

گرایش زنان به پیشرفت سازمانی

Women's Tendency towards Organizational Achievement

Azam Vaziri Nasab

Islamic Azad University, Zarand branch
hadaf87@yahoo.com

اعظم وزیری نسب

عضو هیأت علمی گروه روانشناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زرنند
کرمان

چکیده

Abstract

Aim: The present study aims at assessing the educated women's tendency toward organizational achievement and determining its sociological factors. **Method:** Through carrying out a survey method a sample of 450 women were selected from among a larger population of 1264 employees working in the educational offices who were selected using cluster sampling and responded to the questionnaire. In order to analyze the data, two statistical methods (descriptive and inferential) were used. **Results:** Results demonstrated that there is no significant relationship between conformity, social stereotypes and educated women's tendency towards organizational achievement. Moreover, no significant between-group difference was observed regarding the above-mentioned variables. Overall, results find support for women's pronounced tendency towards organizational achievement.

هدف: هدف از این تحقیق بررسی میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی و تعیین عوامل جامعه شناختی در این زمینه است. **روش:** در پژوهش حاضر، از روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. جامعه ی آماری این تحقیق را کلیه ی بانوان فرهنگی سطح استان کرمان اعم از معلمان و مدیران و کارکنان زن شاغل در سازمان آموزش و پرورش را تشکیل می دهد که جمعا ۱۲۶۴ نفر می باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه برحسب نسبت ۴۵۰ نفر به دست آمد. از روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شد. در این تحقیق برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه ها از روایی و پایایی مناسب برخوردارند. برای تحلیل داده ها دو روش آماری (توصیفی و استنباطی) به کار رفت. **نتایج:** یافته ها نشان داد که ۱- بین همنوایی و میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود ندارد. ۲- بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود ندارد. ۳- سهم هریک از عوامل جامعه شناختی (همنوایی، تصورات قالبی) در میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است. ۴- بین دو گروه از بانوان (باگرایش به پیشرفت بالا و پایین) در متغیرهای یاد شده تفاوت وجود ندارد. نتایج این تحقیق نشان داد که زنان گرایش زیادی به پیشرفت سازمانی دارند، پیشنهاد می شود که میدان عمل بیشتری به زنان داده شود و زمینه ی مشارکت بیشتر آنان فراهم شود. و شایسته سалاری به جای جنسیت ملاک انتخاب قرار گیرد.

Keywords: Organizational Achievement, Conformity, Social Stereotypes, Educated Women.

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

مقدمه

از اوایل قرن حاضر جهان بایک پدیده‌ی اجتماعی اقتصادی به نام مشارکت اقتصادی زنان در مشاغل خارج از خانه رو به روشده است. وضعیت اشتغال زنان در ایران مشابه با کشورهای در حال توسعه در وضعیت مطلوبی نیست، همواره زنان فرصت‌های شغلی کمتری دارند و غالباً در بخش غیررسمی با اندک دستمزد مشغول به کارند. در واقع می‌توان گفت، طبق آمار ۱۳۷۵، تنها ۱۲/۱ درصد زنان ده ساله و بیشتر کشور ایران از نظر اقتصادی فعالند که بیشترین فعالیت را در بخش خدمات (۴۵/۸ درصد) و در بخش صنعت حدود (۱۶/۷ درصد) اشتغال دارند. حدود ۷۱ درصد شاغلان بخش خدمات در گروه‌های آموزشی، بهداشت و مددکاری مشارکت دارند. بیشترین شاغلان زن در گروه حقوق بگیران قرار دارند (۶۰ درصد) و تنها ۱/۹ درصد شاغلان کارفرما هستند. زنان شاغل بیشتر در نقاط شهری (۵۶ درصد) سکونت دارند و در گروه سنی ۲۹-۲۵ سال هستند و پس از آن گروه عمده‌ای به ازدواج و پرورش فرزند و به طور کلی امور خانواده مشغول می‌شوند. با توجه به اینکه نرخ فعالیت ایران نسبت به کشورهای دیگر بسیار پایین است (۴۳/۶ درصد)، این امر در مورد زنان (۱۵ درصد) و در مورد فعالیت مردان (۷۱ درصد) است. نرخ بیکاری جمعیت نیز روز به روز فزونی می‌گیرد به طوری که حدود (۲۶/۱ درصد) جمعیت زنان فعال مناطق شهری بیکارند (حسن زاده، ۱۳۷۹). نرخ بیکاری زنان تحصیلکرده خصوصاً در سال‌های اخیر مرتباً رو به افزایش است. روند دینامیکی هر جامعه‌ای بر اساس پیوند ساز و کار و ارگانیزم آن جامعه شکل می‌گیرد. در جوامع کنونی جهان که نه تنها ارگانیزم، که ساز و کار حاکم نیز تابعی از نگرش ناخودآگاه مردسالارانه یا دست کم «مردانه‌نگری» است. از جزیی‌ترین نهادها تا ارکان اصلی نیز به دور از این نگرش نیست. و نسبت معکوس بالا رفتن مقاطع تحصیلی و درصد مسئولان زن خود نمونه‌ی بارز این مساله است. حال باید این نکته را دریافت که ریشه‌ی اصلی در کجاست؟ در سال‌های اخیر روانشناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان به موضوعات وابسته به جنسیت توجه زیادی کرده‌اند (ماتلین، ۱۹۸۷). در غالب تحقیقات انجام یافته به بررسی موانع متعددی که در برابر پیشرفت زنان وجود دارد پرداخته شد اما در کمتر تحقیقی و مقاله‌ای به این موضوع پرداخته شد که با وجود تمام مسائل و شرائط موجود آیا اساساً، زنان تمایلی به پیشرفت سازمانی از خود نشان می‌دهند، آیا زنان خودشان مایل به پیشرفت سازمانی هستند و یا رغبتی از خود نشان نداده و انگیزه‌ی کافی را برای پیشرفت سازمانی ندارند؟

پژوهش‌های اولیه در مورد انگیزه‌ی پیشرفت نشان می‌دهد که نیاز به پیشرفت در زنان نسبت به مردان پایین‌تر است و نیز مدارک و شواهد نشان می‌دهد که زنان پیشرفت را متفاوت از مردان ادراک می‌کنند و کمتر پیشرفت می‌کنند. پژوهشگران و روانشناسان اجتماعی در شگفتند که چرا زنان به تخصص‌های بالاتر کمتر وارد می‌شوند و در صورت وارد شدن کمتر موفق می‌شوند آیا به خاطر این است که توانائی کمتری دارند، نیاز به پیشرفت پایینی دارند، یا گرفتار تبعیض‌اند (وایتن^۱، ۱۹۹۹). در جامعه‌ی ما علی‌رغم تاکید بر حضور فعال زنان در عرصه‌های اجتماعی، مدیریتی و جلب مشارکت آنان در سایر زمینه‌ها 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 رده‌های معاونان و ادارات کل نیز بیانگر این واقعیت است که تعداد بانوان فرهنگی که موفق به احراز پست‌های ستادی گردیده‌اند از انگلستان دست فراتر نمی‌رود. لذا این مساله مطرح است که علت این حضور کم‌رنگ چیست؟ 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، علوم ریاضی و طبیعی و تعداد زنانی که به هیات 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

^۱ weiten

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 جنبه‌ی مثبت و هم جنبه‌ی 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 مثلاً، نگهداری کودکان، فراهم کردن رفاه، و بهزیستی و حفظ بهداشت روانی و جسمانی آنها از نیازها و الزامات مدیریت کنونی در سازمان‌ها است (کومینگر و ورلی^۲، ۲۰۰۱). و آخر آنکه بر اساس مصاحبه‌های انجام شده با بانوان فرهنگی به ویژه مشاور بانوان در امور فرهنگی سازمان آموزش و پرورش دو نکته قابل توجه و به عنوان مسأله‌ی تحقیق مورد نظر محققان می‌باشد. اولاً میزان تمایل بانوان فرهنگی در مورد پست‌های مدیریتی مشخص نیست. ثانیاً تاکنون تحقیق و سابقه‌ی پژوهش در مورد گرایش بانوان فرهنگی و ارتباط عوامل جامعه‌شناختی با آن وجود ندارد. بحث اساسی که امروزه ذهن اندیشمندان اجتماعی، اقتصادی را همواره به خود مشغول داشته است، بحث توسعه و میزان بهره‌گیری منابع انسانی هر جامعه از فرصت‌های مناسب توسعه است. برپایه‌ی 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. گرچه میزان نقش و مشارکت آنها در بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی جامعه در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد لکن میزان حضور آنها در بخش وسیعی از فعالیت‌های دیگر جامعه از جمله تصمیم‌گیری، مدیریت و... با تنگناهای اساسی هموار بوده و هست علی‌رغم اینکه اهمیت و ضرورت مشارکت زنان در این بخش (مدیریت و تصمیم‌گیری) بر کسی پوشیده نیست و اکثر صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران جامعه به آن تاکید داشته و دارند؛ لکن این میزان حضور کم رنگ بوده و در حد سخن 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 گرایش و تمایل بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی و ارائه‌ی راهکاری بر اساس آن دست یافت. نتایج تحقیق می‌تواند به مسئولان 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 موثری 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^۳ واقعی را متحول کرد این پارادایم در جهان واقعی و در طول تاریخ فقط ۴۲ زن توانسته‌اند به منصب حاکم یا رئیس جمهور یا نخست‌وزیر دست یابند زنان را مدیران قرن بیست و یکم نام نهاده‌اند زیرا تا قرن بیستم و در این قرن تمامی توان جنبش اجتماعی زنان 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 زاییده‌ی نگرش‌ها و تاریخ است نه واقعیت طبیعی و جنسیتی زنان (شجاعی، ۱۳۸۳). تلاش برای تغییر در سازمان با هدف تغییر نظم جنسیتی، اغلب ابتکارات ناشی از فرصت‌های برابر نامیده می‌شوند، هر چند اصطلاحات دیگر نیز به کار می‌رود. و در بسیاری موارد این مسئله نشانه‌ی زمینه‌ای از تغییر است که در

¹ Lawson & Sheen

² Cummings & Worley

³ Paradigm

آن از آگاهی از تغییرات جنسیتی در تعریف مشکلات و راه حل‌ها استفاده می‌شود. تحقیقات درباره‌ی 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 امروز ایجاب می‌کند که مقوله‌های اساسی ملی بررسی مستمر راهبردی کاربردی شود تا امکان نقد و اصلاح و حل ریشه‌ای موضوعات را فراهم سازد.

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 کنترل‌کننده‌ی رفتارشان است، اطلاق می‌شود (کریمی، ۱۳۸۷). مضمون تصور قالبی در مطالعه‌ی عقاید اهمیت بسیار دارد. والتر لپمن در کتاب «عقاید عمومی» می‌گوید تنها یک قسمت از مفهومی که از شیء داریم از محسوسات بلا فصل یا ذخیره‌ی ذهن ما تشکیل شده است. بقیه‌ی را تصورات ما درباره‌ی طبقه‌ای که شیء به آن (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. جامعه‌شناسان و روانشناسان اجتماعی معتقدند یکی از دلایل عدم پیشرفت وجود تصورات قالبی و باورهای اجتماعی و فرهنگی است. در این پژوهش چهار فرضیه مورد آزمون قرار گرفته است.

- ۱- بین هم‌نوایی و میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد. ۲- بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد. ۳- سهم هر یک از عوامل جامعه‌شناختی (هم‌نوایی، تصورات قالبی اجتماعی) در میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است. ۴- بین دو گروه از بانوان (با گرایش به پیشرفت بالا و پایین) در متغیرهای یاد شده تفاوت وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش یا تحقیق پیمایشی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق راکلیه‌ی بانوان فرهنگی سطح استان کرمان اعم از معلمان و مدیران و کارکنان زن شاغل در سازمان آموزش و پرورش تشکیل می‌دهد که جمعا ۱۲۶۴ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه بر حسب نسبت یا برای یک متغیر کمی تعداد برآورد می‌شود. و فرمول آن بدین شکل می‌باشد.

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

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

$$n = 450$$

در این تحقیق به دلیل حجم زیاد جامعه‌ی آماری و کثرت پرسشنامه‌ها شهرستان‌های رفسنجان، شهربابک، راور و کرمان با استفاده از روش نمونه‌گیری ساده انتخاب گردیدند و پس از آن با روش خوشه‌ای، مدارس آنها انتخاب و پرسشنامه در بین آزمودنی‌ها توزیع گردید. برای گردآوری اطلاعات از روش پرسشنامه استفاده شد.

¹ Hoock

² Sabbatini

برای تعیین میزان تمایل بانوان به پیشرفت سازمانی پرسشنامه‌ای شامل ۲۶ سوال در قالب ۵ گزینه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، کم، خیلی کم، نمی‌دانم) که هر یک به ترتیب نمرات (۱-۲-۳-۴-۵) را کسب می‌کنند، استفاده شد. برای تعیین میزان گرایش بانوان به پیشرفت سازمانی، هر یک از پرسشنامه‌ها جمع‌آوری شد. براساس پاسخ آنها، اگر فردی امتیاز $۲۶ \times ۵ = ۱۳۰$ را بیاورد حداکثر میزان تمایل را دارد. و اگر $۲۶ \times ۱ = ۲۶$ را بیاورد حداقل میزان تمایل دارد که از ۴۵۰ پرسشنامه‌ای که در بین آزمودنی‌ها توزیع شد و پرسشنامه‌ها را بر اساس کمترین میزان تمایل تا بیشترین مرتب گردید و پس از آن پرسشنامه‌ها پس از جمع‌آوری به سه دسته تقسیم شد. ۲۵ درصد از افراد که کمترین میزان تمایل را داشتند و ۲۵ درصد از افرادی که بیشترین میزان تمایل را داشتند با هم مقایسه گردیدند که با احتساب نمره‌ی (۴ و ۵) برای زیاد و خیلی زیاد، آن دسته از پرسشنامه‌هایی که نمره‌ی آنها $۱۰۴ \leq$ است دارای تمایل بالا و آن دسته از پرسشنامه‌ها با احتساب (۳ و ۲) برای (کم و خیلی کم) نمره‌ی آنها $۷۸ \leq$ به دست آید کمترین میزان گرایش را نشان دادند.

برای اندازه‌گیری تصورات قلبی اجتماعی از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. که 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 (۱، ۲، ۳، ۴، ۵) را دریافت می‌نمودند نمره‌گذاری می‌شود. بنابراین افرادی که نمره‌ی ۳۰ را بگیرند دارای بهترین تصورات قلبی و افرادی که نمره‌ی ۵ را بگیرند کمترین تصورات قلبی هستند. برای اندازه‌گیری هم‌نواپی از پرسشنامه‌ی هم‌نواپی ل - ۷۲ استفاده شد. در این آزمون ۵۵ جمله درباره‌ی چگونگی روابط با دیگران ارائه شده است که در 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 در سال (۱۳۷۲) توسط لطفی با عنوان بررسی رابطه‌ی منبع کنترل و حمایت اجتماعی با هم‌رنگی اجتماعی انجام گرفت طی پیش آزمون و پس آزمون پایایی آن ۹۴٪ و روایی آن ۵۷٪ به دست آمد.

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 نرم افزار SPSS کمک گرفته شد.

توصیف و تحلیل داده‌ها

جدول ۱: توزیع فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب میزان گرایش بانوان به پیشرفت سازمانی

گزینه‌ها	فراوانی	در صد فراوانی
زیاد	۱۹۹	۴۴/۸
متوسط	۲۲۱	۵۰/۲
کم	۳۰	۵
جمع	۴۵۰	۱۰۰

همان‌طور که در جدول (۱) ملاحظه می‌شود تنها ۳۰ نفر از آزمودنی‌ها یعنی ۵ درصد از آنها گرایش‌شان به پیشرفت سازمانی کم است، حال آنکه ۱۹۹ نفر از دارای تمایل زیاد بودند یعنی ۴۴/۸ درصد از آنها مایل به پیشرفت زیاد می‌باشند و ۲۲۱ نفر (۵۰/۲ درصد) از آنها دارای تایل متوسط نسبت به پیشرفت سازمانی می‌باشند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که غالباً (۹۵ درصد) دارای تمایل به پیشرفت سازمانی می‌باشند.

فرضیه ۱: بین میزان هم‌نواپی و میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۲: خلاصه‌ی تحلیل آماری فرضیه اول

متغیرها	تعداد (N)	ضریب همبستگی پیرسون
همنوایی	۴۵۰	۰/۱۸۸
Sig (2-tailed)		۰/۰

پیشرفت سازمانی

همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد: چون ضریب همبستگی محاسبه شده ($r=0/188$) در سطح اطمینان $0/099$ ($\alpha=1\%$) از ضریب همبستگی جدول بحرانی کوچکتر است؛ بنابراین، فرضیه ی صفر رد و فرضیه ی تحقیق تایید می‌شود. نتیجه می‌گیریم که رابطه معنی‌داری بین میزان گرایش بانوان فرهنگی و همنوایی شان وجود دارد.

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

جدول شماره ۳: خلاصه‌ی تحلیل آماری فرضیه دوم

متغیرها	تعداد (N)	ضریب همبستگی پیرسون
تصورات قالبی	۴۵۰	۰/۰۷۵
Sig(2-tailed)		۰/۰۵۳

پیشرفت سازمانی

همان‌طور که جدول شماره ۳ نشان می‌دهد: چون ضریب همبستگی محاسبه شده ($r=0/075$) در سطح اطمینان $0/099$ ($\alpha=1\%$) از ضریب همبستگی جدول بحرانی کوچکتر است؛ بنابراین، فرضیه صفر تایید و فرضیه تحقیق رد می‌شود. نتیجه می‌گیریم که بین تصورات قالبی و میزان گرایش بانوان فرهنگی رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

فرضیه ۳: سهم هریک از عوامل جامعه‌شناختی (همنوایی و تصورات قالبی اجتماعی) در میزان گرایش بانوان فرهنگی به پیشرفت سازمانی متفاوت است.

جدول شماره ۴: خلاصه تحلیل آماری (رگرسیون) فرضیه ی 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 از طریق مدل رگرسیون نشان داده است که تنها دو متغیر در پیشرفت سازمانی سهم موثری دارند چرا F بدست آمده از بررسی برابر $36/11$ از F جدول با درجه سازی ۲ و ۵۹۷ در سطح اعتبار $0/05$ 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) فرضیه ی سوم

متغیرها	مقدار همبستگی	ضریب تعیین سهم
۱- همنوایی	۰/۱۸۸	۳۲
۲- تصورات قالبی	۰/۰۷۵	۰/۱۵۸

همان‌طوری که جدول (۴) نشان می‌دهد مقدار سهم هر یک از دو متغیر فوق چندان زیاد نیست، چرا که $0/158$ از سهم متغیر مربوط به تاثیر تصورات قالبی مشاهده شد و $0/32$ تاثیر متغیر همنوایی و حدود ۹۰ درصد از بقیه تاثیرات متوجه متغیرهایی می‌باشد که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

فرضیه ۴: هم‌نوایی دو گروه از بانوان با گرایش به پیشرفت بالا و پیشرفت پایین متفاوت است.

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

گروه‌ها	تعداد (N)	میانگین	S. D	df	t
تمایل به پیشرفت بالا	۱۵۰	۶۲/۳۳۳	۲۳/۷۱۴۹	۲۹۸	۰/۵۴۳
تمایل به پیشرفت پایین	۱۵۰	۶۴/۳۳۳	۳۰/۱۱۹		

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

فرضیه ۵: تصورات قالبی دو گروه از بانوان با گرایش به پیشرفت بالا و پایین متفاوت است.

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

گروه‌ها	تعداد (N)	میانگین	S.D	df	t
تمایل به پیشرفت بالا	۱۵۰	۱۶/۰۲۰	۶/۴۶۵۷	۲۹۸	۰/۲۳۱
تمایل به پیشرفت پایین	۱۵۰	۱۵/۸۴۶	۶/۵۳۵۱		

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

بحث و نتیجه‌گیری

میزان گرایش زنان به پیشرفت سازمانی نشان داد که تنها ۵ درصد از آزمودنی‌ها میزان گرایش شان به پیشرفت سازمانی کم است و ۵۲/۵ درصد دارای گرایش متوسط و ۴۷/۵ درصد دارای گرایش زیاد به پیشرفت سازمانی می‌باشند. تحقیق حشمتی در سال ۱۳۸۱ حاکی از آن است که مدیران زن انگیزه‌ی پیشرفت شغلی دارند. تحقیق مجتبی‌وی در سال ۱۳۷۵ نشان داد که نگرش مدیران نسبت به جنسیت (زن بودن) آن است که جنسیت زنان مانع ارتقاء شغلی آنان به سطوح مدیریت می‌شود. با توجه به موارد مطروحه بین نتایج حاصله از سوال شماره‌ی یک که میزان گرایش بانوان فرهنگی را به پیشرفت سازمانی زیاد به دست آورد با نتایج تحقیقات دیگر که به بررسی موانع پیشرفت آنان پرداخته است می‌توان چنین بیان نمود که ضروری است به زنان با توجه به گرایش شان 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 بیشتر کرد و ملاک انتخاب مدیران را بر اساس شایسته‌سالاری قرار داد نه جنسیت.

یافته‌های تحقیق نشان داد که رابطه‌ی معناداری بین تصورات قالبی اجتماعی و میزان گرایش 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 بنا به الگوهای پذیرفته شده‌ی فرهنگی - اجتماعی در قالب جنسیت خویش گرفتار آمده‌اند 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 سال‌های اخیر با پذیرش بیش از ۶۰ درصد از آنها در دانشگاه‌ها هنوز با سقف‌های شیشه‌ای نامرئی مواجه‌اند که مانع از دستیابی آنان به پست‌های مدیریتی می‌شود. ام‌طبق تحقیق حاضر مسائل ذکر شده نتوانسته است روی میزان گرایش 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 مارا تحت تاثیر قرار می‌دهد زانی 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 ناکامی قرار می‌گیرند (راتوس^۱، ۱۳۷۹).

در بازار کار نیز تفاوت‌ها یا نابرابری‌های زیادی می‌بینیم که بر پایه‌ی 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 رایتسمن^۳ (۱۹۸۴) انجام دادند نشان داد که بسیاری از تفاوت‌های جنسی قابل انطباق می‌باشند فرضاً مردم باور ندارند که مرد قوی‌تر از زن باشد بلکه امروزه عمدتاً بر روی خود شخص قضاوت می‌شود نه جنسیت او.

در بازننگری نگرش‌ها و فرهنگ جوامع در قبال جایگاه زنان بویژه جایگزین دیدگاه‌های جدید با تصورات قالبی و نگرش‌های سنتی درباره‌ی آنان منابع آموزشی به عنوان مهمترین ابزار مطرح هستند. بنابراین ضروری است با اتخاذ تمهیدات لازم جهت بهبود تصورات قالبی اجتماعی زمینه‌ی مشارکت فعال زنان را در عرصه‌های مدیریتی کشور فراهم آوریم. با توجه به نتیجه‌ی فرضیه‌ی یک، نظر به اینکه زنان گرایش زیادی به پیشرفت سازمانی دارند، پیشنهاد می‌شود که میدان عمل بیشتری به آنان داده شود و زمینه‌ی مشارکت بیشتر آنها فراهم شود. 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 جامعه و گروه‌ها همواره سعی در هم‌نوای 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 مزوی کردن و ندادن امتیازات با حقوق اجتماعی و حتی تنبیه مستقیم با افراد ناهم‌نوا رو به رو می‌شوند (کوهن^۴، ۲۰۰۱). اگر چه از این تعریف جنبه‌ی 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 نتیجه رسیده بودند که زنان بیشتر از مردان هم‌نوايي می‌کنند.

تحقیقات جدیدتر، تفاوت دو جنس را از نظر هم‌نوايي پیچیده‌تر از آن نشان داد که در آغاز تصور می‌شد. بکر^۵ (۱۹۸۶)، و ایگلی^۶ (۱۹۸۵) معتقدند که وقتی در آزمودنی‌ها این باور را به وجود آوردند که دارند آنها را مشاهده می‌کنند، زنان بیشتر هم‌نوايي 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 هم‌نوايي را می‌توانیم محصول مشترک 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. بنا بر این 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 ارائه‌ی پیشرفتهای

¹ Rathus

² Haplerm

³ Deaux and Wrights man

⁴ Cohen

⁵ Becker

⁶ Eagly

به دست آمده توسط زنان در مشاغل مدیریتی و تخصصی و افزایش مشارکت زنان در آموزش عمومی و حرفه ای 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 ارائه‌ی 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، ر. (۱۳۷۹). فراتحلیلی بر موانع و مشکلات روانی-اجتماعی پیشرفت زنان، مقاله ارایه شده در همایش مسائل اجتماعی استانداری استان مازندران، ۲۷-۲۸ اسفند ماه.
- راتوس، ا. (۱۳۷۹). روانشناسی عمومی. (حمزه گنجی، مترجم). تهران: نشر ویرایش.
- شجاعی، ز. (۱۳۸۳). ریحانه، فصلنامه فرهنگی و پژوهشی مرکز امور مشارکت زنان.
- کریمی، ی. (۱۳۸۷). روانشناسی اجتماعی، تهران: نشر ارسباران.
- گنجی، ح. (۱۳۸۶). روانشناسی اجتماعی در تعلیم و تربیت، تهران: انتشارات سخن.
- لطفی، ح. (۱۳۷۲). بررسی رابطه منبع کنترل و حمایت اجتماعی و با هم‌رنگی اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد روان شناسی، دانشگاه روان شناسی و علوم تربیتی علامه طباطبایی.
- مجتبوی، آ. م. (۱۳۷۵). نقش زنان در فرایند 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., & Willet, R. D. (2001). *Effective behavior in Organization*. McGraw-Hill.
- Deaux, K., & Wrightsman, L. S. (1984). *Social psychology in the 80th*. Cal: Brooks/Cole.
- Eagle, A. H., & Wood, W. (1985). Gender and influence ability: Stereotype versus behavior. In V. E. O'Leary, R. K. Unger, and B. S. Wallston (Eds.), *Women, gender, and social psychology*. Hillsdale, NJ: Earl Baum.
- Eagle, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social role interpretation*. Hillsdale, NJ: Earl Baum.
- Hap Learn, D. (2001). *Cognitive sex differences*. Org University Press.
- Lawson, R. B., & Sheen, Z. (1998). *Organizational Psychology: Foundations & Applications*. Oxford University Press.
- Matlin, M. (1987). *The psychology of woman*. McGraw-Hill.
- Sabbathini, R. E. (2002). Are there differences between the brains and females? Retrieved from: www.APA.Org.
- Whieten, W. (1999). *Psychology themes and variation*, California Wadsworth Inc.