دسترسی، مهارت و شیوه استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی است (*Van Dijk, 2017; Srinuan & Bohlin, 2011*). پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که در شرایط گسترش نسبی دسترسی، تفاوت در مهارت‌های دیجیتال و آشنایی با اینترنت نقش پررنگ‌تری در بازتولید نابرابری‌های اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کند (*Kuhn & et. al, 2023*). این نابرابری‌ها می‌توانند بر توانایی افراد برای یادگیری فرهنگی، تعامل با دیگر فرهنگ‌ها و در نهایت بر هوش فرهنگی آن‌ها اثرگذار باشند.

در ادبیات پژوهشی، هوش فرهنگی عمدتاً در پیوند با تعاملات حضوری و تجربه مستقیم تماس‌های بین‌فرهنگی موردبررسی قرارگرفته است (*Ang & Van Dyne, 2015; Earley & Ang, 2003*). با این حال، شرایط جدید ارتباطی این پرسش را مطرح می‌کند که آیا هوش فرهنگی می‌تواند در بستر تعاملات دیجیتال و غیر حضوری نیز شکل بگیرد و تقویت شود؟ و اگر چنین است، کدام مؤلفه‌های شکاف دیجیتال در این فرایند نقش تعیین‌کننده‌تری دارند؟

نوآوری پژوهش حاضر در پاسخ به همین پرسش‌ها نهفته است. این مطالعه با تمرکز بر نوجوانان دبیرستانی شهر شیراز، می‌کوشد پیوند میان شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی را نه به‌صورت کلی، بلکه با تفکیک مؤلفه‌های آشنایی با اینترنت، مهارت در استفاده از آن و میزان دسترسی بررسی کند. تأکید پژوهش بر این است که در عصر دیجیتال، صرف دسترسی به فناوری برای تقویت هوش فرهنگی کافی نیست، بلکه مهارت و شیوه مصرف رسانه‌های دیجیتال نقش اساسی‌تری در مواجهه فرهنگی و یادگیری بین‌فرهنگی ایفا می‌کنند.

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه میان مؤلفه‌های شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی در میان نوجوانان دبیرستانی شهر شیراز است؛ با این هدف که ساز و کارهای شکل‌گیری هوش فرهنگی در بستر تعاملات دیجیتال غیرحضوری روشن‌تر شود و زمینه‌ای برای بازاندیشی در سیاست‌ها و مداخلات فرهنگی و آموزشی مرتبط با نوجوانان فراهم آید.

اهمیت و ضرورت پژوهش

بسیاری از کارمندان شرکت‌های ملی در مواجهه با شرکت‌های چندملیتی به واسطه تفاوت‌های فرهنگی و مشکلات زبانی دچار مشکلات ارتباطی می‌شوند. در حوزه گردشگری نیز ما شاهد این ضعف تعاملی هستیم. یکی از حوزه‌های گردشگری به گردشگری سلامت اختصاص دارد و کسانی که از کشورهای دیگر برای رفع مشکلات جسمانی خود به جوامع دیگر مسافرت می‌کنند. پزشکان و دیگر افراد کادر درمان بعضاً به‌واسطه تفاوت‌های فرهنگی و ضعف ارتباط کلامی (به‌واسطه ناتوانی در صحبت کردن به زبان بیگانه) با مشکل ایجاد ارتباط سازنده روبرو می‌گردند. همچنین سایر بخش‌های گردشگری نیز از این مشکل رنج می‌برند. یکی از راه‌های رفع این مشکلات تقویت هوش فرهنگی ساکنان بومی است.

جامعه ایران سال‌ها است که با اقتصاد و فرهنگ جهانی در تعامل بوده و تحت تأثیر فرایند جهانی‌شدن قرارگرفته است (*Khajehnouri, 2006*). اقتصاد ایران در دهه‌های گذشته بسیاری از قوانین و مقررات بین‌المللی را پذیرفته، حضور شرکت‌های چند ملیتی را بخصوص در حوزه صنعت نفت تجربه کرده، در ارتباط با صنعت خودروسازی ارتباط فراوانی با شرکت‌های خارجی داشته و در حوزه گردشگری نیز تلاش زیادی نموده تا گردشگران بین‌المللی را جذب نمایند. شهر شیراز به‌واسطه جاذبه‌های فراوان تاریخی ـ فرهنگی، توان بالقوه بالای خود در حوزه گردشگری سلامت و موارد مشابه شاهد حضور گردشگران بین‌المللی فراوان بوده است. همچنین نزدیکی این شهر با عسلویه از یک‌سو و صنایع نفتی و

پتروشیمی در اطراف خود علاوه بر صنایع ظریفی همچون مخابرات راه دور تجربه فراوانی در رابطه با تعامل با بیگانگان داشته است.

بررسی و مطالعه اثر شکاف دیجیتالی بر هوش فرهنگی به درک نابرابری در دسترسی به فناوری و اطلاعات و اثر آن بر هوش فرهنگی کمک می‌کند چرا که این نابرابری‌ها بر توانایی افراد برای تعامل مؤثر در محیط‌های فرهنگی متنوع اثرگذارند. ازآنجاکه هوش فرهنگی برای تقویت شمولیت و تفاهم در محیط‌های چند فرهنگی ضرورت دارد، بررسی شکاف دیجیتالی منجر به شناسایی موانعی می‌گردد که گروه‌های خاصی را از ارتقای هوش فرهنگی بازمی‌دارد و در این راستا مداخلاتی را برای رفع این شکاف‌ها فراهم می‌کند. همان‌گونه که اشاره شد در جهانی که به‌طور فزاینده‌ای به هم پیوند می‌خورد، هوش فرهنگی برای شایستگی جهانی حیاتی است و با مدنظر قرار دادن این مباحث می‌توان برای جامعه‌ای عادلانه‌تر و از نظر فرهنگی هوشمندتر تلاش کرد.

با توجه به تحولات ارتباطی عصر دیجیتال، نتایج این پژوهش می‌تواند به بازاندیشی در رویکردهای فرهنگی و آموزشی مرتبط با نوجوانان کمک کند. یافته‌های مطالعه حاضر نشان می‌دهد که در تبیین هوش فرهنگی، صرف دسترسی به فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نقش تعیین‌کننده‌ای ندارد، بلکه مهارت در استفاده از رسانه‌های دیجیتال و شیوه مصرف آن‌ها اهمیت بیشتری می‌یابد. از این‌رو، اهمیت این پژوهش در آن است که می‌تواند جهت‌گیری سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی و آموزشی را از تمرکز صرف بر توسعه زیرساخت‌های به سمت تقویت سواد دیجیتال و توانمندسازی مهارتی نوجوانان در مواجهه با تنوع‌های فرهنگی سوق دهد؛ امری که در نهایت می‌تواند به ارتقای تعاملات بین‌فرهنگی و انسجام اجتماعی در جامعه منجر شود.

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های داخلی متعددی به بررسی هوش فرهنگی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن پرداخته‌اند؛ بااین‌حال، تمرکز این مطالعات عمدتاً بر متغیرهای اجتماعی کلاسیک بوده و نقش رسانه‌های دیجیتال و شکاف دیجیتالی کمتر به‌عنوان چارچوب تحلیلی مستقل مورد توجه قرار گرفته است.

افشار (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای جامعه‌شناختی به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی در میان دانشجویان پرداخت و نشان داد که مؤلفه‌هایی نظیر اعتماد، مشارکت و

حمایت اجتماعی نقش معناداری در تبیین تغییرات هوش فرهنگی دارند. اگر چه این پژوهش بر اهمیت عوامل اجتماعی در شکل‌گیری هوش فرهنگی تأکید دارد، اما نقش فناوری‌های ارتباطی نوین و تفاوت‌های ناشی از دسترسی و مهارت دیجیتال را مورد بررسی قرار نداده است (*Afshar, 2013*).

باری‌خجسته و عباس‌زاده (۱۳۹۱)، با تمرکز بر میزان استفاده از رسانه‌ها، هویت مذهبی و سرمایه اجتماعی، به بررسی عوامل مرتبط با هوش فرهنگی دانشجویان پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که استفاده از رسانه‌ها با اغلب ابعاد هوش فرهنگی رابطه مثبت دارد. با این حال، در این پژوهش «رسانه» به‌صورت کلی در نظر گرفته‌شده و تمایزی میان انواع رسانه‌ها، مهارت‌های مصرف رسانه‌ای و نابرابری‌های دیجیتال مشاهده نمی‌شود (*Barikhojasteh & Abbaszadeh, 2012*).

مطالعات یزدخواستی و همکاران (۱۳۹۰؛ ۱۳۸۹)، نیز با تمرکز بر تماس‌های بین فرهنگی و راهکارهای تقویت هوش فرهنگی، نقش آموزش رسمی، تجربیات بین فرهنگی و تعامل مستقیم با فرهنگ‌های دیگر را برجسته کرده‌اند. این مطالعات اگر چه چارچوب نظری مناسبی برای فهم سازوکارهای تقویت هوش فرهنگی ارائه می‌دهند، اما بیش از آنکه به بسترهای نوین تعامل فرهنگی بپردازند، بر تماس‌های حضوری و آموزش‌های کلاسیک متمرکز بوده‌اند (*Yazdkhasti & et. al, 2010, 2011*).

از سوی دیگر، پژوهش‌های خواجه‌نوری و همکاران (۱۳۹۳)، با تمرکز بر شکاف دیجیتالی و توانمندسازی اجتماعی، نشان داده‌اند که نابرابری در دسترسی و استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند به بازتولید نابرابری‌های اجتماعی منجر شود. اگر چه این مطالعات به‌طور مستقیم به هوش فرهنگی نپرداخته‌اند، اما چارچوب تحلیلی آن‌ها نشان می‌دهد که شکاف دیجیتال می‌تواند پیامدهای فرهنگی و اجتماعی گسترده‌ای داشته باشد (*Khajehnouri & et. al, 2014*).

جاویدی و همکاران (۱۴۰۰)، با تمرکز بر اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، به بررسی شکاف نسلی در بین دانشجویان پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که میزان رضایت، مدت زمان و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با شکاف نسلی رابطه مثبت دارد. همچنین متغیرهای سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی نیز تأثیر معناداری بر شکاف نسلی دارند (*Javidi & et. al, 2021*).

در مجموع، مرور مطالعات داخلی نشان می‌دهد که اگر چه پژوهش‌هایی درباره هوش فرهنگی و نیز شکاف دیجیتال به صورت جداگانه انجام شده‌اند، اما پیوند تحلیلی این دو حوزه، به‌ویژه در میان نوجوانان و در بستر مصرف رسانه‌های دیجیتال، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش حاضر با تمرکز بر نوجوانان دبیرستانی و با تفکیک مؤلفه‌های شکاف دیجیتالی (آشنایی، مهارت و دسترسی)، می‌کوشد این خلأ پژوهشی را پوشش دهد و نقش رسانه‌های دیجیتال را در شکل‌گیری هوش فرهنگی در شرایط غیر حضوری و غیر چند فرهنگی تبیین کند.

ب) تحقیقات خارجی

Feng & Tan (2024)، در مطالعه به سوی وضوح مفهومی برای سرمایه فرهنگی و اجتماعی دیجیتال، دریافتند که سرمایه فرهنگی و اجتماعی دیجیتال برای درک تأثیر شکاف دیجیتال بر رشد دانش‌آموزان اهمیت دارد و بر نقش آن‌ها را در تداوم نابرابری‌های آموزشی تأکید کردند و راهبردهایی برای افزایش سرمایه فرهنگی دیجیتال و اجتماعی دانش آموزان پیشنهاد کردند.

Ragnedda & Gladkova (2020)، در مطالعه درک نابرابری‌های دیجیتال در جنوب جهانی، دریافتند که نابرابری‌های دیجیتال با دیگر اشکال نابرابری‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در هم تنیده شده‌اند و پرداختن به نابرابری‌های دیجیتال نیازمند رویکردی جامع است که ماهیت چند لایه این نابرابری‌ها را در نظر بگیرد. بر نیاز به سیاست‌ها و مداخلاتی که دسترسی به فناوری‌های دیجیتال را بهبود ببخشد، مهارت‌های دیجیتال را افزایش دهد و مزایای عادلانه مشارکت دیجیتال را تضمین کند، تأکید کردند.

Zecevic & et. al (2020)، در مطالعه تأثیر مصرف رسانه‌های اجتماعی بر هوش فرهنگی کاربران دریافتند که استفاده مکرر و متنوع از رسانه‌های اجتماعی منجر به افزایش هوش فرهنگی افراد می‌شود و شایستگی‌های دیجیتال همچون دانش، مهارت‌ها و تجربه نقش مهمی در افزایش هوش فرهنگی دارند. همچنین با مشغول شدن با انواع محتواهای فرهنگی آنلاین، کاربران به درک و سازگاری بهتری با زمینه‌های فرهنگی مختلف می‌رسند که برای ارتباط و تعامل مؤثر در دنیای جهانی شده کنونی ضرورت دارد.

Mihelj & et. al (2019)، در مطالعه‌شان فرهنگ دیجیتال است: مشارکت فرهنگی، تنوع و شکاف دیجیتالی، دریافتند که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند مخاطبان جدیدی را در هنر و فرهنگ جذب کنند اما تمایل به بازتولید نابرابری‌های موجود دارند. تعامل آنلاین و

آفلاین با مؤسسات فرهنگی مانند موزه‌ها و گالری‌ها عمیقاً نابرابر است و شکاف دیجیتالی اغلب این نابرابری‌ها را تشدید می‌کند (شکاف بین آن‌هایی که به‌صورت آنلاین دسترسی دارند و آن‌هایی که تنها دسترسی فیزیکی دارند). این مطالعه بیانگر این موضوع است که آن‌ها افزایش دسترسی دیجیتالی برای تضمین مشارکت فرهنگی متنوع و عادلانه کافی نیست و برای پر کردن این شکاف‌ها و فراگیرتر کردن تجارب فرهنگی برای همه، به تلاش‌های هدفمند بیشتری نیاز است.

Wright (2012)، در مطالعه‌ای با عنوان شکاف دیجیتال و سرمایه فرهنگی به بررسی رابطه بین وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی و استفاده از اینترنت می‌پردازد. رایت با ترکیب مفاهیم شکاف دیجیتال و سرمایه فرهنگی، چگونگی تأثیر عواملی همچون تحصیلات و درآمد را بر استفاده از اینترنت بررسی کند. یافته‌ها بیانگر نقش قابل‌توجه آموزش در پیش‌بینی استفاده بیشتر از اینترنت دارد. همچنین درآمد پیش‌بینی کننده قابل توجهی برای فراوانی کلی استفاده از اینترنت و انواع خاصی از فعالیت‌های اینترنتی است. جنسیت تعیین‌کننده تأثیر وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی، خانواده و کار، بر استفاده از اینترنت است.

Parycek & et. al (2011)، در مطالعه شکاف دیجیتالی در میان جوانان: عوامل و پیامدهای اجتماعی ـ فرهنگی، بیانگر این است که نابرابری‌های دیجیتال در میان نوجوانان اتریش متأثر از جنسیت، وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی و نوع مدرسه همچنان ادامه دارد و این تفاوت‌ها بر نحوه استفاده جوانان از اینترنت و توانمندی‌های پژوهشی آن‌ها اثر می‌گذارد. پروژه‌های هدفمند برای تقویت سواد الکترونیک در میان جوانان برای پر کردن این شکاف‌ها ضرورت دارد.

Fantin & Girardello (2008)، در مطالعه سواد دیجیتال و میانجی‌گری‌های فرهنگی برای شکاف دیجیتالی، دریافتند که ارتقای سواد دیجیتال برای پرداختن به نابرابری‌های دیجیتال، به‌ویژه در زمینه جهانی‌شدن ضرورت دارد و سواد دیجیتال باید از طریق مفهوم چند سوادی، که شامل اشکال مختلف سواد که فراتر از خواندن و نوشتن است، صورت گیرد. این رویکرد به کودکان و جوانان کمک می‌کند تا به‌طور معناداری در فناوری‌های جدید و زبان‌های دیجیتال مشارکت کنند.

Maier-Rabler (2002)، در مطالعه جنبه‌های فرهنگی و شکاف دیجیتالی در اروپا، دریافت که استراتژی‌های مؤثر سیاست الکترونیکی باید جنبه‌های فرهنگی را در نظر بگیرند تا فرصت‌های متوازن را برای همه اعضای جامعه برای دستیابی به قابلیت‌های اساسی *ICT* تضمین شود. مفاهیم تکنو ـ جبر مانند دسترسی و استفاده به تنهایی کافی نیستند و

پیشینه‌های متنوع اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی افراد نیز باید در نظر گرفته شود. هدف این رویکرد ایجاد انواع الگوهای مشارکت در فناوری به‌جای دوگانگی اتصال و عدم اتصال است.

به‌طور کلی در مطالعات در دسترس و بررسی شده توسط نویسندگان کمتر به اثر شکاف دیجیتالی بر هوش فرهنگی پرداخته شده است و چه در مطالعات خارجی و چه داخلی به بررسی این متغیرها بر نوجوانان پرداخته نشده است. مطالعه این متغیرها در جهت شناسایی و رفع نابرابری‌ها و شکاف‌های موجود و ایجاد فرصت‌های برابر در جهت یادگیری، تعاملات فرهنگی و به‌ویژه ارتقای هوش فرهنگی نوجوانان در عصر دیجیتالی و جهانی شده کنونی است.

مرور نظریه‌ها

نظر به هدف پژوهش حاضر، تمرکز این بخش بر نظریه‌ها و چارچوب‌های مفهومی مرتبط با تبیین رابطه شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی است و از پرداختن تفصیلی به سایر دیدگاه‌های نظری که نقش مستقیمی در تحلیل این رابطه ندارند، پرهیز شده است.

نظریه‌های هوش فرهنگی

همان‌گونه که اشاره شد منظور از هوش فرهنگی توانایی درک و تفسیر فرهنگ‌های مختلف یا افراد با پیشینه‌های فرهنگی متفاوت است. نظریات گوناگونی به سنجش این متغیر پرداختند که به شرح زیر است:

- *شایستگی بین فرهنگی*

این رویکرد شامل دو مدل هرمی شایستگی بین فرهنگی و مدل فرآیندی شایستگی بین فرهنگی می‌شود و این مدل‌ها بر اهمیت ترکیبی از نگرش‌ها، دانش، مهارت‌ها و نتایج در توسعه شایستگی بین فرهنگی تأکید می‌کنند. این مدل‌ها رویکردی ساختار یافته برای درک و ارزیابی اینکه چگونه افراد می‌توانند به‌طور مؤثر در محیط‌های فرهنگی متنوع ارتباط برقرار کنند، ارائه می‌دهند.

الف) مدل هرمی شایستگی بین فرهنگی: این مدل شامل نگرش‌های لازم (شایستگی بین فرهنگی شامل نگرش‌هایی مانند احترام و ارزش دادن به فرهنگ‌های دیگر، صراحت و خودداری از قضاوت و نیز کنجکاوی و کشف، تحمل ابهام و عدم اطمینان است)، دانش و درک (خودآگاهی فرهنگی، درک عمیق فرهنگ و آگاهی اجتماعی ـ زبانی)، مهارت

(مهارت‌های ضروری شامل گوش دادن، مشاهده کردن، تفسیر کردن، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ارتباط)، نتیجه داخلی مطلوب (تغییر چارچوب مرجع آگاهانه، سازگاری، انعطاف‌پذیری، دیدگاه قومی و همدلی) و نتیجه خارجی مطلوب (ارتباط و رفتار مؤثر و مناسب در موقعیت‌های بین فرهنگی) است.

ب) مدل فرآیندی شایستگی بین فرهنگی: این مدل نیز شامل نگرش (مشابه مدل هرمی، با احترام، گشاده‌رویی و کنجکاوی آغاز می‌شود)، دانش و درک (شامل خودآگاهی فرهنگی و دانش عمیق فرهنگی)، مهارت (تأکید بر توانایی گوش دادن، مشاهده، ارزیابی، تجزیه و تحلیل، تفسیر و ارتباط)، نتیجه داخلی مطلوب (تمرکز بر سازگاری، انعطاف‌پذیری، دیدگاه قومی و همدلی) و نتیجه بیرونی مطلوب (ارتباط و رفتار مؤثر و مناسب در زمینه‌های بین فرهنگی) است (*Deardorff, 2006*).

نظریه ساخت‌گرایی پویا

نظریه ساخت‌گرایی پویا به بررسی چگونگی تعامل دانش فرهنگی و فرآیندهای شناختی به صورت پویا می‌پردازد و با تأکید بر ماهیت سیال و وابسته به زمینه دانش فرهنگی، درک دقیقی از چگونگی تأثیر فرهنگ بر شناخت و رفتار ارائه می‌دهد. این نظریه توسط پژوهشگرانی همچون هونگ، موریس، چیو و بنت ـ مارتینز ایجادشده است. مطابق با این نظریه، افراد دارای ساختارهای دانش فرهنگی گوناگونی هستند و این ساختارها، سیستم‌های دانش مرتبط با فرهنگ‌های مختلف هستند. این ساختارها ثابت نیستند اما با توجه به زمینه فعال می‌شوند. این ساختارها زمانی تبدیل به چارچوبی تفسیری می‌شوند که از نظر شناختی در دسترس و قابل اجرا در موقعیت باشند. ارتباط و فعال شدن دانش فرهنگی به زمینه و وضعیت شناختی فرد بستگی دارد. افرادی که دو فرهنگی یا چند فرهنگی هستند می‌توانند بین چارچوب‌های فرهنگی مختلف جابه‌جا شوند که تحت تأثیر نشانه‌های زمینه‌ای است و بر نحوه تفسیر و واکنش افراد به موقعیت‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. این نظریه بینش‌هایی را درباره فرآیند فرهنگ پذیری ارائه می‌دهد، و نشان می‌دهد که افراد می‌توانند چندین سیستم فرهنگی را ادغام کنند و در صورت نیاز بین آن‌ها جابه‌جا شوند (*Hong & et. al, 1998*).

مدل یادگیری فرهنگی با حلقه سه‌گانه بهوک، سکودا و مونوسامی

یادگیری تک‌حلقه، ابتدایی‌ترین سطح یادگیری است و در آن افراد با تغییر اعمال خود اشتباهات را تصحیح می‌کنند. به‌طور مثال هنگامی¬که فردی متوجه شود که یک رفتار خاص

در یک زمینه فرهنگی جدید قابل قبول نیست، رفتار خود را بر اساس آن تنظیم می‌کند. این سطح از یادگیری بر حل فوری مسئله بدون زیر سؤال بردن مفروضات اساسی تمرکز دارد.

افراد در یادگیری دو حلقه، فراتر از تغییر اعمال خود عمل می¬کنند و به زیر سؤال بردن و اصلاح مفروضات و راهبردهای اساسی خویش می‌پردازند. به‌طور مثال هنگامی که فردی متوجه شود که سبک ارتباط مستقیم او در یک فرهنگ، با زمینه فرهنگ جدید مؤثر نیست، در رویکرد خود در ارتباط تجدیدنظر می‌کند و سبک غیر مستقیم‌تری را اتخاذ می‌کند که شامل بازاندیشی و تطبیق راهبردهای خود برای تناسب بهتر با بافت فرهنگی است.

یادگیری حلقه سه‌گانه، عمیق‌ترین سطح یادگیری است. در این سطح از یادگیری افراد تمام جهان‌بینی و ارزش‌های خویش را تغییر می‌دهند تا با زمینه‌های فرهنگی مختلف هماهنگ شوند؛ این امر شامل درک عمیق و درک دیدگاه‌های مختلف فرهنگی است که منجر به تغییر اساسی در نحوه درک و تعامل فرد با جهان می‌شود. این سطح از یادگیری درباره تغییر هویت و ارزش‌های خود برای تبدیل‌شدن به یک توانمندی و شایستگی واقعی بین فرهنگی است (*Bhawuk & et. al, 2015*).

نظریه یادگیری اجتماعی باندورا

مطابق با این نظریه افراد از طریق مشاهده، تقلید، الگوبرداری و مدل‌سازی از رفتار یکدیگر یاد می‌گیرند. اجزای این نظریه شامل: یادگیری مشاهده‌ای (افراد با مشاهده و تماشای دیگران رفتارهای جدیدی را می‌آموزند که شامل مشاهده اعمال دیگران و عواقب آن اعمال می‌شود)، فرآیندهای میانجی که شامل چهار فرآیند محوری واسطه یادگیری (توجه، حفظ، تکثیر و انگیزه) می‌شوند. در حالی که تقویت و تنبیه به‌طور مستقیم در رفتار فرد نقش دارند، افراد با مشاهده تقویت و تنبیه دیگران نیز می‌آموزند که این امر به‌عنوان تقویت جانشین شناخته می‌شود (*Bandura, 1977*). نظریه یادگیری اجتماعی بر ارتقای هوش فرهنگی که توانایی ارتباط مؤثر بین فرهنگ‌های مختلف است، اثر می‌گذارد. در یک محیط چند فرهنگی، مشاهده و تقلید از رفتارهای فرهنگی مناسب می‌تواند به افراد کمک کند تا سریع‌تر و مؤثرتر سازگار شوند. فرآیندهای میانجی توجه، حفظ، تکثیر و انگیزش برای یادگیری فرهنگی حائز اهمیت هستند. مدل‌سازی و الگوبرداری از فرهنگ‌های دیگر می‌تواند منجر به درک عمیق‌تر و درک دیدگاه‌های فرهنگی مختلف شود و هوش فرهنگی افراد را افزایش دهد.

لیورمور چهار نوع قابلیت مورد نیاز افراد را برای اندازه‌گیری سطح هوش فرهنگی پیشنهاد می‌کند. این چهار قابلیت عبارت‌اند از ۱) محرک هوش فرهنگی (انگیزه برای

یادگیری و پاسخ به فرهنگ‌های مختلف)، ۲) دانش (آگاهی از تفاوت‌ها در جنبه‌های فرهنگی و درک تأثیر آن‌ها)، ۳) استراتژی (توانایی اعمال آگاهی فرهنگی به‌طور مؤثر در یک محیط چند فرهنگی)، و نهایتاً ۴) اقدام هوش فرهنگی (قابلیت انطباق و استفاده از یک رفتار مناسب هنگام پاسخ به موقعیت‌های مختلف در یک زمینه چند فرهنگی). از آنجایی‌که چنین قابلیت‌هایی را می‌توان از طریق ارزیابی مدل هوش فرهنگی اندازه‌گیری کرد (*Livermore, 2009*، به نقل از *Livermore & Van Dijk, 2015*)، افراد برای تبدیل شدن به فردی ماهر در هوش فرهنگی به هر چهار قابلیت نیاز دارند. تمرکز مدل هوش فرهنگی بیشتر لیورمور بر سطح فردی به اضافه استراتژی‌هایی برای غلبه بر تنوع در یک زمینه چند فرهنگی است. این مدل همچنین به افراد اجازه می‌دهد تا به‌سرعت با محیط کاری فرّار، نامطمئن، پیچیده و مبهم سازگار شوند (*Livermore, 2009*).

نظریه‌های مصرف رسانه‌ای و شکاف دیجیتالی

در پژوهش حاضر منظور از مصرف رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌های دیجیتال است و شکاف دیجیتالی به شکاف بین دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات تعبیر می‌شود.

نظریه شکاف دیجیتالی ون دایک

نظریه دسترسی به فناوری دیجیتال و تأثیرات اجتماعی ون دایک تحت عنوان نظریه شکاف دیجیتالی شناخته می‌شود. این نظریه با ارائه درک جامعی از شکاف دیجیتالی و برجسته‌سازی ماهیت چندوجهی دسترسی دیجیتال و نقش حیاتی آن در شکل‌دهی به نتایج اجتماعی و به بررسی نابرابری‌ها در دسترسی به فناوری‌های دیجیتال و پیامدهای اجتماعی گسترده‌تر آن‌ها می‌پردازد. ون دایک انواع دسترسی را به چهار نوع دسترسی تقسیم‌بندی می‌کند که برای درک شکاف دیجیتالی ضروری هستند:

۱- دسترسی انگیزشی: تمایل به استفاده از فناوری‌های دیجیتال.

۲- دسترسی مادی: در دسترس بودن فیزیکی دستگاه‌های دیجیتال و اتصالات اینترنتی.

۳- دسترسی به مهارت‌ها: توانایی استفاده مؤثر از فناوری‌های دیجیتال ازجمله مهارت‌های عملیاتی، اطلاعاتی و استراتژیک.

۴- دسترسی به استفاده: استفاده واقعی از فناوری‌های دیجیتال به روش‌های معنادار همچون آموزش، کار و تعامل اجتماعی.

این نظریه مراحل دسترسی را به مثابه پیشرفتی از طریق این نوع دسترسی‌ها ترسیم می‌کند. این امر بیانگر این است که تسلط بر شکاف دیجیتالی تنها شامل فراهم کردن دسترسی فیزیکی به فناوری نیست و شامل دسترسی انگیزشی (دلایلی که برخی از افراد برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال علاقه یا انگیزه نداشته باشند)، دسترسی فیزیکی (اطمینان از ضرورت سخت‌افزار و اتصال اینترنتی برای افراد)، دسترسی به مهارت‌ها (ارائه آموزش برای توسعه مهارت‌های ضروری دیجیتال) و دسترسی به استفاده (تشویق و امکان استفاده معنادار از فناوری‌های دیجیتال) است. همچنین این نظریه به بررسی اینکه چگونه نابرابری‌های دیجیتالی می‌توانند نابرابری‌های اجتماعی موجود را تقویت یا تشدید کنند، می‌پردازد: نابرابری اقتصادی (دسترسی محدود به فناوری‌های دیجیتال می‌تواند مانع از فرصت‌های اقتصادی و چشم‌انداز شغلی شود)، نابرابری آموزشی (دانش‌آموزانی که دسترسی کافی به منابع دیجیتالی ندارند ممکن است از تحصیل عقب بمانند)، نابرابری اجتماعی (طرد دیجیتال می‌تواند منجر به انزوای اجتماعی و کاهش مشارکت در فعالیت‌های مدنی و اجتماعی شود) (*Van Dijk, 2017*).

مدل استفاده از فناوری آگاه فضایی

این مدل، چارچوبی مفهومی است که برای تحلیل و درک استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (*ICT*) در مناطق مختلف جغرافیایی طراحی شده است. همچنین این مدل در جهت رسیدگی به تفاوت‌های استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و شناسایی عواملی که بر این الگوها تأثیر می‌گذارند توسعه داده‌شده است. مدل استفاده از فناوری آگاه فضایی، طیف گسترده‌ای از متغیرها را در نظر می‌گیرد که شامل عوامل جمعیتی، عوامل اجتماعی ـ اقتصادی، زیرساخت (در دسترس بودن و کیفیت زیرساخت اینترنت و مخابرات)، مقرون به صرفه بودن هزینه دسترسی به خدمات *ICT*، گشودگی اجتماعی و نگرش‌های فرهنگی نسبت به فناوری و نوآوری و سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی و شبکه‌ها) می‌شود. این مدل از تکنیک‌های تحلیل فضایی برای شناسایی الگوهای جغرافیایی و خوشه‌های استفاده از فناوری اطلاعات ارتباطات استفاده می‌کند و به درک نحوه استفاده از *ICT* در مناطق مختلف و وابستگی‌های فضایی موجود و نیز به شناسایی مناطقی با سطوح پایین‌تر پذیرش و استفاده از فناوری یاری می‌رساند و مناطقی را که ممکن است به مداخلات هدفمند نیاز داشته باشند، برجسته می‌کند (*Sarkar & et. al, 2017*).

نظریه شکاف دانش

توسط تیچنور، دونویی و اولین در سال ۱۹۷۰ ایجاد شد. با افزایش اطلاعات رسانه‌های جمعی، افراد با وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی (*SES*) بالاتر تمایل دارند این اطلاعات را سریع‌تر از افراد دارای وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی (*SES*) پایین‌تر، بدست آورند که این امر منجر به افزایش شکاف در دانش بین این گروه‌ها می‌شود. عوامل مؤثر در شکاف دانش عبارت‌اند از: مهارت‌های ارتباطی (افراد دارای *SES* بالاتر از مهارت‌های ارتباطی بهتری برخوردارند که منجر به درک و حفظ آسان‌تر اطلاعات برای آن‌ها می‌شود)، دانش و پیشینه قبلی (آن‌ها معمولاً دارای دانش و پیشینه گسترده‌تری هستند که به آن‌ها در جذب اطلاعات جدید یاری می‌رساند)، تماس‌های اجتماعی مرتبط (افراد با وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی بالاتر در گفت و گوهایی که دانش آن‌ها را تقویت و گسترش می‌دهد، به میزان بالایی شرکت می‌کنند) و قرار گرفتن در معرض انتخاب‌هایشان (آن‌ها در جستجو و استفاده از منابع اطلاعاتی که با علایق و نیازهای آن‌ها مطابقت دارد مهارت بیشتری دارند). این نظریه بیانگر این موضوع است که تنها افزایش جریان اطلاعات از طریق رسانه‌های جمعی برای پر کردن شکاف دانش کافی نیست و نیاز به تمرکز بر بهبود دسترسی به اطلاعات، افزایش مهارت‌های ارتباطی و نیز ارائه منابع آموزشی هدفمند برای گروه‌های دارای *SES* پایین‌تر است (*Tichenor & et. al, 1970*).

چارچوب نظری پژوهش

چارچوب نظری پژوهش حاضر با هدف تبیین رابطه بین شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی نوجوانان، بر سه محور نظری مکمل استوار است:

۱- نظریه شکاف دیجیتال
۲- نظریه یادگیری اجتماعی
۳- نظریه‌ها و مدل‌های هوش فرهنگی

انتخاب این سه چارچوب به این دلیل صورت گرفته است که هر یک، بخشی از ساز و کار شکل‌گیری و تقویت هوش فرهنگی در بستر رسانه‌های دیجیتال را تبیین می‌کنند و در مجموع امکان تحلیل منسجم‌تری از داده‌های تجربی فراهم می‌سازند.

۱- نظریه شکاف دیجیتال: از دسترسی تا مهارت و شیوه استفاده (وان دایک)

نظریه شکاف دیجیتال ون‌دایک با عبور از برداشت‌های اولیه که شکاف دیجیتال را صرفاً به نابرابری در دسترسی فیزیکی به فناوری تقلیل می‌دادند، رویکردی چندبعدی به این پدیده

ارائه می‌دهد. بر اساس این دیدگاه، شکاف دیجیتال شامل چهار نوع دسترسی انگیزشی، مادی، مهارتی و کارکردی است (*Van Dijk, 2017*). این نظریه تأکید می‌کند که حتی در شرایطی که دسترسی مادی تا حد زیادی گسترش یافته است، تفاوت در مهارت‌های دیجیتال و شیوه استفاده معنادار از فناوری می‌تواند نابرابری‌های اجتماعی و فرهنگی را بازتولید کند.

در چارچوب این پژوهش، شکاف دیجیتالی نه فقط به‌عنوان مسئله‌ای فناورانه، بلکه به‌عنوان عاملی اجتماعی ـ فرهنگی در نظر گرفته می‌شود که بر توانایی نوجوانان در دسترسی به منابع فرهنگی جهانی، تعاملات بین‌فرهنگی و یادگیری فرهنگی اثرگذار است. مؤلفه‌هایی همچون آشنایی با اینترنت، مهارت در استفاده از آن و میزان دسترسی، بازتابی از سطوح مختلف شکاف دیجیتال هستند که هر یک پیامدهای متفاوتی برای توسعه هوش فرهنگی دارند. این نگاه با دیدگاه‌هایی که بر پیوند شکاف دیجیتال با نابرابری‌های آموزشی، اجتماعی و فرهنگی تأکید دارند، همسو است (*Kuhn & et. al, 2023; Gebremichael & Jason, 2006; Maier-Rabler, 2002*).

۲- نظریه یادگیری اجتماعی: رسانه‌های دیجیتال به‌مثابه بستر یادگیری فرهنگی (باندورا)

نظریه یادگیری اجتماعی باندورا تبیین می‌کند که افراد بخش مهمی از یادگیری خود را نه از طریق تجربه مستقیم، بلکه از طریق مشاهده، الگوبرداری و تقلید از دیگران کسب می‌کنند (*Bandura, 1977*). این نظریه به‌ویژه در بستر رسانه‌های دیجیتال اهمیت مضاعف می‌یابد؛ چرا که رسانه‌ها امکان مشاهده الگوهای رفتاری، هنجارها و سبک‌های زندگی فرهنگ‌های مختلف را بدون نیاز به تماس فیزیکی فراهم می‌کنند.

در پژوهش حاضر، رسانه‌های دیجیتال به‌عنوان محیطی برای یادگیری مشاهده‌ای فرهنگی در نظر گرفته شده‌اند. نوجوانان از طریق مصرف فیلم‌ها، موسیقی، کلیپ‌ها و سایر محصولات فرهنگی خارجی، با شیوه‌های متفاوت زندگی، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری آشنا می‌شوند. این فرایند می‌تواند به شکل‌گیری درک عمیق‌تر از تفاوت‌های فرهنگی و در نهایت به ارتقای هوش فرهنگی منجر شود. نقش مهارت دیجیتال در این میان تعیین‌کننده است؛ زیرا بدون توانایی استفاده مؤثر از رسانه‌ها، امکان یادگیری فرهنگی از طریق آن‌ها محدود خواهد شد.

۳- نظریه‌ها و مدل‌های هوش فرهنگی: تبیین متغیر وابسته (آنگ و وان دین)

هوش فرهنگی به‌عنوان توانایی فرد برای درک، تفسیر و کنش مؤثر در موقعیت‌های دارای تنوع فرهنگی تعریف می‌شود (*Ang & Van Dyne, 2015; Earley & Ang, 2003*).

این مفهوم شامل ابعاد شناختی، انگیزشی و رفتاری است و بر ظرفیت افراد برای سازگاری با محیط‌های فرهنگی متنوع تأکید دارد. مدل‌های مختلفی برای تبیین هوش فرهنگی ارائه شده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به مدل‌های شایستگی بین فرهنگی، رویکرد ساخت‌گرایی پویا و مدل چهار بُعدی لیورمور اشاره کرد.

در این پژوهش، هوش فرهنگی به مثابه پیامد تعامل فرد با محیط‌های فرهنگی متنوع ـ اعم از حضوری و غیر حضوری ـ در نظر گرفته می‌شود. با توجه به شرایط کنونی، رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی یکی از مهم‌ترین بسترهای مواجهه نوجوانان با فرهنگ‌های دیگر محسوب می‌شوند. از این منظر، نظریه‌های هوش فرهنگی با نظریه یادگیری اجتماعی پیوند می‌خورند؛ زیرا یادگیری فرهنگی از طریق مشاهده و تعامل غیر مستقیم می‌تواند به تقویت مؤلفه‌های مختلف هوش فرهنگی بینجامد (*Bhawuk & et. al, 2015; Livermore, 2009*).

بر اساس چارچوب نظری ارائه شده، شکاف دیجیتالی با تأثیرگذاری بر میزان آشنایی، مهارت و شیوه استفاده از رسانه‌های دیجیتال، فرصت‌ها و محدودیت‌های متفاوتی برای یادگیری فرهنگی نوجوانان ایجاد می‌کند. این فرایند از طریق ساز و کارهای یادگیری اجتماعی به شکل‌گیری یا تضعیف هوش فرهنگی منجر می‌شود. ازاین‌رو، انتظار می‌رود که نه صرف دسترسی، بلکه مهارت و نحوه مصرف رسانه‌های دیجیتال نقش تعیین‌کننده‌تری در تبیین تفاوت‌های هوش فرهنگی نوجوانان ایفا کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با روش پیمایش کمی و از نوع مطالعات توصیفی/ تحلیلی بوده است. جامعه آماری دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم شهر شیراز بوده‌اند. در سال ۱۴۰۱-۱۴۰۰ کل دانش‌آموزان متوسطه شهر شیراز اعم از دختر و پسر برابر با ۳۵۹۶۰ نفر، شامل ۱۸۲۲۱ دانش‌آموز پسر و ۱۷۷۳۹ دانش‌آموز دختر می‌باشند (*Rastegar & Samari, 2023*). روش نمونه‌گیری این پژوهش تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. برای این منظور از محاسبات انجام‌شده توسط *Nan Lin* استفاده شد. حجم نمونه بر اساس محاسبات انجام شده فرمول کوکران ۳۲۰ نفر برآورد شده است.

روش نمونه‌گیری تحقیق از نوع تصادفی خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. حجم نمونه با ضریب پایایی ۳±، ضریب اطمینان ۹۵ درصد و واریانس جمعیت ۵۰-۵۰ برابر با ۱۰۶۵ نفر بود که به علت اینکه برخی از پرسشنامه‌ها احتمالاً مخدوش برگشت داده می‌شد و یا توسط

پاسخگویان به پرسشگر عودت داده نمی‌شدند به بیش از ۱۲۰۰ نفر افزایش یافت که خوشبختانه ۱۲۰۸ نفر پرسشنامه در اختیار پژوهشگران قرار گرفت. شهر شیراز دارای چهار ناحیه آموزش و پرورش است که بر آن اساس هر ناحیه یک خوشه قرار داده شد. از در خوشه تعدادی مدارس دخترانه و پسرانه به تصادف انتخاب و به تناسب تعداد دانش‌آموزان دختر و پسر هر ناحیه نسبتی از نمونه به آن‌ها اختصاص داده شد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه ساختارمند بود که در رابطه با هوش فرهنگی از برخی از گویه‌های پرسشنامه *Ang & Van Dyne (2015)* و همچنین گویه‌های ابداعی محقق ساخته استفاده شد. علت آنکه کل پرسشنامه *Ang & Van Dyne* استفاده نشد، آزمودنی‌ها و شرایط موجود در تحقیق حاضر بود که برای اعتباریابی آن از تحلیل عاملی اکتشافی که در دنباله نتایج آن می‌آید استفاده شد. در رابطه با شکاف دیجیتالی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به سطح سنجش متغیرها و نوع فرضیه‌ها تکنیک آماری پارامتریک مناسب انتخاب شد. محاسبات آماری با استفاده از نرم‌افزار *SPSS* انجام‌گرفته است.

تعریف متغیرها

هوش فرهنگی: پرسشنامه هوش فرهنگی در این تحقیق ملهم از پرسشنامه *Ang & Van Dyne* بوده است. در مطالعه حاضر هوش فرهنگی دارای ۳ بُعد بود که برای هر کدام تعدادی گویه در نظر گرفته شد: ۱) هوش فرهنگی در ارتباط با مردمان دیگر (تعداد ۱۲ گویه)، ۲) آگاهی نسبت به سایر فرهنگ‌ها (تعداد ۶ گویه)، ۳) پذیرش سایر فرهنگ‌ها (تعداد ۵ گویه).

شکاف دیجیتالی: در تحقیق حاضر سه مؤلفه سازنده شکاف دیجیتالی تحت عناوین "آشنایی با اینترنت"، "مهارت در استفاده از اینترنت"، "میزان دسترسی" مورد استفاده و بررسی قرار گرفتند. برای سنجش آشنایی با اینترنت گویه‌هایی همچون "آشنایی با ذخیره فایل از طریق اینترنت بر روی سیستم شخصی"، "آشنایی با فروشگاه‌های اینترنتی"، "آشنایی با سایت‌های دانلود و به‌روزرسانی نرم‌افزار" مورد استفاده قرار گرفتند. برای سنجش مهارت گویه‌هایی همچون "مهارت در استفاده از پردازش متن"، "توانایی استفاده از مرورگر ویندوز"، "توانایی در محافظت از اطلاعات" مورد استفاده قرار گرفتند. برای متغیر دسترسی "سؤالاتی در خصوص دسترسی به اینترنت از طریق تلفن ثابت، تلفن همراه، وای فای، دسترسی به اینترنت در محل (مدرسه، خانه و ...) مورد استفاده قرار گرفتند. پایایی طیف‌های مذکور در قسمت بعد ارائه شده است.

اعتبار و پایایی ابزار سنجش

در این تحقیق جهت پایایی ابزار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین برای بررسی اعتبار طیف هوش فرهنگی از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است.

جدول ۱: پایایی طیف‌های درون پژوهش

Table 1: *Reliability of the Scales within the Study*

نام طیف	تعداد گویه	مقدار آلفا
Spectrum Name	*Number of Items*	*Alpha Value*
آشنایی با اینترنت و امکانات آن	۹	۰/۸۹
مهارت در استفاده از اینترنت و نرم‌افزارها	۹	۰/۸۹
میزان دسترسی به اینترنت	۴	۰/۷
مصرف محصولات فرهنگی	۳	۰/۶۸

جداول ۲ تا ۴ یافته‌های آماری حاصل از تکنیک آماری تحلیل عاملی اکتشافی را ارائه کرده‌اند. با توجه به آماره‌های جدول ۴ عامل در طیف هوش اکتشافی به دست آمده است که به ترتیب عبارت‌اند از: ۱) هوش فرهنگی در ارتباط با مردمان دیگر، ۲) آگاهی نسبت به سایر فرهنگ‌ها و ۳) پذیرش سایر فرهنگ‌ها. محاسبه تحلیل مؤلفه‌های اصلی سؤالات هوش فرهنگی نشان داد که اندازه مقیاس کفایت نمونه‌گیری کایزر ـ مایر ـ اولکین (*KMO*) برای گویه‌های هوش فرهنگی برابر با ۰/۹۵۱ است و نشان‌دهنده کفایت نمونه‌هاست. از سوی دیگر آماره آزمون کرویت باتلت برابر با ۱۵۲۸/۸۱۵ بوده و ازلحاظ آماری در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار است (*P*=۰/۰۰۰) (جدول ۲). همچنین جدول ۳ نشان می‌دهد که بیش از ۴۸ درصد از تغییرات هوش فرهنگی توسط سه عامل فوق تبیین می‌شوند.

جدول ۲: آزمون بارتلت برای تفکیک ماتریس عامل

Table 2: *Bartlett Test for Factor Matrix Separation*

مقدار کایزرمایر ـ اوکلین	۰/۹۵۱
آزمون بارتلت	۱۰۵۲۸/۸۱۵
درجه آزادی	۲۵۳
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

جدول ۳: واریانس کل هوش فرهنگی بر اساس مقادیر ویژه

Table 3: *Total Variance of Cultural Intelligence Based on Eigenvalues*

عامل‌های هوش فرهنگی	مقدار ویژه *Special amount*		
	کل	درصد واریانس	واریانس
Cultural Intelligence Factors	*Total*	*Percentage Variance*	*Variance*
هوش فرهنگی در ارتباط با مردمان دیگر	۸/۵۸۲	۳۷/۳۱۳	۳۷/۳۱۳
آگاهی نسبت به سایر فرهنگ‌ها	۱/۴۶۰	۶/۳۴۸	۴۳/۶۶۱
پذیرش سایر فرهنگ‌ها	۱/۱۲۴	۴/۸۸۵	۴۸/۵۴۶

جدول ۴: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی هوش فرهنگی در بین نوجوانان شهر شیراز

Table 4: *Results of Exploratory Factor Analysis of Cultural Intelligence among Adolescents in Shiraz*

اجزای هوش فرهنگی (گویه‌ها)	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	ابعاد هوش فرهنگی
Components of Cultural Intelligence (Items)	*First Factor*	*Second Factor*	*Third Factor*	*Dimensions of Cultural Intelligence*
توانایی درک دقیق احساسات مردم از فرهنگ‌های دیگر را دارم	۰/۶۸۷			هوش فرهنگی در ارتباط با مردمان دیگر
از صحبت کردن با مردم با فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برم	۰/۶۶۶			
گاهی اوقات سعی می‌کنم با تصور اینکه چیزی از نگاه آن‌ها چگونه به نظر می‌رسد، مردم فرهنگ‌های دیگری درک کنم	۰/۶۵۷			
می‌توانم نمونه‌هایی از تفاوت‌های فرهنگی را از تجربه شخصی، مطالعه و یا ... بیاورم	۰/۶۰۶			
من می‌توانم رفتارم را متناسب با موقعیت‌های فرهنگی و افراد مختلف تغییر دهم	۰/۶۰۲			
می‌دانم که چگونه فرهنگ‌ها در سراسر جهان متفاوت هستند	۰/۵۹۴			
بر روی تأثیراتی که فرهنگ بر رفتار من و دیگرانی که ازنظر فرهنگی با من متفاوت هستند، بسیار فکر می‌کنم	۰/۵۹۳			
می‌دانم که باید در موقعیت‌های فرهنگی مختلف و با افراد به لحاظ فرهنگی متفاوت، برنامه‌ریزی کنم	۰/۵۴۱			

اجزای هوش فرهنگی (گویه‌ها)	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	ابعاد هوش فرهنگی
Components of Cultural Intelligence (Items)	*First Factor*	*Second Factor*	*Third Factor*	*Dimensions of Cultural Intelligence*
من مطمئنم که می‌توانم با افرادی که فرهنگشان برایم ناآشنا است، تعامل برقرار کنم	۰/۵۴۰			
هنگام تعامل با فردی از فرهنگی دیگر، از دانش فرهنگی که استفاده می‌کنم، آگاهم	۰/۵۲۰			
در هنگام تعامل با فرهنگ‌های دیگر، سعی در درک تفاوت‌های فرهنگی خود و دیگران دارم	۰/۵۰۴			
وقتی در موقعیت‌های فرهنگی مختلف و با افراد متفاوت فرهنگی قرار می‌گیرم، معطل شدن برای آن‌ها را بدون ناراحتی می‌پذیرم	۰/۴۹۴			
نسبت به شیوه و سبک ازدواج فرهنگ‌های مختلف آگاهی دارم		۰/۷۳۲		آگاهی نسبت به سایر فرهنگ‌ها
نسبت به باورها و اعتقادات دینی فرهنگ‌های مختلف شناخت دارم		۰/۷۱۰		
با هنرها و صنایع‌دستی فرهنگ‌های مختلف آشنا هستم		۰/۶۷۹		
من نسبت به قوانین حقوقی و اقتصادی فرهنگ خودم و دیگر فرهنگ‌ها مطلع هستم		۰/۶۷۰		
از دانش و شناخت فرهنگی در تعاملات چند فرهنگی آگاهی دارم		۰/۶۴۲		
در موقعیت‌های متفاوت فرهنگی با توجه به موقعیت عمل می‌کنم		۰/۴۸۲		
هنگام تعامل با افرادی از سایر فرهنگ‌ها، عادات خود را تغییر می‌دهم			۰/۶۵۴	پذیرش سایر فرهنگ‌ها
هنگام تعامل با افرادی از سایر فرهنگ‌ها، عادات خود را تغییر می‌دهم			۰/۵۶۱	
مایلم با افرادی که با من تفاوت فرهنگی دارند همکاری کنم			۰/۵۴۰	
به‌راحتی خود را با شیوه‌های زندگی دیگر اقوام وفق می‌دهم			۰/۵۳۵	
علاقه‌مندم که غذای اقوام مختلف ایرانی را امتحان کنم			۰/۳۴۱	

یافته‌های پژوهش

در تحقیق حاضر از میان ۱۲۰۸ نفر دانش‌آموز، ۵۵/۴ درصد پسر و ۴۴/۵ درصد دختر بوده‌اند. به لحاظ سنی دانش‌آموزان بین سنین ۱۴ تا ۱۸ سال با میانگین ۱۶/۲۹ قرار داشته‌اند. دانش‌آموزان بین مقاطع نهم تا دوازدهم بودند. میانه آن‌ها مقطع دهم بود. بیش از ۷۱ درصد از دانش‌آموزان دارای پدران شاغل (تمام‌وقت یا نیمه‌وقت) بوده‌اند. ۶۵/۷ درصد پاسخگویان دارای مادران خانه‌دار بوده‌اند. به لحاظ میزان تحصیلات پدر، بیشترین درصد مربوط به پدران با تحصیلات دیپلم (۲۷/۹ درصد)، سپس پدران با تحصیلات لیسانس (۲۳/۴ درصد) و نهایتاً پدرانی با تحصیلات فوق‌لیسانس (۲۲/۰ درصد) بوده است؛ همچنین ۳۱/۶ درصد پاسخگویان دارای مادران با تحصیلات دیپلم، ۲۹/۶ درصد مادرانشان دارای تحصیلات لیسانس و ۱۳/۵ درصد پاسخگویان مادرانشان فوق دیپلم بوده‌اند. به لحاظ درآمد پدر بیشترین درصد به دانش‌آموزانی تعلق داشت که پدرانشان بین ۱۰ الی ۱۵ میلیون تومان درآمد داشته‌اند. بعد از آن به افرادی که پدرشان بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون درآمد داشته‌اند (۱۵/۷ درصد)؛ همچنین ۵۵/۲ درصد دانش‌آموزان مادرانشان درآمدی نداشته‌اند. در رده دوم ۱۳/۳ درصد دانش‌آموزان مادرانشان بین ۱۰ الی ۱۵ میلیون درآمد داشته‌اند.

جدول ۵ نشان می‌دهد که بیش از ۷۶ درصد پاسخگویان پسر، دختر و کل آن‌ها از هوش فرهنگی متوسطی برخوردارند. همچنین در طبقات پایین و بالای هوش فرهنگی، بین دخترها و پسرها تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای مشاهده نشده است.

جدول ۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب هوش فرهنگی

Table 5: *Frequency Distribution of Respondents According to Cultural Intelligence*

جنس	هوش فرهنگی پایین	متوسط	بالا
Gender	*Cultural Intelligence Low*	*Average*	*High*
پسر	۱۰/۴	۷۸/۹	۱۰/۷
دختر	۱۱/۷	۷۶/۷	۱۱/۶
کل	۱۱/۰	۷۷/۷	۱۱/۳

با توجه به جدول ۶ بیش از ۷۶ درصد از پاسخگویان با اینترنت و فضای آن آشنایی متوسطی داشته‌اند. در طبقات بالا و پایین آشنایی تفاوت چندانی بین هر دو جنس مشاهده نشده است.

جدول ۶: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب آشنایی با اینترنت

Table 6: *Frequency Distribution of Respondents According to Their Familiarity with the Internet*

جنس	آشنایی پایین	آشنایی متوسط	آشنایی بالا
Gender	*Low Familiarity*	*Medium Familiarity*	*High Familiarity*
پسر	۱۱/۰	۷۸/۵	۱۰/۵
دختر	۱۳/۱	۷۶/۵	۱۰/۵
کل	۱۱/۹	۷۷/۵	۱۰/۶

آماره‌های جدول ۷ نشان می‌دهند که بیش از ۷۰ درصد پاسخگویان در استفاده از اینترنت و اپلیکیشن‌های آن مهارت متوسطی دارند. همچنین تفاوت قابل‌ملاحظه‌ای بین دخترها و پسرها در درصدهای مهارت پایین و بالا مشاهده نشده است.

جدول ۷: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مهارت در اینترنت

Table 7: *Frequency Distribution of Respondents According to Internet Skills*

جنس	مهارت پایین	مهارت متوسط	مهارت بالا
Gender	*Low Skill*	*Medium Skill*	*High Skill*
پسر	۱۲/۷	۷۵/۳	۱۲/۰
دختر	۱۴/۶	۷۰/۶	۱۴/۸
کل	۱۳/۵	۷۳/۱	۱۳/۴

با توجه به جدول ۸، بیش از نیمی از پاسخگویان دسترسی متوسطی به اینترنت، و ابزارهایی همچون رایانه، تلفن همراه و مانند آن داشته‌اند. اما درصدها نشان می‌دهد که پسرها در مسئله دسترسی در مقایسه با دخترها امکان دسترسی بیشتری داشته‌اند.

جدول ۸: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب دسترسی به اینترنت و سخت‌افزارها

Table 8: *Frequency Distribution of Respondents According To Access to the Internet and Hardware*

جنس	دسترسی پایین	دسترسی متوسط	دسترسی بالا
Gender	*Low Access*	*Medium Access*	*High Access*
پسر	۱۳/۴	۵۸/۰	۲۸/۷
دختر	۱۲/۴	۷۰/۴	۱۷/۳
کل	۱۲/۹	۶۳/۵	۲۳/۶

جدول ۹ تفاوت میانگین میزان هوش فرهنگی را در بین دختران و پسران نوجوان دبیرستانی در شهر شیراز ارائه کرده است. همچنان که آماره‌های جدول نشان می‌دهد میزان هوش فرهنگی دخترها در مقایسه با پسرها بیشتر است (میانگین پسرها= ۵۴/۸۴، میانگین دخترها=۵۷/۲۳). این تفاوت در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنی‌دار بوده است (*t*= -۲/۰۳۵؛ *Sig*=۰/۰۴۱).

جدول ۹: آزمون مقایسه میانگین بین جنسیت پاسخگویان و میزان هوش فرهنگی آن‌ها

Table 9: *Mean Comparison Test between Respondents' Gender and Their Level of Cultural Intelligence*

متغیر مستقل	تعداد موردها	میانگین	انحراف معیار	مقدار *T*	سطح معنی‌داری
Independent Variable	*Number of Cases*	*Mean*	*Sta. Deviation*	*T-Value*	*Sig.*
پسر	۶۶۲	۵۴/۸۴	۱۶/۱۸	-۲/۰۴	۰/۰۳۵
دختر	۵۳۲	۵۷/۲۳	۲۲/۸۲		

جدول ۱۰ نشان می‌دهد که بین که بین جنسیت و سال‌های استفاده از اینترنت رابطه ضعیف اما معنی‌دار در سطح ۹۵ درصد اطمینان وجود دارد. درصد دخترانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند کمتر از پسران است. با توجه به اینکه میانگین هوش فرهنگی در بین دختران بیش از پسران بوده است، احتمالاً یکی از عوامل مرتبط، مصرف بیشتر دختران از اینترنت و امکانات آن در مقایسه با پسران است.

جدول ۱۰: رابطه بین جنسیت و سال‌های استفاده از اینترنت

Table 10: *Relationship between Gender and Years of Internet Use*

سال‌های استفاده / جنسیت	کمتر از ۳ سال	بین ۳ تا ۶ سال	بیش از ۶ سال	کل
Years of Use / Gender	*Less Than 3 Years*	*Between 3 And 6 Years*	*More Than 6 Years*	*Total*
پسر	۶۵	۲۶۹	۳۳۲	۶۶۶
	۵/۴	۲۲/۴	۲۷/۶	۵۵/۴
دختر	۴۸	۲۶۴	۲۲۵	۵۳۷
	۴	۲۱/۹	۱۸/۷	۴۴/۶
کل	۱۱۳	۵۳۳	۵۵۷	۱۲۰۳
	۹/۴	۴۴/۳	۴۶/۳	۱۰۰/۰

X^2= 11.143, Sig_{X^2} =0.011 & V= 0.1, Sig_V=0.011

جدول ۱۱ رابطه بین مؤلفه‌های شکاف دیجیتالی و مصرف برخی از کالاهای فرهنگی خارجی را با میزان هوش فرهنگی ارائه کرده است. همچنان که آماره‌های جدول نشان می‌دهند همبستگی بین متغیرهای آشنایی با اینترنت، مهارت در استفاده از اینترنت و امکانات آن و مصرف برخی محصولات فرهنگی (فیلم‌ها، کلیپ‌ها و موسیقی‌های خارجی) چه با زبان اصلی و یا دوبله شده با هوش فرهنگی مثبت و معنی‌دار در سطح بیش از ۹۹ درصد اطمینان بوده است. همچنین رابطه بین دسترسی به اینترنت مثبت و ضعیف در سطح بیش از ۹۹ درصد بوده است. این نشان می‌دهد که هر چه آشنایی نوجوانان بیشتر با اینترنت آشنا و مهارت بیشتری در استفاده از آن پیدا کنند، هوش فرهنگی‌شان بالاتر می‌رود. رابطه ضعیف دسترسی به اینترنت با هوش فرهنگی نیز احتمالاً به گسترش روزافزون استفاده از اینترنت و نفوذ بیشتر آن در بین گروه و اقشار اجتماعی دارد. به‌نحوی‌که احتمالاً در آینده تفاوت چندانی بین گروه‌های مختلف از جهت دسترسی به اینترنت نخواهیم داشت و آنچه می‌ماند میزان مهارت و آشنایی با این پدیده است. یکی از راه‌های مواجهه با فرهنگ‌های خارجی نیز مشاهده فیلم‌ها، موسیقی، کلیپ‌ها و ... مربوط به آن فرهنگ‌ها است. امروزه در پرتو استفاده از اینترنت و ماهواره این فرصت برای گروه‌های مختلف فراهم شده و هر چه که این امکان گسترش یابد و توانایی ارتباط با این محصولات فرهنگی از طریق یادگیری زبان‌های بیگانه بیشتر گردد، احتمالاً هوش فرهنگی نوجوانان ما نیز بیشتر خواهد شد.

جدول ۱۱: رابطه بین مؤلفه‌های شکاف دیجیتالی و مصرف برخی کالاهای فرهنگی با هوش فرهنگی

Table 11: *Relationship between Digital Divide Components and Consumption of Some Cultural Goods with Cultural Intelligence*

	آشنایی با اینترنت	مهارت در اینترنت	دسترسی به اینترنت	مصرف محصولات فرهنگی
	Familiarity with the Internet	*Internet Skills*	*Internet Skills*	*Consumption of Cultural Products*
هوش فرهنگی	۰/۳۵۸**	۰/۳۸۶**	۰/۰۶۶*	۰/۲۱۳**

*** p<0.01 & * p<0.05*

اینترنت بیشترین قدرت تبیین‌کنندگی را داشته است. توان تبیین این متغیر ۱۴ درصد از کل توان مدل را در برمی‌گیرد. سایر متغیرها نیز بخشی از میزان تبیین را به خودشان اختصاص داده‌اند. با توجه به بتای مدل مشخص می‌شود که به غیر از متغیر جنسیت (پسر)، سایر متغیرها رابطه مثبتی با متغیر وابسته داشته‌اند. متغیر جنسیت به شکل ساختگی وارد مدل رگرسیونی شده است. بتای این متغیر نشان می‌دهد که پسرها نسبت به دخترها هوش فرهنگی پایین‌تری داشته‌اند. متغیر دیگری نیز که به شکل ساختگی وارد مدل شده است، منابع کسب اطلاعات است. در تحقیق حاضر ۶ منبع در اختیار پاسخگویان قرار گرفت از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی، وب‌سایت‌های اینترنتی، کانال‌های ماهواره‌ای، صدا و سیمای جمهوری اسلامی، روزنامه و مجلات داخلی و نهایتاً رادیوهای خارجی. منبع کسب اطلاعات از طریق روزنامه‌ها و مجلات داخلی نسبت به دیگر منابع بیشتر به افزایش هوش فرهنگی یاری رساندند.

جدول ۱۲: متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون برای تبیین تغییرات هوش فرهنگی

Table 12: *Variables Entered Into the Regression Equation to Explain Changes in Cultural Intelligence*

مراحل ورود متغیرها	متغیر	R	R^2	مقدار F	$Sig\ F$	بتا	T	$Sig\ T$
Steps to Enter Variables	*Variable*	R	R^2	*F-Value*	*Sig F*	*Beta*	*T*	*Sig T*
اول	مهارت کار با اینترنت	۰/۳۷۴	۰/۱۴۰	۱۷۷/۱۱۶	۰/۰۰۰	۰/۲۱۷	۵/۱۹۸	۰/۰۰۰
دوم	مصرف محصولات فرهنگی	۰/۳۹۴	۰/۱۵۵	۹۹/۷۹۵	۰/۰۰۰	۰/۰۹۱	۲/۸۹۰	۰/۰۰۴
سوم	آشنایی با اینترنت	۰/۴۰۵	۰/۱۶۴	۷۰/۹۲۵	۰/۰۰۰	۰/۱۴۹	۳/۶۵۶	۰/۰۰۰
چهارم	کسب اطلاعات از طریق روزنامه و مجله داخلی	۰/۴۱۱	۰/۱۶۹	۵۵/۲۰۹	۰/۰۰۰	۰/۰۷۴	۲/۶۶۲	۰/۰۰۸
پنجم	جنسیت (پسر)	۰/۴۲۰	۰/۱۷۷	۳۸/۶۷۵	۰/۰۰۰	-۰/۰۶۴	-۲/۲۸۲	۰/۰۲۳

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که میان مؤلفه‌های شکاف دیجیتالی و هوش فرهنگی نوجوانان رابطه‌ای معنادار وجود دارد، اما شدت و اهمیت این رابطه در میان مؤلفه‌های مختلف یکسان نیست. نتایج آزمون‌های همبستگی بیانگر آن است که آشنایی با اینترنت و مهارت در استفاده از آن، نسبت به مؤلفه دسترسی، نقش قوی‌تری در تبیین تفاوت‌های هوش فرهنگی

نوجوانان ایفا می‌کنند. این یافته مؤید رویکردهایی است که شکاف دیجیتال را پدیده‌ای چند بعدی دانسته و بر نقش مهارت‌ها و شیوه استفاده، فراتر از دسترسی صرف، تأکید می‌کنند (*Kuhn & et. al, 2023; Van Dijk, 2017; Srinuan & Bohlin, 2011*).

نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره نیز این برداشت را تقویت می‌کند؛ به‌گونه‌ای که مهارت در استفاده از اینترنت بیشترین سهم را در تبیین تغییرات هوش فرهنگی به خود اختصاص داده است. این امر نشان می‌دهد نوجوانانی که توانایی بیشتری در استفاده مؤثر از اینترنت و ابزارهای دیجیتال دارند، فرصت بیشتری برای مواجهه با محتوای متنوع فرهنگی، درک تفاوت‌های فرهنگی و توسعه شایستگی‌های بین فرهنگی خواهند داشت. این یافته با مطالعاتی همسو است که بر نقش شایستگی‌های دیجیتال در ارتقای توانمندی‌های فرهنگی و اجتماعی تأکید دارند (*Zecevic & et. al, 2020; Mihelj & et. al, 2019*).

از سوی دیگر، رابطه مثبت و معنادار مصرف برخی محصولات فرهنگی خارجی ـ نظیر فیلم‌ها، موسیقی و کلیپ‌ها ـ با هوش فرهنگی نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند به‌عنوان بسترهای غیر حضوری یادگیری فرهنگی عمل کنند. این نتیجه با نظریه یادگیری اجتماعی باندورا قابل تبیین است؛ زیرا مشاهده و مواجهه مکرر با الگوهای فرهنگی متنوع از طریق رسانه‌ها می‌تواند به یادگیری مشاهده‌ای، درک تفاوت‌های فرهنگی و سازگاری رفتاری منجر شود (*Bandura, 1977*)؛ همچنین این یافته با پژوهش‌هایی هم‌راستاست که مصرف رسانه‌های دیجیتال و تعاملات آنلاین را عاملی مؤثر در افزایش هوش فرهنگی می‌دانند (*Zecevic & et. al, 2020*).

یافته‌های پژوهش نشان داد که مؤلفه دسترسی به اینترنت، اگر چه با هوش فرهنگی رابطه مثبت دارد، اما این رابطه نسبت به سایر مؤلفه‌ها ضعیف‌تر است. این موضوع می‌تواند بازتابی از گسترش نسبی دسترسی به اینترنت در میان نوجوانان باشد؛ به‌گونه‌ای که دسترسی به تنهایی دیگر عامل تمایزبخش اصلی محسوب نمی‌شود و آنچه اهمیت بیشتری می‌یابد، کیفیت استفاده و مهارت در بهره‌گیری از منابع دیجیتال است. این نتیجه با دیدگاه‌هایی همخوان است که بر گذار از «شکاف دسترسی» به «شکاف استفاده و مهارت» تأکید دارند (*Van Dijk, 2017; Maier-Rabler, 2002*).

در خصوص تفاوت‌های جنسیتی، نتایج نشان داد که میانگین هوش فرهنگی دختران بالاتر از پسران است و این تفاوت از نظر آماری معنادار است. این یافته را می‌توان در پرتو تفاوت در الگوهای مصرف رسانه‌ای، نوع مواجهه با محتوای فرهنگی و شیوه‌های یادگیری اجتماعی تفسیر کرد. برخی پژوهش‌های پیشین نیز نشان داده‌اند که جنسیت می‌تواند بر

نحوه استفاده از رسانه‌ها و پیامدهای فرهنگی آن اثرگذار باشد (*Wright, 2012; Parycek & et. al, 2011*).

در مجموع، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که شکاف دیجیتالی، به‌ویژه در ابعاد مهارتی و کارکردی، نقش معناداری در تبیین تفاوت‌های هوش فرهنگی نوجوانان ایفا می‌کند. این نتایج ضمن تأیید بخشی از ادبیات پیشین، بر ضرورت بازاندیشی در رویکردهای فرهنگی و آموزشی مرتبط با نوجوانان در عصر دیجیتال تأکید دارد؛ رویکردهایی که به جای تمرکز صرف بر توسعه زیرساخت‌ها، بر توانمندسازی مهارتی و سواد دیجیتال فرهنگی متمرکز باشند (*Ang & Van Dyne, 2015; Earley & Ang, 2003*).

References:

Afshar, S. (2013). "Sociological analysis of the relationship between social capital and cultural intelligence among Tabriz University", Sociological Studies, Vol. 7, No. 23, 39-57. (Persian).

Alexandra, V. (2023). "Optimizing cultural intelligence development by considering different types of change" The International Journal of Human Resource Management, Vol. 34, No. 12, 2404-2428.

Ang, S., & Van Dyne, L. (2015). Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications. Routledge.

Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs.

Bari Khojaste, F.; Abbaszadeh, M. (2012). "Studying cultural intelligence and factors related to it (use of media, religious identity and social capital) in students of Islamic Azad University", Tabriz branch. Sociological Studies, Vol. 4, No. 16, 7-28. (Persian).

Bhawuk, D. P.; Sakuda, K. H.; Munusamy, V. P. (2015). Intercultural competence development and triple-loop cultural learning: Toward a theory of intercultural sensitivity. In Handbook of cultural intelligence. Routledge.

Deardorff, D. K. (2006). "Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization", Journal of studies in international education, Vol. 10, No. 3, 241-266.

Dennen, V. P.; Choi, H.; Word, K. (2020). "Social media, teenagers, and the school context: a scoping review of research in education and related fields", Educational Technology Research and Development, Vol. 68, No. 4, 1635-1658.

Earley, P. C., & Ang, S. (2003). "Cultural intelligence: Individual interactions across cultures", Choice Reviews Online, Vol. 41, No. 8, 41-4760.

Earley, P. C.; Mosakowski, E. (2004). Cultural intelligence. Harvard business review, Vol. 82, No.10, 139-146.

Erena, A. D. & Gutema, H. (2021). "Impact of satellite television programs on Ethiopian culture: An exploratory study of viewing habits and attitudes", Eastern Africa Social Science Research Review, Vol. 37, No. 2, 57-103.

Fantin, M., & Girardello, G. (2008). Digital literacy and cultural mediations to the digital divide. In Digital Literacy: tools and methodologies for Information Society. IGI Global.

Feng, S., & Tan, C. Y. (2024). "Toward conceptual clarity for digital cultural and social capital in student learning: Insights from a systematic literature review", Humanities and Social Sciences Communications, Vol. 11, No. 1, 1-15.

Gebremichael, M. D. & Jason, W. J. (2006). "Bridging The Gap in Sub-Saharan Africa: A Holistic Look at Information Poverty and The Region's Digital Divide", Government Information Quarterly, Vol. 23, No. 2, 267-280.

Giddens, A. (1999). Runaway world: How globalization is reshaping our lives. London: Profile Books.

Hong, Y. Y., Morris, M. W., Chiu, C. Y., & Benet-Martinez, V. (1998). How cultures move through minds: A dynamic constructivist approach to culture and cognition, Graduate School of Business, Stanford University.

Javidi, E.; Ahmadi, H.; Rajabi, M. (2022). "A Sociological Study on the Effect of Virtual Social Networks on Generation Gap: a Case Study of Shiraz University Students", Social Development (Previously Human Development), Vol. 16, No. 2, 1-32. (Persian).

Jyoti, J.; Kour, S. (2017). "Factors affecting cultural intelligence and its impact on job performance: Role of cross-cultural adjustment", experience and perceived social support, Personnel Review, Vol. 46, No. 4, 767-791.

Khajenoori, B. (2006). Examining the relationship between the components of the globalization process and women's social participation, a case study: Tehran, Shiraz and Estehban, Shiraz University's doctoral dissertation in sociology. (Persian).

Khajenoori, B.; Karimi, M.; Keshavarz, S. (2013). "Assessing the relationship between the digital divide and the empowerment of women in Shiraz", woman in Development and Politics magazine, Vol. 12, No. 1, 231-38. (Persian).

Kuhn, C.; Khoo, S. M.; Czerniewicz, L.; Lilley, W.; Bute, S.; Crean, A.; MacKenzie, A. (2023). Understanding digital inequality: A theoretical kaleidoscope, in Constructing Postdigital Research: Method and Emancipation. Cham: Springer Nature Switzerland.

Livermore, D. (2009). Leading with cultural intelligence: The new secret to success. Amacom Div American Mgmt Assn.

Maier-Rabler, U. (2002). "Cultural aspects and digital divide in Europe", Medien Journal, Vol. 3, No. 2002, 14-32.

Mihelj, S.; Leguina, A.; Downey, J. (2019). "Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide", New media & society, Vol. 21, No. 7, 1465-1485.

Parycek, P.; Sachs, M.; Schossbock, J. (2011). "Digital Divide among youth: socio-cultural factors and implications", Interactive Technology and Smart Education, Vol. 8, No. 3, 161-171.

Postman, N. (2002). Technopoly: surrender of culture to technology, translated by Sadegh Tabatabai, Tehran: Information. (Persian).

Puzzo, G.; Sbaa, M. Y.; Zappalà, S.; Pietrantoni, L. (2024). "The impact of cultural intelligence on burnout among practitioners working with migrants: an examination of age, gender", training, and language proficiency. Current Psychology, Vol. 43, No. 5, 4443-4457.

Ragnedda, M.; Gladkova, A. (2020). Understanding digital inequalities in the Global South. In M. Ragnedda & A. Gladkova (Eds.), Digital inequalities in the Global South. Cham: Palgrave Macmillan.

Rastegar, A.; Samari, F. (2023). "Testing the cyber bullying model in the post-corona era: the role of academic support and psychological capital (case study: high school students in Shiraz)", Scientific quarterly research in school and virtual learning, Vol. 10, No. 4, 47-58. (Persian).

Sadiku, M.N.O.; Musa, S.M. (2021). Cultural Intelligence. In: A Primer on Multiple Intelligences. Springer, Cham.

Sarkar, A.; Pick, J. B.; Parrish, E. (2017). Geographic patterns and socio-economic influences on Internet use in US states: A spatial and multivariate analysis. SSRN.

Srinuan, C.; Bohlin, E. (2011). "Understanding the digital divide: A literature survey and ways forward", in Proceedings of the 22nd European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): Innovative ICT Applications - Emerging Regulatory, Economic and Policy Issues. International Telecommunications Society, 1-29.

Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). "Mass media flow and differential growth in knowledge", Public opinion quarterly, Vol. 34, No. 2, 159-170.

Van Dijk, J. A. G. M. (2017). Digital divide: Impact of access. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), The international encyclopedia of media effects. Wiley.

Wright, M. D. (2012). The digital divide and cultural capital (Master's thesis, California State University, Sacramento), ScholarWorks.

Yazdakhadi, G.; Ghasemi, V.; Vahida, F. (2011). "The relationship between intercultural contacts and cultural intelligence; Theoretical and experimental analysis", Cultural Research Quarterly, Vol. 4, No. 2, 133-162. (Persian).

Yazdakhati, G.; Ghasemi, V.; Vahida, F. (2010). "An analyse of cultural intelligence and its strengthening patterns", Social Sciences, Vol. 4, No. 9, 33-50. (Persian).

Zecevic, P.; Miletic, L.; Luic, L. (2020). The impact of social media consumption on cultural intelligence of user, in 19th International Conference on WWW/Internet (ICWI 2020).

The Relationship between Digital Divide and Cultural Intelligence among Adolescents in Shiraz

Bijan Khajenoori (Ph.D)[1], *Narges Khezri*[2]

Doi: 10.22055/qjsd.2026.50050.3093

Abstract:

In the current globalized and digital era, digital media play an important role in people's interactions and learning. The present study examined the relationship between the digital divide and cultural intelligence among adolescents in Shiraz. In this regard, the study was conducted using a quantitative survey method with a sample size of 1208 male and female high school students in Shiraz, selected using a multi-stage cluster random sampling method. The data collection tool was a researcher-made questionnaire, and the collected data were measured using Pearson's correlation tests, T-test, and multivariate regression. The findings of the study indicated that cultural intelligence was average, as well as familiarity with the Internet and its space, among 76 percent of the respondents.Also, more than 70 percent of respondents had moderate skills in using the Internet and more than half of respondents had moderate access to the Internet, with high school boys having more access than high school girls. There is a positive and significant correlation of more than 95 percent confidence between familiarities with the Internet, skills in using the Internet and its features, and consumption of some cultural intelligence products, because using the Internet leads to access to extensive global cultural content and online platforms provide communication with people with different cultural backgrounds. Overall, the Internet variables measured in this study explained 18 percent of the changes in cultural intelligence.

Key Concepts: *Digital Divide, Cultural Intelligence, Adolescents, Shiraz City*

[1] Associate Professor, Department of Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran (Corresponding Author), bkhaje@rose.shirazu.ac.ir

[2] Master's Student in Women's Studies, Shiraz University, Shiraz, Iran, nargeskhezri79@gmail.com

© 2019 by the authors. Licensee SCU, Ahvaz, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).