

تمایل زنان به پیشرفت سازمانی

دکتر رمضان حسن زاده^۱

مریم جوادیان^۲

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی و تعیین عوامل جامعه‌شناختی در این زمینه است. در پژوهش حاضر، از روش تحقیق پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه بانوان فرهنگی سطح استان مازندران اعم از معلمان و مدیران و کارکنان زن شاغل در سازمان آموزش و پرورش در مقطع دبیرستان تشکیل می‌دهد که جمعاً ۱۷۷۳ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه برحسب نسبت ۶۰۰ نفر به دست آمد. از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد. در این تحقیق برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه‌ها از روایی و پایایی مناسب برخوردارند. برای تحلیل داده‌ها دو روش آماری (توصیفی و استنباطی) به کار رفت. نتایج یافته‌ها نشان داد که ۱- بین همنوایی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود ندارد. ۲- بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود ندارد. ۳- سهم هر یک از عوامل جامعه‌شناختی (همنوایی و تصورات قالبی اجتماعی) در میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است. ۴- بین دو گروه از بانوان (با تمایل به پیشرفت بالا و پایین) در متغیرهای یاد شده تفاوت وجود ندارد. بحث و نتیجه‌گیری: نتایج این تحقیق نشان داد که زنان تمایل زیادی به پیشرفت سازمانی دارند، پیشنهاد می‌شود که میدان عمل بیشتری به زنان داده شود و زمینه مشارکت بیشتر آنان فراهم شود. و شایسته‌سالاری به جای جنسیت ملاک انتخاب قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: پیشرفت سازمانی، همنوایی، تصورات قالبی اجتماعی، بانوان فرهنگی.

۱. دانشیار گروه روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری (rhassanzadehd@yahoo.com)

۲- کارشناس ارشد مدیریت، دانشگاه علوم پزشکی مازندران

مقدمه

با شروع قرن حاضر، تعداد زنانی که وارد بازار کار شده اند، افزایش یافته است. به علاوه، در سراسر دنیا به خوبی ثابت شده است که زنان و مادران در مقایسه با مردان ساعتهای بیشتری کار می کنند، زیرا پدران در وظایف اولیه والدین و تکالیف خانه داری مشارکت یکسانی ندارند- در کشورهای صنعتی غرب و شرق پدران به طور متوسط در هفته ۵۰ ساعت به کارهای خانه و خارج از خانه اختصاص می دهند، در حالی که مادران ۸۰ ساعت را اختصاص می دهند. به دنبال کاهش درآمد واقعی خانواده در ایالات متحده، بیشتر زنان در درجه اول به دلیل نیاز خانواده ها به پول و در درجه دوم برای خود شکوفایی شخصی کار می کنند. از اوایل قرن حاضر جهان با یک پدیده اجتماعی اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه رو به رو شده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه در وضعیت مطلوبی نیست، همواره زنان فرصت های شغلی کمتری دارند و غالباً در بخش غیررسمی با اندک دستمزد مشغول به کارند. در واقع می توان گفت، طبق آمار ۱۳۷۵، تنها ۱۲/۱٪ زنان ده ساله و بیشتر کشور ایران از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۴۵/۸٪) و حدود ۱۶/۷٪ در بخش صنعت، اشتغال دارند. حدود ۷۱٪ شاغلان بخش خدمات در گروه های آموزشی، بهداشت و مددکاری مشارکت دارند. بیشترین شاغلان زن در گروه حقوق بگیران قرار دارند (۶۰٪) و تنها ۱/۹٪ شاغلان کارفرما هستند. زنان شاغل بیشتر در نقاط شهری (۵۶٪) سکونت دارند و در گروه سنی ۲۹-۲۵ سال هستند و پس از آن گروه عمده ای به ازدواج و پرورش فرزند و به طور کلی امور خانواده مشغول می شوند. با توجه به اینکه نرخ فعالیت ایران نسبت به کشورهای دیگر بسیار پایین است (۴۳/۶٪). این امر در مورد زنان (۱۵٪) و در مورد فعالیت مردان (۷۱٪) است. نرخ بیکاری جمعیت نیز روز به روز فزونی می گیرد به طوری که حدود (۲۶/۱٪) جمعیت زنان فعال مناطق شهری بی کارند (حسن زاده، ۱۳۷۹، حشمتی، ۱۳۸۱). نرخ بیکاری زنان تحصیل کرده خصوصاً در سال های اخیر مرتباً رو به افزایش است. روند دینامیکی هر جامعه ای بر اساس پیوند ساز و کار و

ارگانیزم آن جامعه شکل می گیرد. در جوامع کنونی جهان که نه تنها ارگانیزم، که ساز و کار حاکم نیز تابعی از نگرش ناخودآگاه مرد سالارانه یا دست کم «مردانه نگری» است. از جزیی ترین نهادها تا ارکان اصلی نیز به دور از این نگرش نیست. و نسبت معکوس بالا رفتن مقاطع تحصیلی و درصد مسؤولان زن خودنمونه بارز این مسأله است. حال باید این نکته را دریافت که ریشه اصلی در کجاست؟ در سالهای اخیر روانشناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان به موضوعات وابسته به جنسیت توجه زیادی کرده اند. (ماتلین، ۱۹۸۷، نقل از گنجی و حسن زاده ۱۳۸۶). در غالب تحقیقات انجام یافته به بررسی موانع متعددی که در برابر پیشرفت زنان وجود دارد پرداخته شد اما در کمتر تحقیقی و مقاله ای به این موضوع پرداخته شد که با وجود تمام مسائل و شرایط موجود آیا اساساً زنان تمایلی به پیشرفت سازمانی از خود نشان می دهند، آیا زنان خودشان مایل به پیشرفت سازمانی هستند و یا رغبتی از خود نشان نداده و انگیزه کافی را برای پیشرفت سازمانی ندارند؟

پژوهشهای اولیه در مورد انگیزه پیشرفت نشان می دهد که نیاز به پیشرفت در زنان نسبت به مردان پایین تر است و نیز مدارک و شواهد نشان می دهد که زنان پیشرفت را متفاوت از مردان ادراک می کنند و کمتر پیشرفت می کنند. پژوهشگران، روانشناسان اجتماعی در شگفتند که چرا زنان به تخصصهای بالاتر کمتر وارد می شوند و در صورت وارد شدن کمتر موفق می شوند آیا به خاطر این است که توانایی کمتری دارند، نیاز به پیشرفت پایینی دارند، یا گرفتار تبعیض اند(وایتن^۱، ۱۹۹۹). در جامعه ما علیرغم تاکید بر حضور فعال زنان در عرصه های اجتماعی مدیریتی و جلب مشارکت آنان در سایر زمینه ها هنوز تنگناهایی وجود دارد و بخش آموزش و پرورش نیز از این قاعده مستثنی نیست و همچنین آمار روسای آموزش و پرورش مناطق و شهرستانها و استانها و رده های معاونان و ادارات کل نیز بیانگر این واقعیت است که تعداد بانوان فرهنگی که موفق به احراز پستهای ستادی گردیده اند از انگشتان دست فراتر نمی رود. لذا این مسأله مطرح است که علت این حضور کم رنگ چیست؟

^۱- Weiten

با افزایش ورود زنان به نیروی کار، آنها به طور فزاینده به موقعیت‌ها و سمت‌هایی وارد می‌شوند که بیشتر در تسلط مردان بود مانند موقعیت‌های اجرایی و مدیریتی، تدریس در سطح دانشگاه، مهندسی، و علوم ریاضی و طبیعی و تعداد زنانی که به هیأت مدیره شرکت‌های بزرگ تجاری آمریکا منصوب می‌شوند به طور فوق العاده از سال ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۳ افزایش یافته است، البته، بعد از انتصاب زنان به ستادهای اجرایی و مدیریتی، شرکت‌ها و سازمانها به تخصص زنان بیشتر توجه می‌کنند تا به جنسیت آنها (لاوسن و شن^۱، ۱۹۹۸). امروزه حضور زنان در سازمان و بخشهای مختلف کاری یک ضرورت زندگی اجتماعی است. حضور زنان در سازمان و مشاغل و به ویژه پستهای مدیریتی هم جنبه مثبت و هم جنبه منفی دارد. حضور زنان مسلماً نه تنها از نظر اقتصادی، بلکه از بعد اجتماعی، فرهنگی و خانوادگی نیز مسائلی را برای کارکنان ایجاد خواهد کرد برای مثال، نگهداری کودکان، فراهم کردن رفاه، و بهزیستی و حفظ بهداشت روانی و جسمانی آنها از نیازها و الزمات مدیریتی کنونی در سازمانها است (کومینگز و وورلی^۲، ۲۰۰۱). و کلام آخر آنکه براساس مصاحبه‌های انجام شده با بانوان فرهنگی به ویژه مشاور بانوان در امور فرهنگی سازمان آموزش و پرورش دو نکته قابل توجه و به عنوان مسأله تحقیق مورد نظر محققان می‌باشد.

- ۱- میزان تمایل بانوان فرهنگی در مورد پستهای مدیریتی مشخص نیست
- ۲- تاکنون تحقیق و سابقه پژوهش در مورد میزان تمایل بانوان فرهنگی و ارتباط عوامل جامعه شناختی با آن وجود ندارد.

یکی از مباحث اساسی که امروزه ذهن اندیشمندان اجتماعی، اقتصادی را همواره بخود مشغول داشته است، بحث توسعه و میزان بهره‌گیری منابع انسانی هر جامعه از فرصتهای مناسب توسعه است. بر پایه این رویکرد عنایت ویژه به موقعیت زنان به عنوان نیمی از منابع انسانی جامعه به منظور اتخاذ سیاستهای حمایتی جهت ارتقای وضعیت کنونی آنان همواره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گر چه میزان نقش و مشارکت آنها در بسیاری از فعالیتهای اقتصادی، اجتماعی جامعه در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد لکن میزان حضور آنها در بخش

^۱ -Lawson and Shen

^۲ -Cummings and Worley

وسیع‌تری از فعالیتهای دیگر جامعه از جمله تصمیم‌گیری، مدیریت و... با تنگناهای اساسی همراه بوده و هست علی‌رغم اینکه اهمیت و ضرورت مشارکت زنان در این بخش (مدیریت و تصمیم‌گیری) بر کسی پوشیده نیست و اکثر صاحب نظران و دست‌اندرکاران جامعه بر آن تاکید داشته و دارند: لکن این میزان حضور کم رنگ بوده و در حد حرف باقی مانده است. دلایل آن چیست؟ آیا ریشه در عدم تمایل خودشان دارد یا عوامل اجتماعی در این زمینه نقش دارد؟ از جمله موضوعاتی است که مورد بررسی قرار می‌گیرد تا با انجام این تحقیق و معرفی و شناسایی میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی و ارائه راهکاری براساس آن دست یافت. نتایج تحقیق می‌تواند به مسؤولان در جهت رفع موانع و چالشها و ایجاد انگیزه و رغبت و تمایل در بانوان فرهنگی به پذیرش پستهای ستادی و پیشرفت سازمانی کمک نماید.

مدیریت در نظریه‌ها مفهومی خنثی و غیرجنسیتی است و علی‌القاعده بر مبنای اصول مدیریت مفهوم جنسیت نمی‌تواند نقش و معنای مؤثری در نظریه‌های مدیریتی داشته باشد. اما فراسوی این واقعیت نظری، حقیقتی وجود دارد که ریشه در انگاره‌ها و باورهای اجتماعی فرهنگی و تاریخی که مفهوم مدیریت را با مفهوم مذکر پیوند عمیق و ناگسستنی می‌زند و اولین تصویری که از مدیر به ذهن متبادر می‌کند، مفهوم مرد است. این پیوند (مدیر مرد) آن چنان در فرهنگ عمومی ریشه دوانده است که همچون یک هنجار در اجزای جامعه نفوذ کرده است و فقط با انقلاب فرهنگی می‌توان این پارادایم^۱ واقعی را متحول کرد این پارادایم در جهان واقعی و در طول تاریخ، تکوین و تعمیق یافته است به همین سبب در طول تاریخ فقط ۴۲ زن توانسته‌اند به مناصب حاکم یا رئیس جمهور یا نخست وزیر دست یابند زنان را مدیران قرن بیست و یکم نام نهاده‌اند زیرا تا قرن بیستم و در این قرن تمامی توان جنبش اجتماعی زنان را مصروف آن بوده تا ثابت کنند که در صورت کسب مهارت و تجربه از مردان چیزی کمتر ندارند و مفهوم فرادست و فرودست جنسیتی در مدیریت زاییده نگرش‌ها و تاریخ است نه واقعیت طبیعی و جنسیتی زنان (شجاعی، ۱۳۸۳). تلاش برای تغییر در

^۱ - Paradigm

سازمان با هدف تغییر نظم جنسیتی، اغلب ابتکارات ناشی از فرصت‌های برابر نامیده می‌شوند، هرچند اصطلاحات دیگر نیز به کار می‌رود. و در بسیاری موارد این مسأله نشانه‌ی زمینه‌ای از تغییر است که در آن از آگاهی از تغییرات جنسیتی در تعریف مشکلات و راه حلها استفاده می‌شود. تحقیقات درباره این نوع تلاشها برای تغییر شیوه‌ها و نگرش‌ها و تجارب متداول را توصیف می‌کند(هوک)^۱، (۲۰۰۱، نقل از ساباتینی^۲، ۲۰۰۲). هدف از شیوه‌های تغییر افزایش نسبت مدیران زن در مدیریت از هر حیث است. برای این منظور از برنامه‌های تک جنسی و نیز مختلط استفاده می‌شود. برخی برنامه‌ها از نگرش جنسیتی استفاده می‌کنند و برخی نسبت به جنسیت خنثی هستند این برنامه‌ها ممکن است در سایر فعالیتهای سازمان ادغام شوند و یا نسبتاً به طور مستقل وجود داشته باشند. ویژگی‌های ایران امروزه ایجاب می‌کند که مقوله‌های اساسی ملی بررسی مستمر^۳ راهبردی کاربردی شود تا امکان نقد و اصلاح و حل ریشه‌ای موضوعات را فراهم سازد. موضوع نقش و جایگاه زن ایرانی در توسعه ملی با مبانی نظری جمهوری اسلامی ایران از این دست مقوله‌هاست که بایستی در پیوند تنگاتنگ با مدیریت و توسعه کشور دیده شود(موسوی خامنه، ۱۳۷۰).

تصورات قالبی اجتماعی، منظور آن دسته از برداشت‌ها و الگوهای فکری است که در مورد نقش زنان وجود دارد. مانند زنان محور حفظ بنیان خانواده بوده، توانایی آنان بیشتر در آن زمینه است. همنوایی به احساس فشار واقعی یا خیالی افراد مبنی بر اینکه دیگران کنترل کننده رفتارشان است، اطلاق می‌شود(کریمی، ۱۳۸۷). طبیعت و مضمون تصور قالبی در مطالعه عقاید اهمیت بسیار دارد والتر لیپمن در کتاب «عقاید عمومی» می‌گوید تنها یک قسمت از مفهومی که از شیء داریم از محسوسات بلافصل یا ذخیره ذهن ما تشکیل شده است. بقیه را تصورات ما درباره طبقه‌ای که شیء به آن (و شاید بدون دلایل کافی) منسوب شده است «پر می‌کند». بنابراین مفهوم ما از شیء ترکیبی است از صفت واقعی آن و صفتی که به آن نسبت داده می‌شود. جامعه شناسان و

^۱ -Hoock

^۲ -Sabbatini

روانشناسان اجتماعی معتقدند یکی از دلایل عدم پیشرفت وجود تصورات قالبی و باورهای اجتماعی فرهنگی است. در این پژوهش چهار فرضیه مورد آزمون قرار گرفت: ۱- بین همنوایی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد. ۲- بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد. ۳- سهم هر یک از عوامل جامعه شناختی (همنوایی و تصورات قالبی اجتماعی) در میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است. ۴- بین دو گروه از بانوان (با تمایل به پیشرفت بالا و پایین) در متغیرهای یاد شده تفاوت وجود دارد.

روش

روش تحقیق پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه بانوان فرهنگی سطح استان مازندران اعم از معلمان و مدیران و کارکنان زن شاغل در سازمان آموزش و پرورش در مقطع دبیرستان تشکیل می دهد که جمعاً ۱۷۷۳ نفر می باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه برحسب نسبت یا برای یک متغیر کمی تعداد برآورد می شود و فرمول آن بدین شکل می باشد.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{0.04^2}$$

$$n = 600$$

در این تحقیق بدلیل حجم زیاد جامعه آماری و کثرت پرسشنامه ها (۶ پرسشنامه برای هر آزمودنی) شش شهر بابلسر، تنکابن، قائمشهر، بهشهر، نور، ساری با استفاده از روش نمونه گیری ساده انتخاب گردیدند ولی به دلیل ریزش شدید نمونه ها شهر بابل نیز اضافه گردید تا کار با دقت عمل بیشتری صورت پذیرد و پس از آن با روش خوشه ای، مدارس آنها انتخاب و پرسشنامه در بین آزمودنیها توزیع گردید. برای گردآوری اطلاعات از روش پرسشنامه استفاده شد. برای اندازه گیری همنوایی از پرسشنامه همنوایی ل- ۷۲ استفاده شد. در این آزمون ۵۵ جمله در باره چگونگی روابط با دیگران ارائه شده است که در

مقابل هر کدام یک مقیاس چهار درجه‌ای وجود دارد. هر عدد در روی مقیاس میزان موافقت و مخالفت را نشان می‌دهد. اگر جمله‌ای در مورد آزمودنی صدق نمی‌کند روی عدد صفر علامت گذاشته و اگر در مورد آزمودنی صدق نموده موافقت خود را روی عدد ۱ تا ۳ مشخص می‌کند. در تحقیقی که توسط حمید لطفی (۱۳۷۲) با عنوان بررسی رابطه منبع کنترل و حمایت اجتماعی با هم‌رنگی اجتماعی انجام گرفت طی یک پیش‌آزمون و پس‌آزمون پایائی آن ۰/۹۴ و روایی آن ۰/۵۷. به دست آمد.

برای اندازه‌گیری تصورات قالبی اجتماعی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. برای تهیه این پرسشنامه از مقاله IBS استفاده گردید که از مقالات پژوهشی دانشگاه کلرادو بوده و به تایید متخصصین سنجش و اندازه‌گیری و شورای پژوهشی رسیده است. در این پرسشنامه هر سوال با گزینه‌های (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) که به ترتیب نمرات (۵، ۴، ۳، ۲، ۱) را دریافت می‌نمودند نمره گذاری می‌شود. بنابراین افرادی که نمره ۳۰ را بگیرند دارای بهترین تصورات قالبی و افرادی که ۵ بگیرند کمترین تصورات قالبی هستند.

برای تعیین میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی پرسشنامه‌ای شامل ۲۶ سوال در قالب ۵ گزینه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، کم، خیلی کم، نمی‌دانم) که هریک به ترتیب نمرات (۵-۴-۳-۲-۱) را کسب می‌کنند، استفاده شد. برای تعیین میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی، هر یک از پرسشنامه‌ها جمع‌آوری شد. بر اساس پاسخ آنها، اگر فردی امتیاز $26 \times 5 = 130$ را بیاورد حداکثر میزان تمایل را دارد. و اگر $26 \times 1 = 26$ را بیاورد حداقل میزان تمایل را دارد (که از ۶۰۰ پرسشنامه‌ای که در بین آزمودنیها توزیع شد و پرسشنامه‌ها را براساس کمترین میزان تمایل تا بیشترین مرتب گردید و پس از آن پرسشنامه‌ها پس از جمع‌بندی به ۳ دسته تقسیم شد ۲۵٪ از افراد که کمترین میزان تمایل را داشتند و ۲۵٪ از افرادی که بیشترین میزان تمایل را داشتند با هم مقایسه گردیدند که با احتساب نمره (۴ و ۵) برای زیاد و خیلی زیاد، آن دسته از پرسشنامه‌هایی که نمره آنها $104 \leq$ است دارای تمایل بالا و آن دسته از

پرسشنامه‌ها با احتساب (۳ و ۲) برای (کم و خیلی کم) نمره آنها ≤ 78 به دست آید کمترین میزان تمایل را نشان دادند.

از دو روش برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها استفاده شد. تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها و تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS کمک گرفته شد.

یافته‌ها

جدول ۱: توزیع فراوانی آزمودنیها برحسب میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی

گزینه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی
کم	۳۰	۵
متوسط	۳۰۳	۵۰/۵
زیاد	۲۶۷	۴۴/۵
جمع	۶۰۰	۱۰۰

همان طور که در جدول (۱) ملاحظه می‌شود تنها ۳۰ نفر از آزمودنیها یعنی ۵٪ از آنها تمایلشان به پیشرفت سازمانی کم است، حال آنکه ۲۶۷ نفر از آنها دارای تمایل زیاد بودند یعنی ۴۴/۵٪ از آنها مایل به پیشرفت زیاد می‌باشد و ۳۰۳ نفر (۵۰/۵٪) از آنها دارای تمایل متوسط نسبت به پیشرفت سازمانی می‌باشند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که غالباً (۹۵٪) دارای تمایل به پیشرفت سازمانی می‌باشند.

فرضیه ۱: بین میزان هم‌نوایی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۲: خلاصه تحلیل آماری فرضیه اول

متغیرها	تعداد (N)	ضریب همبستگی پیرسون
هم‌نوایی	۶۰۰	۰/۱۸۸
پیشرفت سازمانی		
	Sig(2- tailed)	۰/۰

تفسیر: چون ضریب همبستگی محاسبه شده ($r = 0/188$) در سطح اطمینان 99% ($\alpha=1\%$) از ضریب همبستگی جدول بحرانی کوچکتر است؛ بنابراین؛ فرضیه صفر رد و فرضیه تحقیق تأیید می شود. نتیجه می گیریم که رابطه معنی داری بین میزان تمایل بانوان فرهنگی و همنوایی شان وجود دارد.

فرضیه ۲: بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۳: خلاصه تحلیل آماری فرضیه دوم

متغیرها	تعداد (N)	ضریب همبستگی پیرسون
تصورات قالبی	۶۰۰	۰/۰۷۹
پیشرفت سازمانی		
	Sig(2- tailed)	۰/۰۵۴

تفسیر: چون ضریب همبستگی محاسبه شده ($r = 0/079$) در سطح اطمینان 99% ($\alpha=1\%$) از ضریب همبستگی جدول بحرانی کوچکتر است؛ بنابراین، فرضیه صفر تأیید و فرضیه تحقیق رد می شود. نتیجه می گیریم که بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان تمایل بانوان فرهنگی رابطه معناداری وجود ندارد.

فرضیه ۳: سهم هر یک از عوامل جامعه شناختی (همنوایی و تصورات قالبی اجتماعی) در میزان تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است

جدول شماره ۴: خلاصه تحلیل آماری (رگرسیون) فرضیه سوم

منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	P
رگرسیون	۱۳۸۶۰/۱۳	۲	۶۹۳۰/۰۸	۳۶/۱۱	۰/۰۰۰
باقیمانده	۱۱۴۵۵/۵۸	۵۹۷	۱۹۱/۸۷		
کل	۱۲۸۴۱۱/۷۲	۵۹۹			

داده‌های مشاهده شده از طریق مدل رگرسیون نشان داده است که تنها دو متغیر در پیشرفت سازمانی سهم مؤثری دارند چرا F به دست آمده از بررسی برابر $۳۶/۱۱$ از F جدول با درجه‌سازی ۲ و ۵۹۷ در سطح اعتبار $۰/۰۵$ بزرگتر می‌باشد، لذا تفاوت مشاهده شده معنادار است. و می‌توانیم دو متغیر را بپذیریم که سهم هر یک از متغیرها به شرح زیر می‌باشد:

جدول شماره ۵: خلاصه تحلیل آماری (ضریب تعیین) فر ضیه سوم

متغیرها	مقدار همبستگی	ضریب تعیین سهم
۱- تصورات قالبی	۰/۰۷۹	۰/۱۵۸
۲- همنوایی	۰/۱۸	۰/۰۳۲

همان طوری که جدول (۴) نشان می‌دهد مقدار سهم هر یک از دو متغیر فوق چندان زیاد نیست، چرا که $۰/۱۵۸$ از سهم متغیر وابسته مربوط به تأثیر تصورات قالبی مشاهده شد و $۰/۰۳۲$ تأثیر متغیر همنوایی و حدود ۹۰ درصد از بقیه تأثیرات متوجه متغیرهایی می‌باشد که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

فرضیه ۴:

همنوایی دو گروه از بانوان با تمایل به پیشرفت بالا و پایین متفاوت است.

جدول شماره ۶: خلاصه تحلیل آماری فر ضیه چهارم (متغیر همنوایی)

گروه ها	تعداد (N)	میانگین	S. D	df	t
تمایل به پیشرفت بالا	۱۵۰	۶۲/۳۳۳۳	۲۳/۷۱۴۹	۲۹۸	۰/۵۴۳
تمایل به پیشرفت پایین	۱۵۰	۶۴/۳۳۳۳	۳۰/۱۱۹۵		

چون t به دست آمده از $۱/۹۶$ جدول کوچکتر است، پس بین دو گروه از بانوان (با تمایل به پیشرفت بالا و پایین) در متغیر همنوایی تفاوت وجود ندارد.

فرضیه ۵:

تصورات قالبی دو گروه از بانوان با تمایل به پیشرفت بالا و پایین متفاوت است.

جدول شماره ۷: خلاصه تحلیل آماری فرضیه چهارم (تصورات قالبی)

گروه ها	تعداد (N)	میانگین	S. D	df	t
تمایل به پیشرفت بالا	۱۵۰	۱۶/۰۲۰۰	۶/۴۶۵۷	۲۹۸	۰/۲۳۱
تمایل به پیشرفت پایین	۱۵۰	۱۵/۸۴۶۷	۶/۵۳۵۱		

چون t به دست آمده از $۱/۹۶$ جدول کوچکتر است، پس بین دو گروه از بانوان (با تمایل به پیشرفت بالا و پایین) در متغیر تصورات قالبی تفاوت وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

میزان تمایل زنان به پیشرفت سازمانی نشان داد که تنها ۵٪ از آزمودنیها میزان تمایلشان به پیشرفت سازمانی کم است و ۵۲/۵٪ دارای تمایل متوسط و ۴۷/۵٪ دارای تمایل زیاد به پیشرفت سازمانی می باشد. مجتبی دلی (۱۳۷۵) نشان داد که نگرش مدیران نسبت به جنسیت (زن بودن) آن است که جنسیت زنان مانع ارتقاء شغلی آنان به سطوح مدیریت می شود. تحقیق حشمتی (۱۳۸۱) حاکی از آن است که مدیران زن انگیزه پیشرفت شغلی دارند. با توجه به موارد مطروحه بین نتایج حاصله از سوال شماره یک که میزان تمایل بانوان فرهنگی را به پیشرفت سازمانی زیاد به دست آورد با نتایج تحقیقات دیگر که به بررسی موانع پیشرفت آنان پرداخته است می توان چنین بیان نمود که ضروری است به زنان با توجه به تمایلشان به پیشرفت سازمانی، میدان عمل بیشتری داده و به جای ایجاد مانع، زمینه را برای پیشرفت سازمانی آنان فراهم نمود و به توانایی زنان توجه بیشتری کرد و ملاک انتخاب مدیران را براساس شایسته سالاری قرار داد نه جنسیت.

یافته‌های تحقیق نشان داد که رابطه معناداری بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی وجود ندارد. هدر رفتن

نیروی کار در دستگاه‌های دولتی ایران، به میزان زیادی معلول نظام مدیریت دولتی کشور است که هنوز قادر نیست از ظرفیت نیروی انسانی خود بهره‌ای متناسب برده، مسیر شایستگان را در ارتقای شغلی آنها هموار سازد. شایستگی که بنابه الگوهای پذیرفته شده فرهنگی- اجتماعی در قالب جنسیت خویش گرفتار آمده اند و امکان پیشرفت شغلی از آنان سلب می‌شود و جامعه از بهره‌مندی این منابع انسانی کشف نشده، محروم می‌ماند. زنان ایرانی همزمان با بالا بردن مدارج علمی- تخصصی، در سه سال اخیر با پذیرش بیش از ۶۰ درصد از آنها در دانشگاه‌ها هنوز با سقفهای شیشه‌ای نامرئی‌ای مواجهند که مانع از دستیابی آنان به پستهای مدیریتی می‌شود. اما طبق تحقیق حاضر مسائل ذکر شده نتوانسته است روی میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی اثر بگذارد ولی ایدئولوژی مربوط به جایگاه سنتی زنان به صورتی ناهشیار حتی در ذهن افرادی که معتقدند آن را به دور انداخته‌اند، همچنان پابرجاست. بسیاری از صفاتی که به مردان و زنان نسبت می‌دهیم نشأت گرفته از تصورات قالبی ماست. تصورات قالبی سلامت روانی و روابط متقابل ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد زنانی که نقش سنتی خود را به طور کامل می‌پذیرند عزت نفس ضعیف‌تری دارند، آنها تمایل دارند باور کنند زن‌ها برای پیروی کردن به دنیا آمده‌اند نه برای هدایت کردن بنابراین کمتر از طریق شناساندن نیازها و تمایلات خود، ابراز وجود می‌کنند و در نتیجه در معرض ناکامی‌ها قرار می‌گیرند (راتوس^۱، ۱۳۷۹). در بازار کار نیز تفاوتها یا نابرابری‌های زیادی می‌بینیم که بر پایه تصورات قالبی جنسی بنا شده است و در این میان زن‌ها بازنده‌اند مثلاً در مقابل کار یکسان زن‌ها کمتر از مردها مزد می‌گیرند (۷۳ درصد حقوقی را که مردها دریافت می‌کنند) زن‌ها خیلی کمتر از مردها شانس دارند که ریاست یک کارخانه را بر عهده بگیرند و در مجموع آنها خیلی کمتر از مردها (حدود ۵ درصد) به پستهای مدیریت می‌رسند (هاپلرن^۲، ۲۰۰۱). پژوهشی که دوکس و رایتمن^۳ (۱۹۸۴) انجام داده نشان داد که بسیاری از تفاوت‌های جنسی قابل انطباق می‌باشند فرضاً مردم باور ندارند که مرد

^۱ -Rathus

^۲ -Haplern

^۳ -Deaux and Wrightsman

قویتر از زن باشد بلکه امروزه عمدتاً بر روی خود شخص قضاوت می‌شود نه جنسیت او. در تحقیقی که توسط آفازاده (۱۳۷۳، نقل از حسن زاده، ۱۳۷۹) نشان دادند که آزمودنیهای دختر و پسر تحت تاثیر تصورات قالبی مربوط به جنسیت نبودند و جنسیت نویسنده به عنوان یک متغیر مستقل نتوانسته است نمره‌گذاری آنها را تحت تاثیر خود قرار دهد. در بازنگری نگرشها و فرهنگ جوامع در قبال جایگاه زنان بویژه جایگزین دیدگاه‌های جدید با تصورات قالبی و نگرشهای سنتی درباره آنان منابع آموزشی به عنوان مهمترین ابزار مطرح هستند. بنابراین ضروری است با اتخاذ تمهیدات لازم جهت بهبود تصورات قالبی اجتماعی زمینه مشارکت فعال زنان را در عرصه‌های مدیریتی کشور فراهم آوریم. با توجه به نتیجه فرضیه یک، نظر به اینکه زنان تمایل زیادی به پیشرفت سازمانی دارند، پیشنهاد می‌شود که میدان عمل بیشتری به آنان داده شود و زمینه مشارکت بیشتر آنان فراهم شود. و شایسته سالاری به جای جنسیت ملاک انتخاب قرار گیرد. در غیر این صورت سرمایه‌گذاریهایی که در بخش آموزش، پژوهش و... هزینه می‌شود با عدم به کارگیری زنان عملاً به هدر خواهد رفت. به نظر می‌رسد که جامعه‌ها و گروه‌ها همواره سعی در هم‌نوا و هم‌رنگ کردن افراد با خود دارند ظاهراً این جوامع و گروه‌ها به افراد ناهم‌نوا چندان روی خوش نشان نمی‌دهند و به صورتهای مختلف از قبیل طرد و منزوی کردن و ندادن امتیازات با حقوق اجتماعی و حتی تنبیه مستقیم با افراد ناهم‌نوا روبه رو می‌شوند (لوین^۱، ۱۹۸۰، نقل از کوهن^۲، ۲۰۰۱). اگرچه از این تعریف جنبه منفی استنباط می‌شود اما هم‌نوايي با گروه و همچنین ناهم‌نوايي با گروه می‌تواند هم مثبت باشد و هم منفی. بر مبنای آزمایشهای اولیه، روانشناسان اجتماعی به این نتیجه‌گیری رسیده بودند که زنان بیشتر از مردان هم‌نوايي می‌کنند.

اما تحقیقات جدیدتر، تفاوت دوجنس را از نظر هم‌نوايي پیچیده‌تر از آن نشان داد که در آغاز تصور می‌شد بکر^۳ (۱۹۸۶)، وایگلی و وود^۴ (۱۹۸۵) معتقدند

^۱ -Lewin

^۲ -Cohen

^۳ -Becker

^۴ -Eagly and Wood

که وقتی در آزمودنیها این باور را به وجود آوردند که دارند آنها را مشاهده می‌کنند، زنان بیشتر همنوایی می‌کنند تا زمانی که پاسخ آنها در یک موقعیت، خصوصی‌تر و بدون مشاهده شدن اعلام می‌شود. ایگلی (۱۹۸۷) معتقد است که مردان در برابر جمع سعی می‌کنند استقلال رای و ابراز وجود نشان دهند و زنان کوشش دارند نقشی ملایم‌تر و مطیع‌تر را ایفا کنند. اما ذکر این نکته ضروری است که همنوایی را می‌توانیم محصول کوشش شخص برای حل مسائل و رسیدن به نتایجی در مورد محیط و اوضاع و احوال اطراف خویش بدانیم و آن را همیشه منفی و بد تلقی نکنیم. تصورات قالبی انتظارهای زنان را تعیین می‌کنند و تصورات قالبی سلامت روانی و روابط متقابل زنان را تحت تاثیر قرار می‌دهند. بنابراین پیشنهاد می‌شود با کاهش نابرابری جنسیتی در بازار کار و زندگی سیاسی-اجتماعی زنان و ایجاد مشارکت بیشتر زنان در تصمیم‌گیری و پرهیز از تفکیک جنسی و ارائه پیشرفتهای به دست آمده توسط زنان در مشاغل مدیریتی و تخصصی و افزایش مشارکت زنان در آموزش عمومی و حرفه‌ای و استراتژی‌هایی که به توانایی‌های زنان در کسب مشاغل مدیریتی کمک می‌کند و شناسایی موانعی که در محیط کار باعث توقف زنان در پیشرفت سازمانی می‌شود و همچنین با ارائه خط‌مشی، برنامه‌ها و ابتکارهایی که در سطح کلان به ارتقای زنان کمک می‌کند و نیز اقدامات بین‌المللی در این خصوص، تصورات قالبی اجتماعی را بهبود ببخشیم.

منابع:

- حسن زاده، رمضان (۱۳۷۹). فرا تحلیلی بر موانع و مشکلات روانی- اجتماعی پیشرفت زنان، مقاله ارائه شده در همایش مسائل اجتماعی استانداری استان مازندران، ۲۷-۲۸ اسفند ماه.
 - حشمتی، نرگس (۱۳۸۱). بررسی موانع پذیرش زنان در پستهای سطوح میانی مدیریت در آموزش و پرورش استان مازندران. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده مدیریت آموزشی، مرکز آموزش مدیریت دولتی استان مازندران.
 - راتوس اسپنسر (۱۳۷۹). روانشناسی عمومی. (حمزه گنجی، مترجم). تهران: نشر ویرایش.
 - شجاعی، زهرا (۱۳۸۳). ریحانه، فصلنامه فرهنگی و پژوهشی مرکز امور مشارکت زنان، شماره ۶، بهار.
 - کریمی، یوسف (۱۳۸۷). روانشناسی اجتماعی، تهران: نشر ارسباران.
 - گنجی، حمزه و حسن زاده، رمضان (۱۳۸۶). روانشناسی اجتماعی در تعلیم و تربیت، تهران، انتشارات سخن.
 - لطفی، حمید (۱۳۷۲). بررسی رابطه منبع کنترل و حمایت اجتماعی و باهمرنگی اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی علامه طباطبایی.
 - مجتبوی دلوی، آذرمدخت (۱۳۷۵). تاثیر نگرش مدیران نسبت به ارتقاء شغلی زنان در سطوح مدیریت، پایان نامه کارشناسی ارشد.
 - موسوی خامنه، مرضیه (۱۳۷۰)، نقش زنان در فرآیند توسعه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- Becker, B.J. (1986). Influence again: Another look at studies of gender differences in social influence. In J.S. Hyde and M. Linn (Eds.), *The psychology of gender: Advances through meta analysis*. Baltimore: Johns Hopkins University press.
 - Cohen, A R., Fink, S.L., Gdon, H, Willit, R.D. (2001). *Effective behavior in Organization*. by McGraw- Hill.
 - Cummings, T.G. & Worley C.G. (2001). *Essentials of Organization Development & change*. by south - western college publishing.
 - Deaux, K. & Wrightsman, L.S. (1984). *Social Psychology in the 80's*. Monterey, Cal: Brooks/Cole.

-
- Eagly, A.H., & Wood, W.(1985).Gender and influeneability: stereotype versus behavior. In V.E.O'Leary, R.K.Unger, and B.S.Wallston (Eds.), Women, gender, and Social Psychology. Hillsdale.NJ: Earlbaum.
 - Eagly, A.H. (1987).Sex differences in social behavior: A social role interpretation.Hillsdale.NJ: Erlbaum.
 - Haplern, D., (2001). Cognitive sex differences. Www. APA. Org.
 - Lawson, R.B. & Shen, Z. (1998). Organizational Psychology: Foundations & Applications. By Oxford university press.
 - Matlin, Margertw. (1987). The Psychology of woman. By McGraw- Hill.
 - Sabbatini, R.M. E. (2002). Are there differences between the brains and females? Www. APA. Org.
 - Weiten .W. (1999) .Psychology themes and variation, California wads worth Inc.

