

موانع کارآفرینی زنان

فاطمه جواهری *

سرور قضاتی **

اشاره:

در سال‌های اخیر بحث‌های بسیاری در زمینه محدودیت‌ها و مسائل مربوط به اشتغال زنان طرح شده است. از طرف دیگر اولیاتی که جامعه برای توسعه اقتصادی قائل است باعث شده پدیده کارآفرینی به موضوع مورد توجه مخاطب علمی تبدیل شود. در این پژوهش، با استفاده از روش بررسی اسنادی، نازل بودن سطح کارآفرینی زنان شاغل ایرانی تبیین شده است. پژوهشگران بر این باورند که نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه ایران که بیشتر جنبه اجتماعی و فرهنگی دارد از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد و افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکار ناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، تجربه اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل کارآفرین هستند و برای ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه، وجود زمینه‌ها و شرایط فرهنگی - اجتماعی مناسب ضروری است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رساله جامع علوم انسانی

تعریف کارآفرینی و کارآفرین

کارآفرینی یک نوع کنش انسانی است که در عرصه کار و فعالیت اقتصادی متبلور می‌شود. با وجود این اقتصاددانان معتقدند که کارآفرینی پدیده‌ای فرا اقتصادی است. این بدان معناست که برخی از پدیده‌ها که تأثیر عمیقی بر اقتصاد دارند، در اساس دارای ماهیت اقتصادی نیستند.

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
 ۲. ارائه روش جدیدی که بازدهی را افزایش دهد
 ۳. گرایش بازار جدید یا افتتاح بازار صادرات در قلمرو تازه یا دستیابی به منبع جدید
 ۴. فراهم آوردن مواد جدید، محصولات نیمه ساخته یا مواد جایگزین
 ۵. ایجاد سازمان جدید
- مهم‌ترین ویژگی کارآفرین‌ها را می‌توان تعهد و عزم راسخ، قدرت رهبری، فرصت طلب بودن، تحمل خطر، ابهام و عدم قطعیت، خلاقیت و اعتماد به نفس و تمایل به سرآمد بودن بر شمرد.

* عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت معلم تهران
** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و پژوهشگر مسائل اجتماعی

بنابراین خلاقیت و نوآوری، پذیرش ریسک حساب شده، استقلال و جهت یابی به سوی موفقیت، مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی است و چنانچه این ویژگی‌ها بخشی از ساختار روانی و شخصیتی زنان شاغل باشد، در این صورت آنها می‌توانند عملکردی کارآفرینانه داشته باشند. اگر به نظر می‌رسد که زنان شاغل کمتر کارآفرین هستند، علت آن را باید در شرایطی جستجو کرد که مانع شکل‌گیری چنین ساختار روانی و شخصیتی می‌شود.

بخشی از هویت انسان تحت تأثیر جنسیت او شکل می‌گیرد. صرف نظر 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.

همچنین تحت تأثیر برچسب‌های 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 خود پنداره، عزت نفس و معرفی خود است. اگر چه خود پدیده‌ای فردی و شخصی است، اما در خلاء ساخته نمی‌شود، بلکه در جامعه و در فرایند کنش متقابل با دیگران شکل می‌گیرد.

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 جنبش که از طریق تعامل اجتماعی در عرصه‌های مختلف به انسان منتقل می‌شود و ساختار روانی و شخصیتی او را می‌سازد.

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 خود پنداره هویت زنان می‌شود. ادراک منفی یا ضعیف از خود، عزت نفس پایین و ارزیابی ضعیف از توانمندی‌های خود، احتمال شکل‌گیری ساختار روانی و شخصیتی مساعد کارآفرینی را کاهش می‌دهد؛ زیرا بر اساس 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 جهت هدف برخوردار باشد. در شرایط و فضای نابرابری جنسیتی، این خصوصیات به سختی در زنان شکل می‌گیرد.

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 جست و جو کرد.

مؤلفه‌های مرتبط با نابرابری جنسیتی ابتدا از طریق خانواده به افراد منتقل می‌شود. در اولین مرحله تکامل جنسی گسستگی دختران و پسران از مادر به طرز متفاوتی رخ می‌دهد. بر خلاف پسران، دختران به آرام از مادرشان جدا می‌شوند. 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. استقلال از مادر به آنها هویتی مردانه می‌دهد. به علاوه 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. نوع سرگرمی‌ها و بازی‌های دو جنس نیز به نابرابری‌های جنسی می‌افزاید: دختران معمولاً به سرگرمی‌هایی مانند عروسک بازی 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.

نظام تعلیم و تربیت نیز به شیوه‌های متفاوت، نابرابری جنسیتی را باز تولید می‌کند. در مدرسه این امر از طریق محتوای منابع درسی، مرزبندی ارتباط بین دو جنس و رفتار معلمان صورت می‌گیرد. مثلاً در کتب درسی، مردان از نظر دفعات تکرار نسبت به زنان سهم بیشتری دارند. علاوه بر این، تحلیل کیفی تصاویر مردان و زنان هم بر این واقعیت تأکید دارد که گاهی زنان در نقش‌های نامطلوب نمایش داده شده‌اند. همچنین نتایج یک پژوهش بر روی صفات



منسوب به زنان در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی حاکی است که مردان اغلب با صفت‌های برتر انسانی و زنان با ویژگی‌های ظاهری شامل زیبایی و لطافت توصیف شده‌اند.

پژوهشی دیگر در مورد کتاب‌های حرفه و فن دوره راهنمایی نشان می‌دهد که تصاویر کتاب‌های دختران بر مهارت‌هایی از قبیل خیاطی، بافتنی، آشپزی و کودک یاری تأکید دارد، اما پسران به اموری مانند مکانیک، راه سازی، صنایع و تجاری می‌پردازند.

در این تصاویر زنان هیچ‌گاه سازمان دهنده نظم بخش و هدایتگر فعالیت‌های سیاسی - اجتماعی نبوده و بیشتر دارای نقش‌های مطیع بوده‌اند.

مدارس فنی - حرفه‌ای، فراگیران را برای مواجهه با چالش‌های شغلی و ارائه راهکارهای بدیع آماده می‌کند و در مجموع با اقتضائات کارآفرینی هماهنگی بیشتری دارد. اما در ایران میزان بهره‌مندی دختران و پسران از مدارس فنی - حرفه‌ای نابرابر است و تعداد اندک دخترانی که در مدارس فنی - حرفه‌ای تحصیل می‌کنند نیز در بخش حرفه‌ای که شامل کودک‌یاری، خیاطی، صنایع دستی، دوخت و دوز، نمایش، تربیت بدنی و نقاشی است، متمرکز هستند، در حالی که پسران بیشتر در بخش‌های فنی تمرکز یافته‌اند. حضور محدود دختران در مدارس فنی و حرفه‌ای از یک سو ظرفیت اجرایی آنها را محدود می‌کند و از گرایش آنان برای حضور در حوزه‌های فعال‌تر اقتصادی مانند امور صنعتی، تولیدی و تجاری می‌کاهد. همچنین زنان شاغل به طور همزمان دارای سه نقش همسری، مادری و شغلی هستند. هر یک از این نقش‌ها دارای مجموعه‌ای از انتظارات مختلف است.

در مورد تعامل همزمان نقش‌های مختلف زنان، نظرات متفاوتی وجود دارد، مثلاً بوتل و گرین هاوز در مطالعه خود به این نتیجه رسیده‌اند که ایجاد تعادل بین نقش‌های کار و خانواده احتمال دارد با افزایش تضاد دو جانبه درون نقش‌ها همراه باشد. برای مثال تعارض خانواده با کار وقتی رخ می‌دهد که مسؤولیت‌های مربوط به نقش خانوادگی مانع انجام دادن کار شود. یا این که بر اساس قرار داد اجتماعی، مردها کمتر مسؤول 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.



از طرف دیگر، بر اساس هنجارهای فرهنگی جامعه، از زنان متأهل انتظار می‌رود اقدامات یا تصمیمات خود را با اجازه و نظارت همسر انجام دهند و گاهی ناهماهنگی میان ترجیحات زن و شوهر می‌تواند مانع توسعه فعالیت‌های شغلی زنان شود.

بنابراین در بعضی 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. فشار روانی حاصل از ناهماهنگی میان نقش‌ها، پیامدهایی مانند اضطراب و خستگی شغلی، کاهش سلامتی، تضعیف کیفیت زندگی زناشویی و نارضایتی از نقش والدین 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.

در ایران میزان بهره‌مندی دختران و پسران از مدارس فنی حرفه‌ای نابرابر است و تعداد اندک دخترانی که در مدارس فنی - حرفه‌ای تحصیل می‌کنند، در بخش حرفه‌ای که شامل کودک‌یاری، خیاطی، صنایع دستی، طراحی دوخت و دوز، نمایش، تربیت بدنی و نقاشی است، متمرکز هستند

ناماهنگی انتظارات نقش‌ها، نه تنها اشتغال بلکه ارتقاء به مقطع بالاتر تحصیلات دانشگاهی را نیز دشوار می‌سازد. به طور نمونه نسبت دانشجویان زن به مرد مراکز آموزش عالی نشان می‌دهد که در ایران طی سال‌های ۷۹-۱۳۷۶ حدود ۶۰ درصد از دانشجویان دوره دکتری حرفه‌ای و حدود ۷۰ درصد یا بیشتر از دانشجویان دوره دکتری تخصصی مرد بوده‌اند.

باورهای کلیشه‌ای یا قالبی مربوط به زنان نیز به شیوه‌های 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. بخشی از این باورها در قالب اشعار، داستان‌ها و ضرب‌المثل‌ها نمایان می‌شود.

مناسبات حاکم بر سازمان کار نیز از دیگر مسائلی است که بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارد. 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 به منابع تولید، مشارکت نابرابر در تصمیم‌گیری و امکان نابرابر در ارتقای شغلی نمودار می‌شود.

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

نتیجه آن که برچسب‌های 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 این که 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.

نکته‌ای که باید خاطر نشان کرد این است که به عقیده برخی از حقوق دانان، موارد تمایز زنان و مردان در نظام رسمی حقوقی ایران بسیار اندک است و موانع گسترش فعالیت‌های اقتصادی زنان، بیشتر پدیده‌ای فرهنگی - اجتماعی است که در لایه‌های زیرین جامعه نهادینه شده است.

آشفته‌گی‌های 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 آن که اجزای پیشرفت را از بیرون مانند یک عضو غریبه به بدن پیوند زده باشند. اشتغال زنان در غرب ناشی از تحولات انقلاب صنعتی و همگام با تغییر در مناسبات فرهنگی و اجتماعی بوده که طی سال‌های بعد از رنسانس به وجود آمد. در ایران محصولات دنیای مدرن که یک باره از بیرون وارد شده‌اند، اغلب با زمینه‌های عمیق‌تر فرهنگی و اجتماعی به خوبی همساز نشده‌اند. از این شرایط تحت عنوان پس ماندگی فرهنگی یعنی فرایندی که بر اساس آن تغییرات فرهنگی یا تغییرات اقتصادی همساز نیستند، نام برده می‌شود.

با وجود آن که اقدامات فرهنگی برای پالایش نابرابری و تبعیض جنسیتی 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 راهکارهای مناسب، تأمین منابع، غلبه بر موانع به اجرا در می‌آید. برای آن که 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، 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 غیردولتی، در مجموع مهارت‌های کارآفرینی زنان را افزایش می‌دهد. این جهت یابی نه تنها ساختار روانی شخصیتی آنان را تغییر می‌دهد، بلکه موجب می‌شود نگرش دیگران هم نسبت به زنان دگرگون شود. □

یکی از مصادیق این نابرابری در نازل بودن میزان ارتقای زنان به سطوح مدیریتی مشاهده می‌شود. طی سه دهه گذشته (۱۳۷۵-۱۳۴۵)، تعداد مدیران از حدود ۱۲ هزار نفر در سال ۴۵ به ۹۱ هزار نفر در سال ۷۵ یعنی حدود ۵۷ برابر رسیده است.

در این میان تعداد مدیران زن از ۳۸۹ نفر به ۲ هزار و ۵۴۳ نفر یعنی ۶/۵ برابر رسیده است. در نتیجه نسبت زنان مدیر از سال ۴۵ تا ۷۵ نه تنها بهبود نیافته، بلکه کاهش مختصری نیز داشته است. از آنجا که رهبری و مدیریت جزء خصوصیات فرد کارآفرین است، عدم ارتقای زنان به مواضع مدیریتی موجب می‌شود ساختار روانی و نظام شخصیتی آنها در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه شکوفا نشود. حتی در موارد محدودی که امکان تصدی زنان در امر مدیریت به وجود آید، گاه مشاهده می‌شود که آنان بر اساس تصورضعیفی که از توانایی‌های خود دارند، از به عهده گرفتن مسؤولیت‌های خطیر امتناع می‌کنند.

تحت تأثیر جنبه‌های دیگر از نابرابری جنسیتی که در سازمان کار وجود دارد، امکان کسب تجربیات شغلی جدید برای زنان محدود می‌شود. در سطح سازمان نیز مانند جامعه مصادیقی از باورهای کلیشه‌ای درباره زنان وجود دارد که می‌تواند همچون یک مانع ذهنی عمل کند. برای مثال گفته می‌شود زنان توانایی دیدن چشم انداز 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. زنان شاغل تحت تأثیر همین برچسب‌های جنسیتی از آنجا که احتمال می‌دهند توسط هم‌تایان مرد خود به نحو مناسبی به رسمیت شناخته نشوند، از ورود به شبکه غیررسمی همکاران که بیشتر جنبه‌ای مردانه دارد، می‌هراسند. این وضعیت بعضی از فرصت‌های کارآفرینی را که از خلال تعامل و گفتگو با دیگران به دست می‌آید، محدود می‌سازد.

