دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۴، بهار و تابستان ۱۳۹۶، صص ۱۱۵-۱۳۸

بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی

شهناز صداقت زادگان[۱]، امیر ملکی[۲]، ناهید خسروی[۳]

چکیده

زنان در افزایش بهره‌وری و توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها نقشی بنیادی دارند. اما در بازار کار زنان سهم اندکی در انتخاب شدن برای رتبه های بالای مدیریت سازمانی داشته اند. هدف عمده و اصلی این پژوهش آزمون رابطه بین عوامل اجتماعی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی است. برای تدوین چارچوب نظری این تحقیق از نظریه سقف شیشه‌ای و نظریه جنسیتی استفاده شده است و بر اساس نظریه های مطرح شده مدل تحقیق تدوین شده است. این تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسشنامه به اجرا در آمده است. جامعه آماری این پژوهش را همه کارکنان اداری سازمان مرکزی دانشگاه پیام‌نور تشکیل می‌دهند که نمونه ای به تعداد ۲۴۸ نفر از آن ها انتخاب و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده مورد آزمون قرار گرفت. مهم ترین یافته های تحقیق نشان دهنده تاثیر منفی باورهای قالبی جنسیتی و باور به نابرابری جنسیتی بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی است، مردان بیشتر از زنان باورهای قالبی جنسیتی و باور به نابرابری جنسیتی پذیرفته اند و کارکنان زن نسبت به مرد نگرش مثبت تری به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی دارند.از دیگر نتایج این مطالعه می توان به معنی داری تفاوت نگرش زنان و مردان به عامل های شخصی، سازمانی، فرهنگی اشاره کرد. از نتایج دیگر این مطالعه معنی دار شدن تفاوت نگرش برحسب رده شغلی بود که کارکنان عملیاتی، مدیران عملیاتی و میانی نسبت به مدیران ارشد نگرش مثبت تری به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی دارند. در تحلیل چند متغیره، متغیر باورهای قالبی جنسیتی بیشترین تاثیر منفی را بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی داشته است و متغیر باور به نابرابری جنسیتی کمترین تاثیر را دارد

واژگان کلیدی: *مشارکت زنان، سطوح مدیریتی، جامعه پذیری، باورهای قالبی جنسیتی، باور به نابرابری جنسیتی، سقف‌شیشه ای*

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۴/۱۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۶/۲۹

[۱] عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور مرکز ورامین.

[۲] عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور مرکز تهران غرب.

[۳] کارشناس ارشد علوم اجتماعی (جامعه شناسی).

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

مقدمه و بیان مساله

با توجه به اهمیت نقش منابع انسانی در فرآیند توسعه پایدار و اینکه زنان و مردان با هم منابع انسانی سازمان ها را می سازند، می توان گفت که زنان در افزایش بهره وری و توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها نقشی بنیادی دارند. اگر چه در سال های اخیر زنان بیشتری در بازار کار حضور پیدا کرده و از نظر کمی تعدادشان افزایش پیدا کرده است اما به لحاظ کیفی و ارتقا به سطوح مدیریتی نابرابری هایی دیده می‌شود و زنان سهم اندکی در انتخاب شدن برای رتبه های بالای مدیریت سازمانی داشته اند. بنابراین تلاش کرده‌ایم تا در این پژوهش به نگرش جامعه آماری مورد مطالعه نسبت به حضور زنان در بالاترین سطوح مدیریتی و برخی عوامل اجتماعی مرتبط به آن بپردازیم. پژوهشگران در این زمینه اتفاق نظر دارند که نگرش ها مادرزادی نیستند و همواره طی تجربه، در طول زندگی اجتماعی کسب می شوند. تشکیل نگرش مستلزم برخورد واقعی «عملی» فرد با موضوع نگرش و یا مواجهه نمادین «تصور ذهنی» با آن است. بم[1] (۱۹۷۹) نگرش ها را همان دوست داشتن ها و دوست نداشتن ها دانسته است. پتی و کاچیوپو[2] (۱۹۸۰) آن را چکیده همه ارزیابی ها دانسته اند که از روی آن می‌توان رفتار گرایشی یا اجتنابی مردم را نسبت به موضوع در موقعیت های مختلف پیش بینی کرد. این موقعیت‌ها می‌تواند از درون خانه گرفته تا مدرسه، گردهمایی ها، خیابان‌ها و هر جای دیگری باشد که در آن، پاسخ های رفتاری به دنبال محرک های محیطی ممکن است برانگیخته شود (حکیم آرا، ۱۳۸۴: ۹۴-۹۳).

نگرش از سالیان گذشته به جوامع امروزی رسیده و جامعه‌پذیری باعث تفکرات و باورهای قالبی جنسیتی در مورد زنان و مردان جامعه شده است. جنسیت از راه جامعه پذیری متفاوت بررفتارهای افراد تاثیر می گذارد. جامعه پذیری در سه نهاد خانواده، مدرسه، نهاد اقتصادی «اشتغال» با نابرابری جنسیتی همراه است. مهم ترین بعد اصلاحات برای رفع نابرابریها، اصلاحات بینشی است که هم بینش فردی و هم بینش اجتماعی را در بر می گیرد. در بعد بینشی به باور ما نقطه آغاز هر نوع تحول و حرکت اصلاح‌گرایانه خود فرد است (شجاعی،۱۳۸۳ :۱۵۳).

هر چه حضور زنان در اجتماع فعال تر و موثرتر باشد، کشور پیشرفته تر و توسعه یافته تر خواهد بود ولیکن میزان نقش و مشارکت زنان در هر جامعه به ویژه در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تا حد زیادی وابسته به برخورد و نگرش آن جامعه نسبت به زن می باشد. در سال های اخیر زنان به رغم پیشرفت های محسوس در زمینه تحصیلات و مشارکت اجتماعی در به

[1] Bem

[2] Petty and Cacioppo

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

دست آوردن نقش های مدیریتی نسبت به مردان از سهم بسیار کمتری برخوردارند. این تحقیق به دنبال پاسخ به این پرسش ها است:

– آیا متغیر های «باورهای قالبی جنسیتی»، «باور به نابرابری جنسیتی» و عامل های جمعیت شناختی «جنسیت، میزان تحصیلات، سن، سابقه کار، رده شغلی» بر نگرش نسبت به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تاثیر دارد؟

– آیا متغیرهای «باورهای قالبی جنسیتی»، «باور به نابرابری جنسیتی» و «نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی» از نظر زنان و مردان متفاوت است؟

– آیا نگرش زنان و مردان نسبت به عامل های سقف شیشه ای متفاوت است ؟

– آیا نگرش زنان و مردان نسبت به درجه اهمیت و رتبه بندی عامل های سقف شیشه ای متفاوت است؟

پیشینه تحقیق

مارتل و همکاران[1] **(۱۹۸۸)**، در پژوهش خود دریافتند که پنداره های کلیشه ای درباره زنان یکی از مهمترین موانع برای ارتقای آنان در سازمان هااست و ویژگی های مدیران میانی و عالی موفق همانندی بیشتری به ویژگی های پذیرش مسئولیت ترقی زنان دارد(آدینگر، ۱۳۸۴ :۳۰–۲۷).

کاتالیست[2] **(۱۹۹۰)**، که موسسه مشاوره ای در زمینه اشتغال زنان است از مدیران ارشد و کارمندان کارگزینی ۱۰۰۰ شرکت برجسته نظر خواهی کرد و دریافت که زنان یک چهارم تا نیمی از شغل‌های مدیریت ۲۲ درصد از این شرکتها را در دست دارند اما کمتر از ۵ درصد از جایگاه های مدیریتی عالی به آنان تعلق دارد. در نظرسنجی که کاتالیست در سال ۱۹۹۰ انجام داد، ۷۹ درصد از ۵۰۰ مدیر ارشد اجرایی برگزیده توسط مجله فورچون، وجود «موانع شناسایی پذیر» در سیر صعود زنان به سطوح عالی را پذیرفتند. سه مانع بزرگ عبارت اند از: تفکر قالبی، پیش داوری ها، بی میلی در پذیرش مسئولیت ترقی زنان (آدینگر، ۱۳۸۴ :۳۰–۲۷).

هافستد[3] **(۱۹۹۱)**، تحقیق خود را از نوع پیمایشی یا زمینه ای بر روی بیش از ۱۱۶ هزار کارگر و کارمند مشغول در ۴۰ کشور انجام داد که همگی برای یک شرکت بزرگ بین المللی کار می کردند. مساله مهم تر این که هافستد به این نتیجه رسید که مدیران و کارکنان از چهار بعد فرهنگ ملی با

[1] Martell, Parker, Chiristopher, Emrich, and Crawford

[2] Catalyst

[3] Hofstede

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

یگدیگر تفاوت دارند که عبارت اند از: ۱) فردگرایی در مقایسه با جمع‌گرایی۲) اختلاف در قدرت ۳) اجتناب از پدیده عدم اطمینان ۴) مرد سالاری در مقایسه با زن‌سالاری(رابینز، ۱۳۷۸ :۳۸).

از دیدگاه هافستد در برخی از جوامع به هر دو گروه مرد و زن اجازه داده می شود تا نقش‌های متفاوتی به عهده گیرند. در برخی از جوامع همواره بر این نکته تاکید می شود که افراد از نظر جنس و نقشی که باید در کارها بر عهده گیرند باید به شدت از یکدیگر تفکیک شوند. هافستد مدعی است که «توزیع فعالیت به گونه‌ای که مردان عهده دار مشاغلی می گردند که بتوانند بهتر ابراز وجود نمایند و به زنان پست هایی داده می شود که جنبه خدماتی دارد و مراقبت و نگهداری را بر عهده می گیرند». (همان:۴۰).

مادلین هیلمن[1] **(۲۰۰۱)**، در تحقیق «چگونه کلیشه های جنسیتی از صعود زنان به نردبان سازمانی جلوگیری می‌کند» دو جنبه متفاوت کلیشه های جنسی – توصیفی و تجویزی– را مشخص کرده و اینکه چگونه آنها هریک با تبعیض جنسی در ارزیابی نقش دارند را سنجیده است. نتایج این دو جنبه کلیشه های جنسیتی «توصیفی و تجویزی» را در تشکیلات سازمانی بررسی و مشاهده شد که چگونه می توان روند پیشرفت زنان را به صورت بالقوه خنثی کرد و از رسیدن آنها به سطوح بالاتر مشاغل سازمانی نیز جلوگیری نمود.

جنبه توصیفی کلیشه های جنسی، تبعیض جنسی را افزایش می دهد به دلیل اختلاف بین مفهوم کلیشه ای آنچه زنان به عنوان یک گروه شبیه آن هستند و آنچه شامل مشاغل مدیریتی سطوح بالاتر می باشد به این نتایج منجر می شود که زنان قادر نخواهند بود چنین مشاغلی را به صورت خوبی انجام دهند. این نتایج مانع شناخت شایستگی زنان می شود زیرا مسئولیت واگذار شده یا پایین‌تر از سطح توانایی و مهارت زنان یا بالاتر از توان آنها می باشد.

جنبه تجویزی کلیشه های جنسی، تبعیض جنسی را از نوع متفاوت ترویج می کند. آنچه زنان به عنوان یک گروه باید باشند، جنبه تجویزی کلیشه های جنسی است. زنانی که شایسته بودن و موفق شدن در محیط کار مردانه را ثابت می کنند، این هنجار تجویزی را نقض می کنند و موجب رد این موضوع می شوند (هیلمن،۲۰۰۱ :۶۷۰).

ساکالی و بیدوگان[2] **(۲۰۰۲)**، بررسی کردند که چگونه پدرسالاری، تبعیض جنسی و جنسیت بر نگرش دانشجویان کالج های ترکیه نسبت به مدیران زن تاثیر می گذارد. مطالعه آنها نشان داد که شرکت‌کنندگان مرد نگرش مثبت کمتری نسبت به مدیران زن در مقایسه با شرکت کنندگان زن نشان

[1] Madeline E. Heilman

[2] Sakalli and Beydogan

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

داده‌اند. علاوه بر این شرکت کنندگانی که نگرش مطلوب تری نسبت به پدر سالاری و تبعیض جنسی دارند نیز نگرش مثبت کمتری نسبت به مدیران زن دارند تا آنهایی که نگرش مطلوب کمتری نسبت به پدر سالاری دارند (گونی، ۲۰۰۶ :۱۹۷).

کارول لارسون جونز و لیان لیان لین[1] **(۲۰۰۱)**،تحقیقی تحت عنوان مقایسه نگرش نسبت به زنان به عنوان مدیر در چین و ایالات متحده انجام دادند. این مطالعه به منظور مقایسه نگرشی که کارکنان مدیریتی و حرفه ای در چین و ایالات متحده نسبت به زنان در پست های مدیریتی دارند، صورت گرفته است. نظرسنجی نشان می دهد که پاسخ دهندگان آمریکایی نگرش مثبت تری نسبت به زنان مدیر در مقایسه با چینی ها داشته اند که به دلیل تفاوت در میراث فرهنگی، سنت ها و شرایط زنان است. تجزیه و تحلیل ها نشان داد که مشارکت زنان در مدیریت مسئله ای مشترک در برابر زنان سراسر جهان است (لارسون جونز و لین ، ۲۰۰۱ : ۷۵).

نانسی لاکوود[2] **(۲۰۰۴)**، مطالعه ای در سال ۲۰۰۴ نشان می دهد که شرکت هایی که را شکسته اند رونق مالی بیشتری دارند. (لاکوود، ۲۰۰۴).

زولر وراس[3] **(۲۰۰۹)**، تحقیقی مقایسه ای در بین متخصصین برزیل و چین انجام داده تا در مورد نقشی که تفاوت جنسیت در تجارت ایفا می کند اطلاعاتی بدهد. افزایش مشارکت زنان در بازار کار قابل توجه است اگر چه نمی توان چشم پوشی کرد که علی‌رغم رسیدن آنها به سطوح پایین تر و میانی پست های مدیریتی آنها به ندرت به پست‌های مدیریتی بالا رسیده اند(زولر وراس، ۲۰۰۹).

آذرمیدخت مجتبوی دلوئی (۱۳۷۵)، در تحقیقی به بررسی تاثیر نگرش مدیران در ارتقای شغلی زنان به سطوح مدیریت «بخش آموزش عالی- دانشگاه های مستقر در تهران» پرداخته است. یافته ها نشان داد که تاثیر نگرش منفی مدیران بر ارتقای شغلی زنان مورد تایید واقع شد.

فیروزه فاطمی صدر (۱۳۸۰)، در تحقیقی موانع ارتقای زنان در سطوح مدیریتی در سطح دانشگاه‌های تهران را با هدف شناسایی موانع فردی و محیطی مورد بررسی قرار داده است. موانع فردی به طور کلی شامل عوامل شخصیتی، روابط بین فردی و دانش وآگاهی زنان است و موانع محیطی شامل عوامل فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و سوابق تاریخی است. عوامل فرهنگی بیشترین تاثیر را در عدم ارتقای زنان به سطوح مدیریتی داشته است و عوامل فردی نیز اگرچه بی تاثیر نبوده

[1] Carol Larson Jones and Lianlian Lin

[2] Nancy Lockwood

[3] Zoller Veras

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

ولی نقش آنها از عوامل محیطی کمتر بوده است. از جمله عوامل فردی، عوامل شخصیتی است که بیشترین تاثیر را در بین عوامل فردی در عدم ارتقای زنان به سطوح مدیریتی دارا بوده است.

شمس السادات زاهدی (۱۳۸۲)، در طرح پژوهشی ملی تحت عنوان «ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی ایران» که بااعتبارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور در سال ۱۳۸۰ انجام شده است به مساله حضور اندک زنان در رده های مدیریتی پرداخته است. پس از طی فرآیند پژوهش و بر مبنای یافته های به دست آمده پیشنهادهایی چند درباره عوامل فردی شامل «خواست فردی، مهارت های فردی، مسئولیت های فردی، مسئولیت های خانوادگی» و عوامل سازمانی شامل «سیاست های منابع انسانی ایجاد ساختارهای آموزشی و پژوهشی خاص زنان، تاکید بر نظام شایسته سالاری و ...» و در حوزه قوانین و مقررات و روش ها و رویه ها درباره شرایط احراز مشاغل مدیریتی و در حوزه عوامل فرهنگی توجه به تغییر در نظام ارزشی و باورها ارائه شده است (زاهدی،۱۳۸۲ : ۱۷).

نرگس حدادی (۱۳۸۲)، در تحقیقی به بررسی تاثیر نقش جنسیتی در احراز پست مدیریت دانشگاهی پرداخته است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که نگرش جنسیتی به مدیریت در احراز این پست بسیار موثر است. همچنین از دید پاسخگویان قوانین و مقررات در احراز پست مدیریتی دانشگاهی نقش موثری دارد. اما بین تجربه و آموزش زنان و دستیابی آنان به پست مدیریت دانشگاهی رابطه معنا داری وجود نداشت.

حبیب اله میر غفوری (۱۳۸۵)، تحقیقی تحت عنوان شناسایی و رتبه بندی عامل های موثر در گماشته نشدن زنان به پست های مدیریتی در سازمان های دولتی استان یزد انجام داد. با بررسی پیشینه پژوهش عامل های پدید آورنده سقف شیشه ای شناسایی می شود. سپس با بهره گیری از دیدگاه‌های کارشناسان و روش دلفی، این عامل ها در یک نمودار درختی با چهار بعد و بیست و هفت عامل رسم و با روش های آماری و شیوه های تصمیم گیری چند معیاره رتبه بندی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که در دستگاه های دولتی ایران، هر چهار گروه عامل های شخصی، سازمانی، فرهنگی و اجتماعی پدید آورنده سقف شیشه ای است. از گروه های چهار گانه یاد شده، به ترتیب عامل های فرهنگی، عامل های اجتماعی، عامل های سازمانی و عامل های شخصی بیش ترین اثر را بر فرآیند ارتقای زنان دارد (میرغفوری،۱۳۸۵: ۱۱۹– ۱۰۱).

مبانی نظری تحقیق

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

نظریه های نابرابری جنسیتی در بازار کار[1]: نظریه هایی که وجود نابرابری جنسیتی را در جامعه تبیین می‌کنند، به طور عموم در سه سطح با عنوان نظریه نئوکلاسیک، نظریه تجزیه شدن بازار کار و نظریه جنسیتی طبقه بندی می شوند؛ به گونه ای که می توان گفت نظریه نئوکلاسیک را در یک دیدگاه اقتصادی، نظریه تجزیه شدن بازارکار را در دیدگاه اجتماعی و نظریه جنسیتی را متاثر از یک نگرش فرهنگی دانست.

نظریه های نئوکلاسیک: تئوری نئوکلاسیک نابرابری جنسیتی را ناشی از متغیرهای نظیر مسئولیت های خانوادگی، نیروی جسمی، آموزش عمومی زنان و کمتر بودن سرمایه انسانی آنان نسبت به مردان و شرایط خاص اجتماعی حاکم بر جامعه و سازمان، ساعات کار،غیبت از کار و جابه جایی درکار می دانند. با این که روشن است سطح آموزش و پرورش و مهارت پائین تر می تواند عامل مهمی در ناتوانی زن ها «یا هر گروه دیگر» در بازار کار باشد، این فرض، تقسیم بازار کار بر مبنای جنسیت را که به سادگی نمی توان آن را با تفاوت های جنسیتی در سرمایه انسانی تبیین کرد نادیده می گیرد (کار،۱۳۸۴ :۲۰– ۱۵).

نظریه های تجزیه شدن بازار کار: یکی از معروفترین تئوری های تجزیه شدن بازار کار، تئوری بازارکار دو گانه[2] است. نظریه بازار کار دوگانه به تمایزی میان دو بازار کار قائل است: بازار اولیه «متشکل از حرفه هایی که امکان آموزش و پیشرفت در آنها وجود دارد» و بازار ثانویه «متشکل از حرفه های غیر تخصصی کم درآمد و نامطمئن». کسانی که در بخش ثانویه کار می کنند در دوره های کسادی به سادگی اخراج می شوند، دستمزدشان کم است و از شرایط کار نامساعدی برخوردارند. عموماً زنان در مشاغل ثانویه به کار گرفته می شوند که با محدودیت هایی چون بی ثباتی در کار، حقوق مزایای کمتر و امکان پیشرفت کم رو به رو هستند بنابراین عامل عمده در تداوم نابرابری جنسیتی همین موضوع است. این تئوری چگونگی جداسازی مشاغل بر مبنای جنسیت را در درون بخش های اولیه و ثانویه روشن نمی کند و بیان نمی‌کند چرا جنسیت در چنین ابعادی عامل تقسیم بندی بازار شده است.

نظریه های جنسیتی: فرض اصلی در نظریه جنسیتی این است که موقعیت زنان در بازار کار و خانه و خانواده با یکدیگر مرتبط و جزئی از نظام کلی اجتماعی است که در آن زنان تابع مردان هستند. یک موضوع کلیدی در تئوری جنسیت در تبیین نابرابری جنسیتی اختصاص کار خانگی «به ویژه مراقبت کودک» بر عهده زن ها است. نقش عمده تئوری های جنسیت نشان دادن این مطلب است

[1] Gender inequality in the labor market theories

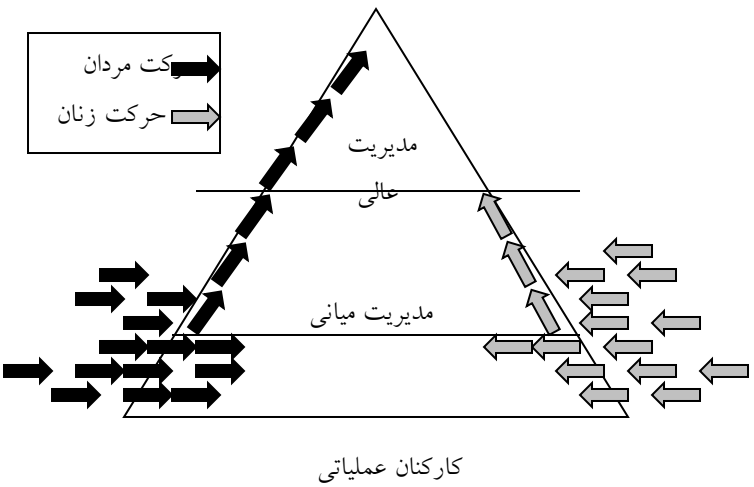
[2] Dual labour market theory

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

که درآن زن ها تابع هستند. با این که تجزیه و تحلیل آنها غالبا بحث بر انگیز و فاقد دقت ریاضی تئوری های «نئوکلاسیکی» و «تجزیه بازار کار» است ولی از آنجا که ما را مجبور به تفکر در مورد ریشه های اجتماعی عمیق تر تجزیه بازار کار بر حسب جنسیت می کند با ارزش است (همان:۲۸-۲۳).

سقف شیشه ای[1]: پدیده «عدم توفیق زنان در دستیابی به سطوح عالی مدیریت» را در اصطلاح «سقف شیشه‌ای» می‌گویند. «سقف‌شیشه ای» نگرش ها و تعصبات منفی است که مانع از صعود زنان و گروه های اقلیت ورای یک سطح خاص در سلسله مراتب سازمانی می شود.

این اصطلاح که از دهه ۱۹۷۰ در آمریکا شکل گرفت، به مفهوم سطحی است که پس ازآن، مدیران زن و سایر اقلیت های جامعه امکان ارتقا پیدا نمی کنند. در سال ۱۹۸۶ مجله وال استریت اصطلاح جدید «سقف شیشه ای» را ساخت تا تصویری از موانع مختلفی که زنان و گروه های اقلیت در تلاش برای بهبود وضعیت شغلی خود با آنها روبرو هستند، ارایه دهد (آدینگر،۱۳۸۴ :۹-۷).



نمودار ۱ - سقف شیشه ای در سازمان ها

[1] Glass ceiling

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

بر پایه پژوهش ها، زنان پس از ورود به سازمان ها هم گام با مردان شروع به رشد بالندگی می‌کنند و سطوح گوناگون سازمان را پشت سر می گذارند؛ اما هر چه زنان به سطوح بالاتر سازمانی می‌رسند، سرعت رشد و ارتقای آنها کاهش می یابد تا جایی که عامل هایی نادیدنی آنها را از دست یابی به مشاغل سطح بالای سازمان باز می دارد. این عامل های نادیدنی را سقف شیشه ای می‌نامند. زنان شایسته و توانمند با نگاه کردن به سطوح بالای سازمان از میان این سقف شیشه ای جایگاه هایی را می بینند که شایستگی رسیدن به آنها را دارند ولی به خاطر سدهای نادیدنی، توانایی شکستن این سقف شیشه‌ای را ندارند. در نمودار ۱ سقف شیشه ای در یک هرم سازمانی نشان داده شده است و تفاوت حرکت زنان و مردان را به سطوح بالای سازمان نشان می دهد (میرغفوری،۱۳۸۵:۱۰۵).

کوتر[1] و همکاران در ۲۰۰۱، بر اساس کمیسیون سقف شیشه ای فدرال، چهار ضابطه برای شناسایی نابرابری سقف شیشه ای ارائه داده اند که عبارتند از:

الف- سقف شیشه ای نوعی نابرابری است که به وسیله سایر ویژگی های مرتبط با شغل توضیح داده نشده است. یعنی سقف شیشه ای بوسیله تفاوت های باقیمانده مرتبط با جنس و نژاد، صرفنظر از قابلیت ها و موفقیت‌های برابر پس از کنترل کردن تحصیلات، تجربه، توانایی‌ها، انگیزش و سایر ویژگی های مرتبط با شغل اندازه گیری می شود.

ب- سقف شیشه ای نوعی نابرابری است که در سطوح بالاتر درآمدی (رده های بالای سلسله مراتب سازمانی) بیشتر از سطوح پایین درآمدی بروز می کند.

ج- سقف شیشه ای نوعی نابرابری در شانس پیشرفت به سطوح بالاتر است، یعنی صرفاً بیانگر نسبتی از جنسیت یا اقلیت نیست که در حال حاضر در سطوح بالا قرار دارند.

د- سقف شیشه ای نوعی نابرابری است که در طول یک کار راهه (مسیر پیشرفت شغلی) به وجود می آید (سید جوادین و دیگران،۱۳۸۶:۱۵۴-۱۵۲).

کلیشه های جنسیتی: والتر لیپمن[2] نخستین کسی است که اصطلاح تفکر قالبی را به معنای تصویر ثابت و محدود در ذهن به کار برده است. بر این مبنا تفکر قالبی شامل باورها، اندیشه ها و قالب های ساخته و پرداخته ذهنی است که به ادراکات شخص از محیط پیرامون خود رنگ و هیات خاصی می بخشند و به صورت میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر منتقل می شوند.

[1] Cotter, et. al

[2] Walter Lippman

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

کلیشه های جنسیتی[1]، تصویر ذهنی یکنواخت و قالب بندی شده ای از رفتارهای خاص مربوط به زنان و مردان را بدون آنکه مورد بررسی و آزمون قرار گرفته باشند، ارائه می دهند. این کلیشه ها از طریق سیستم غالب در فرهنگ، استعاره ها، کنایه ها، داستان های اساطیری و نظایر آن، به افراد جامعه القا می شود و معمولاً زنان و مردان، برای اجتناب از طرد جامعه در چارچوب هنجارهای اجتماعی مبتنی بر کلیشه های جنسیتی خود رفتار می کنند و شیوه بیان احساسات، حالات روانی و حتی علایق خود را در این چارچوب قرار می دهند (طالقانی و دیگران،۱۳۸۸ : ۹۳-۹۲).

کلیشه های جنسیتی از طریق روند جامعه پذیری که هر نوزادی از زمان تولد در معرض آن قرار می‌گیرد از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود. کلیشه های جنسیتی متاثر از هنجارها، ارزش ها، باورها و نگرش های اجتماعی است که ویژگی‌های زنان و مردان را در جامعه مشخص می کند. شرایط اجتماعی دوران گذشته –جوامع پیش‌صنعتی – درایجاد کلیشه های جنسیتی دخیل بودند، زیرا شرایط آن دوران کاملاً با آنچه امروزه وجود دارد متفاوت بود و تفاوت‌ها باعث ایجاد نوعی نگرش نسبت به زن و مرد در جامعه شده بود (جزنی ، ۱۳۸۰ : ۴۹-۴۵).

از نظر آندره میشل[2]، کلیشه های جنسیتی را در چهار دسته کلی می توان جای داد:

۱- نقش های مختلف دردرون خانواده: مادر نقش خدمت رسان خانوادگی و وابسته به همسر را بر عهده دارد و پدر نقش نان آور و تکیه گاه را.

۲- خصوصیات شخصیتی: پسران و مردان خلاق، تصمیم گیر و فعال هستند؛ اما دختران وابسته و منفعل.

۳- نقش های اجتماعی و سیاسی: زنان اگر هم در سطوح اجتماعی فعال باشند، در سطوح کوچک و محلی فعال اند، اما مردان دارای مسئولیت و یا رهبر سیاسی هستند.

۴- نقش حرفه ای: مشاغل به دو بخش زنانه و مردانه تقسیم شده اند، زنان منشی اند یا پرستارند و مردان کارفرما یا پزشک (میشل،۱۳۷۶: ۴۶-۴۵).

چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری این پژوهش از تلفیق نظریه های سقف شیشه ای و تئوری جنسیتی استخراج شده است.

[1] Stereotype

[2] Andree Michel

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

در این دو تئوری به کلیشه های جنسیتی و نابرابری جنسیتی نسبت به زنان و مدیریت زنان اشاره شده است. پاره ای از مولفان (کاچیو و پتی،۱۹۸۰) نگرش ها را چکیده باورهای ما دانسته‌اند. با توجه به اینکه هنوز در فرهنگ جامعه ما اعتقادات و باورهای قالبی جنسیتی نسبت به زنان و اشتغال آنها وجود دارد، یعنی هر آنچه را که مربوط به مردان بوده خوب و مثبت و آنچه مربوط به زنان است، بد و منفی دانسته‌اند. این صفات به خودی خود بار مثبت یا منفی ندارند، بلکه نگرش جامعه آنها را دارای بار ارزشی می‌کند. از جمله اینکه مردان برتر و غالب‌اند. بنابراین می توان گفت احتمالاً باورهای قالبی جنسیتی بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تاثیر گذار است.

نابرابری جنسیتی به معنی نابرابری زن و مرد در داشتن امکانات موجود است. باور به نابرابری جنسیتی تاکید بر تبعیض جنسی علیه نقش زنان در بخش‌های گوناگون خانواده، آموزش، اشتغال و...است. این باور مردان را در مرتبه بالاتر و زنان را در مرتبه فرودست قرار می‌دهد.از جمله اینکه تحصیلات دانشگاهی برای یک پسر مهم تر است تا برای یک دختر. بنابراین می توان گفت احتمالاً باور به نابرابری جنسیتی بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تاثیر گذار است.

در این پژوهش تفاوت نگرش زنان و مردان به باورهای قالبی جنسیتی، باور به نابرابری جنسیتی و مدیریت زنان نیز بررسی خواهد شد.

چهار دسته عامل های شخصی، سازمانی، فرهنگی و اجتماعی پدید آورنده سقف شیشه ای است و مانعی در برابر پیشرفت حرفه ای زنان است.

– عامل های شخصی عواملی هستند که ویژه خود شخص است و به میزان تجربه و آگاهی زنان، عوامل روانشناختی زنان و میزان تمایل زنان به مدیریت اطلاق می شود.

– عامل های سازمانی به عوامل درون سازمان مرتبط با شیوه مدیریت و ساختار و کارکنان اطلاق می شود.

– عامل های فرهنگی عواملی هستند که ناشی از فرهنگ حاکم بر جامعه و سازمان می باشند.

– عامل های اجتماعی عواملی هستند که ناشی از اجتماعی است که فرد در آن زندگی می کند.

با تکیه بر تئوری های تحقیق تفاوت نگرش زنان و مردان به عامل های سقف شیشه ای بررسی خواهد شد. همچنین ترتیب اهمیت و رتبه بندی هر یک از عامل‌های سقف شیشه ای از نگرش پاسخگویان مشخص می شود.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

فرضیه های تحقیق

۱. به نظر می رسد بین باورهای قالبی جنسیتی و نگرش نسبت به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی رابطه وجود دارد.
۲. به نظر می رسد بین باور به نابرابری جنسیتی و نگرش نسبت به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی رابطه وجود دارد.
۳. به نظر می رسد نگرش زنان و مردان نسبت به درجه اهمیت و رتبه بندی عامل های سقف شیشه ای «شخصی، سازمانی، فرهنگی، اجتماعی» متفاوت است.
۴. به نظر می رسد باورهای قالبی جنسیتی در بین زنان و مردان متفاوت است.
۵. به نظر می رسد باور به نابرابری جنسیتی در بین زنان و مردان متفاوت است.
۶. به نظر می رسد نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی در بین زنان و مردان متفاوت است.
۷. به نظر می رسد بین عامل های جمعیت شناختی «جنسیت، میزان تحصیلات، سن، سابقه کار، رده شغلی» و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تفاوت معنی داری وجود دارد.

روش انجام تحقیق

این تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسشنامه به اجرا در آمده است. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان اداری سازمان مرکزی دانشگاه پیام نور تشکیل می‌دهند که نمونه ای به تعداد ۲۴۸ نفر از آنها انتخاب و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده مورد آزمون قرار گرفت.

جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات ابتدا داده های پژوهش از پرسشنامه استخراج و سپس با استفاده از کامپیوتر و از طریق نرم افزار آماری spss در دو بخش روش های توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای بررسی پایایی پرسشنامه تحقیق حاضر از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. چنانچه مقدار ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷ باشد می توان گفت دارای پایایی بالایی است. برای انجام این کار ابتدا در مرحله پیش آزمون تعداد ۳۰ پرسشنامه بین کارکنان اداری توزیع و جمع آوری شد که نتایج آن در جدول زیر نشان داده شده است.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

جدول۱.مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای اساسی تحقیق

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی	۱۵	۰/۹۰
باورهای قالبی جنسیتی	۲۰	۰/۸۹
باور به نابرابری جنسیتی	۴	۰/۷۳
عامل های شخصی	۱۱	۰/۸۹
عامل های سازمانی	۵	۰/۸۳
عامل های فرهنگی	۷	۰/۹۳
عامل های اجتماعی	۴	۰/۷۲

تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

در این پژوهش متغیر های مستقل در مقوله های باورهای قالبی جنسیتی، باور به نابرابری جنسیتی، عامل های سقف شیشه ای، عامل های جمعیت شناختی «جنسیت، میزان تحصیلات، سن، سابقه کار، رده شغلی» مطرح می شود. هر کدام از این مقوله‌ها بر روی متغیر وابسته نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تاثیر می‌گذارد.

برای سنجش متغیر های "نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی"، "باورهای قالبی جنسیتی"، "باور به نابرابری جنسیتی"، "عامل های سقف شیشه ای" از تعدادی گویه در قالب طیف لیکرت پنج گزینه ای از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم استفاده شده که در سطح مقیاس فاصله ای مورد سنجش قرار گرفته‌اند. در انتها نمره مربوط به این متغیرها از جمع نمره پاسخگویان به گویه های مربوط به هر مفهوم بدست آمد.

یافته های تحقیق

نتایج بخش توصیفی نشان داد که ۴۳٪ درصد از افراد مورد مطالعه مرد و ۵۷٪ درصد زن بوده‌اند. در ادامه مشخص شد که ۱۹ درصد از پاسخگویان دارای مدرک دیپلم، ۱۴ درصد فوق دیپلم، ۴۱ درصد لیسانس، ۲۶ درصد فوق لیسانس به بالا بوده اند. همچنین ۱۸ درصد از پاسخگویان در گروه سنی۳۰- ۲۵ سال، ۲۰ درصد در گروه سنی ۳۵-۳۰ سال، ۲۵ درصد در گروه سنی۴۰- ۳۵

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

سال، ۲۵ درصد در گروه سنی ۴۵- ۴۰ سال و ۱۲ درصد در گروه سنی ۴۵ سال و بالاتر قرار گرفته‌اند.از نظر سابقه کار ۳۶ درصد از پاسخگویان سابقه خدمت ۱۵ سال به بالا داشته و ۲۹ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۲۱ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال و ۱۴ درصد نیز کمتر از ۵ سال از سابقه خدمت آنها می‌گذرد. یافته ها در خصوص پست سازمانی موید این مطلب است که ۲۱ درصد از پاسخگویان با پست سازمانی کمک کارشناس، ۵۷ درصد کارشناس، ۹ درصد کارشناس مسئول، ۱۰ درصد رئیس اداره، ۲ درصد معاون و ۱ درصد مدیر کل مشغول به کار بوده اند.

اهم نتایج تحلیلی تحقیق مشتمل بر نتایج زیر است:

فرضیه۱: بین باورهای قالبی جنسیتی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان رابطه وجود دارد.

جدول۲. ضریب رگرسیونی نگرش به ارتقای مشارکت زنان و باورهای قالبی جنسیتی

متغیر مستقل	B	خطای	Beta	t	سطح معنی
باورهای قالبی جنسیتی	-۰/۵۵۲	۰/۰۳۹	-۰/۶۷۴	-۱۴/۲۹۲	۰/۰۰۰
مقدار ثابت(Constant)	۸۰/۲۶۰	۲/۵۴۵	------	۳۱/۵۳۱	۰/۰۰۰

Sig= ۰/۰۰۰ F= ۲۰٤/۲۷۳ R^2= ۰/٤٥٤ R=۰/٦٧٤

(باورهای قالبی جنسیتی)۰/۵۵۲-۸۰/۲۶۰= نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی

جدول شماره (۲)، ضریب رگرسیونی باورهای قالبی جنسیتی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر R =۰/۶۷۴ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا (P=۰/۰۰۰) است و رقم Beta بیان کننده وجود رابطه معکوس میان این دو متغیر است. یعنی هر چه باورهای قالبی جنسیتی بیشتر شود، نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی نیز منفی تر می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین R^2= ۰/۴۵۴ حدود ۴۵ درصد از تغییرات نگرش به ارتقای مشارکت زنان بوسیله باورهای قالبی جنسیتی قابل تبیین است. معادله رگرسیونی فوق حاکی از آن است در صورت کنترل متغیر باورهای قالبی جنسیتی، نمره نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان ۸۰/۲۶۰ است. همچنین به ازای یک واحد افزایش در باورهای قالبی جنسیتی ۰/۵۵۲ واحد در نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی کاهش به وجود می آید.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

فرضیه۲: بین باور به نابرابری جنسیتی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان رابطه وجود دارد.

جدول ۳. ضریب رگرسیونی نگرش به ارتقای مشارکت زنان و باور به نابرابری جنسیتی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	t	سطح معنی داری
باور به نابرابری جنسیتی	-۱/۶۳۹	۰/۱۴۸	-۰/۵۷۷	-۱۱/۰۸۹	۰/۰۰۰
مقدار ثابت(Constant)	۶۳/۹۰۳	۱/۸۲۴	------	۳۵/۰۴۱	۰/۰۰۰

R= ۰/۵۷۷ R^2= ۰/۳۳۳ F=۱۲۲/۹۶۲ Sig= ۰/۰۰۰

(باور به نابرابری جنسیتی)۱/۶۳۹-۶۳/۹۰۳= نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی

جدول شماره (۳)، ضریب رگرسیونی باور به نابرابری جنسیتی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۵۷۷ و دارای سطح معنی‌داری بسیار بالا (P=۰/۰۰۰) است و رقم Beta بیان‌کننده وجود رابطه معکوس میان این دو متغیر است. یعنی هر چه باور به نابرابری جنسیتی بیشتر شود، نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی نیز منفی تر می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین R^2= ۰/۳۳۳ حدود ۳۳ درصد از تغییرات نگرش به ارتقای مشارکت زنان بوسیله باور به نابرابری جنسیتی قابل تبیین است. معادله رگرسیونی فوق حاکی از آن است که در صورت کنترل متغیر باور به نابرابری جنسیتی، نمره نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان ۶۳/۹۰۳ است. همچنین به ازای یک واحد افزایش در باور به نابرابری جنسیتی، ۱/۶۳۹ واحد در نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی کاهش به وجود می آید.

فرضیه۳: نگرش زنان و مردان نسبت به درجه اهمیت و رتبه بندی عامل های سقف شیشه ای (شخصی، سازمانی، فرهنگی، اجتماعی) متفاوت است.

جدول ۴. آزمون تفاوت میانگین درجه اهمیت عامل های سقف شیشه ای بر حسب نگرش مردان و زنان

عامل ها	جنس	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	سطح معنی داری
شخصی	مرد	۱۰۸	۳/۳۷	۰/۶۷	-۶/۱۴	۲۴۶	۰/۰۰۰
	زن	۱۴۰	۲/۸۴	۰/۶۸			
سازمانی	مرد	۱۰۸	۲/۹۵	۰/۸۳	۲/۸۹	۲۴۶	۰/۰۰۴
	زن	۱۴۰	۳/۲۶	۰/۸۱			
فرهنگی	مرد	۱۰۸	۳/۱۶	۰/۸۱	۵/۳۹	۲۴۶	۰/۰۰
	زن	۱۴۰	۳/۷۲	۰/۸۲			
اجتماعی	مرد	۱۰۸	۳/۴۱	۰/۸۲	۱/۸۴	۲۴۶	۰/۰۶۷
	زن	۱۴۰	۳/۵۹	۰/۷۷			

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

جدول شماره (۴)، تفاوت میانگین درجه اهمیت عامل های چهارگانه سقف شیشه ای بر حسب نگرش زنان و مردان را نشان می‌دهد. میانگین نمرات هر عامل با توجه به مجموع نمرات گویه های مرتبط تقسیم بر تعداد گویه ها محاسبه شده است و دامنه مقیاس ها بین ۵-۱ است. یافته‌های این آزمون نشان می دهد که با احتمال ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت به جزء عامل های اجتماعی تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات تاثیر سه دسته از عامل های شخصی، سازمانی و فرهنگی بر حسب نگرش مردان و زنان معنی دار است.

بنابراین زنان بیشتر از مردان عامل های فرهنگی؛ مردان بیشتر از زنان عامل‌های شخصی و زنان بیشتر از مردان عامل های سازمانی را در عدم ارتقای زنان در سطوح مدیریتی موثر می‌دانند.

جدول ۵. درجه اهمیت و رتبه بندی عامل های چهارگانه سقف شیشه ای

رتبه ها	ترتیب اهمیت عوامل			
	نگرش زنان		نگرش مردان	
۱	فرهنگی	۳/۷۲	اجتماعی	۳/۴۱
۲	اجتماعی	۳/۵۹	شخصی	۳/۳۷
۳	سازمانی	۳/۲۶	فرهنگی	۳/۱۶
۴	شخصی	۲/۸۴	سازمانی	۲/۹۵

جدول شماره (۵)، درجه اهمیت و رتبه بندی عامل های چهارگانه سقف شیشه ای بر حسب نگرش زنان و مردان را در مقایسه با یکدیگر نشان می دهد. زنان به ترتیب عامل های فرهنگی، اجتماعی، سازمانی و شخصی و مردان به ترتیب عامل های اجتماعی، شخصی، فرهنگی و سازمانی را در عدم ارتقاء زنان در سطوح مدیریتی موثر می دانند.

نگرش زنان و مردان نسبت به عامل های چهارگانه سقف شیشه ای: زنان به ترتیب عامل‌های فرهنگی، اجتماعی، سازمانی و شخصی و مردان به ترتیب عامل های اجتماعی، شخصی، فرهنگی و سازمانی را در عدم ارتقاء زنان در سطوح مدیریتی موثر می‌دانند.

فرضیه۴: باور های قالبی جنسیتی در بین مردان وزنان متفاوت است.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

جدول ۶. آزمون تفاوت میانگین متغیرهای اصلی بر حسب جنسیت

عنوان متغیر	جنس	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	سطح معنی داری
باورهای قالبی جنسیتی	مرد	۱۰۸	۷۱/۲۸	۹/۹۶	۲۴۶	-۱۱/۵۱	۰/۰۰۰
	زن	۱۴۰	۵۹/۷۷	۱۰/۹۶			
باور به نابرابری جنسیتی	مرد	۱۰۸	۱۳/۳۵	۳/۰۱	۲۴۶	-۶/۵۳۷	۰/۰۰۰
	زن	۱۴۰	۱۰/۷	۳/۲۷			
نگرش به ارتقای مشارکت زنان	مرد	۱۰۸	۳۹/۸۷	۹/۰۹	۲۴۶	۷/۱۸	۰/۰۰۰
	زن	۱۴۰	۴۸/۰۲	۸/۶۷			

جدول شماره (۶)، تفاوت میانگین نمرات باورهای قالبی جنسیتی بر حسب جنسیت را نشان می‌دهد. مقدار t برابر با ۱۱/۵۱- و سطح معنی داری (P =۰/۰۰۰) است. بنابراین تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات باورهای قالبی جنسیتی در بین پاسخگویان زن و مرد از لحاظ آماری معنادار است. به عبارت دیگر، با احتمال ۹۵ درصد اطمینان می توان گفت مردان بیشتر از زنان باورهای قالبی جنسیتی داشته اند.

فرضیه۵: باور به نابرابری جنسیتی در بین مردان وزنان متفاوت است.

همان طور که در جدول شماره (۶) ملاحظه می شود، نتایج آزمون بررسی تفاوت میانگین نمرات باور به نابرابری جنسیتی بر حسب جنسیت بازگوی آن است که تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات باور به نابرابری جنسیتی در بین پاسخگویان زن و مرد از لحاظ آماری معنادار است. به عبارت دیگر مردان بیشتر از زنان به نابرابری جنسیتی باور دارند.

فرضیه۶: نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی در بین زنان و مردان متفاوت است.

همان طور که در جدول شماره (۶) ملاحظه می شود، نتایج آزمون بررسی تفاوت میانگین نمرات نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی بر حسب جنسیت در بین کارکنان اداری زن و مرد بازگوی آن است که تفاوت مشاهده شده در میانگین نمرات نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریت در بین پاسخگویان زن و مرد از لحاظ آماری معنادار است. به عبارت دیگر کارکنان زن نسبت به کارکنان مرد نگرش مثبت تری به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریت دارند.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

فرضیه۷: بین عامل های جمعیت شناختی «میزان تحصیلات، سن، سابقه کار، رده‌شغلی» و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی تفاوت معنی داری وجود دارد.

جدول ۷. آزمون تفاوت میانگین بین عامل های جمعیت شناختی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان

عنوان متغیر	مشخصات فردی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	سطح معنی
میزان تحصیلات	دیپلم	۴۶	۴۳/۵۲	۸/۷۷	۲۴۶	۰/۵۳۸	۰/۴۶۴
	فوق دیپلم به بالا	۲۰۲	۴۴/۶۸	۹/۹۳			
سن	۲۵-۳۰ سال	۴۵	۴۶/۰۴	۷/۷۶	۲۴۶	۱/۴۴۱	۰/۲۳۱
	۳۰ به بالا	۲۰۳	۴۴/۱۲	۱۰/۰۹			
سابقه کار	کمتر از ۵ سال	۳۵	۴۶/۲۲	۷/۸۲	۲۴۶	۱/۳۳۲	۰/۲۵
	بیشتر از ۵ سال	۲۱۳	۴۴/۱۸	۹/۹۸			
رده شغلی	عملیاتی، میانی	۲۴۰	۴۴/۷۳	۹/۶۷	۲۴۶	۵/۶۶۲	۰/۰۱۸
	ارشد	۸	۳۶/۵	۷/۸۹			

جدول شماره (۷)، نتایج آزمون تفاوت میانگین بین عامل های جمعیت شناختی « میزان تحصیلات، سن، سابقه کار» و نگرش به ارتقای مشارکت زنان نشان می دهد که نتایج کلی از لحاظ آماری معنادار نیست و در خصوص متغیر رده شغلی نتایج نشان داد که شاغلان اداری رده عملیاتی و میانی نسبت به مدیران ارشد نگرش مثبت تری به ارتقای مشارکت زنان دارند. شایان ذکر است در این پژوهش پست سازمانی کمک کارشناس، کارشناس در رده شغلی عملیاتی و پست سازمانی کارشناس مسئول، رئیس اداره در رده شغلی میانی و پست سازمانی معاون و مدیرکل نیز در رده شغلی ارشد قرار می گیرند.

تحلیل رگرسیونی نگرش به ارتقای مشارکت زنان: برای انجام تحلیل رگرسیونی نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی متغیرهای مستقل «رده شغلی، جنسیت، باورهای قالبی جنسیتی، باور به نابرابری جنسیتی» به روش گام به گام به مدل رگرسیونی وارد شدند و در نهایت پس از ۲ مرحله گام ۲ متغیر «باورهای قالبی جنسیتی، باور به نابرابری جنسیتی» در مدل رگرسیونی باقی ماندند. همانطور که در جدول ۷ مشخص شده است، متغیر باورهای قالبی جنسیتی بیشترین تاثیر

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

منفی را بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان داشته است(Beta= -۰/۵۱۱) و باور به نابرابری جنسیتی با (Beta= -۰/۲۷۱) کمترین تاثیر را دارد. مقدار ضریب همبستگی رگرسیون چند متغیره برابر با (R=۰/۷۰۸) و نشانگر همبستگی زیاد بین مجموعه متغیرهای مستقل با وابسته است. در کل ۵۰ درصد واریانس متغیر نگرش به ارتقای مشارکت زنان بوسیله دو متغیر باورهای قالبی جنسیتی و باور به نابرابری جنسیتی تبیین می‌شود.

جدول ۸. رگرسیون چند متغیره برای شناسایی عوامل موثر بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان

عنوان متغیر	B	Beta	T	Sig
باورهای قالبی جنسیتی	-۰/۴۱۹	-۰/۵۱۱	-۹/۰۶۲	۰/۰۰۰
باور به نابرابری جنسیتی	-۰/۷۶۹	-۰/۲۷۱	-۴/۸۰۱	۰/۰۰۰
عدد ثابت (constant)	۸۰/۷۴۸	-	۳۳/۰۸۶	۰/۰۰۰

R^2= ۰/۵۰۱ R=0/708 Sig =۰/۰۰۰

(باور به نابرابری جنسیتی) ۰/۷۶۹- (باورهای قالبی جنسیتی) ۰/۴۱۹- ۸۰/۷۴۸ = نگرش به ارتقای مشارکت زنان

با توجه به معادله رگرسیونی فوق، می توان گفت در صورت کنترل متغیر باورهای قالبی جنسیتی و نابرابری جنسیتی نمره نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان ۸۰/۷۴۸ است. به ازای یک واحد افزایش در باورهای قالبی جنسیتی ۰/۴۱۹ واحد در نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت زنان کاهش به وجود می آید. همچنین به ازای یک واحد افزایش در باور به نابرابری جنسیتی ۰/۷۶۹ واحد در نگرش پاسخگویان به ارتقای مشارکت کاهش به وجود می آید.

نتیجه گیری

هدف این پژوهش آزمون مدل تحقیق و فرضیات استخراج شده از آن بود. نتایج این تحقیق را می توان مطابق نظریه سقف‌شیشه ای و نظریه جنسیتی دانست. در تئوری جنسیتی به باورهای قالبی جنسیتی و نابرابری جنسیتی نسبت به زنان و مدیریت زنان اشاره شده است. در این نظریه آنچه بیش از شایستگی و توانمندی مورد نگرش قرار می گیرد جنسیت است. جنسیت از راه جامعه پذیری متفاوت بررفتارهای افراد تاثیر می گذارد. نظریه «سقف‌شیشه ای» نگرش ها و تعصبات منفی

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

است که مانع از آن می‌شود که زنان و گروه های اقلیت ورای یک سطح خاص در سلسله مراتب سازمانی بروند.

همان گونه که مطالعات مارتل و همکاران در ۱۹۸۸، نظرسنجی کاتالیست در۱۹۹۰ و مادلین هیلمن در ۲۰۰۱ نشان می دهد که پنداره های کلیشه ای و تفکر قالبی درباره زنان یکی از مهمترین موانع برای ارتقای آنان در سازمان ها است و تحقیق حاضر موید آن است. نتایج بدست آمده از این تحقیق نشان می دهد که میان باورهای قالبی جنسیتی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی رابطه معکوس وجود دارد. همچنین هرچقدر افراد مورد مطالعه باور به نابرابری جنسیتی را بیشتر پذیرفته اند، نگرشی منفی تر به موضوع ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی داشته اند. بدین ترتیب این دو فرضیه تحقیق تایید شده است.

نتایج دیگر این تحقیق نشان می دهد که شاغلان مرد بیشتر از شاغلان زن باورهای قالبی جنسیتی و نابرابری جنسیتی پذیرفته اند و شاغلان زن نسبت به مرد نگرش مثبت تری به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی دارند. تحقیقات ساکالی و بیدوگان در ۲۰۰۲ نشان می دهد که چگونه تبعیض جنسی و جنسیت بر نگرش نسبت به مدیران زن اثر می گذارد. بنابراین این تحقیق نیز چنین نتیجه ای را تایید می کند.

در سایر تحقیقات انجام شده «زاهدی،۱۳۸۰؛ فاطمی صدر،۱۳۸۰؛ میر غفوری، ۱۳۸۵» ملاحظه شد که عامل فرهنگی بیشترین تاثیر را بر عدم دستیابی زنان به پست های مدیریتی دارد. در این تحقیق نظرات پاسخگویان با تکیه بر تئوری تحقیق و عامل های چهار گانه سقف شیشه ای «شخصی، سازمانی، فرهنگی و اجتماعی» و تفاوت بین عقاید زنان و مردان نیز از نقطه نظر این رویکرد بررسی شد. در مجموع با توجه به نتایج تحلیلی و توصیفی تحقیق می توان گفت که زنان بیشتر از مردان عامل‌های فرهنگی؛ مردان بیشتر از زنان عامل‌های شخصی و زنان بیشتر از مردان عامل های سازمانی را در عدم ارتقای زنان در سطوح مدیریتی موثر می‌دانند. هم چنین ترتیب اهمیت هر یک از عامل ها از نگرش زنان و مردان مشخص شد. زنان به ترتیب عامل های فرهنگی، اجتماعی، سازمانی و شخصی و مردان به ترتیب عامل های اجتماعی، شخصی، فرهنگی و سازمانی را در عدم ارتقای زنان در سطوح مدیریتی موثر می دانند.

نتایج آزمون فرضیه های مربوط به عامل های جمعیت شناختی و نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی نشان داد که متغیرهای میزان تحصیلات، سن نتایج کلی از لحاظ آماری معنادار نیست.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

در این تحقیق نتایج آزمون رده شغلی نشان داد که شاغلان رده کارمندی نسبت به شاغلان رده مدیریتی نگرش مثبت‌تری به ارتقای مشارکت زنان دارند. تحقیق «آذر میدخت مجتبوی دلوئی،۱۳۷۵» تاثیر نگرش منفی مدیران بر ارتقای شغلی زنان را تایید می کند و تحقیق حاضر موید آن است. لذا اصلاح نگرش مدیران تصمیم گیر نسبت به توانایی های زنان ضروری است.

در تحلیل چند متغیره، متغیر باورهای قالبی جنسیتی بیشترین تاثیر را بر نگرش به ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی داشته است و متغیر باور به نابرابری جنسیتی کمترین تاثیر را دارد.

بنابراین فضای غالب سازمان ها و ادارات محصول کلیشه ها و باورهای نادرست جنسیتی است که در سازمان ها تحت عنوان سقف شیشه ای عمل می کنند. با آنکه تعداد زنان تحصیل کرده ماهر و مسلط بر توانایی های فنی و تکنولوژیکی رو به افزایش است، متاسفانه از وجود آنها به دلیل باورهای قالبی جنسیتی استفاده مناسب نمی شود. این باورهای جنسیتی که پیامد ساختار و شرایط فرهنگی و اجتماعی جوامع و محصول رسوم و تعصبات اجتماعی است از طریق فرایندهای جامعه پذیری در فضای جامعه و سازمان حاکم شده‌اند و به صورت ناخودآگاه و به عنوان مهم ترین مانع ارتقای شغلی زنان عمل می کنند. باورهای قالبی جنسیتی از طریق فرایند جامعه پذیری تولید و باز تولید می شوند چنان که ایجاد و آموزش این باورها و پندارها از خانواده شروع می شود، در نظام آموزشی مدرسه تداوم می یابد و نهایتاً در رسانه‌ها تبلیغ و ترویج می شود و جنبه باور اجتماعی، آداب، رسوم و سنت به خود می گیرد. مسئله ای که در برنامه ریزی ها باید مورد توجه قرار گیرد، مربوط به بعد باورها، آداب و رسوم، سنت ها و نگرش های جامعه و چگونگی تغییر آن است. بنابراین در برنامه ریزی ها از یکسو بر ایجاد شرایط عینی مناسب برای زن و مرد و در عین حال بر نیازهای خاص زنان در جامعه و امکانات شغلی آنان تاکید می شود و از سوی دیگر به جنبه‌های نگرشی در جامعه هم توجه می شود. هر دو فعالیت باید همزمان و همراه با یکدیگر صورت گیرد در غیر اینصورت به نتیجه مطلوب نخواهد انجامید.

پیشنهادات

۱.**راهکارهای فردی**: این دسته از راهکارهای فردی خود به سه گروه تقسیم می شوند:

۱-۱ رسیدن زنان به خود باوری

۱-۲ حمایت زنان از زنان دیگر

۱-۳ تلاش زنان برای مقابله با تصورات قالبی کلیشه ای و قالبی

۲. **راهکارهای جمعی**:این دسته از راهکارهای جمعی خود به دو گروه تقسیم می شوند:

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

۲-۱ راهکارهای جمعی توسط زنان به منظور افزایش توانمندی زنان و حمایت های سازمان‌یافته از آنان برای افزایش حضور آنان در عرصه مدیریت پیشنهادهای مربوط به این زمینه در دو طبقه قرار می‌گیرند:

۲-۱-۱ برنامه ریزی بلند مدت جهت آموزش مهارت و افزایش توانمندی زنان

۲-۱-۲ تشکیل تشکل ها و گردهمایی ها، کمیته ها به منظور احساس تعلق گروهی زنان و اتحاد و یکپارچه شدن آنان

۲-۲ راهکارهای جمعی توسط جامعه: منظور راهکارهای عملی و اجرایی است که باید توسط مجموعه اعضاء در جامعه صورت گیرد.

۲-۲-۱ فرهنگ سازی مناسب جهت تغییر نگرش مثبت نسبت به زنان: در این راه جامعه باید سعی نماید که از طریق رسانه ها و کتب، الگو های منفی از زنان ارائه ندهد، فرهنگ مرد سالاری در جامعه را تعدیل و تبعیض ها را رفع نماید.

۲-۲- ۲ اصلاح نگرش مردان و مدیران تصمیم گیر نسبت به توانایی های زنان ضروری است.

۲-۲-۳ ارزش دادن به توانمندی های زنان: جامعه با بهاء دادن به توانمندی ها باعث می شود که زنان تشویق شوند تا در عرصه مدیریت حضور پیدا کنند.

۲-۲-۴ واگذاری تدریجی مسئولیت ها به زنان

۲-۲- ۵ تجدید نظر در قوانین

۲-۲- ۶ تدوین برنامه ها و راهبردهای هدایت جنسیتی در سازمان هایی که تعداد زنان شاغل شان بیشتر است ضرورت دارد.

۲-۲-۷ شفاف کردن هدف ها و برنامه های رفع تبعیض جنسیتی و هدایت جنسیتی درجامعه، سازمان‌ها و خانواده از دیگر مواردی است که باید در مورد آن کار شود.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

منابع

– آدینگر، کارول کادیر (۱۳۸۴)، سقف شیشه ای، ترجمه سیما مهذب حسینیان، تهران: انتشارات بهنام.

– جزنی، نسرین (۱۳۸۰)، نگرش برتحلیل جنسیتی در ایران، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

– حکیم آرا، محمدعلی (۱۳۸۴)، ارتباطات متقاعد گرانه و تبلیغ، تهران: انتشارات سمت.

– رابینز، استیفن پی (۱۳۷۸)، رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پزوهش های فرهنگی.

– زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲)، ارتقای مشارکت زنان در سطوح مدیریتی ایران، دانش مدیریت، سال شانزدهم، شماره ۶۲، ص ۴۹–۱۷

– حدادی، نرگس (۱۳۸۲)، بررسی تاثیر نقش جنسیتی در احراز پست مدیریت دانشگاهی، تهران: دانشگاه الزهرا، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی.

– سید جوادین، روشن نژاد، یزدانی (۱۳۸۶ادراک موانع سقف شیشه ای و سقف شیشه ای و...، مجله علمی و پژوهشی تحقیقات زنان، سال دوم، شماره اول، ص ۱۴۸–۱۸۷.

– شجاعی، زهرا (۱۳۸۳)، برای زنان فردا ج ۱، تهران: انتشارات سوره مهر.

– کار، مهرانگیز– رئیسی فرد، پروین (۱۳۸۴)، زنان در بازار کار ایران و تئوری های نابرابری جنسیتی، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان .

– میشل،آندره (۱۳۷۶)، پیکار با تبعیض جنسی، ترجمه محمد جعفر پوینده، تهران: انتشارات نگاه.

– فاطمی صدر، فیروزه (۱۳۸۰)، موانع ارتقاء زنان در سطوح مدیریتی در سطح دانشگاه های تهران، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی.

– مجتبوی دلوئی، آذرمیدخت (۱۳۷۵) ، تاثیر نگرش مدیران در ارتقاء شغلی زنان به سطوح مدیریت «بخش آموزش عالی دانشگاه های مستقر در تهران»، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی.

– طالقانی، پور عزت، فرجی (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر سقف شیشه ای بر کاهش توانمندی زنان در سازمان توسعه برق ایران، نشریه مدیریت دولتی، دوره ا،شماره ۲، ص۱۰۲– ۸۹

– میرغفوری، حبیب الله (۱۳۸۵)، شناسایی و رتبه بندی عامل های موثر در گماشته نشدن زنان به پست های مدیریتی در سازمان های دولتی استان یزد، مجله مطالعات زنان ، سال ۴، شماره ۱، ص۱۲۲–۱۰۱

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]

References:

- Guney, Semra, Gohar, Raheel, kilic Akinci, Sevcan, Mutlu Akinci, Mehmet (2006), Attitudes toward women managers in Turkey and Pakistan, Journal of international women's studies, vol. 8, no 1

- Heilman, madeline E. (2001), Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder, Journal of social issues, vol. 57, No. 4.

- Larson Jones, Carol, Lin, Lianlian (2001), A comparison of attitudes toward women as managers in china and in the U.S.

- Lockwood, Nancy (2004) The glass ceiling: Domestic and inter national perspectives, Virginia: Siciety for human Resource management .

- Zoller Veras, Erika (2009), Women in management: A comparative research between Experiences in Brazil and China, Wuhan School of management, Wuhan University of technology.

[Downloaded from jpsd.hormozgan.ac.ir on 2026-11-19]