

کار آفرینی فرهنگی: پیام‌هایی برای بومی‌سازی

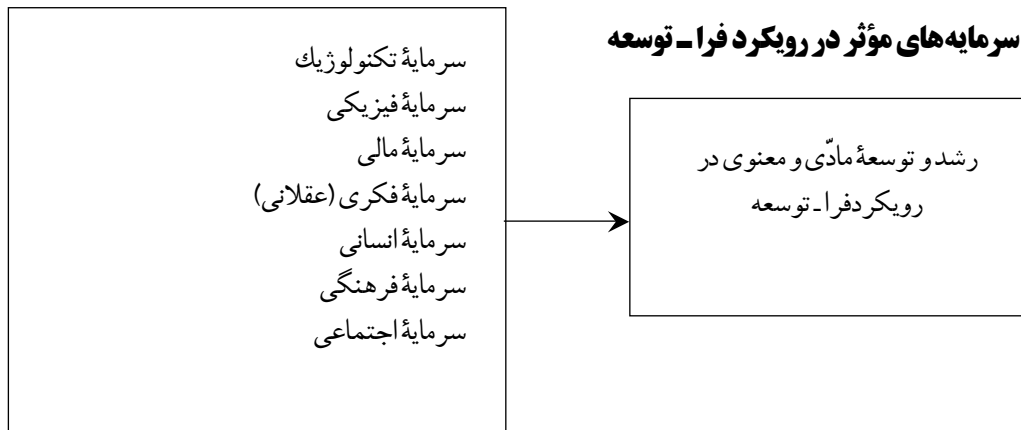
فاطمه براتلو*

چکیده:

پس از طرح نقش کار آفرینی بعنوان يك روش خلاق مدیریتی برای آفرینش کسب و کارهای زودبازده، از اوایل دهه ۱۳۸۰ جنب و جوش به نسبت گسترده‌ای در کشور برای آموزش‌های مرتبط انجام گرفت. داوری درباره میزان اثربخشی این برنامه‌ها که از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت کار و امور اجتماعی، صدا و سیما جدی تر گرفته شده هنوز بر پایه یافته‌های معتبر امکان‌پذیر نیست. اما به استناد شواهد پراکنده، و بویژه طرح اهمیت بومی‌سازی کار آفرینی و کار آفرینی فرهنگی، پیش‌بینی نمی‌شود که این برنامه اثربخشی چشمگیر داشته باشد. در حالی که کار آفرینی در کشور، با برگردان چند اثر غربی معرفی شد، طرح مسئله کار آفرینی فرهنگی می‌تواند پس از بررسی‌های کافی و تأمل درباره سازه‌های نظری آن از سوی اندیشمندان و کارشناسان فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و آموزش و پرورش مورد توجه بیشتری قرار گیرد. این توجه می‌تواند پیش‌درآمد تحولی اساسی در رابطه با کار آفرینی بعنوان زیرساخت لازم توسعه باشد. در این نوشتار با روش مرور و تحلیل تازه‌ترین مباحث مطرح شده در زمینه کار آفرینی فرهنگی و بومی‌سازی آن، کوشیده شده است به گونه‌ی ضمنی نگاه انتقادی به وضع «کار آفرینی بی‌توجه به فرهنگ» برانگیخته شود. مقاله با به دست دادن تعاریفی در این زمینه آغاز می‌شود و با سنجش کار آفرینی بومی و غیر بومی ادامه می‌یابد و سرانجام با بیان چند نکته اساسی درباره کار آفرینی فرهنگی، بعنوان نتیجه‌گیری، به پایان می‌رسد.

* عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

شکل ۱- سرمایه‌های مؤثر در رویکرد فرا- توسعه



پیشگفتار

پیش از دهه ۱۹۷۰ بررسیها در زمینه توسعه بیشتر

بر پارامترهای اقتصادی تکیه و تأکید داشت. در این دهه مفهومی از توسعه که بازتاب دهنده مجموعه فراگیرتری از نیازهای جامعه است، جایگزین دیدگاه محدود گذشته شد. امروزه ملاحظات فرهنگی با شتاب به درون جهان اندیشه و عمل توسعه در ابعاد گوناگون سیاسی و اقتصادی منتقل شده و راهبرد مردم-محور توسعه انسانی را جایگزین راهبرد کالا-محور توسعه اقتصادی کرده است. بر پایه گزارش کمیسیون جهانی سازمان ملل (۱۹۹۵) مفهوم پردازی مجدد توسعه در پرتو مفاهیم انسانی، فرهنگ را از حاشیه تفکر اقتصادی به کانون صحنه آورده و مفاهیم توسعه اقتصادی، انسانی و فرهنگی را در نظریه جامع تری در جهان رو به توسعه مورد توجه قرار داده است. در فرآیند تازه توسعه، که بهتر است آن را فرا-توسعه بخوانیم، فرهنگ، خواه بعنوان يك متغیر میانجی مؤثر در پیشرفت مادی یا بعنوان عنصری در ساختار نیازها و خواستهایی که جوامع گوناگون دارند، نقشی برجسته دارد.

رویکرد فرا-توسعه، با توجه به محیط متلاطم و روندهای پرشتاب امروز، به بازشناسی زیرساختها و زیربناهای فکری و فرهنگی خود پرداخته و شالوده توسعه را بر بنیان معرفتی و نظام فکری خود می گذارد. رویکرد فرا-توسعه، اندیشه کار آفرینی فرهنگی، روزه‌ای درخشان در میان فرایندهای کار آفرینانه در مراحل چندگانه توسعه است که ارزشی متفاوت پدید می آورد. (خاموشی، ۱۳۸۲)

از آنجا که فرهنگ و اقتصاد ایستا نیست و روابط میان آن دو نیز، فراگردهایی پویا است، بر پایه این رویکرد الگوی توسعه واحدی برای همه شرایط مناسب نیست و شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی گوناگون، نیازمند راهکارهای متفاوت است. در این وضع است که تکثرگرایی و نه همگونی ضرورت خواهد داشت.

در چارچوب توسعه فراگیر، ابزار به هم پیوستن دغدغه‌های اقتصادی و فرهنگی عبارت است از بازگشت به مفهوم بنیادین آفرینش ارزش؛ یعنی جایی که

○ پیش از دهه ۱۹۷۰ بررسیها در زمینه توسعه بیشتر بر پارامترهای اقتصادی تکیه و تأکید داشت. در این دهه مفهومی از توسعه که بازتاب دهنده مجموعه فراگیرتری از نیازهای جامعه است، جایگزین دیدگاه محدود گذشته شد. امروزه ملاحظات فرهنگی با شتاب به درون جهان اندیشه و عمل توسعه در ابعاد گوناگون سیاسی و اقتصادی منتقل شده و راهبرد مردم-محور توسعه انسانی را جایگزین راهبرد کالا-محور توسعه اقتصادی کرده است.

سرمايه اجتماعی^۲، منابعی است که افراد به علت حضور یا وابستگی شان به يك گروه اجتماعی به آنها دسترسی می‌یابند. این گروه می‌تواند به بزرگی يك ملت یا به کوچکی خانواده باشد. منابع نیز می‌تواند پدیده‌هایی ملموس همچون اطلاعات سودمند، مشاوره فکری و آرامش روحی باشد. فرد با سرمايه اجتماعی کلان، کسی است که روابطی گسترده داشته باشد، این روابط ژرف و استوار بر صمیمیت و اعتماد باشد، و سرانجام کسانی که شخص با آنها در ارتباط است به میزانی چشمگیر از سرمايه فیزیکی، انسانی یا فرهنگی بهره‌مند باشند.

یکی از مهمترین ویژگی‌های رویکرد فرا-توسعه‌ای، توجه به سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی و تقویت شاخص‌های کمی و کیفی آنها در توسعه کشور است. تقویت سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در کنار دیگر عوامل، نقشی مهم و حیاتی در ابعاد گوناگون توسعه کشور دارد و نگاه تقلیل‌گرایانه را به معیارها و جنبه‌هایی از رشد کاهش خواهد داد و همچنین زمینه‌ساز توسعه‌ای فراگیر، متوازن، پایدار و متعالی خواهد بود.

کار آفرینی فرهنگی، کار آفرینی بومی

کار آفرینی از ابزارهای مهم توسعه به‌شمار می‌آید که مهمترین اثر خود را از راه افزایش اشتغال در جامعه بر جا می‌گذارد. ابعاد دیگر توسعه اقتصادی که از رشد کار آفرینی مایه می‌گیرد عبارت است از: بهره‌گیری بهینه از منابع، گوناگونی تولیدات و صادرات، افزایش ارزش افزوده، رقابت بر پایه شایستگی و شناخت مزیت‌های نسبی در سطح ملی.

کار آفرین^۳، به تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر (Webster's New Collegiate Dictionary) کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های يك فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره کند و بپذیرد. (احمد پورداریانی، ۱۳۸۳)

پیشرفت انسان از غارها تا دانشگاهها به شیوه‌های گوناگون توضیح داده شده، ولی آنچه در کانون همه این دیدگاهها قرار داشته نقش «عامل تغییر دهنده» بوده است؛ یعنی نیرویی که پیشرفت را آغاز و پیاده‌سازی می‌کند. این عامل تغییر در تاریخ بشر وجود داشته و چه بسا در چارچوب کار آفرینی ادامه خواهد یافت.

○ در چارچوب توسعه فراگیر، ابزار به هم پیوستن دغدغه‌های اقتصادی و فرهنگی عبارات است از بازگشت به مفهوم بنیادین آفرینش ارزش؛ یعنی جایی که آفرینش ارزش اقتصادی و فرهنگی را بتوان به گونه پیامدهای فراگرد توسعه تشخیص داد؛ جایی که خواست دریافت کالاها و خدمات مادی با نیازها و خواسته‌های ژرفتر انسانها با بازشناسی فرهنگی و دلخوشی فرهنگی متعادل می‌شود.

آفرینش ارزش اقتصادی و فرهنگی را بتوان به گونه پیامدهای فراگرد توسعه تشخیص داد؛ جایی که خواست دریافت کالاها و خدمات مادی با نیازها و خواسته‌های ژرفتر انسانها با بازشناسی فرهنگی و دلخوشی فرهنگی متعادل می‌شود.

رویکرد فرا-توسعه

اعتبار هر جامعه به تولید سرانه مادی و معنوی آن جامعه وابسته است که خود از حجم سرمایه، کارایی و اثربخشی آن مایه می‌گیرد. سرمایه‌ها در جامعه گوناگون است:

سرمايه تکنولوژیک، که به تولید بهینه و کارا می‌انجامد؛

سرمايه فیزیکی، مانند منابع طبیعی دارایی، درآمد، ماشینها و ابزارها، مستغلات؛

سرمايه انسانی، مانند تحصیلات، سواد، سطح دانش عمومی، آموزشها و مهارت‌های کاری؛

سرمايه مالی، که توانایی تبدیل شدن به سرمايه فیزیکی را دارد؛

سرمايه فرهنگی، به پرورش فرهنگی فرد بازمی‌گردد و به مسائلی مانند نگاه آینده‌نگر، انضباط شخصی، پرکاری، اهمیت دادن به دانش اندوزی و برنامه‌ریزی و ارج نهادن به شیوه دستاوردهای اقتصادی می‌پردازد.^۱

جدول ۱- پژوهشها در زمینه کارآفرینی فرهنگمدار در دهه گذشته (لیندسی، ۲۰۰۵)

شناخت	دریافتهای محیطی کارآفرین و جهت یابی های استراتژیک مربوطه	اقدامات اجتماعی طراحی شده برای تشویق کارآفرینی	ویژگیهای فرهنگ ملی و کارآفرینی
√			
	√		
		√	
			√

انتقادی به موضوع، جامعه علمی را به این سو خواهد کشاند که تفسیری راستین از واژگان بنماید. کارآفرینی بنیان و شالوده توسعه است که با ارزش آفرینی های اقتصادی و معنوی برای افراد، سازمانها و جامعه در سطح کلّی و فراملی و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بسیار، می تواند

○ در کشورهای توسعه نیافته پروژه های توسعه - داخلی یا بین المللی - تنها هنگامی به بالا رفتن سطح زندگی در این کشورها می انجامد که بپذیرند فرهنگ آن جامعه ترجمان بنیادین هستی آنها است. این فرهنگ درون زمینه ای اقتصادی قرار دارد که مرزها و گستره پیشرفت و رشد مادی ممکن را معین می کند.

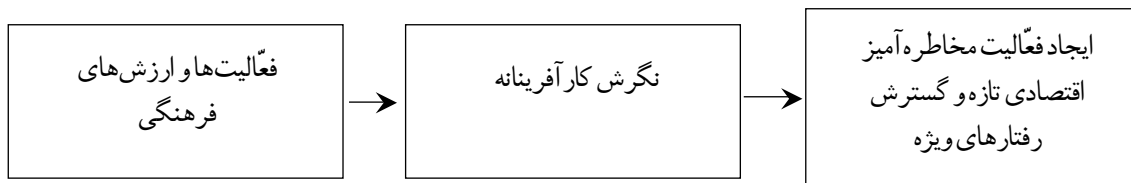
(کوراتکو، ۱۳۸۳)

سه موج گسترده، موضوع کارآفرینی را به جلورانده است. موج نخست: انفجار عمومی بررسی و پژوهش در چارچوب انتشار کتاب هایی درباره زندگی کارآفرینان و پیشینه بنگاههای آنان و چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه های زود پولدار شدن؛

موج دوم: راه اندازی رشته های آموزشی کارآفرینی در مقاطع تحصیلی در حوزه های مهندسی و بازرگانی. این دوره ها از اواخر دهه ۱۹۶۰ در چند دانشکده آغاز و تاکنون در بیش از ۵۰۰ دانشکده در ایالات متحده و کانادا راه اندازی شده است.

موج سوم: افزایش دلبستگی دولت به پژوهش در زمینه بنگاههای کوچک با هدف تشویق گسترش بنگاههای کوچک و همچنین پژوهش در زمینه نوآوری های صنعتی است. (احمد پورداریانی، ۱۳۸۳) چنین می نماید که موج چهارم، بازگشت به مفهوم راستین entrepreneurship و توجه به ارزش آفرینی و ارزش آفرینان (به جای دوواژه کارآفرینی و کارآفرینان که نادرست ترجمه شده است) باشد. نگاهی دوباره و

شکل ۲- الگوی فرهنگی نگرش کارآفرینی بومی (لیندسی، ۲۰۰۵)



بومی دلالت دارد.^۵ پشتیبانی از ایده کارآفرینی بومی به نگهداشت هویت و پاسداشت میراث فرهنگی می‌انجامد. (لیندسی، ۲۰۰۵)

سرشت کارآفرینی بومی از دو جنبه قابل بررسی است: ابعاد فرهنگی جامعه و نگرش^۶ کارآفرینانه برخاسته از آن فرهنگ ویژه. این دو جنبه زمینه‌ساز گسترش فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینانه و پدید آورنده رفتارهای کارآفرین است. برای افراد بومی، فرهنگ با ارزش است و آنان درباره سرزمین و میراث خود حس نبرو مند دارند. فرهنگ بعنوان يك متغیر وابسته در نگرش کارآفرینی بومی نمایان می‌شود و به رفتاری ویژه با رویکرد اقتصادی کارآفرین می‌انجامد. کارآفرینی بومی فراگیر است و می‌تواند با جهت‌گیری‌های فرهنگی، اهداف اقتصادی و نیز غیراقتصادی در پی داشته باشد.

در زمینه کارآفرینی فرهنگی و کارآفرینی بومی پژوهش‌های اندکی در گذشته به انجام رسیده است. جدول شماره یک نمایانگر برخی از این پژوهش‌هاست: گذشته از موارد بالا، نوئل لیندسی با نگرشی بومی به کارآفرینی، الگویی فرهنگ‌مدار از کارآفرینی به دست داده است.

ویژگی‌های افراد، سازمانی که کارآفرینی در آن ایجاد

پاسخگوی بسیاری از چالش‌های روز جامعه باشد. در این معنا، همه رفتارهای انسان از رفتارهای اقتصادی و اجتماعی و سیاسی گرفته تا فرهنگی، می‌تواند کارآفرینانه یا غیر کارآفرینانه باشد.

همچنین، از آنجا که کارآفرینی به معنای «ارزش آفرینی» (ارزشهای اقتصادی، اخلاقی، هنری، فرهنگی)^۴ است، «کارآفرینی فرهنگی» به گونه فشرده به معنای مدیریت روندها و فرایندهای تولید و عرضه خدمات و کالاهای فرهنگی و هنری است به گونه‌ای که نوآورانه به احیاء و آفرینش ارزش فرهنگی بپردازد. ارزش فرهنگی همیشه دربرگیرنده ارزشی اقتصادی نیست، اما ارزش اقتصادی می‌تواند دربرگیرنده ارزش فرهنگی نیز باشد. با این حال کارآفرینی فرهنگی بویا دارای بهره‌هایی ماندگار است و در درازمدت می‌تواند بعنوان نیروی مدد رسان در چرخه توسعه کشور نقش برجسته بازی کند؛ تجربیات جهانی هم آنرا ثابت می‌کند.

شوربختانه تاکنون کارآفرین به کسانی گفته شده که ارزش اقتصادی (دارایی) ایجاد کرده‌اند و از این رو آنان را موتور توسعه اقتصادی خوانده‌اند. اما به مفهوم واقعی، کارآفرینان موتور توسعه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز خواهند بود و می‌توانند به گونه ویژه ایده‌های فرهنگی را به سرانجام برسانند.

در کنار واژه مرگب کارآفرینی فرهنگی، می‌توان از کارآفرینی بومی یاد کرد. چنین می‌نماید که آنچه کارآفرینی فرهنگی را موفق می‌سازد، کارآفرینی بومی است. هرگونه تعریف از کارآفرینی بومی، نیازمند آمیختگی شناخت پویایی محیطی و آگاهی از شرایط اجتماعی و اقتصادی است.

کارآفرینی بومی بر ایجاد، اداره و گسترش فعالیت‌های تازه کارآفرینانه و مخاطره‌آمیز برای بهره‌گیری افراد

○ عنصر فرهنگ باید در الگوهای

کارآفرینی حضور فعال داشته باشد چرا که نگرش کارآفرینان زیر تأثیر روشها و ارزشهای فرهنگی بومی است. همچنین فرهنگ گذشته از نگرش، بر ادراک و رفتار نیز اثرگذار است.

○ در جهانی که آگاهانه یا ناآگاهانه، سرگرم تبادل فرهنگی است، فرهنگی که بعنوان يك نیاز اجتماعی رفتار سازی می کند، یکی از راههای پاسداری از هویت و فرهنگ ملت‌ها تقویت صنعت فرهنگی از راه بها دادن به کار آفرینی فرهنگی بعنوان ابزار توسعه فرهنگ است.

گذشته از آن، صنایع فرهنگی از معدود راههای ممکن برای رها ساختن هنر از بن بست اقتصادی است. در گذشته، پاداش هنرمند در آمد روانی او بوده، هر چند اکنون نیز این باور نادرست در میان برخی کسان وجود دارد که ناداری بهای زندگی هنرمندانه است، اما واقعیت آن است که در پرتو درک ضرورت توسعه مطلوب فرهنگی، جایگاه هنرمندان بومی آفرینشگر بسی بهتر و سازنده تر خواهد بود.

فرهنگی اجزای جدایی ناپذیر کار آفرینی بومی است؛
 ■ ارزشهای فرهنگی نهاد خانواده، نهاد جامعه و... در شکل گیری نگرشهای کار آفرینانه يك کار آفرین بومی اثر گذار است، و از این روست که کار آفرینی بومی زیر تأثیر فضاهای گوناگون فرهنگی متفاوت است. (اندرز ۱۹۸۶، داکنر ۱۹۸۳، دارا ۱۹۹۶، ریریث و نیلسون ۱۹۹۷)

■ شمار سودبرندگان در يك بازار گانی بومی بسیار بیشتر از سوداگری غیر بومی است و این نکته باید مورد توجه قرار گیرد. با این حال باید دانست که ارزشهای بومی زیر چتر يك اندیشه کل نگر مطرح است؛ بنابراین موفقیت در پرتو داد و ستدها در يك محیط بومی بر پایه ابعاد اقتصادی و غیر اقتصادی سنجیده می شود. (دامونت، ۱۹۹۳، فولسی ۲۰۰۳) در جایی که پیشرفت و موفقیت تنها

می شود، محیط و نیز فرایند کار آفرینی، چهار جنبه اساسی کار آفرینی از دیدگاه گارتتر است. نونل لیندسی با بررسی دو بُعد نخست و سوم چارچوب اصلی پژوهش خود را بنا نهاده است، بر این پایه با توجه به شکل (۲) می توان گفت:

■ رفتار افراد بازتاب دهنده پیچیدگی های فرهنگی آنان است؛

■ فضاهای فرهنگی گوناگون می تواند باعث ایجاد تفاوت های نگرشی شود.

■ تفاوت های نگرشی کار آفرینان که از فرهنگهای گوناگون مایه می گیرد به ایجاد کار آفرینی های توسعه محور گوناگون می انجامد؛

■ می توان تصور کرد که هماهنگی با تنوع فرهنگی، فعالیت های مخاطره آمیز کار آفرینانه اقتصادی و رفتارهای توسعه مدار متفاوت وجود دارد.

چارچوب مفروض نونل لیندسی به روشنی ریشه رفتار و عمل کار آفرینانه را به ارزش های فرهنگی نسبت می دهد. با توجه به اهمیت کار آفرینی در حوزه فرهنگ که در این نوشتار با عنوان کار آفرینی فرهنگی از آن یاد شد، ضرورت تقدم کار آفرینی بومی پیش از کار آفرینی در حوزه فرهنگ نمایان می شود. می توان گفت که کار آفرینان بومی همواره از بهترین دست اندر کاران کار آفرینی فرهنگی هستند. برخی از ویژگی ها که کار آفرینی بومی را از غیر بومی جدا می کند عبارت است از:

■ داده هانشان می دهد که سرانه فعالیت های کار آفرینانه کمتر از سوی کار آفرینان بومی صورت گرفته و بیشتر از سوی کار آفرینان غیر بومی انجام شده است (لیندسی، ۲۰۰۵)، در حالی که کار آفرین بومی همزمان هدفهای مادی و معنوی را در نظر می گیرد و از این رو پاسدار میراث و ارزش های فرهنگی است؛

■ سرشت اقتصاد در کار آفرینی بومی متفاوت از اقتصاد غیر بومی است. توانایی های بازرگانی نزد کار آفرین بومی در برگیرنده اهداف اقتصادی و غیر اقتصادی است و با آنچه کار آفرین غیر بومی، اقتصادی می داند، متفاوت است؛

■ فشارهای فرهنگی بر کار آفرین بومی در فرایند کار آفرینی آشکار است. میندل و کاندسون (۲۰۰۵) اثبات می کنند که تأکید بر هویت و پاسداشت میراث

کار آفرینی بومی با آن روبه‌رو است امکان‌پذیر نیست، اما روشن است که مداخله جنبه‌های فرهنگی در کار آفرینی، توجه به وضع مقایسه‌ای آن در شرایط بومی - غیر بومی را ضرور می‌سازد. توجه به اثرپذیری گریزناپذیر کار آفرینی از فرهنگ - بوم، آغاز مرحله تازه‌ای از تحول در کسب و کار و راههای موفقیت در آن است. در این زمینه، توجه به چند نکته بنیادی اهمیت دارد:

● در کشورهای توسعه نیافته پروژه‌های توسعه - داخلی یا بین‌المللی - تنها هنگامی به بالا رفتن سطح زندگی در این کشورها می‌انجامد که بپذیرند فرهنگ آن جامعه ترجمان بنیادین هستی آنها است. این فرهنگ درون زمینه‌ای اقتصادی قرار دارد که مرزها و گستره پیشرفت و رشد مادی ممکن را معین می‌کند. (تراسبی، ۱۳۸۲)

● عنصر فرهنگ باید در الگوهای کار آفرینی حضور فعال داشته باشد چرا که نگرش کار آفرینان زیر تأثیر روشها و ارزشهای فرهنگی بومی است. همچنین فرهنگ گذشته از نگرش، بر ادراک و رفتار نیز اثر گذار است.

● جهت‌گیریهای غیر بومی و به گونه‌ای غربی در پروژه‌های کار آفرینی، بر نامه‌ریزی برای شکست است. برای برنامه‌ریزی‌های کلان، نخست باید ارزشهای فرهنگی، تاریخ و شیوه اندیشیدن در آن جامعه را شناخت و سپس اقدام کرد. این مهم در زمینه صنایع فرهنگی بعنوان زیرمجموعه‌ای از صنعت، اهمیت چشمگیر دارد. امروزه گسترش لگام گسیخته صنایع فرهنگی در کشورهای رو به توسعه بر پایه نیازها نیست و در بیشتر موارد با شرایط محلی هماهنگی ندارد و با هویت فرهنگی این کشورها در چالش است. در این کشورها بیشتر پیامهای فرهنگی با ارزش و کم‌مانند به حاشیه رانده شده است و رفته رفته اهمیت خود را از دست می‌دهد. صنعتی شدن نظامهای تولید و توزیع پیامهای فرهنگی از ارزش معنوی هنر و فرهنگ کاسته است. در این شرایط در یک زمان پیامهایی تازه و متفاوت، میان فرستنده و دریافت کننده پیام برقرار می‌شود. این زمینه‌ساز موازنه‌ای تازه است؛ موازنه اجتماعی - اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی میان فرستندگان بهره‌مند از قدرت سیاسی، اقتصادی یا فرهنگی و توده‌های انبوه

بر حسب اهداف اقتصادی ارزیابی می‌شود، ارزشهای بومی به‌ر خورده با ایجاد فعالیت‌های اقتصادی مخاطره‌آمیز گرایش دارد. بر پایه این منطق، شاید چنین به نظر آید که ارزشهای بومی بیشتر مانعی است برای توسعه اقتصادی. همچنین، بی‌میلی به رقابت، تصمیم‌گیری با توافق طرفها و پافشاری بر بهره‌مندی از چتر حمایتی ارزشی نهادهای اولیه و ثانویه (خانواده و اجتماع) ویژگی‌های پیچیده‌ای است که سخن گفتن از کار آفرینی در محیط بومی را دشوار می‌سازد. (اندرز ۱۹۸۶، داکنر ۱۹۸۳، دانان ۱۹۹۶، ریڈیث و نیلسون ۱۹۹۷)

جوامع بومی، بر پایه معیارهای هافستده، گرایش به زن‌سالاری دارند. (هافستده ۱۹۸۰) و بیشتر بر کیفیت زندگی کاری تأکید می‌کنند (ریڈیث و نیلسون ۱۹۹۷)؛ در برابر فرهنگهای مردسالار به همه جنبه‌های زندگی اهمیت می‌دهند. (هافستده ۱۹۹۳) با این استدلال، روشن است که پیشرفت در جامعه بومی و غیر بومی متفاوت خواهد بود.

در راه توسعه، جامعه بومی نمی‌تواند هر ایده نوآورانه ناممخوان با هنجارهای فرهنگی بومی را تحمل کند و در نتیجه اثر گذاری‌های فرهنگی، نوآوری برای توسعه و پاگیری فعالیت‌های کار آفرینی را محدود می‌سازد. از جمله هنجارهای فرهنگی بومی این است که کنترل فردی در جوامع بومی در سطح بالایی مطرح است، جمع‌گرایی و هماهنگی گروه برای جوامع بومی مهم شمرده می‌شود، و نهادهای خانواده و جامعه بزرگترین ابزارهای کنترل است.

آنچه يك فرصت را از چشم‌اندازی بومی پدید می‌آورد با آن چیزی که يك فرصت را از چشم‌انداز غیر بومی به وجود می‌آورد متفاوت است. در فرهنگهای بومی شناخت فرصت بر جامعه متمرکز است.

روش کلی حل مسأله و تصمیم‌گیری‌های شهودی و زن‌سالارانه گوناگون بر پایه وفاق و همدلی در زندگی گروهی و نیز اثر گذاری دوسویه سازمان‌های بومی با محیط باعث برخی تفاوت‌های جدی شده است. بر سر هم کار آفرینان بومی در پی جامعه‌ای متفاوت با فرصتهای گوناگون هستند.

نتیجه‌گیری

هر چند نتیجه‌گیری قطعی درباره همه متغیرهایی که

چشم می‌آید و به سختی قابل اندازه‌گیری است نقشی برجسته در فرآیند توسعه بازاری می‌کند.

۳. این واژه از واژه فرانسوی Entrepreneurure به معنای under-take یا متعهد شدن گرفته شده است.

۴. بهتر است به جای واژه‌های کار آفرینی و کار آفرینان، واژه‌های ارزشی آفرینی و ارزش آفرینان به کار گرفته شود.

۵. تیم بومی مورد بحث تنها دربرگیرنده کار آفرین و تیم بازرگانی او نیست بلکه خانواده یا جامعه را نیز دربرمی‌گیرد. گفتنی است که سود شمار سودبران از یک بازرگانی بومی بسیار بیشتر از بازرگانی غیر بومی است.

۶. از دید فریدمن، نگرش (attitude) نظامی با دوام است، دربرگیرنده یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و یک گرایش به عمل.

منابع:

گودمن، استفان؛ «دشواری تفکر در باب نسبت اقتصاد و فرهنگ» (گفتگو)، شرق، آبان ۱۳۸۴.

تراسبی، دیوید؛ اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، تهران: نشر نی، ۱۳۸۲.

کاکس، رابرت؛ درست، فساد و فرصت‌های اجتماعی (مجموعه مقالات). ترجمه حسین راغفر، تهران: نقش‌نگار، ۱۳۸۲.

خاموشی، سید مهدی؛ سرمایه اجتماعی، سایت خبرگزاری مهر، www.mehrnews.com، ۸۲/۷/۸.

فتحی، سعید؛ «تحول فرهنگی، گامی به سوی کار آفرینی»، تدبیر، شماره ۱۰۲.

کوراتکو، دانلداف، هاجتس، ریچارد؛ نگرشی معاصر بر کار آفرینی، ترجمه ابراهیم عامل محرابی، مشهد: دانشگاه فردوسی، ۱۳۸۳.

صمد آقایی، جلیل؛ «کار آفرینی ضد اشتغال، موتور توسعه اقتصادی»، تدبیر، شماره ۱۱۴.

احمد پورداریانی، محمود؛ «خودباوری، کار آفرینی»، تدبیر، شماره ۱۳۱، فروردین ۱۳۸۳.

یونسکو؛ صنایع فرهنگی (مانعی بر سر راه آینده فرهنگ)، ترجمه مهرداد وحدتی، تهران: نشر مؤسسه پژوهشی نگاه معاصر، ۱۳۸۰.

Lindsay, Noel J (2005). "Toward a culture model of Indigenous nascent entrepreneurial attitude". *Academy of Marketing Sciences Review*. Vol. 5

کاربران صنایع فرهنگی چه به صورت بازده اقتصادی کوتاه‌مدت که در آن مردمان بازار مصرف‌اند و چه به گونه ابزار کنترل سیاسی-اجتماعی که مردمان در آن همچون افکار عمومی‌اند. (یونسکو، ۱۳۸۰) اما با این حال نمی‌توان تنها به بررسی انتقادآمیز کار آفرینی در صنایع فرهنگی پرداخت.

باید هر چه بیشتر از این واقعیت آگاه بود که کار آفرینی در گستره فرهنگ و هنر که بازتاب دهنده ارزشهای فرهنگی هر جامعه است، برآیند یک فرایند تولید منطقی ویژه است که باید شناسایی شود. بنابراین پیامهای برخاسته از صنعت و دادوستد فرهنگی بی‌اثر نیست و به تغییر نگرشها و جهان‌بینی‌ها می‌انجامد. آنها به گونه مستقیم یا غیر مستقیم مبلغ افکار، عقاید و ارزشهای ایدئولوژیک تولیدکنندگان آن پیامند.

در جهانی که آگاهانه یا ناآگاهانه، سرگرم تبادل فرهنگی است، فرهنگی که بعنوان یک نیاز اجتماعی رفتارسازی می‌کند، یکی از راههای پاسداری از هویت و فرهنگ ملت‌ها تقویت صنعت فرهنگی از راه بها دادن به کار آفرینی فرهنگی بعنوان ابزار توسعه فرهنگ است. گذشته از آن، صنایع فرهنگی از معدود راههای ممکن برای رها ساختن هنر از بن بست اقتصادی است. در گذشته، پاداش هنرمند در آمدروانی او بوده، هر چند اکنون نیز این باور نادرست در میان برخی کسان وجود دارد که ناداری بهای زندگی هنرمندانه است، اما واقعیت آن است که در پرتو درک ضرورت توسعه مطلوب فرهنگی، جایگاه هنرمندان بومی آفرینشگر بسی بهتر و سازنده‌تر خواهد بود.

یادداشتها

۱. سرمایه فرهنگی برخلاف سرمایه انسانی که ماهیت فردی و اکتسابی دارد و مایه گرفته از تلاشی خودآگاهانه است، سرشتی جمعی دارد و به گونه ناخودآگاه و از راه خانواده و اجتماع به درون روح و شخصیت افراد رسوخ می‌کند. با وجود این، سرمایه‌های فرهنگی و انسانی هر دو این ویژگی را دارند که بتوانند به سرمایه فیزیکی تبدیل شوند.

۲. البته به کار بردن اصطلاح سرمایه‌های اجتماعی مورد اعتراض است، اما اگر سرمایه را عاملی برای تسهیل در تولید بنامیم، این ویژگی اجتماعی-سرمایه اجتماعی-با آنکه کمتر به