کد خبر: ۲۸۴۰۷۹
یکشنبه ۸ آبان ۱۴۰۱ ۱۴:۵۰

«بازگشت به خانه»: مطالعهٔ کیفی خوداشتغالی و کنش کارآفرینانهٔ زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی

مقالهٔ «بازگشت به خانه: مطالعهٔ کیفی خوداشتغالی و کنش کارآفرینانهٔ زنان فارغ‌التحصیل دانشگاهی» را سهیلا صادقی فسایی، علی اصغر سعیدی و زینب شفیعی نوشته‌اند و در فصلنامهٔ برنامه‌ریزی رفاه و توسعهٔ اجتماعی، سال نهم، شمارهٔ ۳۴، بهار ۱۳۹۷ منتشر شده است.

مقالهٔ حاضر در پی مطالعهٔ کیفی ابعاد و ویژگی‌های جامعه‌شناختی کنش کارآفرینانهٔ زنان خالق برندهای صنایع‌دستی است. در این مقاله در پی پاسخ به این سؤال کلّی هستیم که زنان در حوزهٔ برندهای صنایع‌دستی چگونه کنش کارآفرینانه انجام می‌دهند و این کنش چه ابعاد و ویژگی‌هایی دارد؟ بنا بر فهم متعارف، کارآفرینی و خوداشتغالی زنان، پاسخی به محدودیت‌های بازار کار رسمی و یا خروج از انزوای حوزهٔ خصوصی تلقی می‌شود و بهترین انتخاب برای ایجاد توازن میان نقش‌های سنتی و نقش‌های مدرن است. براساس این فهم متعارف، زنان به‌دلیل اینکه نتوانسته‌اند در بازارهای کار رسمی و بخش اشتغال رسمی ورود پیدا کنند به بخش‌های غیررسمی و بازارهای اشتغال خانگی روی آورده‌اند. همچنین در این دیدگاه زنان به‌عنوان افرادی درنظرگرفته می‌شوند که از حیث اقتصادی وابسته‌اند و تنها برای تأمین مخارج زندگی یا کسب درآمد بیشتر کار می‌کنند. اگرچه نویسندگان این مقاله منکر فهم متعارف نیستند اما نتایج مطالعهٔ کیفی حاضر که حاصل مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۴۰زن کارآفرین برندساز در حوزهٔ صنایع‌دستی است، نشان می‌دهند که روایت زنان حاوی مفاهیم مهم دیگری است. مصاحبه‌شوندگان بازار کار رسمی را دستوری، انعطاف‌ناپذیر، یکنواخت و مطیع‌ساز می‌دانند. مصاحبه‌های عمیق نشان می‌دهد که زنان کارآفرین برندساز کسانی نیستند که نتوانسته‌اند در بازار کار رسمی جذب شوند، بلکه آن‌ها به‌دلیل محدودیت‌های بخش رسمی در پی فراتر رفتن از ساختارهای موجود و قدم گذاشتن در مسیری خلاقانه و نو هستند. روایت‌ها نشان می‌دهد که این زنان خوداشتغالی را از روی استیصال و یا فرار انتخاب نکرده‌اند بلکه آگاهانه و خودخواسته استقلال مالی، خلاقیت، رجحان وظیفه محوری بر دستور محوری و انعطاف‌پذیری را انتخاب کرده‌اند.