

موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی

بر کارآفرینی زنان در ایران

فاطمه جواهری، سرور قضاتی

طی سال‌های اخیر، میزان قابل ملاحظه‌ای از اندیشه‌ها و آرای اجتماعی، در زمینه مسائل و محدودیت‌های اشتغال زنان، به رشته تحریر درآمده است. از طرف دیگر، اولویت جامعه برای حرکت در مسیر توسعه اقتصادی پدیده کارآفرینی را به موضوع مورد توجه محافل علمی تبدیل کرده است. در این مقاله کوشش شده از تلفیق این دو قلمرو موضوعی برای تبیین نازل بودن سطح کارآفرینی زنان شاغل ایرانی استفاده شود. نگارندگان این نوشتار ضمن به رسمیت شناختن تفاوت‌های طبیعی زنان و مردان بر این باورند که نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه ایران، که بیشتر جنبه اجتماعی و فرهنگی دارد، از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. در این زمینه به نقش خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، ناهماهنگی انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر سازمان کار اشاره می‌شود.

۱. مقدمه

افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، تجربه اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل کارآفرین هستند. برای ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه وجود زمینه‌ها و شرایط فرهنگی اجتماعی مناسب ضروری است. مطالعه موانع کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارایی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند. هدف این مقاله توضیح این امر است که نابرابری‌های جنسیتی چگونه می‌تواند از قابلیت کارآفرینی زنان بکاهد. هرچند که این مقاله بر

مبنای روش بررسی اسنادی - نه پژوهش میدانی - تنظیم شده، نگارندگان آن کوشیده‌اند در تشریح نظرات خود از یافته‌های پژوهشی سایر محققان استفاده کنند.

۲. تعریف کارآفرینی و کارآفرین

کارآفرینی یک نوع کنش انسانی است که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی متبلور می‌شود. با وجود این، اقتصاددانان به این امر اذعان دارند که کارآفرینی پدیده‌ای فراق اقتصادی^۱ است. این بدان معنا است که برخی از پدیده‌ها که تأثیر عمیقی بر اقتصاد دارند، در اساس دارای ماهیت اقتصادی نیستند (دراکو، ۱۹۹۳: ۱۳)

کارآفرینی عمل کارآفرین بودن است. این کلمه از اصطلاح فرانسوی *entrepreneure* مشتق شده است که به معنای قبول مسئولیت، تعقیب فرصت‌ها، تأمین نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و راه‌اندازی یک کسب و کار تجاری است (برچ، ۱۹۸۶: ۴). کارآفرینی نظم اجتماعی اقتصادی سنتی را به چالش می‌طلبد و حتی ممکن است به تخریب آن بپردازد. یکی از ویژگی‌های کارآفرینی فقدان وجود قواعد روشن و صریح است. از آن‌جا که برای نظارت بر بازی کارآفرینی کتاب راهنما وجود ندارد، بنابراین برنده یا بازنده بودن و رفتار خلاف قاعده داشتن اجتناب پذیر است. از این رو پذیرش این اصل که تمام نتایج فرایند کارآفرینی مثبت باشد یک توهم است (ماریسون، ۱۹۹۸: ۳). بنابراین فرد کارآفرین اگرچه هدفش ترقی و پیشرفت است، همواره آماده پذیرش خطر و شکست است.

کارآفرینی اغلب خارج از چارچوب قواعد بوروکراسی به انجام می‌رسد. برای مثال، کارت‌های اعتباری را اولین بار بانک‌ها ابداع نکردند، یا دستگاه زیراکس را شرکت‌های بزرگ تجهیزات اداری به وجود نیاوردند. بلکه این نوآوری‌ها مصداق عمل کارآفرینانی است که اندیشه‌ای جدید را به چنگ آورده، آن را بسط داده و با مساعی خستگی‌ناپذیر خود تحقق موفقیت‌آمیز آن را به پیش برده‌اند. این قبیل نوآوری‌ها اغلب در یکی از پنج زمینه زیر تحقق می‌یابد:

۱) معرفی محصول یا خدمت جدید به طوری که ارتقا در کیفیت محصول یا خدمت موجود تلقی شود؛

۲) ارائه روش جدیدی که بازدهی را افزایش دهد؛

۳) گشایش بازار جدید یا افتتاح بازار صادرات در قلمرو تازه یا دستیابی به منبع جدید؛

۴) فراهم آوردن مواد جدید، محصولات نیمه‌ساخته یا مواد جایگزین؛ و در نهایت
 ۵) ایجاد سازمان جدید (برچ، ۱۹۸۶: ۲۶).
 به این ترتیب، کارآفرینان به قلب نظام اقتصادی تبدیل می‌شوند و می‌توانند برای جامعه خود توسعه و رونق اقتصادی به همراه آورند. برخی از برجسته‌ترین خصوصیات فرد کارآفرین در جدول شماره (۱) منعکس می‌باشد.

جدول شماره ۱. ویژگی‌ها و خصوصیات رفتاری فرد کارآفرین

ویژگی‌ها	گرایش و رفتار
تعهد و عزم راسخ	سرسخت و مصمم بودن، توانایی به سرعت متعهد و غیر متعهد شدن، انضباط، اصرار بر حل مسئله، آماده برای از دست دادن منافع، غرق شدن کامل در کار
قدرت رهبری	خود آغازگر، دارای معیارهای بالا [اما] نه کمال‌گرا؛ تشکیل دهنده گروه و قهرمان ساز، مشوق دیگران، رفتار مساوات‌طلبانه یا دیگران، تقسیم ثروت میان افرادی که در ایجاد آن سهمیم بوده‌اند، نهراسیدن از تنهایی، شکیبایی، متعلم و معلمی فراگیر
فرصت‌طلب بودن	شناخت دقیق نیازهای مصرف‌کنندگان، برانگیخته به سوی بازار، تمایل به ایجاد ارزش و افزایش آن
تحمل خطر، ابهام و عدم قطعیت	اتخاذ ریسک حساب شده، به حداقل رساندن خطر و سهمیم شدن در خطر، از عهده تعارض و تناقض برآمدن، تحمل فقدان ساختمانندی، فشار و تضاد، توانایی حل مشکلات و ترکیب راه‌حل‌ها
خلاقیت و اعتماد به نفس	غیرمتعارف، دارای ذهنی باز، ناراضی از وضع موجود، توانا در انطباق و تغییر، ارائه راه‌حل‌های خلاقانه برای حل مشکلات، سرعت در آموختن، نهراسیدن از شکست، قدرت مفهوم‌سازی
تمایل به سرآمد بودن	سوی‌گیری معطوف به هدف و نتیجه، اهداف برتر اما واقعی، اشتیاق به موفقیت و رشد، نیاز اندک به مقام و قدرت، شوخ‌طبعی، آگاه از ضعف‌ها و توانایی‌ها

منبع: (ماریسون، ۱۹۹۸: ۱۰)

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، خلاقیت و نوآوری، اتخاذ ریسک حساب شده، استقلال و جهت‌یابی به سوی موفقیت جزو مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی است (واتسون و کارن، ۱۹۹۶: ۲۵) چنان‌چه این ویژگی‌ها بخشی از ساختار روانی و شخصیتی زنان شاغل باشد، در این صورت آن‌ها می‌توانند عملکردی (کنشی) کارآفرینانه داشته باشند. اگر به نظر می‌رسد که زنان شاغل کمتر کارآفرین هستند، علت آن را باید در شرایطی جست‌وجو نمود که مانع شکل‌گیری چنین ساختار روانی و شخصیتی می‌شود.

۳. عوامل محدودکننده کارآفرینی زنان

بخشی از هویت انسان تحت تأثیر جنسیت او شکل می‌گیرد. صرف‌نظر از تفاوت‌های طبیعی که اعضای دو جنس از جنبه‌های جسمانی و روانی با یکدیگر دارند، جامعه نیز به نوبه خود بر دامنه این تفاوت‌ها می‌افزاید. از این رو، گفته می‌شود جنسیت برخلاف جنس سازه‌ای اجتماعی است زیرا دارای معانی و دلالت‌های فرهنگی است (بورگاتا و مونتگمری، ۲۰۰۰: ۱۰۵۸).

اگر تفاوت‌های طبیعی میان دو جنس مبنای ارزش‌گذاری و امتیازدهی متفاوت باشد، در این صورت نابرابری جنسی به وجود می‌آید. در افراطی‌ترین شکل، چنانچه اعضای یک جنس نسبت به جنس دیگر پست‌تر شمرده شوند، به طوری که رفتار نابرابر با یک جنس عادلانه تلقی شود، در این صورت تبعیض رخ می‌دهد (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۴۲۰). از طریق فرایند جامعه‌پذیری که از کودکی تا بزرگسالی به طور مداوم جریان دارد، هر فرد می‌آموزد از آن حیث که زن یا مرد آفریده شده باید چگونه بیانیشد، رفتار کند و احساس کند (یوربرگ، ۱۹۷۴: ۱). به این ترتیب هویت جنسیتی افراد ساخته و پرداخته می‌شود. عنصر خود (Self) نیز در این فرایند شکل می‌گیرد.

تحت تأثیر برجسب‌های مربوط به هر جنس عنصر خود تکوین می‌یابد. خود مجموعه ویژگی‌های فردی در نظر گرفته می‌شود که عامل تفاوت و تشابه با دیگری است. خود دارای سه بعد است که عبارتند از: خود پنداره، عزت نفس و معرفی خود. خود پنداره عبارت است از مجموعه باورهایی که فرد درباره خود دارد. عزت نفس ارزیابی است که فرد از ویژگی‌های منحصر به فرد خود دارد. جنبه سوم، یعنی معرفی خود، به رابطه بین خود و رفتار مربوط می‌شود (بدار، دزیل و لامارش، ۱۳۸۰: ۳۲). گرچه خود پدیده‌ای فردی و شخصی است، در خلأ ساخته نمی‌شود بلکه در جامعه و در فرایند کنش متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. بر این اساس، چارلز هورتون کولی نظریه خودآینه‌سان^۱ را مطرح کرده است. از نظر او این‌که در ذهن دیگران چگونه ظاهر می‌شویم، این‌که آن‌ها درباره ما چه قضاوتی دارند، و تصویری که از قضاوت دیگران درباره خود داریم، خود ما را می‌سازد (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۸۸).

خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، رسانه‌های جمعی، هنجارهای اجتماعی رسمی و غیررسمی، شیوه تقسیم کار و توزیع منابع ارزشمند در انتقال نگرش‌های جنسیتی و ساختن خود انسان نقش مؤثری دارند. بنابراین هویت جنسیتی یعنی تصورات، معانی، ارزش‌ها و انتظارات مربوط به یک جنس از طریق تعامل اجتماعی در عرصه‌های مختلف به انسان منتقل

می‌شود و ساختار روانی و شخصیتی او را می‌سازد. ساختار روانی که ترکیبی از ادراک، عاطفه و تکانه است، بر این واقعیت دلالت دارد که آدمی چگونه و چرا احساس می‌کند، اراده می‌نماید و ادراک می‌کند (گرت و میلز، ۱۳۸۰: ۵۴-۵۶). شخصیت نیز نظام تمایلات فرد است. نظامی که در آن نیازها هنجاری شده‌اند و دارای سوی‌گیری عاطفی، هنجاری و شناختی هستند. تشکل و رشد شخصیت از طریق فرایند جامعه‌پذیری و در برخورد با محیط‌های اثباتی، اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد. (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۲۷-۲۳۰).

اگر فرهنگ جامعه با زنان به شیوه‌ای نابرابرانه رفتار نماید، یعنی در مقایسه با مردان آنان را با ویژگی‌های ضعیف یا منفی توصیف کند، یا اگر امکان دستیابی به فرصت‌ها و منابع ارزشمند اجتماعی را به خاطر زن بودن برای آنان محدود سازد، در این صورت به تدریج این مؤلفه‌ها جزئی از خودپنداره هویت زنان می‌شود. ادراک منفی یا ضعیف از خود، عزت نفس پایین، ارزیابی ضعیف از توانمندی‌های خود احتمال شکل‌گیری ساختار روانی و شخصیتی مساعد کارآفرینی را کاهش می‌دهد. زیرا براساس ویژگی‌هایی که برای کارآفرین برشمرده شد در صورتی می‌توان یک فرد را کارآفرین نامید که در اندیشه تغییر و بهبود شرایط کارش باشد، فکری نو در سر داشته باشد، در برابر عدم قطعیت پایدار باشد و از قدرت رهبری و بسیج منابع در جهت هدف برخوردار باشد. در شرایط و فضای نابرابری جنسیتی این خصوصیات به سختی در زنان شکل می‌گیرد.



نمودار شماره ۱. تأثیر نابرابری جنسیتی بر محدود کردن کارآفرینی زنان

بنابراین اگر به نظر می‌رسد نسبت اندکی از زنان شاغل ایرانی کارآفرین هستند، باید یکی از دلایل — و نه همه — آن را در تأثیر نابرابری جنسیتی بر ساختار روانی و شخصیتی زنان جست‌وجو نمود. زیرا تفاوت‌هایی که مردم در انجام دادن کاری خاص در شرایط نسبتاً یکسان از خود نشان می‌دهند، ناشی از تفاوت ابعاد شخصیتی آنان است (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۶۴). این نوشتار کوششی است جهت توضیح این اصل که نابرابری‌های جنسیتی، که از طرق مختلف به زنان انتقال می‌یابد و نظام شخصیتی آنان را می‌سازد، چگونه از قابلیت کارآفرینی آنان می‌کاهد.

۱-۳. خانواده

مؤلفه‌های مرتبط با نابرابری جنسی ابتدا از طریق خانواده به افراد منتقل می‌شود. در اولین مرحله تکامل جنسی، گسستگی دختران و پسران از مادر به طرز متفاوتی رخ می‌دهد. برخلاف پسران، دختران به آرامی از مادرشان جدا می‌شوند. آن‌ها تا هر زمانی می‌توانند مادر را در آغوش بگیرند یا از او تقلید کنند. در نتیجه هویت و ادراکی که دختران از خود به دست می‌آورند با دیگری استمرار می‌یابد. بنابراین فقدان رابطه نزدیک با دیگران، حرمت نفس آن‌ها را تهدید می‌کند و وجود آن موجب تولید حساسیت و شفقت عاطفی است. اما پسرها حس آگاهی از خود را از طریق کاهش ارتباط با مادر به دست می‌آورند، آن‌ها یاد می‌گیرند که بچه ننه نباشند، استقلال از مادر به آن‌ها هویتی مردانه می‌دهد (گیدنز، ۱۳۷۳: ۱۸۵). به علاوه، والدین به استقلال یافتن دختران و پسران واکنش‌های متفاوتی نشان می‌دهند. پسرها زودتر از دختران همسال خود اجازه دارند در سنین پایین دور از محیط خانه بازی کنند و برای خرید یا تفریح با دوستان خود بیرون بروند. والدین هنگامی که دخترشان فعالیتی را به تنهایی انجام می‌دهد اضطراب درونی خود را نشان می‌دهند، در حالی که در موقعیت مشابه نسبت به استقلال عمل فرزند پسر احساس غرور و شادمانی می‌کنند و با انتقال این احساس به فرزند پسر حس اعتماد به نفس او را تقویت می‌کنند (نوابی‌نژاد، ۱۳۷۹: ۳۷).

نوع سرگرمی‌ها و بازی‌های دو جنس نیز به نابرابری‌های جنسی می‌افزاید. دختران معمولاً به سرگرمی‌هایی مانند عروسک‌بازی که عواطف آن‌ها را پرورش می‌دهد و کمتر ذهن آن‌ها را به تکاپو وادار می‌سازد هدایت می‌شوند. در حالی که بازی‌های پسران با تحرک جسمی، پرخاشگری و ارتباط بیشتر با طبیعت همراه است و اغلب قدرت تفکر و آفرینندگی آنان را تقویت می‌کند. علاوه بر این، دختران در دوران نوجوانی محدودیت بیشتری برای تجربه و درک محیط‌های مختلف دارند. آن‌ها معمولاً از خطرات آشکار و پنهان ترسانده می‌شوند. یافته‌های یک پژوهش تجربی نشان می‌دهد که ۸۸ درصد از مادران ایرانی دختران خود را به مراتب کمتر از پسرها به استقلال، خودکفایی و پیشرفت تشویق می‌کنند (سیدان، ۱۳۷۸: ۱۵۳). چنین آموزه‌هایی حتی در بسیاری از موارد دختران تیزهوش را دچار تردیدهایی جدی می‌سازد. مطالعه‌ای تجربی در مورد دختران تیزهوش نشان می‌دهد بسیاری از آن‌ها به خاطر پرهیز از طرد شدن، سطح آرزوها و انگیزه‌های اجتماعی و شغلی خود را از مردها پایین‌تر می‌آورند و دچار ترس از عدم موفقیت می‌شوند (بازرگان، ۱۳۷۶: ۳).

۲-۳. نظام تعلیم و تربیت

نظام تعلیم و تربیت به شیوه‌های متفاوت نابرابری‌های جنسیتی را بازتولید می‌کند. در مدرسه این امر از طریق محتوای منابع درسی، مرزبندی ارتباط بین دو جنس و رفتار معلمان صورت می‌گیرد. به عنوان نمونه، نتایج یک تحقیق در مورد کتب درسی دوره ابتدایی نشان می‌دهد که منابع آموزشی تصویر ضعیفی از زنان منعکس می‌سازند.

جدول شماره ۲. تصاویر زن و مرد در کتاب‌های درسی ابتدایی

کتاب‌های فارسی، دینی، اجتماعی ۵ ساله اول ابتدایی %					
سال اول	سال دوم	سال سوم	سال چهارم	سال پنجم	
۵۱/۰	۶۱/۰	۶۲/۰	۶۰/۰	۷۰/۰	تصویر مردان
۲۵/۰	۱۷/۰	۱۲/۰	۶/۰	۹/۰	تصویر زنان
۲۴/۰	۲۲/۰	۲۶/۰	۳۴/۰	۲۱/۰	تصویر مختلط
۹۰	۸۱	۱۳۸	۸۱	۱۳۹	تعداد کل

منبع: (صداقت و زاهد، ۱۳۷۴: ۴-۱۰)

همان‌طور که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌شود، در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی تصاویر مردان از نظر تعداد در صدر هستند و تصاویر زنان کمترین فراوانی را دارند.

جدول شماره ۳. اسامی زن و مرد در کتاب‌های درسی ابتدایی

کتاب‌های فارسی، دینی، اجتماعی ۵ ساله اول ابتدایی %					
سال اول	سال دوم	سال سوم	سال چهارم	سال پنجم	
۴۹/۰	۶۵/۰	۷۲/۰	۹۳/۰	۹/۴۰	اسامی مردان
۵۱/۰	۳۵/۰	۲۸/۰	۷/۰	۶/۰	اسامی زنان
۱۴۵	۲۳۷	۶۲۰	۳۳۷	۶۹۲	تعداد کل

منبع: (صداقت و زاهد، ۱۳۷۴: ۱۲)

اطلاعات جدول شماره (۳) نیز بیانگر آن است که مردان از نظر اسامی نام برده شده هم نسبت به زنان سهم بیشتری دارند. صرف‌نظر از محتوا، نزد عموم مردم کمیت بر اهمیت و بزرگی دلالت دارد. بنابراین فزونی تعداد زنان بر مردان می‌تواند به معنای ارزشمندی و اهمیت بیشتر آنان تلقی شود. علاوه بر این، تحلیل کیفی تصاویر مردان و زنان هم بر این واقعیت دلالت دارد که گاهی زنان در نقش‌هایی نامطلوب نمایش داده شده‌اند. مانند زن رختشویی که نخی از لباس او

آویزان است و گریه‌ای با او بازی می‌کند. لباس او را می‌شکافد و زن در برابر این واقعه دو دست‌اش را به سر و صورت می‌زند (مجتهدی، ۱۳۸۰: ۵-۱۰).
نتایج پژوهش دیگری در باب صفات منسوب به زنان و مردان در کتاب‌های فارسی دوره راهنمایی در جدول زیر منعکس است.

جدول شماره ۴. ویژگی‌های اسنادی به دو جنس در کتاب‌های فارسی دوره راهنمایی

۷۸ - ۱۳۷۷

درصد	ویژگی دو جنس در کتاب‌های فارسی دوره راهنمایی				سال اول	درصد	سال دوم	درصد	سال سوم	درصد
	مرد	زن	تعداد کل							
۶۳/۶	ثبات قدم، علم، مردانگی، مبارزه، آزادی، منزلت	عروس فصل‌ها	۱۱	۹/۹	همت، جوانمردی، یاری‌گری	۱۱/۱	۸۸/۸	صلاحیت، رادمردی، نیاکان دوستی	۶۳/۶	مرد
۳۶/۳	عروس فصل‌ها	عروس آسمان	۹	۹/۱	عروس آسمان	۱۱/۱	۱۱/۱	فرشته، عروس خطوط	۳۶/۳	زن
۱۱	-	-	۱۱	۱۱	-	-	۹	-	۱۱	تعداد کل

منبع: (محمدی اصل، ۱۳۸۱: ۱۴۹)

یافته‌های جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که مردان اغلب با صفت‌های برتر انسانی و زنان با ویژگی‌های ظاهری شامل زیبایی و لطافت توصیف شده‌اند. همچنین در کتاب‌های درسی نقش‌های اجتماعی دو جنس به‌طور صریحی از یکدیگر تفکیک شده‌اند. زنان بیشتر به اموری مانند خانه‌داری و فعالیت‌های تربیتی مشغولند، در حالی که تصاویر مردان بیشتر به فعالیت‌های حرفه‌ای، سیاسی و اجتماعی اختصاص یافته است (صداقت، ۱۳۷۴: ۵۱). پژوهشی دیگر در مورد کتاب‌های حرفه و فن دوره راهنمایی نشان می‌دهد که تصاویر کتاب‌های دختران بر مهارت‌هایی از قبیل خیاطی، بافتنی، آشپزی و کودک‌یاری تأکید دارد اما پسران به اموری مانند مکانیک، راه‌سازی، صنایع و نجاری می‌پردازند. در این تصاویر زنان هیچ‌گاه سازمان‌دهنده، نظم‌بخش و هدایت‌گر فعالیت‌های سیاسی-اجتماعی نبوده و بیشتر دارای نقش‌های مطیع بوده‌اند (سیدان، ۱۳۷۸: ۱۵۳).

در کنار منابع درسی، تفکیک جنسی که پس از انقلاب اسلامی بین دانش‌آموزان دختر و پسر در مدارس ایران به‌وقوع پیوست، به‌طور ناخواسته بر تمایز دو جنس افزود. اختصاص معلمان مرد به مدارس پسرانه و معلمان زن به مدارس دخترانه این وضعیت را تشدید کرد. از آن‌جا که بخشی از هویت انسان در تعامل با غیر شکل می‌گیرد، جدایی دانش‌آموزان دختر و پسر موجب می‌شود این دو گروه نسبت به قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود و دیگری تصوراتی غیرواقعی بینانه

داشته باشند و از جهت روانی از یکدیگر فاصله بگیرند. از آنجا که زمینه‌های برتر دانستن مردان نسبت به زنان در بستر فرهنگ جامعه فعال است جدایی بین دو جنس به فاصله اجتماعی دو گروه از یکدیگر منجر می‌شود.

نظام آموزشی نه تنها بر ساختار روانی افراد تأثیر می‌گذارد، بلکه آن‌ها را برای ایفای نقش‌های شغلی آتی آماده می‌سازد. مدارس فنی و حرفه‌ای که بیشتر بر آموزش‌های کاربردی و عملی تأکید دارند، این امکان را فراهم می‌سازند که افراد با تکیه بر قابلیت‌ها و توانمندی‌های عملی خود و متناسب با نیاز جامعه به کار و فعالیت اقتصادی بپردازند. این قبیل آموزش‌ها نسبت به آموزش‌های نظری که در رشته‌های دیگر رواج دارد فراگیران را برای مواجهه با چالش‌های شغلی و ارائه راهکارهای بدیع آماده می‌سازد و در مجموع با اقتضائات کارآفرینی هماهنگی بیشتری دارد.

در ایران میزان بهره‌مندی دختران و پسران از مدارس فنی و حرفه‌ای نابرابر است. اکثر دانش‌آموزان دختر تحت تأثیر سوی‌گیری خانواده نسبت به سودمندی تحصیل در مدارس فنی و حرفه‌ای مرد هستند. برای مثال، در سال ۱۳۸۰ حدود ۲۸۹۶۲ نفر از دانش‌آموزان پسر استان تهران مشغول تحصیل در مدارس فنی و حرفه‌ای بوده‌اند در حالی که ۱۴۷۱۵ نفر از دختران یعنی حدود نصف جمعیت پسران در این مرکز به تحصیل می‌پرداختند (آمار آموزش و پرورش استان تهران).

لازم است به این نکته توجه نمود که همین تعداد از دختران نیز بیشتر در بخش حرفه‌ای که شامل کودک‌یاری، خیاطی، صنایع دستی، طراحی و دوخت و دوز، نمایش، تربیت بدنی و نقاشی است متمرکز هستند. در حالی که پسران بیشتر در بخش‌های فنی مانند الکترونیک، تراشکاری و مکانیک متمرکز یافته‌اند. این در حالی است که در کشورهای اروپایی از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بیشتر استقبال می‌شود. برای مثال ۷۵ درصد از شاگردان آلمانی پس از چهار سال تحصیل در مدارس ابتدایی به مدارس حرفه‌ای می‌روند و پس از شش سال فارغ‌التحصیل می‌شوند و برخی از آن‌ها یک سال دیگر ادامه می‌دهند و مدرک بالاتری به دست می‌آورند (سخاوت، ۱۳۸۰: ۳۴). حضور محدود دختران در مدارس فنی و حرفه‌ای از یک سو ظرفیت اجرایی آن‌ها را محدود می‌سازد و از گرایش آنان برای حضور در حوزه‌های فعال‌تر اقتصادی مانند امور صنعتی، تولیدی و تجاری می‌کاهد.

۳-۳. ناهمخوانی انتظارات نقش

زنان شاغل به‌طور همزمان دارای سه نقش همسری، مادری و شغلی هستند. هریک از این نقش‌ها دارای مجموعه‌ای از انتظارات مختلف است. در مورد تعامل همزمان نقش‌های

مختلف زنان نظرات متفاوتی وجود دارد...

چلبی معتقد است هویت‌های شغلی زنان اغلب تحت‌الشعاع نقش‌های خانوادگی آن‌ها است (۱۳۷۵: ۲۴۰). زیر تحت عنوان «فرضیه تجمع نقش‌ها» به منافع حاصل از تکثیر نقش‌های زنان اشاره می‌کند. از نظر او امتیازات مرتبط با هر نقش مانند امنیت، منزلت حاصل از آن، فراهم آمدن امکاناتی جهت بهبود پایگاه اجتماعی، غنای شخصیت و رضای خاطر که فرد از آن بهره‌مند می‌شود، بستگی‌های اجتماعی جدید و حمایت حاصل از آن از جمله ثمرات ایفای نقش‌های متفاوت است (نقل از احمدنیا، ۱۳۸۰: ۷۵).

یافته‌های یک پژوهش تجربی درباره زنان شاغل و خانه‌دار تهرانی فرضیه فوق را تأیید می‌کند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که زنان شاغل در مقایسه با زنان خانه‌دار خود پنداره مثبت‌تری دارند و به‌طور معناداری خود را باهوش‌تر، موفق‌تر، کمتر تنبل، مستقل‌تر و سخت‌کوش‌تر احساس می‌کنند (خسروی، ۱۳۷۸: ۱۱۵). در مقابل برخی از جامعه‌شناسان انتقادگرا به تضاد میان نقش خانوادگی و شغلی تأکید دارند. برای مثال، از نظر هیبارد و پوپ تجمع نقش‌های سنتی همسری و مادری و نقش‌های جدید شغلی ممکن است به تضاد نقش یا اضافه‌بار نقش منجر شود و سلامت زنان را به خطر اندازد. علاوه بر این، احساس تقصیر و اضطراب که حاصل این تصور است که آن‌ها توانسته‌اند به‌خوبی از عهده مسئولیت خانوادگی بریابند از علل عمده نطمه به سلامت روانی زنان محسوب می‌شود (نقل از احمدنیا، ۱۳۸۰: ۷۴). بوتل و گرین‌هاوس در مطالعه خود به این نتیجه رسیده‌اند که ایجاد تعادل بین نقش‌های کار و خانواده احتمال دارد با افزایش تضاد دو جانبه در درون نقش‌ها همراه باشد. برای مثال، تعارض خانواده با کار وقتی رخ می‌دهد که مسئولیت‌های مربوط به نقش خانوادگی مانع انجام دادن کار شود. همچنین نگهداری از بچه ممکن است مانع توجه کافی به مسائل شغلی شود. تعارض کار با خانواده زمانی ایجاد می‌شود که فعالیت‌های شغلی مانند ساعات طولانی کار انجام دادن و وظایف خانوادگی را مختل سازد (نقل از عباسی، ۱۳۸۱: ۷). توجه به این نکته از آن جهت حائز اهمیت است که مسئولیت مادران در طول زمان افزایش می‌یابد. وظایف مادران به نگهداری و حفاظت جسمانی از فرزندان محدود نمی‌شود، بلکه شامل توجه دقیق‌تر به رشد روانی، اجتماعی و فکری آنان نیز می‌باشد (بیلتن و دیگران، ۱۹۷۷: ۲۱۹). این در حالی است که بنابر قرارداد اجتماعی مردها کمتر مسئول تربیت فرزندان شمرده می‌شوند. از آن‌جا که لازم است مادران شاغل بخش قابل ملاحظه‌ای از زمان خود را صرف فرزندان‌شان کنند، بنابراین انگیزه و فرصت‌شان برای توسعه فعالیت‌های شغلی محدود می‌شود.

ناهماهنگی میان نقش‌های زنان به شیوه دیگر نیز نمایان می‌شود. براساس هنجارهای

فرهنگی جامعه از زنان متأهل انتظار می‌رود اقدامات یا تصمیمات خود را با اجازه و نظارت همسر خود انجام دهند. رعایت این قاعده کمک می‌کند تا زنان در فعالیت‌های خود از تجربه، همفکری و حمایت شوهرشان برخوردار شوند. اما به همین ترتیب گاهی نیز ناهماهنگی میان ترجیحات زن و شوهر می‌تواند مانع توسعه فعالیت‌های شغلی زنان شود. بنابراین در بعضی از موارد نوآوری، پیشگامی و توان محقق ساختن طرح‌ها و اندیشه‌های نو که از لوازم کارآفرینی است با انتظاراتی که از یک زن در نقش همسری می‌رود ناهماهنگ است. نتایج تحقیقی دیگر در مورد ۱۰۶۵ تن از مادران شاغل در سطح تهران نشان می‌دهد که ۱۴/۳ درصد از پاسخگویان اشتغال خود را مانع انجام دادن شایسته وظایف مادری و ۱۰/۶ درصد از آن‌ها کار کردن را مانع در انجام دادن وظایف همسری و خانه‌داری می‌دانند. در این میان ۵/۲ درصد از پاسخ‌ها نیز به این گزینه مربوط بود که تمایل به ترک شغل از سوی پاسخگویان در نتیجه مخالفتی است که شوهران نسبت به اشتغال آن‌ها ابراز می‌داشته‌اند (احمدنیا، ۱۳۸۰: ۷۸).

فشار روانی حاصل از ناهماهنگی میان نقش‌ها پیامدهایی مانند اضطراب و خستگی شغلی، کاهش سلامتی، تضعیف کیفیت زندگی زناشویی و نارضایتی از نقش والدینی را در پی دارد. این شرایط بخش قابل توجهی از زمان، انرژی و تعهد زنان را به خود اختصاص می‌دهد و از تمرکز آن‌ها در فعالیت‌های حرفه‌ای می‌کاهد. این در حالی است که نقش نان‌آوری و سرپرستی مردان با انتظارات شغلی آن‌ها هماهنگ است و آنان از این جهت با محدودیت کمتری مواجه هستند و با سهولت بیشتری می‌توانند به بسط فعالیت‌های شغلی خود بپردازند. پژوهشی که در مورد ۲۰ زن کارآفرین ایرانی انجام شده نشان می‌دهد که این افراد در مسیر فعالیت‌های کارآفرینانه خود با مشکل نگهداری فرزند و مخالفت همسر یا اعضای خانواده، برخورد نامناسب مسئولان محلی و مشتریان مواجه بوده‌اند (صابر، ۱۳۸۱). به این ترتیب این احتمال افزایش می‌یابد که زنان به ایفای حداقلی از انتظارات شغلی بسنده کنند و به تدریج از افق‌های فکری دورنگرانه، درگیر شدن با مشکلات جدید، تلاش برای تغییر شرایط موجود و بهره‌ور ساختن آن، که جزء ضرورت‌های کارآفرینی است، فاصله بگیرند.

ناماهنگی انتظارات نقشی نه تنها اشتغال بلکه ارتقا به مقاطع بالاتر تحصیلات دانشگاهی را دشوار می‌سازد. طی چند سال گذشته، نسبت ورود دختران به دانشگاه یا برابر پسران یا اندکی بالاتر بوده است. برای مثال، در سال تحصیلی ۱۳۷۹ - ۸۰ حدود ۵/۵ درصد از پذیرفته‌شدگان در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی زن و مابقی مرد بوده‌اند (آمار آموزش عالی ایران، ۱۳۸۰: ۶). با وصف این، در مسیر ارتقای به سطوح بالاتر تحصیلی (کارشناسی ارشد و دکترا) نسبت زنان کاهش می‌یابد و بر نسبت مردها افزوده می‌شود.

جدول شماره ۵. نسبت دانشجویان زن به مرد مراکز آموزش عالی به تفکیک مقاطع تحصیلی

سال ۱۳۷۹		سال ۱۳۷۸		سال ۱۳۷۷		سال ۱۳۷۶		مقطع تحصیلی
مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	
۷۷/۸	۲۲/۲	۸۰/۰	۲۰/۰	۸۰/۳	۱۹/۷	۸۱/۷	۱۸/۳	کارشناسی ارشد
۶۶/۶	۲۳/۴	۷۵/۷	۴۲/۳	۶۱/۰	۳۹/۰	۶۴/۵	۲۵/۵	دکترای حرفه‌ای
۸۶/۰	۱۴/۰	۷۴/۷	۲۵/۳	۷۳/۵	۲۶/۵	۷۰/۰	۳۰/۰	دکترای تخصصی

منبع: آمار آموزش عالی ایران - مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی

همان‌طور که ارقام جدول شماره (۵) نشان می‌دهد در ایران در سال‌های ۱۳۷۶ - ۱۳۷۹ حدود ۶۰ درصد از دانشجویان دوره دکترای حرفه‌ای و حدود ۷۰ درصد یا بیشتر از دانشجویان دوره دکترای تخصصی مرد بوده‌اند. هرچند که صاحب‌نظران مبحث کارآفرینی به رابطه مستقیم میان تحصیلات بالا و کارآفرینی اشاره نکرده‌اند، با وجود این اگر دانش تخصصی و اطلاعات روزآمد یکی از تمهیدات لازم برای طراحی و ترکیب منابع موجود و استفاده از روش‌های نوین انجام دادن فعالیت‌های اقتصادی باشد، در این صورت محدودیت ورود زنان به سطوح بالای تحصیلی که عمدتاً به‌خاطر غلبه انتظارات نقش همسری و مادری صورت می‌گیرد، به‌طور غیر مستقیم به یک عامل تقلیل‌دهنده کارآفرینی تبدیل می‌شود، زیرا نقش‌ها صورت ذهنی متناسب با خود را در انسان می‌آفرینند.

۳-۴. باورهای کلیشه‌ای

باورهای کلیشه‌ای یا قالبی^۱ مربوط به زنان به شیوه‌ای دیگر بر ساختار روانی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. باورهای کلیشه‌ای برداشت‌هایی بیش از حد ساده و جانبدارانه از واقعیت هستند که نسبت به گروه خاصی اطلاق می‌شوند و در برابر تغییر مقاومت می‌کنند. این تصورات اغلب لحنی منفی دارند و با نگرش‌های تعصب‌آمیز و یا تبعیض رفتاری آمیخته‌اند (جونز، ۱۹۸۹: ۸۲۷).

بخشی از این باورها در قالب اشعار، داستان‌ها و ضرب‌المثل‌ها نمایان می‌شود. از نظر خواجه نصیرالدین طوسی مردان باید از مخاطبه با عوام و کودکان و زنان و دیوانگان و مستان احتراز کنند (سیدان، ۱۳۷۸: ۱۵۵). فردوسی گفته است: زنان را بود بس همین یک هنر / نشینند و زاینند شیران تر (محمدی اصل، ۱۳۸۱: ۱۹). از فروغی بسطامی است که در فکر زن مپیچ که این رخنه فساد / در خون گرم غوطه دهد جان مرد را (همان، ۴۳). این عبارت به ناصرخسرو منسوب است که زنان چون ناقصان عقل و دین اند / چرا مردان ره آنان گزینند. یا جامی گفته است

1. stereotype

زن از پهلوی چپ آفرید / کس از چپ هرگز راستی ندید (چابکی، ۱۳۷۴: ۳۹). در ضرب‌المثل‌های فارسی زنان با صفاتی مانند ناقص‌العقل، خطرناک، قابل‌ترحم، بلا، خبیث، بی‌وفا و موجودی که با گریه کارش را پیش می‌برد معرفی شده‌اند (همان: ۲۱).

هرچند که تعمیم چنین مواردی به کل ادبیات و فرهنگ ایرانی جایز نیست و در متون ادبی به ویژگی‌های مثبت زنان هم اشاره شده، با وجود این مصادیق یاد شده به این واقعیت اشاره دارد که زبان فارسی مانند زبان‌های دیگر دچار عارضه جنسیت‌گرایی است (پاکنهاد، ۱۳۸۰: ۹۸). این عبارات که در قالب گفت‌وگوهای روزمره جریان دارد به تدریج بر نگرش زنان نسبت به خودشان و نگرش دیگران نسبت به زنان نفوذ می‌کند.

۳-۵. مناسبات حاکم بر سازمان کار

سازمان‌ها از فرهنگ جامعه تأثیر می‌پذیرند. مؤلفه‌های مرتبط با نابرابری جنسیتی از طریق مناسبات رسمی و غیررسمی بر ساختار روانی زنان و جهت‌یابی آنان نسبت به کارشان تأثیر می‌گذارد. این قبیل نابرابری‌ها در درون سازمان قبل و بعد از استخدام به اشکال مختلف مانند وجود معیارهای استخدامی نابرابر، دستمزد نابرابر برای کار یکسان، شانس بیشتر برای بیکاری فرصت نابرابر برای آموزش‌های جانبی، دستیابی نابرابر به منابع تولیدی، مشارکت نابرابر در تصمیم‌گیری، امکان نابرابر در ارتقای شغلی نمودار می‌شود (شادی‌طلب، ۱۳۷۷: ۲۷۴).

یکی از مصادیق این نابرابری در نازل بودن میزان ارتقای زنان به سطوح مدیریتی مشاهده می‌شود. طی سه دهه گذشته (۱۳۴۵-۱۳۷۵)، تعداد مدیران از حدود ۱۲ هزار نفر در سال ۴۵ به ۹۱ هزار نفر در سال ۷۵ یعنی حدود ۵/۷ برابر رسیده است. در این میان تعداد مدیران زن از ۳۸۹ نفر به ۲۵۴۳ نفر یعنی ۶/۵ برابر رسیده است. در نتیجه نسبت زنان مدیر از سال ۴۵ تا ۷۵ نه تنها بهبودی نیافته بلکه کاهش مختصری نیز داشته است. این در حالی است که سهم زنان شاغل دارای تحصیلات عالی در کل شاغلان زن حدود ۲۰ برابر شده و از حدود ۱۰ هزار نفر در سال ۱۳۴۵ به رقم ۳۸۹ هزار نفر در سال ۱۳۷۵ رسیده است. پس علت عدم تحرک شغلی زنان به رده‌های مدیریتی فقدان تحصیلات عالی آن‌ها نیست (همان: ۲۸۳-۲۸۶).

بررسی دیگری که درباره ۵۰ نفر از مدیران سطح بالای سازمان‌ها انجام شده نشان می‌دهد که اکثریت آن‌ها بر انضباط کاری، وظیفه‌شناسی و تعهد زنان نسبت به مردان اذعان داشته‌اند و نیمی از آنان از پرسنل زن راضی‌تر از پرسنل مرد بودند. با این حال، در انتخاب افراد برای رده‌های شغلی بالاتر در میان مردان و زنان با تحصیلات و تجربه مساوی، مردها را ترجیح می‌دهند (سفیری، ۱۳۷۷: ۲۷).

از آن‌جا که رهبری و مدیریت جزو خصوصیات فرد کارآفرین است، عدم ارتقای زنان به مواضع مدیریتی موجب می‌شود ساختار روانی و نظام شخصیتی آن‌ها در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه شکوفا نشود. ویژگی‌هایی که برای یک رهبر یا مدیر^۱ موفق برشمرده می‌شود عبارتند از سائق قوی برای قبول مسئولیت و تکمیل وظایف، پافشاری و پشتکار در تعقیب اهداف، ابتکار در حل مسائل، اعتماد به نفس و احساس هویت فردی، تمایل به پذیرفتن عواقب تصمیم‌ها و اعمال، آمادگی برای پذیرش و جذب فشار روانی، تحمل ناکامی و توان نفوذ در دیگران و ظرفیت سازمان دادن نظام‌های تعامل اجتماعی برای هدفی که در دست است (کریمی، ۱۳۷۷: ۱۴۷). حتی در موارد محدودی که امکان تصدی زنان در امر مدیریت به وجود می‌آید، گاه مشاهده می‌شود که آنان براساس تصور ضعیفی که از توانایی‌های خود دارند از به عهده گرفتن مسئولیت‌های خطیر امتناع می‌ورزند.

تحت تأثیر جنبه‌های دیگری از نابرابری جنسیتی که در سازمان کار وجود دارد، امکان کسب تجربیات شغلی جدید برای زنان محدود می‌شود. به منظور بسط استعداد یادگیری، لازم است افراد هرچه بیشتر خود را در محیط‌های اثباتی متفاوت درگیر نمایند و آن‌ها را آن‌چنان درونی سازند تا بتوانند نقشه شناختی وسیع‌تری از محیط‌های مختلف کسب نمایند. نفوذ متقابل الزامات مربوط به محیط‌های چندگانه باعث افزایش ظرفیت اجرایی انسان می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵: ۲۴۰). این در حالی است که زنان برای تجربه محیط‌های شغلی متفاوت اغلب با محدودیت مواجه هستند. برای مثال، امکان بهره‌مندی از فرصت‌های شغلی جانبی مانند مأموریت‌های شغلی داخل یا خارج از کشور برای زنان کمتر است. از آن‌جا که یکی از ویژگی‌های فرد کارآفرین آمادگی دائم برای آموختن است، بنابراین محدودیت تحرک شغلی و از دست دادن فرصت آموزش‌های مکمل و غیررسمی از قابلیت‌های شناختی و اجرایی زنان برای کارآفرینی می‌کاهد.

در سطح سازمان نیز مانند جامعه مصادیقی از باورهای کلیشه‌ای درباره زنان وجود دارد که می‌تواند همچون یک مانع ذهنی عمل کند. برای مثال، گاهی گفته می‌شود وقتی کار سخت

۱. در محاورات روزمره واژه رهبر و مدیر اغلب به صورت مترادف مورد استفاده قرار می‌گیرند. در حالی که لازم است بین این دو مفهوم تفکیک قائل شد. رهبر فردی است که از قدرت نفوذ بر زیردستان در جهت تحقق اهداف سازمان برخوردار است. در حالی که مدیر بیشتر به سازماندهی فعالیت‌هایی مانند برنامه‌ریزی، پردازش اطلاعات، برقراری ارتباط با مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان می‌پردازد. بنابراین ممکن است فردی مدیر باشد اما رهبر نباشد، یا احتمال دارد فردی رهبر باشد اما مدیر نباشد (بارون و گارنبرگ، ۱۹۹۰: ۳۷۴).

می‌شود زنان تاب نمی‌آورند، توانایی دیدن چشم‌انداز وسیع را ندارند و برای کار تیمی مناسب نیستند. به این جهت زنان همواره مراقب برداشت همکاران مرد خود هستند و این امر را با انتخاب کارهایی که از آنان پذیرفته است رعایت می‌کنند. در نتیجه از اقداماتی مانند بلندپروازی‌های شغلی، فرصت‌گرا بودن، خطر کردن و تلاش برای ایجاد تغییر که اغلب اموری مردانه تلقی می‌شوند اجتناب می‌ورزند.

زنان شاغل تحت تأثیر همین برجسب‌های جنسی از آن‌جا که احتمال می‌دهند توسط هم‌تایان مرد خود به نحو مناسبی به رسمیت شناخته نشوند از ورود به شبکه غیررسمی همکاران که بیشتر صبغه‌ای مردانه دارد می‌هراسند. این وضعیت بعضی از فرصت‌های کارآفرینی را که از خلال تعامل و گفت‌وگو با دیگران به دست می‌آید، محدود می‌سازد. زیرا حضور فعال در شبکه غیررسمی همکاران موجب درگیر شدن بیشتر با کار، کسب اطلاعات جدید، شکل‌گیری اندیشه‌های نو و استفاده از همفکری و حمایت کارکنان است. زیرا افراد معمولاً به شیوه‌ای ایزاری عمل می‌کنند و از پیوندهای اجتماعی‌شان برای دستیابی به تحرک شغلی فراتر از آن‌چه به وسیله موقعیت ساختاری‌شان پیش‌بینی شده استفاده می‌کنند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۷۱).

۴. بحث و نتیجه‌گیری

برجسب‌های جنسیتی که بر نوعی نابرابری میان مرد و زن دلالت دارد از خلال تعالیم خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر کار به زنان منتقل می‌شود. به این ترتیب هویت آن‌ها یعنی این‌که آن‌ها در مقام زن چه ادراکی از خود داشته باشند، خود را چگونه ارزیابی کنند و خود را قادر و خواهان انجام دادن چه اعمال و رفتاری بدانند شکل می‌گیرد. انگیزه‌ها، علائق و نیروهای درونی و در نهایت ساختار روانی و شخصیتی زنان به این ترتیب ساخته و پرداخته می‌شود. بسیاری از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که لازمه امر کارآفرینی است - مانند عزم راسخ برای تغییر و نوآوری، قدرت رهبری، تحمل خطر، میل به پیشرفت - تحت تأثیر نابرابری جنسیتی کمتر در زنان قوام پیدا می‌کند. همین امر از احتمال کارآفرین شدن زنان می‌کاهد.

نکته‌ای که باید خاطر نشان نمود این است که بعضی از حقوق‌دانان معتقدند موارد تمایز زنان و مردان در نظام رسمی حقوقی ایران بسیار اندک است. برای مثال، امور تجاری، افتتاح حساب بانکی، مبادرت به عقد قراردادهای بازرگانی، تأسیس شرکت، عضویت در مجامع یا هیئت‌های مدیره، انتخاب شدن به سمت مدیرعامل، هیئت رئیسه از جمله مواردی است که قانون تصدی آن‌ها را برای زن و مرد به یک اندازه به رسمیت شناخته است (نوروزی، ۱۳۸۰: ۶۷). در واقع

موانع گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان بیشتر پدیده‌ای فرهنگی-اجتماعی است که در لایه‌های زیرین جامعه نهادی شده است.

آشفته‌گی موجود ممکن است تا حدی از فرایند توسعه برون‌زای جامعه ایران و دوگانگی ساختاری حاصل از آن سرچشمه گرفته باشد. زیرا پیشرفت غرب یک پیشرفت درونی بوده نه آن‌که اجزای پیشرفت را از بیرون مانند یک عضو غریبه به بدن پیوند زده باشند. به علاوه، این پیشرفت در طول سالیان دراز به‌طور تدریجی انجام گرفته است (رفیع پور، ۱۳۷۶: ۵۴۴). اشتغال زنان در غرب ناشی از تحولات انقلاب صنعتی و همگام با تغییر در مناسبات فرهنگی و اجتماعی بوده که طی سال‌ها بعد از رنسانس به‌وجود آمد. در ایران محصولات دنیای مدرن که یکباره از بیرون وارد شده‌اند اغلب با زمینه‌های عمیق‌تر فرهنگی و اجتماعی به‌خوبی همساز نشده‌اند. از این شرایط تحت عنوان پس‌ماندگی فرهنگی^۱، یعنی فرایندی که براساس آن تغییرات فرهنگی با تغییرات اقتصادی همساز نیستند، نام برده می‌شود (آبر کرامبی، ۱۹۸۴: ۵۹).

تحت تأثیر فرایند نوگرایی، این امکان فراهم آمد که زنان ایرانی مانند مردان به تحصیلات دانشگاهی و اشتغال در عرصه‌های اقتصادی بپردازند. بر این اساس مطلوب است که زنان شاغل در نقش کارآفرینانی موفق در جهت رونق اقتصاد جامعه گام بردارند. اما پاره‌ای از نگرش‌های جنسی نابرابرانه که هنوز در بستر فرهنگی جامعه فعال است مانع بروز قابلیت‌های کارآفرینانه زنان می‌شود.

از آن‌جا که زنان بخش قابل ملاحظه‌ای از نیروی کار جامعه را تأمین می‌کنند، عملکرد کارآفرینانه آنان (در جهت رشد تولید یا فروش، افزایش سرمایه، رفاه کارمندان، قدرت رقابت و صادرات) به توسعه اقتصادی جامعه کمک می‌کند. علاوه بر این، جامعه‌ای که خواهان توسعه همه‌جانبه است باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه اعضای خود از جمله زنان شاغل فراهم سازد.

با وجود آن‌که اقدامات فرهنگی جهت پالایش نابرابری و تبعیض جنسی ضروری است، اما زنان نیز نباید منفعلانه در انتظار تغییرات باشند بلکه باید در جهت دگرگونی شرایط موجود بکوشند. فرایند کارآفرینی با شکل‌گیری یک اندیشه آغاز می‌شود، با انتخاب راه کارهای مناسب، تأمین منابع، غلبه بر موانع به اجرا درمی‌آید. برای آن‌که زنان بتوانند این فرایند را با موفقیت پشت سر بگذارند، نیازمند تقویت مهارت‌های ادراکی، ارتباطی و تخصصی خود هستند. پذیرش واقع‌بینانه تفاوت‌های طبیعی میان زن و مرد، پرهیز از مقایسه‌های بی‌مورد که موجب

1. cultural lag

کاهش عزت نفس می‌شود، اعتماد به استعدادها و توانایی‌های خود، هدفمندی و انتخاب برنامه‌های منطقی، رشد تفکر عقلانی، تلفیق میان عقل و احساس، حساسیت نسبت به تحولات زمان و همچنین مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی به خصوص سازمان‌های صنفی غیر دولتی در مجموع مهارت‌های کارآفرینی زنان را افزایش می‌دهد. این جهت‌یابی نه تنها ساختار روانی و شخصیتی آنان را تغییر می‌دهد بلکه موجب می‌شود نگرش دیگران هم نسبت به زنان دگرگون شود.

منابع

- احمدنیا، شیرین (۱۳۸۰)، «برخی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر مشارکت محدود زنان»، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، ویژه‌نامه دومین همایش مسائل اجتماعی ایران، شماره ۴.
- بازرگان، زهرا (۱۳۷۶)، «نقش آموزش عالی در شکوفایی استعدادها در بخش»، مجموعه مقالات زن در یافته‌های نوین پژوهشی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدار لوک، ژوزه ذیل و لوک لامارش (۱۳۸۰)، روانشناسی اجتماعی، حمزه گنجی، تهران: انتشارات ساوالان.
- پاکنهاد، مریم (۱۳۸۰)، «زن در زبان فارسی»، پژوهش زنان: فصلنامه مرکز مطالعات و تحقیقات زنان، دوره اول، شماره ۱.
- چابکی، ام‌البنین (۱۳۷۴)، «تأثیر باورهای غلط و نگرش‌های منفی بر میزان مشارکت اجتماعی زنان»، همایش زن و توسعه فرهنگی در دانشگاه الزهرا.
- چلبی مسعود (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظم اجتماعی، تهران: نشر نی.
- خسروی، زهرا (۱۳۷۸)، نقش تأهل و اشتغال بر خودپنداره زنان ایرانی در کتاب زن در یافته‌های نوین پژوهشی، تهران: انتشارات دانشگاه الزهرا.
- رابرتسون، ایان (۱۳۷۲)، درآمدی بر جامعه با تأکید بر نظریه‌های کارکرده‌گرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی، حسین بهروان، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۶)، توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلی انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ریترز، جورج (۱۳۷۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- سادات، محمدعلی (۱۳۶۱)، خصوصیات زن، تهران: انتشارات نهضت زنان مسلمان.
- سختوت، جعفر (۱۳۸۰)، «وضعیت اشتغال زنان در ایران با تأکید بر اشتغال فارغ‌التحصیلان و مدارس حرفه‌ای دختران در شهر تهران»، نامه انجمن جامعه‌شناسی، شماره ۵.
- سفیری، خدیجه (۱۳۷۷)، جامعه‌شناسی اشتغال زنان، تهران: انتشارات تبیان.
- سیدان، فریبا (۱۳۷۸)، «نگرش‌های کلیشه‌ای در امور زنان» در کتاب: زن در یافته‌های نوین پژوهشی، تهران: دانشگاه الزهرا.
- شارون، جوئل (۱۳۸۰)، ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- شادی، طلب ژاله (۱۳۷۷)، «مدیریت زنان: ضرورت تغییر رفتار در نقش مدیریت» در مجموعه مقالات نخستین همایش جامعه‌شناسی و مدیریت، سازمان مدیریت صنعتی.
- صابر، فیروزه (۱۳۸۱)، راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راه کارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- صداقت، سعید و زهرا زاهد (۱۳۷۴)، «نقش‌های جنسیتی در تصاویر کتاب‌های درسی دوره ابتدایی»،

فرزانه: ویژه مطالعات و تحقیقات مسائل زنان، شماره ۵.
عباسی، صفورا (۱۳۸۱)، *تضاد خانوادگی زنان شاغل و عوامل مؤثر بر آن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری اجتماعی، استاد راهنما: دکتر فرامرز رفیع‌پور، دانشگاه شهید بهشتی، گروه جامعه‌شناسی. کریمی، یوسف (۱۳۷۷)، *روانشناسی اجتماعی نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها*، تهران: انتشارات ارسباران. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۳)، *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
گرث هانس و سی‌رایت میلز (۱۳۸۰)، *منش فرد و ساختار اجتماعی روانشناسی نهادهای اجتماعی*، ترجمه اکبر افسری، تهران: انتشارات بركة.
گروه پژوهش‌های آماری و انفورماتیک (۱۳۷۹-۸۰) *آمار آموزش عالی ایران*، تهران: موسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
مجتهدی، مهین (۱۳۸۰)، «بررسی باورهای جنسیتی در محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی»، جزء مقالات ارائه شده در *همایش ملی اصلاحات در آموزش و پرورش*، دبیرخانه همایش.
محمدی اصل، عباس (۱۳۸۱)، *درآمدی بر جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی زنان: جنسیت و مشارکت*، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
نوابی‌نژاد، شکوه (۱۳۷۹)، *روانشناسی زن*، تهران: انتشارات ایرانیان.
نوروزی، کامییز (۱۳۸۰)، «حقوق زنان طرح مسئله‌ای دیگر»، نشریه زنان، شماره ۶۷.

- Abercrombie, Nicholas, Hill, Stephen & Turner, Brayan S. (1984) *The Penguin Dictionary of Sociology*, United States of America: Penguin Books.
- Baron, Robert A. & Greenberg, Jerald (1990) *Behavior in Organization, Understanding and Managing the Human Side of Work*, United States of America: Allyn & Bacon.
- Bilton, Tony. et al. (1997) *Introductory Sociology*, United States of America: MacMillan.
- Borgatta, Edgar F. & Montgomery V. (2000) *Encyclopedia of Sociology*, United States of America: MacMillan Referece.
- Burch, John G. (1986) *Entrepreneurship*, United States of America: John Wiley & Sons.
- Drucker, Peter F. (1993) *Innovation & Entrepreneurship*, New York: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Jones, Edward (1989) *The Social Science Encyclopedia* Ed: Kuper Adam & Kuper Jessica, London & New York: Routledge.
- Morrison, Alison (1989) *Entrepreneurship: An International Perspective*, Great Britain: Plant Tree.
- Watson, Alexander. Karen Halm & Olander Wise (1996) *The entrepreneur's Complete Source Book*, United States of America: Prentice Hall.
- Woolfolk, Anita (2001), *Educational Psychology*, United States of America: Allyn & Bacon Pub.
- Yorburg, Betty (1974) *Sexual Identity, Sex Roles & Social Change*, United States of A America: A Wiley Interscience Publication.

فاطمه جواهری عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت معلم تهران است. از ایشان تاکنون مقالاتی در مجلات داخلی به چاپ رسیده است. علایق پژوهشی ایشان در زمینه جامعه‌شناسی پزشکی، ارتباطات جمعی و سازمان‌هاست.
سرور قضاتی کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و پژوهشگر مسائل اجتماعی است.