

## تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره

سعید فرح‌بخش<sup>۱\*</sup>، ایرج نیک‌پی<sup>۲</sup>، راضیه قنبری<sup>۳</sup>

### چکیده

امروزه، یکی از موضوعات اساسی در زمینه توسعه سازمان‌ها، توجه به ایده‌های خلاقانه نیروی انسانی است. قشر عظیمی از جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند، لذا توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه سازمان‌ها ضرورت دارد. هدف از انجام‌دادن پژوهش حاضر بررسی تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان بود. در این مطالعه توصیفی-همبستگی، جامعه آماری را کلیه کارکنان زن واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تشکیل دادند. با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی و براساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۳۰۶ نفر به‌عنوان نمونه از میان کارکنان انتخاب شدند. ابزارهای استفاده‌شده در این پژوهش شامل پرسش‌نامه سقف شیشه‌ای بابایی زکلیکی (۱۳۸۵)، پرسش‌نامه خلاقیت مقیمی و رمضان (۱۳۹۰) و پرسش‌نامه خودپنداره کالیفرنیا (۱۹۸۶) بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار PLS استفاده شد. نتایج نشان داد که سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان تأثیر دارد و همچنین بین این دو متغیر همبستگی منفی وجود دارد. همچنین، نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری نشان می‌دهد که متغیر خودپنداره در رابطه با تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان نقش تعدیل‌کننده دارد.

### کلیدواژگان

ایده‌های خلاقانه، خودپنداره، زنان، سقف شیشه‌ای.

farahbakhsh.s@lu.ac.ir  
nikpay65@yahoo.com  
ghanbary000483@gmail.com

۱. دانشیار گروه علوم تربیتی دانشگاه لرستان  
۲. استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه لرستان  
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه لرستان  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۲۶، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۲۰

## مقدمه

تحولات و دگرگونی‌های جامعه جهانی امروز سازمان‌ها را وادار کرد تا برای بقا در محیط متغیر و بی‌ثبات کنونی به خلاقیت روی آورند و اهداف، گرایش‌ها و علایق خود را در جهت به‌کارگیری خلاقیت هدایت کنند. پیش‌بینی‌ناپذیری روند امور و تحولات آینده، که به قول برخی صاحب‌نظران مهم‌ترین ویژگی عصر اطلاعات است، لزوم توجه به خلاقیت را به‌ویژه در بین مدیران سازمان‌ها افزایش داده است [۱۹]. طبق گفته نوی (۲۰۰۹)، جهان پیشرفته‌ای که امروز در عصر انفجار اطلاعات پیش روی ماست، حاصل توانایی ذهنی اندیشمندان و خلق مداوم ایده‌های نو است. درواقع، می‌توان گفت که عملکرد مطلوب هر سازمان در گرو این است که اقدامات منابع انسانی به نحو احسن عملی و رضایت کارکنان و مشتریان حاصل شود و نوآوری و خلاقیت موجب بهره‌وری بیشتر و درنهایت موفقیت سازمان و کسب شهرت و آوازه بالا در جامعه شود [۲۸]. یکی از تبعات افزایش رقابت‌های موجود بین سازمان‌ها، توجه این سازمان‌ها به نهادینه کردن فرهنگ نوآوری و بروز خلاقیت در محیط‌های کاری خود بوده است [۵۷]. در هر سازمان، مدیر باید ارزش خلاقیت را تشخیص دهد و بداند چگونه قدرت خلاقیت همکارانش را از راه تشویق بالا ببرد و از آن استفاده کند [۶]. او باید آن‌چنان فضایی بیافریند که در آن کارکنان بتوانند به صورت خلاقانه مسئولیت‌های خود را همراه با زیرکی، اعتمادبه‌نفس و مهارت بپذیرند و به انجام برسانند [۴۳]. رازادورسکایا<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) معتقد است که در دنیای امروزی یکی از نیازهای اساسی این است که محیط‌های کاری به گونه‌ای طراحی شوند که کارکنان بتوانند توانایی‌ها و ایده‌های خود را به گونه‌ای منسجم خودسازماندهی کنند [۵۶]. در نتیجه، مدیران برای گسترش خلاقیت، علاوه بر توجه به مهارت‌های فردی، باید به محیط مناسب برای خلق ایده‌های جدید نیز توجه داشته باشند [۴۰]. درواقع، یک سازمان زمانی می‌تواند از این ایده‌ها نهایت استفاده را ببرد که با هریک از کارکنان به‌مثابه یک استعداد و سرمایه رفتار کند و به هریک از آن‌ها، اعم از مرد و زن، فرصت رشد و توسعه را بدهد [۸]. از آنجا که قشر عظیمی از جمعیت جهان و بخشی از نیروی انسانی سازمان‌ها را زنان تشکیل می‌دهند، توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه کشور ضرورت دارد [۲۹]. زیرا زنان پتانسیل بسیار عظیمی جهت مشارکت مثبت و سازنده در سازمان دارند و تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که رهبران زن می‌توانند سهم بسزایی در تغییرات نوآورانه و سودآور داشته باشند [۴۸؛ ۴۹]. اما مطالعات نشان می‌دهد که کشور ما از نظر شاخص مشارکت زنان در مدیریت، که به نسبت درصد زنان متخصص و حرفه‌ای در مجموعه شاغلان کشور و به نسبت سهم درآمد تحقق یافته بیان می‌شود، در وضع نامساعدی قرار دارد [۱۷]. امروزه، تنوع بسیار زیادی در نیروی کار از لحاظ سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و سن وجود دارد. با این حال، باز هم شاهد تبعیض جنسیتی

در انتخاب نیروی کار هستیم [۴۷]. بنابراین، رهبران سازمان‌ها باید بدانند که برای پاسخ به بازار مشتریان و رقابت بین‌المللی در اقتصاد جهانی باید از استعداد زنان و مردان متخصص در همه سطوح استفاده کنند [۲۷]. اما به نظر می‌رسد، به‌رغم آگاهی از تأثیر مثبت و مفید حضور زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، هنوز موانع اساسی در این زمینه وجود دارد. موانعی که می‌توان گفت در اغلب کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، به چشم می‌خورد [۱۵]. در سال‌های اخیر، با افزایش سطح تحصیلات زنان در جامعه، نگرش آن‌ها نیز تغییر کرده است و به اهمیت فرصت‌های ازدست‌رفته آگاه شده‌اند [۳۳]. در این سال‌ها، عواملی مانند گسترش آموزش عمومی، ورود درصد زیادی از زنان به عرصه آموزش عالی، ازدواج دیررس و افزایش هزینه‌های زندگی باعث حضور چشمگیر زنان در عرصه‌های کار و فعالیت شده است. با وجود این و برخلاف افزایش کمی آن‌ها در بازار کار، میزان حضورشان در رده‌های مدیریتی ناچیز است [۳]. این چنین وضعیتی نشان‌دهنده وجود پدیده‌ای به نام «سقف شیشه‌ای»<sup>۱</sup> است. مطالعات انجام شده نشان می‌دهد سقف شیشه‌ای، بسیاری از زنان را از بالا رفتن به سوی پست‌های مدیریتی و رهبری باز می‌دارد [۴۲]. سقف شیشه‌ای، نگرش‌ها و تعصب‌های منفی است که مانع می‌شود تا زنان و گروه‌های اقلیت، ورای یک سطح خاص در سلسله مراتب سازمانی پیش روند [۴۴]. به همین دلیل احراز پست‌های مدیریتی برای زنان بسیار پیچیده و متغیرهای زیادی را در بر می‌گیرد. شناسایی و تشخیص متغیرهای درونی و بیرونی که بر افزایش یا کاهش سطح ایده‌های خلاقانه زنان و دستیابی آن‌ها به پست‌های مدیریتی اثرگذار است بسیار مهم و حیاتی است. یکی از این متغیرهای درونی خودپنداره<sup>۲</sup> آنان است. براساس نظریه‌پردازی‌های جدید، خودپنداره طرح‌واره‌ای چندبعدی است که در آن همه اطلاعات مرتبط به خود جای گرفته است و سطوح مختلفی دارد [۵۱]. اگرچه خودپنداره آیینی تمام‌نمای واقعیت نیست، به نتایجی که یک شخص در زمان گذشته به دست آورده و انتظار دارد در آینده به دست بیاورد مربوط می‌شود [۵۹]. درواقع، خودپنداره هر شخص وسعت میدان فعالیت آن شخص را در زندگی تعیین و کنترل می‌کند [۳۸]. بنابراین، توجه به خودپنداره مدیران و کارکنان و نگرش آن‌ها نسبت به خود در فرایند مدیریت اهمیت خاصی دارد، زیرا این امر به شناخت توانایی‌ها، استعدادها، علایق و انگیزه‌های آن‌ها منجر می‌شود و در عملکرد و میزان موفقیت آن‌ها تأثیر خواهد داشت [۲۳]. وقتی فرد نسبت به کل وجود خود، اعم از ویژگی‌های ظاهری و توانایی‌های ذهنی و جسمی، ادراک و تصور منفی داشته باشد، این برداشت در مجموعه اعمال و رفتارش منعکس و باعث می‌شود در تعامل با دیگران یا در مواجهه با موقعیت‌های محروم‌کننده نتواند سازگاری لازم را از خود نشان دهد [۵]. اما در سازمان‌هایی که مدیران توانایی‌های خود را باور دارند و یک خودپنداره مثبت دارند، میزان خلاقیت، ابتکار و

---

1. glass ceiling  
2. self-concept

مسئولیت‌پذیری برای حل مشکلات بیشتر است. بنابراین، اگر زنان شاغل در پست‌های مدیریتی یا زنانی که به‌عنوان نیروی کار در سازمان‌ها شاغل‌اند، از توانایی‌ها و استعداد خود آگاه نباشند و خودپنداره منفی داشته باشند، سطح ایده‌های خلاقانه آن‌ها کاهش می‌یابد و توانایی دستیابی به سطوح بالاتر سلسله‌مراتب سازمانی را نخواهند داشت. با استناد به پژوهش‌های انجام‌شده در سطح کشور، می‌توان گفت که با وجود تأثیر فراوان خلق ایده‌های نو در ارتقای سازمان، باز هم سطح ایده‌های خلاقانه بین کارکنان، و به‌خصوص کارکنان زن، در ادارات کشور، بسیار پایین است. در این زمینه، نتایج پژوهش نشاط و همکاران (۱۳۹۰) نشان داد که در سازمان‌های کشور حمایت چندان مناسبی از ایده‌های خلاقانه کارکنان صورت نمی‌گیرد و از دید کارکنان موانعی در سازمان وجود دارد که مانع از بروز ایده‌های خلاقانه کارکنان می‌شود [۳۴]. نتایج پژوهش مصطفی (۲۰۰۵) نیز نشان داد که مدیران مرد به‌طور مشخصی در مقایسه با هم‌تایان زن خود رویکردهای مطلوب‌تری به خلق ایده‌های نو دارند [۵۵]. همچنین، نتایج پژوهش نیک‌پی (۱۳۸۲) حاکی از آن بود که زنان شاغل در سازمان آموزش و پرورش استان لرستان برای پذیرش مسئولیت‌های مدیریتی و ستادی با چالش جدی مواجه‌اند [۳۶].

با توجه به مسائل مطرح‌شده و در نظر گرفتن نقش کلیدی واحدهای ستادی ادارات استان در پیشبرد اهداف ملی، هدف از پژوهش حاضر پاسخ به این پرسش است که آیا سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان تأثیر دارد؟ بر این اساس، امید است که با شناسایی موانع ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی سازمان و آزمون تأثیر این موانع بر سطح ایده‌های خلاقانه و خودپنداره زنان شاغل در سازمان‌های استان لرستان، بتوان سازمان‌ها را به سمت فرهنگ نوآوری و خلق ایده‌های جدید سوق داد.

## پیشینه پژوهش

اللهیاری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود به این نتایج دست یافتند که سقف شیشه‌ای بر توانمندی زنان شاغل در سازمان ورزش شهرداری تهران تأثیر مثبت و معناداری دارد و مؤلفه‌های عوامل محیطی نسبت به مؤلفه‌های عوامل فردی نقش بازدارنده‌تری را از دیدگاه مدیران زن و مرد در ارتقای زنان داشته است [۷]. در تحقیقی که روی سازمان‌های ورزشی آذربایجان شرقی انجام شد، نتایج حاکی از آن بود که بین دیدگاه مردان و زنان در مورد سقف شیشه‌ای تفاوت معنادار وجود دارد؛ به گونه‌ای که مردان کمتر از زنان به وجود سقف شیشه‌ای در سازمان اعتقاد داشتند و درنهایت زنان شاغل در این سازمان‌ها از پدیده سقف شیشه‌ای رنج می‌بردند [۱]. در تحقیق دیگری که به بررسی تجربه‌ها و چالش‌های زنان در پست‌های رهبری سازمان پرداخته شد، نتایج نشان داد که باورنداشتن توانایی‌های زنان مدیر، حاکمیت کلیشه‌های منفی در مورد زنان و

فرهنگ مردسالاری، محدودیت‌های عرفی و مذهبی برای فعالیت مدیریتی زنان، همه موجب شده زنان فرصت‌های برابری در انتصابات مدیریتی در مقایسه با همکاران مرد خود نداشته باشند [۲۵]. محمودیان (۱۳۹۲) نیز در مطالعات خود به این موضوع اشاره می‌کند که عدم انتصاب زنان به سطوح بالای مدیریتی ناشی از ویژگی‌های فردی یا کمبود مهارت‌های زنان نیست، بلکه ناشی از عوامل سیاسی، سازمانی، مذهبی-تاریخی، اجتماعی-فرهنگی و نگرشی است [۳۰]. در پژوهش دیگری که روی کارکنان زن بانک ملی شهر تهران انجام شد، نتایج تحقیق نشان داد که مهم‌ترین موانع اجتماعی موجود در دستیابی زنان به موقعیت‌های مدیریتی، مسئولیت‌های خانوادگی زنان، تفکرات قالبی آنان و وجود ملاحظات ارتباطی است [۳۹]. در پژوهش دیگری که از سوی طالقانی و همکاران (۱۳۸۸) انجام شد، نتایج حاکی از آن بود که میان جامعه‌پذیری ناتوان‌انگاری و خودناتوان‌انگاری زنان با کاهش توانمندی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد و سقف شیشه‌ای نیز به‌طور غیرمستقیم و از طریق دو عامل یادشده بر کاهش توانمندی بانوان اثر می‌گذارد [۲۶]. از سوی دیگر، شاه‌طالبی، یارمحمدیان و عجمی (۱۳۸۸) در مطالعات خود چنین اذعان کردند که زنان در آموزش عالی ایران، با وجود موانع متعدد، به ارتقای مهارت‌های مدیریتی و رهبری پرداخته و جایگاه خود را به‌عنوان مدیر موفق تثبیت کرده‌اند. آنان توانسته‌اند دیدگاه منفی جامعه را به سوی نگرش‌های مثبت‌تری نسبت به زنان سوق دهند [۲۲]. در پژوهشی که از سوی سیدجوادی، روشن‌نژاد و یزدانی (۱۳۸۶) انجام شد، نتایج نشان داد که هرچه میزان خودپنداری زنان افزایش یابد، ادراک وجود سقف شیشه‌ای کاهش می‌یابد [۲۱]. زارع و فرهادی (۱۳۸۵) با مروری که بر موانع اشتغال زنان در پست‌های مدیریتی داشته‌اند، به این نتیجه رسیدند که در کنار عوامل بیرونی، عوامل درونی و به‌ویژه فقدان خودباوری (خودپنداره منفی) و اعتمادبه‌نفس، مهم‌ترین موانع بر سر راه اشتغال زنان در سطوح بالای مدیریتی است [۱۶]. بابایی زکیلیکی (۱۳۸۵) نیز نقش موانع اجتماعی-فرهنگی را بیش از عوامل فردی و سازمانی عنوان می‌کند [۹]. در پژوهش دیگری که در زمینه رابطه خودپنداره و موفقیت مدیران شهر رشت انجام شد، نتایج نشان داد که تفاوت معناداری در متغیرهای خودپنداری و موفقیت مدیران و ویژگی‌های فردی آنان یعنی جنسیت (مرد یا زن بودن)، میزان تحصیلات و سابقه مدیریت وجود دارد [۲۳]. جعفری و مایتی در مطالعات خود به این یافته‌ها رسیدند که در کشورهای در حال توسعه زنان سهم اندکی در احراز پست‌های مدیریتی دارند و تبعیض جنسیتی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به نحوی است که حتی زنان آموزش کمتری در زمینه مدیریت سازمان‌ها دارند [۵۰]. در پژوهشی دیگر، نتایج نشان داد که زنان در مشاغل حرفه‌ای موفق شدند جایگاه شغلی خویش را تغییر دهند و همچنین توانسته‌اند بنیان‌گذار مشاغل جدید باشند. بنابراین، می‌توان گفت که پدیده سقف شیشه‌ای تأثیری مثبت و سازنده بر این جریان داشته است [۶۰]. لوقران و دونالد<sup>۱</sup>

نیز در پژوهش خود به این نتایج رسیدند که چشم‌اندازهای جنسیتی در محیط‌های کاری، انقلاب بزرگی را پشت سر گذاشته و تصورات گذشته درباره زنان دستخوش تغییر شده است. امروزه، حضور زنان در استخدامی‌ها افزایش یافته، آنان در پست‌های مدیریتی و ایفای نقش رهبری مشارکت بیشتری دارند و دستمزدهای مناسب‌تری برای زنان در محیط‌های کاری در نظر گرفته شده است. در واقع، سقف شیشه‌ای به‌منزله یک تلنگر، باعث شده زنان به خلاقیت، کارآفرینی و خلق ایده‌های نو در مشاغل قانونی روی آورند [۵۳]. مرادی کفراج و محمدی (۲۰۱۴) در پژوهش خود به این مسئله اشاره می‌کنند که تحت مجموعه‌ای از چالش‌های محدودکننده، از قبیل هنجارها و نگرش‌های منفی در مورد نقش و توانایی‌های زنان، درگیری شدید بین وظایف اداری و خانوادگی و میل فردی، زنان سهم اندکی در کسب مشاغل مدیریتی در سازمان ترویج کشاورزی ایران دارند [۵۴]. در تحقیق دیگری که در کشور کره انجام شد، نتایج حاکی از آن است که در این کشور پدیده سقف شیشه‌ای در بخش مرکزی کشور تأثیر بسیار ضعیفی داشته؛ درحالی که در بخش‌های پیرامونی، مسئله تبعیض جنسیتی به‌چشم می‌خورد [۴۵]. بنابراین، با توجه به نقش کلیدی واحدهای ستادی استان در پیشبرد اهداف ملی و همچنین اهمیت نقش زنان در تحقق اهداف سازمان‌ها، در این پژوهش به بررسی تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان پرداخته شد. با توجه به ادبیات نظری و تجربی سؤالات این پژوهش عبارت‌اند از:

- آیا سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
- آیا سقف شیشه‌ای بر خودپنداره زنان شاغل در ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
- آیا خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
- آیا سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان تأثیر دارد؟

## مبانی نظری

**سقف شیشه‌ای:** این اصطلاح برای نخستین بار در سال ۱۹۸۶ از سوی مجله *وال/استریت* به منظور تشریح موانع نامرئی که زنان را از حرکت به سمت مشاغل و پست‌های بالاتر باز می‌دارند، به کار برده شد [۳]؛ یعنی جایی که زنان می‌توانند بالاتر از جایگاه خود را ببینند، اما امکان دسترسی به آن را ندارند [۱۳]. یکی از نشانه‌های مهم سقف شیشه‌ای، نابرابری جنسیتی در پاداش‌هاست. یکی دیگر از نشانه‌ها هنگامی است که فرهنگ سازمان مانع پیشرفت زنان می‌شود [۳۷]. از این منظر، موقعیت نابرابر زنان در بازار کار، ناشی از یک عامل نیست، بلکه از همگرایی و تعامل پیچیده در میان عوامل متعدد سیاسی، اقتصادی، قانونی، باورهای اجتماعی، عملیات و اقدامات افراد و سازمان‌ها به وجود می‌آید [۲۰]. این چالش‌ها در واقع موانع ارتقای

شغلی زنان به پست‌های مدیریتی تلقی می‌شود که شامل سه دسته کلی، موانع فردی، موانع سازمانی و موانع فرهنگی-اجتماعی‌اند. مروری بر نسبت زنان در کل نیروی کار جهان در سال ۱۹۹۰ نشان می‌دهد که این نسبت در جهان ۳۰ درصد و در ایران ۶ درصد است. این در حالی است که زنان فقط بخش کوچکی از سمت‌های مدیریت را برعهده دارند [۱۰]؛ در حالی که همین تعداد اندک نیز در محیط‌های کاری خویش با مشکلات بسیاری مواجه‌اند [۲۴؛ ۳۵]. همچنین، مطالعات متعدد در بیست سال اخیر در ایران نشان می‌دهد نگرش‌های فرهنگی و کلیشه‌ای منفی، برداشت‌های سطحی و پیش‌داوری‌ها درباره ویژگی‌های احساسی و رفتاری، ویژگی‌های روانی و شخصیتی زنان و تمایل نداشتن خود زنان برای تصدی پست‌های مدیریتی، موانع اصلی ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی است [۲۵].

**ایده‌های خلاقانه:** از آنجا که انسان موجودی صاحب اندیشه و قوه تفکر است، می‌توان تاریخ پیدایی آثار فکری و ایده‌های خلاقانه بشری را با پیدایش بشر هم‌زمان دانست. اما آنچه مهم و اطلاع از آن بسیار کارساز است، بررسی و تعیین تاریخ پیدایی ضوابط مشخص جهت حمایت از آثار اندیشه، حقوق فکری و ایده‌های خلاقانه انسان‌ها در زندگی و محیط کار است [۲۱]. استنبرگ خلاقیت را شامل برقرار کردن ارتباطات جدید، دیدن چیزها از راه‌های جدید و تعریف جدید مسائل می‌داند [۵۲]. استرنبرگ و لوبارت (۱۹۹۶) در قالب نظریه سرمایه‌گذاری خلاقیت، نظریه یکپارچه‌ای را درباره خلاقیت ارائه می‌دهند مبنی بر اینکه خلاقیت به اتصال شش بخش مجزا اما دارای منابع درونی مرتبط نیازمند است و برای ایجاد خلاقیت باید بین عوامل چندگانه فردی و محیطی شامل توانایی‌های عقلی، دانش، سبک‌های تفکر، شخصیت، انگیزش و محیط همگرایی به‌وجود آید. آن‌ها معتقدند انگیزش درونی از عناصر ضروری خلاقیت است. افراد به‌ندرت در یک محیط کار خلاقانه انجام می‌دهند، مگر اینکه واقعاً به آن کار عشق بورزند [۵۲]. تورنس<sup>۱</sup> (۱۹۷۹) خلاقیت را ترکیبی از ۴ عنصر می‌داند:

**سیالیت:** قدرت تولید ایده‌های جدید و فراوان به این معنا که فرد چقدر می‌تواند به‌سرعت ایده‌پردازی کند؛

**انعطاف:** توانایی لازم برای تغییر جهت فکری یا توانایی تولید ایده‌های متنوع است؛

**ابتکار:** توانایی تولید ایده یا محصول نو و بدیع یعنی پاسخ‌های فرد قبلاً دیده نشده باشند و جدید و نو باشند؛

**بسط:** توانایی توجه به جزئیات وابسته به یک ایده است [۴].

**خودپنداره:** برک<sup>۲</sup> (۲۰۰۱) معتقد است خودپنداره مجموعه صفات، توانایی‌ها و نگرش‌هایی است که فرد باور دارد او را توصیف می‌کند. پایه اصلی این خودپنداره عبارت است از احساس

1. Torrance

2. Berk

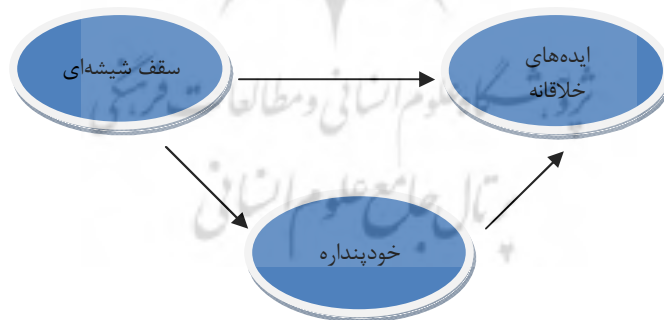
فرد به اندام و بدن خود، تصور از کل بدن، جنسیت و سن [۱۸]. خودپنداره به فرد انسجام می‌بخشد و به ارزیابی او از خودش کمک می‌کند [۱۱]. خودپنداره حرفه‌ای یا شغلی نیز به‌منزله تصور یا احساس فرد درباره خودش به‌مثابه یک شاغل تعریف می‌شود [۴۱؛ ۴۶]. جدیدترین نظریه‌ها نشان‌دهنده حداقل سه سطح خودپنداره است:

**الف) سطح فردی:** طبق گفته مارکوس و کیتایاما<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) نخستین سطح از خودپنداره، خودپنداره فردی است که اطلاعات مرتبط با توانایی‌ها و ضعف‌های افراد است و از لحاظ ماهیت، جهت‌گیری نفع شخصی<sup>۲</sup> دارد. این سطح خودپنداره، از طریق مقایسه توانایی‌ها و ضعف‌های فرد با دیگران، زمینه تضعیف یا تقویت احترام و ارزش به خود را فراهم می‌کند [۱۲].

**ب) سطح ارتباطی:** طبق گفته برور و گادنر<sup>۳</sup> (۱۹۹۶) دومین سطح از خودپنداره، خودپنداره ارتباطی است که افراد بیشتر براساس نوع روابطی که با افراد خاص و نزدیک (در خانواده یا خارج از آن) دارند، خود را داوری می‌کنند. این سطح از خودپنداره از طریق توجه به بهزیستی و رفاه افراد دیگر برانگیخته می‌شود و در صورتی که فرد از خود تصویری متناسب از نظر ارتباط با افراد دیگر داشته باشد، عزت نفس در وی تقویت می‌شود [۱۲].

**ج) سطح جمعی:** سومین سطح از خودپنداره، خودپنداره جمعی است که به موضوع عضویت گروهی بازمی‌گردد. این عضویت ممکن است در محیط کار یا خارج از آن باشد. در این سطح، افراد خود را برحسب وضعیت خود در گروه مرجع تعریف می‌کنند و چنانچه گروه مرجع خود را در مقایسه با دیگر گروه‌ها دارای توانایی‌های محسوس‌تری بدانند، عزت نفس آن‌ها بالا می‌رود [۵۸].

برای نیل به هدف اصلی پژوهش، با توجه به پیشینه نظری و تجربی، الگوی مفهومی پژوهش طراحی شده است.



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش

1. Markus & Kitayama
2. Self-interest
3. Brewer & Gardner



## روش تحقیق

طرح پژوهش در این مطالعه توصیفی از نوع همبستگی، از طریق الگویابی معادلات ساختاری (SEM)<sup>۱</sup> است. الگویابی معادلات محقق را قادر می‌سازد تا مجموعه‌ای از معادلات رگرسیونی را هم‌زمان بیازماید. در این پژوهش، جامعه آماری عبارت بود از همه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان که تعداد آن‌ها ۲۰۳۱ نفر بود. حجم نمونه با مراجعه به جدول کرجسی و مورگان ۳۲۲ نفر محاسبه شد. از بین ۳۲۲ پرسش‌نامه، ۳۰۶ پرسش‌نامه به دست محقق رسید. روش نمونه‌گیری نیز طبقه‌ای نسبی بود. انتخاب نمونه به این ترتیب بود که کلیه سازمان‌ها و ادارات کل را در چهار طبقه، خدماتی، اقتصادی، آموزشی-فرهنگی و سیاسی-امنیتی جای داده و از هر طبقه به تناسب جمعیت نمونه انتخاب شد. ابزار گردآوری داده در این پژوهش پرسش‌نامه است. برای سنجش سقف شیشه‌ای از پرسش‌نامه سقف شیشه‌ای که بابای زکلیکی (۱۳۸۵) تدوین کرده است، استفاده شد. این پرسش‌نامه ۱۵ ماده دارد که در آن موانع ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی به سه دسته کلی، موانع فردی، موانع سازمانی و موانع اجتماعی-فرهنگی دسته‌بندی شده و پاسخ‌های مقیاس از «۱» کاملاً مخالفم تا «۵» کاملاً موافقم تنظیم شده است. به منظور سنجش میزان خلاقیت کارکنان از پرسش‌نامه خلاقیت سازمانی، که مقیمی و رمضان (۱۳۹۰) تدوین کرده‌اند، استفاده شد [۳۲]. این پرسش‌نامه از ۱۲ ماده تشکیل شده است. هر ماده یک مقیاس پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) دارد و نمره‌گذاری آن از ۱ تا ۵ است. برای سنجش خودپنداره کارکنان از مقیاس خودپنداره کالیفرنیا (۱۹۸۶) استفاده شد. این پرسش‌نامه نخستین بار در ایران از سوی مشرف و همکاران (۱۳۸۶) ترجمه و استفاده شد [۳۱]. این مقیاس از ۳۰ ماده و سه مؤلفه (فردی، ارتباطی و جمعی) تشکیل شده است. در ۳۰ پرسش آزمون کالیفرنیا، هر پرسش با سه گزینه بلی، خیر و نمی‌دانم پاسخ داده می‌شود که گزینه نمی‌دانم صفر و هر پرسش به تناسب مضمون آن، گزینه بلی یا خیر نمره یک دریافت می‌کند. جهت تعیین روایی پرسش‌نامه‌ها، از روایی صوری، با مراجعه به آرای استادان و صاحب‌نظران استفاده شد و پایایی پرسش‌نامه‌ها به روش ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب برای سه پرسش‌نامه، ۰/۸۹ و ۰/۹۲ و ۰/۹۰ محاسبه شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف استاندارد)، روش‌های آمار استنباطی با بهره‌گیری از نرم‌افزار spss و آزمون معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار PLS استفاده شد.

### 1. Structural Equation Model

## یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی نشان داد که از بین پاسخ‌دهندگان ۶۲ نفر مجرد (۲۰/۳ درصد) و ۲۳۲ نفر متأهل (۷۵/۸ درصد) هستند و ۱۲ نفر (۳/۹ درصد) گزینه سایر (مطلقه و بیوه) را انتخاب کرده‌اند. تعداد ۱۰ نفر تحصیلات دیپلم (۳/۳ درصد)، ۸۷ نفر تحصیلات کاردانی (۲۸/۴ درصد)، ۱۰۶ نفر تحصیلات کارشناسی (۳۴/۶ درصد)، ۱۰۳ نفر تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر (۳۳/۷ درصد) دارند. رشته تحصیلی ۱۵۶ نفر علوم انسانی (۵۱ درصد)، ۴۹ نفر علوم تجربی (۱۶ درصد) و رشته تحصیلی ۴۰ نفر ریاضی و فیزیک (۱۳/۱ درصد) است و در نهایت ۶۱ نفر از افراد رشته تحصیلی فنی و کارودانش (۱۹/۹ درصد) دارند.

## بررسی مدل کلی

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی فقط یک معیار به نام GOF<sup>۱</sup> وجود دارد. معیار GOF را تننهاوس<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۰۴) ابداع کردند که طبق فرمول ذیل محاسبه می‌شود. در ادامه، وتزلز<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌منزله مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند [۱۴]. میانگین مقادیر اشتراکی (Communalities) مقدار ۰/۶۴ و میانگین مقادیر R<sup>2</sup> مقدار ۰/۵۴۷ به‌دست آمده است. با توجه به فرمول ذیل، مقدار معیار GOF معادل ۰/۵۹ به‌دست آمد که با توجه به دسته‌بندی وتزلز و همکاران (۲۰۰۹) نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق دارد.

$$GOF = \sqrt{Communalities \times R^2} = \sqrt{0.64 \times 0.547} = 0.59$$

## آزمون فرضیه‌ها

برای بررسی سؤالات از نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است.

جدول ۱. نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها

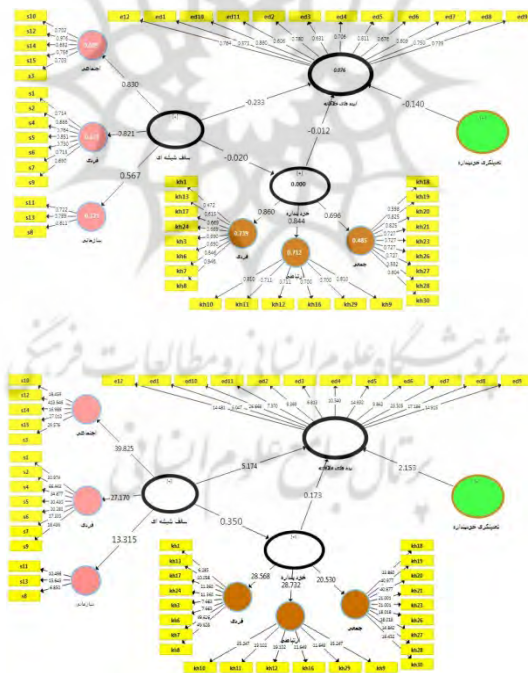
متغیرها	ایده‌های خلاقانه	خودپنداره
سقف شیشه‌ای	-۰/۱۶۵	-۰/۰۷۲
	۰/۰۰۴	۰/۲۰۷
ایده‌های خلاقانه	-	۰/۰۵۱
		۰/۳۷۶

1. Goodness Of Fit
2. Tenenhaus
3. Wetzells

با توجه به نتایج جدول ۱، می‌توان گفت که بین سقف شیشه‌ای و ایده‌های خلاقانه همبستگی معنادار و منفی وجود دارد ( $n=305, r=-0/165, p<0/05$ )؛ یعنی با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده و با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که رابطه معکوس و ضعیفی بین سقف شیشه‌ای و ایده‌های خلاقانه موجود است. همچنین، همبستگی بین متغیرهای سقف شیشه‌ای و خودپنداره به لحاظ آماری معنادار نیست ( $n=305, r=-0/072, p>0/05$ )؛ یعنی هیچ رابطه‌ای بین سقف شیشه‌ای و خودپنداره وجود ندارد. همچنین، همبستگی بین ایده‌های خلاقانه و خودپنداره نیز معنادار نیست؛ یعنی این دو متغیر ارتباطی ندارند ( $n=305, r=0/053, p>0/05$ ). پس از بررسی همبستگی بین متغیرها سراغ مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌رویم. این بخش شامل دو قسمت می‌شود:

۱. بررسی ضرایب معناداری Z (مقدار T-Values) هر یک از فرضیه‌ها؛
۲. بررسی ضریب استاندارد شده.

بارعاملی مربوط به مسیرهای هر فرضیه ضرایب معناداری مسیرها نشان می‌دهند که آیا فرضیه‌های تحقیق معنادارند یا خیر؟ برای این منظور از ضرایب معناداری Z استفاده می‌کنیم.



تصویر ۲. ضرایب استاندارد شده بار عاملی و ضرایب t-Values مدل ساختاری

پس از تعیین ضرایب  $t$  و بارهای عاملی استخراج شده، در جدول ۲ نتیجه آزمون فرضیه‌ها را بیان می‌کنیم.

جدول ۲. بررسی فرضیه‌های این بخش پژوهش

نتیجه آزمون	ضریب مسیر	آماره $t$	سوالات
تأیید شد	-۰٫۲۳۳	۵٫۱۷	آیا سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
رد شد	-۰٫۰۲	۰٫۳۵	آیا سقف شیشه‌ای بر خودپنداره زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
رد شد	-۰٫۰۱۲	۰٫۱۷۳	آیا خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر دارد؟
تأیید شد	-۰٫۱۴	۲٫۱۵	آیا سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان تأثیر دارد؟

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید، مقدار آماره  $t$  مسی‌رسازیه‌های شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه با مقدار ضریب تأثیر -۰٫۲۳۳ - بالاتر از ۱٫۹۶ است و به لحاظ آماری معنادار شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره  $t$  بیشتر از ۱٫۹۶ محاسبه شده است، می‌توان گفت که با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده و با احتمال ۹۵ درصد سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر دارد. در ضمن، نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین این دو سازه وجود ارتباط بین آن‌ها را بار دیگر تأیید می‌کند. مقدار آماره  $t$  مسی‌رسازیه‌های شیشه‌ای بر خودپنداره با مقدار ضریب تأثیر -۰٫۰۲ - کمتر از ۱٫۹۶ است و به لحاظ آماری معنادار نیست. با توجه به اینکه مقدار آماره  $t$  کمتر از ۱٫۹۶ محاسبه شده است، می‌توان گفت که با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده و با احتمال ۹۵ درصد سقف شیشه‌ای بر خودپنداره زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر ندارد. ضریب همبستگی پیرسون بین این دو سازه گواهی دیگر بر گفته بالاست. همچنین، در مورد تأثیر خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه، چون مقدار آماره  $t$  مسی‌رسازیه‌های خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه با مقدار ضریب تأثیر -۰٫۰۱۲ - کمتر از ۱٫۹۶ است و به لحاظ آماری معنادار نیست و با توجه به اینکه مقدار آماره  $t$  کمتر از ۱٫۹۶ محاسبه شده است، می‌توان گفت که براساس داده‌های جمع‌آوری شده و با احتمال ۹۵ درصد خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر ندارد. ضریب همبستگی پیرسون بین این دو سازه نیز دلیلی دیگر بر فقدان رابطه آن‌هاست. در انتهای تحلیل‌ها باید گفت که برای تحلیل تأثیر تعدیلی متغیر خودپنداره از روش دومرحله‌ای (approach 2-Stage) استفاده شده است. همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌کنید، چون مقدار آماره  $t$  بالاتر از ۱٫۹۶ به دست آمده است، می‌توان

اظهار نظر کرد که خودپنداره ارتباط بین سقف شیشه‌ای و ایده‌های خلاقانه را تعدیل می‌کند. به عبارتی دیگر، سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان تأثیر دارد.

## بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، به بررسی تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان با تعدیل‌گری متغیر خودپنداره آنان پرداخته شد. به‌طور کلی، موانع دستیابی زنان به پست‌های مدیریتی به سه مانع کلی (موانع فردی، سازمانی و اجتماعی) دسته‌بندی شد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، می‌توان گفت که سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر منفی دارد. بنابراین، هرچقدر زنان جامعه مورد نظر در محیط کاری خود وجود سقف شیشه‌ای را بیشتر احساس کنند، میل و رغبت آنان برای خلق ایده‌های جدید و خلاقانه کاهش می‌یابد، زیرا یکی از شرایط لازم برای خلق ایده‌های جدید از سوی کارکنان این است که با هریک از کارکنان، اعم از زن و مرد، به‌مثابه یک استعداد و سرمایه رفتار شود و به هریک از آنان فرصت رشد و بالندگی داده شود. اما در جامعه مورد نظر، زنان موانع و چالش‌های زیادی را بر سر راه پیشرفت و بالندگی خود می‌دیدند و یک سقف شیشه‌ای میان خود و پست‌های مدیریتی احساس کرده بودند؛ بنابراین، دور از انتظار نیست که کارکردن در چنین وضعیت تبعیض‌آمیزی باعث کاهش انگیزه کارکنان زن برای خلق ایده‌های جدید و خلاقانه شود. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات طالقانی و همکاران هم‌خوانی دارد، زیرا آنان نیز معتقد بودند میان جامعه‌پذیری ناتوان‌انگاری و خودناتوان‌انگاری زنان با کاهش توانمندی آنان، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد و سقف شیشه‌ای نیز به‌طور غیرمستقیم و از طریق دو عامل یادشده بر کاهش توانمندی و خلاقیت بانوان اثر می‌گذارد [۲۶].

نتایج تحقیقات اندکی که خارج از ایران صورت گرفته است، در مغایرت با نتیجه این فرضیه است که از جمله می‌توان به پژوهش یازان شریف اشاره کرد. او در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که زنان در مشاغل حرفه‌ای موفق شدند جایگاه شغلی خویش را تغییر دهند و همچنین توانسته‌اند بنیان‌گذار مشاغل جدید باشند [۶۰]. می‌توان گفت پدیده سقف شیشه‌ای تأثیری مثبت و سازنده بر این جریان داشته است؛ به گونه‌ای که آنان توانسته‌اند به خلاقیت و خلق مشاغل جدید روی آورند. لوقران و دونالد نیز در پژوهش خود به این نتایج رسیدند که چشم‌اندازهای جنسیتی در محیط‌های کاری، انقلاب بزرگی را پشت سر گذاشته و تصورات گذشته درباره زنان دستخوش تغییر شده است [۵۳]. امروزه، حضور زنان در استخدامی‌ها افزایش یافته و آنان در پست‌های مدیریتی و ایفای نقش رهبری مشارکت بیشتری دارند و

دستمزدهای مناسب‌تری برای زنان در محیط‌های کاری در نظر گرفته شده است. درواقع، سقف شیشه‌ای موجب شده زنان برای اثبات توانایی‌های خود به خلق ایده‌های جدید، کارآفرینی و انجام دادن مسئولیت‌های دشوارتر در مشاغل قانونی روی آورند. همچنین، با توجه به نتایج به‌دست آمده، می‌توان گفت که سقف شیشه‌ای بر خودپنداره زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان تأثیر ندارد. شاید بتوان یکی از دلایل این عدم تأثیر را در این مسئله یافت که زنان بخش عمده‌ای از موانع دستیابی به پست‌های مدیریتی را به موانع محیطی یا بیرونی (اجتماعی و سازمانی) مربوط می‌دانستند و سهم موانع فردی را در عدم ارتقا به پست‌های بالای سازمانی، بسیار ناچیز می‌دانستند. درواقع، عقیده آنان بر این بود که تعصب‌ها و نگرش‌های سنتی تصمیم‌گیرندگان سازمان راجع به قابلیت‌ها و شخصیت زنان، نبود شرایط مساوی و برابر برای رشد تدریجی در سازمان و نبود فرصت‌های برابر در گزینش مهم‌ترین موانع ارتقا به پست‌های مدیریتی هستند. به عبارت دیگر، توانایی‌های بالقوه و واقعی زنان در زمینه ایفای مسئولیت‌های رهبری و مدیریت به رسمیت شناخته نمی‌شود؛ درحالی‌که از دیدگاه کارکنان جامعه مورد نظر، زنان توانایی، مهارت، استعداد و به‌طور کلی ویژگی‌های فردی و پتانسیل لازم برای ارتقا به پست‌های مدیریتی سازمان را دارند؛ درنتیجه، دور از انتظار نیست که سقف شیشه‌ای بر خودپنداره کارکنان جامعه مورد نظر تأثیر چندانی نداشته باشد. این یافته‌ها برخلاف نتایج تحقیقات سید جوادین، روشن‌نژاد و یزدانی است [۲۱]، زیرا آنان معتقد بودند بین ادراک وجود سقف شیشه‌ای و خودپنداره زنان رابطه منفی وجود دارد و با افزایش خودپنداری زنان، ادراک آنان از سقف شیشه‌ای کاهش می‌یابد. این یافته‌ها با نتایج تحقیق زارع و فرهادی نیز مغایرت دارد، زیرا آنان با مروری که بر موانع اشتغال زنان در پست‌های مدیریتی داشته‌اند، به این نتیجه رسیدند که در کنار عوامل بیرونی، عوامل درونی و به‌ویژه فقدان خودباوری (خودپنداره منفی) و اعتمادبه‌نفس، مهم‌ترین موانع بر سر راه اشتغال زنان در سطوح بالای مدیریتی است [۱۶].

همچنین، بخشی از یافته‌ها نشان داد که خودپنداره بر ایده‌های خلاقانه زنان تأثیر چندانی ندارد و رابطه معناداری بین خودپنداره و ایده‌های خلاقانه زنان وجود ندارد. درنهایت، نتایج حاصل از آزمون معادلات ساختاری نشان‌دهنده تأیید نقش تعدیل‌کنندگی خودپنداره در تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان بود؛ یعنی در کاهش ایده‌های خلاقانه زنان بر اثر وجود سقف شیشه‌ای، خودپنداره نقش تعدیل‌کنندگی دارد. پس اگرچه سقف شیشه‌ای بر خودپنداره زنان تأثیر چندانی نداشت، تصمیم‌گیرندگان سازمان باید به این مسئله توجه داشته باشند که خودپنداره کارکنان جامعه مورد نظر می‌تواند در تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان نقش تعدیل‌کنندگی داشته باشد. بنابراین، اگرچه زنان جامعه مورد نظر از وجود سقف شیشه‌ای رنج می‌بردند و این پدیده بر ایده‌های خلاقانه آنان

تأثیر منفی داشته، به دلایل مختلف، همچون بالابودن خودپنداری زنان شاغل در واحدهای ستادی ادارات استان لرستان، سطح ایده‌های خلاقانه کارکنان زن در ادارات مورد نظر در وضعیت مطلوبی قرار داشت.

با توجه به نتایج یادشده، پیشنهادهای ذیل می‌توانند اثربخش واقع شوند:

- از آنجا که وجود سقف شیشه‌ای می‌تواند باعث کاهش ایده‌های خلاقانه زنان شود، به‌منظور تقویت ایده‌های خلاقانه زنان مکانیزم‌های مناسب مانند، پاداش‌دهی، تشویق و به‌خصوص ارتقای پست سازمانی برای زنان شاغل در نظر گرفته شود؛

- وزارت آموزش و پرورش جهت تقویت خودپنداره دختران و توسعه مهارت‌های مدیریتی آنان برنامه‌های اجتماعی، فرهنگی و ورزشی خود را توسعه دهد؛

- کلاس‌ها، سمینارها و کارگروه‌های راجع به خودپنداره و نتایج مفید حاصل از خودپنداره قوی برگزار شود و در این کلاس‌ها کارکنان با مفهوم سقف شیشه‌ای و متدها و روش‌های مقابله با موانع ارتقا به پست‌های مدیریتی آشنا شوند؛

- توسعه برنامه‌های اجتماعی، فرهنگی و ورزشی وزارت آموزش و پرورش جهت تقویت خودپنداره دختران و توسعه مهارت‌های مدیریتی آنان.

و برخی پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی عبارت‌اند از:

- تأثیر سقف شیشه‌ای بر ایده‌های خلاقانه زنان در بخش‌های غیرستادی ادارات بررسی شود؛

- با توجه به تعدد و تنوع موانع ارتقای زنان به پست‌های مدیریتی، هریک از موانع به صورت جزئی‌تر و با تمرکز بیشتر بررسی شود؛

- با توجه به اینکه موضوع این تحقیق جدید است و تا به حال پژوهش همانندی صورت نگرفته است، پیشنهاد می‌شود که برای استحکام‌بخشیدن به یافته‌های این پژوهش، موضوع پژوهش با روش‌های دیگر، به‌خصوص روش‌های کیفی، در جامعه مورد نظر بررسی شود؛

- با انجام‌دادن پژوهش‌های کیفی، سقف شیشه‌ای از دید مدیران زنی که از این سقف گذشته‌اند و تجارب سازنده‌ای در این زمینه دارند بررسی شود.

## منابع

[۱] آزادان، مهدی؛ کوزه‌چیان، هاشم؛ بشیری، مهدی؛ نوروزی سید حسینی، رسول (۱۳۹۴). «وضعیت سقف شیشه‌ای و تأثیر آن بر کاهش توانمندسازی زنان در سازمان‌های ورزشی (مطالعه موردی: اداره کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی)»، پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، دوره ۷، ش اول، ص ۳۹-۴۹.

[۲] آقای فیشانی، تیمور (۱۳۷۷). *خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها*، تهران: ترمه.

- [۳] ابراهیم پور، حبیب؛ مکبری، امیرحسین؛ ریواز، داود؛ روشن دل اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). «رسانه و سقف شیشه‌ای: تبیین نقش تلویزیون در ارتقای زنان به سطوح مدیریتی جامعه»، فصل‌نامه مدیریت دولتی، دوره ۳، ش ۶، ص ۱۸۱-۱۸۰.
- [۴] احمدی، علی اصغر (۱۳۹۲). «موردپژوهی: خلاقیت یا محتوا؟ فراتحلیلی بر مفهوم خلاقیت-بخش دوم»، مجله رشد مشاور مدرسه، دوره ۹، ش ۲، ص ۳۳-۳۹.
- [۵] احمدی، خلیل (۱۳۷۶). خودشناسی در روان‌شناسی. تهران: مکیال.
- [۶] اسبورن، الکس (۱۳۷۱). پرورش استعداد همگانی، ابداع و خلاقیت، ترجمه حسن قاسم‌زاده، تهران: دیبا.
- [۷] الهیاری، فاطمه؛ بیاتی، هادی؛ سجادی، سید نصرالله؛ گودرزی، محمود؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم (۱۳۹۴). «نقش سقف شیشه‌ای بر وضعیت توانمندسازی زنان در سازمان ورزش شهرداری تهران»، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، س ۴، ش اول، ص ۵۹-۶۹.
- [۸] بابای رحیم‌آبادی، عیسی (۱۳۹۰). «مسیر شغلی و توسعه استراتژیک: سقف‌های شیشه‌ای، زندگی کاری کارکنان»، مجله توسعه مدیریت، ش ۹۰، ص ۵۰-۵۴.
- [۹] بابای زکلیکی، محمدعلی (۱۳۸۵). «چالش‌های زنان برای ارتقای به مشاغل مدیریتی در سازمان‌های دولتی»، فصل‌نامه مدرس علوم انسانی، ش ۴۶، ص ۴۵-۸۲.
- [۱۰] پژمان، آزاده؛ سورانی، ساناز (۱۳۸۹). «سقف شیشه‌ای و نگاهی به موانع ارتقای زنان»، مجله راهبرد، س ۳، ش ۴، ص ۲۳۵-۲۶۴.
- [۱۱] پورسید آقایی، زهرا سادات؛ اسمعیلی، معصومه؛ برجعلی، احمد؛ فرح بخش، کیومرث (۱۳۹۴). «الگوی مشاوره‌ای خودپنداره تاله‌محور مبتنی بر مبنای انسان‌شناسی اسلامی جوادی آملی»، مجله اندیشه‌های نوین تربیتی، دوره ۱۱، ش ۲، ص ۱۰۶-۱۲۳.
- [۱۲] خاکسار، سرور؛ گل‌پرور، محسن؛ نوری، ابوالقاسم (۱۳۸۶). «نقش میانجی عدالت سازمانی ادراک‌شده در رابطه بین خودپنداره مزمن کارکنان با رضایت آن‌ها از نتیجه، سرپرست و مدیریت»، فصل‌نامه دانش و پژوهش در روان‌شناسی، ش ۳۴، ص ۱-۲۶.
- [۱۳] دادپرور، شبنم (۱۳۹۰). «زنان در سطح نخبگان سیاسی در امریکا: عوامل مؤثر در محدودیت مشارکت»، فصل‌نامه میثاق مدیران، ش ۴۹ و ۵۰، ص ۴۷۴-۴۵۱.
- [۱۴] داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران: جهاد دانشگاهی.
- [۱۵] رابطی، رئوف (۱۳۸۰). «تعاونی‌ها رویکردی برای گسترش فعالیت زنان در جامعه». مجله تعاون، دوره جدید، ش ۱۱۹، ص ۲۰-۲۳.



- [۱۶] زارع، فاطمه؛ فرهادی، مریم (۱۳۸۵). «کارآفرینی و تعاون زنان»، فصل‌نامه پژوهش‌های تربیتی، س ۲، ش ۸، ص ۳۵-۶۲.
- [۱۷] زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۶). زن و توسعه، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- [۱۸] زینلی، سعید (۱۳۹۴). «نقش خودپنداره در سبک‌های هویت و پیشرفت تحصیلی»، نشریه رشد آموزش فنی و حرفه‌ای و کار/دانش، دوره ۱۰، ش ۴، ص ۴۴-۵۰.
- [۱۹] سجادی، حانیه‌سادات (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر بر خلاقیت مدیران بیمارستان اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران.
- [۲۰] سرمدی، پرستو (۱۳۸۸). «نگاهی به حضور زنان در مدیریت کلان کشور». مجله آیین، ش ۲۱، ص ۵۹-۶۲.
- [۲۱] سیدجوادین، سیدرضا؛ روشن‌نژاد، مژگان؛ یزدانی، حمیدرضا (۱۳۸۶). «ارائه و تبیین مدلی برای بررسی روابط علی بین خودپنداری زنان، ادراک موانع سقف شیشه‌ای و سقف شیشه‌ای»، مجله پژوهشی تحقیقات زنان، س ۲، ش اول، ص ۱۴۸-۱۸۷.
- [۲۲] شاه‌طالبی، سمیه؛ یارمحمدیان، محمدحسین؛ عجمی، سیما (۱۳۸۸). «تجارب زنان مدیر از رهبری در آموزش عالی؛ یک مطالعه کیفی»، فصل‌نامه پژوهش در برنامه‌ریزی درسی، ش ۲، ص ۲۱-۴۰.
- [۲۳] صادقی، عباس؛ خوش‌کردار، سید حجت‌الله (۱۳۸۳). «بررسی رابطه خودپنداره و موفقیت مدیران مدارس مقطع ابتدای ناحیه ۲ رشت»، پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی، ش ۱۶، ص ۸۳-۱۰۶.
- [۲۴] صفری، علی؛ فروغی ابری، معین (۱۳۸۹). «سقف شیشه‌ای و راه‌های شکستن آن برای زنان در ایران»، مجله تدبیر، ش ۲۱۷، ص ۴۴-۴۸.
- [۲۵] زرغامی‌فرد، مژگان؛ بهبودی، محمدرضا (۱۳۹۳). «پدیده صخره شیشه‌ای: بررسی تجربه‌ها و چالش‌های زنان در پست‌های رهبری سازمان»، فصل‌نامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، ش ۲، ص ۱۹۱-۲۱۱.
- [۲۶] طالقانی، غلامرضا؛ پورعزت، علی‌اصغر؛ فرجی، بهاره (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر سقف شیشه‌ای بر کاهش توانمندی زنان در سازمان توسعه برق ایران»، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱۰، ش ۲، ص ۸۹-۱۰۲.
- [۲۷] عبدالمهدی، مژگان (۱۳۸۱). «سقف شیشه‌ای: مانع ارتقای شغلی زنان»، فصل‌نامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش ۳۵ و ۳۶، ص ۱۸۷-۲۰۰.
- [۲۸] قلی‌پور، آرین (۱۳۹۳). مدیریت منابع انسانی (مفاهیم، تئوری‌ها و کاربردها)، تهران: سمت، چ ۷.

- [۲۹] گلرد، پروانه (۱۳۸۶). «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب‌وکار»، فصل‌نامه پژوهش‌نامه بازرگانی، ش ۴۴، ص ۲۶۷-۲۹۵.
- [۳۰] محمودیان، شهره (۱۳۹۲). «بررسی عوامل بازدارنده مشارکت زنان در سطوح مدیریتی سازمان آموزش و پرورش از دیدگاه مدیران میانی»، فصل‌نامه پژوهش‌های علوم انسانی، س ۵، ش ۲۶، ص ۲۰۱-۲۱۸.
- [۳۱] مشرف، رامین؛ آقایی، اصغر؛ حسن‌زاده، اکبر؛ پورآقا کوچک، مهدی (۱۳۸۶). «پیوند دوسویه خودپنداره و عزت نفس بیماران با انتظار و رضایت آن‌ها از دست دندان کامل»، مجله دندان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی شیراز، دوره ۸، ش ۳، ص ۶۰-۷۰.
- [۳۲] مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۰). پژوهش‌نامه مدیریت، ج ۱۱، تهران: راه‌دان.
- [۳۳] ملای هرندی، فائزه (۱۳۹۰). «وضعیت اشتغال زنان در سازمان‌های دولتی (۲)»، مجله تدبیر، ش ۲۳۵، ص ۳۲-۳۵.
- [۳۴] نشاط، نرگس؛ جمالی مهمویی، حمیدرضا؛ حسن‌زاده دیزجی، الهه (۱۳۹۱). «تأثیر جو سازمانی بر خلاقیت کارکنان: مطالعه موردی: سازمان اسناد و کتابخانه ملی»، پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، س ۲، ش اول، ص ۱۲۳-۱۳۶.
- [۳۵] نصیری ولیک بنی، فخرالسادات؛ بهشتی‌راد، رقیه (۱۳۹۳). «بررسی نقش سقف شیشه‌ای در کاهش عدالت سازمانی ادراک‌شده»، مجله مطالعات زنان، س ۱۲، ش ۴، ص ۱۴۹-۱۷۲.
- [۳۶] نیک‌پی، ایرج (۱۳۸۲). «شناسایی چالش‌های موجود در پذیرش مسئولیت‌های مدیریتی و ستادی توسط زنان شاغل در سازمان آموزش و پرورش استان لرستان»، طرح تحقیقاتی به اتمام رسیده پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- [۳۷] وزیری بزرگ، سیده هدی (۱۳۸۹). «موانع پیش روی زنان در سطوح بالای مدیریتی»، فصل‌نامه میثاق مدیران، ش ۴۹ و ۵۰، ص ۴۸-۵۰.
- [۳۸] ویتلی، دنیس (۱۳۷۹). روان‌شناسی پیروزی، ترجمه علی شقایق، تهران: کویر.
- [۳۹] هزار جریبی، جعفر؛ پیله‌وری، اعظم (۱۳۹۱). «شناسایی موانع اجتماعی دستیابی کارکنان زن بانک ملی شهر تهران به موقعیت‌های مدیریتی»، مجله زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۰، ش ۲، ص ۲۵-۴۲.

[40] Amabile, T. m., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1998). Assessing the work Environment for Creativity. *The Academy Management Journal*, 39 (5): pp 1154-1184.

[41] Angel, E., Carven, R. Denson, N. (2012). The Nurses Self-concept in strument (NSCI): Assessment of Psychometric Properties for

- Australian Domestic and International Student Nurses. *Int. J. Nurs. Stud.* 49: pp 880-886.
- [42] Brosner, J. (1990). *Way Women Lead*, Harvard Business Review.
- [43] Carlezon, J. (1987). *Moments of Truth*. Cambridge, Mass: Billinger Publishing.
- [44] Cenzo, D., & Robbins, S. (1996). *Human Resource Management*. Wiley, Fifth.
- [45] Cho, J., Lee, T., & Jang, H. (2014). Glass Ceiling in a Stratified Labor Market: Evidence From Korea. *Journal of The Japanese and International Economic*, Vol 32: pp 56-70.
- [46] Chuang chang, Y. & Ling yeh, M. (2016). Translation and Validation of the Nurses Self-concept Instrument for College-level Nursing Student in Taiwan. *Nurse Education Today* 36: pp 112-117.
- [47] Finseraas, H., Johnsen, A., Kotsadam, A. & Torsvik, G. (2016). Exposure to Family Breaks the Glass Ceiling –Evidence from a Combined Vignette and Field Experiment. *European Economic Review*, <http://dx.doi.org/10/1016/j.euroecorev.2015.11.010>.
- [48] Glass, C. & Cook, A. (2016). Leading at the top: Understanding Women's Challenges above the Glass Ceiling. *The Leadership Quarterly* 27: pp 51-63.
- [49] Glass, C., Cook, A. & Ingersoll, A. (2015). Do Women Leaders Promote Sustainability? Analyzing the Effect Corporate Governance Composition on Environmental Performance. *Business Strategy Environmental*, <http://dx.doi.org/10/1002/bse.1879>.
- [50] Jafarey, S. & Maiti, D. (2015). Glass Slippers and Glass Ceilings: An Analysis of Marital Anticipation and Female Education. *Journal of Development Economics*, Vol 115: pp 45-61.
- [51] Johnson, R. E., Selenta, C. & Lord, R. G. (2006). When Organizational Justice and the Self-concept Meet: Consequences for the Organization and its Members. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol 99: pp 175-201.
- [52] Kaufman, J.C. & Sternberg, R. J. (2010). *The Cambridge Handbook of Creativity* (Eds), New York: Cambridge University Press.
- [53] Loughran, T., & McDonald, B. (2015). Old Glass Ceiling are hard to break: Gender usage Trends in Annual Reports. *Studies in Communication Sciences*, Vol 77: pp 1-7.
- [54] Moradi Kafraj, M., & Movahed Mohammadi, S. H. (2014). Challenges of Women's Career Advancement in Iranian Agricultural Extension Organization. *J. Agr. Sci. Tech*, Vol 16: pp 1267-1277.
- [55] Mostafa, M. (2005). Factors Affecting Organizational Creativity and Innovativeness in Egyptian Business Organizations: an Empirical Investigation. *Journal Management Development*, 24 (1): pp 7-13.

- [56] Razdorskaya, Olyesya. (2015). Reflection and Creativity: the need for Symbiosis , *Orocedia- Social and Behavioral Sciences* 209: 433-438.
- [57] Scott, S. G., & Bruce, R. A. (2004). Determinats of Innovativ Behavior: a Path Model Of Individual Inovation in the Workplace, *Academy of Management Journal*, 37 (3): pp 580-607.
- [58] Selenta, C., Lord, R. G. (2005). *Development of the Level of Self Ceconcept Scale: Measuring the Individual, Relational, and Collective Levels*. Unpublished Manuscript.
- [59] Walter, M. (1981). *Introduction to Personality Third Edition* Stanford University, U. S. A.
- [60] Yasan Sharif, M. (2015). Glass Ceiling the Prime Driver of Women Entrepreneurship in Malaysia: A phenomenological Study of Women Lawyers, *Procedia- Social and Bihavioral Scienes*, Vol169: pp 329-336.

