

اقدام پژوهی رویداد استارت‌اپی (شتاب) خاتون: بررسی نقش‌های دوگانه خانوادگی و اجتماعی زنان

 20.1001.1.24767220.1400.11.2.6.6

علی اصغر سعدآبادی^۱
فهیمة آزموده^۲
کیارش فرناش^۳

چکیده

در رویدادهای استارت‌اپی (شتاب) ویژه زنان، در سطح داخلی و بین‌المللی، اغلب به دنبال رفع مسئله کارآفرینی زنان، بدون توجه به حداکثرکردن ارزش‌آفرینی آنان، بوده‌اند. در این مقاله رویداد خاتون به سبب رویکرد متفاوت آن برای حل مسائل و مشکلات زنان بررسی می‌شود. هدف اصلی در این رویداد شناسایی ایده‌هایی بود که کاهش تعارضات ناشی از ایفای هم‌زمان نقش‌های خانوادگی و اجتماعی را نتیجه دهد. شبکه‌سازی و ایجاد ارتباط میان بانوان فعال در حوزه‌های فرهنگی و تربیتی و اجتماعی، رشد و پرورش خلاقیت و نوآوری بانوان در این حوزه‌ها، تبدیل ایده‌های فرهنگی - تربیتی به محصول، حمایت مالی و معنوی از ایده‌ها، دستیابی به راه‌حل‌های واقعی و مؤثر برای مشکلات و معضلات فرهنگی و تربیتی و اجتماعی از دیگر اهداف برگزاری این رویداد بوده است. از این رو در ابتدا به مرور ادبیات پژوهش درباره رویدادهای استارت‌اپی (شتاب) با محوریت زنان پرداخته می‌شود و سپس با بررسی رویداد خاتون، در چارچوب روش اقدام‌پژوهی، به ارزیابی این رویداد و یافتن جایگاه آن میان رویدادهای استارت‌اپی خواهیم پرداخت. نتایج نظری و عملی این رویداد پرورش ایده‌های خلاقانه بانوان و آگاهی بخشی به بانوان علاقه‌مند به نوآوری‌های اجتماعی و مهارت‌افزایی آنان و افزایش نقش‌آفرینی اجتماعی آنان، همراه با حفظ نقش‌های «مادری» و «همسری» و «فرزندپروری»، بوده است. نتیجه دیگر این رویداد این بود که از ۳۶ گروه باقی‌مانده در روز پایانی رویداد ۸ گروه، و از ۱۲ گروه راه‌یافته به مرحله نهایی ۱۱ گروه، حامی یافتند و حتی گروه‌هایی که در پیش‌رویداد حذف شده بودند نیز ۲ حمایت دریافت کردند.

واژگان کلیدی: استارت‌اپ (شتاب)، کارآفرینی اجتماعی، نوآوری اجتماعی، اقدام‌پژوهی، زنان، زن و خانواده، کارآفرینی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۲
تاریخ بازنگری: ۱۳۹۹/۱۰/۲۰
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۲

۱. عضو هیئت‌علمی پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول): A_Sadabadi@sbu.ac.ir

۲. دکتری علوم سیاسی، دانشگاه شهید بهشتی؛

۳. عضو هیئت‌علمی پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری، دانشگاه شهید بهشتی.

مقدمه

از زمان وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ در ایران و تلاش برای تحقق یک حکومت اسلامی، جامعه ایران تطورات گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را پشت سر گذاشته است. اما این تغییرات و تحولات فقط نشئت گرفته از مسائل داخلی نبوده است و در تعاملی دوسویه، همراه با جامعه جهانی بوده است. مهم‌ترین تغییرات مربوط به حوزه زنان و تغییر نگرش‌ها درباره آن‌ها و تغییر انتظارات از آن‌ها بوده است.

زنان ۴۹/۲۵ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، در حالی که میزان مشارکت اقتصادی آنان ۱۵/۵ درصد است. این میزان با متوسط مشارکت اقتصادی زنان در جهان (۳۰ درصد) فاصله بسیاری دارد. تمایل زنان به تحصیلات دانشگاهی در سال‌های اخیر افزایش یافته است و بیش از ۶۵ درصد از ورودی‌های دانشگاه‌ها زنان‌اند (ISNA, 2019). اما علی‌رغم داشتن تحصیلات عالی، زنان از نظر اشتغال در وضعیت مناسبی قرار ندارند و حضور آن‌ها در بازار کار متناسب با افزایش سطح تحصیلات آنان افزایش نیافته است. همچنین موانع بسیاری بر سر راه فعالیت‌های اقتصادی زنان در خارج از منزل وجود دارد. در این صورت، با افزایش شمار زنان تحصیل کرده و فعال، بحران بیکاری تشدید خواهد شد. یکی از مهم‌ترین راهکارها برای حل این مشکل برگزاری رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) ویژه زنان است. این رویدادها سهم بزرگی در شناسایی زنان کارآفرین و ایده‌پرداز دارد و می‌تواند رفع نیازهای بخش عمده‌ای از زنان را نتیجه دهد و به رشد و پویایی آنان کمک کند (Okrah et al., 2018).

رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) رویدادهایی آموزشی-تجربی است که در سه روز متوالی (در انتهای هفته) برگزار می‌شود و عموماً حول یک الگوی کسب‌وکار، که تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر باشد، شکل می‌گیرد. اولین رویداد استارت‌آپی (شتاب) در سال ۲۰۰۷ و در ایالات متحده آمریکا شروع به کار کرد (Cervantes and Nardi, 2012, p. 12). در اغلب کشورها این رویدادهای کارآفرینی جمعه بعدازظهر آغاز می‌شود و یکشنبه‌شب به پایان می‌رسد. در این برنامه شرکت‌کنندگان پراکنجه‌ای شامل برنامه‌نویسان، مدیران تجاری، بازاریاب‌ها و طراحان گرافیک گرد هم می‌آیند تا طی ۵۴ ساعت ایده‌هایشان را مطرح کنند، گروه تشکیل بدهند و هر گروه ایده‌ای را اجرا کند (Kim et al., 2018, p. 4). هدف از این رویدادها باز کردن ذهن حامیان اجرایی و مالی از طریق ملاقات با کارآفرینان است. همچنین اهمیت این رویدادهای کارآفرینانه را می‌توان در برخورداری از چنین ویژگی‌هایی جست‌وجو کرد: فراهم کردن فرصتی برای عرضه و ارزیابی ایده‌های ناب در حضور مربیان و کارآفرینان موفق؛

اجرای کردن ایده‌های نوآورانه در کمترین زمان ممکن به واسطه تشکیل گروه‌هایی متشکل از سرمایه‌گذاران، توسعه‌دهندگان و دیگر ارکان مورد نیاز شکل‌گیری یک کسب‌وکار نوآورانه (Nadafi and Ahmadvand, 2017, p. 520). ایده‌های کسب‌وکار به ارزش‌آفرینی و تشخیص فرصت‌ها و نهایتاً ارزیابی و بهره‌برداری منجر می‌شود (Salamzadeh and Kesim, 2015, p. 5). در راه‌اندازی استارت‌آپ‌ویکند^۲ باید به چند نکته توجه داشت: چالش‌های مالی، منابع انسانی، سازوکارهای پشتیبانی و عناصر محیطی (Bruton and Rubanik, 2002; Gelderen et al., 2005). توجه‌نکردن به عوامل پیش‌گفته باعث شکست رویدادهای نوآفرینی در همان شروع کار می‌شود.

در ایران بیشتر شرکت‌کنندگان در این رویدادها مردان‌اند. البته در رویدادهای ویژه زنان، به سبب در نظر گرفتن سهمیه‌ای خاص برای آنان، میزان شرکت‌کنندگان زن افزایش یافته است. هدف از این پژوهش بررسی رویداد خاتون (ویژه زنان) در مشهد و مقایسه ابعاد گوناگون آن با رویدادهای مشابه است. از این رو ابتدا با مرور ادبیات پژوهش، بخشی از رویدادهای ویژه زنان معرفی می‌شود و سپس با بیان دستاوردهای هر کدام از آن‌ها به ارزیابی و مقایسه آن‌ها با رویداد خاتون می‌پردازیم و نهایتاً رویداد خاتون در قالب روش اقدام‌پژوهی بررسی خواهد شد.

۱. ادبیات پژوهش

رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) با حضور گروه‌ها و شرکت‌های ایده‌پرداز برگزار می‌شود. هدف این شرکت‌ها طرح یک سبک کسب‌وکار جدید و در عین حال تکرارپذیر است. نظریه‌های متعددی برای درک عوامل مؤثر در رفتار شرکت‌کنندگان در استارت‌آپ‌ها (شتاب) مطرح شده است. نمونه‌ای از این نظریه‌ها نظریه عمل منطقی است که ایزن در ۱۹۸۵ برای آزمودن رابطه میان نگرش‌ها و رفتار مطرح کرد. براساس این نظریه، رفتار تحت تأثیر تمایلات است و تمایلات نیز متأثر از نگرش به کارآفرینی شکل می‌گیرد. نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی شاخص اصلی رفتار فرد است؛ به این معنا که فرد نتایج رفتار خود را، بر پایه نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی خود، محاسبه می‌کند (Ajzen, 1985) و تصمیم می‌گیرد عملیات یا رفتاری خاص را انجام دهد یا انجام ندهد. در واقع قصد افراد برای انجام رفتاری خاص تابع نگرش شخص درباره انجام آن رفتار و شناخت فرد از هنجارهای حاکم بر آن رفتار و انگیزه فرد برای پیروی از آن هنجارهاست. ایزن کوشید الگویی را توسعه دهد که تمام عوامل مهم در پیش‌بینی یک رفتار را شامل شود. در این الگو بعضی از عوامل موقعیتی مهم، به ویژه عقایدی که سایر افراد درباره رفتار دارند و انگیزش فرد برای

به آنان در گروه‌های ایده‌پردازی به راه‌اندازی کسب‌وکار، چگونگی همکاری با دیگران و نحوه هدایت کارهای گروهی بوده است. این رویداد در روزهای آخر هفته با ۶۵ شرکت‌کننده شروع به کار کرد. در شب آخر، ۱۱ گروه به مرحله نهایی راه یافتند. گروه‌ها مداوم کار کردند تا در مدت ۶۰ ثانیه ایده خود را به چیزی ملموس و عینی تبدیل کنند. در این رویداد ۲۴ مربی برای راهنمایی و هدایت گروه‌ها حضور داشتند.^۳

۳-۱. رویداد زنان در استکهلم (2018)

رویداد استارت‌آپ‌ویکند در استکهلم^۴ با شعار «جهان به زنان توانمند نیاز دارد، یکی از آن‌ها شوید!» شکل گرفت. در مطالعات جدید درباره روند ایجاد کسب‌وکارهای نوآفرین روی درک انگیزه‌ها و محرک‌های افراد برای افزایش شرکت‌های نوآفرین تمرکز شده است (Silveira et al., 2017). این رویداد نیز با همکاری بانک دنسکی^۵ با بیش از ۱۰۰ شرکت‌کننده زن برگزار شد و موقعیتی را برای بیان ایده‌ها و مشکلات موجود فراهم آورد. یافتن زنان توانمند و یافتن راه‌های توانمندسازی زنان نیازی است که در این رویداد پیگیری شد. در یک تعطیلات آخر هفته افراد در این رویداد شرکت کردند و گروه‌ها شکل گرفت. برگزارکنندگان این رویداد به دنبال جذب کارآفرینان برای حل مسائل اجتماعی، آموزشی، مالی، محیط‌زیستی و دیگر مسائل زنان بودند. نهایتاً شبکه‌ای جدید از توسعه‌دهندگان، طراحان و کارآفرینانی که مایل به تغییر جهان‌اند شکل گرفت. تمامی اعضای سازمان‌دهنده گروه‌ها زنان داوطلب و علاقه‌مند بودند.

۴-۱. رویداد زنان در ساکرامنتو (2017)

در شهرهای سراسر جهان رویدادهایی را در آخر هفته، با هدف تقویت زنان کارآفرین، برگزار می‌کنند. در نتیجه با راه‌اندازی و عملیاتی کردن کسب‌وکارهای نوآفرین ویژه زنان، و با رسیدن آن‌ها به سودآوری و بهره‌وری و مدیریت مالی، شکاف جنسیتی در حوزه اقتصاد و اشتغال به حداقل می‌رسد (Demartini, 2018, p. 4). شهر ساکرامنتو نیز میزبان رویداد توانمندسازی زنان بود. در این رویداد بر توانمندسازی زنان در منطقه ساکرامنتو تمرکز شد. برنامه اصلی در این رویداد ایجاد ایده‌های جدید و عملی و یافتن زنان توانمند با مهارت‌های شبکه‌سازی بود.^۶ افراد برتر در این رویداد رهبران آینده صنعت و برخی از مهم‌ترین فناوری‌ها در نظر گرفته شدند.

پیروی از آن عقاید، وجود دارد. اگر بتوان تمام متغیرهای کمی الگورا دقیق اندازه‌گیری کرد، این امکان وجود خواهد داشت که پیش‌بینی‌های نسبتاً دقیقی از قصد انجام‌دادن رفتاری، و به تبع رفتار واقعی، کرد. آنچه این نظریه را شاخص و برجسته می‌کند، توانایی پیش‌بینی و شرح رفتار انسان در زمینه‌های مختلف است (Silveira et al., 2017). بر مبنای این نظریه می‌توان علل مشارکت و نوع ایده‌ها در استارت‌آپ‌ها را شرح داد.

در دهه اخیر رویدادهای متعددی در قالب استارت‌آپ (شتاب) در ایران شکل گرفته است. در همین راستا «رویداد خاتون» در اسفند ۱۳۹۷ با تمرکز بر مشکلات زنان برگزار شد. پیش از بیان اهداف و نوآوری‌های این رویداد، بخشی از رویدادهای داخلی و بین‌المللی، که در آن‌ها روی مسائل زنان تمرکز داشته‌اند، معرفی خواهد شد. در سطح بین‌المللی رویدادهای متنوعی برای یافتن استعدادها و زنان شکل گرفته است. بخش عمده تمرکز آن‌ها در حوزه بهداشت و سلامت، اشتغال، نگهداری از فرزندان و مراقبت از سالمندان بوده است. این ایده‌ها با توجه به مشکلات موجود در جامعه برگزارکننده متفاوت بوده است. در ادامه به بخشی از دستاوردهای بین‌المللی و داخلی آن‌ها اشاره می‌شود.

۱-۱. رویداد زنان در هامبورگ (2015)

هدف از برگزاری رویداد استارت‌آپ‌ویکند زنان در هامبورگ^۱ افزایش کارآفرینان زن در این شهر بوده است. افراد با مهارت‌ها و با انگیزه‌های متفاوت برای راه‌اندازی رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) در یک آخر هفته گرد هم آمدند. علت اصلی تمرکز روی کارآفرینی زنان این است که در رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) نسبت مشارکت زنان به مردان ۳۰ به ۷۰ است. در آن مقطع در آلمان ۳۱۱ کارآفرین مرد و ۴۳ کارآفرین زن وجود داشت. با اینکه زنان کمتر از ۲۰ درصد از این رویدادها را مدیریت می‌کردند، در این رویداد محیطی ایجاد شد که زنان کارآفرین تشویق و حمایت شوند. برگزارکنندگان این رویداد این اهداف را پیگیری می‌کردند:

۱. افزایش تعداد کارآفرینان زن در شهر و منطقه؛
۲. شناسایی ایده‌های جدید زنان کارآفرین؛
۳. گسترش ظرفیت اقتصادی زنان. گروه‌های تشکیل‌شده در این رویداد دو تا پنج عضو داشتند و افراد تشویق می‌شدند که در زمان این رویداد گروه تشکیل دهند.

۲-۱. رویداد زنان در کوالالامپور (2017)

برای تحلیل الگوهای جدید کسب‌وکار و آثار فناوری‌های جدید، از دیدگاه جنسیتی، زنان مصرف‌کنندگان و کارگران و کارآفرینانی ارزشمندند (Cesaroni et al., 2017). هدف اصلی از رویداد استارت‌آپ‌ویکند در کوالالامپور^۲ تشویق بیشتر زنان و الهام‌بخشی

3. <https://medium.com/@lalawemel/startup-weekend-kl-women-2017-d29b0ca25d44>

4. Startup Weekend Women Stockholm

5. Danske Bank

6. <https://startupsac.com/sacramento-startup-directory>

1. Startup Weekend Women Hamburg

2. Startup Weekend Kuala Lumpur (SWKL)

۵-۱. رویداد زنان در افریقای شمالی (2018)

ارشد در بانک جهانی،^۳ سارا یوسینگر،^۴ نماینده شرکت‌های نوآفرین جهانی،^۵ سادیا خان،^۶ مدیر اجرایی شرکت، و چندتن دیگر از زنان کارآفرین حضور داشتند.

رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) در قاره افریقا رشد و توسعه زیادی داشته است و در زمینه‌های مختلف، مانند بهداشت و درمان، آموزش، و تفریح، برگزار شده است. در واقع کشورهای قاره افریقا با انبوه مشکلات اجتماعی، آموزشی و مالی در حوزه زنان روبه‌رو هستند. بر این اساس هدف رویداد ویژه زنان در افریقای شمالی توانمندسازی زنان در جایگاه نوآرانی برای حل معضلات و مشکلات بوده است. سخنرانان این همایش داستان خود را به اشتراک گذاشتند تا جامعه کارآفرینی را تشویق کنند و به آن‌ها انگیزه دهند.

۸-۱. رویداد کارآفرینی بانوان با عنوان گرلزآپ (۱۳۹۶)

این رویداد را خود بانوان در دانشگاه صنعتی شریف برگزار کردند. هدف اصلی این رویداد کشف و جذب ظرفیت‌های موجود و توانمندسازی بانوان ایده‌پرداز و علاقه‌مند به حوزه کارآفرینی بود. این رویداد در سه گام کارگاه خودشناسی، کارگاه خلاقیت و ایده‌پروری و نیز آموزش اصول کارآفرینی و کسب‌وکار شکل گرفت.

۶-۱. رویداد زنان دنور (2019)

هدف اصلی از رویداد استارت‌آپ‌ویکند در دنور^۱ تغییر و تحول صنعت بود و اینکه چگونه زنان دنور دنیای کسب‌وکار را شگفت‌زده می‌کنند. سازمان‌دهی این برنامه را زنان انجام دادند. بنابراین همه زنانی که ایده کسب‌وکار داشتند شناسایی شدند. در ابتدا زنان علاقه‌مند به فناوری و کارآفرینی در این رویداد ثبت‌نام کردند و سپس ایده خود را مطرح کردند و در آخر به ایده‌های جالب توجه و گروه‌هایی با مجموعه‌های مهارت‌های مختلف رأی داده شد.^۲

۹-۱. رویداد مد و تکنولوژی (۱۳۹۶)

رویداد کارآفرینی مد و تکنولوژی سکویی است برای گردهم‌آوردن متخصصان، طراحان و ایده‌پردازان حوزه مد که با به‌کارگیری فناوری در تلاش بوده‌اند به توسعه و پیشرفت این صنعت کمک کنند. این رویداد در هتل اسپیناس پالاس^۷ تهران برگزار شد و اکثر شرکت‌کنندگان آن بانوان بودند. زنان کارآفرین در حوزه لباس و پوشاک در این رویداد شناخته شدند. البته در این رویداد برنامه نویسان، متخصصان کسب‌وکار، دانشجویان، بازاریاب‌ها و طراحان گرافیک هم حضور داشتند.

در ایران نیز از سال ۱۳۹۱ رویدادهایی در حوزه‌های مختلف، با الگوبرداری از الگوهای بین‌المللی، شکل گرفته است. در این مقاله رویدادهایی معرفی می‌شود که در آن‌ها به‌نحوی به مسائل زنان توجه شده است.

۱۰-۱. رویداد جاده ابریشم (۱۳۹۶)

رویداد جاده ابریشم^۸ برای اولین بار در ۱۳۹۶ برگزار شد و گروه‌های کسب‌وکار نوین، از سراسر کشور، استقبال خوبی از آن کردند. یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های شرکت‌های کسب‌وکار نوین، در کشورهای گوناگون، جذب به‌موقع سرمایه لازم، در کنار حضور رهبری قوی و راهنمایی باتجربه در این زمینه، است. در ایران هم در سال‌های اخیر مانند اکثر کشورهای پیشرفته دنیا شاهد شکل‌گیری صندوق‌های خطرپذیر^۹ بوده‌ایم. حوزه فعالیت صندوق‌های خطرپذیر شرکت‌های کسب‌وکار نوین است که در شروع کار نیاز به سرمایه‌گذاری و راهنمایی دارند. همچنین کارآفرینان با پشتیبانی از کسب‌وکارهای نوپا قدم بزرگی را در راستای رشد و پیشرفت فناوری، در کنار برداشت سرمایه، برمی‌دارند. گروه رویداد جاده ابریشم شامل سرمایه‌گذارانی از ایران و اروپا و همچنین افرادی با تجربه‌های بزرگ کسب‌وکار

۷-۱. رویداد تهران ویژه بانوان (۱۳۹۳)

پیش از رویداد سال ۱۳۹۳، هشت دوره از این رویداد برگزار شده بود. نهمین دوره این رویداد به‌صورت ویژه برای زنان و با مشارکت ۱۰۰ شرکت‌کننده زن برگزار شد. انگیزه اصلی از برگزاری این رویداد تلاشی برای حضور پررنگ‌تر زنان در فضای کسب‌وکار عنوان شد؛ زیرا طبق آماری که رویداد تهران اعلام کرد میانگین تعداد زنان شرکت‌کننده در رویدادهای قبل فقط ۱۸ درصد بوده است. رویداد تهران را کانون کارآفرینی ایران، با حمایت دانشگاه‌ها، سازمان‌ها و شرکت‌های معتبر داخلی، برگزار می‌کند.

در این رویداد تلاش شد، با اختصاص سهم ویژه‌ای به شرکت‌کنندگان زن خلاق و کارآفرین، رویه‌های نابرابرانه برای زنان و مردان در جامعه به‌سوی برابری هدایت شود. در این رویداد سخنرانان، داوران و مربیانی چون نادره شاملو، مشاور و اقتصاددان

3. The World Bank

4. Sara Usenger

5. Global Startup

6. Sadya Khan

7. Espinas Palace Hotel

8. The Silkroad Startup

9. Venture Capital Funds

1. Startup Weekend Women Denver

2. <http://communities.techstars.com/usa/denver/startup-weekend/13551>

رویدادی استارت‌آپی با شرکت‌کنندگان زن که خودشان سعی کنند مشکلاتشان را شناسایی و مسائل را حل کنند خالی بوده است. در رویداد خاتون، که در اسفند ۱۳۹۷ در مشهد برگزار شد، مسائل زنان از دریچه‌ای نو بررسی شد. مهم‌ترین وجه تمایز این رویداد با رویدادهای پیشین تلاش برای یافتن راهکاری برای ارزش‌آفرینی زنان است. این رویداد در راستای اهداف انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن برگزار شد و در آن به حضور زنان در جامعه، با توجه به حفظ ارزش‌ها و هویت زن، توجه شد. نکته حائز اهمیت درباره این رویداد حاکم‌بودن نگاهی زنانه به مسائل و مشکلات خانوادگی و اجتماعی زنان است. در این رویداد به فراهم‌آوردن محیطی امن و سازگار با طبیعت بانوان، و بستری مناسب برای شکل‌گیری و پرورش ایده‌های نو و کاربردی به‌طور عام و رساندن آن‌ها به مرحله بهره‌برداری به‌طور خاص، توجه شد. از مهم‌ترین نوآوری‌های رویداد خاتون، در مقایسه با رویدادهای قبلی، می‌توان به این موارد اشاره کرد: توجه به اصالت‌های ارزشی - اسلامی (از قبیل توصیه‌نشدن به کارکردن در بیرون از خانه برای زنان)، توجه به روح لطیف زن در فضای کسب‌وکار، در نظر گرفتن ابعاد بین‌المللی، تولید محتوای رسانه‌ای آموزشی، ایجاد زیرساخت‌های کافی و حداکثری همچون ویدیوهای آموزشی. در واقع هدف اصلی در این رویداد این نبود که بانوان به حوزه کسب‌وکار هدایت شوند، بلکه مسئله اصلی این بود که بانوان بتوانند به‌نوعی در جامعه نقش فرهنگی داشته باشند و از این طریق زنان بتوانند روحیه تولیدی و نوآوری خود را تقویت کنند. هنگامی که زنی بتواند این روحیه را در خود تقویت کند، قطعاً فرزندان او خواهد داشت که آن‌ها نیز در مسیر تولید و نوآوری قرار خواهند گرفت.

بر اساس مقایسه رویدادهای داخلی و بین‌المللی (جدول ۱)، نقطه مشترک رویدادهایی که درباره آن‌ها گفته شد این است که در رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) به حوزه مسائل اقتصادی و اجتماعی زنان نگاهی جدید می‌شود. (Kerr et al., 2018) البته هدف اکثر این رویدادها توجه به دستاوردهای پژوهشی، با نگاه علمی و فناوریانه از فرایند تولید تا بازار، پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی و واگذاری فناوری به صاحبان ایده (زنان) در محیط‌های اجتماعی - اقتصادی است. در واقع فعالیت عمده‌ای که در رویدادهای بین‌المللی و بخشی از رویدادهای داخلی صورت می‌گیرد در جهت توانمندسازی زنان در بخش اقتصادی و اجتماعی است.

در بخش عمده‌ای از رویدادهای داخلی فقط به آشناکردن شرکت‌کنندگان با مفاهیم اولیه در حوزه کسب‌وکارهای نوآفرین پرداخته شده است، با این هدف که این آموزه‌ها و تجربه‌های عملی‌ای که شرکت‌کنندگان در این رویدادها کسب می‌کنند منجر شود در رویدادهای بعدی موفق‌تر عمل کنند. به‌طور کلی

نوپا، از کشورهای گوناگون، برای داوری و قضاوت، است. نکته قابل‌توجه درباره این رویداد این است که ۲۰ درصد از حامیان این رویداد زنان بوده‌اند.

۱-۱۱. رویداد کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه اصفهان (۱۳۹۷)

این رویداد با هدف استفاده از ظرفیت‌های کارآفرینی در راستای کاهش آسیب‌های اجتماعی و جرایم مختلف، از قبیل آسیب‌ها و جرایم فضای مجازی، جرایم اقتصادی و مسائل حقوقی، برگزار شد. پانزده گروه از میان گروه‌های شرکت‌کننده در رویدادهای سه‌روزه رقابت کردند و جوایز ارزنده کسب کردند و فرصت ورود به مرکز نوآوری معاونت اجتماعی برای گروه‌های برتر فراهم شد. زنان سرپرست خانوار و نیز طلاق و مشکلات خانواده از محورهای اصلی این رویداد بود.

۱-۱۲. رویداد هم‌نت بانوان (۱۳۹۷)

کارآفرینان همراه با پایه‌گذاری یک تجارت، کاملاً عینی، مسئله دسته‌ای از مشتریان را نوآورانه حل می‌کنند. حل نوآورانه مسئله می‌تواند زنجیره‌ای از تجارت‌های وابسته به خود یا بخشی از جامعه را متأثر از خود نگاه دارد یا در جامعه تغییر ایجاد کند. بانوان نیز به‌دنبال تغییر اجتماعی‌اند و کارآفرینی می‌تواند راهی برای این تغییر باشد، راهی عادلانه که بسی راه‌گشا‌تر از سایر گزینه‌های تغییر اجتماعی است. از این رو محورهای رویداد هم‌نت بانوان مسائل متداول حوزه بانوان نیست، بلکه هم‌نت بانوان تلاشی برای توانمندکردن بانوان در حل مسائل اجتماعی همراه با کارآفرینی است. ورود بیشتر بانوان به حوزه کارآفرینی، علاوه بر تأثیر اجتماعی حاصل از آن، منافع جانبی بسیاری برای کسب‌وکار و زندگی ایرانی به همراه خواهد داشت و به تربیت نسلی کارآفرین کمکی شایان خواهد کرد. شرکت‌کردن در رویداد هم‌نت بانوان صرفاً محدود به بانوان نیست و مردان هم می‌توانند در آن شرکت کنند، اما تفاوت این رویداد در این است که صرفاً بانوان می‌توانند ایده‌های خود را طرح کنند و مردان فقط می‌توانند در کار گروهی به ایده‌پردازان کمک کنند. این رویداد محدود به مسائل حوزه بانوان نیست و دایره مسائل آن وسیع است. به‌طور کلی هم‌نت بانوان برای نوآفرینانی مزیت دارد که این خصوصیات را داشته باشند: علاقه‌مند به راه‌اندازی تجارت‌اند و صرفاً به دنبال حل مسئله نیستند؛ توان، زمان و انگیزه لازم برای راه‌اندازی یک تجارت را دارند.

هرچند رویدادهای داخلی و بین‌المللی‌ای که برگزار شده است به حضور و تعامل بیشتر بانوان در صحنه فناوری منجر می‌شود، اما در هیچ‌کدام از آن‌ها مسائل اصلی زنان در حوزه خانواده و تربیت در نظر گرفته نشده است. بنابراین جای

جدول ۱: رویدادهای استارت‌آپی (شتاب) بین‌المللی و داخلی

اهداف و دستاوردها	تاریخ برگزاری	رویدادهای ویژه زنان (بین‌المللی)
افزایش تعداد کارآفرینان زن در شهر هامبورگ؛ شناسایی زنان کارآفرین؛ گسترش و پیشبرد ظرفیت‌های اقتصادی زنان	۲۰۱۵	هامبورگ
تشویق بیشتر زنان در گروه‌های ایده‌پردازی به راه‌اندازی کسب‌وکار و الهام‌بخشی به آنان، آموزش چگونگی همکاری با دیگران و نحوه هدایت کار گروهی	۲۰۱۷	کوالالامپور
توانمندسازی زنان در منطقه ساکرامنتو، ایجاد ایده‌های جدید و عملی، یافتن زنان توانمند با مهارت‌های شبکه‌سازی	۲۰۱۷	ساکرامنتو
شناسایی و توانمندسازی زنان نوآور برای حل معضلات و مشکلات	۲۰۱۸	افریقای شمالی
ایجاد شبکه‌ای جدید از توسعه‌دهندگان، طراحان و کارآفرینان زن	۲۰۱۸	استکهلم
شناسایی زنان علاقه‌مند به فناوری و کارآفرینی در دنور	۲۰۱۹	دنور
ایجاد فضای نوآوری در حوزه اجتماعی، کاهش آسیب‌های اجتماعی و طرح فرصت‌های جدید برای حل این آسیب‌ها در چهار محور زنان سرپرست خانوار، کودکان کار، حاشیه‌نشینی و کسب‌وکار اجتماعی	۱۳۹۳	تهران
شناسایی استعدادهای زنان کارآفرین و افزایش و ترغیب آنان به کارآفرینی	۱۳۹۶	گرلزآپ (تهران)
شناسایی استعدادهای حوزه مد و پوشاک، سامان‌دهی مد و لباس	۱۳۹۶	مد و تکنولوژی (تهران)
ایجاد ارتباط با جامعه استارت‌آپی بین‌المللی و دسترسی آسان‌تر به تجربیات موفق در سطح بین‌المللی	۱۳۹۶	جاده ابریشم (تهران)
حل بخشی از آسیب‌های فضای مجازی، مشکلات خانواده و زنان سرپرست خانوار و کودکان کار	۱۳۹۷	کارآفرینی اجتماعی (اصفهان)
حل مسائل حوزه کارآفرینی زنان، توانمندسازی زنان در حل مسائل اجتماعی خود	۱۳۹۷	هم‌نت بانوان (تهران)
توجه به اصالت‌های ارزشی اسلامی (از قبیل توصیه نکردن به زنان به کارکردن در بیرون از خانه)؛ توجه به روح لطیف زن در فضای کسب‌وکار؛ در نظر گرفتن ابعاد بین‌المللی؛ تولید محتوای رسانه‌ای آموزشی؛ ایجاد زیرساخت‌های کافی و حداکثری همچون ویدیوهای آموزشی؛ تبیین و تعمیق هویت زن مسلمان انقلابی در عرصه‌های «فردی، اجتماعی و خانوادگی»، در حوزه خانواده پرداختن به «تشکیل، تحکیم و تعالی خانواده تراز اسلامی»	۱۳۹۷	خاتون (مشهد)

که باید و شاید با مشکلات دست‌وپنجه نرم نمی‌کند. به این معنا که رویدادی با موضوع مد و فناوری، کارآفرینی یا مهارت‌افزایی زنان برگزار می‌شود، اما به بهانه‌هایی، شبیه به اینکه فرصت کم است یا کسی نیست که بتواند مشکلات را بفهمد، اساساً از ورود به حوزه چالش‌ها امتناع می‌شود و شرکت‌کنندگان باید صرفاً براساس دانسته‌های ذهنی خود به طرحی برسند. در همین راستا مهم‌ترین برتری رویداد خاتون توجه به تغییرات محیطی، مانند تصمیم‌گیری‌های جدید دولتی و تصمیم‌گیری‌ها در سطح جامعه، است. بدین معنی که علاوه بر توجه به مسئله اشتغال و توانمندسازی زنان، در بخش اقتصادی و اجتماعی، به تعارضات ناشی از فعالیت‌های دوگانه زنان در خانه و اجتماع نیز توجه

هدف برگزارکننده‌ها کمک داوطلبانه و عام‌المنفعه به رویدادهای بعدی بوده است. رویداد گرلزآپ و جاده ابریشم از این جمله‌اند. همچنین در بررسی رویدادهای داخلی، همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، فقط در رویداد تهران (۱۳۹۳) و رویداد کارآفرینی اجتماعی در اصفهان (۱۳۹۷) به مسائل و معضلات اقشار آسیب‌دیده، از جمله زنان، توجه بیشتری شده است. در سایر رویدادها بیشتر به مسئله اشتغال‌زایی برای زنان و حضور اجتماعی آنان توجه کرده‌اند؛ مانند رویداد مد و تکنولوژی و هم‌نت بانوان که در آن‌ها بیشتر روی مسئله توانمندسازی اقتصادی زنان متمرکز شده است. موضوع اصلی، در چنین رویدادهایی، تخصص یا مفهومی ذهنی است و مخاطب آن چنان

از امیرحسینی (2005)، کورت لوبین^۵ اولین کسی بود که در سال ۱۹۴۸ با بیان این عقیده که اگر تحقیق فایده عملی نداشته باشد، تحقیقی ناکافی است، زمینه لازم برای تحقیق عمل‌نگر یا اقدام‌پژوهی را فراهم ساخت. به نظر او هدف اصلی تحقیق فقط درک و تفسیر رویدادها نیست، بلکه تغییر آن‌ها نیز هست. امیرحسینی نقل می‌کند استرینگر^۶ در مقام نظریه‌پرداز بزرگ در حوزه اقدام‌پژوهی، در مقدمه کتاب خود می‌نویسد وقتی نتوانستیم در جایگاه یک معلم و به‌رغم دانش‌اندوزی بسیار در حوزه تحقیقات کلاسیک آموزش خود را در عمل بهبود بخشیم، به دنیای اقدام‌پژوهی قدم گذاریم و به این ترتیب توانستیم دنیای پیچیده دانش‌آموزان را به خوبی درک کنیم و در مسیر بهبودی عمل آموزشی قدم‌های اساسی برداریم (Amirhosseini, 2005).

واقع هدف اصلی اقدام‌پژوهی بهبود عمل است. بینش بدون عمل رویایی بیش نیست و عمل بدون بینش فقط هدر دادن زمان است. بینش با عمل است که می‌تواند جهان را تغییر دهد (Shabani et al., 2000). در همین راستا، به نقل از امیرحسینی (2005)، لوبین برای تحقیق عمل‌نگر چهار مرحله کلی را معرفی می‌کند: برنامه‌ریزی، اقدام، مشاهده و انعکاس.

محققان بسیاری بر این نظر هستند که روش اقدام‌پژوهی را می‌توان در حوزه‌های مختلف به کار برد، با تفاوت‌های اندکی در نحوه اجرا که متناسب با همان زمینه خاص پژوهش است، اما وجه مشترک همه این فعالیت‌ها راهبرد و اعمال برنامه‌ریزی شده‌ای است که به اجرا درآمده‌اند و سپس در معرض مشاهده، بازتاب و تغییر نظام‌مند قرار گرفته است (Armstrong, 2007; Bakhtiyari, 2003; Kaye and Hughes, 1997). این امر، یعنی برنامه‌ریزی، اجرا، بازتاب بازخوردها و اعمال آن‌ها در برنامه (براساس تفکر و اصلاح روندها)، و اجرای مجدد، شالوده اصلی هر پروژه اقدام‌پژوهی است که صاحب‌نظران در این حوزه بارها آن را تأیید کرده‌اند.

حوزه‌های عمده به‌کارگیری راهبرد اقدام‌پژوهی عبارت است از آموزش، بهداشت، فعالیت‌های اجتماعی، توسعه سازمانی، و برنامه‌ریزی. سه گروه کاربردی این راهبرد عبارت است از:

۱. تقویت روش‌های کار روزانه با بررسی اهداف و رویه‌ها، ارزیابی اثربخشی و کارایی، برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و راهبردها؛
۲. حل مشکلات و بحران‌های خاص با تعریف مشکل، شناسایی دلایل بروز آن، تحلیل اجزای تشکیل‌دهنده و طراحی راهبردهایی برای حل آن مشکل؛
۳. طراحی پروژه‌ها و برنامه‌های ویژه با برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی.

تلاش‌های متعددی برای تعیین شاخص‌های اقدام‌پژوهی صورت

زیادی شده است تا پرداختن یک‌بعدی به توانمندسازی زنان در بخش اقتصادی و اجتماعی به نقش آنان در حوزه تربیتی و خانوادگی خللی وارد نکند. ضمن آنکه برگزارکنندگان این رویداد به تبیین و تعمیق هویت زن مسلمان انقلابی در عرصه‌های فردی، اجتماعی و خانوادگی نیز توجه کرده‌اند. همچنین در این رویداد به پرورش ایده‌های خلاقانه بانوان، آگاهی‌بخشی و مهارت‌افزایی بانوان علاقه‌مند به نوآوری اجتماعی، و افزایش نقش‌آفرینی اجتماعی آنان، همراه با حفظ نقش «مادری» و «همسری» و «فرزندپروری»، توجه شده است.

۲. روش پژوهش

در این مقاله بررسی از منظر اقدام‌پژوهی مشارکتی^۱ انجام شده است. راهبرد اقدام‌پژوهی ترکیبی از اقدام به معنای عمل و کار و فعالیت، و پژوهش به معنای تحقیق عملیاتی، است. بنابراین اقدام‌پژوهی پژوهشی متعهدانه یا پژوهشی عمل‌گرا است (Hughes and Leekam, 2004; Pouya and Okhravi, 2010). سرمد و همکاران (2006) نظر متخصصان درباره اقدام‌پژوهی را در کتاب خود آورده‌اند. به نقل از سرمد، فوتان^۲ و همکاران در سال ۲۰۱۳ استدلال می‌کنند که اقدام‌پژوهی نوآوری‌ای اجتماعی-عملی است که به ویژگی‌های پژوهشی، تعاملی و پایداری محیط کمک می‌کند و تسهیل نوآوری اجتماعی را نتیجه می‌دهد (Mc Niff, 1996). به نقل از همان منبع، مولیرت^۳ و همکاران در سال ۲۰۱۳ اقدام‌پژوهی را مناسب‌ترین رویکرد روش‌شناختی برای درک و تحلیل نوآوری اجتماعی معرفی می‌کنند و نیز به عقیده استنسر^۴ (2015) انتخاب رویکرد اقدام‌پژوهی اجازه می‌دهد تا شناخت عمیق‌تری از نقش «محقق به‌عنوان تسهیل‌کننده» ایجاد شود. همچنین استنسر معتقد است تجربه پژوهشگر در این روش منجر به درک عمیق‌تری از روند تغییر می‌شود. به‌طورکلی مراحل اقدام‌پژوهی عبارت‌اند از مرحله اول که تشخیص و برنامه‌ریزی است، مرحله دوم که اقدام برای رفع مشکل است، مرحله سوم که مشاهده است به‌منظور نمایان‌ساختن میزان تغییرات انجام‌شده جهت رفع مشکل، و مرحله چهارم که تحلیل و تعدیل است (Sarmad et al., 2006).

مطالعات اقدام‌پژوهی در حوزه آموزش و پرورش نیز نشان داده است که بهبود دانش و نگرش موجود در سطوح آموزشی نیازمند راهکارهایی عملیاتی است که رفتار معلمان و دانش‌آموزان را هدف بگیرد و اینکه چنین فرایندی می‌تواند ائتلاف آموزشی را از بین ببرد (Costello, 2003). براین اساس بین پژوهش و افزایش مهارت‌های شغلی افراد رابطه‌ای تنگاتنگ برقرار است. به نقل

1. Participatory Action Research

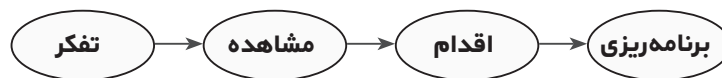
2. Fountai

3. Molier

4. Stensero

5. Kurt Lewin

6. Stringer



شکل ۱: انگاره اساسی اقدام‌پژوهی (Costello, 2003, p.24)

بررسی رویداد خاتون در قالب چند مرحله انجام می‌شود. بررسی شبکه‌سازی میان بانوان فعال در حوزه‌های فرهنگی و تربیتی و اجتماعی صورت می‌گیرد. خلاقیت و نوآوری بانوان، همراه با تفکر و تبدیل ایده‌های فرهنگی - تربیتی به یک محصول، در این حوزه‌ها مشاهده و بررسی می‌شود. در نهایت حمایت‌های مالی و معنوی انجام‌شده از ایده‌ها، راه‌حل‌های واقعی و مؤثر به دست آمده برای مشکلات و معضلات فرهنگی و تربیتی و اجتماعی بررسی خواهد شد. همچنین تمرکز شرکت‌کنندگان بر درک خود از آنچه روی می‌دهد و آنچه برای آن‌ها مهم است، و بازنگری‌های پیاپی آن‌ها از این موضوعات، برای بهینه‌سازی موقعیت زنان بررسی خواهد شد. زنان افراد ذی‌نفع و مطلع پژوهش‌اند (به این معنی که آن‌ها اطلاعات بهتری درباره موقعیت خود دارند) و می‌کوشند که از بروز مشکلات جلوگیری کنند یا مشکلات موجود را حل کنند و در فعالیت یا خدمتی که هم‌راستا با موضوع پژوهش است سرمایه‌گذاری کنند و آن فعالیت‌ها را مدیریت کنند.

۳. بحث: اقدام‌پژوهی رویداد خاتون

برای شروع و برگزاری هرگونه رویداد استارت‌آپی (شتاب) اولین قدم یافتن مسئله است. پرسش محوری‌ای هم که در رویداد خاتون بررسی شد زنان و مشکلات آنان بود. سازمان‌های مختلف مشکلات بسیاری دارند که اگر بخواهند حل آن‌ها را برون‌سپاری کنند، ممکن است هزینه‌های فراوانی داشته باشد. در صورتی که خروجی‌های این رویدادها هزینه‌ها را کم می‌کند، چرا که افراد حاضر در رویداد انگیزه دارند و می‌خواهند ثابت کنند که ایده‌شان قابلیت پیاده‌سازی دارد و با هزینه‌ای معقول می‌شود از این ایده‌ها در سازمان‌های مختلف استفاده کرد. در واقع رویداد خاتون اقدام‌پژوهی مشارکتی در حوزه مسائل زنان بوده است، جایی که زنان شاغل و خانه‌دار با هم مشارکت داشتند و نگرانی‌ها و مشکلات خود را مطرح کردند. برخی از بانوانی که در این رویداد شرکت کردند تحصیلات دانشگاهی نداشتند و مادر چند فرزند در روستایی دور افتاده بودند، اما توانستند یکی از مشکلات کشور را به خوبی شناسایی کنند و در روند آموزش و یادگیری برای ایده خود طرح بنویسد (Sad Abadi, 2019).

یکی از تفاوت‌های عمده این رویداد با دیگر رویدادهای برگزارشده در حوزه زنان این است که، برخلاف رویدادهای دیگر، در این رویداد شرکت‌کنندگان پس از دریافت آموزش تمامی

گرفته است. به نقل از مرتضوی و همکاران، کار^۱ و کمیس^۲ در تحقیق خود درباره اقدام‌پژوهی اصول پایه‌ای روش اقدام‌پژوهی را به این صورت ارائه کرده‌اند: مشارکت هم‌زمان در علوم اجتماعی (دانش) و تحولات اجتماعی (عمل) (Mortazavi et al., 2015). اقدام‌پژوهی فرایندی است دَوْرانی و انعطاف‌پذیر که دستیابی هم‌زمان به اقدام (تغییر و بهبود) و پژوهش (شناخت و دانش) را ممکن می‌کند.

ویژگی چرخه اقدام‌پژوهی این است که ابتدا در آن به تفکر انتقادی توجه می‌شود، سپس این تفکر اقدام را نتیجه می‌دهد. در پارادایم نوین علوم اجتماعی (یا اقدام‌پژوهی مشارکتی)، به جای الگویی خطی، تفکر و اقدام مطابق با الگویی دَوْرانی رخ می‌دهد؛ تفکر اقدامی را نتیجه می‌دهد و همراه با اقدام جدید تفکر ادامه پیدا می‌کند و، در این الگوی دَوْرانی، پیرامون اقدام جدید دور می‌زند (Ortiz Aragón and Glenzer, 2017, p. 4) و چنین است که پژوهش بیشتر به عمل می‌انجامد. اقدام جدید با اقدام قدیمی متفاوت است، آن‌ها عملاً در موقعیت‌های متفاوتی قرار دارند.

بررسی تعاریف بالا از اقدام‌پژوهی نشان می‌دهد که این روش با واژه‌های گوناگونی توصیف شده است: اصلاح و پیشرفت و تحقیق مشارکتی که بر حل مشکل جمعی خاصی تأکید دارد. در مجموع با فعالیت‌هایی که در روش اقدام‌پژوهی می‌کنند در پی آن‌اند که پژوهش کیفی را انسان‌گرایانه‌تر، کلی‌نگرتر، و در ارتباط بیشتر با زندگی انسان‌ها کنند و واقعیت‌ها را از طریق مشارکت، تجربه و اقدام هم‌زمان شکل دهند. نگرش مشارکتی در سه سنت گوناگون اقدام‌پژوهی، یعنی تحقیق همکارانه، اقدام‌پژوهی مشارکتی، و تحقیق عملی وجود دارد. در همین راستا پژوهشگری که روش اقدام‌پژوهی را برمی‌گزیند باید قصد قبلی و منطقی داشته باشد. به عبارت دیگر انتخاب اقدام‌پژوهی انتخاب آگاهانه نوع خاصی از تحقیق است. بعد از این انتخاب اولیه محقق باید تصمیم بگیرد که کدام چارچوب اقدام‌پژوهی را برمی‌گزیند تا به اهدافش برسد و پژوهش خود را با موفقیت انجام دهد (Costello, 2003, p.30; Seyfollahi, 2005; Shabani and Mehrmohammadi, 2000).

در همین راستا علت اصلی انتخاب روش اقدام‌پژوهی مشارکتی، در این پژوهش، مطالعه و بررسی چگونگی نقش زنان در ارزش‌آفرینی و تغییر و بهبود وضعیتشان است. براین اساس

1. Carr

2. Kemmis

ابزارهای کیفی، وضعیت موجود و مشکلات آن توصیف گردد. با هدف حل مشکلات زنان از طریق جمع‌سپاری^۱ با دسترسی به ایده‌های زنان، برای عملیاتی‌سازی این رویداد در باغ خاتون مشهد اقدام شد.

فاطمه دژبرد، مدیر مرکز امور بانوان و خانواده آستان قدس رضوی، بیان کردند با برقراری ارتباط با آستان قدس رضوی توانستیم یکی از باغ‌های مشهد را به بخش بانوان و فعالیت‌های فرهنگی، با توجه به محدودیت‌های بانوان، اختصاص دهیم. هنگامی که یکی از بانوان، در کنار نقش مادری و همسری خود، به سراغ پاسخ‌دادن به مسائل اجتماع می‌رود، می‌تواند روحیه نوآوری خود را نیز تقویت کند. بنابراین مرکز تربیتی، فرهنگی و اجتماعی «خاتون»، با هدف تقویت روحیه نوآوری و مولد بودن و فرهنگ‌سازی، با حفظ نقش مادری و همسری بانوان، راه‌اندازی شد. نیمی از جامعه را بانوان تشکیل می‌دهند و این جمعیت از استعدادها و ظرفیت‌های بالقوه‌ای برخوردارند. بایسته است این ظرفیت‌ها در نظام‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به کار گرفته شود. در همین راستا و پس از اینکه تولیت آستان قدس رضوی، حجت‌الاسلام رئیسی، بیان کردند که باغ‌های آستان قدس با تغییر رویکرد همراه شود و رویکردهای فرهنگی، تربیتی و اجتماعی مدنظر قرار گیرد، پیشنهادی به ایشان داده شد مبنی بر اینکه یکی از باغ‌ها به جمعیت بانوان اختصاص پیدا کند. ایشان از این پیشنهاد استقبال کردند و در نتیجه فرصت‌ها و تهدیدهای باغ‌ها، با توجه به جامعه مخاطب، بررسی شد و باغ امام رضا (ع) به این امر اختصاص پیدا کرد. شورای راهبری آمادگی خود را اعلام کرد و پس از جلسات متعددی که در راستای تعیین دقیق طرح اولیه باغ برگزار شد طرح آماده‌شده به تولیت آستان قدس ارائه و پذیرفته شد.

پس تمهید مقدمات رویداد شامل انتشار تولیدات رسانه‌ای و ترویجی برای فراخوان و اعلام فراخوان طرح‌ریزی شد. در همین راستا محققان در گام ابتدایی مقدمات اولیه کار را تهیه کردند. گروه‌ها در ابتدا از طریق فرم ثبت‌نام ایده خود را در وبگاه رویداد خاتون بارگذاری کردند. با تأیید اولیه ایده نماینده گروه با مربی معرفی شده از سمت برگزارکنندگان رویداد ایده را در قالب سند متنی هزارکلمه‌ای یا صدا یا تصویر یک تا سه دقیقه‌ای تکمیل و آماده کردند. شرکت‌کنندگان از گام اول برای برنامه‌ریزی نحوه تغییر یا نحوه پرداختن به موضوعی خاص استفاده می‌کنند و سوالات پژوهشی خود را تهیه می‌کنند (Brown, 2002).

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دانشگاه امام صادق، سازمان فناوری اطلاعات ایران، دانشگاه فردوسی مشهد، صندوق نوآوری و شکوفایی، اندیشگاه توسعه منطقه‌ای فناوران،

مباحث مورد نیاز و تشکیل گروه به ایده‌پردازان گروهی پرداختند و ایده‌های خود را تقویت کردند. این امر باعث بیشتر شدن کیفیت ایده‌های ارائه‌شده در چنین رویدادهایی می‌شود. در این رویداد به شرکت‌کنندگان، طی یک کارگاه آموزشی، آموزش داده شد که چگونه می‌توان در زمینه کسب‌وکارهای اینترنتی از هیچ به ایده‌ای نو و جهانی دست یافت، سپس چگونه می‌توان این ایده را به یک الگوی کسب‌وکار با کیفیت تبدیل کرد و نظر سرمایه‌داران را به آن جلب کرد. در واقع چارچوب مورد بررسی این رویداد بر پایه سه پرسش اساسی استوار است: وضعیت فعلی زنان در جامعه چگونه است؟ چه تغییراتی را دنبال خواهد کرد؟ با اعمال تغییرات چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ در پاسخ به این سؤال‌ها می‌توان گفت تغییرات در حوزه خانواده و تربیت اسلامی از مسائل مهم محسوب می‌شود.

در رویداد خاتون به مسائل اصلی و محوری بانوان و خانواده در جامعه اسلامی و نوآوری‌های فرهنگی - تربیتی مرتبط با آنان، به‌ویژه در شهر مشهد، توجه شد. ایده‌پردازی فرهنگی - تربیتی در حوزه بانوان و خانواده طیف وسیعی از موضوعات را در بر می‌گیرد، به‌ویژه زمانی که این ایده‌پردازی و نوآوری با در نظر گرفتن ظرفیت‌های شهر مشهد از قبیل زیارت، وقف و موضوعات دینی پیرامونی آن در ارتباط با بانوان و خانواده باشد.

برخی از ایده‌های اصلی در رویداد خاتون چنین بودند: طرح زندگی به سبک رضوی ویژه نوزاد و جین، تشکیل مرکز نوآوری‌های فرهنگی - تربیتی بانوان (باغ اردوگاه خاتون)، تشکیل شبکه مردمی خادمیاران خانواده (کانون‌های خادمیاری خانواده در کشور)، کانون‌های خادمیاری بانوان در کشور، طرح حسنا (حامیان سنت نبوی ازدواج)، کانون‌های خادمیاری خانواده معظم شهدا، طرح همسایه (سفر سه‌روزه آموزشی - زیارتی زوجین سراسر کشور)، راهبری برنامه‌های ویژه بانوان در رواق حضرت زهرا. براساس توضیحات پیش‌گفته مراحل اجرای رویداد خاتون، در چارچوب الگوی اقدام پژوهی و در پنج گام اصلی، بررسی خواهد شد.

۱-۳. گام اول (ثبت ایده‌های شرکت‌کنندگان در وبگاه رویداد)

برای شروع کار و در گام نخست اقدام پژوهی نیاز است اطلاعات لازم درباره موضوع مورد بررسی جمع‌آوری شود. در همین راستا ستاد اجرایی و اتاق فکر رویداد خاتون در آبان ۱۳۹۷ تشکیل شد و جزئیات برگزاری رویداد، در چند جلسه، مطرح شد. با مشاهده و بررسی رویدادهای حوزه زنان و شناخت عملکرد و دستاوردهای آن‌ها ضرورت مطالعه و بررسی مشکلات و مسائل زنان در جامعه امروزی نمایان شد. همچنین در این مرحله، پس از بررسی مشکل و تشخیص مسئله، سعی شد تا تصویری از آنچه دغدغه موجود در جامعه است ترسیم شود و با بررسی نگرش و تجربه زنان، با

این مرحله، برای عملیاتی‌کردن این رویداد، ایده‌ها از طریق وبگاه دریافت شد و سپس از آبان تا بهمن ۱۳۹۷ این ایده‌ها دسته‌بندی شد. ضمن برنامه‌ریزی و دریافت ایده‌های شرکت‌کنندگان، از طریق وبگاه، ایده‌های کارآمدتر شناسایی شد و با ایده‌پردازان و گروه‌های مطلوب ارتباط تلفنی برقرار شد. به‌طور خلاصه گام دوم این موارد را دربرمی‌گیرد: شناسایی ایده‌پردازان و گروه‌های مطلوب، برقراری ارتباط با آن‌ها، دریافت ایده‌ها از طریق وبگاه و سپس ارتباط تلفنی با گروه‌های ایده‌پرداز. زنان با مطرح‌کردن ایده‌های خود وارد عملیات پژوهش می‌شدند. بیش از ۷۸۰ ایده از سوی بانوان کشور در چهار حوزه اصلی فرهنگی، تربیتی، اجتماعی و اقتصادی ثبت شد و ایده‌پردازان ۱۴۰ ایده به مرحله پیش‌رویداد دعوت شدند. از آنجایی‌که اقدام پژوهی فعالیتی گروهی است که بر ارزش و مشارکت بین محققان و شرکت‌کنندگانی مبتنی است که همگی در فرایند تغییر و تحول مشارکت دارند (Irvine and Gaffikin, 2006)، رویداد خاتون نیز فرایندی مشارکتی و آموزشی بود و شامل روش پویایی بود که در آن تعیین مسئله می‌توانست در طی فرایند اجرای رویداد نیز صورت بگیرد.

ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز، کمیته امداد امام خمینی از حامیان این رویداد بودند. در مجموع در این گام تعریفی اولیه از موضوع تحقیق ارائه شد. برای نمونه در این گام دو سؤال مهم مطرح شد: ۱. وضعیت زنان در جامعه چگونه است و با چه مشکلاتی در حوزه خصوصی (خانه و خانواده) و حوزه عمومی (محیط اجتماعی - فرهنگی) روبه‌رو هستند؟ ۲. سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مدیران اجرایی، پژوهشگران و محققان مسائل زنان چه چیز یا چیزهایی را می‌بایست در اولویت و خط اصلی کارهای خود قرار دهند؟ یافتن ایده‌ای برای پاسخ به این پرسش‌ها راه‌گشای کلیدی و مهمی برای مجریان رویداد خاتون و مشارکت‌کنندگان آن بود. البته برای پاسخ به سؤال‌های بالا وارد گام دوم می‌شویم.

۲-۳. گام دوم (ارزیابی ایده‌ها توسط دبیر علمی رویداد)

گام دوم مرحله تجزیه و تحلیل داده‌های اولیه است (Mc Niff, 1996, p. 25). یعنی براساس اطلاعات موجود از طرح‌های اولیه که ثبت شده بود جمع‌بندی‌ای انجام شد و نظرات برتر ثبت شد. در

دختران کودک و نوجوان

دختران دانش‌آموز، دانشجو یا طلبه

بانوان خلاق و نوآور در حوزه فرهنگ

بانوان مجاور و زائر در مشهد

مشارکت‌کنندگان در رویداد خاتون

گروه‌ها به بهترین‌ترین طرح ممکن برسند. کارگاه‌ها و فعالیت‌هایی که به ترتیب اجرا شدند: کارگاه ایده‌پردازی، کارگاه خلاقیت و تحلیل رمز موفقیت نمونه‌های موفق، کارگاه بوم و کسب‌وکار و ایجاد زنجیره ارزش، کارگاه آشنایی با مفاهیم و فنون ارتباط مؤثر و ارائه آسانسوری^۱ کارگاه آشنایی با مهارت‌ها و ابزارهای مورد نیاز مانند امکان‌سنجی طرح تجاری^۲ و نمونه اولیه^۳ و ارزش خالص واقعی^۴، رقابت شرکت‌کنندگان، ارزیابی ایده‌ها توسط داوران و شورای سیاست‌گذاری، و شروع فرایند مربی‌گری. با استفاده از اطلاعات اولیه، و با خردورزی و تفکر از سوی مشارکت‌کنندگان در طی کلاس‌های آموزشی، پیش‌رویداد برگزار شد.

۴-۳. گام چهارم (پایان پیش‌رویداد)

مک‌نیف نقطه شروعی برای اقدام پژوهی مطرح می‌کند که «تمایل به ارتقا» است (Mc Niff et al., 1996). آن جنبه از

۳-۳. گام سوم (شروع پیش‌رویداد)

به‌طورکلی افراد ذی‌نفع و مطلع در پژوهش (به این معنی که آن‌ها اطلاعات بهتری درباره موقعیت خود دارند) می‌کوشند که از بروز مشکل جلوگیری کنند یا مشکل را رفع کنند، یا در فعالیت یا خدمت یا رفع عوامل مشکل‌آفرین، که موضوع پژوهش درباره آن‌هاست، سرمایه‌گذاری کنند و این موضوعات را مدیریت کنند (Ghasemipouya, 2002). در واقع این روش کاربردی‌ترین روش برای رفع مشکلات زنان و خانواده، و تبدیل کار پژوهشی به جریان مداوم پیشرفت، است. زنان در این رویداد با اقدام پژوهی مشکلات خود را تشخیص دادند و در جهت برطرف کردن آن اقدام کردند. برای این کار با طی کردن فرایند جستجوی منظم، پیشرفت ایده را در مدت‌زمان سه‌روزه پیش‌رویداد، به‌دقت و با استفاده از شیوه‌های مختلف ارزیابی، زیر نظر می‌گرفتند. البته گام سوم اقدام در جهت داوری اولیه ایده‌های دریافت‌شده و گزینش گروه‌های منتخب، در طی برگزاری پیش‌رویداد، بوده است. در روز اول و دوم این پیش‌رویداد، با هدف بهره‌وری بیشتر، شرکت‌کنندگان با مشاوران و مربی‌ها گفت‌وگو کردند. هم‌زمان جلسات ایده‌پردازی با استادان و مربیان اجرا شد تا

1. Elevator Speech

2. Business Plan

3. Prototype

4. Net Present Value (NPV)

فرایند مربی‌گری گروه‌ها برگزار و مدیریت شد. در روز دوم ایده‌ها اصلاح و ترمیم شد و در روز آخر ارائه گروه‌ها و داوری نهایی انجام شد. شرکت در این رویداد باعث شد تا مشارکت‌کنندگان (زنان) به مسائل خود بیشتر توجه کنند. ایده‌پردازان در گام نهایی، ضمن تلاش، رشد کردند و به بالندگی در زمینه ایده خود رسیدند و از طریق فعالیت‌های پژوهش‌گرایانه نوآوری ترویج یافت. وقتی ایده‌پرداز دست به پژوهش می‌زند و مشکل و مسئله خودش را حل می‌کند، به یافته‌های خود احساس تعلق حرفه‌ای می‌یابد. پژوهش ایده‌پردازان در مقایسه با هزینه‌های هنگفت در زمینه‌های گوناگون که اغلب ناموفق هم هستند، بسیار مناسب و منطقی‌تر بود. این رویداد با همکاری و مشارکت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، دانشگاه امام صادق (ع)، آستان قدس رضوی و... برگزار شد و در نهایت ۳۶ ایده برتر به مرحله نهایی رسید. از بین ۳۶ ایده برتر، که صاحبان آن طی سه روز ایده‌های خود را در قالب نمایشگاهی در باغ خاتون مشهد در معرض دید کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و مدیران قرار داده بودند، با نظر هیئت داوران، ۱۲ ایده برای تجاری‌سازی و اجرایی شدن انتخاب شد و مورد حمایت قرار گرفت. در همین راستا در زمان رویداد اصلی هر گروه پنج دقیقه فرصت داشت تا ایده خود را برای داوران توضیح دهد و در پنج دقیقه بعدی باید به سوالات داوران درباره ایده‌ها پاسخ می‌داد. پس از اتمام ارائه‌ها داوران به شورا نشستند تا گروه‌های برتر را انتخاب کنند. سه منتخب اول تا سوم این رویداد «گیم بانو» (زنان باردار)، «توبانو» (احکام شرعی زنان) و «نیلیا» (زنان سرپرست خانوار) اعلام شد که هر کدام راهکاری برای رفع بخشی از مشکلات زنان، که خود ایده‌پردازان نیز با این مشکلات روبه‌رو بودند، ارائه کردند.

برنامه گروه اول تشکیل مرکز تخصصی بازی ویژه بانوان است. در فاز اول بازی‌های حرکتی ویژه زنان باردار را ارائه می‌دهند. در فاز دوم به ارائه انواع بازی حرکتی ویژه همه زنان پرداخته می‌شود. سبب انتخاب این ایده احساس نیاز بانوان باردار و تلاش برای رفع آن بود. با توجه به کسب حمایت و در اختیار داشتن باغ خاتون برنامه آینده اجرای عملیاتی بازی در محوطه باغ خاتون خواهد بود.

گروه دوم، با محور قراردادن تحولات هورمونی و تأثیر آن در قاعدگی بانوان، ایده تولید نرم‌افزاری را ارائه کرد که بشود با آن در فضایی تعاملی و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناوری هوش مصنوعی حکم شرعی بانوان را تشخیص داد و همچنین خدمات پزشکی، سلامت و سبک زندگی را در بستری هوشمند و کاربردی در اختیار آن‌ها قرار داد.

گروه سوم با ثبت علامت اختصافی ویژه زنان سرپرست خانوار، و انجام فعالیت‌های مرتبط، برای آن‌ها اشتغال‌زایی کرد تا آنان به منبع درآمد ثابتی دست یابند. البته در روز پایانی رویداد ضمن تقدیر از گروه‌های برتر و ارائه جوایز، علاوه بر سه گروه اول

اقدام‌پژوهی که آن را از تأمل غیرنظام‌مند درباره عملکرد روزانه فرد متمایز می‌کند دقتی است که با آن داده‌ها جمع‌آوری و تحلیل می‌شود. برنامه در طول بحث میان مشارکت‌کنندگان شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود. باید در برنامه بررسی انتقادی اقدام هر یک از مشارکت‌کنندگان گنجانده شود و شامل ارزشیابی تغییر نیز باشد (Hudson et al., 2013). از این رو برقراری ارتباط میان شرکت‌کنندگان و گروه‌ها و مربی‌ها، به صورت مجازی و فیزیکی، هدف نهایی پیش‌رویداد بود. در این مرحله روی کیفیت ایده‌ها تمرکز بیشتری می‌شد. در همکاری‌های گروهی در راستای خلق زنجیره تبدیل دانش به ثروت تلاش می‌شود، در کمترین زمان ممکن، پاسخ‌های مقتضی به نیازهای دانشی جامعه را در بستر فناوری اطلاعات ارائه کنند (Raouf, 2007). در این رویداد به ایجاد راه‌حل‌های بدیل اسلامی در فرایندهای ناپسند این روزهای کسب‌وکار زنان، طراحی کسب‌وکارهای زنانه با موضوعات مذهبی، قرآنی، اجتماعی و سبک زندگی اسلامی، و خلق شیوه‌های نوآورانه در موضوعات مرتبط با تفریح و سرگرمی بانوی مسلمان توجه شد.

در پایان پیش‌رویداد خاتون، از بین ۵۰ ایده نهایی سه ایده برتر معرفی شد. در واقع ایده‌های ۱۲۵ بانوی ایده‌پرداز از سراسر کشور در باغ اردوگاه خاتون، ضمن برگزاری کارگاه‌های مختلف و مشاوره مربیان، تکمیل شد و در روز سوم، ارائه نهایی انجام شد. در سومین روز از پیش‌رویداد ایده‌پردازان ۵۰ ایده را به صورت فردی و گروهی ارائه کردند که درباره حوزه‌های نوآوری اجتماعی، فرهنگی، تربیتی و اقتصادی بود. بیشتر این ایده‌ها با هدف رفع مشکلات بانوان و زنان سرپرست خانوار و کمک به نقش‌آفرینی بهتر عموم بانوان در عرصه‌های مختلف طراحی شده بود. در اغلب ایده‌های پیشنهادی ایجاد تعادل میان مشارکت اجتماعی زنان و وظایف و مسئولیت‌های سنتی خانه‌داری و همسررداری و تربیت فرزند دنبال می‌شد و راهکارهایی مطابق با فرهنگ جامعه و هماهنگ با آن ارائه شد.

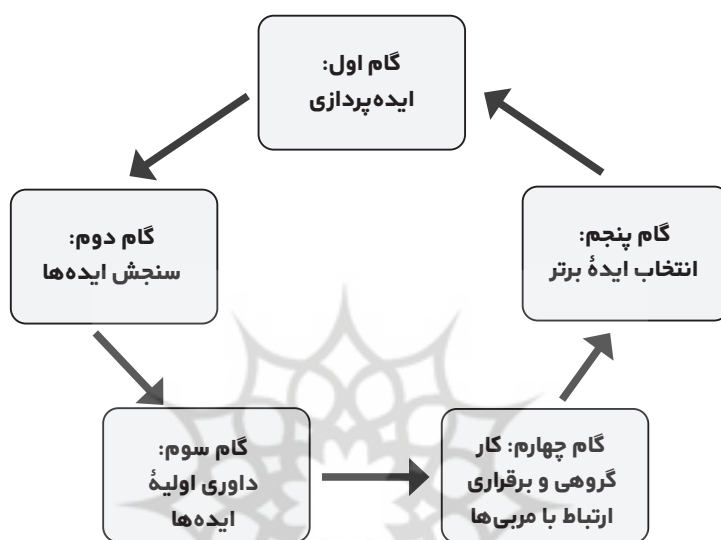
۳-۵. گام پنجم (رویداد اصلی)

از آنجایی که فرایند اقدام‌پژوهی بررسی تعمیدی و مبتنی بر نتایج است، در گام پنجم نتیجه نهایی کار ارائه می‌شود. اختتامیه اولین رویداد نوآورانه و ایده‌پردازی خاتون، ویژه بانوان، با هدف حمایت از ایده‌هایی که با رویکرد فرهنگی، اجتماعی و تربیتی مرتبط با بانوان ارائه شده بود، با حضور گروه‌های برتر از استان‌های مختلف کشور برگزار شد. با حضور شرکت‌کنندگان و مربی‌ها در باغ خاتون، رقابت اصلی برای انتخاب ایده برتر و مرتبط‌کردن شرکت‌کنندگان به حامیان مادی و معنوی صورت گرفت. از این رو در رویداد اصلی که اسفند ۱۳۹۷ برگزار شد، طی سه روز، گروه‌های برتر انتخاب شدند. در روز اول رویداد اصلی کارگاه‌های آموزشی و

در سراسر کشور بود، و «سَدْنَا»، تولیدکننده بسته‌های حجاب جشن تکلیف دختران، حمایت کرد. در مجموع گام نهایی رویداد خاتون شروع مجدد ایده‌پردازی برای ایده‌های جدید بود. در این رویداد با رویکردی نو به هویت زن ایرانی، مسلمان و انقلابی تلاش شد تا این الگو تکثیر شود و به همین دلیل در اختتامیه رویداد خاتون ایده برپایی رویداد خاتون ۲ شکل گرفت تا بانوان همچنان برنامه‌ریزی حل مشکلات و مسائل حوزه زنان را خود برعهده بگیرند و این چرخه ایده‌پردازی مداوم ادامه یابد.

سایر گروه‌ها در قالب تأمین نیازهای آموزشی، زیرساختی و مالی حامیان متعددی یافتند.

حتی گروه‌هایی که در پیش‌رویداد حذف شده بودند نیز ۲ حمایت دریافت کردند و از ۳۶ گروه باقی‌مانده ۸ گروه و از ۱۲ گروه راه‌یافته به مرحله نهایی ۱۱ گروه حامی یافتند. «مسجدکالا» هم یکی از مجموعه‌های شرکت‌کننده در رویداد خاتون بود، که در آخر، مسجدکالا از دو ایده استارت‌آپی این رویداد با عنوان‌های «دهکده عبادت»، که از برگزارکننده‌های مراسم‌های جشن تکلیف



شکل ۲: چرخه اقدام‌پژوهی در رویداد خاتون مشارکت‌کنندگان در رویداد خاتون

جدول ۳: فرایند اقدام‌پژوهی رویداد خاتون

گام‌ها	حلقه‌ها	اقدام‌پژوهی رویداد خاتون
گام اول: ثبت ایده‌ها	مرحله مقدماتی	- انتخاب موضوع رویداد - تدوین طرح و فراهم کردن مقدمات اجرایی
گام دوم: ارزیابی ایده‌ها	آماده‌سازی موقعیت	- تقویت مهارت‌های برقراری ارتباط و دعوت از شرکت‌کنندگان در اجرای رویداد
گام سوم: شروع پیش‌رویداد	اقدام	- بازبینی و اصلاح ایده‌ها
گام چهارم: پایان پیش‌رویداد	مشاهده	- تحلیل ایده‌ها و تهیه گزارش
		- بررسی رویدادهای استارت‌آپی داخلی و بین‌المللی در حوزه زنان و یافتن کم‌وکاست‌های آنان - تهیه فراخوان و تولیدات رسانه‌ای و ترویجی و انتشار آن‌ها
		- داوری اولیه ایده‌های دریافت شده (گزینش گروه‌های منتخب)
		- برگزاری پیش‌رویداد و دوره‌های آموزشی - ارزیابی - گردهمایی مربی‌ها و مشارکت‌کنندگان
		پایان پیش‌رویداد و نقد اولیه ایده‌ها

گام‌ها	حلقه‌ها	اقدام پژوهی رویداد خاتون
گام پنجم: رویداد اصلی	بازتاب (تحلیل و تعدیل اقدام) - ارزیابی نهایی	- رویداد اصلی، ایده پردازی و انتخاب ایده‌های برتر - طراحی رویداد خاتون ۲

نتیجه‌گیری

در این مقاله رویداد خاتون، رویدادی استارت‌آپی (شتاب)، با روش اقدام‌پژوهی مشارکتی بررسی شد. در چارچوب این روش پژوهشی مشارکت جمعی با فرایند پژوهش ترکیب می‌شود تا با ایجاد کوششی جمعی، در راه رسیدن به شناختی نوین، اصلاحات و پیشرفت، در مقایسه با پژوهش‌های قبلی، فراهم شود. بر این اساس مهم‌ترین پیامد اقدام‌پژوهی در بررسی رویداد خاتون این است که نتایج پژوهش بیرون از رویداد و از بالا صادر نشده است، بلکه با همت و تلاش خود ایده‌پردازان و شرکت‌کنندگان به دست آمده است. در گام اول رویداد خاتون تهیه و اعلام فراخوان صورت گرفت، گام دوم داوری اولیه ایده‌های دریافتی بود و در گام سوم یادگیری و پژوهش آغاز شد. شرکت‌کنندگان با گذراندن دوره‌های آموزشی ایده خود را کامل کردند و در گام چهارم وارد ارائه آزمایشی ایده خود شدند و با فاصله کمتر از یک ماه، و با نقد ارزیابی نهایی ایده‌های خود، در گام پنجم وارد رویداد اصلی شدند. حاصل ایده‌های شرکت‌کنندگان جنبه کاربردی پیدا کرد. چون زنان برای حل مشکلی که در زندگی خودشان داشتند به پژوهش دست زدند، یافته‌های آنان در نهایت ارائه راهکاری برای حل بخش مهمی از مشکلات و مسائل زنان بود. گفتنی است که اکثر رویدادهای استارت‌آپ‌ویکندی صرفاً رویدادهای آموزشی و انتقال تجربه در زمینه تجاری‌سازی و توسعه کسب‌وکار هستند، اما رویداد خاتون ارزش‌افزوده‌های بیشتری برای شرکت‌کنندگان، که زنان بودند، ایجاد کرد تا آنان بتوانند، از طریق رقابت در فضای سالم، امکان مشارکت اجتماعی را در کنار نقش «همسری»، «مادری» و «فرزندپروری» تجربه کنند. همچنین شبکه‌سازی و ایجاد ارتباط میان بانوان فعال در حوزه‌های فرهنگی و تربیتی و اجتماعی، رشد و پرورش خلاقیت و نوآوری بانوان در این حوزه‌ها، تبدیل ایده‌های فرهنگی - تربیتی به محصول، حمایت مالی و معنوی از ایده‌ها، دستیابی به راه‌حل‌های واقعی و مؤثر برای مشکلات و معضلات فرهنگی - تربیتی و اجتماعی از اهداف اساسی برگزاری این رویداد محسوب می‌شود. همچنین اطلاعات ارزشمندی درباره اشتراک‌گذاشتن ایده‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در حوزه زنان شکل گرفت که شرکت‌کنندگان ضمن آن چگونگی تشکیل گروهی

مناسب برای موفق‌شدن پروژه را در عمل تجربه کردند. اهمیت و ارزش یادگیری تجربی (یادگیری در عمل) در عمل درک شد و این را آموختند که چگونه با کاربران محصول پیشنهادی مصاحبه کنند و این مهارت را تمرین کردند. نهایتاً، با کمک مربیان، نحوه استفاده از الگوهای متفاوت مدیریت پروژه در شرکت‌های نوآفرین آموزش داده شد.

در همین راستا رویداد خاتون در چارچوب طرح اقدام‌پژوهی موفق محسوب می‌شود. علت موفقیت آن در دو مورد قابل بررسی است: ۱. شناسایی و یافتن مشکلات زنان در حوزه خانواده و امور تربیتی؛ ۲. استفاده از تجربه زنان در حل این مشکلات.

در رویداد خاتون با یافتن خلأهایی در بخش فرهنگی و اجتماعی، به شیوه‌های مختلف، در راستای برطرف‌سازی آن‌ها گام‌های بزرگی برداشته شد، اما همچنان این خلأها وجود دارد و باید تدابیر بهتری اندیشیده شود تا بانوان با قدرت بیشتری در جامعه حاضر شوند. در نهایت مهم‌ترین نتایج رویداد خاتون را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. ارائه راه‌حل منسجم در مقابل مشکلات، آسیب‌ها و چالش‌های مرتبط با بانوان و فرایندهای اجتماعی - تربیتی.
۲. نوآوری در ایده‌های تولیدی، هنری، فرهنگی، رسانه‌ای و چندرسانه‌ای.
۳. ایده‌پردازی در خصوص خدمات و محصولات نوآورانه مرتبط با زیارت، وقف و نذر، ویژه بانوان و خانواده.
۴. ارائه الگوهای نوآورانه تربیت قرآنی کودکان و سایر نوآوری‌های تربیتی در قالب آیین‌ها و مناسک مذهبی مانند جشن تکلیف.

۵. رشد و پرورش خلاقیت و نوآوری بانوان در حوزه فرهنگی - تربیتی و اجتماعی و آگاهی‌بخشی و مهارت‌افزایی ایشان در خصوص فرایند ایده‌پردازی و تبدیل ایده فرهنگی - تربیتی به محصول یا خدمت نوآورانه.

۶. فراهم کردن زمینه حمایت مالی و معنوی از ایده‌های قابل‌اجرای بانوان در موضوعات رویداد، دستیابی به راه‌حل‌های واقعی و مؤثر برای مشکلات و معضلات فرهنگی، تربیتی و اجتماعی.

۷. از ۳۶ گروه باقی‌مانده ۸ گروه و از ۱۲ گروه راه‌یافته به مرحله نهایی ۱۱ گروه حامی یافتند و حتی ۲ گروه از گروه‌های حذف‌شده در رویداد اصلی نیز حمایت شدند.

- Amirhosseini, Kh. (2005). *Research skills in education (research action)*. Tehran: Aref Kamel {In Persian}
- Armstrong, M. (2006). *Strategic human resource management: A guide to action*, Translated by Mohammad Arabi and Davoud Izadi (2007). Tehran: Cultural Research Bureau {In Persian}
- Bakhtiyari, A., and Irani, Y. (2003). *Practical research method (research action)*. Tehran: Loh zarin {In Persian}
- Brown, B. (2002). "Improving teaching practices through action research". [doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University]. Available in: <http://hdl.handle.net/10919/26869>.
- Bruton, G. D., and Rubanik, Y. (2002). "Resources of the firm, Russian hightechnology startups, and firm growth". *Journal of Business Venturing*, 17(6), pp. 553-576. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00079-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00079-9).
- Carr, W. (2006). "Philosophy, methodology and action research". *Journal of Philosophy of Education*, 40(4), pp. 421-435.
- Cervantes, R., and Nardi, B. (2012). "Building a Mexican startup culture over the weekends". Proceedings of the 4th International Conference on Intercultural Collaboration - ICIC '12. <https://doi.org/10.1145/2160881.2160884>.
- Cesaroni, F. M., Demartini, P., and Paoloni, P. (2017). "Women in business and social media: Implications for female entrepreneurship in emerging countries". *African Journal of Business Management*, 11(14), pp. 316-326. <https://doi.org/10.5897/AJBM2017.8281>.
- Costello, P. J. M. (2003). *Action Research*, Translated by Mohammadreza Shadrou, 2015. Tehran: Agah. {In Persian}
- Demartini, P. (2018). "Innovative female-led startups. Do women in business underperform?". *Administrative Sciences*, 8(4), pp. 1-15. <https://doi.org/10.3390/admsci8040070>.
- Gelderen, M.V., Thurik, R., and Bosma, N. (2005). "Success and risk factors in the pre-startup phase". *Small Business Economics*, 24, pp. 365-380.
۸. تصویب برگزاری خاتون ۲ در مشهد.
- منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است**
- آرسترانگ، مایکل (۲۰۰۶). مدیریت استراتژی منابع انسانی: راهنمای عمل، ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی (۱۳۸۶)، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- امیرحسینی، خسرو (۱۳۸۴). مهارت پژوهشگری در آموزش (اقدام‌پژوهی). تهران: عارف کامل.
- بختیاری، ابوالفضل، و ایرانی، یوسف (۱۳۸۴). روش تحقیق عملی (اقدام‌پژوهی). تهران: لوح زرین.
- پویا، علیرضا، و اخروی، امیرحسین (۱۳۸۸). «راهبرد کیفی پژوهش عملی مفهوم، پارادایم، نوع‌شناسی، و مباحث تکمیلی». مطالعات کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، دوره ۲۰، شماره ۴، ۸۱-۹۶.
- ندافی، راضیه، و احمدوند، مصطفی (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب‌وکارهای نوپا (استارت‌آپ‌ها) با استفاده از روش‌شناسی کیو». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۳، ۱۰-۳، ص ۵۱۷-۵۳۴. [doi: 10.22059/jed.2018.236443.652249](https://doi.org/10.22059/jed.2018.236443.652249)
- رووف، علی (۱۳۸۶). پژوهش در کلاس درس و مدرسه (چاپ دوم). تهران: مدرسه.
- سرمد، زهره، بازگان، عباس، و حجازی، الهه (۱۳۸۵). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری (چاپ دوازدهم). تهران: آگه.
- سیف‌اللهی، وجه‌الله (۱۳۸۴). اقدام‌پژوهی، پژوهش حین کار، آموزش یک دوره کامل روش تحقیق اقدام‌پژوهی همراه با مثال‌ها و نمونه‌های واقعی. تهران: عابد.
- شعبانی، حسن، و مهرمحمدی، محمود. (۱۳۷۹). «پرورش تفکر انتقادی با استفاده از شیوه آموزش مسئله‌محور». مدرس علوم انسانی، شماره ۱۴، ص ۱۱۵-۱۲۵.
- قاسمی‌پویا، اقبال (۱۳۸۰). راهنمای عملی پژوهش در عمل. تهران: پژوهشکده تعلیم و تربیت.
- کاستلو، پاتریک ام. جی (۲۰۰۳). اقدام‌پژوهی، ترجمه محمدرضا شادرو. (۱۳۹۴)، تهران: آگه.
- مرتضوی، صفا، باقری، صرفناز، رضایی شیخ حسن، فاطمه، راشدی، شبنم (۱۳۹۵). اقدام‌پژوهی. دومین همایش ملی تربیت بدنی، اصفهان.
- مکنیف، جین، لوماکس، پاملا، و وایتهد، جک (۱۹۹۶). اقدام‌پژوهی (طراحی، اجرا، ارزشیابی). ترجمه محمدرضا آهنگیان (۱۳۸۲). تهران: رشد.
- منابع**
- Ajzen, I. (1985). "From intentions to actions: A theory of planned behavior". In Action control (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg.

- <https://doi.org/10.1007/s11187-004-6994-6>.
- Ghasemipouya, E. (2002). *Practical guide to practical research*. Tehran: Research Institute of Education and Training. {In Persian}
- Hudson, J., and Khazragui, H. F. (2013). "Into the valley of death: Research to innovation". *Drug discovery today*, 18(13-14), pp. 610–613. <https://doi.org/10.1016/j.drudis.2013.01.012>.
- Hughes, C., and Leekam, S. (2004). "What are the links between theory of mind and social relations? Review, reflections and new directions for studies of typical and atypical development". *Social Development*, 13(4), pp. 590–619. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2004.00285.x>
- Irvine, H., and Gaffikin, M. (2006). "Getting in, getting on and getting out: Reflections on a qualitative research project". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19, pp. 115-145. <https://doi.org/10.1108/09513570610651920>.
- Kaye, S. R., and Hughes, I. (1997). "Participatory action research: Getting the job done". Available in: <http://www.aral.com.au/arow/rseymour.html>.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., and Xu, T. (2018). "Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature". *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(3), pp. 279–356. Available in: <https://ssrn.com/abstract=3087039>.
- Kemmis, S., and McTaggart, R. (1998). *The AR planner*. Deakin University Press, Geelong.
- Kim, B., Kim, H., and Jeon, Y. (2018). "Critical success factors of a design startup business". *Sustainability*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/su10092981>.
- Mc Niff, J., Lomax, P., and Whitehead, J. (1996). *You and your action research project*, Translated by Mohammadreza Ahanchian (2003). Tehran: Roshd. {In Persian}
- Mortazavi, S., Bagheri, S., Rezaei Sheikh Hassan, F., and Rashidi, S. (2015). *action research*. The second national physical education conference, Isfahan. {In Persian}
- Nadafi, R., and Ahmadvand, M. (2017). "Identification and prioritization of development factors of startups using Q methodology". *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(3), pp. 517-534. <https://doi.org/10.22059/jed.2018.236443.652249>. {In Persian}
- Okrah, J., Nepp, A., and Agbozo, E. (2018). "Exploring the factors of startup success and growth". *The Business and Management Review*, 9(3), pp. 229-237.
- Ortiz Aragón, A., and Glenzer, K. (2017). "Untaming aid through action research: Seeking transformative reflective action". *Action Research*, 15(1), pp. 3–14. <https://doi.org/10.1177/1476750317700253>.
- Pouya, A., and Okhravi, A. (2010). "Research qualitative strategy: concepts, paradigms, typologies and additional topics". *Librarianship and Information Organization Studies*, 20(4), pp. 81-96. {In Persian}
- Raouf, A. (2007). *Classroom and school research*. Tehran: Madreseh {In Persian}
- Salamzadeh, A., and Kesim, H.K. (2015). "Startup Companies: Life Cycle and Challenges". *Entrepreneurship & Management eJournal*.
- Sarmad, Z., Bazargan, A., and Hejazi, E. (2006). *Research methods in behavioral sciences*. Tehran: Agah {In Persian}
- Seyfollahi, V. (2005). Practicing the 'Real Work at Work' project is a complete course on how to do the right thing at the same time as real and real examples. Tehran: Abed {In Persian}
- Shabani, H., and Mehrmohammadi, M. (2000). "Develop critical thinking using problem-oriented teaching methods", 14, pp. 115-125. {In Persian}
- Silveira, A., Santino, F., and Olivense, H. (2017). "Entrepreneurial intention of the participants of the startup weekend: Longitudinal Analysis". *International Journal of Advances in Management and Economics*, 6(1), pp. 90-102. Available in: <https://www.managementjournal.info/index.php/IJAME/article/view/59>.

منابع اینترنتی

سعدآبادی، علی اصغر (۱۳۹۷). مصاحبه در نشست خبری اولین رویداد ملی نوآوران خاتون، دسترسی در: <https://khatoon-startup.ir/#contact-us>

خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) (۱۳۹۸). نرخ مشارکت زنان در اقتصاد

ایران، دسترسی در: <https://www.isna.ir/news/98011705006>

<http://communities.techstars.com/sweden/stockholm/startup-weekend/13100>

<http://communities.techstars.com/usa/denver/startup-weekend/13551>

<http://economicwomen.ir/>

<https://isfahanplus.ir/isfuni-startupweekend/>

<http://www.modirinfo.com/content/4/16953/>

<https://startupsac.com/sacramento-startup-directory/>

<https://silkroadstartup.org/fa/>

<https://www.techstars.com/content/uncategorized/swklwomen2017/>

<http://www.venturecenter.co.in/pdfs/Startup-Weekend-Pune-2017.pdf>





Action Research on the Khatun Event and its Perception of the Dual Roles (Family and Community) of Women

Ali Asghar Sad Abadi¹

Fahimeh Azmoodeh²

Kiarash Fartash³

Abstract

Women's Startup events at the national and international levels have often sought to resolve the problem of women in the field of employment, regardless of their social value maximization. Among these, Khatun's event has a different approach than previous events to solving the problems of women. The main goal of this institution is to reduce the controversies caused by the simultaneous implementation of family and occupational roles that have hurt families. Networking and connecting women active in cultural, educational, and social fields, developing women's creativity and innovation in these areas, transforming cultural-educational ideas into products, financial and spiritual support for ideas, and achieving real and effective solutions for problems of women have been the objectives of Khatun Institute. In the present article, firstly, the literature on the startup events focusing on women's role is studied, then, using action research methodology the Khatun Educational, Cultural and Social Center as a successful Event in Iran, is evaluated. The theoretical and practical results of this event as a successful event in Iran were to foster creative ideas for women, raise women's awareness and skills, and promote their social role, along with maintaining their role.

Keywords: Startup, Social Entrepreneurship, Social Innovation, Action Research, Women and Family

1. Faculty Member of the Institute for Science and Technology Studies, Shahid Beheshti University (Corresponding Author); A_Sadabadi@sbu.ac.ir

2. PhD in Political Science, Shahid Beheshti University; F_Azmoodeh@sbu.ac.ir ,

3. Faculty Member of the Institute for Science and Technology Studies, Shahid Beheshti University; K_fartash@sbu.ac.ir.

نقش نامه و فرم تعارض منافع

الف) نقش نامه

کیارش فرتاش	فهیمه آزموده	علی اصغر سعداآبادی	
نویسنده دوم	نویسنده اول	نویسنده مسئول	نقش
نگارش متن اصلی	نگارش متن اصلی، بازنگری بر اساس نظر داوران	نگارش متن اصلی مرور ادبیات و پیشینه نظری	نگارش متن
بازنگری جزئی	بازنگری بر اساس نظر داوران	بازنگری متن نهایی	ویرایش متن و ...
-	-	-	طراحی / مفهوم پردازی
پیاده سازی متن	پیاده سازی متن و گردآوری داده ها	گردآوری داده ها	گردآوری داده
-	-	ذکر روش و تحلیل / تفسیر داده ها	تحلیل / تفسیر داده
-	-	-	سایر نقش ها

ب) اعلام تعارض منافع

یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه ای، اندیشه ای یا باورمندانه، و غیره. چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافی داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:

مثال: نویسنده الف هیچ گونه تعارض منافی ندارد. نویسنده ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گرت دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسنده یا نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می باشند که ممکن است به طور ناعادلانه ای بر تصمیم گیری آنها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله ساز می شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گرت آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری

اظهار (عدم) تعارض منافع: با سلام و احترام؛ به استحضار می رساند نویسندگان مقاله هیچ گونه تعارض منافی ندارد.

نویسنده مسئول: علی اصغر سعداآبادی

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۴/۲۰