

## کسب و کارهای خرد در بحران



زنان در حال خروج

کسب و کارهای خرد در میانه طوفان

زنده نگاه داشتن مبارزات زنان کشاورز

شفاف‌سازی: تهدید کلیشه، زنان و رهبری

اقتصاد فریبکارانه؛ ما می‌توانیم آن را دگرگون سازیم!

جهانی که می‌خواهیم داشته باشیم، جهانی عادلانه‌تر

ناشر: کارآفرینی اجتماعی دستادست

سردبیر:  
فائزه درخشانی

دبیران:  
زهره سروشفر، فروغ عزیزی، حمیدرضا  
واشقانی فراهانی

طرح روی جلد و پشت جلد:  
سمیرا حاتمی‌زاده

گرافیک و صفحه آرایی:  
فاطمه امیری

ویراستار:  
فائزه درخشانی، فروغ عزیزی

مشاوران، همکاران، مترجمان و  
نویسندگان این شماره:  
فائزه درخشانی، زهره سروشفر، شمیم  
شرافت، پرستو موسوی، سپیده شهبازی،  
مائده افشردل، وحید محبی، سید زینب  
صالحی، فاطمه امیری، فروغ عزیزی،  
لیلا زمانی، آمنه هشیوار، گیتا صالحی،  
مهدی سرمدی‌راد، مژده عظیمی

[دستادست در ویرایش و کوتاه کردن  
مطالب آزاد است. حقوق چاپ و انتشار،  
نقل مطالب و استفاده از طرح‌ها برای  
دستادست محفوظ است.]

مطالب مندرج در فصلنامه  
پوشش‌دهنده افکار و نظرات موجودند و  
لزوما نظر دستادست محسوب نمی‌شوند.

دستادست را دنبال کنید:

<http://dastadast.ir>

<http://instagram.com/dastadast>

<https://telegram.me/dastadast>

<https://twitter.com/dastadast>

تماس با دستادست:

سرمقاله	۴	زنان در حال خروج فائزه درخشانی	
پرونده	۶	کسب و کارهای خرد در میانه طوفان فائزه درخشانی	
	۱۸	زنان از کسب‌وکارشان می‌گویند! مصاحبه با تولیدکنندگان دستادست	
	۵۷	آمازون در حال سوختن است برگردان از مائده افشردل	
	۶۲	اقتصاد فریبکارانه برگردان از آمنه هشیوار	
	۶۷	روز جهانی قهوه برگردان از زهره سروشفر	
	۷۱	زنده نگاه‌داشتن مبارزات زنان کشاورز برگردان از سید زینب صالحی	
	۷۷	مدل جهانی کارآفرینی اجتماعی در بحران برگردان از پرستو موسوی	

۸۴	کارآفرینان اجتماعی قادرند دنیا را تغییر دهند، اگر این شش مانع بگذارد برگردان از سپیده شهبازی	
۸۹	مشاغل در دنیای پسا کرونا پرستو موسوی	
۹۵	تجارت عادلانه جهانی که می‌خواهیم داشته باشیم، جهانی عادلانه‌تر	
۱۱۱	سازمان «تجارت عادلانه بین‌الملل» جایزه اثرگذارترین برچسب سال را دریافت کرد برگردان از شمیم شرافت	
۱۱۴	شفاف‌سازی: تهدید کلیشه، زنان و رهبری برگردان از گیتا صالحی و مهدی سرمدی راد	
۱۳۴	معرفی کتاب: اقتصاد سیاسی اشتغال زنان ایران ۸۷-۱۳۵۷ فروغ عزیزی	
۱۳۸	موسیقی خوب، موسیقی بد، موسیقی زشت وحید محبی	
۱۴۶	وقتی به عنوان انسانی کامل کتاب خواندم فائزه درخشانی	

دستادست یک مجموعه کارآفرینی اجتماعی غیرانتفاعی است که هدف اصلی‌اش کمک به قدرتمند شدن تولیدکنندگان محصولات دستساز با اولویت گروه‌های به حاشیه رانده شده جامعه مثل زنان روستایی و سرپرست خانوار و... است. یکی از فعالیت‌های ما انتشار فصلنامه و پادکست رایگان با موضوعات اجتماعی است. امیدواریم با دریافت حمایت مالی از طرف شما بتوانیم امکان ادامه انتشار این مجموعه‌ها را همچنان حفظ کنیم، برای ارتقای کیفیت آنها از نظر فنی تلاش کنیم، و بتوانیم به شکل گسترده‌تری در جامعه پخش‌شان کنیم.

<https://hamibash.com/dastadast>



## فائزه درخشانی

بحران اقتصادی ناشی از پاندمی کرونا صداهای بلندی را علیه کار مهاجران از سوی نیروهای راستی افراطی در سراسر دنیا بلند کرده است. و ما در ایران نه با یک بحران که با ترکیب بحران‌های اقتصادی قبلی و بحران اقتصادی ناشی از این بیماری همه‌گیر روبرویم.

احتمالا عبارت «ارتش ذخیره کار» را شنیده و خوانده‌اید، به ساده‌ترین زبان ارتش ذخیره بخشی از نیروی کار است که در زمان نیاز به کار گرفته شده و بعدا به راحتی اخراج می‌شود، زنان (حداقل در کشورهای در حال توسعه)، مهاجران و کودکان، معمولا بخشی از این ارتش ذخیره‌اند. بحران اقتصادی ناشی از پاندمی کرونا صداهای بلندی را علیه کار مهاجران از سوی نیروهای راستی افراطی در سراسر دنیا بلند کرده است. و ما در ایران نه با یک بحران که با ترکیب بحران‌های اقتصادی قبلی و بحران اقتصادی ناشی از این بیماری همه‌گیر روبرویم. یکی از نتایج این بحران خروج زنان از بازار کار خواهد بود.

براساس آمار اعلام شده مرکز آمار ایران، تنها ۴ میلیون و ۴۲۰ هزار نفر از زنان در سال ۹۸ شاغل بوده‌اند<sup>۱</sup>، این در حالی است که تنها ۳/۵ میلیون نفر زن سرپرست خانوار در کشور داریم<sup>۲</sup>. در واقع بخش اعظم اشتغال و درآمدزایی زنان نه در بازار رسمی، که در بازار غیررسمی و مشاغل کوچک رخ می‌دهد. زنگ خطر برای کسب و کارهای خرد ماه‌هاست که به صدا درآمده و با بحران کرونا به آثر قرمز تبدیل شده است. خدمات نظافت منزل، و تهیه مواد غذایی خانگی، تقریبا متوقف شده‌اند. زنانی که از طریق صفحات‌شان در اینستاگرام یا کانال‌هایشان در تلگرام اقدام به فروش محصولات ساخت دست‌شان می‌کردند با رکود شدید مواجه شده‌اند. حتی آنهایی که طی سال‌های قبل توانسته بودند رشد کنند و چند نفر را به استخدام خود درآورده یا فروش‌شان را به گالری‌ها نیز گسترش دهند، در امان نبوده‌اند. هر چقدر محصول تولیدی این کسب و کارها از حیطه نیازهای اصلی دورتر باشد، رکود بیشتری هم در کار است. زنان تحصیل‌کرده دانشگاهی طی سال‌های گذشته عمدتا سرخورده از یافتن شغلی در بخش رسمی به این بخش روی آورده سعی کرده بودند کاری بکنند و استقلال مادی خود را به دست آورند. بخشی از زنان روستایی، یا گروه‌های به حاشیه رانده



شده شهری، کم کم و قدم به قدم، در مسیر کار گروهی اقتصادی گام نهاده و عاملیت بیشتری در زندگی شخصی پیدا می‌کردند و وضعیت اقتصادی کودکان و کل خانواده را نیز بهبود می‌بخشیدند. حال تمام این امیدها در حال بر باد رفتن است. ما آمار دقیقی از نیروهای اخراج شده (یا به تعبیر ملایم‌تر تعدیل شده) هم نداریم که بدانیم بیشتر از کدام گروه‌ها و اقشارند. آثر به صدا درآمده است، باید کاری کرد، اما نمی‌دانیم چه کاری. بحرانی با این حد از بزرگی، نیازمند ارائه راه‌حلهایی نوآورانه و غیرمعمول از سوی نیروهای اجتماعی است، نه تکرار همان کارهای پیشین. کارهای کوچک و متهورانه یک یک ما می‌توانند در این مسیر موثر باشند. وقت آن رسیده که دست به عمل بزنیم<sup>۳</sup>.

در این شماره از فصل‌نامه دستادست در بخش پرونده بر روی بحران و مشکلاتی که کسب و کارهای خرد با آن مواجه‌اند متمرکز شده و تجربه مستقیم دستادست و همکارانش را نیز با شما به اشتراک گذاشته‌ایم. سعی کرده‌ایم بخش خارج از پرونده را نیز غنی‌تر و متنوع‌تر از قبل داشته باشیم. مانند تمام شماره‌های قبل آماده خواندن و انتشار نظرات شما هستیم.

۳ دستادست به سهم خود و در حیطه فعالیت خود پروژه‌های غیرمعمول و متفاوت با برنامه‌های قبلی خود طراحی کرده و در حال اجرای آزمایشی آن است. در صورت پیشبرد موفق، اقدام به اجرای کمپین جمع‌سپاری برای ادامه آن خواهد کرد.

چه چیزهایی در سال ۹۸ بیشترین اثر منفی را روی کسب و کار شما گذاشتند؟

اپیدمی کرونا
گرانی (به ویژه گرانی بنزین) و رکود اقتصادی
اتفاقات بد سال / وقایعی که جو یاس و افسردگی عمومی ایجاد کردند
قطعی اینترنت
افزایش قیمت ارز
سخت بودن استفاده از رمز پویا

جدول شماره یک: مهمترین عوامل منفی اثرگذار بر کسب و کارها در سال ۹۸ از نظر مصاحبه‌شوندگان - به ترتیب بیشترین میزان ابراز

فروش ماه اسفند معمولاً بیشترین و مهم‌ترین فروش سالانه آنهاست. نماینده گروه گوجینو با بیش از ۱۰۰ نفر عضو می‌گوید:

«مثلاً همین کرونا، خب این خیلی اوضاع کار ما را کساد کرد، مثلاً پارسال عیدی فقط گروه خودمان نزدیک ۱۵ میلیون فروش داشت. در آن ۱۳ روز... ولی خب امسال هزار تومان کسی نفروخت. فقط همین دستادست توانست برایمان سفارش بگیرد، بفروشیم. وگرنه جای دیگری ما نتوانستیم بفروشیم.»

دلیل دوم مهم بودن این مسئله را می‌توان پایان نیافتن بیماری دانست. هیچ‌کس به روشنی نمی‌داند چه زمانی دارو یا واکسنی برای این بیماری کشف خواهد شد و شرایط کسب و کار و حضور در جامعه عادی خواهد شد.

اتفاقات بد سال که طیفی از حادثه سیل در بهار تا سقوط هواپیما در زمستان را در برمی‌گیرند، به شکل مستقیم یا غیرمستقیم از سوی عده زیادی از تولیدکنندگان به عنوان یک عامل منفی مهم مورد توجه قرار گرفتند. بعضی آن را باعث ایجاد افسردگی در خودشان می‌دانستند و بعضی دیگر عنوان می‌کردند در شرایط ناراحتی عمومی نمی‌شد پست کاری و فروش در شبکه‌های مجازی گذاشت. خانم صدرالسادات که با ساخت کارهای دست‌ساز توانسته بود با غم از دست دادن مادرش کنار بیاید می‌گوید:

«ولی زمانی که شوک، غم و اندوهی جمعی وجود دارد و بر قلب تک تک افراد چنگ می‌زند و به عبارتی جامعه بیرونی قابلیت ندارد، از خود می‌پرسیدم آیا باز هم می‌توان به کمک کار هنری از زیر بار

## فائزه درخشانی

(مصاحبه‌های این مقاله توسط فاطمه امیری، لیلیا زمانی، مژده عظیمی و فروغ عزیزی انجام گرفته‌اند.)

رشد اقتصادی منفی سال‌های ۹۷ و ۹۸ (با احتساب نفت و بنا بر آمارهای اعلام شده رسمی) نشان از شرایط دشوار اقتصاد کشور و به دنبال آن کسب و کارها دارد. در این میان کسب و کارهای خرداً شرایط بسیار دشوارتری را از سر می‌گذرانند. هدف از این مقاله آگاهی از وضعیت کسب و کارهای خرد در سال گذشته (۱۳۹۸) است. از آنجا که دستادست با کسب و کارهای کوچک سر و کار دارد و بزرگترین گروه‌های همکار آن را در حال حاضر زنان روستایی، و زنان محلات حاشیه شهرها تشکیل می‌دهند، برای نوشتن این مقاله با ۱۸ زن و ۲ مرد از این همکاران مصاحبه شده که ۱۳ نفر از آنها نماینده گروه و بقیه تولیدکنندگانی منفرد و خانگی بودند (متاسفانه قادر به مصاحبه با تمام گروه‌ها و افراد همکار نشدیم).

## عوامل منفی اثرگذار بر کسب و کارها

وضعیت اقتصادی تولیدکنندگان همکار ما یکسان نیست، اما با توجه به ترکیب جمعیتی همکاران دستادست که بیش از ۸۰ درصد آنها را گروه‌های به حاشیه‌رانده شده تشکیل می‌دهند، کفه ترازو به سمت شرایط بد اقتصادی سنگین است. در کل ۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان منفرد، از وضعیت اقتصادی و فروش‌شان در سال گذشته - بنا به گفته خودشان - راضی بودند و مابقی افراد و گروه‌ها نگرانی‌هایی خفیف تا شدید را تجربه می‌کردند (در نظر بگیرید که نمایندگان گروه‌ها نماینده تعداد افراد بسیار بیشتری هستند، تعداد همکاران دستادست با احتساب تعداد اعضای گروه‌ها به ۵۰۰ نفر و بیشتر می‌رسد. و گرچه نمی‌توان گفت وضعیت تمام اعضای گروه عیناً مثل هم است، اما مشابهت‌های بسیاری دارد).

مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند کرونا بیشترین تاثیر منفی را روی کسب و کارها در سال ۹۸ گذاشته است. گرانی و رکود اقتصادی، و آنچه که به طور کلی اتفاقات بد و افسرده‌کننده عمومی خوانده شده، در مقام‌های بعدی قرار گرفتند.

دلیل اول پیرنگ بودن اثر کرونا به خاطر لغو شدن نمایشگاه‌ها و برنامه‌های فروش حضوری اسفند ماه بود که برای کسب و کارهای خرد از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند.

۱ - براساس تعریف وزارت‌خانه‌های صنعت، معدن، تجارت و کشاورزی، واحدهایی با کمتر از ۵۰ نفر کارگر واحدهای کوچک و متوسط هستند، مرکز آمار ایران واحدهایی با کمتر از ۱۰ نفر کارگر را به عنوان کوچک لحاظ می‌کند و وزارت تعاون بر حسب مورد از یکی از این دو تعریف استفاده کرده است. حتی گروهی مانند گوجینو با ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفر عضو نیز همچنان یک کسب و کار خرد است، چون تولیدکنندگان به شکل منفرد و در خانه‌های خود کار می‌کنند و تنها در مرحله‌ای از کار مانند خرید مواد اولیه یا فروش به هم کمک می‌کنند.

غم بیرون آمد؟ چون این بار فقط غم من و زندگی من نیست، درد جامعه است. قطعی اینترنت، فاجعه ۷۵۲ و دوران قرنطینه مسلما بر فعالیت من اثر منفی جبران ناپذیری داشتند.»

سخت بودن فعال کردن رمز پویا، و در مرحله بعد سخت بودن استفاده از آن هم، جزو مشکلات عجیب پایان سال گذشته بود که در سال جدید هم ادامه پیدا کرده است. در واقع با وجود تمام نگرانی‌های مربوط به کرونا هنوز عده بسیاری با این مشکل دست به گریبانند و برای خرید اینترنتی هم مجبور به استفاده از دستگاه‌های خودپرداز هستند.

اما مسائل مرتبط با گرانی، رکود اقتصادی و وضعیت اینترنت، مسائلی مختص به سال ۹۸ نیستند، و تولیدکنندگان آنها را حداقل در سال ۹۷ نیز با شدت زیاد تجربه کرده‌اند. تولیدکنندگان همکار ما طیف متنوعی از مسائل مختلف را به عنوان موانع بر سر راه بقا و رشد کسب و کارشان ذکر کردند.

### موانع بر سر راه کسب و کارها

موانع بر سر راه کسب و کار	
تعداد افراد ابرازکننده	
موانع فردی و شخصی	
۳	بیماری خود تولیدکننده
۳	آسیب دیدن دست/گردن/انگشتان بر اثر کار
۱	کم‌سواد
موانع مرتبط با خانواده	
۴	داشتن نوزاد یا کودک کم‌سن
۱	مخلوط شدن مرزهای کار و کار خانگی
۱	بیماری اطرافیان/ فوت کسی از نزدیکان

جدول شماره دو: موانع بر سر راه کسب و کارها

موانع بر سر راه کسب و کار	
تعداد افراد ابرازکننده	
موانع مرتبط با وضعیت اقتصادی	
۱۱	گرانی مواد اولیه
۵	افزایش تورم و کم شدن خریدهای مردم
۳	کمبود و پیدا نشدن مواد اولیه
۲	کاهش کیفیت مواد اولیه
۲	گران شدن اجاره‌ها
۲	گران شدن هزینه حمل و نقل و ارسال
۲	لغو شدن سفارش‌ها و خریدها از طرف فروشگاه‌ها و شرکت‌ها و به دلیل شرایط اقتصادی و کرونا
۱	گران بودن ابزار کار و در دسترس همه اعضای گروه نبودن
موانع فرهنگی-اقتصادی	
۱۱	نداشتن محل ثابت و مناسب، کمبود فضا
۱	نداشتن گوشی هوشمند
۱	ترجیح به فروش عمده و خیلی ارزان، برای سریع‌تر رسیدن به پول
موانع فرهنگی-اجتماعی	
۱	علاقه مردم به مُد روز و کارهای وارداتی، نه کارهای دستساز
۱	رقابت درون خود جامعه محلی و انجام ندادن کار گروهی برای فروش
۱	ایجاد محدودیت در دسترسی به بازار از سوی همسران

جدول شماره دو: موانع بر سر راه کسب و کارها



اما رد پای تورم و کاهش قدرت خرید را در بخش‌های دیگر مرتبط با کسب و کار هم می‌توانیم به روشنی ببینیم. اوایل شروع کار ما زنان بسیاری چند ماه پس از شروع به کار با پس‌اندازشان می‌توانستند یک موبایل هوشمند برای خود بخرند. موبایل هوشمند با دادن دو امکان استفاده از اینترنت و عکاسی از محصولات، ابزار بسیار مهمی برای این زنان محسوب می‌شد. دستادست بر پایه استفاده

از این موقعیت توانست شبکه همکاران خود را در روستاهای کشور نیز گسترش بدهد. اما متأسفانه در حال حاضر با شرایطی روبرو هستیم که نه تنها امکان همکاری با مناطق دور از مرکز بسیار محدودتر شده است، بلکه عده زیادی از تولیدکنندگان خرد-حتی از طبقه متوسط و در شهرهای بزرگ- در صورتی که موبایل‌شان آسیب ببیند با یک مشکل جدی روبرو می‌شوند و ماه‌ها (شاید هم خیلی بیشتر) طول می‌کشد که بتوانند دستگاه جدیدی بخرند. زنان زیادی طی چند سال گذشته با استفاده از موبایل و شبکه‌های اجتماعی، کسب و کارهای کوچک و خانگی‌ای راه انداخته بودند، اما در حال حاضر این روند حالت معکوس به خود گرفته است. در ایجاد این حرکت معکوس وضعیت و قیمت اینترنت نیز موثر است.

اما چرا وضعیت اینترنت تا این حد بر روی کسب و کارهای خرد و به ویژه کسب و کارهای زنان تاثیرگذار است؟ چند دلیل برای این مسئله می‌توان برشمرد. اول اینکه زنان معمولاً کار را در اندازه بسیار کوچک و با بودجه بسیار کم شروع می‌کنند، با توجه به هزینه‌های سرسام‌آور اجاره محل برای کارگاه که این اجاره را حتی برای کسب و کارهای با سابقه مشکل کرده است، کار در خانه اولین و اصلی‌ترین گزینه برای کار زنان در این عرصه است. برای عرضه محصولات تولید شده گزینه‌های زیادی پیش روی این افراد وجود ندارد، یا باید از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند، یا به انواع فروشگاه‌ها و... سر بزنند و به دنبال جایی باشند که حاضر باشد کار آنها را به شکل امانی عرضه کند. گزینه دوم معمولاً برای افراد در روستاها در دسترس نیست، چون تنوع فروشگاه‌های چندانی در کار نیست. و چه در شهر و چه در روستا، به طور کلی عرف و محدودیت‌های مبتنی بر جنسیت در ترکیب با قومیت و حتی ملیت، از میزان عاملیت زنان در این زمینه می‌کاهند. وجود محدودیت برای رفتن به بازار (به ویژه اگر در جایی به جز محل زندگی باشد)، یا قبیح دانستن گفتگوی طولانی و مذاکره با مردان صاحبان فروشگاه‌ها، نبودن اعتمادبه‌نفس کافی در زنان برای عرضه محصول‌شان و... همگی جزو مسائلی هستند که باعث می‌شوند گزینه اول بسیاری از زنان

موانع بر سر راه کسب و کار	
تعداد افراد ابرازکننده	
موانع حاکمیتی و موانع زیرساختی	
۳	وضعیت اینترنت
۳	عدم دسترسی راحت به پست
۲	مشکل در فروش به خارج
۱	از بین رفتن منابع طبیعی منبع مواد اولیه (در تولید محصولاتی مثل حمیر) به دلیل واگذاری منابع طبیعی یا تغییر کاربری آن
۱	عدم دسترسی به آموزش‌هایی درباره استفاده از اینترنت یا طراحی محصولات جدید
موانع موجود در بازار	
۳	سهم کم از درآمد در کار با سایت‌های دیگر، شرکت‌ها، گالری‌ها و غیره
۱	عدم دسترسی به بازارهای دورتر و بزرگتر
۱	وابسته بودن فروش حضوری به فصل و گردشگری

جدول شماره دو: موانع بر سر راه کسب و کارها

در وضعیت اقتصادی‌ای که اکثریت مردم درآمدهایشان متناسب با تورم افزایش پیدا نمی‌کند، ولی تورم هزینه مایحتاج زندگی آنها را هر روز افزایش می‌دهد، طبیعتاً اولویت‌بندی خریدها تغییر می‌کند. کسانی هم که همچنان علاقه و توان خرید این محصولات را دارند به دلیل گرانی و تورمی که در بخش مواد اولیه و حمل و نقل رخ داده از حجم خرید خود می‌کاهند. ناهید مهموم، سازنده صابون دست‌ساز، تجربه کار خودشان را این‌طور توضیح می‌دهد:

«... قدرت خرید پایین می‌آید و گروه مخاطب ما کوچکتر می‌شود. اگر قبلاً متوسط رو به بالا بوده الان متوسط هم آرام آرام از دایره مشتری‌های ما محو می‌شود و ما برای کنترل این از سودمان کمی کم می‌کنیم که بتوانیم قیمت محصولاتمان را ثابت نگه داریم. که این کار تا یک جایی جواب می‌دهد. از یک جایی به بعد فقط سر به سر می‌شود و ما فقط می‌خواهیم دوام بیاوریم و سودی عایدمان نمی‌شود.»

ما در تجربه سازمانی خودمان در سال ۹۷ با تعطیلی چندین کسب و کار کوچک همکار مواجه بودیم، چون هزینه تمام شده محصولاتشان به حدی بالا رفته بود که تقاضا برای آن محصولات کسبش قیمت نهایی را نداشت. در واقع قسمت بزرگی از تولیدات محصولات دست‌ساز، کارهایی تزیینی و بدون کاربرد ضروری در زندگی امروزه ما هستند، و در نتیجه کسبش افزایش قیمت زیادی را ندارند.

برای عرضه کارهایشان در وهله اول اینترنت باشد<sup>۲</sup>. به همین دلیل وضعیت اینترنت و وضعیت ارسال و هزینه‌های ارسال از اهمیت زیادی برخوردارند.

افزایش هزینه‌های پست، و بعد گرانی بنزین و افزایش هزینه‌های پیک و مابقی روش‌های ارسال از تی‌پاکس گرفته تا باربری، اثر منفی روی خرید اینترنتی گذاشت. حتی بعد از اپیدمی کرونا و افزایش خریدهای اینترنتی، باز هم خرید مردم هرچه بیشتر به سمت فروشگاه‌های بزرگ گرایش پیدا کرد تا برای خرید انواع محصول یک هزینه پست پرداخت کنند (یا با یکی کردن خریدهایشان و افزایش رقم خرید، در ظاهر هیچ هزینه‌ای برای ارسال نپردازند). متأسفانه اجبار تولیدکنندگان به استفاده از پست پیش‌تاز (یعنی پست گران‌تر) در بسیاری از دفاتر پیشخوان دولت و عدم دسترسی آسان به پست در مناطق روستایی، مزید بر علتند.

میان این موانع، مسائلی به چشم می‌خورند که خاص زنانند. به عنوان نمونه تولد فرزند در بسیاری از موارد باعث لااقل یک سال فاصله گرفتن از کار برای زنان می‌شود یا کار کردن را برایشان بسیار سخت می‌کند که نتیجه معمولاً از دست رفتن مخاطبان و مشتری‌هایی است که به سختی جمع شده‌اند. از سوی دیگر زنان تأکید زیادی بر اهمیت محل کار هم دارند، یکی از دلایل مهم این تأکید، درهم آمیختن مرزهای کار مزدی و خانگی است. لاله دیلمی، تولیدکننده عروسک و کیسه پارچه‌ای تجربه‌اش از این قرار است:

«وقتی تایم کاری‌ات داخل منزل باشد، چون من یک دختر کوچک دارم، هماهنگی این دو با هم، سختی خاص خودش را دارد. حد و حدود کارت مشخص نیست، با این حال انجام می‌دهم. ولی خب اگر فضایی جداگانه باشد و بیرون از فضای منزل باشد بهتر است.»

گرچه اکثر زنان شاغل نیز با این مشکل روبرو هستند که چطور بین کار خانگی و کار مزدی تعادل برقرار کرده و بتوانند به همه انتظارات درباره انجام کار خوب، مادری خوب، خانه‌داری خوب، جامه عمل بپوشانند، مسئله برای زنانی که در خانه کار می‌کنند بسیار سخت‌تر است. حضور فیزیکی مستمر در خانه باعث می‌شود انتظارات بقیه اعضای خانواده از آنها به واسطه ساعات عدم حضور تعدیل نشود و حتی خودشان هم از خودشان انتظاراتی فراتر از توان داشته باشند.

### راه برون‌رفت چیست؟

اما تولیدکنندگان خود چه راه‌هایی برای حل این مشکلات تا حد ممکن پیشنهاد می‌کنند؟ واقعیت تلخی که همه می‌دانیم این است که کمک به کسب و کارهای خرد و کوچک و به ویژه کسب و کارهای زنان تا اندازه زیادی وابسته به تصمیمات دولت و حاکمیت و وضعیت کلی اقتصادی است. اما این عرصه خارج از دسترس تولیدکنندگان است و اکثراً حتی اگر آرزوها و نیازهای خود را در این ساحت نیز بیان کنند توام با ناامیدی است و به دنبال راه‌هایی هستند که خود بتوانند درباره‌شان کاری بکنند. این مسئله در عین اینکه منفی و نشانه فاصله

<sup>۲</sup> مسئله برای زنان افغانستانی حتی از این هم پیچیده‌تر است. متأسفانه ما قادر به مصاحبه با همکاران افغانستانی دستادست نشدیم، اما به طور کلی این گروه عاملیت کمتری برای تغییر دارند، چون نه تنها تحت فشار تبعیض‌های مبتنی بر جنسیت و عرف قومی خود هستند، از نظر قانونی برای خریدن موبایل دچار مشکلند، یا کار آنها در بسیاری از مشاغل قانونی نیست.

عملی شده یا نه	راه‌حل‌های پیشنهادی
راه‌حلهایی که به دنبال دریافت کمک بیرونی هستند	
پیشنهاد شده از طرف: ۳ نفر عملی نشده	ارائه محل ثابت و برگزاری نمایشگاه‌های منظم در محل‌های خوب شهر از طرف نهادهای دولتی یا شهرداری
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	کنترل تورم از سوی حاکمیت
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	ایجاد امکاناتی برای فروش مواد اولیه ارزان و مرغوب به تولیدکنندگان خرد
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	حمایت وزارت صنعت و معدن از تولید پارچه و نخ با کیفیت داخلی و با قیمت ارزان
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	ارائه بیمه برای کسب و کارهای خانگی
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	تقویت نهادهای مردمی و مشارکت‌محور از سوی دولت برای کمک به کسب و کارهای خرد
راه‌حل‌های معطوف به عمل جمعی	
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	تشکیل تعاونی تولیدکنندگان هم‌صنف
راه‌حلهایی که خود تولیدکننده باید عملی کند	
پیشنهاد شده از طرف: ۶ نفر عملی شده از طرف: ۳ نفر	تلاش برای افزایش مهارت و دانش، خلاقیت و به روز کردن محصولات
پیشنهاد شده از طرف: ۵ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	تبلیغات و ارائه بیشتر
پیشنهاد شده از طرف: ۳ نفر عملی شده از طرف: ۳ نفر	کم کردن دستمزد خودمان
پیشنهاد شده از طرف: ۳ نفر عملی نشده	استفاده بیشتر از فضای مجازی
پیشنهاد شده از طرف: ۳ نفر عملی شده از طرف: ۳ نفر	اضافه کردن محصولات خوراکی
پیشنهاد شده از طرف: ۲ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	خرید عمده مواد اولیه
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	تولید محصولات ارزان‌تر
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر در حال آزمایش	استفاده از مواد اولیه دورریز یا بازیافتی
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	آموزش مهارت خودم از طریق ویدئوهای ضبط شده
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر در حال آزمایش	باز کردن مغازه
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	اجاره خانه در محله‌های ارزاتر که بتوان اتاق اضافه برای کار داشت
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی نشده	شناخت نیازهای بازار
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	دادن وام اضطراری به وسیله صندوق وام‌های خرد خود گروه
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر در حال آزمایش	عکاسی بهتر و حرفه‌ای
پیشنهاد شده از طرف: ۱ نفر عملی شده از طرف: ۱ نفر	جستجوی راه‌های متفاوت فروش

جدول شماره سه: راه‌حل‌ها



می‌فروشند... یعنی بازار اصلی آنها نباید در گیلان باشد و آنها مهم‌ترین مشکلشان همین بحث رفت و آمد هست. اکثراً ماشین ندارند یا رانندگی نمی‌کنند یا ماشین دست همسران‌شان هست... یعنی حتی در مسیرهای کوتاه هم راحت نیستند.»

در واقع یکی از دلایلی که دستادست شروع به فعالیت کرد تلاش برای ایجاد فرصت‌های برابر برای تولیدکنندگان به‌حاشیه‌رانده‌شده<sup>۳</sup> بود. اما برای تولیدکنندگان خرد دیگر که در چنین شرایط حادی نبوده و شرایط بهتری داشته باشند نیز معمولاً مسئله بازار و تبلیغات اهمیت بیشتری نسبت به سایر عوامل دارا است.

ما سال گذشته طی یک نظرسنجی ساده در اینستاگرام دستادست از زنان صاحب کسب و کارهای خرد در این باره سوال کردیم و اکثریت بازاریابی، و بازار را مهم‌ترین مسئله خود می‌دانستند. معمولاً تجربیات تولیدکنندگان برای بزرگ کردن بازارشان در فضای غیرمجازی چندان مثبت نبوده است. بسیاری از آنها از کار کردن با فروشگاه‌ها یا گالری‌های دیگر به دلیل درصد سود بالا راضی نبودند و البته عده زیادی از افراد به چنین محل‌هایی دسترسی هم ندارند. تبلیغات نیز چه در فضای مجازی و چه غیر مجازی، معمولاً بسیار گران‌تر از آن است که اکثریت بتوانند از آن استفاده کنند. بزرگ شدن بازار در فضای مجازی نیز آسان نیست. علاوه بر مسئله تبلیغات، عکاسی، آشنایی با ساختار هر شبکه اجتماعی، و مسائل ریز و درشت بسیار دیگری در کارند تا بتوان از فضای مجازی نیز به بهترین شکل استفاده کرد.

اهمیت یادگیری و آموزش گرفتن در حیطه کسب و کار چیزی است که عموماً مغفول مانده و از سوی صاحبان کسب و کارهای خرد اهمیت زیادی به آن داده نمی‌شود. نتیجه، به ویژه در شرایطی مشابه شرایط اقتصادی فعلی ما، رشد نکردن کسب و کارها و حتی تعطیلی آنهاست. البته مسئله دسترسی به آموزش مناسب هم، مسئله بسیار مهمی است. معمولاً آموزش‌های مناسب و با زبان ساده و قابل فهم در حیطه مسائل مرتبط با اداره یک کسب و کار کوچک وجود ندارد، ارائه آموزش منحصر به تهران است و تقریباً همیشه بر اساس شرایط نزدیک به ایده‌آل و برای کسب و کارهای متوسط و بزرگ طراحی شده است. حتی ممکن است مطالب با شرایط ایران در تناسب نباشند و تنها ترجمه‌ای از آموزش‌های خارجی به دست بدهند. همچنین مسئله عدم دسترسی همگانی به اینترنت پرسرعت و ابزار استفاده از آن، مانع مهمی در گسترش دسترس‌پذیری به آموزش‌های آنلاین رایگان یا ارزان<sup>۴</sup> محسوب می‌شود.

تیم دستادست از سال ۹۷، در تمام محتواهای آموزشی و مشاوره‌هایی که به تولیدکنندگان همکار خود ارائه کرد توصیه به ایجاد تغییر در محصولات، متناسب با شرایط جدید اقتصادی و شرایط جدید بازار کرد. اما این اتفاق در بخش بزرگی رخ نداد و در بخش دیگر نیز بسیار کند و آهسته جلو رفت. یکی از مهمترین دلایل این مسئله همان عدم دسترسی مناسب به بازار است. تجربه بلاواسطه

۳ یکی از اصول تجارت عادلانه نیز هست.

۴ مانند بسته‌های آموزشی خود دستادست.



بین مردم و حاکمیت است، مثبت نیز هست و نشانه مهمی در مسیر حرکت به سوی عاملیت و قدرتمند شدن افراد در زمینه فردی و کاری است. اگرچه بسیاری از گروه‌ها قادر به حرکت از فکر به عمل نبوده‌اند، اما مسیر طی شده تا به اینجای کار مسیر درستی بوده است که به راه‌حلی که خود بتوانند به آن جامه عمل بپوشانند فکر می‌کنند.

راه‌حلی‌های ذکر شده توسط تولیدکنندگان را می‌توان به دو گروه کلی و بزرگ تقسیم کرد. گروه اول تمام راه‌هایی را در برمی‌گیرد که به بزرگ شدن بازار فروش منجر می‌شوند، از تبلیغات گرفته تا عکاسی و فروش از طریق گالری‌ها و فروشگاه‌های دیگر. گروه دوم شامل تمام آن راه‌حلی‌هایی است که ناظر به خود محصولات تولیدی و ایجاد تغییر در این زمینه‌اند. فراوانی راه‌حلی‌های مربوط به دسته اول بسیار بیشترند و در عمل و براساس تجربه نیز ما دیده‌ایم که معمولاً این بخش از کار، در دید تولیدکنندگان اهمیت بسیار بزرگ‌تری دارد. یکی از دلایل این مسئله در گروه‌های همکار ما این است که اکثر آنها متعلق به گروه‌های «به‌حاشیه‌رانده‌شده» جامعه هستند، این یعنی دسترسی این افراد به بازار به آن راحتی که ما گمان می‌کنیم نیست. می‌توان گفت این افراد معمولاً در محل تقاطع چندین محرومیت و مشکل قرار دارند، محرومیت به خاطر مکان جغرافیایی زندگی (هم در درون یک شهر، و هم در نسبت شهرها و روستاها به همدیگر)، محدودیت‌های عرفی و مرتبط با جنسیت (اضافه کنید کلیشه‌های جنسیتی موجود در بازار کار را)، محرومیت به خاطر مهاجر بودن یا دارای معلولیت بودن، محرومیت‌های آموزشی و محرومیت‌های اقتصادی. برای مثال زنان حصیرباف در گیلان با وجود نزدیک بودن فاصله شهر و روستا در این استان همچنان با این مشکل درگیرند:

«اگر بروید در روستا اینجا کلی مغازه حصیرفروشی هست و نمی‌توانند از یک قیمتی بیشتر بفروشند چون روی دستشان می‌ماند. چون آنها به بازار اصلی دسترسی ندارند و دارند در روستا



کمک‌های دریافتی	تعداد برخورداران از مجموع ۲۰ پاسخگو
هیچ	۱۶
کانون پرورشی فکری کودکان در زمینه ثبات عروسک‌ها و برگزاری نمایشگاه	۱
تشکیل صندوق و دریافت وام برای گروه با حمایت جهاد کشاورزی و صندوق کارآفرینی امید	۱
بنیاد کارآفرینی زنان و جوانان	۱
برگزاری کلاس به وسیله صنایع دستی و فنی حرفه‌ای	۱
دریافت کمک از کمیته امداد و بهزیستی	۱
در اختیار گرفتن فضای بازسازی شده به وسیله میراث فرهنگی در روستا برای فروش	۱
مجموعاً ۱ فرد و ۳ گروه کمک یا کمک‌هایی دریافت کرده بودند	

جدول شماره چهار: حمایت و یا کمک دریافت شده از سازمان‌های دولتی و غیردولتی به جز دستادست.

«با پشتکاری که داشتیم، هدفی که داشتیم، همین احیای قنات‌ها، این باعث شد که حضور زن‌ها در جامعه پررنگ‌تر بشود و زن‌ها حق تصمیم داشته باشند. زن‌ها و مردها در کنار هم تصمیم بگیرند. این خیلی مهم بود. این که با صنایع دستی توانستیم به قنات‌های منطقه کمک کنیم. این باعث شد که زن‌ها توی جامعه حضور پیدا کنند. از روستا بیرون بروند. جاهای دیگر بروند، سفر بروند، نمایشگاه‌ها بروند. صنایع دستی‌ای که تولید می‌کنند پول‌شان برمی‌گردد به صندوق، هم زن‌ها حال‌شان خوب می‌شود، هم مردها که حال قنات‌ها خوب شده، این خودش باعث شده که حضور زن در جامعه پررنگ بشود. هم زن مستقل شد و هم وقتی مستقل شد خواه یا ناخواه در خانواده نقشش پررنگ‌تر شد. زنی که از نظر اقتصادی خوب باشد، حتی در خانواده‌اش هم نقش‌اش پررنگ‌تر می‌شود. این چیزی بود که ما با چشم دیدیم، لمسش کردم. این خیلی خوب بود.»

می‌تواند دانشی عینی‌تر در اختیار این افراد بگذارد که در دسترس ندارند. اگرچه دستادست سعی می‌کند این مشکل را با ارائه گزارش به تولیدکنندگان حل کند، اما دو مشکل مهم دیگر جلوی اثربخشی این گزارش‌ها را گرفته و می‌گیرند. اولین مسئله یاس و افسردگی است. وقتی مشکلاتی که افراد با آنها دست و پنجه نرم می‌کنند از حدی بزرگ‌تر می‌شوند، آنها حس می‌کنند توان و امکان ایجاد هیچ تغییری در وضعیت را ندارند، در نتیجه حتی همان اولین قدم را هم برنمی‌دارند. دومین مسئله به توان مالی افراد بازمی‌گردد. ساختن محصول جدید فرآیندی آسان نیست و معمولاً با آزمون و خطا جلو می‌رود. گذاشتن هزینه برای آزمون و خطا در توان بخشی از گروه‌ها نیست، و برای بخش دیگر نیز توان با استرس و نگرانی آن چنان زیادی است که با اولین شکست عقب می‌کشند. به عنوان مثال نماینده گروه خانه هدی، پشت گاراژها می‌گوید:

«خانم‌های گروه ما بدسرپرست یا بی‌سرپرست هستند. مشکل این است که اگر بخواهیم کار جدید تولید کنیم خانم‌ها پول ندارند. سعی کردیم با کمک خیرین تا جایی که می‌شود برایشان امکانات را فراهم کنیم. ولی باز هم چون تعداد اعضای گروه بالاست نمی‌توانیم این خدمات را به همه ارائه کنیم.»

در نتیجه تنها ارائه آموزش به این گروه‌ها، آن چنان که دستادست انجام می‌دهد، چاره کار نیست. تامین منابع مالی برای کمک به خرید مواد اولیه‌ای که دست این گروه‌ها را برای اندکی آزمون و خطا باز بگذارد مسئله بسیار مهمی محسوب می‌شود.

در اینجا باید این نکته را اضافه کنیم که هرچا گروه‌هایی توانسته‌اند از نهادهای دولتی یا غیردولتی کمک‌هایی کاربردی دریافت کنند، معمولاً اثرات بسیار قابل توجهی روی رشد کار و گروه‌شان داشته است. به عنوان مثال گروه گوجینو محل ثابتی برای فروش به دست آورده یا گروه خانه هدی، پشت گاراژها، توانسته سفارش تولید از شرکت‌های بزرگ بگیرد، اما اکثریت قادر به استفاده از هیچ کمکی نشده‌اند.

طوفانی که در حال حاضر کسب و کارهای خرد را احاطه کرده است، طوفان عجیبی است. ملغمه‌ای از بیماری‌ای که نمی‌دانیم کی قادر به غلبه بر آن خواهیم بود، در ترکیب با وضعیت اقتصادی کلی کشور که چندان امیدوارکننده به نظر نمی‌رسد، و بدتر از همه صدایی که از اقتصاد جهانی به گوش می‌رسد و از آغاز یک دوره رکود بزرگ سخن می‌گوید. زنده نگاه داشتن کسب و کارهای خرد و به ویژه کسب و کارهای خرد زنان، از اهمیت زیادی برخوردار است، نه تنها به دلیل وابستگی تامین معیشت خانواده‌ها، بلکه به این دلیل که زنان بسیاری با کار کردن و کسب درآمد، حتی در اندازه کم، عاملیت و اثرگذاری بیشتری در زندگی خودشان پیدا کرده و در حال ایجاد تغییر و بهبود در زندگی خود، کودکان‌شان و کل خانواده بودند. با مرور تجربه گروه گوجینو در این زمینه مقاله را به پایان می‌بریم و امیدواریم از دل گفتگو درباره این مشکلات راه‌حلی‌هایی نوآورانه خلق شوند:

(مصاحبه‌ها توسط فاطمه امیری، لیلا زمانی، مژده عظیمی و فروغ عزیزی انجام شده‌اند.)



بیشتر وارد قضیه شد و کمک‌مان کرد. این‌طوری که بسته‌بندی و ارسال را مادرم انجام داد که حالا بعدتر پدرم هم آمد کمک‌دست مادرم و کارهای جانبی را این‌جوری انجام می‌دادند. الان من تهران نیستم و کارهای مادرم بیشتر شده و همین‌طور به اداره پست رفتن‌ها که بابا انجام می‌دهد. الان به خاطر مشکل کرونا پدرم از ترس بیماری دیگر کمک مادرم نیست.

### چه اتفاقاتی می‌توانند چه در زندگی شخصی و چه عمومی مشکلاتی برای کار شما ایجاد کنند؟

پارسال که نرخ خانه‌ها خیلی تغییر کرد ما مجبور شدیم از خانه‌ای که در اندیشه عباس‌آباد می‌نشستیم بلند شویم. مثلا یک اتاق خیلی بزرگ ۱۶

متری را تبدیل به کارگاه کرده بودیم. بزرگ‌ترین جای خانه را به کارگاه تبدیل کرده بودیم. این کار به هر حال اسانس دارد و بو در ساختمان می‌پیچید و سخت بود. ساختمان قدیمی بود و آسانسور نداشت. آن دبه‌های ۲۰ کیلویی را از پله‌ها می‌کشیدیم بالا و دست و پایمان کنده می‌شد.

از آنجا که بلند شدیم، نمی‌توانستیم در همان محله دوباره خانه بگیریم. مجبور شدیم از آنجا به محلاتی (بزرگراه محلاتی)، بازار گل و آن سمت‌ها برویم. خب این محصول را کسانی از طبقه متوسط و متوسط رو به بالا، استفاده می‌کنند و برای کسی که در اولیه‌های زندگی مانده، موضوعیتی ندارد. ما از جای قبلی خیلی راحت می‌توانستیم پیک بگیریم و هزینه پیک معقول بود. هم هزینه پیک‌ها رفت بالا و هم ما آن قدر از جامعه مخاطب‌مان دور شدیم که دیگر به ندرت و فقط برای یک‌سری مشتری‌های ثابت که به صورت خاص و عجله‌ای صابون می‌خواهند و برایشان قضیه پیک مهم نیست، ارسال داریم و گرنه همه را پست می‌کنیم.

خانه‌ای که پدر و مادرم منتقل شدند به آنجا و کارگاه ما هم آنجاست یک خانه دربست و قدیمی که البته فرسوده نیست. همچنین خانه‌ای را گرفتیم که حیاط دارد و دو طبقه است تا ما هر وقت که جنسی را می‌آوریم بتوانیم پایین بگذاریم و بعد برداریم و انتقال بدهیم و در وسط فضای عمومی خانه نماند. راه‌پله و خریشته می‌تواند کار انبار را انجام بدهد. اما با همه این احوال، آنجا برای ما جای کافی نیست. ما فضا برای خشک کردن محصول‌مان می‌خواهیم و آنها نمی‌توانند مستقیم بسته‌بندی و در کارتن قرار بگیرند. این نیست که دست و بالمان خیلی باز باشد ولی باز بهتر از جای قبلی شده. این امکانات و چیزی که ما داریم راه می‌آییم به خاطر این است که خرید و فروش و حجم تولید هم ثابت

ما برای نوشتن مقاله اصلی این شماره با تعداد زیادی از تولیدکنندگان همکار دست‌دست مصاحبه کرده‌ایم. چند تایی را از بین تمام مصاحبه‌های انجام شده برای انتشار در این شماره انتخاب کردیم. آنهایی که نشان‌دهنده تنوع و گوناگونی تولیدکنندگان خرد و مسائلی باشند که برای حل آنها می‌کوشند، یا شاید نگاه جالب و متفاوتی به کار دست به همه ما عرضه کنند.

### مصاحبه با ناهید مهموم (تولیدکننده صابون)

#### مصاحبه‌گر فاطمه امیری

### خیلی کوتاه کسب و کارتان، و اگر گروه هستید گروه‌تان را برای خوانندگان ما معرفی کنید. چند نفرید، از چه سالی شروع به کار کردید و چه می‌سازید؟

این کار سال ۹۶ شروع شد. از چند سال قبل پیش آمده بود که دوستانمان برای سوغات صابون دست‌ساز آورده بودند. آخرین بار یکی از دوستان خواهرم، زهره برایش صابون دست‌ساز آورد و زهره تصمیم گرفت که از آنها درست کند. رفت یک سری مواد خرید ولی از آنجایی که فکر می‌کند هر کاری را می‌شود یک‌هویی شروع کرد، شروع کرد و نتیجه‌ای نگرفت تا اینکه با هم نشستیم به خواندن و ترجمه کردن و یک عالمه دستوره‌های مختلف نگاه کردیم... شیوه‌های ساخت و تنظیم فرمول‌ها. شروع کردیم به ساختن. اولش حتی خیلی مطمئن نبودیم که قرار است جواب خاصی بگیریم و از آنجایی که نمی‌شد همان موقع تست‌شان بکنیم، باید صبر می‌کردیم تا یک ماه و سر یک ماه دیدیم که محصول خوبی ساختیم. Ph اش را اندازه گرفتیم، Ph اش خیلی مناسب بود برای پوست. خودمان و اطرافیان‌مان تست کردند تا اینکه مطمئن شدیم و شروع کردیم این بار خیلی جدی‌تر و با حجم مواد بیشتر انجام دادن. اول‌ها با قالب‌های خیلی کوچک، می‌ترسیدیم که خراب می‌شود تا اینکه آرام آرام یاد گرفتیم و حجم کار را زیاد کردیم. از صابون یک‌سری چیزهای دیگر هم کنارش آمد. پودرهایی که برای ماسک بود یا لیف‌های طبیعی و ارگانیک از گیاه لوف و یک‌سری اسکراب‌ها. من و خواهرم کار را شروع کردیم و به مرور که به کمک احتیاج داشتیم، مادرم



از بین این واردکننده‌ها. و مهم‌تر از آن قیمت مواد اولیه است که هیچ معیار و مبنایی ندارد. دلار تغییر می‌کند و قیمت مواد اولیه به جای دو برابر شدن مثلا سه برابر چهار برابر می‌شود.

اسانس‌ها دو تا حالت دارد. شما می‌روی اسانس می‌خری به اسم اسانس آزمایشگاهی و از شرکت معتبری می‌گیری. بماند که در بعضی مواقع اسانس آزمایشگاهی را به جای اسانس طبیعی و با قیمت گزاف می‌فروشند. بعد اینکه مثلا برای اسانس طبیعی شرکت در کاشان و کرمان پیدا کردیم که اسانس‌گیری می‌کنند. هیچ میلی ندارند که در اندازه خرد با تولیدکننده‌های کوچک کار کنند، یعنی هیچ جایی نیست

که با قیمت عادلانه بخواهد با تولیدکننده‌های خرد همکاری کند. اولاً که کمتر از یک لیتر نمی‌دهند. اسانسی که پنج لیترش برای یک سال ما کفاف می‌دهد زیر ۲۵ کیلویی ندارند. آنهایی که دارند، قیمت خرد را آن قدر عجیب محاسبه می‌کنند که پشیمان بشوی. این تقریباً گران‌ترین ماده‌ای هست که باید استفاده کنیم. من ترجیح می‌دهم با تنوع استفاده کنم. نه اینکه بروم یک کیلو اسانس هل بخرم ۱۰ میلیون تومان و در همه چیز استفاده کنم. ما یک جایی را پیدا کرده بودیم که خردش هم قابل قبول بود آن قدر هر بار زیادتر می‌شود که آدم پشیمان می‌شود. به همین دلیل این فروشنده‌های مواد اولیه امکان اینکه در کار تنوع بدهی و هر بار محصول جدید به مخاطب ارائه بدهی را سلب می‌کنند. فقط هم در این محصول نیست. در هر چیزی که من وارد می‌شوم در دسر بزرگی با مواد اولیه بی‌نام و نشان دارم. یعنی شما اگر یک چیزی را می‌خواهی باید ۱۰ چیز را تست کنی تا یک چیز پیدا کنی نزدیک به خواسته‌ات. چون لابراتوار که نداری که ماده‌ای را آزمایش کنی پس مجبوری با تست کردن به نتیجه برسی.

### چه اتفاقاتی می‌توانند مشکلاتی برای کار شما ایجاد کنند؟

هر چیزی که کل وضعیت اقتصادی و روانی یک جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد همه ما تاثیر می‌گیریم. وقتی که یک همچین رکود اقتصادی هست من چه انتظاری می‌توانم داشته باشم. وقتی که توانمندتر و ریشه‌دارتر از ما همه الان دچار یک معضلی هستند خب ما اوضاع‌مان حتما بدتر است. وقتی که قیمت ارز این‌طور تغییر می‌کند از مواد اولیه تا قدرت خرید آدم‌ها تغییر می‌کند. همین حالا بیماری باعث می‌شود که پول در جریان کم بشود و باز هم روی فروش تاثیر می‌گذارد. همین احساس ناامنی از اینکه محصولی که به دست‌شان می‌رسد سالم هست یا نه. بی‌خود و بی‌جهت اضطراب خیلی از



مانده و هم می‌توانم بگویم طی یک سال اخیر یک مقدار کم شده یعنی کار رکود داشته و اگر می‌خواست با روند قبلی‌اش پیش برود اینجا هم کفایت نمی‌کرد و باید می‌گشتیم دنبال یک جای مناسب‌تری با یک فضای بیشتری. اگر فضای اقتصادی خوب پیش می‌رفت این کار می‌توانست خودش را تامین کند برای اینکه تبدیل شود به کار مناسب‌تر با یک فضای بهتر ولی همه چیز خلاف تصورمان ثابت و حتی رکود داشت.

### برای انجام کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟

مواد اولیه یک معضل بزرگ

است در هرکاری که در ایران انجام می‌شود. اصل مواد کار ما روغن گیاهیست یا سدیم هیدروکسید و اسانس هست. اسانس دو دسته است. اسانس‌های طبیعی یا اسانس‌های شیمیایی که آن هم شیمیایی بهداشتی است. این وسط تنها چیزی که قابل اعتماد است سدیم هیدروکسید یا سود است چون ماده آزمایشگاهی است. درصدی خلوص دارد و همه چیز مشخص است. همه ما سرشان درگیری داریم. مثلا روغن اولاً که معلوم نیست منبع‌اش کجاست. نمی‌شود روغن خوراکی سوپرلوکس را برای این کار استفاده کرد که شناسنامه دارد و وارداتیست. هر شیشه‌اش مثلا ۲۰۰ هزار تومن است. محصولی که به دست می‌آید به خاطر قیمت‌اش مخاطبی نخواهد داشت یا حداقل در حد توان تبلیغاتی ما نیست که همچین چیزی را بتوانیم بفروشیم. مثلا ما روغن خوراکی اکسترا ویرجین زیتون می‌خریم. منتها این مشکل ماست که در تهران از هر جا روغن باز گرفتیم با محصولش مشکل داشتیم. ما از رشت سفارش می‌دهیم الان من دو ماه و نیم است که درگیر خرید روغن هستم. به خاطر شرایط بیماری قیمت‌ها متزلزل شده و روغن پیدا نمی‌شود. از جایی که اعتماد دارم دو ماه و نیم، سه ماه است که روغن به دست ما نرسیده و هر بار زنگ می‌زنم یا تلفن را جواب نمی‌دهند یا نمی‌فرستد. می‌توانم به هر جای دیگری سفارش بدهم اما این کار را نمی‌کنم. نمی‌خواهم زحمت و هزینه مواد اولیه‌مان هدر برود. بالاخره این اعتمادی که در سه سال جلب شده برایمان اهمیت دارد.

مشکل دیگر روغن‌های وارداتی است چون بین واردکننده‌ها به سختی می‌شود آدم قابل اعتماد پیدا کرد، از روغن کاکائو تا پالم یا روغن نارگیل. باید بگردی



» به جز بازارچه دستادست، یک یا دو جای دیگر به شکل بازارچه شرکت کردیم که درصد معقولی داشتند وگرنه ما نه در ایونت‌ها و نه در بازارچه‌ها، نه در گالری‌ها کارمان را نمی‌گذاریم به خاطر اینکه درصد نامعقولی می‌گیرند.»

## چیزهایی که اصلا ربطی به ماجرا ندارد هم تاثیر می‌گذارد. در سال گذشته کدام یک از این اتفاقات نقش پررنگ‌تری در زندگی کاری شما داشتند؟

قطعا همین رکود اقتصادی. همین اتفاقی که همه را تحت تاثیر قرار داده است. این که قدرت خرید پایین می‌آید و گروه مخاطب ما کوچک‌تر می‌شود. الان طبقه متوسط هم آرام آرام از دایره مشتری‌های ما محو می‌شود و ما برای کنترل این از سودمان کم می‌کنیم که بتوانیم قیمت محصولاتمان را ثابت نگه داریم. این کار تا یک جایی جواب می‌دهد. از یک جایی به بعد فقط سر به سر می‌شود و ما فقط می‌خواهیم دوام بیاوریم و سودی عایدمان نمی‌شود. محصولی داریم که از اول سودش کم نبود ولی به مرور این اتفاق برایش افتاده.

## آیا دولت و سازمان‌های وابسته به حاکمیت یا سازمان‌های غیردولتی، کاری برای مدیریت اوضاع انجام دادند؟

در یک شرایطی به این سوال می‌توان جواب داد که لاقلا ۸۰ درصد آدم‌ها از حداقل‌ها بهره‌مند باشند. من وقتی که می‌بینم نهادهای دولتی تمام تلاش‌شان را می‌کنند که خودشان سرپا بمانند در این اوضاع از لحاظ اقتصادی در یک بن‌بست عظیم هستیم و اگر قرار است سازمان‌های مردم نهاد یا گروه‌های شخصی به چنین چیزی رسیدگی کنند مسائل و معضلات جدی‌تری وجود دارد. الان باید به گروه‌ها و دسته‌هایی کمک کرد که حداقل‌ها را ندارند و برای بقا دارند می‌جنگند.

مگر کسانی که یک سود شخصی‌ای دارند که در حال حاضر هیچ سود شخصی در کمک به بیزنس‌های خرد وجود ندارد تا جایی که اطلاع دارم.

## چطور محصولاتتان را می‌فروشید؟

به جز بازارچه دستادست، یک یا دو جای دیگر به شکل بازارچه شرکت کردیم که درصد معقولی داشتند وگرنه ما نه در ایونت‌ها و نه در بازارچه‌ها، نه در گالری‌ها کارمان را نمی‌گذاریم به خاطر اینکه درصد نامعقولی می‌گیرند. دو حالت دارد در گالری‌ها یا کسی هست که نام و برندی دارد. حالا در حد صابون که می‌توانم بگویم همچین چیزی وجود ندارد و بیشتر در مورد کارهای هنری دارد. گالری‌ها کار را می‌گیرند، قیمت می‌گذارند روش و تا جایی که می‌توانند قیمت را بالا تعیین می‌کنند. در مورد چیزی که قیمتش حد و حدودی دارد و نمی‌شود با قیمت عجیبی فروخت ترجیح می‌دهند روی قیمت قابل فروشش بمانند ولی سودشان را از تولیدکننده تامین کنند، یعنی درصد بالایی را بردارند، بی‌توجه به این که خب این محصول با دیگری فرق دارد. ما این کار را نمی‌کنیم حتی با وجود اینکه اگر این کار را کنیم ممکن است بیشتر شناخته شویم.

## به نظر شما چه اقداماتی می‌توانند باعث بهتر شدن کسب و کار شما شوند؟

تازگی فکر ویژه‌ای نکردیم. این مدت روی سایت‌مان کار می‌کردیم که خب هنوز

بالا نیامده. احتمالا ما روی تبلیغات فضای مجازی‌مان کار کنیم ولی تبلیغات هم در فضای مجازی به یک وضعیتی درآمده که یکسری کار کاذب شکل گرفته که بر اساس بازخوردشان هزینه دریافت نمی‌کنند. ما باید یک مقدار روی تبلیغات‌مان هزینه کنیم که خب فعلا وضعیت‌مان در حالتی نیست که بتوانیم روی تبلیغات انرژی بگذاریم فعلا در حال نگه‌داشتن کیفیت محصولیم. من هیچ ذهنیتی ندارم که بعد چه می‌شود •

## مصاحبه با خانم قنبرزهی نماینده گروه ایران دوچ (تولیدکننده محصولات سوزن‌دوزی)

### مصاحبه‌گر مزده عظیمی

## خیلی کوتاه کسب و کارتان، و اگر گروه هستی گروه‌تان را برای خوانندگان ما معرفی کنید. چند نفرید، از چه سالی شروع به کار کردید و چه می‌سازید؟

اسم گروه ایران دوچ هست و سال ۹۸ این گروه شکل گرفته. قبلا خانم‌های این منطقه به صورت تکی یا گروهی با سازمان‌های مختلف یا گروه‌هایی که کار صنایع دستی انجام می‌دادند همکاری می‌کردند ولی هیچوقت کار منسجم و همیشگی نبوده. با پرس‌وجویی که سال گذشته از افراد انجام شد، خانم یعقوبی به عنوان سرپرست گروه معرفی شد. ایشان حدودا از ۱۰-۱۲ سالگی کار سوزن‌دوزی انجام می‌دهند (حدود ۳۰ سال). ۶ نفر مجموعا به صورت ثابت عضو گروه شدند و کارهایی که در دستادست معرفی شده را آماده می‌کنند. البته در سفارش‌های بالا مثل کوسن‌ها چند نفر دیگر که خانم یعقوبی می‌شناختند اضافه شدند به گروه تا کارها زودتر پیش برود. کارها هم اکثرا سوزن‌دوزی و آینه‌کاری هست.

» مواد اولیه ما ۸۰ درصدش از خارج کشور می‌آید، نخ و پارچه اکثرا از هند و پاکستان وارد می‌شود. چرخ خیاطی هم همه ندارند. اگر گروه بخواهد منسجم کار کند نیاز به کارگاه هست.»



» نوسانات ارز در سه سال اخیر باعث شده قیمت مواد اولیه ۳ برابر بشود. مثلا یک کیلو نخ را سال ۹۵، ۳۵ تومان می‌گرفتیم الان شده کیلویی ۱۰۰ تومان. برای نمایشگاه اسفند هم خیلی برنامه‌ریزی کرده بودیم و امیدوار بودیم فروش خوبی داشته باشیم ولی متاسفانه به خاطر اوضاع بیماری کنسل شد.»

زیورآلات مرواریدی هم درست می‌کنند. برای انجام کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از مواد اولیه تا جای کار تا امکان ارسال، خلاصه هرچیزی که به ذهنتان می‌رسد لازم دارید.

مواد اولیه ما ۸۰ درصدش از خارج کشور می‌آید، نخ و پارچه اکثرا از هند و پاکستان وارد می‌شود. چرخ خیاطی هم همه ندارند. اگر گروه بخواهد منسجم کار کند نیاز به کارگاه هست. خانم یعقوبی که سرگروه هستند وقتی سفارش می‌گیریم به بقیه اعضا در هفته سر می‌زنند. یا شب‌های قبل از ارسال حتما برا هماهنگی‌ها زنگ می‌زنند و خیلی استرس دارند. اگر کارگاهی بود که همه آنجا کار می‌کردند کنترل کیفیت کارها راحت‌تر بود.

### در سال گذشته کدام یک از اتفاقات نقش پررنگ‌تری در زندگی کاری شما داشتند؟

نوسانات ارز در سه سال اخیر باعث شده قیمت مواد اولیه ۳ برابر بشود. مثلا یک کیلو نخ را سال ۹۵، ۳۵ تومان می‌گرفتیم الان شده کیلویی ۱۰۰ تومان. برای نمایشگاه اسفند هم خیلی برنامه‌ریزی کرده بودیم و امیدوار بودیم فروش خوبی داشته باشیم ولی متاسفانه به خاطر اوضاع بیماری کنسل شد و می‌دانیم که استفاده از رمز پویا برای خیلی‌ها امکان‌پذیر نبود و این می‌تواند دلیل این باشد که خیلی فروش اینترنتی هم پایین بیاید.

### برای مدیریت این اتفاقات چه کردید؟



افزایش قیمت مواد اولیه باعث شده قیمت کارها خیلی بیشتر بشود و ما مجبوریم جاهایی دستمزد کمی در نظر بگیریم برای خانم‌ها تا بتوانیم کار را بفروشیم. چون می‌دانیم قدرت خرید هم پایین آمده.

### آیا دولت و سازمان‌های وابسته به حاکمیت یا سازمان‌های غیردولتی، کاری برای مدیریت اوضاع انجام دادند؟

سازمان میراث فرهنگی می‌توانست خیلی کمک کند. پارسال ما نمایشگاه داشتیم که میراث فرهنگی برگزار کرده بود و فروش خوبی هم داشتیم. اما امسال به دلیل مشکلات مالی و کمبود بودجه این نمایشگاه لغو شد. این نمایشگاهی بود که به صورت سراسری و از همه استان‌ها شرکت‌کننده داشت. سازمان صنعت و معدن هم می‌توانست در بخش تامین مواد اولیه کمک کند. اگر می‌شد همان پارچه‌های با کیفیت در داخل کشور و با قیمت کمتری تولید بشود خیلی کمک به حال تولیدکننده‌ها می‌شد. در بخش بازار فروش و بازاریابی هم ما خیلی مشکل داریم. دستادست دارد از کسب و کار ما حمایت می‌کند و خدا را شکر در دو ماه گذشته فروش خوب بوده ولی خانم‌های گروه واقعا از نظر مالی ضعیف هستند و فروش بیشتر به بهبود وضعیت معیشتی آنها کمک می‌کند. در سال گذشته هیچکدام از سازمان‌ها کمکی نکردند مثلا در مورد بازاریابی گفتند به جاهایی در تهران ما را معرفی می‌کنند که نکردند. برگزاری نمایشگاه هم که به خاطر کمبود اعتبارات مالی لغو شد.

### به نظر شما چه اقداماتی می‌توانند باعث بهتر شدن کسب و کار شما بشوند؟

ما را بیشتر به بازار فروش و حتی مزون‌دارها که در زمینه صنایع دستی فعالیت می‌کنند وصل کنند. دستادست را یکی از راهبرها که کار ما را در دفتر تسهیلگری رصد می‌کنند به ما معرفی کردند. امیدواریم بازار فروش این چنینی بیشتر فراهم بشود. یا حتی بازار فروش محصولات در خارج از کشور اگر فراهم بشود خیلی می‌تواند کمک بکند. در مورد داشتن کارگاه برای کار و تولید مواد اولیه در ایران با قیمت کمتر هم که قبلا اشاره کردم •

مصاحبه با فریبا رادی نماینده گروه گوجینو (تولیدکننده کارهای پته‌دوزی)

مصاحبه‌گر فاطمه امیری

**خیلی کوتاه کسب و کارتان، و اگر گروه هستید گروه‌تان را برای خوانندگان ما معرفی کنید. چند نفرید، از چه سالی شروع به کار کردید و چه می‌سازید؟**

اسم گروه ما گوجینو است. سال ۹۳ با شش نفر شروع به فعالیت کردیم. یک سال و نیم کار کردیم بدون اینکه درآمدی برای خودمون برداریم. تجهیزات لازم یک گروه شدن را آماده کردیم. بعد در کنار کارمان، همان افراد به ما یاد دادند چطور باید مستندسازی کنیم. از فعالیت‌هایمان، سختی‌ها، از هدف‌مان و روند کارمان، از همه اینها فیلم گرفتیم و کار صنایع دستی‌مان را هم تولید می‌کردیم. کارمان هم پته‌دوزی، حصیربافی، همین‌طور تولید یک سری عروسک‌های محلی بود.



بعد در یک فضای عمومی مثل حسینیه روستایمان مستند را پخش کردیم و از مردم هم خواسته بودیم که بیایند و مستند ما را ببینند که ما داریم چه کاری را انجام می‌دهیم. بعد از اینکه مردم آمدند و دیدند که ما چه کاری را داریم انجام می‌دهیم و چطوری داریم تلاش

می‌کنیم. بعد کم کم از ۶ نفر، بعد یک هفته دو هفته شدیم ۱۲ نفر، بعد ۲۰ نفر شدند، ۲۲ نفر شدند، بعد از روستاهای مجاور هم خواستند که ما برویم در روستاهایشان کار کنیم. بعد از اینکه شروع به فعالیت کردیم در روستاها و آنها هم مثلا آمدند صنایع دستی‌شان رو احیا کردند و کمتر با واسطه‌ها کار کردند، دیدند سود اصلی توی جیب خودشان می‌رود و از نظر اقتصادی مقداری بهتر شد. تصمیم گرفتیم حالا که داریم یک کاری انجام می‌دهیم، کاری کنیم که منفعت‌اش شامل حال همه بشود. خب زنها سهام‌دار بودند و تصمیم گرفتند از درآمدی که دارند به دست می‌آورند ۱۵ درصد فروش را برای احیا و مرمت قنات‌هایشان بگذارند. از فروشی که به دست می‌آمد کم کم درصدها را می‌گذاشتند. این را یادم رفت بگویم که ما قبل از اینکه شروع به فعالیت کنیم صندوقی برای خودمون تشکیل دادیم با حق عضویت ۲۰ هزار تومان. یعنی ما با ۲۰ تومان شروع به فعالیت کردیم. یعنی اول فکر نمی‌کردیم که خودمان بتوانیم مستقلانه یک کاری انجام بدهیم. باورمان نمی‌شد که با ۱۲۰ تومن بتوانیم یک کاری انجام بدهیم. شاید چون برای خودمان هم مسخره بود. ولی



» تصمیم گرفتیم حالا که داریم یک کاری انجام می‌دهیم، کاری کنیم که منفعت‌اش شامل حال همه بشود. خب زنها سهام‌دار بودند و تصمیم گرفتند از درآمدی که دارند به دست می‌آورند ۱۵ درصد فروش را برای احیا و مرمت قنات‌هایشان بگذارند.»

خب یک مدت که گذشت دیدیم نه واقعا ادم با یک هدف، بلند بشود می‌تواند کار بزرگی انجام بدهد. کم کم که ما داشتیم پیش می‌رفتیم و سال‌ها را پشت سر می‌گذاشتیم، نقش واسطه‌ها خیلی کم‌رنگ‌تر شد. الان مثلا ما با تعداد ۱۵۰ نفر خانم داریم کار می‌کنیم. نزدیک به ۱۰۰ نفرش شاید اصلا با واسطه کار نمی‌کنند. شاید هم اصلا ۱۵۰ نفرش با واسطه کار نکنند. برای خودشان دارند کار می‌کنند. یعنی پته می‌دوزند اگر نمایشگاه باشد، در نمایشگاه می‌فروشند، فروشگاه‌هایی که خودمان داریم یا مثلا دست‌دست برایمان سفارش می‌گیرد.

**برای انجام کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از مواد اولیه تا جای کار تا امکان ارسال.**

گروه ما یک هیئت مدیره دارد، یک حسابدار، یک مسئول خرید دارد، یک مسئول فروش دارد و کسی که ارسال می‌کند. الان مثلا درست است که یک مسئولیت‌هایی به ما سپرده شده اما گروهی کار می‌کنیم. مثلا فلانی نتوانست پست کند منی که می‌توانم بروم شهر محصول را می‌گیرم می‌برم. کار پستی ما مشکل است. چون ما وسیله نقلیه از خودمان نداریم. باید ببینیم چه کسی کرمان یا شهداد می‌رود که محصول‌مان رو ببرد پست.

**چقدر راه است از جایی که هستید تا کرمان یا شهداد؟**

یک ساعت و نیم.

**کجا کار می‌کنید؟ هر کسی خانه‌اش کار می‌کند؟**

آره هر کسی خونه خودش کار می‌کند. قبلا که مثلا گروه‌مان ۵ ساله بود. دور هم جمع می‌شدیم. رفع اشکال می‌کردیم. چیزهایی که من یاد داشتم یاد بچه‌ها می‌دادم یا بچه‌ها یاد داشتن، یاد ما می‌دادن. تا توانستیم همدیگر را تکمیل کنیم و توانستیم یک گروه خوب و قوی بشویم. حالا نمی‌دانم چقدر قوی هستیم... مثلا مادرهایمان کنارمان بودند به ما یاد می‌دادند. بزرگترهایمان حتی بودند، ریش سفیدها بودند. مثلا من خودم برای تولید زیورآلات که

اول فکر نمی‌کردیم که خودمان بتوانیم مستقلانه یک کاری انجام بدهیم. باورمان نمی‌شد که با ۱۲۰ تومن بتوانیم یک کاری انجام بدهیم. شاید چون برای خودمان هم مسخره بود. ولی خب یک مدت که گذشت دیدیم نه واقعا ادم با یک هدف، بلند بشود می‌تواند کار بزرگی انجام بدهد.»

داشتم درست می‌کردم از زنجیر استفاده می‌کردم. زنجیر خودش حساسیت‌زا است. مثلا کسی که استفاده می‌کرد گردنش یا دستش و مچ پاش می‌ریخت بیرون. بابای خودم گفت بابا بیا من یک مدل تابیدن نخ بهت یاد می‌دهم. دیگر از اینها استفاده نکن. چون من همه‌اش می‌گفتم حساسیت دارد... الان نزدیک سه سال هست که از نخ تابیده استفاده می‌کنم. این خودش باعث شده فروش محصولات من بیشتر بشود. چون هم حساسیت‌زا نیست و هم به محیط زیست آسیب نمی‌رساند. تولید داخلی هست، خارجی نیست.

#### شما مواد اولیه را از کجا تهیه می‌کنید؟

از کرمان تهیه می‌کنیم. من خودم قبلا مسئول خرید بودم. مثلا حساب‌دارمان پول را واریز می‌کند به حساب من. آن قدری که لازم بود و نخ، شال پنه، طراحی... می‌خریدم می‌دادم به طراح. او طراحی می‌کرد و می‌آوردم روستا پخش می‌کردم بین دوزنده‌ها.

#### چه اتفاقاتی می‌توانند مشکلاتی برای کار شما ایجاد کنند؟ چه در زندگی شخصی و چه عمومی.

مثلا همین کرونا، خب این خیلی اوضاع کار ما را کساد کرد، مثلا پارسال عیدی فقط گروه خودمان نزدیک ۱۵ میلیون فروش داشت. در آن ۱۳ روز.

#### چند نفر؟

همان ۱۵۰ نفر، همان ۱۰۰ نفر. ولی خب امسال هزار تومان کسی نفروخت. فقط همین دستادست توانست برایمان سفارش بگیرد بفروشیم، وگرنه جای دیگری ما نتوانستیم بفروشیم. یا مثلا فصلی، مثلا تابستان ما دیگر فروش نداریم اینجا.

به نوعی کار ما فصلی است. ما کارمان وابسته به گردشگری است. فصلی که فصل گردشگری هست فروش‌مان واقعا خوب است. تابستان چون گرما اینجا طاقت فرسا است ما نمی‌توانیم بفروشیم.

#### در سال گذشته کدام یکی از این اتفاقات نقش پررنگ‌تری در زندگی کاری شما داشتند؟

ما اول آمدیم بگوییم زن‌ها نقش دارند، زن‌ها حق انتخاب و تصمیم دارند. ولی

گروه ما یک هیئت مدیره دارد، یک حسابدار، یک مسئول خرید دارد، یک مسئول فروش دارد و کسی که ارسال می‌کند. الان مثلا درست است که یک مسئولیت‌هایی به ما سپرده شده اما گروهی کار می‌کنیم. مثلا فلانی نتوانست پست کند منی که می‌توانم بروم شهر محصول را می‌گیرم می‌برم.»

خب چون ما زن روستایی بودیم. سخت بود. اگر بلند می‌شدیم چون در یک جامعه روستایی هم بزرگ شدیم جلوی ما گرفته می‌شد. حتی نمی‌گذاشتند همین صنایع دستی‌مان را احیا کنیم. ولی با پشتکاری که داشتیم، هدفی که داشتیم، همین احیای قنات‌ها، این باعث شد که حضور زن‌ها در جامعه پررنگ‌تر بشود و زن‌ها حق تصمیم داشته باشند. زن‌ها و مردها در کنار هم تصمیم بگیرند. این خیلی

مهم بود. این که با صنایع دستی توانستیم به قنات‌های منطقه کمک کنیم. این باعث شد که زن‌ها توی جامعه حضور پیدا کنند. از روستا بیرون بروند. جاهای دیگر بروند، سفر بروند، نمایشگاه‌ها بروند. صنایع دستی‌ای که تولید می‌کنند پول‌شان برمی‌گردد به صندوق، هم زن‌ها حال‌شان خوب می‌شود، هم مردها که حال قنات‌ها خوب شده، این خودش باعث شده که حضور زن در جامعه پررنگ بشود. هم زن مستقل شد و هم وقتی مستقل شد خواه یا ناخواه در خانواده نقش پررنگ‌تر شد. زنی که از نظر اقتصادی خوب باشد، حتی در خانواده‌اش هم نقش‌اش پررنگ‌تر می‌شود. این چیزی بود که ما با چشم دیدیم، لمسش کردم. این خیلی خوب بود. و این که خب یک حموم تاریخی در روستای ما بود که مثلا کلنگی بود. خرابه بود. وقتی آمدند تو جامعه روستایی ما، از آن آقا خواستیم که بازسازی‌اش کنند. رفتند میراث فرهنگی که برای ما بازسازی‌اش کنند. ولیکن نمی‌خواستند آنجا را به ما بدهند. می‌خواستند یک جوری به ما اجاره بدهند. یک جورهایی می‌خواستند از دست‌مان دریاورند. می‌خواستند بدهند به بخش خصوصی مثلا. ولی مردها آمدند پشت ما ایستادند. گفتند نه



دستادست

## مصاحبه با پونه بریرانی (نقاش)

### مصاحبه‌گر لیلا زمانی

**معرفی کسب و کار شما، از کی شروع به کار کردید، چی تولید می‌کنید؟ چند نفرید؟ و هر توضیح تکمیلی برای معرفی کسب و کارتان.**

خب من پونه بریرانی هستم، ۴۸ سالم هست نقاشی می‌کشم و کاردستی درست می‌کنم. سعی می‌کنم که آنها را بفروشم. من همیشه نقاشی کشیدن را دوست داشتم. وقت‌هایی که همه دوست داشتند پزشک شوند من دوست داشتم که نقاش شوم. اما خب به همان دلایلی که خیلی‌ها درگیرش بودند، در نوجوانی



انتخاب دیگری کردم. برای آن که در دوره راهنمایی درسم خوب بود خانواده اصرار کرد در رشته علوم تجربی تحصیل کنم. رفتم به دنبال چیزی که قرار نبود بشوم. من کم و بیش برای خودم نقاشی می‌کشیدم بعد از یک وقفه طولانی، پس از آن که فرزندم بزرگ شدند، شروع کردم به نقاشی کشیدن و کاردستی درست کردن برای خودم. به تشویق یکی از دوستانم که می‌گفت نقاشی‌ها را

بفروش، فکر کردم شاید بشود این کار را کرد. تا این که یک بار در سفری به استانبول، که هیچ برنامه‌ریزی هم نداشت، با چند نفر از دوستانم بساط پهن کردیم و مثل دست‌فروش‌ها کنار خیابان بساط کردیم و نقاشی فروختیم و اتفاقاً خوب هم فروختیم. خیلی این اتفاق زیر دندان من مزه کرد. کسانی که خریدند یک استاد دانشگاه هنر استانبول و یک خانم بود که خیلی از کارها را خریدند. کمک دوستانم دلگرم کننده بود. دوستی که در استانبول ساکن بود و زبان می‌دانست و حضور بقیه دوستانم خیلی دلگرم کننده بود. اگر من تنها بودم خیلی بعید بود که پارچه پهن کنم روی زمین و نقاشی‌ها را بفروشم. شروع کارم از آن جا بود.

یکی از دوستانم که نویسنده است به من پیشنهاد کرد که تو نقاشی بکش و من برای تابلوها داستان می‌نویسم. بعد که از سفر به ایران برگشتم یک صفحه اینستاگرام باز کردیم که او داستان می‌نوشت و من نقاشی می‌کشیدم و می‌فروختیم. خوب هم استقبال شد. کم کم آدم‌ها به ما سفارش کار می‌دادند و عکس‌هایشان را برای ما می‌فرستادند. دوستم برایشان قصه‌های کوتاه می‌نوشت و من نقاشی می‌کشیدم و با پست کارها را می‌فرستادیم. خوب بود و کار شکل می‌گرفت.



اینجا مال خانم‌هاست. برای خانم‌ها ساخته می‌شود، و مال آنهاست. بعد این حمام قدیمی و روستایی مال ما شد.

**آیا دولت یا سازمان های دولتی و یا غیردولتی به شما کمکی می‌کنند؟ انواع تسهیلات ارائه کنند؟ یا وام بدهند؟**

همان سازمان غیردولتی که حمام قدیمی را برایمان بازسازی کرد و یک فضا در کرمان به ما دادند و چون راه ما دور بود آن فضا را بهشان پس دادیم. نتوانستیم کار کنیم. یا میراث فرهنگی فضای کاروانسرای روستایمان را به ما دادند و گفتند که کار کنید ولی دیگر معلوم نیست که اگر به بخش خصوصی واگذار شود ما می‌توانیم آن جا کار کنیم یا نه. این هم هست.

» ما الان به غیر صنایع دستی در محصولات غذایی هم پیش رفتیم. همان سیری که داشتیم، ترشی‌اش را می‌گذاریم، پودر سیر تهیه می‌کنیم. خیلی طرفدار دارد. سدر، حنا، برگ توتون، پودر هسته خرما بسته‌بندی می‌کنیم و در فروشگاه‌هایمان می‌گذاریم.»

ما الان در روستاها تسهیلات هم داریم ولی اگر حداقل حقوقی به ما می‌دادند یا ماشینی برای رفت و آمد یا بودجه‌ای در اختیار ما می‌گذاشتند که می‌توانستیم روستاهای دیگر را پوشش بدهیم خیلی خوب می‌شد.

ما الان به غیر صنایع دستی در محصولات غذایی هم پیش رفتیم. همان سیری که داشتیم، ترشی‌اش را می‌گذاریم، پودر سیر تهیه می‌کنیم. خیلی طرفدار دارد. سدر، حنا، برگ توتون، پودر هسته خرما بسته‌بندی می‌کنیم و در فروشگاه‌هایمان می‌گذاریم. آنها هم واقعا خیلی فروش خوبی دارد. قبلا اینها دور ریخته می‌شد و کسی اهمیت نمی‌داد.

**برای سال آینده چه اقداماتی را در نظر دارید که برای بهتر شدن کارها انجام دهید؟**

ما دوست داریم که کیفیت کارمان بالاتر برود، محصولاتمان کاربردی‌تر باشد، مثلا رانر تولید کنیم. کوسن تولید کنیم. البته کوسن هست فقط بستگی به سفارش دارد. فروشمان بالاتر برود، روی فروش محصولات غذایی‌مان کار کنیم. نمی‌دانم اوضاع کرونا تا کی باشد! اما ما الان داریم سفارشی کار می‌کنیم •



البته که ابتدایش از طرف من کارها و نقاشی‌ها قوی نبود. متریال خوب نبود. نمی‌دانستم با چه موادی کار کنم، کم کم تجربه می‌کردم. کار شکل می‌گرفت که آن کار گروهی کم کم به دلایلی تغییر کرد. کاری که من و دوستم شروع کرده بودیم پرونده‌اش بسته شد و بعد من تنهایی کار



کردم. قصه‌ای در کار نبود و فقط من تنهایی نقاشی می‌کشیدم. در کنار این‌ها هم من کاردستی درست می‌کردم، کاردستی‌هایی از پاپیه ماشه (خمیر کاغذ) مجسمه‌های کاغذی درست می‌کردم، اما تمرکز من بیشتر روی نقاشی بود. من خیلی خوشحال می‌شوم که نقاشی‌ها را ارزان تمام کنم و با قیمت ارزان به دست مردم برسانم. برای این که معتقدم اثر هنری جایش در زندگی مردم است و نه گالری‌ها و موزه‌های هنری و... با همه عشق و احترامی که برای آثار بزرگان هنر قائل هستم، نمی‌فهمم که چرا باید یک تابلو از ونگوگ قیمت

نجومی داشته باشد. معتقدم که هنر باید در زندگی مردم مثل مبل، صندلی که از وسایل خانه است باشد. و این که بعد زیباشناسی برای من مهم است این که آدم‌ها بعد زیبایی‌شناسی‌شان پیشرفت کند و آدم‌ها به شکل ارزانی با آثار بزرگان هنر با نگاه هنری با نگاه ویژه هنری، نگاه مشکوک، نگاه منتقد آشنا شوند. این برای من خیلی مهم است. این را صادقانه بگویم که بیش از مسئله مالی، این که

گفتم مهم است اثر هنری هرچند کوچک و در حد توان خودم من که نقاش مشهور و حرفه‌ای نیستم، دوست دارم همان اثر هنری که خلق می‌کنم واقعا زیبایی در زندگی مردم باشد و هنر از یک محصول تجملاتی به یک محصول کاربردی تبدیل شود. هنر شاید خوراکی نباشد یا وسیله‌ای که ما را راه ببرد. تابلوی نقاشی این کارها را نمی‌کند ولی به نظر من همین که یک اثر هنری روی دیوار خانه‌ای است و آدم‌ها هر روز به آن نگاه می‌کنند و بر آن به غریزه دقیق می‌شوند، این در نهایت انسان را می‌برد به سمت یک زیبایی‌شناسی، به

سمت یک سکوت و یک کندی که ما الان در زندگی آن را کم داریم. به غیر از این دوران قرنطینه که الان به اجبار ما دچار شدیم، کلا بشر این قدر زندگی سریعی دارد که آن انزوا را کم دارد. خیلی دوست دارم که یک اثر هنری که به داخل خانه‌ها می‌رود، انسان‌ها برای چند دقیقه دچار آن انزوا بشوند به آن اثر فکر کنند و چند دقیقه‌ای ساکت بمانند و آن چیزی که باید بشنوند را بتوانند بشنوند. اگر حرف‌هایم گنگ هستید بگویید.

### آیا نقاشی را خودتان یاد گرفتید؟

نه می‌توانم بگویم که خودم یاد گرفتم و نه می‌توانم بگویم که خودم یاد نگرفتم. هرچند سال یک بار دوره‌های خیلی پراکنده کلاس نقاشی رفتم. یک دوره در دوره نوجوانی، دوره‌ای که تهران زندگی می‌کردم، در موزه رضا عباسی دوره دیدم. در دوره جوانی در جهاد دانشگاهی دوره گذراندم خیلی چیزها یاد گرفتم. دو سه سال گذشته، نزد استادی در شهر محل سکونت دوره گذراندم که اتفاقا خیلی چیزها یاد گرفتم. ولی به طور مرتب کلاسی

» کارها را آماده کردیم و قرار بود که در بازارچه آخرسال دستادست عرضه‌اش کنیم و نتیجه کار خیلی خوب بود. اما متأسفانه ماجرای کرونا پیش آمد به این ترتیب گلدان‌ها الان در خانه است، گیاه‌ها خیلی رشد کردند و قشنگ شدند.»

نرفتم و نمی‌توانم بگویم که خودآموز هستم و نمی‌توانم بگویم که همه چیز را از کلاس‌ها یاد گرفتم. شاید بخشی هم ژنتیکی باشد. چون عموی من نقاش معرفی است و تحت تاثیر چیزهایی که از بچگی در اطرافم و خانواده دیدم و این بیشتر یک حس شخصی است. درباره هدف کارم هم که گفتم بیش از این که مالی باشد یک حس شخصی است حتی می‌شود گفت انجام وظیفه، یا شاید ادعای بزرگی باشد نجات جهان؛ در واقع به تعویق انداختن نابودی جهان. کمی کند کردن سرعت نابودی دنیا. به همه این چیزها من وقتی که نقاشی می‌کشم، فکر می‌کنم.

یک چیزی هم بگویم که شاید فضای حرف‌هایم دستادستی بشود. این جا در شهرستان ما خیلی مرسوم است که خانم‌های دست‌فروش محصولات کشاورزی یا تولیدات خانگی‌شان را می‌فروشند. یکی از آرزوهایم این است که نقاشی‌هایم را بزمن زیر بغلم و بروم کنار این خانم‌ها تابلوهایم را بفروشم، خیلی کار نامتعارفی است، در شهرستانی که تقریبا همه من را می‌شناسند. ولی خیلی به این موضوع فکر می‌کنم. خیلی دوست دارم این کار را بکنم. اگر یک همراه داشته باشم احتمالا یک روزی این کار را می‌کنم.

» من خیلی خوشحال می‌شوم که نقاشی‌ها را ارزان تمام کنم و با قیمت ارزان به دست مردم برسانم. برای این که معتقدم اثر هنری جایش در زندگی مردم است و نه گالری‌ها و موزه‌های هنری و...»

### چه جالب. الان تنها کار می‌کنید؟

بله الان تنها کار می‌کنم، یک پروژه‌ای داشتم با دوستی، قرار بود که من با پاپیه ماشه گلدان درست کنم و گیاه گلدان از طرف دوستم و دختر نوجوانش



باشد. کارها را آماده کردیم و قرار بود که در بازارچه آخرسال دستادست عرضه‌اش کنیم و نتیجه کار خیلی خوب بود. اما متأسفانه ماجرای کرونا پیش آمد به این ترتیب گلدان‌ها الان در خانه است، گیاه‌ها خیلی رشد کردند و قشنگ شدند. امیدوارم که این دوره تمام شود و من این پروژه را با این دختر خانم ادامه بدهم چون فکر می‌کنم که هم کار خوبی است هم خیلی ارزان تمام می‌شود چون که گلدان‌ها پایه ماشه هست با قالب ظرف‌های دورریز و خب ضدآب هم هست. گیاه‌ها را هم دوستم به همراه دخترش پرورش می‌دهند. خیلی امیدوار هستم که این پروژه را بتوانیم ادامه بدهیم.

### محصولات‌تان را کجا عرضه می‌کنید؟

در واقع من از سه طریق کارهایم را فروخته‌ام: ۱- بازارچه دستادست، خیلی تجربه خوبی برای من بوده، دو تا سه بار تا به حال شرکت کرده‌ام. اولین بار خیلی با فضای بازارچه آشنا نبودم، اما همان دفعه اول هم کارهایم را فروختم و برای خودم یک رقم قابل قبولی بود. بار دوم که خیلی آشناتر بودم و خیلی راضی بودم. بار سوم که خودم برای فروش حضور نداشتم و زحمت معرفی محصولات به دوش اعضای دستادست افتاد، باز هم فروشم خیلی خوب بود. دیگر فهمیده بودم که به چه طریق باید کار را عرضه کنم. هم از نظر سوژه، اندازه، قیمت، نحوه ارائه، تر و تمیزی کار، همه اینها دستم آمده بود.

۲- از طریق یک گالری در شهر ساری به نام هفت آینه که برای خانم پری نژاد است. ایشان در نمایشگاه‌های گروهی که داشتیم برای فروش خیلی کمک کرد. یک نمایشگاه انفرادی هم داشتیم که همه کارهایم را یک جا فروختم. هم کمک و پیگیری ایشان بود و هم این که شاید کارها به نوعی بود که قابل فروش بود. یک بخشی از نقاشی‌های من کارهای کپی است. سعی می‌کنم که نقاشی‌های معروف را کپی کنم برای این که با کپی از روی این آثار خیلی چیزها یاد

می‌گیرم. دوم این که می‌خواهم به هدفم نزدیک شوم که مردم آثار خوب هنری را در خانه‌هایشان داشته باشند با قیمت خیلی ارزان. مطمئناً داشتن یک تابلوی نقاشی از ونگوگ برای ما مقدور نیست. ولی اگر یک آدمی مثل من بتواند نزدیک به آن را نقاشی بکشد، خوب است که آدم تابلوی این چینی را در خانه با قیمت ۳۰، ۴۰ هزار تومان داشته باشد. دلیل سوم این است که من آثار مشهور هنری را با قرائت خودم، بازآفرینی می‌کنم. هم نوع متریاکم فرق می‌کند. یک طور دیگری نقاشی می‌کشم مثلاً نقاشی مونالیزا را روی یک ورق روزنامه صبح همشهری می‌کشم. یعنی سعی می‌کنم که به یک قرائت دیگری از آن اثر هنری برسم. یک بخشی از کارهای من بازآفرینی از آثار هنری مشهور دنیاست که سعی می‌کنم به یک قرائت متفاوت از آن اثر برسم و بخش دیگر تابلوهایی است که براساس دنیای اطراف، آدم‌های دور و برم و چیزهایی که در ذهنم می‌گذرد می‌کشم.

آهان یک روش برای ارائه‌ی کارهایم جا ماند. سومین روش: از طریق اینستاگرام، گاهی به من سفارش می‌دهند که فلان نقاشی را برای من بکش یا عکس و تصویری برای من ارسال می‌کنند و سفارش نقاشی از روی عکس را می‌دهند که من با سبک و سیاق خودم آن را می‌کشم و یا این که همان نقاشی‌هایی را که کشیدم و در صفحه‌ام منتشر کرده‌ام، را سفارش می‌دهند. بیشتر هم همین مورد بوده است. من هم تابلو را می‌کشم و آن را با پست برایشان می‌فرستم.

کاردستی‌هایی را با ظرف‌های دورریختنی، انواع پلاستیک درست می‌کردم. این‌ها مصرف شخصی داشت. مثلاً زمانی که فرزندانم کوچک بودند اسباب بازی برایشان درست می‌کردم. حس خوبی داشت که از زباله‌ها یک وسیله دیگری بسازی. انگار که به آنها جان می‌دادی و نجات‌شان می‌دادی از نابودی. بعد شروع کردم به تهیه پایه ماشه. پیش خانمی ساختش را یاد گرفتم. مجسمه‌های پایه ماشه چند تا ساختم. البته فکر می‌کنم که در این زمینه حالا حالا باید کار کنم. لذت نقاشی را به من نمی‌دهد. اما پروژه گلدان‌های پایه ماشه را خیلی دوست داشتم چون که هم کاردستی و نقاشی را داشت. در خانه اینها را خیلی می‌سازم.

من در فرآیند تولید فقط به یک چیز نیاز دارم، آن هم انزوا است. خیلی هم نیاز دارم. به قول ویرجینیا ولف یک اتاقی از آن خودم داشته باشم. که خوشبختانه من توانستم که در خانه‌ام همچین فضایی را ایجاد کنم که آن جا کار کنم.»

### در فرآیند کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از مواد اولیه، فضا، نیروی انسانی هر چیزی که به کارتان بیاید؟

من در فرآیند تولید فقط به یک چیز نیاز دارم، آن هم انزوا است. خیلی هم نیاز دارم. به قول ویرجینیا ولف یک اتاقی از آن خودم داشته باشم. که خوشبختانه من توانستم که در خانه‌ام همچین فضایی را ایجاد کنم که آن جا کار کنم. چیزی که مهم است این است که اطرافیان این موضوع را از من پذیرفته‌اند. من با پسرم زندگی می‌کنم و او پذیرفته که بخشی از خانه رنگ، بوم و قلمو و این چیزها باشد. کم کم اقوام هم این را از من پذیرفتند شاید اوایل از من تعجب می‌کردند اما بعد کم کم پذیرفته شد.

انزوا آن چیزی است که به احوالت کمک می‌کند. برای انجام فعالیت‌های کسب و کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از فضای کار، مواد اولیه؟ نیازمندی‌ها در فروش و ارسال، هر چه که باشد.

برای نیازمندی‌های کار؛ همان طور که صحبتش بود، انزوا، وسایل نقاشی؛ بوم، رنگ و... و هرچیزی که برای نقاشی به آن نیاز هست. این را هم بگویم که تقریباً من بابت خرید متریال‌ها هزینه پرداخت نکردم. دوستانم به من لطف داشتند اگر قرار بوده که به عنوان یادگاری و یا روز تولدم هدیه‌ای به من بدهند، وسایل نقاشی به من هدیه داده‌اند و من کم و بیش، پیش نیامده که برای خرید متریال پول زیادی داده باشم. یا شاید پول زیادی داده باشم اما این قدر عاشق این کار هستم که اصلاً به چشم نمی‌آید. واقعا نمی‌توانم بگویم که چقدر هزینه می‌کنم برای تهیه متریال، اما نیاز به وسایل همان چیزی است که هر نقاشی و یا هر آدمی که مثل من نقاشی می‌کند لازم دارد. یعنی رنگ، قلمو، کاغذ، مقوا، بوم و یک زمان‌هایی خمیر کاغذ و چسب چوب. برای خمیر پاییه ماشه: سیمان، پودر سنگ و... اینها متریال کار من هست. البته چیزهای دور ریختنی مانند بلیط، قبض‌های بانک، انواع قوطی‌ها هم هستند. یک زمانی



بوده که دوستانم گونی گونی، دور ریختنی می‌آوردند که من با آنها بتوانم کار کنم. اینها هم خیلی همیشه به درد من خورده است. چون متریالم این چیزهاست. خودم هم نگاهم به اشیا تغییر کرده است. یعنی یک تکه چوب فقط یک تکه چوب نیست یا یک قوطی مایع ظرف شویی صرفاً یک قوطی نیست. همیشه فکر می‌کنم که بشود این را به چیز دیگری تبدیل کرد. همیشه یک فرمی در اشیا می‌بینم. خیلی پرهیز دارم از این که بگویم من یک آدم خاصی هستم یا نگاه ویژه هنری دارم. چون که من خیلی فاصله دارم با کسی که بشود به او هنرمند گفت. اتفاقاً خیلی اصرار دارم به این که آدم معمولی مثل من در زندگی روزمره اش می‌تواند به این نگاه متفاوت برسد. یعنی هیچ لزومی ندارد که خیلی باهوش و با استعداد باشی یا پیشینه هنری و خانوادگی خاصی داشته باشی. به نظرم خیلی مهم است که آدم‌ها این پیام را در زندگی دریافت کنند که هنر برای آدم‌های معمولی هم هست. چیزی نیست که برای خیلی باهوش‌ها و خیلی هنری‌ها باشد. برای ما آدم‌های معمولی هم هست.

### برآوردی از هزینه‌های مالی کار داری؟

واقعیت را هم بگویم، برای قیمت‌گذاری روی کارهایم هم از دوستانم کمک می‌گیرم، آنها سوال‌هایی می‌پرسند مانند مقوا را چند خریدی؟ رنگ را چند خریدی؟ بعد یک قیمتی را می‌گویند و من عدد کمتری را در نظر می‌گیرم. خیلی برای من لذت‌بخش است که کارم را می‌فروشم خیلی این پول را دوست دارم. خیلی آدم غیرعلمی نیستم اما چون آدم شهودی هستم این را باور دارم که این پول برای من برکت دارد. چند وقت پیش کسی می‌خواست کاری را سفارش دهد. می‌گفت قیمت کار را

واقعیت را هم بگویم، برای قیمت‌گذاری روی کارهایم هم از دوستانم کمک می‌گیرم، آنها سوال‌هایی می‌پرسند مانند مقوا را چند خریدی؟ رنگ را چند خریدی؟ بعد یک قیمتی را می‌گویند و من عدد کمتری را در نظر می‌گیرم. خیلی برای من لذت‌بخش است که کارم را می‌فروشم خیلی این پول را دوست دارم.

به حروف برای من بنویس باورش نمی‌شد، چهل هزار تومان را، فکر می‌کرد که چهارصد هزار تومان است. برآوردی نکردم اما با اطمینان می‌توانم بگویم که هیچ وقت جوری کار نکردم که سود مالی نداشته باشم، هم سود مالی داشتم و هم این که زمان‌هایی که کار می‌کنم خیلی لذت می‌برم. برای همین هست که نقاشی‌هایم را مجانی هم می‌دهم. تا کسی می‌گوید از فلان نقاشی خوشم آمده تقریباً خیلی معطل نمی‌کنم و می‌دهم. برای این که من از نقاشی کشیدن لذت بردم و سودم را هم داشته‌ام. خیلی لازم دارم که کارم را بفروشم. خب در جواب این سوال باید بگویم که نه برآوردی ندارم، می‌دانم که این رفتار غیرحرفه‌ای هست.

### چه اتفاقاتی می‌تواند مشکلاتی را برای کارتان ایجاد کند؟ چه در زندگی شخصی و چه در زندگی عمومی؟

در واقع برای من این طور است که برای خلق یک اثر هنری به یک میزان متعادلی از اندوه نیازمندم. اگر خیلی غمگین باشم نمی‌توانم کار کنم. وقتی که خیلی خوشحالم، احتمالاً انگیزه زیادی برای پرداختن به ذهنیاتم و آن بخش درونی خودم ندارم. شاید واکنش‌هایم بیرونی باشد، بخواهم که وقتم را با دوستانم بگذرانم. بنابراین برای این که بتوانم کارم را درست به پیش ببرم باید در یک مرزی از غم و شادی زندگی کنم. چیزی که من را فلج می‌کند و مانع کار کردن می‌شود. روزهای افسردگی است که کم پیش می‌آید. دومی‌اش، شخصی نیست و اجتماعی است دور و برم زیادتر از حد شلوغ باشد. یعنی روند زندگی من جوری باشد که مجبور باشم زیادی به کارهای خانه بپردازم. مجبور باشم به دلیل کارهای خانه به بیرون بروم. در واقع فعالیت‌های اجتماعی برای من بازدارنده است. انزوای من را به هم می‌زند. خوشبختانه در شهر کوچک زندگی می‌کنم که در دسرهای زندگی در شهرهای بزرگ را ندارم. با فرزندم زندگی

» از عوامل بیرونی که می‌تواند در کارم اثر منفی بگذارد افسردگی است. البته نمی‌دانم افسردگی جز عوامل بیرونی هست یا نه. اما اخبار جهان، اتفاق‌های بدی که در جامعه می‌افتد نمی‌تواند من را فلجم کند هیچ وقت من تا جایی که یادم هست به دلیل مسائل اجتماعی افسرده نشده‌ام که نتوانم کار کنم.»



می‌کنم و خب شکل مسئولیت‌هایم سبک‌تر است. با خانواده‌های بزرگ‌تر متفاوت است. پسرم کارم را خیلی دوست دارد. خیلی تشویقم می‌کند برای همین مشکلی از این جهت هم ندارم و اعضای خانواده خودم، قوم و خویش و دوستانم که صاحب هنر هستند خیلی خوب درکم می‌کنند و توقع ندارند از من. خیلی چیزهایی که دیگران ممکن است درگیرش باشند را از من توقع ندارند. مثلا در یک مهمانی توقع ندارند که خیلی وقتم را درگیر مهمانی کنم. برایشان پذیرفته است که من وقت و انرژی‌ام را بیشتر صرف کشیدن نقاشی بشود. این به این معنی نیست که من خیلی هنرمند و خاصم. بلکه به این معنی است که آن‌ها خیلی به من محبت دارند و خیلی من را جدی گرفته‌اند.

از عوامل بیرونی که می‌تواند در کارم اثر منفی بگذارد افسردگی است. البته نمی‌دانم افسردگی جز عوامل بیرونی هست یا نه. اما اخبار جهان، اتفاق‌های بدی که در جامعه می‌افتد نمی‌تواند من را فلجم کند هیچ وقت من تا جایی که یادم هست به دلیل مسائل اجتماعی افسرده نشده‌ام که نتوانم کار کنم. شاید از سر خودخواهی من است. خیلی از وقت‌ها مسائل اجتماعی به من ایده می‌دهد که کار کنم. ذوق زده نمی‌شوم که یک جایی از دنیا جنگ است و یا مردم می‌میرند. یا کسی دستگیر می‌شود ذوق کنم که، آخ جون یک سوژه جدید، این نیست. اما اصولا آدمی نیستم که افسرده باشم و یا دوره‌های طولانی از افسردگی داشته باشم. عوامل بیرونی نمی‌تواند روی من خیلی تاثیر بگذارد. حداقلش تا الان با چیزی مواجه نشدم که بتواند من را در کارم فلج کند.

### کلیت زندگی تو از این راه می‌گذرد؟

خب این سوال خیلی مهمی است. دقیقا ارجاع دقیقی است به کتاب ویرجینیا

ولف که می‌گوید هر زنی برای نویسنده شدن به اتاقی از آن خود و پول نیاز دارد. این یک واقعیت غیرقابل انکار در دنیای امروز است. حداقل برای آدم‌هایی با هوش و استعداد متوسط مثل من نیاز است. من از خوش‌شانس‌هایی هستم که کلیت زندگی‌ام از راه فروش نقاشی نمی‌گذرد. اگر نیاز مالی من خیلی جدی بود به این قضیه، و زندگی من از راه فروش اثر هنری می‌گذشت آن وقت احتمالا نوع دغدغه‌هایم کاملا فرق می‌کرد. در واقع این ضرب‌المثل احتمالا درست است که گرسنگی نکشیده که عاشقی از یادش برود. من مجبور نیستم که چیزی تولید کنم که بازاری باشد و در بازار به فروش برسد، من می‌توانم به علائق شخصی خودم پردازم و دنیا را از زاویه دید خودم نگاه کنم به یک نتایجی برسم و آن نتایج را یک اثر هنری کنم و ارائه بدهم و بفروشم به دیگران با قیمتی که قابلیت خرید داشته باشد. نمی‌توانم بگویم که نیاز مالی ندارم اما شرایط اقتصادی‌ام جوری نیست که حتما بخواهم از طریق نقاشی گذران زندگی کنم. برای همین است که می‌توانم آزاد فکر کنم و آزاد در مسیر حرکت کنم و هر چیزی را تجربه کنم و ارزان اثر خودم را در اختیار دیگران بگذارم.

من در واقع آن اتاقی از آن خود و مقدار پولی که بتوانم زندگی‌ام را بگذرانم دارم. به این دلیل است که می‌توانم. و متاسفم که در پاسخ من نشانه‌ای از تفرعن باشد، خیلی متاسفم چون از آدم‌های متفرعن بدم آمده و از این که این جوری باشم بیزارم. اما من باید پاسخ این سوال را صادقانه بگویم. و خیلی خیلی آرزو می‌کنم که همه آدم‌ها این شرایط را داشته باشند. اتاقی از آن خود و پول را داشته باشند. با وجود آن دو تا بتوانند زندگی روزمره‌شان را جوری بگذرانند که بتوانند به زیبایی‌شناسی و معنویت و صدای درون و همه اینها برسند.

### در سال گذشته کدام یک از اتفاقات نقش پررنگی توی زندگی شما داشته؟ برای مدیریتش چه کردید؟

ما هر روزمان اتفاق است که گفتن ندارد. اما مهم‌ترین اتفاقی که بر زندگی من مثل بقیه تاثیر گذاشت کرونا بود. قرنطینه شدن. یک چیزی به ذهنم رسید کاریکاتوری را چند وقت پیش دیدم که در چهار مرحله زندگی یک هنرمند نقاش را نشان می‌دهد قبل از قرنطینه نقاشی می‌کرده، بعد قرنطینه هم در همان موقعیت نشسته بوده و نقاشی می‌کرده. (من که خودم را هنرمند نمی‌دانم) اما قرنطینه فرصتی بود که آدم بیشتر به خودش پردازد. بیشتر فکر کند. بیشتر آن انزوایی که ابتدای صحبت‌هایم گفتم را بتوانم به دست بیاورم. در واقع برای من تاثیر منفی نداشت. اما خبرهای بدی که از دور و اطراف می‌آید نمی‌تواند تاثیر نگذارد. هم تاثیر مثبت داشت به دلیل کیفیت انزوا و هم تاثیر منفی به دلیل شدت غمی که دچارش می‌شدیم. همه اعضای خانواده دور هم بودیم. پدر و مادر آمدند پیش من و خب انزوای من از بین رفت. وظایف دیگری برای من ایجاد شد. اما تلاش کردم همه شرایط را بالانس کنم.

### آیا دولت و سازمان‌های وابسته یا سازمان غیردولتی کاری برای مدیریت اوضاع انجام دادند؟



مصاحبه با مریم ندیمی نماینده گروه لنگا (سازنده عروسک‌های مریم گلی)

مصاحبه‌گر: لیلا زمانی

**خیلی کوتاه کسب و کارتان، و اگر گروه هستید گروه‌تان را برای خوانندگان ما معرفی کنید. چند نفری، از چه سالی شروع به کار کردید و چه می‌سازید؟**

تابسان ۹۶ گروهی در مکتب‌خانه دکتر مصاحب (در روستای لنگا، شهرستان عباس آباد، مازندران) به پیشنهاد و همت آقای بنی‌هاشمی مدیر موسسه دور هم جمع شدند تا کارگاهی را تشکیل بدهند و هر کس هر هنر و ایده‌ای دارد بیاورد و به تولید انبوه برساند. گروهی هم در تلگرام تشکیل شد که دوستان هر کدام هر ایده‌ای که نو و جدید بود را از اینترنت می‌گرفت و در گروه قرار میداد. اما من هم که عضوی از این گروه بزرگ بودم فقط به عکس‌ها نگاه میکردم که خوب بله ایده‌های زیادی در اینترنت هست، باید با این همه ایده و عکس چه کار کرد؟ من قبلاً عروسکی در اینترنت یاد گرفته بودم و چند تایی برای خودم و خواهرم درست کرده بودم و همیشه این فکر را در سرم داشتم که ای کاش میشد این عروسک را با خانم‌های جوان روستا درست میکردیم که اشتغالی هم برای آنها باشد. چون بعضی خانم‌های جوان روستا را میدیدم که زمان زیادی را بیکار هستند و بیشتر به بطالت می‌گذرد. در یکی از جلسات کارگاه لنگا قرار بود هر کس هر ایده‌ای دارد بیاورد و راجع به آن صحبت کند. من هم یکی از عروسک‌هایم را بردم و معرفی کردم که نامش مریم گلی است و میتوانیم با هم درست کنیم. بسیار مورد پسند و استقبال قرار گرفت. همه دوستان شرکت‌کننده در کارگاه برای یادگیری ساخت عروسک مریم گلی ثبت‌نام کردند.

روزی را معین کردیم که آموزش بدهم. چند عروسک درست کردیم و قرار شد در

دولت تا به حال کمکی به من نکرده است. من هم هیچ وقت کمکی از او نگرفتم. البته یک بار با گروهی از دوستان که کار نقاشی و کاردستی می‌کردند می‌خواستیم برای بچه‌ها به طور رایگان کارگاه یک روزه‌ای با موضوع تهیه کاردستی با دورریزها برگزار کنیم. برنامه با همکاری شهرداری قائم شهر برگزار شد. کارمندان شهرداری قائم شهر خیلی اذیت‌مان کردند از جهت این که زن بودیم. نمی‌دانم چطور توضیح بدهم فقط همین را می‌شود گفت که به دلیل زن بودن‌مان سعی می‌کردند با ما خیلی گرم بگیرند. به غیر اینها بر سر هزینه مکان برنامه (محل برنامه پارک شهر قائم‌شهر بود)، آماده نبودن محل اجرای برنامه قبل از برگزاری کارگاه اذیت‌مان کردند. در صورتی که خودمان محل کارگاه را تمیز و آماده کردیم. دست آخر هم همه چیز به نام شهرداری تمام شد. ما به دنبال امتیاز نبودیم. موضوع این است که هیچ کمکی به ما نکردند. یک بار هم به شخصه با یک نهاد دولتی کار کردم نه تنها هیچ کمکی نکردند بلکه رسماً مانع‌تراشی هم کردند. ولی خوب ما برنامه را اجرا کردیم. خیلی هم مورد استقبال قرار گرفت اما آن قدر اذیت شدیم که دنبال این کار نرفتیم. حداقل من دیگر دنبالش نرفتم. یک سال و نیم، برای اداره ارشاد قائم شهر کلاس داستان‌نویسی به صورت رایگان گذاشته بودم که آن جا هم خیلی اذیت شدم. هیچ تجربه خوبی ندارم. به همین دلیل اصلاً حاضر نیستم خدمات اجتماعی که در چارچوب مراکز دولتی باشد انجام بدهم.

اما با سازمان غیردولتی با دست‌دست همکاری کردم و هم خانم پری‌نژاد که در ساری گالری‌دار هستند، آن هم خیلی برای معرفی کارهایم کمک کردند. با جای دیگری کار نکردم.

**چه اقداماتی می‌تواند به بهتر شدن کسب و کار شما کمک کند؟**

تمام اتفاقاتی که در جامعه می‌افتد بر کار من اثر می‌گذارد. نه تنها بر حس و حالم که بر نتیجه کار من هم اثر می‌گذارد. روی نتیجه اقتصادی کار هم اثر می‌گذارد. یک کارت پستال و یا نقاشی دیواری، تابلو، نیاز روزمره آدم‌ها مثل نان نیست. به همین دلیل اولین چیزی که در شرایط بد اقتصادی از سبد کالای مردم حذف می‌شود کالای فرهنگی و هنری است. شاید بشود گفت اول هنری و بعد فرهنگی است. اول نقاشی، کارت پستال و بعد کتاب. چیزهایی که اول حذف می‌شود این‌هاست و با بد شدن شرایط اقتصادی کسی نمی‌آید از من نقاشی بخرد. به این ترتیب بنیه اقتصادی کار من هم ضعیف می‌شود.

هفته یک روز دور هم جمع شویم و عروسک درست کنیم. چند هفته گذشت و فقط کارگاه عروسک‌سازی مریم گلی رونق داشت و دیگر ایده‌ها سر جای خودشان در اینترنت ماندند. همان‌طور که دور هم بودیم عروسک می‌ساختیم، می‌گفتیم و می‌خندیدیم. اوقات بسیار خوشی داشتیم. مسئله‌ای پیش آمد که مجبور شدیم ساعت کارگاه را تغییر بدیم به همین دلیل دو نفر آن ساعت نمی‌توانستند بیایند و دوستی دیگر هم ازدواج کرد و تعدادمان کمتر شد.

حدود سی‌چهل عروسک آماده داشتیم اما مشتری و بازاری برایش نداشتیم. یک روز خواهر آقای بنی‌هاشمی به همراه دوستشان از تهران آمده بودند مکتب‌خانه سری بزنند. از ما برای دوستشان تعریف کردند که عروسک درست می‌کنیم. مشتاق شدند که ببینند. مریم گلی‌ها را آوردیم بسیار ذوق کردند و خوششان آمد و گفتند ۵۰ تا درست کنید ما می‌بریم تهران برای شما می‌فروشیم. ما هم بسیار خوشحال شدیم اما راجع به قیمت نمی‌دانستیم چقدر بفروشیم. از خودشان سوال کردیم گفتند ۲۵ هزار تومان به راحتی به فروش می‌رسد. دیگر خوشحالی و ذوقمان تا عرش آسمان بالا رفت. قرار شد آماده کنیم و اطلاع بدهیم. بعد از چند روز پیام دادند که لطفاً ۳۰ عدد آماده کنید که ببینیم بازار چطور است بعد اگر سفارشی بود دوباره به شما اطلاع می‌دهیم. ۳۰ عروسک آماده و راهی تهران کردیم. چند روز بعد تماس گرفتند که کسی با قیمت ۲۵ هزار تومان نمی‌خرد و می‌گویند بیشتر از ۱۵ هزار توان نمی‌ارزد. قبول کردیم و همه‌شان به فروش رفت و بعد یک سفارش ده تایی دادند. پس از آن از طریق تلگرام با کانال دستادست آشنا شدم. گروهی که مبنای کارشان بر تجارت عادلانه است. از سراسر ایران صنایع دستی را معرفی می‌کنند و در سایت یا بازارچه‌ها به فروش می‌گذارند. یکی دو ماه مانده بود به پایان سال ۹۶ و من مانده بودم که آیا با آنها قرارداد ببندم یا نه؟! و اینکه چون جعبه زیبایی برای عروسک‌ها نداشتیم به مشکل بسته‌بندی خورده بودیم. می‌گفتم اول باید همه چیز کامل فراهم باشد بعد به طور جدی وارد کار بشویم. اما برای گروه دستادست پیام فرستادم و گروه کارگاه لنگا و مریم گلی را معرفی کردم و همچنین موضوع بسته‌بندی را مطرح کردم که بسته‌بندی نداریم و بعد از تهیه بسته‌بندی برایتان ارسال می‌کنیم. اما گفتند که نیازی به بسته‌بندی نیست و با کارتن معمولی ارسال کنید. ۴۰ عدد عروسک با موهای متنوع درست کردیم و به تهران فرستادیم. همه به فروش رفتند و یکی از خریداران که در واقع باید بگویم یکی از حامیان مریم گلی برای عیدی به کارمندانش ۳۰ عدد مریم گلی با موهای فرسارشی داد. چون برای عید می‌خواستند فقط یک هفته فرصت داشتیم. روزهای شلوغ قبل از عید بود و همه خرید عید و خانه‌تکانی داشتند، اما هرطور که بود آماده و ارسال کردیم. پس از سال نو به دلیل توسعه کلاس‌های موسسه دیگر کارگاه کنسل شد و کارگاه را در منازل برگزار می‌کنیم و هر کس در خانه خود عروسک آماده می‌کند و تحویل می‌دهد که اکنون تنها چهار نفر همراه هم هستیم. البته یک اتاق کوچک در انتهای باغ موسسه، به کارگاه عروسک‌سازی اختصاص داده شده است اما هنوز رونق روزهای اول را ندارد.

**برای انجام کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از مواد اولیه تا جای کار تا امکان ارسال.**

» تنها اتفاقی که می‌تواند ما را دچار مشکل کند گران شدن وسایل هست که تدابیری اندیشیدیم. البته هنوز اقدامی نکردیم، از جمله اینکه اضافه پارچه‌های خیاطها را جمع کنیم (یک بار تجربه کردیم و اندازه بیشتر تکه پارچه‌ها کوچکتر از حد نیاز ما بود) و برای کاموا هم از لباس کاموایی که دیگر مورد نیاز کسی نیست استفاده کنیم.»



مواد اولیه ساخت کار از پارچه تا کاموا و...

### **چه اتفاقاتی می‌توانند چه در زندگی شخصی و چه عمومی مشکلاتی برای کار شما ایجاد کنند؟**

تنها اتفاقی که می‌تواند ما را دچار مشکل کند گران شدن وسایل هست که تدابیری اندیشیدیم. البته هنوز اقدامی نکردیم، از جمله اینکه اضافه پارچه‌های خیاطها را جمع کنیم (یک بار تجربه کردیم و اندازه بیشتر تکه پارچه‌ها کوچکتر از حد نیاز ما بود) و برای کاموا هم از لباس کاموایی که دیگر مورد نیاز کسی نیست استفاده کنیم (به نظر خودمان با این کار کمی هم به حفظ محیط زیست می‌کنیم).

### **به نظر شما چه اقداماتی می‌توانند باعث بهتر شدن کسب و کار شما بشوند؟**

ما برای توسعه کارگاه و کارمان تقاضای وام کردیم اما متأسفانه همچنان در صف انتظاریم و وامی دریافت نکردیم. محصول ما نیاز به دیده شدن دارد، زمانی که مریم گلی‌ها در دست گرفته می‌شوند چنان احساس خوبی به بیننده القا می‌کنند که ناخواسته عاشق‌شان می‌شوند. اگر بتوانیم استندهایی برایشان تهیه کنیم که در فروشگاه‌ها به نمایش دربیایند فروش‌مان بیشتر می‌شود.

نمی‌شد برای فروش گذاشت. فقط می‌شود فله‌ای بخرند یا بافنده‌های دیگر بخرند. یک جورایی تقسیم کار هست بین‌شان ولی این تقسیم کار به شکل نهاد نشده است.

### برای انجام کارتان به چه چیزهایی نیاز دارید؟ از مواد اولیه تا جای کار تا امکان ارسال...

بگذارید من باز کنم شرایط را. آنها وقتی برنج را می‌کارند، بین رچی برنج تا اینکه برنج را درو کنند یک فاصله‌ای می‌افتد که در فصل مرداد هست و در این فاصله لی را می‌برند. اکثر روستا تقریباً این کار را می‌کنند. بعد این لی‌ها را خشک می‌کنند. شما می‌روید سرتاسر روستا لی‌ها روی زمین پهن و در حال خشک شدن هستند. بعد در پاییز و زمستان که کار کشاورزی کنار گذاشته می‌شود، شروع می‌کنند به بافتن. همه نه ولی مثلاً بیست نفر جمع می‌شوند خانه یک نفر و شروع می‌کنند به بافتن، یعنی یک بخشی از کار را جمع می‌دهند. آن بخشی که به بازار مربوط می‌شود را نتوانستند جمع می‌شوند بزنند. هنوز برایشان به ضرورت نرسیده که ما لازم است با هم به بازار بفروشیم.

هر کسی یک محصولی را می‌تواند ببرد... مثلاً الان این چندساله به خاطر مطرح شدن حصیر یک رقابتی بین همه سر لی بریدن افتاده. به خاطر همین مثلاً پارسال، سالی بود که کیفیت لی‌ها پایین آمده بود به خاطر اینکه از ابتدا که لی هنوز محکم نبود و هنوز به پایان رشد نرسیده بود، شروع کردند به بریدن لی. روستاها یکی یکی می‌روند لی‌ها را می‌برند و این خودش باعث شد که لی‌ها بی‌کیفیت‌تر دربیاید و لی‌ها تمام شود، این یک بخش قضیه هست. لی ممکن است کافی نباشد برای همه. آن عده که در فصل محصول که باقی دارند کشاورزی می‌کنند لی می‌برند، در واقع کار کشاورزی ندارند اینها فروشنده می‌شوند زمانی که لی‌شان تمام می‌شود. به خاطر همین قیمت حصیر یک ذره متغیر هم می‌شود. مثلاً وقتی لی تمام می‌شود مثل الان که تقریباً لی تمام شده و لی‌ها دیگر همه در حال خریداری است. خب قیمت برایشان فرق می‌کند، چون ماده اولیه محصول را رایگان به‌دست نمی‌آورند.

شما خیلی اوقات وقتی می‌روید خانه حصیرباف‌ها می‌بینید قسمت اعظمی از خانه‌هایشان را وسایل‌شان گرفته. جلو دست و پایشان را گرفته. و این کاریست که درکنار کارهای دیگر انجامش می‌دهند. جایی که برای حصیربافی نیاز دارند واقعا مهم است به خاطر همین بعضی‌هاشان جمع می‌شوند خانه یکی که بزرگ‌تر است و با هم حصیر می‌بافند. حالا به غیر از این که می‌خواهند به هر حال با هم گپ هم بزنند و این جمع هم برایشان مهم است.

### چه اتفاقاتی می‌توانند مشکلاتی برای کار شما ایجاد کنند؟ چه در زندگی شخصی و چه عمومی.

رقابت‌شان با همدیگر زیاد است و اختلافات خانوادگی هم هست: مثلاً حتی من خواهرها را هم نتوانستم قانع کنم که این موضوع ممکن است برایشان سودآوری بیشتری داشته باشد که یک گروه باشند. برای همین از یک جایی به بعد به این نتیجه رسیدیم که اولاً گروه شدن آنها به خودشان مربوط است و



### مصاحبه با جلوه جواهری ( تسهیلگر خانم‌های حصیرباف منطقه کیشهر)

#### مصاحبه‌گر: فاطمه امیری

#### ساکن چه شهر و منطقه‌ای هستید؟

منطقه گیلان سمت منطقه کیشهر. یکی از روستاهای منطقه آزاد هست البته الان دیگر آزاد حساب نمی‌شود ولی یک جورایی بین رشت و انزلی هست.

#### خانم‌ها چند نفرند؟

الان حصیرباف‌هایی که ما به طور پراکنده با آنها کار کردیم، حدود ۶ نفر بودند. آنها خودشان با حصیرباف‌های دیگری در ارتباطند که کارها را از روستاهای دیگر جمع می‌کنند، چون آنها نمی‌توانند این مسافت را طی کنند. به هر حال مسئولیت‌های دیگری دارند.

#### آنهايي که با شما کار می‌کنند هم مسافتي را بايد طی بکنند؟

نه نه آنهايي که اینجا در روستا هستند، بین ۶ تا ۷ نفر متغیر هستند.

#### این خانم‌ها چطور با شما در تماسند؟

اوایل که لوتکا راه افتاد آنها را دعوت کردیم. به حصیرباف‌هایی که می‌شناختیم در همسایگی گفتیم حصیرباف‌های دیگر را دعوت کنند. فکر می‌کنم یک جمع ۱۲، ۱۳ نفره آمدند. بین آنها کسانی ماندند. همه کل کار را تولید نمی‌کنند. یعنی بعضی‌ها فقط «سوبه» می‌بافند که یک نوع خاص بافت حصیر است. بعد این سوبه‌ها به هم بافته می‌شوند و مثلاً سبد می‌شود. یک‌سری فقط طناب می‌بافند که این طناب‌ها ممکن است تهران برود در کار مبل و تزیینات مبل به کار برود. آنهايي که این کار را می‌کنند نمی‌توانستند محصولاتشان را بیاورند. چون در واقع محصولشان به تنهایی ارزشی برای فروش ندارد یا در این بازارچه



اگر بروید در روستا اینجا کلی مغازه حصیر فروشی هست و نمی‌توانند از یک قیمتی بیشتر بفروشند چون روی دست‌شان می‌ماند. چون آنها به بازار اصلی دسترسی ندارند و دارند در روستا می‌فروشند. حتی مثلا آنهایی که جمع می‌کنند می‌برند جای دیگر می‌فروشند، مثلا به شهر نزدیک اینجا می‌فروشند، در گیلان این بازار اشباع شده و یک اندازه‌ای سود می‌توانند ببرند.»

وقتی من می‌بافم دست‌هایم آسیب می‌بیند و آورده‌اش هم چیزی نیست که بتوانم با آن چهارتا چیز درست و حسابی بخرم، خب پس من کاری را می‌کنم که برایش توان بیشتری دارم. یعنی من می‌توانم چهارتا جنس بگیرم از قبل این چهار تا جنس و فروشش که آسیبی به دست من نمی‌رسد، چیزی برابر با همان یک جنس به دست می‌آید.

اگر بروید در روستا اینجا کلی مغازه حصیر فروشی هست و نمی‌توانند از یک قیمتی بیشتر بفروشند چون روی دست‌شان می‌ماند. چون آنها به بازار اصلی دسترسی ندارند و دارند در روستا می‌فروشند. حتی مثلا آنهایی که جمع می‌کنند می‌برند جای دیگر می‌فروشند، مثلا به شهر نزدیک اینجا می‌فروشند، در گیلان این بازار اشباع شده و یک اندازه‌ای سود می‌توانند ببرند. نمی‌توانند به قیمت واقعی بدهند. این بازار وقتی می‌رود در یک مغازه‌ای در تهران، ممکن است به قیمت واقعی‌اش فروش برود. مثلا در جایی مثل دستادست هم ما مجبوریم به قیمتی نزدیک به تعاونی یا به قیمتی که نزدیک به قیمت اینجاست بفروشیم. بازار اصلی آنها نباید در گیلان باشد و آنها مهم‌ترین مشکل‌شان همین بحث رفت و آمد هست. اکثرا ماشین ندارند یا رانندگی نمی‌کنند یا ماشین دست همسرانشان هست و حتی به اینجا آوردن جنس‌هاشان طول می‌کشد و باید هماهنگ کنیم من بروم بگیرم. اگر من نتوانم آنها سخت‌شان هست که حصیرشان را بیاورند یعنی حتی در مسیرهای کوتاه هم راحت نیستند.

بحث رقابت هم هست. رقابت بین قیمت‌ها. که همانطور که داریم در چیزهای دیگر هم می‌بینیم سود واقعی به صنایع دستی نمی‌رسد.

#### آیا دولت و سازمان‌های وابسته به حاکمیت یا سازمان‌های غیردولتی، کاری برای مدیریت اوضاع انجام داده‌اند؟

ببینید بخش صنایع دستی گردشگری ایران یا کارآفرینی منطقه آزاد به آنها یک کارتهایی می‌دهد که آنها می‌توانند تسهیلات بگیرند، مثل وام. ولی

نمی‌شود اجباری باشد. ولی چیزی که همه‌شان نیاز دارند، بازار کار هست. چون آنها اکثرا به غیر از یکی دو نفر که به صورت محدود با بازار کار ارتباط دارند، کسانی هستند که خیلی شوهرانشان اجازه نمی‌دهند بروند در بازارچه‌ها. با اینکه به نظر می‌رسد گیلان از این نظر آزادانه‌تر باشد، ولی همه این مدلی نیستند و هنوز هم ما نتوانستیم خیلی‌ها را متقاعد کنیم که در این شیوه کار بیایند. الان مثلا به طور فله‌ای تمام وسایل‌یشان را می‌بافند و کسی که از تهران می‌آید برای مبل‌سازی یا از جاهای مختلف وسایلشان را به قیمت خیلی ارزان می‌خرد، مثلا طنابی که می‌بافند ۱۰۰ متری‌اش، که هر مترش ۱۲ هزار تومن است، جمعا ۱۶ هزار تومن می‌خرند. برای همین آنهایی که ابتکار بیشتر داشتند و توانمندتر بودند به این نتیجه رسیده بودند که ما نباید فله‌ای بفروشیم ولی باز هم قیمت حصیری که اینها دارند به هیچ وجه برابر نمی‌شود با قیمت بازار. چون من خودم یک بار همین کیف حصیری که به اسم کیف حلزونی گذاشته بودند سه سال پیش دیده بودم ۷۰ هزار تومن قیمت گذاشته بودند، در صورتی که آنها ۳۲ هزار تومن می‌فروشند در دستادست. اینقدر تفاوت قیمت زیاد بود.

نمی‌دانم در جریان هستید یا نه حصیر خیلی کار دارد. از مراحل گرفتن لی تا بافتن‌اش خیلی زمان‌بر هست. یعنی وقتی که مواد اولیه‌شان آماده نیست. آن چیزی که بهشان سفارش می‌دهی در ده روز هم آماده نیست و باید از ابتدایش تهیه کنند. چون سخت به دست می‌آید ترجیح‌شان این است که یک نفر با بازار آماده بیاید در همان لحظه از آنها بخرد. کلا در روستا همچنین ویژگی‌ای حاکم است نه فقط برای آنها بلکه در بافنده‌های دیگر هم همچنین موضوعی حاکم است ولی در حصیر شاید بیشتر. بعد از آن باید بروند سرکار زمین. همه‌شان فصلی کار می‌کنند.

یک مشکل دیگر هم اضافه کنم اینکه الان پایه اصلی محصول لی هست. چیزهای دیگر هم می‌بافند ولی الان در این چندساله من لی را بیشتر از همه دیدم. توسط غالب حصیرباف‌ها لی بافته می‌شود. الان مهم‌ترین مناطقی که آنها می‌روند ازش لی می‌کنند، در حال ویلاسازی است و قسمت بزرگی از آن را بستند. زمین بسیار بزرگی که نزدیک به دریا بود و خیلی حاصل‌خیز بود به لحاظ رویش لی به طور طبیعی. چون لی خودرو هست ولی آنجا را بستند چون محوطه خصوصی شده بود و خب این نمونه هست و جاهای دیگر هم این اتفاق افتاده است. قبلا اینا «سوب» می‌بافتند که خب کلا از بین رفته. خیلی کم رشد می‌کند و آنها هم که دارند بیشتر خودشان کاشته‌اند. این یکی از مشکلاتشان هست، در واقع از بین رفتن منابع طبیعی.

دلیلی که ما خیلی اصرار داریم حصیربافی را خیلی اینجا تبلیغ کنیم این است که یکی یکی بافنده‌ها دلسرد می‌شوند از آنچه نصیب‌شان می‌شود و شروع می‌کنند به دلالی حصیر. یعنی بافنده‌ای که خودش بافنده عالی‌ای هست سعی می‌کند برود ارزان از یک جایی بخرد و یک جای دیگر بفروشد (آنهایی که توانایی بیشتری دارند یا راحت‌تر می‌توانند رفت و آمد کنند) چون می‌گویند





» آنها وقتی برنج را می‌کارند، بین رچی برنج تا اینکه برنج را درو کنند یک فاصله‌ای می‌افتد که در فصل مرداد هست و در این فاصله لی را می‌برند. اکثر روستا تقریباً این کار را می‌کنند. بعد این لی‌ها را خشک می‌کنند. شما می‌روید سرتاسر روستا لی‌ها روی زمین پهن و در حال خشک شدن هستند. بعد در پاییز و زمستان که کار کشاورزی کنار گذاشته می‌شود، شروع می‌کنند.»



کمی پول به کل روستاهای آنجا می‌توانستند خیلی کمک کنند به این انگیزه فروختن؛ ولی خب این کمک هیچ وقت انجام نشد. مکان نداشتن یکی از معضلات خیلی جدی اینهاست هم برای کار و هم برای فروش.

#### توضیحات انتهایی دارید بفرمایید.

بسیار مشتاق آموزشند. که بتوانند کارهایشان را متنوع‌تر کنند. خودشان هم می‌دانند که بازار کاری که دارند می‌کنند، اشباع شده است. قبلاً خیلی محدودتر بود کارهایشان. ولی آموزش خیلی در اختیارشان نیست یا جاهایی هست که آنها خیلی دسترسی ندارند. خیلی کارهای ساده مثل اینکه چه جوری پارچه را با حصیر ترکیب کنند؛ یعنی بعضی از این آموزش‌ها خیلی می‌تواند مفید باشد. خودشان هم دوست دارند مثلاً می‌گویند ما چطور کارمان را می‌توانیم بفروشیم. دستادست باعث شد که ما خودمان هم جدی گرفتیم اینستاگرام را راه انداختیم چون بازار تهران مهم است. جداگانه بتوانند حصیر را معرفی کنند به طور خاص. جدی‌ترشان کرد در تولید. یعنی حداقل دو نفری که من دیده بودم به این اهمیت می‌دادند که خودشان یک کار جدید درست کنند بیاورند و نشان بدهند. چون من فکر می‌کنم گروه‌سازی در طولانی مدت جواب می‌دهد و به هیچ وجه فکر نمی‌کنم که آدم‌ها را باید اجبار کرد به گروه‌سازی. فکر می‌کنم آنها به مرور به ضرورت کارشان پی می‌برند. به این نتیجه می‌رسند که باید یک خورده هم‌فکری‌های بیشتری بکنند و روی کار خودشان تمرکز می‌کنند به جای اینکه کار را از یک نفر بگیرند به یکی دیگر بدهند.

یک داستان‌هایی دارد این وام گرفتن؛ مثلاً منوط می‌شود به این که آنها یک جایی را داشته باشند یا بتوانند به هر حال پس‌اش بدهند ولی وام‌های کوچک هستند. فکر کنم نهایت وامی که می‌دهند ۵ میلیون باشد. برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در واقع کاری از پیش نمی‌برد و وامی که می‌گیرند ممکن است اصلاً صرف حصیربافی نشود و کار دیگری بکنند. این اتفاقی است که در خیلی جاهای دیگر هم تجربه مشابه‌اش وجود داشته و مشکلی که دارند مثلاً نمایشگاه می‌گذارند و نمایشگاه در شهر هست و به آنها امکانات رفت‌وآمدی نمی‌دهند. ما می‌گفتیم بهشان که شهرداری جا می‌دهد ما بگیریم؟ می‌گفتند نه چون ما اصلاً نمی‌توانیم برویم آنجا بفروشیم کارمان را. ما هزینه رفت و آمدمان به سودمان سر به سر می‌شود اگر بخواهیم از اینجا برویم رشت. منطقه آزاد که داشت به آنها جا می‌داد بسیار گران بود. غرفه‌های منطقه آزاد برای عید بسیار گران بود. چهار میلیون بود که خب برای آنها رقم واقعاً زیادی بود و گروه هم نبودند که تقسیم شود این قیمت. پارسال که سیل آمد و امسال هم که این وضعیت پیش آمد دیگر بحران‌شان را خیلی بیشتر کرد و خیلی ضربه زد به این کار. طبیعت حصیر شمال این است که زرد می‌شود. یعنی وقتی در هوای بیرون بماند زرد می‌شود و مهم است که انبار داشته باشند.

من تجربه خودم را می‌گویم. اینجا یک خانه سنتی ساخته بودند در یک پارکی که دقیقاً روبروی روستای ماست. این کلبه دو طبقه ویلایی موزه طور بود که بدون استفاده گذاشته بودندش. دویست میلیون قیمت‌اش بود و صنایع دستی هزینه کرده بود برایش. خودشان پیشنهاد می‌دادند که چه می‌شد اینجا را در اختیار ما بگذارند و ما بیایم کارمان را اینجا بفروشیم. وسط جاده است و با یک تبلیغات خیلی می‌تواند به ما کمک کند. حتی با دادن آن جایگاه با یک مبلغ

## مصاحبه با نجمه حسن زهی تسهیلگر محلی خانه هدی پشت گاراژها (خانه شماره ۴، تولیدکننده محصولات سوزن‌دوزی)

### مصاحبه‌گر لیلا زمانی

**معرفی کسب و کار شما، از کی شروع به کار کردید، چی تولید می‌کنید؟ چند نفرید؟ و هر توضیح تکمیلی برای معرفی کسب و کارتان.**

ما کارمان را از سال ۱۳۸۰ شروع کردیم. یک انجمنی بودیم از خانم‌های خود سرپرست و بدسرپرست، ماهیانه پولی را جمع می‌کردیم و با هم درباره اوضاع منطقه‌مان صحبت می‌کردیم. می‌خواستیم که کارمان را پیشرفت بدهیم. بعد کم‌کم، بزرگ و بزرگ‌تر شدیم و از سال ۱۳۹۳ مجوز رسمی از استانداری گرفتیم و کارمان را شروع کردیم در خانه هدی ما رومیزی، کوسن، تابلو، زیرلیوانی، روسری، دستبند، گردنبند، گوشواره تولید می‌کنیم. برای مانتو، شلوار جین، سوزن‌دوزی کار کردیم. بعد با شرکت‌های مختلفی هم مثل ایران‌خودرو، مگامال، کنگره دندان‌پزشکی برایشان کیسه‌ی پارچه‌ای دوختیم. برای شرکت لانه که خانم عظیمی سرپرست‌شان هستند که کارهایشان را به خارج از ایران می‌فروشد. و

از ادارات هم قبول می‌کنیم اما الان به دلیل کرونا کار ما خوابیده است.

ما الان حدود ۲۵۰ نفر خانم با هم کار می‌کنیم. خدا را شکر سفارش هم داریم. چند وقت هم هست که با کمک دستادست خرید و فروش اینترنتی انجام می‌دهیم که خیلی هم راضی هستیم. فقط یک سری مشکلات داریم که بعضی از خانم‌ها به دلیل کمبود وسایل اولیه نمی‌توانند کارهایشان را پیشرفت دهند. مواد اولیه خیلی هزینه ندارند. که بعضی از خانم‌ها ندارند برای همین از کارهای کوچکتر



شروع می‌کنند: مثل دستبند و کیف. ما محصولات خانم‌ها را به نمایشگاه‌های مختلف می‌بریم مثل نمایشگاه تهران، شیراز و اصفهان. خلاصه این که هر جا در ایران نمایشگاه باشد ما سعی می‌کنیم که برویم. به خاطر این که خانم‌ها خیلی زحمت می‌کشند و می‌خواهیم که فروش محصولاتمان بالا برود. رئیس ما خانم حسن زهی در سال ۱۳۹۸ دیدار با رئیس جمهور داشتند. با خیلی از وزیرها دیدار داشتند. الان خانه هدی یک برند شده است. سعی می‌کنیم که کارهایمان پیشرفت داشته باشد و خدا را شکر تا الان پیشرفت کرده‌ایم.

### با این شرکت‌ها چطور آشنا شدید؟

ما با بنیاد توسعه کارآفرینی جوانان و زنان که خانم فیروزه صابر حامی‌شان هستند کار می‌کنیم. خانم فیروزه صابر خیلی حامی خوبی هستند به لطف

ایشان به این جا رسیده‌ایم و این شرکت‌ها را با کمک ایشان پیدا کردیم. برای شرکت مگامال کار کردیم بعدش سفارش ایران خودرو را گرفتیم. کنگره دندان پزشکی که دید ما با مگامال و ایران خودرو کار کردیم به ما سفارش کار داد. الان هم با شرکت لانه، سفارش کار در تمام طول سال داریم.

### شما گفتید که علاقه‌مندید کارها را گسترش دهید، مثل چی؟ لطفاً یک تجربه از گسترش کارها برای ما توضیح دهید؟

ما الان یک مشکلی که داریم کم سواد خانم‌ها و دسترسی نداشتن خانم‌ها به گوشی‌های هوشمند هست که ما بتوانیم کارمان را پیشرفت بدهیم. خدا را شکر از وقتی با دستادست کار می‌کنیم خانم‌ها فروش اینترنتی را هم یاد گرفته‌اند. حالا چند باری در کار پست اشتباه کردند. ما می‌خواهیم که خانم‌ها خودشان پیشرفت کنند. نمی‌خواهیم در کارهایشان زیاد دخالت کنیم. پس ترجیح دادیم که به این خانم‌ها آموزش بدهیم. مانند دریافت سفارش اینترنتی تا از راه دور هم فروش داشته باشند.

ما قبلاً با خانمی ساکن سوئیس کار می‌کردیم برای ایشان کیف و جاکلیدی چرمی تولید می‌کردیم که در آن‌ها سوزن‌دوزی هم به کار می‌رفت. حدود سال ۹۴ با این خانم کار می‌کردیم. یک مدت سفارش دادند و ما سفارش‌ها را قبول می‌کردیم. مشکل این جا بود که وقتی می‌خواستیم چیزی را از این جا برای فروش به خارج از ایران بفرستیم برای ما خیلی هزینه داشت. به خاطر همین نتوانستیم با این خانم کار کنیم. با وجود این که خیلی هم مشتاق بودیم. فروش‌مان در فصل کریسمس خیلی خوب بود. به غیر از پرداخت دستمزدها برای هر یک از خانم‌ها یک هدیه نیز فرستادند. علاقمند بودیم که ادامه دهیم اما به دلیل مشکلی که عنوان شد نتوانستیم کارمان را با ایشان ادامه دهیم.

### یکی از مشکلاتی که اشاره کردید تهیه مواد اولیه بود، با چه مسائلی در تهیه مواد اولیه مواجه هستید؟

خانم‌های گروه ما بدسرپرست یا بی‌سرپرست هستند. مشکل این است که اگر بخواهیم کار جدید تولید کنیم خانم‌ها پول ندارند. سعی کردیم با کمک خیرین تا جایی که می‌شود برایشان امکانات را فراهم کنیم. ولی باز هم چون تعداد اعضای گروه بالاست نمی‌توانیم این خدمات را به همه ارائه کنیم. اما تلاش کردیم کلاس‌های آموزشی را برای همه برگزار کنیم. مثل کلاس خیاطی، کار با چرم، کار با نمد، خانم عظیمی از شرکت لانه به همه خانم‌ها آسترکشی یاد داد برای برگزاری کلاس، ایشان خیلی هزینه کرد. الان خدا را شکر خانم‌هایی که با چرخ خیاطی کار می‌کنند کارشان بهتر است اما آن‌هایی که سوزن‌دوزی می‌کنند نمی‌توانند مواد اولیه‌شان را تهیه کنند. مگر این که ما سفارش کار به خانم‌ها بدهیم: مانند کوسن، سوزن‌دوزی، که فقط خانم‌ها دستمزد دریافت می‌کنند. اگر که پارچه، سوزن، نخ و... از دوزنده باشد و دوخت هم با خودش باشد خوب برای خانم دوزنده خیلی خوب خواهد شد زیرا که همه پول فروش محصول به خودش تعلق می‌گیرد. در این شرایط فقط دستمزد سوزن‌دوزی را دریافت می‌کنند. برای همین نمی‌توانند ایده‌های جدیدی که دارند را تولید کنند.

اگر خانمی فروش برای دو دستبند داشته باشد، فروش یکی را خرج زندگی



» ما خانمها ابتدا که شروع به کار کردیم، یقه و آستین بلوچی خودمان را دوختیم. بعد کارمان را پیشرفت دادیم که بتوانیم روی پارچه‌های مختلف سوزن‌دوزی کنیم. الان مهارت‌های خانمها در سطح بالا قرار گرفته، کارهایشان قشنگ و تمیز است و ظرافت کارشان بالاست.»

خانه و یا خودش چیزی بخرد. برای همین فروش نداریم.

**تولید در کارگاه‌ها فعلا کنسل شده است؟**  
بله فعلا همه چیز را کنسل کرده ایم.

**خانمها در خانه محصولی تولید نمی‌کنند؟**

وسایلی که خانمها خودشان تولید می‌کنند کنسل شده اما سفارش کار قبول می‌کنیم، به سفارش یک شرکت ما کوسن تولید می‌کنیم. تولید سفارش این محصول را بین ۴ خانه هدی تقسیم کردیم الان خانمها در خانه دوزندگی می‌کنند هیچ کدام کارگاه نمی‌آیند. تولیداتمان مربوط به سفارش‌هایی است که از شرکت‌ها گرفته‌ایم. خانمها دستمزدی که دریافت می‌کنند را صرف خرید مواد غذایی می‌کنند تا تولید محصول جدید.

**اگر به پارسال نگاه کنید چه اتفاقاتی خوب و چه اتفاقاتی بد برایتان داشت؟**  
اتفاقاتی که برای شما نقش پررنگی داشتند.

ما سال گذشته سال خیلی خوبی داشتیم سفارش کار خوبی داشتیم، خانمها خودشان محصولات جدید تولید می‌کردند. خانمها از این شرایط خیلی خوشحال بودند رفت و آمد به خانه‌های هدی زیاد بود ۳ تا نمایشگاه داشتیم. کمترین دستمزد مثلا برای کسی بود که چند تا دستبند (محصولات کوچک) دوخته بود که ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان در هر نمایشگاه دریافت می‌کرد. خیلی بازدیدکننده از تهران داشتیم. از استان خودمان هم بود. به دلیل فروش بالا خانمها خیلی در جنب و جوش بودند، کارهای جدید می‌آوردند کلاس‌های آموزشی خوبی داشتیم، در تابستان برای بچه‌ها کلاس سفالگری، کامپیوتر، نقاشی، موسیقی برگزار کردیم. کلاس‌های آموزشی برای محصلان برگزار کردیم.

می‌کند از فروش دیگری اگر پولی ماند برای خودش پارچه و نخ می‌گیرد که کارش را بیشتر تولید کند ولی چون خانمها اوضاع مالی‌شان خوب نیست سعی می‌کنند همان را هم خرج خانواده کنند. برای همین هست که تهیه مواد اولیه برای خانمها سخت است. ما تا جایی که بتوانیم کمک‌شان می‌کنیم. کاری از دست‌مان بر بیاید انجام می‌دهیم.

**به نظر شما مهارت‌ها خانمها در چه سطحی است؟ مثل دوزندگی؟ سوزن دوزی‌های خاص منطقه خودتان؟**

ما خانمها ابتدا که شروع به کار کردیم، یقه و آستین بلوچی خودمان را دوختیم. بعد کارمان را پیشرفت دادیم که بتوانیم روی پارچه‌های مختلف سوزن‌دوزی کنیم. الان مهارت‌های خانمها در سطح بالا قرار گرفته، کارهایشان قشنگ و تمیز است و ظرافت کارشان بالاست. سوزن‌دوزی‌ها برای منطقه خودمان است. مثلا خانمهای چابهار دوخت و سوزن‌دوزی خودشان را دارند. ما برای زاهدان را انجام می‌دهیم و مهارت خانمها در سطح بالایی است.

**چه عالی، به غیر از مسائلی از کار که تا اینجا گفتید، چه مسائل و مشکلاتی از تولید مواد اولیه تا فروش محصولاتتان دارید؟ نکته دیگری هم هست که بخواهید درباره مشکلات کار بگویید؟**

الان یک مدتی است که نخ و پارچه قیمتش خیلی به نسبت قبل بالا رفته است. همان طور که گفتم ما در تهیه مواد اولیه دچار مشکل هستیم. اگر تولیدمان را هم با این شرایط بالا ببریم بازار فروشمان خیلی کم است. چون که تبلیغ خیلی کم است. فقط پیج برای خانه هدی داریم که تازه سایت فروشش را درست کردیم. از قبل هم با کمک دستادست فروش اینترنتی داشتیم. در گذشته ما در سال ۴ تا ۵ نمایشگاه داشتیم. که خدا را شکر فروش ما خوب بود در خود خانه هدی هم فروشمان خوب بود اما الان به دلیل کرونا هیچ کدام برای ما مقدور نیست و فعلا از طریق اینترنت می‌توانیم کارها را به فروش برسانیم. ما حالا بازار فروش کمی داریم. اگر تبلیغات گسترده بود بازار فروشمان خیلی خوب می‌شد اما به دلیل تبلیغات کم نمی‌توانیم بازار فروش داشته باشیم. الان هم که با این شرکت‌ها کار می‌کنیم سفارش کار هست. همان طور که می‌دانید نصف هزینه واقعی به ما می‌رسد. اگر هر کالایی که می‌فروشیم برای خودمان باشد هزینه‌های نخ و پارچه را کنار می‌گذاریم و بقیه پول به خودمان تعلق می‌گیرد. ولی با این شرایط بازار فروش ما خیلی کم است. خانمها کم کم دارند دلسرد می‌شوند.

**فروش حضوری دیگر ندارید؟ سفارش شرکت‌ها را ندارید؟**

به دلیل قرنطینه و کرونا هر ۴ مرکز خانه هدی را تعطیل کرده‌ایم زیرا که امکاناتی مانند دستکش و ماسک و... نداریم و برای حفظ سلامتی خانمها این مراکز را تعطیل کردیم. تا جایی که توانستیم از خیرین کمک گرفتیم و مراکز را ضدعفونی کردیم اما کفاف نکرد برای همین الان حضوری فروش نداریم و فقط از شرکت لانه سفارش داریم. سفارش ایران خودرو قطع شده است. وضع کشور را هم که خودتان می‌دانید دیگر پولی نیست که کسی بخواهد برای



» مثلا برای تابستان  
مربی‌ها از فنی و حرفه‌ای و  
صنایع دستی برای آموزش  
می‌آیند. خیلی خوشحالیم  
چون که از مدرک‌هایی  
که گرفتیم توانستیم  
وام بگیریم، کارمان را  
گسترش دادیم. ما یک  
گروه مردم‌نهاد هستیم که  
وابسته به نهادهای دولتی  
نیستیم.»

من قبلا یکی از اعضای خانه هدی بودم. کار سوزن دوزی کم انجام می‌دادم اما کارهای دوزندگی انجام می‌دادم مثلا آسترکشی‌های شرکت لانه را بیشتر خودم با کمک چند تا از دوستانم انجام دادم. الان کاری که نقش من را پررنگ‌تر کرده این است که تسهیلگر خانه هدی شماره ۴ هستم. خیلی خوشحالم چون توانستم با کارهایی که انجام دادم رضایت خانم‌ها را جلب کنم. و هر چه که خودم یاد گرفته بودم به خانم‌ها انتقال بدهم.

### چه عالی، خیلی خوشحالم این کار باعث پیشرفت شما شده است. تبریک می‌گویم.

من با خیلی از خانم‌های توانمند در این مدت آشنا شدم یکی خانم فیروزه صابر بود و دوستانشان. همیشه به ما می‌گفتند که کار کنید و خودتان و بچه‌هایتان را گداپور بار نیاورید. یعنی این که به دلیل کاری که می‌کنید از آن پول دریافت کنید خیلی بهتر است تا این که کسی همین جوری به شما پولی بدهد. این سال‌ها باعث شد که خانم‌ها توانمند شوند الان هر ۲۵۰ خانم خانه هدی [در مجموع ۴ مرکز نه فقط مرکز شماره ۴] توانمند هستند. یعنی نمی‌نشینیم در خانه که شوهرمان نان و آب برای ما بیاورد. به این فکر نمی‌کنیم که فقط مرد خانه کار کند. خودمان هم کار می‌کنیم و تلاش می‌کنیم برای زندگی بهتر و رفاه بهتر برای فرزندانمان. خانم‌هایی که سواد نداشتند وقتی می‌بینند که خانم‌ها و بچه‌ها در جنب و جوش هستند، خودشان کار را یاد گرفتند، خودشان در کلاس‌های آموزشی شرکت می‌کنند. در جلسات مشاوره شرکت می‌کنند. مشاوره‌ها باعث شد که خانم‌ها خیلی به خودشان بیایند و یاد بگیرند. خانم‌های مشاور ما خیلی خوب بودند. خانمی بود که نقاب می‌زد و اصلا بیرون نمی‌آمد در جامعه نمی‌رفت و منزوی بود. به کمک خانم‌های مشاور الان به راحتی بیرون می‌رود. کارهای خودش را خودش انجام می‌دهد. حتی ادارات، کارهای بانکی، مراجعه به استانداری، شهرداری، خودشان اقدام می‌کنند برای همین خیلی خوشحال هستیم. در تابستان ما برای بچه‌مان کلاس‌های آموزشی برگزار می‌کنیم. کارگاه‌هایی برای کار بچه‌ها برگزار می‌کنیم. فرصت‌های شغلی به غیر از درس خواندن برای بچه‌ها در تابستان ایجاد می‌کنیم. مثلا پسرها کار در دفتر مهندسی، کار در تعمیرگاه را تجربه می‌کنند، یا کسی علاقه‌مند به کار آشپزخانه هست صحبت می‌کنیم که بچه‌ها تجربه کار در این فضاها را داشته باشند. دخترهای ما خیاطی، فوریت‌های پزشکی، دندان پزشکی را یاد گرفتند. دخترهایمان در داروخانه کار می‌کنند. ما خیلی خوشحال هستیم که بتوانیم خودمان و محیطمان را تغییر دهیم.

خیلی خوشحالم از این که با گروه توانمند دستادست آشنا شدم خیلی خوشحالم. آشنایی با خانم عظیمی شرکت لانه و دستادست توسط خانم سارانی بود. ایشان برای خانه هدی و خانم‌ها خیلی تلاش کردند. الان دو باری شد که ما کار را اشتباه ارسال کردیم. تا قبل این خانم سارانی ارسال محصولات را برای ما انجام می‌دادند. از الان ما تصمیم گرفتیم که خود خانم‌ها این کارها را یاد بگیرند الان هم به خانم‌ها آموزش می‌دهیم که کارهای پستی و اینترنتی‌شان را خودشان انجام دهند. از گروه دستادست خیلی راضی هستیم برای این که به فروش

اینترنتی محصولات ما کمک کردند واقعا خیلی سختی می‌کشند. دست شان درد نکند. ما ممنونیم.

### خواهش می‌کنم لطف دارید، به غیر از خانه هدی و دستادست نهاد دیگری هست که به شما کمک کند؟ نهاد دولتی یا غیردولتی؟

کمیته امداد، سازمان بهزیستی، اداره فنی و حرفه‌ای، صنایع دستی، مثلا برای تابستان مربی‌ها از فنی و حرفه‌ای و صنایع دستی برای آموزش می‌آیند. خیلی خوشحالیم چون که از مدرک‌هایی که گرفتیم توانستیم وام بگیریم، کارمان را گسترش دادیم. ما یک گروه مردم‌نهاد هستیم که وابسته به نهادهای دولتی نیستیم. سعی می‌کنیم که کار خودمان را خودمان انجام دهیم. شهرداری و استانداری تا جایی که توانستند به ما کمک کردند. خدا را شکر از این بابت راضی هستیم.

### فکر می‌کنید که چه اتفاق‌هایی در کل می‌تواند به بهبود کار شما کمک کند؟

ما اگر بازار فروشی داشته باشیم، این اتفاق بزرگی برای ماست. می‌توانیم وسایل جدید تولید کنیم، همه خانم‌ها می‌توانند کارهای جدید و ایده‌های جدید تولید کنند. اگر بازار فروشی نداشته باشیم نمی‌توانیم محصولات جدید و ایده‌های نو داشته باشیم. اگر بازار فروشی نباشد شاید ایده‌ها دیده نشوند. بهترین راه‌حل به نظر من گسترش بازار فروش و تبلیغات است.

### خب به نظر شما چه چیزی به بازار فروش بهتر کمک می‌کند؟

اگر تبلیغات خوبی داشته باشیم، بازار فروش ما هم بیشتر می‌شود. محصولاتمان را پیچ‌های بیشتری ارائه کنند. به این شکل کارهای ما بیشتر معرفی می‌شود به این ترتیب بازار فروش ما بیشتر می‌شود.

# پرونده

## آمازون در حال سوختن است، کمپانی‌های بزرگ تجارت کشاورزی مقصرند!

نوشته آناکانینگ  
برگردان از مائده افشردل

جنگل‌های بارانی آمازون با سرعت زیادی در حال سوختن هستند. یک ماه است<sup>۵</sup> که این جنگل‌ها در حال سوختن هستند ولی شبکه‌های خبری آمریکا، تنها یک هفته است که خبر آن را مخابره می‌کنند. طی چند سال گذشته، ساحل غربی که من آن را خانه می‌نامم، شمار زیادی آتش‌سوزی به خود دیده‌است. این دوره از اواخر تابستان شروع، و به یک فصل آتش‌سوزی تبدیل شده که ناشی از خشکسالی و افزایش گرما، نشانه‌های پیچیده تغییرات اقلیم و پیش‌روی روزافزون ما در سرزمین‌های وحشی (طبیعت بکر و دست نخورده) است. اما آتش‌سوزی در آمازون متفاوت است. جایی که من در آن زندگی می‌کنم، ارتباط بین استعمار و سوءاستفاده از زمین‌های ساکنین، داستانی طولانی دارد.

با این حال، شکی در این وجود ندارد که: آتش‌سوزی در برزیل، توسط شرکت‌های تجاری کشاورزی روشن، و به وسیله اقتصاد سرمایه‌داری ما سوخت‌رسانی شد. این برای کسانی از ما که خود را طرفدار تجارت عادلانه می‌دانند، چه معنایی دارد؟ هر کدام از ما چه کاری می‌توانیم انجام بدهیم؟

### «سوزاندن آمازون، جنایتی علیه بشریت است»

حوزه آمازون به نقل از La Via Campesina Brasil، «قلمروی زندگی، غذا، آب و فرهنگ» است<sup>۶</sup>. و آنها ادامه می‌دهند «سوزاندن آمازون جنایتی علیه بشریت است.» وسعت این جنایت خیره‌کننده است. به عنوان بزرگترین جنگل بارانی جهان، آمازون ۲۰٪ از اکسیژن جمعی ما را تامین می‌کند و خانه سه میلیون نوع از گیاهان و حیوانات است. آمازون تقریباً ۱۰٪ از تنوع زیستی سیاره ما و همچنین یک میلیون بومی را در خود جای داده است. امسال تعداد آتش‌سوزی‌های جنگلی در مقایسه با سال قبل ۸۵ درصد افزایش داشته است که تقریباً نیمی

<sup>۵</sup> این مقاله در سال ۲۰۱۹ نوشته شده است.

<sup>۶</sup> یا روش دهقانان) در campesino، روش la vía campesina (از اسپانیایی La Vía Campesina سال ۱۹۹۳ توسط سازمان‌های کشاورزی از اروپا، آمریکای لاتین، آسیا، آمریکای شمالی، آمریکای مرکزی و آفریقا تاسیس شد. این جنبش خود را به عنوان «جنبشی بین‌المللی که سازمان‌های دهقانی تولیدکنندگان کوچک و متوسط، کارگران کشاورزی، زنان روستایی و جوامع بومی از آسیا، آفریقا، آمریکا و اروپا را هماهنگ می‌کند» توصیف می‌کند. این ائتلاف متشکل از ۱۸۲ سازمان در ۸۱ کشور است که از کشاورزی پایدار مبتنی بر خانواده La Via Campesina و مزرعه حمایت می‌کند و گروهی هستند که اصطلاح «حق حاکمیت غذا» را ابداع کردند. کمپین‌هایی برای دفاع از حاکمیت بذر کشاورزان، کمپین‌هایی برای متوقف کردن خشونت علیه زنان، کمپینی برای به رسمیت شناختن حقوق دهقانان، یک کارزار جهانی برای اصلاحات کشاورزی و ارضی و... برگزار کرده‌اند.



### ممنونم برای وقتی که گذاشتید. از صحبت با شما خیلی لذت بردم. خیلی با حوصله به همه سوال‌ها پاسخ دادید.

خواهش می‌کنم. خانم‌های خانه‌ی هدی یک صندوق پس‌انداز دارند که ماهانه از ۵۰۰ تک تومانی شروع کردند گروهی پس‌انداز کردند و حالا به ماهی ده هزار تومان رسیده است. خانم‌هایی که برایشان امکان دارد بیشتر ماهیانه به صندوق پرداخت می‌کنند. با استفاده از این صندوق به خانم‌ها وام می‌دهیم. از وام‌های صد، پانصد تا وام یک میلیون. بدون هر سودی، خانم‌ها همه قسط‌های خودشان را تا اینجا پرداخت کرده‌اند. وام دهی برای خانم‌ها خیلی خوب بود به این وام می‌گوییم وام اضطراری. هر کدام از خانم‌ها مشکلی دارد از صندوق وام دریافت می‌کند. خیلی کارها با وام‌های صندوق راه افتاده، مثل برگزاری مراسم عروسی، کمک هزینه‌های تحصیلی، درمان بیماری و خیلی کارهای دیگر.

الان هم یک قرعه‌کشی داریم. هر خانه هدی یک رئیس و یک معاون دارد که قرعه‌کشی‌ها زیر نظر آن‌ها برگزار می‌شود. بستگی به هر خانه هدی که اعضایش ماهانه چقدر در صندوق می‌گذارند، قرعه‌کشی انجام می‌شود. با وام‌های این صندوق هم خیلی کارها انجام شده است. مثلاً تهیه مواد اولیه برای تولید محصول. این ۴ خانه هدی یک مدیرعامل دارد به نام خانم مرضیه حسن زهی، ایشان مدیر همه نمایشگاه‌های خانه هدی نیز هستند و خیلی به خانم‌ها تا الان کمک کردند باعث پیشرفت کار خانم‌ها و بالاتر رفتن کیفیت کار خانم‌ها شده‌اند. و باعث پیشرفت خانه هدی شده‌اند. همین طور خواهرشان خانم زهرا حسن زهی خواهرشان هم برای خانه هدی خیلی زحمت کشیدند و ما از هر دو این خانم‌ها خیلی ممنونیم •



بزرگ مواد غذایی هستند: Cargill<sup>۸</sup>، JBS<sup>۸</sup>، ADM<sup>۹</sup> و... همان شرکت‌هایی هستند که نقش مهمی در تقویت و گسترش بحران جهانی آب و هوا (تغییرات اقلیم) ایفا می‌کنند. گزارشی جدید مبنی بر با دنبال کردن ارتباطات و تبادلات مالی، از این شرکت‌ها به اسامی دیگری که می‌شناسیم می‌رسد: Walmart<sup>۱۰</sup>، Sysco<sup>۱۱</sup>، Costco<sup>۱۲</sup> و...

### دفاع از حقوق افراد بومی کلید بقای جمعی ما است.

بحث‌های متفاوت بسیاری در مورد نقش سیاست تجاری، سیاست کشاورزی آمریکا و انتخاب‌های فردی برای خوردن گوشت وجود دارد. مانند هر وضعیت بحرانی و پیچیده جهانی، هیچ راه‌حل ساده‌ای وجود ندارد. با این وجود یک حقیقت روشن وجود دارد: دفاع از حقوق بومیان، کلید حفاظت از زندگی در این سیاره است. به تعبیر La Via Campesina Brasil:

«همچنین به خاطر داشته باشید که آمازون یک منطقه «وحشی» نیست، بلکه منطقه‌ای بسیار متنوع از نظر تنوع زیستی و مردم است. برای هزاران سال، انواع مختلفی از زندگی با این بیوم<sup>۳</sup>، اشتراکاتی را ایجاد کرده‌اند که نمی‌توانند از جنگل جدا شوند. جنگل بارانی آمازون بدون مردمانش وجود ندارد، و ما نیز

۸ شرکت صنایع غذایی برزیلی است، که با در اختیار داشتن ۱۵۰ کارخانه صنعتی در سرتاسر جهان، بزرگترین توزیع‌کننده گوشت گاو، مرغ و خوک در جهان است.

۹ شرکت آمریکایی و چندملیتی ارائه‌کننده محصولات غذایی و کالاهای تجاری است، که دفتر مرکزی آن در داکوترا، ایلی‌نوی قرار دارد. شرکت آرچر دانیلز بیش از ۲۷۰ گونه از محصولات گیاهی و نیز ۴۲۰ گونه از انواع محصولات تجاری گوناگون را، در سراسر جهان، عرضه می‌نماید، که طیف وسیعی از مواد غذایی، نوشیدنی و محصولات صنعتی را شامل می‌شود.

۱۰ شرکت خرده فروشی آمریکایی که دارای بزرگترین شبکه فروشگاه‌های زنجیره‌ای مواد غذایی، سوپرمارکت‌ها و هایپرمارکت‌ها در جهان است.

۱۱ بزرگترین شرکت توزیع‌کننده مواد غذایی در آمریکای شمالی است. این شرکت به پخش مواد خوراکی یخ‌زده، انواع غذاهای کنسروی و خشک، گوشت تازه و محصولات غذایی تازه، می‌پردازد.

۱۲ شرکت خرده فروشی آمریکایی است. شرکت کاستکو، بزرگترین باشگاه انبار کالا در ایالات متحده است.

۱۴ بیوم یک دامنه یا منطقه زیستی ویژه بر روی زمین است که گروهی از جانداران، چه گیاهان و چه جانوران که با شرایط ویژه آن زیستگاه سازگارند در آنجا زندگی می‌کنند.

از آنها فقط در ماه آگوست بوده است. این یک مسئله تصادفی یا حتی آب و هوایی نیست که این آتش‌سوزی‌ها در حال افزایش هستند. در واقع، این فصل خشک می‌تواند نتیجه مستقیم روی کار آمدن رئیس جمهور بولسونارو<sup>۷</sup> باشد.

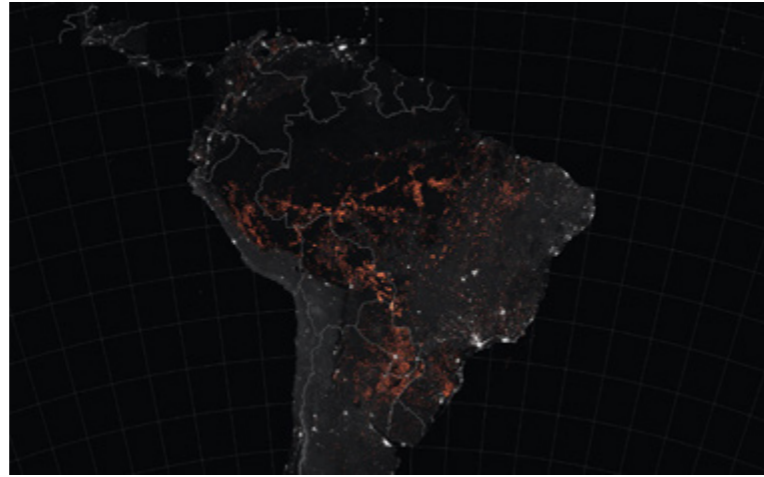
ماه‌ها قبل از آتش‌سوزی در عناوین جهانی، گروه‌های بومی آژیر خطر را به صدا درآوردند و این وضعیت را «نسل‌کشی قانونی» نامیدند، چرا که رژیم بولسونارو حقوق زمین و حفاظت از محیط زیست را به عقب برگرداند و حملات به مدافعان سرزمین‌های بومی را تشدید کرد. همان‌طور که در گزارشی از سازمان دیده‌بان آمازون در آوریل ۲۰۱۹ منتشر شد، «برزیل مرگبارترین کشور جهان برای کسانی است که از حقوق بشر و محیط زیست دفاع می‌کنند و با شرکت‌های تجاری کشاورزی بیش از هر صنعت دیگری منجر به قتل می‌شود. بیانات تند بولسونارو پیش از این با افزایش خشونت روستایی همراه بوده است، به خصوص علیه مردم بومی و فعالان بدون زمین؛ و شبه نظامیان را تحت کنترل، و در اختیار صاحبان قدرتمند زمین‌ها برای حمله قرار می‌دهد.» چه با اسلحه و چه با اهره برقی، شرکت‌های تجاری کشاورزی و کارگران اراضی آنها در حال تغییر شکل دادن به جنگل‌های بارانی هستند، زمین‌ها و مردمان آن را برای کسب سود بیشتر پاکسازی می‌کنند.

### کشاورزی صنعتی در حال تخریب جنگل است.

عوامل اصلی در جنگل‌زدایی: از پرورش دام و سویا برای پاسخ گفتن به اشتهای رو به رشد ما برای گوشت‌های صنعتی استفاده می‌شود. در مجموع این دو، علت ۸۰ درصد جنگل‌زدایی در آمازون هستند. زنجیره‌های عرضه و تامین جهانی و تاجران کالاها، پیگیری ارتباط یک توده آتش گرفته از درختان سوخته را به طور مستقیم به یک شرکت گوشت، یک سوپرمارکت، یا یک برگر، دشوار کرده‌اند. اما شرکت‌هایی که زنجیره‌های تامین و عرضه را کنترل می‌کنند همان غول‌های

۷ ژائیر بولسونارو سیاستمدار برزیلی و رئیس‌جمهور برزیل است. دیدگاه‌ها و اظهارات مجادله برانگیز او راست تندرو توصیف شده‌است.





### زمانی برای سرمایه‌گذاری در یک سیستم غذایی آینده دار

لزومی ندارد این گونه باشد. قدرت‌های استعماری سابقه طولانی در بیرون راندن مردم بومی از سرزمین‌هایشان در برزیل، اینجا در ایالت متحده و در سراسر جهان دارند. اما این فقط تاریخ نیست. کمپانی‌های بزرگ تجارت کشاورزی همچنان در حال توسعه، استخراج زمین، آب و رفاه از جوامع، برای کسب سود بیشتر خود هستند. غالباً آنها ادعا

هر ساله تعداد بیشتری از مدافعان زمین و محیط زیست، که بسیاری از آنها بومی هستند، به قتل می‌رسند. در حال حاضر به طور میانگین، در هر هفته چهار مدافع زمین کشته می‌شود، که این تعداد بیشتر از ۳۰ سال قبل است.

می‌کنند که ما برای تغذیه جهان، حجم محصولات و قیمت ارزان آنها به این کمپانی‌های بزرگ نیاز داریم. اما حقیقت این است که در حال حاضر اکثریت تغذیه جهان بر عهده خرده کشاورزان (کشاورزی در مقیاس کوچک) است. و قیمت‌های ارزان؟ آنها یک توهم و خیال هستند. ما به طور جمعی هزینه زیادی برای آنچه که کمپانی‌های بزرگ غذا به ما می‌دهند پرداخت می‌کنیم.

با گذاشتن بار بر روی انتخاب فردی یک برگر، به سادگی به کمپانی‌های بزرگ غذایی این امکان داده می‌شود که از قلاب فرار کنند. ما باید از الگوی استخراجی آنها که بر روی بهره‌برداری و دزدی به ظاهر بی‌پایان از زمین، نیروی کار و زندگی بنا شده‌است، فاصله بگیریم. در سرتاسر جهان، خرده کشاورزان، دامداران، چوپانان و سایرین، مدل‌های پیشرفته سیستم‌های غذایی را ارائه می‌دهند که تغذیه جوامع را فراهم می‌کنند، نه اینکه آن‌ها را فقیر کنند. این مدل‌های مبتنی بر بوم‌شناسی کشاورزی، برای بازسازی خاک هستند، نه قطع کردن و سوزاندن جنگل‌هایی که از حیات روی زمین حمایت می‌کنند. آنها به مهارت‌های سنتی و نوآوری‌های افراد نزدیک به زمین احترام می‌گذارند. زمان آن رسیده که ما پشت چنین سیستم غذایی‌ای برای آینده بایستیم.

#### منبع:

<https://fairworldproject.org/the-amazon-is-burning-big-ag-is-to-blame>



بدون آن وجود نداریم. حفاظت از آمازون تنها با دفاع از سرزمین‌های بومی و سنتی، زراعت و مراقبت‌های بهداشتی، فرهنگ و سیاست‌های آموزشی که بر مردم این منطقه متمرکز است، ممکن است.

در سرتاسر جهان، مدافعان حقوق افراد بومی در مقابل شرکت‌های بزرگ غذایی، معدن‌کاری، صنایع سوخت فسیلی و در برابر تمام شرکت‌هایی که زمین، هوا و آب را خصوصی می‌کنند و از آنها سود می‌برند، ایستاده‌اند. آنها در برابر اقتصاد سرمایه‌داری که اعلام می‌کند شرکت‌ها حق دارند تا آخرین اونس را از جوامع چه در برزیل، گواتمالا، هاوایی یا در استینگ راک، استخراج کنند، ایستاده‌اند.

در گزارش جدیدی از هیئت ارشد علوم اقلیمی سازمان ملل، هیئت بین دولتی تغییر اقلیم (IPCC)<sup>14</sup> آمده است که اعطای کنترل به زمین‌داران بومی و سنتی برای مدیریت اراضی، راه‌حل کاهش بحران آب و هوا است. با این حال، بسیاری از دولت‌ها در سرتاسر جهان همچنان به پیشبرد حقوق شرکت‌های چند ملیتی و «توسعه استخراجی» آنها ادامه می‌دهند. حامیان قدرتمند تجارت کشاورزی، برای تضعیف اجرای حقوق زمین و فشار به حامیان محیط‌زیست، قوانین را به عقب برگردانده یا برای تضعیف اجرای حقوق زمین و حمایت از محیط زیست تلاش کرده‌اند. نتایج ویرانگر است! هر ساله تعداد بیشتری از مدافعان زمین و محیط زیست، که بسیاری از آنها بومی هستند، به قتل می‌رسند. در حال حاضر به طور میانگین، در هر هفته چهار مدافع زمین کشته می‌شود، که این تعداد بیشتر از ۳۰ سال قبل است. قاتلین آنها به راحتی آزاد می‌شوند. و شرکت‌های بزرگ غذایی، معادن و شرکت‌های قدرتمندی که از سرقت سرزمین و زندگی آنها سود می‌برند، حتی با پیامدهای کمتری مواجه هستند.

در سرتاسر جهان، مدافعان حقوق افراد بومی در مقابل شرکت‌های بزرگ غذایی، معدن‌کاری، صنایع سوخت فسیلی و در برابر تمام شرکت‌هایی که زمین، هوا و آب را خصوصی می‌کنند و از آنها سود می‌برند، ایستاده‌اند.

۱۴ یک ارگان بین دولتی علمی است که اقدام به ارزیابی جامع از اطلاعات علمی، فنی و اجتماعی، اقتصادی جاری در مورد مخاطرات تغییرات آب و هوایی بر اثر فعالیت‌های انسانی در سراسر جهان می‌کند. ارزیابی پیامدهای بالقوه این تغییرات و گزینه‌های احتمالی سازگار شدن با این پیامدها و کاستن از عواقب آن از کوشش‌های این نهاد است. هزاران دانشمند و کارشناسان دیگر به طور داوطلب در تهیه گزارش‌ها و مرور اطلاعات به این نهاد بین دولتی یاری می‌رسانند.



## ما می‌توانیم آن را دگرگون سازیم!

نوشته ارینج ساهان  
برگردان از آمنه هشیوار



با افزایش نابرابری، فقر ایجاد شده و بحران زیست محیطی پیش رو، وقت آن است که دوباره از ویژگی‌های اصلی طراحی تجارت استفاده کرده و آلترناتیوهای موجود در سراسر جهان را کشف کنیم.

تجارت توسط بشر ابداع شد. ما به عنوان جوامع بشری و به منظور اشتغال انسان‌ها، تجارت محصولات و خدمات، تسهیل در امر سرمایه‌گذاری و تقویت تولید، تجارت را با هدف رفع نیازهای بشری طراحی کردیم. ما در مورد چگونگی تجارت (از نظر هدف، اولویت‌ها و ساختار آن) حق انتخاب داریم. بنابراین، لازم نیست بپذیریم که تجارت باید یک ذهنیت تک مسیره داشته باشد و فقط بر رشد سود سهامداران متمرکز شود.

دنیای تجارت بسیار متنوع است، اما در اغلب کشورها تحت سلطه کسب و کارهایی درآمده است که در درجه اول برای رشد سرمایه‌گذارانشان ایجاد شده‌اند. این مسئله به ویژه در شرکت‌های بزرگتر صادق است. در دهه‌های اخیر، شرکت‌ها به منتها الیه این طیف رسیده‌اند که در آن تنها یک گروه از ذینفعان یعنی سهامداران حائز اهمیت است. در دهه ۷۰ میلادی، یک شرکت معمولی در ایالات متحده حدود ۳۳٪ از سود خود را به سهامداران باز می‌گرداند. اما امروزه این مقدار به ۷۰٪ رسیده است. روند رو به رشد انتقال روزافزون سودها به سهامداران در همه جا در حال رخ دادن است. از انگلستان گرفته تا ایالات متحده و هند، کاپیتالیسم صاحبان سهام از مرز خود فراتر رفته است. این امر یکی از علل اساسی در داستان افزایش نابرابری جهانی است.

### نابرابری، آسیب‌رسان و تجارت، محرک آن است

افزایش نابرابری جوامع، دموکراسی و اقتصاد را بی‌ثبات کرده و مانع مبارزه ما برای پایان بخشیدن به فقر جهانی می‌شود (با توجه به اطلاعات بانک جهانی). از ابتدای قرن اخیر، نیمه فقیرنشین جهان تنها ۱٪ از کل افزایش ثروت جهانی را دریافت کرده است. این در حالی است که، نیمی از ثروت جدید به ۱٪ از ثروتمندترین افراد جهان تعلق یافته است. در سال ۲۰۱۷، تنها هشت نفر ثروتی به اندازه دارایی ۳/۶ میلیارد نفر از فقیرترین افراد جهان به دست آوردند. نابرابری گسترده شده و رو به وخامت گذاشته است و این برای همه ما ناگوار است.

وظیفه تجارت در این زمینه چیست؟ تجارت، اقتصاد، کانال‌های سرمایه‌گذاری و دستمزدهای ما را جمع کرده است و اینها برای تعیین چگونگی تقسیم ثمره اقتصاد امری ضروری هستند. مدتی است که سودها رو به رشد است اما



درآمدهای واقعی چنین نیستند. اقتصاد در حال گسترش است، اما سهم کشاورزان و کارگران از آن رو به افول است. در دهه ۸۰ میلادی، یک کشاورز کاکائو حدود ۱۸٪ از ارزش یک بسته شکلات را دریافت می‌کرد، در حالی که امروزه همان کشاورز کمتر از ۶٪ این ارزش را دریافت می‌کند. روندهای مشابهی را می‌توان در سراسر اقتصاد یافت، زیرا در کل سهم کارگران از اقتصاد جهانی رو به نزول است. در زنجیره‌های تأمین جهانی، قیمت‌های پرداخت شده قادر به پوشش هزینه‌های تولید پایدار محصولات از چای گرفته تا تیشرت نیستند (در مستند True Cost بخشی از این مسائل پوشش داده شده‌اند). اینها تصمیماتی است که تجارت و کسب‌وکارها برای فشار آوردن به تأمین‌کنندگان، افزایش حاشیه سود و حداکثر کردن میزان سودآوری اتخاذ می‌کنند. بیشتر شرکت‌ها آنچه را که برای انجام آنها طراحی شده‌اند انجام می‌دهند؛ یعنی حداکثر بازده را برای سهامداران خود استخراج می‌کنند. اما نیازی نیست که اینگونه باشد.

### انقلاب سهام فرزندان خود را می‌بلعد

به عنوان مثال، آیا اکثر افراد از طریق صندوق‌های بازنشستگی خود صاحب سهام نیستند؟ و آیا واقعاً ناخوشایند نیست که شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای در رشد ثروت سهامدارانشان غرق شده‌اند؟ بله، این یک مسئله بزرگ به شمار می‌رود. در واقع اکثر سهام متعلق به گروه کوچکی از مردم است. در ایالات متحده آمریکا ۱۰٪ ثروتمند جامعه، ۸۴٪ کل سهام را در اختیار دارند. چنان که مایک کونچال<sup>۱۵</sup> به صراحت در مقاله خود آورده است «انقلاب سهام فرزندان خود را می‌بلعد»، «در اقتصاد به منظور انتقال ثروت به یک گروه کوچک از افراد خاص، تقلب صورت گرفته است» و «این سهامداران نیز احتمالاً شما نیستید». به عبارت دیگر، اگر ثمرات اقتصاد را براساس میزان ثروت مردم تقسیم کنیم، تجارت را در رشد سود غرق خواهیم کرد، و سود سهام ثروتمندان به صورت نمایی بزرگ و بزرگتر می‌شود. و اگر تجارت در زمینه رشد چکهای سود سهام







ترکیب کرده‌اند.

به عنوان مثال، CORR را در نظر بگیرید - ساختار نهاد Jute Works در بنگلادش به گونه‌ای است که کنترل هیأت مدیره را در اختیار ۵۰۰۰ صنعتگر خود قرار داده است و اطمینان حاصل می‌کند که سود این نهاد در جهت منفعت صنعتگران مورد استفاده قرار می‌گیرد. به عنوان نمونه‌های دیگر میتوان از Township Pat- terns در آفریقای جنوبی و Global Mamas در غنا نام برد - تجارت‌هایی که صرفاً برای حمایت از گروه‌های تولیدکننده با مالکیت صنعتگران ایجاد شده و منافع آن را با همین اهداف مجدداً سرمایه‌گذاری می‌کنند. در اکوادور، ماکیئا چندین کارآفرینی اجتماعی راه اندازی کرده‌است، و تمام سود آنها را در جهت منافع جوامع خود سرمایه‌گذاری کرده و از حضور آنها در هیئت مدیره خود اطمینان حاصل می‌کند. در کشور هند، مدل‌هایی مانند Creative Handicrafts و Last Forest نشان می‌دهد که مالکیت کارگران و کشاورزان می‌تواند با کارخانه‌های پوشاک و مراکز فروش پوشاک رقابت کنند. و شرکت Mahaguthi در کشور نپال را در نظر بگیرید، که با سرمایه‌گذاری مجدد تمام سودها در جهت منافع کارگران و صنعتگران خود، از مأموریت اجتماعی‌اش حفاظت می‌کند.

مدیران ارشد این مشاغل برای کاهش هزینه‌ها تحت فشار قرار نمی‌گیرند و وادار نمی‌شوند که تأمین‌کنندگان خود را نیز تحت فشار قرار دهند. در مقابل، صدای کارگران و کشاورزان بر اتاق‌های هیئت مدیره چیره می‌شود و مدیریت را مجبور می‌کنند تا تجارت را به نفع آنها به انجام برسانند. در حال حاضر ۳۳۰ شرکت تجارت عادلانه عضو سازمان جهانی تجارت عادلانه (WFTO) در بیش از هفتاد کشور دنیا وجود دارند که با اولویت دادن به یک مأموریت اجتماعی، از نظر تجاری ماندگار شده‌اند. این آزمایش واقعاً کارا است.

### مأموریت: اجرای طراحی جدید

من فریفته تنوع کسب و کارهایی شده بودم که روند اصلی تجارت را زیر پا می‌گذارند. بنابراین، تمام ۳۳۰ عضو سازمان جهانی تجارت عادلانه را عمیقاً تجزیه و تحلیل و بررسی کردم و به این نتیجه رسیدم که همه آنها گرایش‌های مشترکی را به گونه‌ای کاملاً ساختار یافته منتشر می‌کنند. همه آنها حداقل یکی

تثبیت شود، آنها کارگران و تأمین‌کنندگان خود را تحت فشار قرار می‌دهند، هزینه‌ها را کاهش داده و تفکر کوتاه مدت پیدا می‌کنند. این سناریویی است که برای ایجاد نابرابری، در تجارت و اقتصاد طراحی کرده‌ایم. و این دقیقاً همان جایی است که ما به پایان رسیدیم.

اما همیشه امیدی هست. تجارت‌ها و کسب‌وکارهای مختلفی در سرتاسر جهان در حال شکل‌گیری هستند که نشان می‌دهند امکان اولویت‌بندی طیف گسترده‌تری از سهامداران- و اهداف آنها- نسبت به ثروت سهامداران وجود دارد. این طیف از مالکیت کارمندان و کشاورزان گرفته تا ساختارهای مالکیت ترکیبی و شرکت‌های تجارت عادلانه و تشکیلات و تعاونی‌های اجتماعی متغیر است.

### تجارت مبتکرانه

اجازه دهید با نگاهی فراتر از جنبش تجارت عادلانه شروع کنیم. در ایالات متحده آمریکا، ابتکاراتی مانند «جهان کارگری» از تبدیل مشاغل سنتی به مدل‌های تعاونی کارگری، از آریزونا تا برونکس<sup>۱</sup> را پشتیبانی می‌کنند. در همین حال، ابتکار عمل شرکت B به مشاغل کمک کرده است تا برنامه‌های کاری خود را از تمرکز خالص بر به حداکثر رساندن سود فراتر ببرند. این مدل در بیش از ۲۶۰۰ شرکت در سراسر جهان گسترش یافته و برندهای اصلی از بن و جری<sup>۲</sup> گرفته تا آیلین فیشر<sup>۳</sup> را دربرگرفته است. در انگلستان، شرکت تضامنی جان لوئیس<sup>۴</sup> با استفاده از مدلی که در آن ۸۳۰۰۰ کارگر به طور مشترک مالکیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای موفق را با فروش سالانه بیش از ۱۱ میلیارد پوند به عهده گرفتند، تعریف جدیدی از خرده‌فروشی ارائه کرد. فرآیندهای متعلق به کشاورزان در کشاورزی (مانند چای KTDA در کنیا) و مالکیت کارگران در صنایع سنگین (مانند Mondragon در اسپانیا) نیز با گرایش غالب به مخالفت پرداخته و در حال انتقال هرچه بیشتر ارزش تولید شده توسط تجارت به کشاورزان و کارگران خود هستند. در همین حال، مشاغل دارای مأموریت مشخص مانند Fairphone نشان می‌دهند که مدل‌های حاکمیت کسب و کار می‌توانند به گونه‌ای شکل یابند که یک مأموریت دیگر را به جز پیشینه‌سازی سود در اولویت خود قرار دهند.

اینها تجارت و کسب‌وکارهایی نیستند که براساس دستیابی به سودهای رو به رشد تصمیم‌گیری کنند. در عوض، تجارتی هستند که برای دستیابی به تعادل بین دوام تجاری و مأموریت اجتماعی تمرکز می‌کنند. آنها خود را منحصر به انجام کار خوب، تنها در مسیر دستیابی به ثروت بزرگترین سهامداران نمی‌کنند.

### نهادهای تجارت عادلانه: یک رابطه کاملاً متفاوت از قدرت

جنبش تجارت عادلانه مملو از مدل‌های تجاری است که برای اولویت‌بندی منافع کارگران، کشاورزان، صنعتگران و جوامع طراحی شده‌اند. سازمانی که من رهبری می‌کنم، بدنه تأیید جامعه جهانی برای این نهادها تجارتی عادلانه است. این نهادها اساساً رابطه متفاوتی از قدرت را برای کارگران، کشاورزان و صنعتگرانی ایجاد می‌کنند، که در غیر این صورت قدرت یا تقدم کمی در یک تجارت معمولی خواهند داشت. برخی از این مدل‌ها به صورت مشارکتی (تعاونی) هستند. برخی دیگر مدل‌های ترکیبی هستند که مالکیت جمعی را با یک مأموریت اجتماعی

Bronx ۱

Ben & Jerrys ۲

Eileen Fisher ۳

John Lewis ۴



## روز جهانی قهوه

### اتصال نقاط بین سرمایه‌داری کنترل‌نشده، بحران آب و هوا و مهاجرت اجباری

نوشته آناکانینگ

برگردان از زهره سروش‌فر



از این چهار ویژگی را داشتند تا تضمین کنند که تجارتشان بر محور مأموریت‌شان انجام می‌شود:

- هیئت مدیره‌ای که نماینده طیف متنوعی از ذینفعان است،
- محدودیت در سود استخراج شده برای سهامداران (و در مواردی غیرانتفاعی بودن و اختصاص سود به گسترش سازمان)،
- یک مأموریت آشکار اجتماعی در اسناد حاکمیتی آنها یا،
- مالکیت بخشی توسط یک سازمان با مأموریت مشخص (مانند یک سازمان اجتماعی).

در اصل، چنین مدل‌هایی خود را از نیاز به بیشینه‌سازی بازده سهامداران رها کرده‌اند. هنگامی که این تمرکز تک ذهنی برداشته شود، مأموریت گسترده‌تری امکان‌پذیر خواهد بود.

کیت راورث<sup>۱</sup>، نویسنده کتاب *پرفروش اقتصاد دوناتی*<sup>۲</sup>، لزوم «طراحی برای توزیع» در تضمین اینکه دنیای تجارت و اقتصادهای ما جامعه و سیاره را توسعه بدهند، توصیف می‌کند. از آنجایی که تفکر طراحی در حال حاضر رواج یافته است، نمیدانم که آیا می‌توانیم به خودمان اجازه دهیم که این عمل را در تجارت اعمال کنیم یا خیر. اما اگر قصد داریم تجارت و کسب‌وکارها را به گونه‌های مختلف طراحی کنیم، باید فراتر از طراحی محصولات یا حتی مدل‌های تولید درآمد آنها گام برداریم. این تقریباً به معنی تجدید نظر در طراحی هسته اصلی تجارت-یعنی هدف آن- است. این بدان معنی است که ما به خودمان این اختیار را می‌دهیم که به منظور پیگیری نیازهای جامعه، تجارت را بازگردانیم. جنبش تجارت عادلانه نشان می‌دهد که این امر امکان‌پذیر است و تجربه متهورانه ما ممکن است برای الهام بخشیدن به چیزهای بزرگ‌تر آماده شود.

منبع:

<https://fairworldproject.org/the-economy-has-been-rigged-we-can-change-that>

اول اکتبر به عنوان روز جهانی قهوه در سراسر جهان مشخص شده است. امسال<sup>۳</sup> برای بسیاری از ۲۵ میلیون کشاورزی که در مقیاس کوچک فعال هستند و قهوه را در سراسر جهان پرورش می‌دهند، سالی سخت بوده است. بحث در مورد بحران قهوه، نه تنها در صنعت، بلکه در عناوین مقالات مهم نیز رو به رشد است.

سال گذشته در همین زمان، ما در مورد دلایل اصلی این بحران تأمل کردیم: بازارهای بی‌ثبات، ادغام شرکت‌ها و شیوه‌هایی که ریشه‌های صنعت قهوه در ساختارهای استعمار و سرمایه‌داری تنیده می‌شود. این شیوه‌ها برای کسب حداکثر سود طراحی شده‌اند، و برای استثمار و بهره‌کشی از کشاورزی که در مقیاس کوچک عمل می‌کنند و اغلب بومی هستند. بحران جاری آب و هوا (تغییرات اقلیم) بدان معنی است که کشاورزی که پیشتر از طریق قیمت‌های پایین تحت فشار قرار گرفته‌اند و به دلیل نژادپرستی و سرمایه‌داری به حاشیه رانده شده‌اند، باز هم بیشتر تحت فشار قرار می‌گیرند. این وضعیت از سال گذشته به همین ترتیب باقی مانده است. از سال گذشته، ما همچنین شاهد تعداد زیادی از داستان‌هایی هستیم که این فشارها را به عواملی مرتبط می‌کنند که کشاورزان را از زمین و خانه‌هایشان در گواتمالا و هندوراس بیرون رانده‌اند، داستان‌هایی که در عناوین مقالات در ایالات متحده به طور خلاصه بحران مهاجرت نام گرفته است.

#### بحران قهوه و بحران آب و هوا به هم مرتبط هستند

امسال، کشاورزان قهوه‌ای که در مقیاس کوچک عمل می‌کنند، بیانیه‌ای آشکار صادر کردند: «ما نمی‌توانیم با ۰٫۹۰ دلار برای هر پوند قهوه زندگی کنیم»، که اشاره به قیمت کنونی بازار کالای قهوه دارد. از آنجایی که کشاورزان در سراسر آمریکای لاتین یا انتخاب میان کنار گذاشتن مزارع قهوه یا گرسنگی مواجه هستند، صنعت قهوه نگاه اولیه‌ای در مورد اینکه درآمد عادلانه چه چیز می‌تواند باشد، ارائه داده است. یک گزارش معتبر اخیراً منتشر شده است که در مورد کشاورزان قهوه در کلمبیا مطالعه می‌کند، و قیمت هر پوند قهوه را ۲٫۳۸ دلار قرار داده است - نه برای قهوه ارگانیک، و نه برای قهوه درجه مخصوص، بلکه برای قهوه جزو کالاهای اساسی (انواعی که در بسته‌بندی‌های مردم‌پسند بسته بندی می‌شود). نتیجه نهایی این است که شرکت‌ها باید پول بیشتری

<sup>۳</sup> یادداشت در سال ۲۰۱۹ میلادی نوشته شده است.



به کشاورزان بپردازند.

این گزارش به رتبه بندی چالش ها و راه حل ها از بیشترین تأثیرگذاری تا کمترین میزان آن می پردازد. یکی از بزرگترین موانع پیش روی پرداخت به کشاورزان در حد معاش آنها چیست؟ «**تمرکز بیش از حد بر روی حداکثر ارزش سهامدار (کوتاه مدت)**». در حالیکه ممکن است نویسندگان گزارش یک صنعت با ظرافت تر مسئله را بیان کنند، این پیام واضح است: یکی از بزرگترین موانع تأمین معاش عادلانه برای کشاورزان، حرص و آز شرکت ها و تمرکز شدید آنها بر سود است.

بحران آب و هوا طی چند ماه گذشته صفحه اول روزنامه ها را به خود اختصاص داده است. جنگل های بارانی آمازون و جنگل های سراسر جهان در حال سوختن هستند. اعتصاب کنندگان خیابان های سراسر جهان را پر کرده اند و خواستار اقدام و نیز خواستار توجه افراد در قدرت به نسل های بعدی هستند. با این حال، بحران آب و هوا در حال حاضر روی زندگی افراد زیادی اثر گذاشته است. خانواده های تولیدکننده قهوه فقط یک نمونه از مثال هایی هستند که تغییرات آب و هوایی در ابتدا و به بدترین شکل، جوامع رنگین پوست را تحت تأثیر قرار می دهند. با نوشتن این مطلب در حالی که اجلاس اقلیمی سازمان ملل متحد ادامه می یابد، سخنان گرتا تونبرگ به ذهن خطور می کند که «افسانه های رشد اقتصادی ابدی» را با فاجعه آب و هوا پیوند می دهد. فعالان اقلیم، محققان و کشاورزان قهوه در مقیاس کوچک موافقند: کار و تجارت امروز نمی تواند مثل گذشته ادامه یابد.

### بازگرداندن درآمدهای عادلانه به کشاورزان تولیدکننده قهوه

هر ساله، مردم ۲۰۰ میلیارد دلار برای قهوه خرج می کنند. فقط ۶٪ از این پول به کشاورزان قهوه بازمی گردد. بسیاری از راه حل های شرکتی وقتی که پیشنهاد می دهند کشاورزان می توانند با تولید بیشتر قهوه یا تولید کارآمدتر آن، از این بحران ساختاری عبور کنند، در واقع آمار را مورد بی توجهی قرار می دهند. چنین راه حل هایی به خریداران سود می رسانند اما برای اصلاح اصول سیستمی که در برابر کشاورزان انباشته شده است، ناکام مانده اند. سرمایه گذاری بیشتر در زیرساخت ها خوب است، متنوع سازی درآمد بسیار حیاتی است، و همچنین سایر



اقدامات بلندمدت برای تغییر توازن قدرت از مدل های استعماری و استخراجی که صنعت قهوه بر اساس آنها بنا شده است. اما هیچ گریزی از حقیقت وجود ندارد: شرکت ها باید پرداخت منصفانه ای به کشاورزان بابت قهوه شان داشته باشند. در حالی که هزینه های تولید بر اساس مناطق متفاوت است، تنها معدودی از بزرگترین و مکانیزه ترین مزارع در برزیل حتی با ۰/۹۰ دلار برای هر پوند قهوه هم ورشکست می شوند. برای آنکه قهوه با درجه غیرکالایی آینده ای داشته باشد، اوضاع باید تغییر کند.

در سرتاسر جهان، جوامع خط مقدم در حال تهیه راه حل هایی برای بحران آب و هوا هستند. و کشاورزان قهوه نیز از این قاعده مستثنی نیستند. برنامه Grow Ahead کمک می کند تا پروژه هایی تأمین مالی شوند که توسط جوامعی طراحی و اجرا شده است، که مالک این پروژه ها هستند و مردم را در سراسر جهان گرد هم می آورد تا از پروژه های تحت هدایت کشاورزان حمایت کنند. در Cooper-ativa Norandino در پرو، Grow Ahead افراد و برندهای تجاری را برای کمک به تأمین اعتبار یک تعاونی برای پروژه احیای جنگل تحت هدایت جامعه گرد هم آورد. آنها بیش از ۲۰۰۰۰۰ درخت کاشته اند و یک مهد کودک را برای مراقبت بیشتر از آینده ساخته اند، کاشت نهال های متنوعی را برای تغذیه خانواده ها، تأمین درآمد، پوشش سایه ای و جدا کردن کربن نیز برنامه ریزی کرده اند.

اکنون آنها در حال اجرای پروژه دیگری با تعاونی Pangoa در پرو هستند. این پروژه با تکیه بر دیدگاه جامعه، بر پروژه احیای جنگل کمیته زنان تعاونی متمرکز است - بخشی از چشم انداز آنها برای مبارزه با تغییرات آب و هوا و ایجاد فرصت های اقتصادی برای زنان.

اغلب اوقات، پروژه های توسعه و اقدامات جبرانی کربن توسط افراد خارج از جامعه هدایت می شود، توسط ایده شخص دیگری درباره آنچه ممکن است یک جامعه نیاز داشته باشد. راه حل هایی که Grow Ahead از آنها پشتیبانی می کند - و برای کشاورزانی که در مقیاس کوچک کار می کنند و جوامع آنها - با هدایت جامعه محلی هستند. آنها هستند که می دانند چه کاری باید انجام شود، اغلب اوقات آنها فقط به حمایت مالی احتیاج دارند. باید از این رویکرد مردمی برای مقابله با تغییرات آب و هوا و ایجاد تاب آوری حمایت کرد.

# پرونده زنده نگاه داشتن مبارزات زنان کشاورز

نوشته الیزابت امپوفو  
برگردان از سید زینب صالحی



## مردم و زمین را در کنار هم قرار دهیم، پیش از توجه به منافع و سود

قیمت‌های پایین و بحران آب و هوا فقط یک تصادف نیست. آنها نتیجه سیستمی هستند که بیش از همه برای ارزش‌گذاری سود شرکت‌ها ساخته شده است. با یک گزارش دیگر که به تمرکز بر بازده سهامداران و سودهای کوتاه مدت شرکت‌ها به عنوان یکی از موانع بزرگ برای تأمین معیشت عادلانه برای کشاورزان پرداخت، زمان آن رسیده است که اقدام کنیم. JAB Hold-، Nestle، Starbucks، Kraft Heinz، Smuckers، ing Company<sup>4</sup> تنها چند شرکت از ده شرکتی هستند که تقریباً نیمی از قهوه جهان را کنترل می‌کنند. این ترکیب در سیستم غذایی ما غیرعادی نیست. در واقع، ما همه جا می‌بینیمش. شرکت‌های بزرگ مواد غذایی از اهرم بازار خود برای بهره‌برداری از جوامع در سراسر جهان استفاده می‌کنند. قیمت‌های پایین، نیروی کار استثمار شده، استخراج منابع محیط زیست همه بخشی از مدل آنها هستند. برای مقابله با بحران قهوه، باید توجه خود را به مشکلات ساختاری بزرگتر معطوف کنیم: یک سیستم غذایی ناعادلانه که برای بهره‌برداری طراحی شده است.

سال‌هاست که طرفداران تجارت عادلانه سعی می‌کنند دانشگاه به دانشگاه بروند برای ایجاد تعهدات - و بستن قراردادهایی - برای قهوه تجارت عادلانه. اما **کمپین وعده‌های غذایی واقعی** این مسئله را بیشتر پیش می‌برد و مشخص می‌کند که مشکلات پیش‌روی کشاورزان قهوه که در مقیاس کوچک کار می‌کنند مشابه مشکلاتی است که جوامع زیادی در سراسر جهان با آن روبرو هستند.

منبع:

<https://fairworldproject.org/international-coffee-day>

حاکمیت غذا<sup>۵</sup> یک موضوع فمینیستی است. تولید غذا، روابط اجتماعی صمیمانه و هماهنگی با طبیعت شکلی از زندگی است که با زنان درهم آمیخته و مجسم می‌شود. اما غلبه مردسالاری (یک سیستم ساختاری برای سلطه که از گذشته تا امروز و به ویژه در روابط کاپیتالیستی کنونی دیده می‌شود)، تعادل را در روابط اجتماعی برهم زده است. امروزه زنان برای رسیدن به منافع بیشتر (توسط همین نظام سرمایه‌داری) مورد استثمار و بهره‌برداری قرار می‌گیرند. حقوق اقتصادی، اجتماعی، قانونی و سیاسی زنان به طور کامل شناخته نشده است و سیاست‌های عمومی در تضمین مشارکت برابر اجتماعی و اقتصادی آنها شکست خورده‌اند. با این حال اکثریت تولیدکنندگان مواد غذایی را آنها تشکیل می‌دهند و بدون دریافت دستمزد، به انجام فعالیت‌های مختلف در این زمینه (مراقبت، آماده سازی، انبار کردن، ذخیره بذر و غیره) ادامه می‌دهند. حقوق این زنان از جمله دسترسی به زمین کشاورزی، خدمات حمایتی و از نظر قانونی به رسمیت شناخته شدن، حداقل توجه سیاست را دریافت می‌کند و از طرف بسیاری از محققان و کارشناسان نادیده گرفته می‌شود.

## بحران کاپیتالیسم جهانی به عنوان یک معضل فمینیستی

بحران‌های عمیق کنونی، ناشی از نظام سرمایه‌داری جهانی سبب شد زنان کشاورز بیش از پیش زمین‌های کشاورزی، املاک و منابع طبیعی‌شان را از دست بدهند و فعالیت، زندگی و بدن‌هایشان به صورت روز افزون در راستای منافع این نظام مورد بهره‌برداری قرار بگیرد. اکنون به عنوان نتیجه‌ای از جابه‌جایی و مهاجرت اجباری این زنان در مقابل فاحشگی، قاچاق انسان و استثمار جنسی آسیب‌پذیرتر شده‌اند.

با این حال زنان کشاورز در رویارویی با این تهاجمات اجتماعی و اقتصادی منفعل نبوده‌اند. آنها خودشان را برای مبارزه و مقاومت سازماندهی کرده‌اند

۵ در اینجا منظور از حاکمیت غذا عبارت است از حقوق افراد برای دسترسی به مواد غذایی مفید برای سلامتی و مناسب از نظر فرهنگی که با روش‌های زیست محیطی صحیح کشت شده باشد. همچنین حقوق کشاورزان برای مالکیت غذای تولیدی و سیستم کشاورزی مورد استفاده‌شان به رسمیت شناخته شده باشد. در مجله **یوتوپیا** این تعریف ارائه شده است: به این معناست که کنترل مکانیسم‌ها و قوانین ناظر بر تولید و توزیع غذا باید به عهده همان مردمی باشد که غذا را تولید، توزیع و مصرف می‌کنند. این یعنی به جای این‌که چنین تصمیم‌هایی را به عهده شرکت‌ها و نهادهای بازار بگذاریم که به واسطه سیستم جهانی غذا به نیروهایی بسیار قدرتمند تبدیل شده‌اند، باید اختیارات آن‌ها را در سطح ملی و محلی کم کنیم و مانع از دخالت بیش از حدشان شویم.

۴ صاحب برندهای زیادی از جمله برندهای Keurig Green Mountain، Caribou و Peets Cafe، شرکت‌های تخصصی قهوه مانند Intelligentsia و Stumptown Coffee Roasts، و همچنین Snapple، Krispy Kreme، دکتر Pepper،



### پایان دادن به خشونت علیه زنان

اعضای زن LVC مبارزه با خشونت علیه زنان را به یکی از اولویتهای کلیدی آن تبدیل کرده‌اند. جنبش هم روز ۲۵ نوامبر را به عنوان "روز بین‌المللی مبارزه با خشونت علیه زنان" در دستور کار قرار داده است. این پویش از سال ۲۰۰۸ شروع شده است. زنان از راه دعوت دیگران به فعالیت و واکنش در ۸ مارس، روز بین‌المللی زن، و نیز در روز ۲۵ نوامبر، در حال ایجاد پیوستگی و تقویت کمپین برای وارد آوردن فشار به حکومتها برای رعایت توافق نامه‌ها و پیمان‌نامه‌های بین‌المللی و پیاده‌سازی سیاست‌های عمومی برای ریشه‌کن کردن خشونت علیه زنان بوده‌اند.

در سال ۲۰۱۲ اعضای زن LVC یک کتابچه برای راهنمایی و ترغیب به مذاکره و بحث در زمینه خشونت علیه زنان آماده کرده‌اند. موارد دیگری از جمله بیانیه زنان روستایی نیز برای تعریف مبارزه زنان و استراتژی‌های فعالیت‌های آنها آماده شده است. این زنان مطمئن شدند که در تمام کمپین‌های مربوطه به موضوعات مورد نظرشان پرداخته شود تا دید بهتری نسبت به خشونت که زنان روستایی از آن رنج می‌برند، به همراه محکوم کردن آنها و انجام اعمالی برای مقابله با این خشونت‌ها به وجود بیاید.

### نقش زنان در حاکمیت غذا

زنان کشاورز از طریق مبارزه جمعی‌شان برای حاکمیت غذا و فمینیسم، با مردسالاری و کاپیتالیسم به مقابله برخاسته‌اند. آنها کلید پیروزی در مبارزه برای دفاع از زمین‌ها و املاک کشاورزان هستند. وقتی زمین‌خواران، پلیس، اوباش و یا شرکت‌های امنیتی خصوصی را برای بیرون کردن کشاورزان می‌فرستند، معمولا این زنان هستند که در خط مقدم رویارویی با آنها قرار دارند. شجاعت زن‌ها در مواجهه با خشونت فیزیکی، برای آنها در زمینه مبارزات کشاورزی احترام به ارمغان آورده است. زنان با توجه به نقشی که در تولید مواد غذایی سالم برای مصرف خانواده‌های خود کشاورزان دارند، به مرکز تعریفی که LVC از حاکمیت غذا ارائه می‌کند، تبدیل شده‌اند. همچنین آنها از تاثیرگذاریشان در خانواده‌های کشاورزی، اجتماعات و سازمان‌ها برای جلوگیری از استفاده سموم خطرناک و



و واکنش‌هایشان به صورت‌های مختلف رویارویی و مبارزه و برگزاری مراسم‌های بزرگداشت، و به شکل فعالیت‌های احیا کننده، رهایی‌بخش، متحول‌کننده و اطمینان بخش ظاهر شده است. زنان در La Via Campesina<sup>۶</sup> بخشی از این مبارزه هستند. آنها از سال ۱۹۹۳ برای حقوق خود و در مقابل مردسالاری و سرمایه داری جنگیده‌اند و در خط مقدم افزایش آگاهی محلی، ساخت و شکل‌دهی عدالت اجتماعی، ترویج هویت مستقل و فرهنگ

و تقویت چشم‌انداز یک جامعه جدید که در زمینه روابط جنسیتی بر پایه عزت، عدالت، برابری و انصاف بنا شده باشد، حضور داشته‌اند.

نکته کلیدی که مبارزات زنان کشاورز در LVC را از دیگر جنبش‌های فمینیستی متمایز می‌کند، "فمینیسم کشاورزی مردمی" نامیده می‌شود که به وسیله زنان اهل آمریکای لاتین عضو LVC به این اسم نام‌گذاری شده است. کشاورزان زن درخواست حق مشارکتی برابر با مردان‌شان در مبارزه برای دفاع از زندگی روستایی و مادر زمین و برای ساختن یک جامعه متفاوت و عادلانه‌تر دارند. آنها دنبال یک جنبش جداگانه زنان نیستند، بلکه می‌خواهند به عنوان مرکز مبارزه بزرگتری برای ساختن یک جامعه متفاوت با روابط متفاوتی بین زنان و مردان و بین انسان و طبیعت شناخته شوند.

### فمینیسم کشاورزی مردمی

فمینیسم کشاورزی خودش را از شکل‌های دیگر فمینیسم که بر محور زندگی شهری قرار دارد، مربوط به طبقه متوسط جامعه است و/یا از کشورهای ثروتمند به وجود آمده است، متمایز می‌کند. مردم آمریکای لاتین می‌گویند فمینیسم آنها "کشاورزی" است، چون زادگاه آن نه شهر، بلکه حومه‌های روستایی است و "مردمی" است، چون فمینیسم "طبقه‌های مردمی" جامعه (کشاورزان، مزرعه‌داران خانوادگی، مردم محلی، کارگران مزرعه و غیره) است، نه طبقات متوسط و بالاتر از آن. همچنین آنها نمی‌خواهند جریانی را جدا از مردها اداره کنند، بلکه می‌خواهند زنان و مردان همگام با یکدیگر به عنوان شرکایی برابر در مبارزهای بزرگتر قدم بردارند. البته گاهی اوقات نیز آنها مبارزاتی بر علیه مردان برای به رسمیت شناخته شدن کامل رهبری و مشارکت‌شان، درون خود جنبش و نه جدا از آن- انجام می‌دهند. حاصل این مبارزات دستیابی به حق برابر در نمایندگی و مشارکت (برابری جنسیتی)، در تمام زمینه‌های مذاکره، تصمیم‌گیری، نمایندگی و آموزش درون جنبش LVC بوده است.

۶ نامیده می‌شود. LVC جنبش بین‌المللی کشاورزان که از این پس در متن به اختصار



برای هدایت تحولات زراعی در شیوه کشاورزی خانواده‌ها استفاده کرده‌اند.

### اکولوژی زراعی<sup>۷</sup> و محافظت از حقوق زنان

زنان در حال گسترش سیستم‌های کشاورزی منعطفی بر مبنای روش‌های اکولوژی زراعی هستند که نه تنها تولید مواد غذایی را بهبود می‌بخشد، بلکه با طبیعت نیز در هماهنگی است. اکولوژی زراعی از حقوق خود زنان نیز به صورت کامل و نه تنها در جایگاه مادر و پرستار در خانه، محافظت می‌کند. به این صورت

که با تضمین دسترسی برابر و عادلانه و حق کنترل بر زمین، منابع آب، بذر و دیگر عوامل موثر در تولید به صورت آزاد و مستقل، مشارکت کامل زنان در زندگی اجتماعی و سیاسی در جامعه را تأمین می‌کند. یادگیری مستقیم به عنوان یکی از نتایج اکولوژی زراعی، سبب رشد فعالیت‌های جمعی و در نتیجه آن افزایش یکپارچگی و همبستگی بین افراد که از اصول اجتماعی بنیادی است، می‌شود. این مسئله شرایط اجتماعی جدیدی به وجود می‌آورد که حصارهای مردسالاری را از بین می‌برد و روابط جنسیتی جدیدی را ترویج می‌کند.

اکولوژی زراعی تصمیم‌گیری بر مبنای مشورت با اعضای خانواده را توسعه داده و همچنین از آنجا که افراد خواستار بهبود وضعیت معیشت و سبک زندگی خانوادگی هستند، نقش‌های مکملی هم برای زنان و هم برای مردان معرفی می‌کند. به این ترتیب اکولوژی زراعی حصارهای مردسالاری را که زنان را تنها به نقش‌های خانگی و خانوادگی محدود می‌کند، می‌شکند. زنان از طریق همکاری در خلق آگاهی، به دفاع از حقوق خود برای تقویت نقش‌هایشان می‌پردازند و از طریق به اشتراک گذاری ایده‌های مختلف و ترویج آگاهی به ظرفیت سازماندهی و لابیگری در زمینه سیاست‌های زراعی موردنظر و فهم نحوه کارکرد ساختارهای دولتی دست پیدا می‌کنند.

زنان به دنبال ایجاد همبستگی با مزرعه‌داران، کشاورزان و محققان پیشگام در این زمینه برای بازاندیشی روش‌های نوین کشاورزی هستند که به محیط زیست و مادر زمین آسیبی وارد نکند.

### حفظ گوناگونی زیستی: زنان در مبارزه برای حاکمیت بذر<sup>۸</sup>

۷ کاربرد اصول زیستمحیطی در سیستمها و شیوه‌های کشاورزی. Agroecology.

۸ حاکمیت بذر شامل حقوق کشاورز برای ذخیره، پرورش و تبادل بذر به منظور Seed Sovereignty است. دسترسی به منابعی از بذرهای گوناگون است که مالکیت، اصلاح ژنتیکی، پخش و کنترل آن در انحصار ابرشرکتهای در حال ظهور مربوطه نباشد.



زنان حافظان بذرها هستند و نقش مهمی در زنده نگه‌داشتن عادات غذایی مربوط به هر فرهنگ و سنت‌های موجود بازی می‌کنند. در این هنگام که ما در حال مواجهه با تغییرات آب و هوایی در آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین هستیم، زنان از طریق تنوع غذایی و استفاده از روش‌های کشاورزی مناسب در حال مبارزه با گرسنگی و فقر هستند. آنها بهترین گونه‌های بذرها و تاثیر آنها در سلامت خانواده را می‌شناسند و همچنین با چگونگی حفظ بذرهای سنتی آشنا هستند. زنان بر خلاف قانون‌های ملی و منطقه‌ای که این نوع فعالیت‌ها را جرم می‌دانند، با شجاعت در مبارزه برای حفظ و تبادل بذرها حاضر می‌شوند.

تجربیات زنان در استفاده از این محصولات زراعی در اجتماعات و خانواده‌هایشان، آنها را به صورت یک جریان مخالف قدرتمند در برابر صنایع مربوط به بذرهای شرکتی قرار می‌دهد که به دنبال کنترل و یکسان‌سازی سیستم غذایی ما هستند. هدف این شرکت‌ها به استثمار درآوردن سیستم‌های آشنا با بذرهای سنتی و بومی هر منطقه و معرفی بذرهای پیوندی و GMO<sup>۹</sup> تولید خودشان به جهان در حال پیشرفت است. زنان در LVC به واسطه احساس مسئولیتی که در قبال صلاح و سلامت بشر دارند و بر مبنای دانش تجربی‌شان از بذرهای کشاورزان و موارد استفاده آنها، در خط مقدم مبارزه برای محافظت از بذرهایی که میراث مردمشان در گذر زمان بوده است، حضور می‌یابند. آنها کمپین‌هایی با موضوعات مربوط به بذرها را در سطوح گوناگون و در کشورهای مختلف ترتیب می‌دهند، مبادلات بذر را به طور مرتب سازماندهی می‌کنند، در کنفرانس‌ها و راهپیمایی‌های مرتبط شرکت می‌کنند و گاهی اوقات به دلیل همین شکل‌های بیان اعتراض، دستگیر، زندانی و یا حتی کشته می‌شوند.

زنان در خط مقدم حفظ سیستم‌های بذری ارزشمند مبتنی بر عادات غذایی هر جامعه هستند که منبع پیدایش و رشد میزان گوناگونی بذرها است. زنان از طریق LVC، از حکومت‌ها و نهادهای مربوطه سازمان ملل متحد، از جمله سازمان غذا و کشاورزی (FAO)، به رسمیت شناخته شدن مبادلات بذری (پیمان بین‌المللی ذخایر ژنتیکی گیاهان برای مواد غذایی و کشاورزی) و کنوانسیون تنوع زیستی را مطالبه می‌کنند.

### برابری جنسیتی، کلید تحقق کامل حق حاکمیت غذا

زنان با موفقیت ساختار سازمانی و عملکرد داخلی LVC را دگرگون کرده و طی



# مدل جهانی کارآفرینی اجتماعی در بحران

پرونده

نوشته آلا کاسیچ، اسلیتوانا کوژه مکینا، مارک ووچوزکا، اولسیا رومانکو،  
والنتیا گلوکوا

برگردان از پرستو موسوی



## خلاصه مقاله:

تفاوت اصلی بین کارآفرینی اجتماعی و سایر کسب و کارها در، (۱) ارجحیت دادن به تحقق هدف اجتماعی بر کسب سود (۲) اجرای محدودیت در تقسیم سود بین صاحبان کسب و کار و (۳) شفافیت فعالیت‌های کسب و کارهای اجتماعی است. خصوصیات ویژه توسعه اقتصادی- اجتماعی ایالات متحده آمریکا و کشورهای اروپای غربی منجر به تشکیل دو مفهوم مجزا از کارآفرینی اجتماعی شده است. در مفهوم آمریکایی، بنگاه‌های اجتماعی، سازمان‌های کسب و کاری با هدف حل مشکلات اجتماعی هستند. در مفهوم اروپایی، بنگاه‌های اجتماعی محصول اصلی فعالیت‌های اجتماعی هستند و سایر دستاوردهای بنگاه‌های اجتماعی به عنوان نتایج جانبی دیده می‌شوند.

آنالیز داده‌های نظرسنجی‌ها و تحقیقات در زمینه بنگاه‌های اجتماعی دنیا (در نبود اطلاعات آماری رسمی) بیانگر نرخ بالای رشد تعداد بنگاه‌های اجتماعی و تعداد کارکنان استخدای آن در کشورهای اروپایی است. این بنگاه‌ها به طور فعالانه از طریق دولت حمایت می‌شوند. بنگاه‌های اجتماعی اروپایی با معیارهایی مانند دامنه وسیعی از فعالیت‌ها (با اولویت دادن به بخش خدمات)، انواع متنوع ساختار حقوقی و سازمانی، تمایل به افزایش سهم سرمایه خود به منظور سرمایه‌گذاری در فعالیت‌ها خصوصیت بندی می‌شوند.<sup>۱۰</sup>

## معرفی:

توسعه اقتصادی- اجتماعی جامعه در پایان قرون ۲۰-۲۱ همراه با شدت یافتن مشکلات اجتماعی و زیست محیطی، رشد نامتوازن اجتماعی و افزایش ریسک تعارضات اجتماعی بوده است. این مشکلات نتیجه ناتوانی مکانیزم‌های بازار موجود در رفع اثربخش آنها است. بر این اساس، انتظار می‌رود که سیستم خدمات اجتماعی به صورت بنیانی متحول شود. این تحول منجر به بازیابی توزیع وظایف و کارکردهای اجتماعی بین بخش عمومی (دولتی)، خصوصی و

۱۰ هیچ تعریف واحدی از کارآفرینی اجتماعی وجود ندارد. به طور کلی به استفاده از روش‌های کسب و کار برای حل مشکلات اجتماعی کارآفرینی اجتماعی می‌گویند. اما در اینکه چه مشکلاتی اجتماعی هستند، یا اینکه این بنگاه‌ها انتفاعی یا غیرانتفاعی یا ترکیبی از هر دو باشند یا به چه شکل کار کنند نظرات متفاوت و متعددی وجود دارد.

چند سال روابط جنسیتی جدیدی را در این جنبش شکل داده‌اند. حالا زنان عضو این جنبش قادر به شکل‌دهی هویت و تعریف مبارزات‌شان از طریق اقدامات کاربردی جمعی، برای پایان دادن به خشونت علیه زنان در نقاط مختلف هستند. آنها در مبارزات فمینیستی و معرفی تئوری با مفهوم فمینیسم برای کشاورزان مشارکت داشته‌اند و یک جنبش جهانی، گسترده و دموکراتیک شکل داده‌اند که متعهد به دفاع از زراعت کشاورزان، حاکمیت غذا و مبارزه برای زمین‌های کشاورزی، املاک، عدالت، برابری و عزت زنان و مردان ساکن در حومه شهرها است.

حقوق زنان برای مالکیت زمین‌های کشاورزی، وراثت و تصمیم‌گیری در آفریقا، آمریکای لاتین و آسیا پیشرفت قابل توجهی داشته است. مبارزات آنها سبب به وجود آمدن همبستگی تاثیرگذاری بین افراد شده و مبارزات اصلی را بر علیه سیستم‌های کاپیتالیستی و مردسالاری برای ساخت یک جامعه جدید و کاملاً عادلانه بر مبنای برابری بین زن و مرد، متحد کرده است. با وجود پیشرفت‌های ایدئولوژیکی، سیاسی و قانونی که تا به امروز صورت گرفته، در این زمینه همچنان به کار بیشتری نیاز است. امروزه خشونت ساختاری علیه زنان به دلیل تشدید بحران‌های اقتصادی و زیست‌محیطی جهانی، رو به افزایش است. اعمال مجرمانه و کشتار رو به افزایش زنان در سال‌های اخیر موانع جدیدی برای آنها ایجاد می‌کند، با این حال آنها از حرکت باز نمی‌ایستند. ما، از زن و مرد، باید همه با هم برای رسیدن به جامعه‌ای جدید بر پایه حاکمیت غذا فعالیت کنیم.

## منبع:

<https://fairworldproject.org/keeping-the-struggles-of-peasant-women-alive>

می‌کند (Giloth, 2019).

۲. بنگاه‌های اجتماعی بر توسعه منابع تجاری برای تامین مالی خود تاکید دارند، به دلیل اینکه چنین منابعی اغلب منبع توسعه آتی آنها خواهند شد (Tetiana et al., 2018a:2018b).

۳. سازمان‌های غیرانتفاعی به طور فزاینده‌ای با سازمان‌های غیرانتفاعی دیگر مشارکت می‌کنند (Defourny & Nyssens, 2017).

۴. براساس درخواست حامیان، فعالیت‌های بنگاه‌های اجتماعی بایستی در اکثر مواقع با استانداردهای کسب و کار منطبق باشد. این بدین معنا است که چنین بنگاه‌هایی بایستی گزارش فعالیت‌ها، اندازه‌گیری عملکرد و اثربخشی فعالیت‌های خود را تهیه کنند (Wry & York, 2017).

۵. تجاری‌سازی بنگاه‌های غیرانتفاعی منجر به تغییر محیط داخلی آنها می‌شود، و لذا بنگاه‌های غیرانتفاعی نیاز به مدیران حرفه‌ای و خط مشی‌های بازاریابی مرتبط دارند (Nicholls & Teasdale, 2017).

### روش‌های تحقیق:

در این تحقیق از روش‌های تحقیق متعددی استفاده شده است که مهم‌ترین آنها عبارتند از (۱) دیالکتیک به منظور افشا ضرورت کارآفرینی اجتماعی، (۲) روش طبقه‌بندی تحقیقات جامعه‌شناسی و ارزیابی خبرگان به منظور ارزیابی کارآفرینی اجتماعی در سطح کلان و نقش نوآوری‌های اجتماعی اجرا شده، (۳) تحلیل اطلاعات و تحلیل منطقی به منظور شناسایی اولویت‌های توسعه اجتماعی نوآورانه، (۴) تحلیل سیستمی در توسعه بسته‌های نوآوری‌های اجتماعی و اصول مدیریت آنها.

نبود اطلاعات آماری رسمی بنگاه‌های اجتماعی، تحلیل وضعیت و روند توسعه این شکل ویژه از سازمان‌های کسب و کار را مشکل‌ساز کرده است. اطلاعات پایه مطالعه ما براساس تعمیم دادن نتایج تحقیقات و نظرسنجی‌های اجتماعی ویژه‌ای که در ذیل ذکر شده، بنا شده است:

- پروژه‌های اجتماعی انجام شده در سازمان‌ها و بنیادهای بین‌المللی.

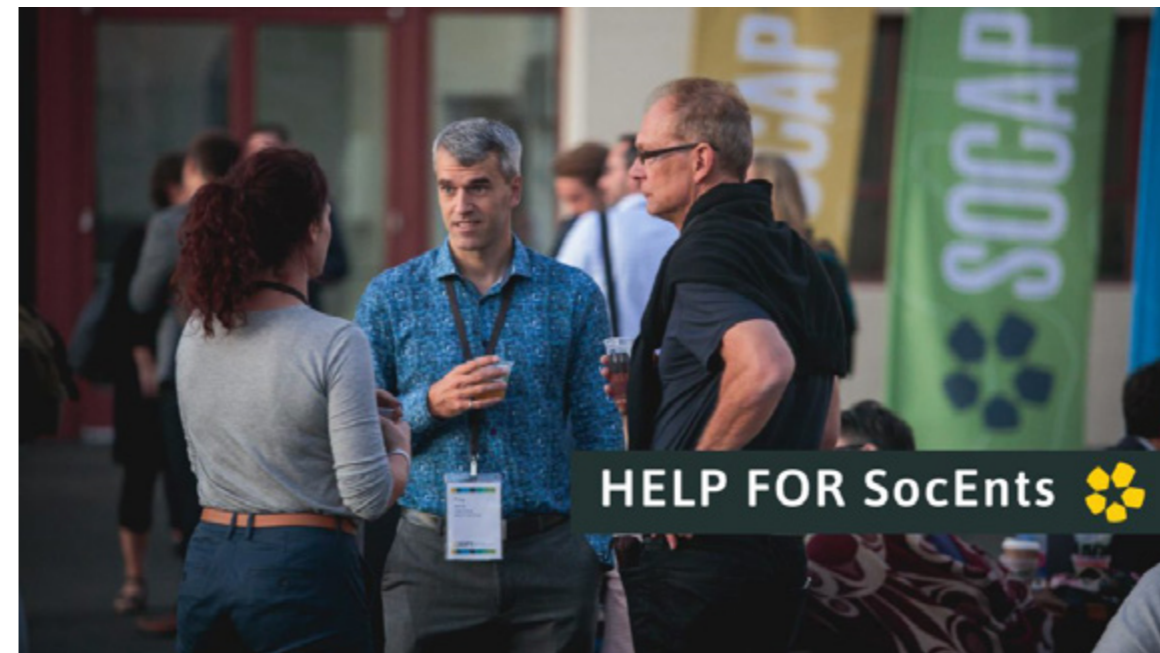
- برنامه‌های دولتی کشورهای اروپایی که هدف آنها مورد پسند عامه کردن و برجسته کردن بهترین تجارب کارآفرینی اجتماعی بوده است.

### نتایج و بحث:

نتایج مطالعات، تایید کننده یافته تحقیقی است که نشان داده است:

اکثر بنگاه‌های اجتماعی در بخش خدمات عمل می‌کنند. دلیل آن عمدتاً به دلیل ساده‌تر بودن فعالیت‌های خدماتی و مقادیر نسبتاً کوچک سرمایه‌گذاری در توسعه این گونه فعالیت‌ها بوده است.

تحلیل تحقیقات (Terziev & Arabska, 2017; Clarke, 2018; Hilorme et al.)



غیر انتفاعی اقتصاد به نفع دو تای آخر می‌گردد.<sup>۱۱</sup>

تجارب دنیا نشان می‌دهد که برخلاف (۱) نرخ غافل‌گیرکننده افزایش درآمد به نسبت مصرف سرمایه‌های عمومی بیشتر کشورها، (۲) افزایش سطح مسئولیت‌های اجتماعی کسب و کارها و (۳) افزایش احیای سازمان‌های غیرانتفاعی، بسیاری از مشکلات حاد اجتماعی بدون راه حل باقی مانده است. این موضوع، بیانگر ناکارآمدی روش‌های سنتی مورد استفاده شرکت‌های خصوصی و غیرانتفاعی در فائق آمدن بر مشکلات اجتماعی است. نقصان ذکر شده موجب ایجاد نوع جدیدی از شرکت‌ها با هدف ارائه خدمات اجتماعی شده که نهایتاً منجر به تشکیل شرکت‌های اجتماعی شده است.

توسعه کارآفرینی اجتماعی در اروپا (بریتانیا، لهستان، ایتالیا و غیره)، در کشورهای آمریکا شمالی و جنوبی (آمریکا، کانادا، برزیل)، در کشورهای آسیایی (کره جنوبی، ژاپن، تایوان) در دهه ۹۰ قرن بیستم به شدت افزایش یافت. معهداً، تا به امروز، نتایج این فعالیت‌ها، موضوع آمارهای رسمی در هیچ کشوری نبوده است. دلیل آن (۱) نامعلوم بودن وضعیت بنگاه‌های اجتماعی، (۲) دامنه بسیار وسیع، (۳) انواع مختلف این فعالیت‌ها و (۴) رویکردهای متفاوت در درک ضرورت آنها بوده است.

### مرور مطالعات گذشته:

براساس تحلیل محتوای انتشارات علمی در مورد عملکرد و وظایف بنگاه‌های اجتماعی، روندهای اصلی ذیل در توسعه کارآفرینی اجتماعی در اقتصاد دنیا استخراج شده است:

۱. درآمد سازمان‌های خیریه ارائه دهنده خدمات عمومی در شرایطی که (۱) دولت حمایت خود از چنین سازمانی را کاهش داده باشد، (۲) سازمان‌های خیریه اقدامات خود را کاهش دهد، مخارجش را از فروش خدمات تامین

۱۱ البته ما با این نتیجه‌گیری موافق نیستیم و فکر می‌کنیم بحرانی همچون بحران کرونا به خوبی نشان داد که بخش عمومی نباید از زیر بار وظایف خود شانه خالی کند. به عنوان نمونه کشورهای که سیستم بهداشت درمان عمومی قوی و کارآمد و بیمه همگانی داشتند بهتر توانستند با این بحران روبرو شوند. [دستادست]



(Cordes, 2018, ۲۰۱۷)، پرداختن به متداول‌ترین روش‌های مدیریت بنگاه‌های اجتماعی در دنیا را امکان‌پذیر کرده است (جدول ۱).

اصلی‌ترین نوع بنگاه‌های اجتماعی در آمریکا، شرکت‌های «C» نامیده می‌شوند. شرکت‌های «C» یک سوم بنگاه‌های اجتماعی را تشکیل می‌دهند. علاوه بر شرکت‌های «C»، بنگاه‌های اجتماعی در این کشور به شکل سازمان‌های غیرانتفاعی یا شرکت‌های با مسئولیت‌های محدود نیز تاسیس شده است.

بنابراین، جمع‌بندی نتایج جدول نشان می‌دهد که متداول‌ترین شکل مدیریت برای هدایت فعالیت‌های غیرانتفاعی، انجمن‌ها و منابع مالی هستند. همچنین متداول‌ترین شکل مدیریت کردن فعالیت‌های سودآور، تعاونی‌ها، شرکت‌های

جدول ۱ - انواع شیوه‌های مدیریتی انتخاب شده کارآفرینی اجتماعی در دنیا		
کشور	شیوه‌های مدیریت دربرگیرنده پیاده‌سازی فعالیت‌های غیرانتفاعی	شیوه‌های مدیریت دربرگیرنده پیاده‌سازی فعالیت‌های انتفاعی
بلژیک	سازمان‌های غیرانتفاعی (Non-Profit Organizations)	شرکت با مسئولیت محدود (Public Limited Liability Company) شرکت با مسئولیت محدود تعاونی (Co-operative Limited Liability Company)
چین	سازمان‌های غیرانتفاعی و غیردولتی (Non-Profit & Non-government Organizations) واحدهای غیرتجاری / غیرانتفاعی برای عموم (Public Nonprofit/Non-Commercial Unit)	تعاونی (Co-Operative)
آلمان	انجمن‌ها (Associations) منابع مالی (Funds)	تعاونی (Co-operative) (LTD) با مسئولیت محدود
سوئد	ارگان‌های غیرخاص (Non-Attribute Organs) منابع مالی (Funds)	(LTD) با مسئولیت محدود
بریتانیا	انجمن‌ها (Associations) منابع مالی (Funds)	(LTD) با مسئولیت محدود کارآفرینی فردی (Individual Entrepreneur) شرکت (Partnership) شرکت با مسئولیت تعیین شده توسط مقدار ضمانت (A Liability company limited by the amount of guarantees) شرکت بیمه مستقل دوجانبه (Independent Mutual Insurance company) شرکت با سهام مشترک (Joint Stock Company)
لهستان	انجمن‌ها و بنیادها (Associations & Foundations) مرکز و باشگاه‌های یکپارچه‌سازی اجتماعی توانبخشی حرفه‌ای برای افراد دارای معلولیت (Centers and clubs on social integration) Center for Professional Rehab for disabled people	تعاونی (Co-Operative)

با مسئولیت‌های محدود و کارآفرینی هستند. انتخاب نوع مدیریت کسب و کار مبتنی بر پیشینه ایجاد و توسعه چنین شرکت‌هایی بنا شده است؛ برای مثال بخش اعظمی از بنگاه‌های اجتماعی بر پایه سازمان‌های غیرانتفاعی خیریه‌ای بوده‌اند که در مقطعی از زمان به دنبال گزینه‌های دیگری برای تامین منابع مالی فعالیت‌های خود بوده‌اند.

همچنین ذکر این نکته حائز اهمیت است که یک بنگاه اجتماعی، می‌تواند در ابتدا به منظور کسب کمک هزینه مالی برای سرمایه اولیه فعالیت‌هایش به شکل حقوقی و سازمانی غیرانتفاعی تاسیس شود، و پس از مدتی شکل حقوقی و سازمانی خود را به شکل حقوقی و سازمانی تجاری تغییر دهد. این تغییر به شکل معکوس نیز ممکن است.

به رغم گزینه‌های متعدد حقوقی و سازمانی موجود، بنگاه‌های اجتماعی به صورت فعالانه به دنبال گزینه‌های حقوقی و سازمانی جدیدی مخصوص بنگاه‌های اجتماعی هستند. هدف، آن است که از این طریق کنترل عمومی بر فعالیت‌هایشان علی‌الخصوص در زمینه‌های توزیع سود، رضایت ذینفعان، فراهم‌سازی مزایای مالیاتی، سوبسیدهای دولتی، فراهم‌سازی اطلاعات بر تعداد و جهت چنین بنگاه‌هایی را تقویت کند. برای مثال، در ایالت متحده آمریکا، در چندین سال گذشته، گزینه‌های متعدد بنگاه‌های اجتماعی با نام‌های شرکت‌های با مسئولیت محدود و کم‌سود (L3Cs)، شرکت‌هایی که برای منفعت رساندن به جامعه فعالیت می‌کنند، شرکت‌های سودآور، شرکت‌های با هدف منقطع (FPC)، شرکت‌های با مسئولیت محدود (LLC) سودآور، شرکت‌های با مقاصد اجتماعی (SPC) ایجاد شده‌اند.

به علاوه، به منظور متمایز کردن بنگاه‌های اجتماعی از سایر بنگاه‌ها، این شرکت‌ها در آمریکا و انگلستان فرآیند شناسایی را طی می‌کنند. در آمریکا، این رویه شامل مشخص کردن وضعیت «شرکت» است. برای دستیابی به چنین وضعیتی، بنگاه‌های اجتماعی بایستی رویه دریافت مدرک «آزمایشگاه ب» را طی کنند. «آزمایشگاه ب» سازمانی است که «ارزیابی ب» (استانداردی برای اندازه‌گیری اثرات زیست محیطی و اجتماعی کسب و کار) را برای تست اثر زیست محیطی و اجتماعی سازمان انجام می‌دهد. همچنین، فرآیند اندازه‌گیری شامل ابزارهای تعاملی برای کمک به شرکت‌ها در بهبود اثرات اجتماعی و زیست محیطی خود می‌شود. اغلب، شرکت‌ها به عنوان شرکت‌هایی انتفاعی تعیین می‌شوند که درست نیست. از آنجایی که شرکت انتفاعی شکل حقوقی-سازمانی شرکت است، و شرکت ب شرکتی است که توسط شخص ثالث مستقل نشانه‌گذاری و تعیین وضعیت شده است.

شناسایی بنگاه‌های اجتماعی در انگلستان از طریق دریافت مدرک بنگاه اجتماعی انجام می‌شود. برعکس آمریکا، مدارک در انگلستان مشخص کننده نیازمندی‌های مورد نیاز برای توزیع سود (حداقل ۵۰ درصد سود بنگاه‌های اجتماعی بایستی برای اهداف اجتماعی بنگاه صرف شود) و فعالیت‌ها (در آمریکا، برای نوع فعالیت‌های بنگاه‌های اجتماعی قانون وضع نشده، در صورتی که در انگلستان، چنین بنگاه‌هایی بایستی درگیر داد و ستد محصول و یا خدمت باشند) است.



کرده و متعاقبا موجب کند شدن سرعت حل مشکلات اجتماعی شده است. این موضوع به طور نامطلوبی بر جامعه به صورت کل تاثیر می‌گذارد. براساس نتایج مطالعه ما، موانع توسعه بنگاه‌های اجتماعی به دو دسته داخلی و خارجی طبقه‌بندی می‌شوند. عوامل خارجی شامل موانع قانون‌گذاری، نظارتی، اقتصادی و اجتماعی، و عوامل داخلی شامل موانع مالی، مدیریتی و نیروی انسانی می‌شود. در بین موانع اصلی خارجی بنگاه‌های اجتماعی در کشور

ما، کارآفرینان اجتماعی مشمول مالیات‌های بالا، هزینه بالای دریافت وام، سطح پشتیبانی پایین دولت و توانمندی‌های پایین عموم می‌شود. در خصوص عوامل داخلی، عامل کلیدی در توسعه کشور، نبود تجارب کارآفرینی و توانمندی‌های پایین کارکنان است. به همین دلیل است که توسعه و پیاده‌سازی مکانیزم‌های اثربخش برای توسعه و توزیع چنین بنگاه‌هایی بسیار مهم است. بنگاه‌های اجتماعی بایستی براساس تخصیص عوامل تشدید و تقویت بنگاه‌های اجتماعی بنا شوند.

#### پیشنهادات:

براساس نتایج تحقیق؛ ما اشکال ذیل را برای کارآفرینی اجتماعی توصیه می‌کنیم. به رغم تعدد اشکال حقوقی و سازمانی سنتی که بنگاه‌های اجتماعی می‌توانند انتخاب کنند، امروزه آنها به صورت فعالانه به دنبال اشکال حقوقی و سازمانی جدیدی هستند که به طور خاص با بنگاه‌های اجتماعی هم‌راستا باشد تا از این طریق کنترل عمومی بر فعالیت‌هایشان علی‌الخصوص در زمینه‌های توزیع سود، رضایت ذینفعان، فراهم‌سازی امتیازات مالیاتی، یارانه‌های دولتی، فراهم‌سازی اطلاعات بر تعداد و جهت چنین بنگاه‌هایی را تقویت کنند.

بر همین اساس، مشکلاتی در خصوص واجد شرایط بودن کارکنان بنگاه‌های اجتماعی، توانایی آنها برای مسلط شدن بر تکنولوژی و یا عمل ویژه‌ای که بر کیفیت کالا و خدمات تاثیر می‌گذارد، وجود دارد. یکی از موانع اصلی، نبود مشارکت و ارتباط بین بنگاه‌های اجتماعی و سازمان‌های ثالث (از جهت حوزه کاری) است. تعامل با شرکت‌های ثالث به بنگاه‌های اجتماعی نه فقط اجازه لابی کردن در خصوص علائق مشترکشان را می‌دهد، بلکه چنین کسب و کارهایی را به صورت اثربخش سازمان‌دهی می‌کند و فرصت تبادل تجارب و اجتناب از خطاهای ویژه و غیره را برای آنها فراهم می‌سازد.

#### منبع:

<https://www.abacademies.org/articles/a-world-model-of-social-entrepreneurship-in-a-crisis-8049.html>

هزینه چنین مدرکی در انگلستان بین ۳۵۰ تا ۴۵۰۰ پوند و در آمریکا بین ۵۰۰ تا ۵۰۰۰۰ دلار است. هزینه در آمریکا به مقدار زیادی وابسته به حجم فروش کالاها/ خدمات/ کار است.

دریافت شناسه بنگاه‌های اجتماعی، داوطلبانه است، اما مزیت دریافت وضعیت «شرکت ب» و یا «مارک بنگاه اجتماعی» در اطمینان دادن به علاقه‌مندان چنین فعالیت‌هایی از تمرکز فعالیت شرکت در حل مشکلات اجتماعی است. چنین شناسه‌هایی در انتها به افزایش در فروش محصولات و/یا خدمات بنگاه اجتماعی، جذب سرمایه‌گذاران بیشتر، تشکیل تصویر مثبتی از شرکت کمک می‌کنند.

خط مشی مالیاتی تعداد زیادی از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، مشوق‌های مالیاتی برای بنگاه‌های اجتماعی فراهم می‌سازد، با این وجود در بیشتر موارد، شرکت‌هایی را که به صورت بنیان‌های تعاونی، خیریه و یا به صورت متعلق به سازمان‌های غیرانتفاعی عمل می‌کنند، مد نظر قرار می‌دهد. در عمل، فقط تعداد کمی از بنگاه‌های اجتماعی به دلیل عدم تطابق شکل سازمانی و حقوقی با امکان دستیابی به چنین مزایایی از این تسهیلات بهره‌مند می‌شوند. به صورت هم‌زمان، مطابق نظر محققان خارجی، بسیاری از این شرکت‌ها به صورت عامدانه تمایلی به کسب وضعیت «اجتماعی» ندارند. دلیل این عدم تمایل، از دست دادن وضعیت «غیرانتفاعی» است که منجر به از دست دادن کمک‌های مالی مناسب می‌گردد.

ریسک‌های رو به رشد در بنگاه‌های اجتماعی (حتی در مقایسه با سایر کسب و کارهای اجتماعی)، توانایی آنها را در دریافت وام‌های بانکی محدود کرده است.

تعداد قابل توجهی از کارآفرینان اجتماعی به این نکته که اغلب تجارب کافی کارآفرینی برای کسب و کار موفق را ندارند، اشاره می‌کنند. در مواردی، بنگاه‌های اجتماعی توسط افراد متبحر در زمینه کسب و کار ایجاد نشده است، بلکه توسط افرادی که تمایل به کمک به فرد یا جامعه یا گروه خاصی از افراد را دارند تاسیس شده است.

کارکنان چنین بنگاهی می‌توانند از افراد با مشکلات روانشناختی یا افراد با سابقه رفتاری بد در گذشته، یا قربانیان خشونت خانگی و غیره باشند.

نتایج مطالعات ما، چنین مطالعاتی را تایید می‌کند. در درخواست اهداکنندگان، فعالیت‌های بنگاه‌های اجتماعی باید اغلب با استانداردهای کسب و کار مطابقت داشته باشد. این بدان معنا است که چنین بنگاه‌هایی بایستی گزارشات فعالیت‌هایشان، اندازه‌گیری عملکرد و اثربخشی را فراهم کنند (Wry & York, ۲۰۱۷). تجاری‌سازی بنگاه‌های غیرسودآور بایستی منجر به تغییرات در محیط داخلی آنها شود، و چنین بنگاه‌هایی نیازمند به مدیران حرفه‌ای و خط مشی‌های بازاریابی مرتبط هستند (Nicholls & Teasdale, ۲۰۱۷).

#### نتیجه‌گیری:

به طور هم‌زمان، تعدادی از فاکتورهای منفی، توسعه چنین بنگاه‌هایی را کند

# کارآفرینان اجتماعی قادرند دنیا را تغییر دهند، اگر این شش مانع بگذارد

نوشته کایل زیمر، کریستین پیرسون  
برگردان از سپیده شهبازی



کارآفرینان اجتماعی در سراسر دنیا تسهیلگران بی‌نظیر تغییر اجتماعی هستند. آنها از استراتژی‌های بازار در قالب راه‌های تازه برای غلبه بر مشکلات اجتماعی استفاده می‌کنند. بسیار پیش از آن که نام SDG<sup>12</sup> (اهداف توسعه پایدار) به وجود بیاید و در دنیا مطرح شود، کارآفرینان اجتماعی طیف گسترده‌ای از راه‌حل‌های متمرکز بر توسعه پایدار را از طریق شرکت‌های غیرسودآور، سودآور یا ترکیبی از هر دو ترویج می‌کردند.

قدرت حقیقی کارآفرینان اجتماعی در شناسایی آن دسته از کمبودهای بازار است که انسان‌ها را عقب نگاه می‌دارند، و همین‌طور در بومی‌سازی و اجرای راه‌حل‌هاست. این راه‌حل‌ها می‌توانند شامل تهیه آب سالم، دسترسی به انرژی تجدیدپذیر، شمولیت مالی<sup>۱۳</sup>، منابع آموزشی با کیفیت و اطلاعات مهمی باشند که به کشاورزی حیات بخش اجازه شکوفا شدن می‌دهند.

هرچه این عرصه به پختگی بیشتری می‌رسد، پیچیدگی و عمق مشکلات اجتماعی نیز بیشتر می‌شود. ما با بحران‌های فزاینده در دموکراسی‌های بی‌ثبات، بی‌عدالتی نژادی، تبعیض جنسیتی، فاجعه‌های محیط زیستی، رشد جمعیت، ناپایداری غذایی، ملی‌گرایی افراطی و پیشرفت فن‌آوری روبرو هستیم که مهارت‌های تازه و آموزش نیروی انسانی را می‌طلبد. در این میان باید به جمعیت فزاینده بی‌جاشدگان جهان به دلیل بلایای طبیعی یا مناقشات جهانی نیز اشاره کرد.

در حال حاضر عرصه کارآفرینی اجتماعی با ورود به دهه چهارم عمر خود، در میان یک چهارراه قرار گرفته است. سرعت رشد موسسات کارآفرینی اجتماعی کندتر از سرعت رشد مشکلات آنهاست. این عرصه در ابتکار عمل سرآمد است اما از سیستم‌هایی زیربنایی برای مقیاس‌بندی<sup>۱۴</sup> طرح‌های موفق و پخته غافل شده است. ما در خطر از دست رفتن موفقیت‌های اجتماعی پیشگامانه‌ای هستیم که به دست آورده بودیم. ما همچنین در زمانی که بخش اجتماعی بیشتر از همیشه به نیروی‌های نخبه باتجربه نیاز دارد آنها را از دست می‌دهیم.

Sustainable Development Goals ۱۲

financial inclusion ۱۳

scaling ۱۴

## بی‌پرده، آنالیز تک به تک

روشن است که در بخش اجتماعی مشکلاتی وجود دارد. وضعیت ما اضطراری است. به عنوان کارآفرین اجتماعی باید آنچه که بهتر از هرچیز بلدییم انجام دهیم: حوزه خود را بررسی کنیم و چالش‌هایی که ما را عقب نگه می‌دارند بشناسیم، سپس راه‌حل‌ها را بیابیم، اجرا کنیم و کار جمعی را پیش ببریم.

دانشگاه‌ها، اتاق‌های فکر و دیگر گروه‌ها از شرکت‌های کارآفرینی اجتماعی حمایت می‌کنند و آنها را مورد مطالعه قرار می‌دهند در حالی که حلقه مفقوده، تعهد واقعی و شفاف ما در میدان عمل است. بررسی کارآفرینان اجتماعی یک چیز است و نگرانی از حقوق و دستمزد کارکنان، اطمینان از اینکه موسسه‌تان به طور مداوم در طرح‌هایش نوآور است و از تخصص کارکنانش به بهترین شکل استفاده می‌کند در حالی که اغلب سلامت، خانواده، روابط و حتی زندگی‌تان را در راه رسیدن به یک تغییر نظام‌مند صرف می‌کنید، کاملاً چیز دیگری است.

## چه چیز ما را متوقف می‌کند؟

در اینجا شش مورد از میان موانع بسیاری که مانع پیشرفت در بخش اجتماعی می‌شوند را ذکر می‌کنیم:

### ۱. ساختار به نوآوری بها نمی‌دهد

در کارآفرینی اجتماعی مانند هر بخش دیگری آزمون و خطا باید تشویق شود. ارزش این مسئله و تاثیرش بر نوآوری در هر حوزه‌ای از سلامت تا آموزش، تا کشاورزی یا صنعت کاملاً مشهود است.



«چیزی که ساختید رو خیلی دوست داریم اما اولویت‌های ما که باید در اجرای کسب و کارتون در نظر بگیرید اینهاست». سپس کارآفرین‌های اجتماعی باید با سازگار کردن طرح‌هایشان با نیازهای سرمایه‌گذاران و ارجحیت دادن آنها بر ماموریتی که برای خود تعریف کرده بودند کار را انجام دهند. این روند باعث انحراف موسسه اجتماعی از مسیرش می‌شود و به کارآفرین اجازه نمی‌دهد با بهترین و موثرترین روش برای رسیدن به نیازهای اجتماعی رشد کند.

#### ۴. عدم گزارش‌دهی شفاف

به دلیل نیاز بخش اجتماعی به جذب سرمایه، اغلب فشاری برای گزارش بهترین یافته‌ها بر این بخش سنگینی می‌کند تا با این روش گزارش‌دهی احتمال جذب سرمایه در دوره بعد را افزایش دهد. منظور این نیست که افراد نتایج را طور دیگری جلوه می‌دهند (البته بعضی‌ها این کار را می‌کنند) اما این ارتباط بین یافته‌های تاییدکننده و بقای بودجه می‌تواند باعث مشکلاتی در آینده شود زیرا باز هم باعث دست کم گرفتن تجربه کردن و نوآوری می‌شود.

به طور مشابه، سرمایه‌گذاران هم عموماً به نتایج مثبت پاداش می‌دهند. آنها تمایل کمتری برای سرمایه‌گذاری روی آن دسته از کارآفرینان اجتماعی دارند که اشکالات را گزارش می‌کنند، حتی وقتی که چنین گزارشاتی منجر به انتخاب استراتژی بهتر شود.

#### ۵. رسانه‌ها عاشق شرکت‌های غیرسودآور هستند

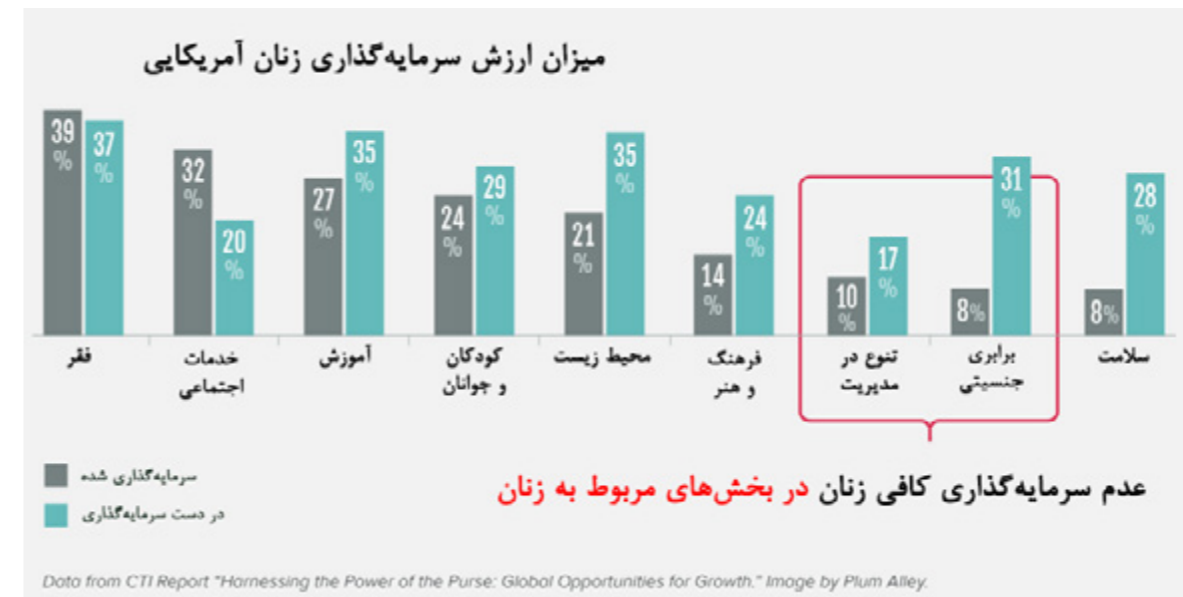
رسانه‌ها شیفته کسب و کارهای بزرگند اما نه موسسات اجتماعی بزرگ. داستان‌های رسانه‌ها معمولاً درباره کارآفرینی‌های کوچک یا تازه‌کار است که روایتی از مهربانی انسان را به نمایش بگذارند، همین طور فن‌آوری‌های جدید یا استفاده نو از فن‌آوری مورد علاقه آنهاست. بخش اجتماعی مکان مناسبی برای چنین داستان‌های کوتاهی است.

از آنجایی که تخصیص بودجه تقریباً همیشه نتایج مثبت و معیارهای محافظه‌کارانه را مطلوب می‌داند، آزمون و خطا در بخش اجتماعی تشویق نمی‌شود. درست است که معیارهای واقع‌بینانه یک هدف است، دستاوردهای بزرگ‌تر در هر عرصه‌ای به وسیله استراتژی‌های قابل آزمون به دست می‌آیند. نتیجه استراتژی‌های نظری در حد نظریه باقی خواهند ماند. وابستگی بخش اجتماعی به تامین بودجه بر اساس معیارها باعث کاهش توانایی تجربه کردن، یادگیری و نوآوری می‌شود.

در جهان سازمان‌ها، امتحان کردن به معنای سریع شکست خوردن و زیاد شکست خوردن است، اما در بخش اجتماعی فقط یک نوع شکست وجود دارد.

#### ۲. میزان دسترسی این بخش به سرمایه ثابت نیست

میزان سرمایه در دسترس برای موسسات اجتماعی در مراحل اولیه محدود است، اما برای موسساتی که خودشان را ثابت کرده‌اند این میزان حتی به میزان زیادی کاهش می‌یابد. در زمینه سرمایه‌گذاری موثر پیشرفت‌هایی حاصل شده و کارآفرینی اجتماعی برای جذب سرمایه تلاش می‌کند. اما درباره دوام این بازار سرمایه پرسشی جدی وجود دارد که آیا سرمایه‌گذاران از بازگشت مالی پایین چنین بازاری خشنود خواهند بود. به علاوه، تردیدهای جدی در این باره وجود دارد که آیا موسسه‌ای که ملزم است بازگشت مالی عمده‌ای داشته باشد می‌تواند آزادانه تغییر اجتماعی را در اولویت کار خود قرار دهد.



علاوه بر این موانع اجتماعی می‌توانند دسترسی کارآفرینان اجتماعی زن، اقلیت و بومی را به سرمایه تا میزان زیادی محدود کنند.

#### ۳. برنامه کاری پیچیده

اگر در بخش خصوصی محصول بهتری طراحی کنید، سرمایه‌گذار ریسک‌پذیر با پول و انتظار بازگشت سرمایه سراغ شما خواهد آمد.

در بخش اجتماعی اما سرمایه‌گذاران سراغ کارآفرین اجتماعی می‌آیند و می‌گویند



**دستادست:** این یادداشت به بررسی شرایط و مشاغل برای طبقه متوسط و تاثیر تکنولوژی بر روی آینده زندگی پرداخته است و آنچه که طبقات فرودست با آن درگیر هستند و شرایطی که پیش رو خواهند داشت مورد بحث قرار نگرفته است.

بی شک بزرگترین اتفاق سال میلادی جاری پاندمی کرونا بوده است. پاندمی کرونا علاوه بر تلفات جانی و تعداد روزافزون مبتلایان به این بیماری، اثرات جانبی متعددی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، زیست محیطی، بهداشت روانی، نژادپرستی، کاری و غیره داشته است. اثرات جانبی کرونا به اندازه خود بیماری بر زندگی تک تک ما تاثیر داشته و موجب گسترش بحث‌های متعددی در خصوص دنیای پسا کرونا شده است. گسترش بحث‌های دنیای پسا کرونا نه تنها به دلیل اثرات جانبی آن، بلکه به دلیل نادیده گرفتن پیش‌بینی‌های قبلی بروز پاندمی و اخطار در خصوص پاندمی‌های جدید به دلیل تخریب محیط زیست و دخالت انسان در حیات وحش است. بیماری کرونا مشکل پیاده‌سازی دهکده جهانی با سیستم حکمرانی طبقاتی و مبتنی بر تبعیض را آشکار ساخت. ویروسی در شهر ووهان چین زاده می‌شود و کشورهایی چون ایالات متحده آمریکا، انگلستان، آلمان و فرانسه به رغم داشتن اقتصاد و سیستم بهداشتی و درمانی قوی در صدر جدول آماری مبتلایان و جان باختگان کرونا قرار می‌گیرند. اگر به صورت ویژه‌تر و در زمینه کسب و کار به دنیای پسا کرونا نگاه کنیم، کرونا نقص سیستم جهانی بهداشت و درمان، اهمیت تکنولوژی‌های نوین، آموزش و ارتباطات را نمایان کرد که در ذیل به آنها پرداخته شده است:

#### ۱. نقص سیستم بهداشتی و درمانی

شیوع بیماری کرونا نقص سیستم بهداشت جهانی و مضرات گسستگی سیستم پزشکی و بهداشتی را نشان داد. پس از شیوع کرونا، بسیاری از کشورها، شروع به شناسایی، ردیابی، قرنطینه و اطلاع‌رسانی شفاف کردند و پس از مدتی همه این اقدامات کاهش یافت، به دلیل اینکه سیستم اقتصادی جوابگوی این تغییر سبک زندگی نبود. به طور همزمان، دولت چین بابت اطلاع‌رسانی با تاخیر و پنهان‌کاری اولیه مورد انتقاد قرار گرفت.

اگر خواهان تغییر واقعی این وضعیت هستیم، باید برای انعکاس تصویر درستی از همه طیف‌های موسسات اجتماعی، صدای این بخش را رساتر کنیم و بر قدرت روایتگری‌اش بیافزاییم. به عنوان یک بخش، باید بتوانیم نمونه‌هایی از سازمان‌های موفق در تغییر نظام‌مند را تبلیغ کنیم و در درون بخش، از خودمان بیاموزیم.

#### ۶. رهبران بخش اجتماعی با مشکل فرسودگی شغلی دست به گریبانند

کارآفرینان اجتماعی به دلیل استرس مزمن برای رشد و نگهداری سازمان‌هایشان از افسردگی و فرسودگی شغلی رنج می‌برند و در این باره نگرانی فزاینده‌ای وجود دارد. نزدیک به پنجاه درصد از کارآفرینان اجتماعی که در جلسه سالانه انجمن جهانی اقتصاد در سال 2018<sup>۱</sup> شرکت کرده بودند گزارش دادند که با فرسودگی شغلی و افسردگی مبارزه می‌کنند، که بسیار هشداردهنده است، خصوصاً که اینها، کارآفرینانی در حال رشد و جز موفق‌ترین‌ها بودند. البته این موضوع تعجب‌آور نیست، در واقع یک کارآفرین معمولی ممکن است چنین چیزی را تجربه نکند چون احتمالاً به همان اندازه که به افراد خدمات می‌دهد روی آنها سرمایه‌گذاری احساسی نکرده است.

اهداکنندگان مالی، اعضای هیئت مدیره و سرمایه‌گذاران باید به تاثیرات بلندمدت فرسودگی شغلی اهمیت بیشتری بدهند و منابعی را برای حمایت از رهبران بخش اجتماعی اختصاص دهند. بنیادها و سرمایه‌گذاران باید درک کنند که رفتارشان چه تاثیری بر فرسودگی شغلی و رنج بلندمدت همان رهبرانی دارد که در پی حمایت‌شان بوده‌اند.

مسئله دیگر درباره فرسودگی شغلی آن است که نفس پرشور رهبران بخش اجتماعی ممکن است گاهی مانع قضاوت تجاری آنها شود. مثلاً یکی از راه‌های رشد می‌تواند ادغام دو شرکت کارآفرین با یکدیگر باشد اما مفاهیم این ادغام‌ها و مالکیت‌شان به عنوان یک استراتژی کسب و کار کمتر مورد بحث قرار می‌گیرد.

بخش اجتماعی از همان مسائلی در رابطه با نابرابری رنج می‌کشد که در بخش‌های دیگر هم گزارش شده است. اما در آن دسته از سازمان‌های کارآفرین اجتماعی که توسط زنان، رنگین‌پوستان، مردم بومی یا جوانان رهبری می‌شوند و طالب تغییر اجتماعی در مسائلی مانند آزار جنسی، نژادپرستی، جنسیت‌گرایی یا تبعیض علیه سالمندان هستند ممکن است چنین موضوعاتی بر جذب سرمایه و افزایش فرصت‌ها برای سازمان‌هایشان تاثیر منفی بگذارد یا حتی به فرسودگی شغلی‌شان بیانجامد.

می‌دانیم که این شش مانع تازه شروع کار است. حتماً لیست بلندتر و پیچیده‌تری از مشکلات وجود دارد که باید مورد بحث و بررسی قرار بگیرد.

**منبع:**

<https://www.weforum.org/agenda>



جلوگیری از عدم ابتلا به کرونا و رجوع به سیستم‌های آنلاین درمانی، از جمله شوک‌های وارده به سیستم بهداشتی و درمانی بود. همه موارد ذکرشده ضمن وارد کردن شوک بزرگی به سیستم بهداشتی و درمانی، عدم آمادگی و چالاکی این سیستم‌ها در مبارزه با چنین بیماری‌هایی را آشکار ساخت. بخش بهداشتی و درمانی در سطح جهانی، کشوری و شهری در کلیه حوزه‌های آموزشی، درمانی، بهداشتی، روانی، مددکاری اجتماعی، پزشکی قانونی، روابط عمومی نیازمند بازنگری و تحول است.

## ۲. تکنولوژی‌های نوین

تکنولوژی‌های نوین تاکنون در دوران کرونا بسیار تاثیرگذار بوده‌اند و در آینده موثرتر خواهند بود. در ذیل به صورت خلاصه به آنها پرداخته شده است:

### تکنولوژی‌های ارتباطی

پس از اعلام پاندمی کرونا، اولین اقدام بسیاری از کسب و کارها تغییر روش کاری به دورکاری بود. تسهیلات مورد نیاز برای امکان‌پذیر کردن دورکاری، دسترسی به اینترنت پرسرعت، نصب نرم‌افزارهای جلسه آنلاین مانند زوم<sup>۲</sup>، راه‌اندازی VPN برای دسترسی به اطلاعات داخلی شرکت بود. لذا در برنامه‌های بسیاری از شرکت‌های تلکام برپاسازی شبکه 5G قرار داده شده است. استفاده از نرم‌افزارهای جلسه آنلاین مانند Zoom، Webex و Microsoft Team رونق قابل توجهی گرفت. به طور مثال در یک روز، سیصد و چهل و سه هزار نسخه از نرم‌افزار زوم دانلود شده است. برای ادامه دورکاری به روش موثر، افراد نیاز به ارتباط برقرار کردن به روش واقعی‌تری دارند لذا تکنولوژی‌های حقیقت مجازی<sup>۳</sup> در آینده نزدیک رونق بیشتری خواهند گرفت. در این دوره از پاندمی، به دلیل هزینه بالای استفاده از تکنولوژی‌های حقیقت مجازی، از آنها به عنوان روش کاری و ارتباطی در سطح گسترده استفاده نشده است.

### امنیت

استفاده گسترده از اینترنت، خطر حملات سایبری و امنیتی را زیاد خواهد

حال چه می‌شد اگر شیوع بیماری در یکی از فقیرترین کشورهای آفریقایی که امکانات پزشکی و درمانی چین را به هیچ عنوان دارا نیستند، اتفاق می‌افتاد؟ قابل پیش‌بینی است که ابعاد فاجعه بسیار گسترده‌تر از آنچه تاکنون رخ داده، می‌بود. نقص سیستم بهداشت و درمان همین جاست. سازمان بهداشت جهانی بایستی مطمئن شود که کلیه کشورها ظرفیت شناسایی، درمان و گزارش بیماری به موقع را دارا باشند. عدم تساوی دسترسی به امکانات بهداشتی و درمانی نه تنها بین کشورهای مختلف بسیار مشهود است، بلکه به دلیل خصوصی‌سازی بخش درمانی در بسیاری از کشورها بین طبقات مختلف اقتصادی شهروندان هر کشوری نیز وجود دارد. دومین نقص مربوط به چرخه تامین و توزیع محصولات بهداشتی و درمانی است. بسیاری از تولیدکنندگان از روش «تولید به موقع (Just-in-time)» استفاده می‌کنند که میزان موجودی انبار مواد اولیه و محصولات در آن نزدیک به صفر است تا هزینه انبارداری را حذف کنند. همچنین به دلیل ارزان بودن کارگران در کشورهای در حال توسعه، کارخانجات در این کشورها قرار دارند. در زمان کرونا که شوک ناگهانی به بازار وارد شد، چرخه تامین و توزیع، قادر به پاسخگویی به موقع به تقاضای بازار در خصوص اقلام بهداشتی و درمانی نبود و شاهد کمبود این محصولات بودیم. از طرف دیگر رشد شبکه‌های اجتماعی موجب ایجاد شغل‌های جدیدی مانند اینفلوئنسرها، بازاریابان محتوا، مربیان کسب و کار و... و رشد روزافزون آنها شده است، در حالی که با بروز کرونا، کمبود کادر درمان (پرستاران و...) در کلیه کشورها بسیار مشهود بود. این موضوع روند جاری گرایش نسل جوان به شغل‌های جدید و کمبود نیروی کارآمد در کادر درمان را نشان می‌دهد و این روند ایجاد نمی‌شد، اگر به عنوان مثال پرستاران حقوق و درآمد کافی و امنیت شغلی می‌داشتند. علاوه بر آن مشکلاتی مانند روش‌های بهداشتی کفن و دفن جان باختگان کرونا، اضطراب ناشی از شیوع بیماری، افسردگی حاصل از قرنطینه، خشونت خانگی، عدم مراجعه به مراکز درمانی تا حد امکان برای





بگیرند که چگونه به صورت مجازی درس بخوانند، معلمان مجبور به یادگیری آموزش مجازی شدند، کادر درمان به صورت مستمر مجبور به یادگیری روش‌های جدید درمان بودند، خرده‌فروشی‌ها فروش آنلاین/ تلفنی و ارسال آن را یاد گرفتند، سالمندان مجبور به یادگیری و به کارگیری بانک الکترونیک شدند، کارکنان ادارات نحوه برگزاری و شرکت در جلسات آنلاین را فرا گرفتند. در زمینه زندگی شخصی هم مجبور به یادگیری نحوه

صحیح استفاده از ماسک، فاصله‌گذاری اجتماعی، روش‌های ضدعفونی البسه، خوراکی، ماشین و غیره شدیم. به دلیل نبودن آموزش به موقع برای کلیه اقشار اجتماعی، یادگیری به روش سعی و خطا انجام شد. همچنین کلیپ‌ها و روش‌های مختلف مواجهه با این بیماری بدون پایه و اساس علمی در فضای مجازی منتشر شد و بدتر از همه مورد قبول درصدی از شهروندان قرار گرفت، مانند استفاده از الکل یا کوکابین در درمان بیماری. قحطی دستمال توالت در بسیاری از کشورها هم نه تنها موجی از شوخی‌ها و فکاهی‌ها را به همراه داشت، نشان‌دهنده رفتار غیرمنطقی افراد آموزش ندیده در مواجهه با ناشناخته‌ها و شرایط بحرانی است. افزایش نژادپرستی یکی دیگر از مشکلات دوران کرونا بوده است. این مثال‌ها به خوبی بیانگر سطح پایین سواد سلامت، سواد رسانه و مشکل شکاف نژادی و طبقاتی در جوامع متعدد است. همچنین مشکل نبود سیستم آموزشی و ارتباطی موثر در دنیای پساکرونایی را نشان می‌دهد. در دنیای پساکرونایی سیستم‌های آموزشی و ارتباطی باید بتوانند آموزش‌ها و فرهنگ‌سازی لازم برای اقشار مختلف جامعه را به صورت به موقع فراهم سازند. محتوای آموزش ممکن است به دلیل تحولات پیش رو به سرعت تغییر یابد. همچنین سیستم‌های آموزشی و ارتباطی بایستی برای ارتقا سواد رسانه، سواد دیجیتال و سواد سلامت شهروندان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری کنند.

موارد بالا بیانگر نیاز بازار کار در دنیای پساکرونا است، بخش بهداشت و درمان، فناوری اطلاعات و سیستم‌های نوین آموزشی و ارتباطی، مورد نیاز بازار کار خواهند بود. کسب و کارها (انتفاعی و اجتماعی) هم نیز برای بقا بایستی سه مثلث سلامت کارکنان/ مشتریان، تکنولوژی‌های نوین، آموزش و ارتباطات را در مدل کسب و کار خود پیاده‌سازی کنند. از آنجایی که متأسفانه طبقه کم‌برخوردار همواره سهم کمتری از سیستم بهداشت و درمان، تکنولوژی‌های نوین و آموزش را دارا هستند، کسب و کارهای اجتماعی با مشکلات متنوع و نوین‌تری برای حل مشکلات اجتماعی درگیر خواهند بود.

کرد، حمله سایبری به وبسایت mygov استرالیا و سازمان بهداشت جهانی از مثال‌های اخیر در دوره پاندمی کرونا بوده است. از این رو بحث امنیت اینترنت و سیستم‌ها از اهمیت بسیار بالاتری نسبت به گذشته برخوردار خواهند بود.

### ردگیری و شناسایی

یکی از روش‌های موثر مبارزه با کرونا ردگیری و شناسایی سلامت کلیه افراد بوده است. از این طریق افراد مبتلا شناسایی و افراد و مکان‌های در تماس با این افراد سریعاً ردگیری می‌شدند تا اقدامات پاکسازی و درمانی مقتضی برای آنها انجام شود. تکنولوژی سنسورها در تسهیل و تقویت این فرآیند بسیار موثر خواهند بود، به عنوان مثال استفاده اجباری کلیه شهروندان از دستبندهای مجهز به سنسورها مطرح شد. این دستبندها قادر خواهند بود که دمای بدن و ضربان قلب در شبانه‌روز را بررسی کرده و به مرکز پردازش داده‌ها برای شناسایی سریع بیماری ارسال نمایند. یکی دیگر از مثال‌ها استارتاپ Metopad است که با ایجاد پلتفرم مونیتر کردن وضعیت کلینیکی بیماران به صورت آنلاین می‌تواند به کادر درمان کمک کند. همچنین نشر اطلاعات غلط به دلیل دسترسی گسترده به شبکه‌های اجتماعی یکی از مشکلات اصلی دوران کرونا بوده است. block chain با ردیابی اطلاعات قادر خواهد بود از نشر اطلاعات اشتباه جلوگیری کند. سازمان بهداشت جهانی با همکاری اوراکل و IBM، دیتاهایی با تکنولوژی Block chain به نام Mlpasa با هدف کاهش انتشار اطلاعات غلط و خطرناک راه اندازی کرده است.

### ساخت سریع و ارزان تجهیزات جدید

بیماری‌های جدید مانند کرونا نیاز به تجهیزات و وسایل جدید مانند لباس‌های محافظ کرونا و ماسک‌ها برای درمان دارند. تکنولوژی پرینت سه بعدی، تولید با سرعت بالا و قیمت کم را میسر می‌سازد. برای مثال در ایتالیا با استفاده از این تکنولوژی تولید ۱۰۰ قطعه از نوع ویژه‌ای از تجهیزات پزشکی در روز با هزینه دو دلار برای هر قطعه میسر شد که بسیار ارزان‌تر و سریع‌تر از روش‌های تولید متداول است.

### دانش داده‌ها

دسترسی به داده‌های معتبر و پردازش سریع آنها موجب تشخیص سریع‌تر بیماری‌های واگیردار، جلوگیری از نشر آنها و یافتن روش‌های درمان موثر می‌شود. تکنولوژی‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و NLP، جمع‌آوری، پردازش داده‌ها و پیشگویی‌های به موقع را امکان‌پذیر می‌سازند. برای مثال پلتفرم مبتنی بر هوش مصنوعی BlueDot، نه روز سریع‌تر از سازمان بهداشت جهانی شیوع کرونا را اعلام کرد. استارتاپ Atomwise<sup>4</sup> با استفاده از NLP قادر به ارائه اطلاعات باارزشی در زمان کوتاه به تیم پژوهشی برای توسعه داروهای جدید است.

### ۳. آموزش و ارتباطات

شیوع بیماری کرونا در زمان کوتاهی زندگی شخصی، اجتماعی و کاری را متحول کرد. بقا در این تحول وابسته به یادگیری سریع روش‌های جدید انجام کارهاست. به عنوان مثال دانش‌آموزان مدرسه‌ای مجبور شدند یاد



# عادلانه تجارت جهانی که می‌خواهیم داشته باشیم، جهانی عادلانه‌تر

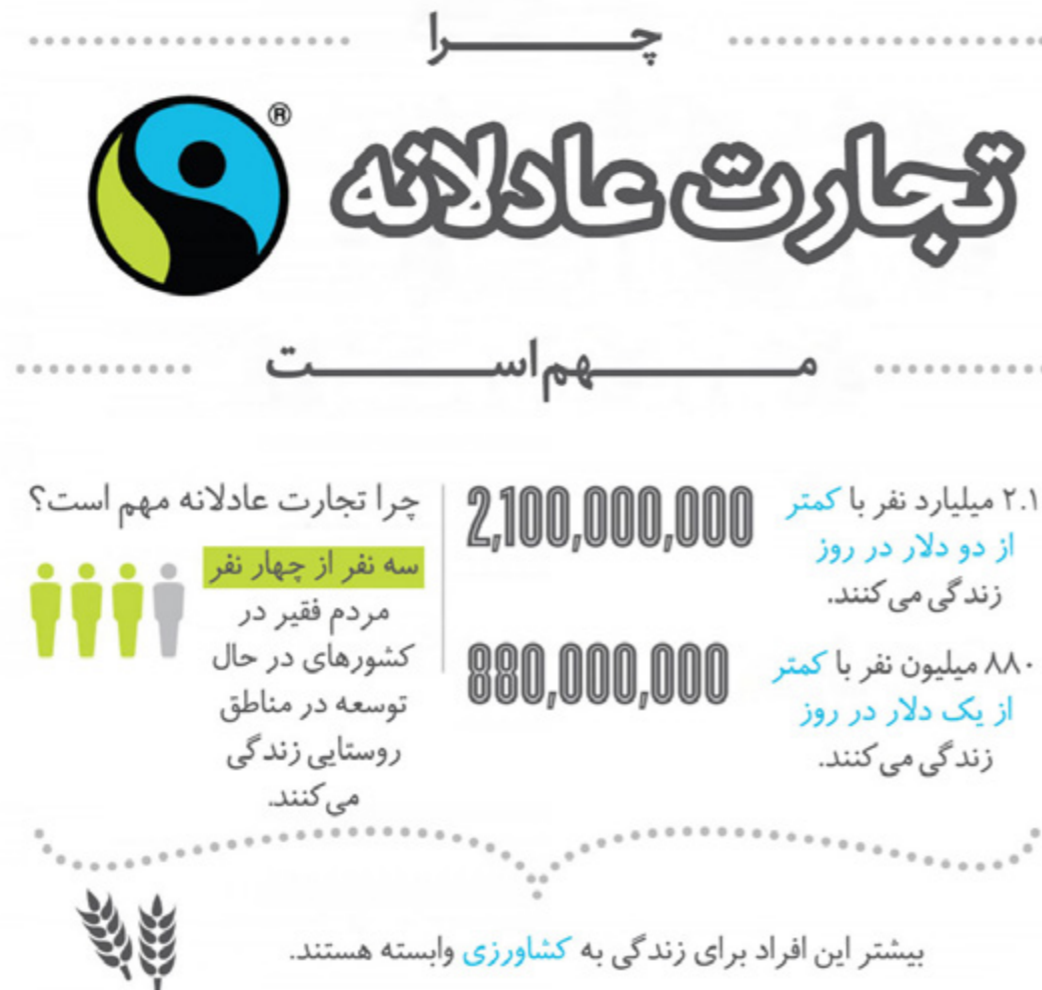
روز جهانی تجارت عادلانه بهانه‌ایست برای فکر کردن به جهانی که می‌خواهیم داشته باشیم. جهانی که در آن شرایط کار انسانی است و همه دستمزدی در شان یک زندگی خوب و سالم دریافت می‌کنند. مراقب زمین، خاک، آب، هوا، گیاهان و حیوانات هستیم. مصرف مسئولانه است، گرسنگی و تولید انبوه زیاده وجود ندارد. تبعیض و بی‌عدالتی در کار و زندگی وجود ندارد. زن و مرد دستمزد و شرایط کاری برابر دارند و کودکان مجبور به کار نیستند.

سیاره‌ای که ما می‌خواهیم، سیاره‌ای سبزتر، آبی‌تر و عادلانه‌تر است. امسال به مناسبت این روز در ۹ می (۲۰ اردیبهشت) ما مجموعه مطالبی را منتشر کردیم که بخشی از آن را در ادامه خواهید دید. برای دیدن کلیپ‌ها و... به [سایت ما](#) سر بزنید.



## مراجع:

1. TED Talk Why COVID 19 is hitting us now and how to prepare for the next Outbreak by Alanna Shaykh
2. TED Talk The Next Outbreak? Were not ready by Bill Gates
3. What will the world be like after the Corona Virus? Four Possible Futures by Simon Mair
4. The World after coronavirus by Yuval Noah Harari
5. This is the human impact of COVID-19 and how business can help by World Economic Forum
6. Coronavirus is changing how we live, work, and use Tech permanently by Brianna Welsh
7. COVID Action Platform Word Economic Forum
8. An AI Epidemiologist sent the first warnings of the Wuhan Virus, Published by WIRED
9. world Health Organization Launches Blockchain Platform to fight COVID-19 by Samuel Haig
10. Volunteers produce 3D- Printed valves for life-saving coronavirus treatment by Jay Peters
11. Medopad offers Covid-specific remote patient monitoring- by Chloe Kent





## تجارت عادلانه چطور کار می کند؟



از مصرف کنندگان استرالیایی معتقدند شرکت های داد و ستد با کشورهای در حال توسعه باید به کشاورزان و کارگران عادلانه پرداخت کنند.



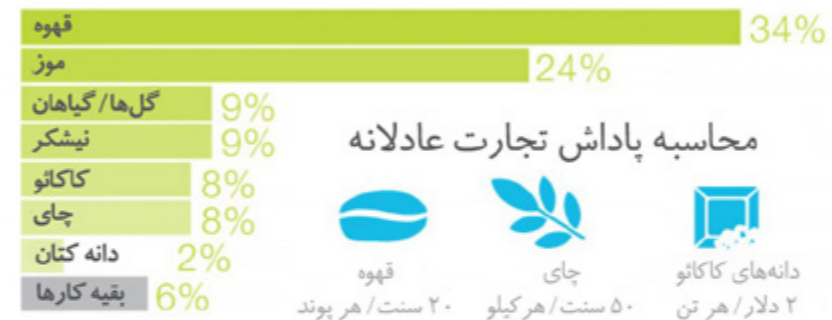
برای تولید کنندگان، کشاورزان و محصولات وابسته به آنها نوسانات قیمت ارتباط مستقیم با فقر مداوم دارد.

قیمت ثابت و عادلانه تجارت عادلانه، وقتی که قیمت بازار جهانی پایین تر از سطح پایداری است، نقش یک شبکه ایمنی را بازی می کند. تجارت عادلانه ۹۹۱ تولید کننده، سازمان، نمایندگی و ۱.۲ میلیون کشاورز و کارگر در ۶۶ کشور دنیا را پوشش می دهد.



## سرمایه گذاری روی توسعه

### تقسیم پاداش پرداختی تجارت عادلانه در جهان بر اساس محصول



پرداختی اضافه تجارت عادلانه، مبلغی اضافی بر قیمت تضمینی است که نامش پاداش تجارت عادلانه است. این پول به صندوق مشترک کارگران و کشاورزان برای بهبود جامعه، اقتصاد و محیط زیست شان تعلق می گیرد. در سال ۲۰۱۱، ۸۷ میلیون دلار پاداش تجارت عادلانه در سازمان های تولید کننده توزیع شد.



## نمونه هایی از مصرف پاداش تجارت عادلانه



### آموزش

ساختن مدرسه برای جوامع محلی در غنا و اتیوپی، دوره های کامپیوتر برای جوانان در سریلانکا و...



### سلامت

امکانات بهداشتی برای زنان در کنیا. جلوگیری از اچ آی وی، تحصیل در آفریقا، بهبود وضعیت دسترسی به آب تمیز در جوامع محلی اتیوپی و گینه نو و...



### اجتماع

بهبود راه ها در گینه نو، در غنا از آن برای ایجاد اتحادیه اعتباری برای تامین مالی استفاده شد و...



### کیفیت

میزان زیادی از پاداش تجارت عادلانه بر روی بهبود روش های کشاورزی و بازدهی محصولات سرمایه گذاری می شود.



### محیط زیست

کشاورزان در هند تولید ارگانیک را توسعه دادند، در کاستاریکا پروژه های حفاظت از رودخانه ها را، و در آفریقا استراتژی های انطباق با تغییرات آب و هوایی را گسترش دادند.



## چطور می توانیم رشد تجارت عادلانه را ممکن کنیم؟

با شکل دادن به همکاری ها و مشارکت های معتبر:



دستادست با تدوین شاخصه های اجرایی مرتبط با استاندارد تجارت عادلانه به دنبال این است که به مرور شبکه سازمان های تجارت عادلانه ایران و نشان آن را شکل دهد.



این اصل کلیدی است که به گروه‌های به حاشیه رانده شده اجازه رشد و شکستن چرخه‌های بی قدرتی و فقر را می‌دهد.



اصل اول تجارت عادلانه: خلق فرصت برای تولیدکنندگان به حاشیه رانده شده و محروم



این اصل تعهد سازمان در برابر ذی‌نفعان، از تولیدکننده تا خریدار، را تضمین می‌کند.



اصل دوم  
تجارت عادلانه:  
شفافیت،  
مسئولیت‌پذیر  
و پاسخ‌گویی



### من چه کاری انجام بدهم؟

به دنبال برندهای تجارت عادلانه در این محصولات بگردید و با خریدتان به کاهش فقر کمک کنید.



### آمار رشد خرده‌فروشی معمولی و تجارت عادلانه در استرالیا، سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۱



تجارت عادلانه در برابر تغییر شرایط اقتصادی تاب‌آوری زیادی دارد.

\* منبع نمودار: سازمان تجارت عادلانه استرالیا  
\* ترجمه و...: دستادست  
\* تمامی آمار ذکر شده مربوط به سال ۲۰۱۱ است.



این اصل به دنبال برانداختن کار کودک و  
کار اجباری به عنوان یکی از دلایل اصلی  
گیر کردن آدم‌ها در تله فقر است.



اصل پنجم تجارت عادلانه، اطمینان از  
عدم به کارگیری کودکان و عدم  
استثمار نیروی کار



این اصل تضمین می‌کند سازمان همیشه و  
همه جا و در هر حال به این اصول عمل کند!

اصل سوم تجارت  
عادلانه،  
رعایت اصول تجارت  
عادلانه در عمل



جهانی عادلانه‌تر تنها با منع هر شکلی از  
تبعیض بر مبنای جنسیت، قومیت، وضعیت  
جسمی و... در کار و پرداخت ممکن است.



اصل ششم تجارت عادلانه، تعهد به عدم تبعیض، و تساوی حقوق زن و مرد



جهانی عادلانه‌تر تنها با پرداخت عادلانه به  
تمام افراد زنجیره تولید ممکن می‌شود.



اصل چهارم تجارت عادلانه، پرداخت عادلانه



هر چقدر آدم‌های بیشتری حامی تجارت  
عادلانه باشند می‌توان تغییرات بزرگتری را  
رقم زد.



اصل نهم تجارت عادلانه: ترویج و ارتقا تجارت عادلانه



محیط کاری سالم و امن، حق مرخصی و...  
همگی بخشی از فضای کاری‌ای هستند که  
باید ساخته شود.



اصل هفتم تجارت عادلانه: اطمینان از شرایط کاری خوب و مناسب



این اصل در مقابل بهره‌برداری بی‌رویه،  
غیرمسئولانه و آسیب‌زا به محیط زیست  
برای کسب سود می‌ایستد.



اصل دهم تجارت عادلانه: احترام به محیط زیست



تولیدکنندگان در سیستم تجارت عادلانه  
امکان و فرصت یاد گرفتن و رشد دارند.



اصل هشتم تجارت عادلانه:  
توجه به ظرفیت‌سازی



اقتصاد و تجارت معمول تو دنیا، خیلی آرام و مستمر رابطه ما با طبیعت، حیوانات و گیاهان رو «تغییر» داد.

ما با بیشترین توان **تکنولوژی**، برای کسب **بیشترین سود**، طبیعت رو نابود می کنیم.



دست دست

**تغییرات اقلیم و گرم شدن زمین** باعث «نابودی» بعضی «زیستگاهها» و «موجودات زنده» شدن. بعضی گونه ها هم با تغییرات و **بیماری های** جدیدی مواجه شدن که گاهی **قابل انتقال** به انسان از آب درآومدن!



دست دست



چه رابطه ای بین نابرابری و بزرگی بحران کرونا وجود داره؟

اصلا چرا همه از نیاز به تغییر جهان حرف می زنن؟

چرا بیشتر از همیشه به عادلانه شدن تجارت و «تجارت عادلانه» نیاز داریم؟

بخش اول

دست دست

چرا بیشتر از همیشه به عادلانه شدن تجارت و «تجارت عادلانه» نیاز داریم؟

دلیل اول: محیط زیست. ما نیاز داریم رابطه مون با محیط زیست رو اصلاح کنیم.

چرا؟

دست دست



چرا بیشتر از همیشه به عادلانه شدن تجارت و «تجارت عادلانه» نیاز داریم؟

بخش دوم



دلیل دوم: نابرابری‌ها. نیاز داریم نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی کمتر و کمتر بشن.

چرا؟



بعضی دانشمندا گفتن حالا صبر کنین اون ویروسایی که صدها هزار سال تو یخای قطب اسیر بودن ذوب شن برسن خدمت تون!!

بیشتر اپیدمی‌های جدید جهانی توی ۵۰ سال اخیر منشا حیوانی داشتن.



ما به شکلی از تجارت نیاز داریم که «بایداره از محیط زیست استفاده کنه»  
اصل دهم «تجارت عادلانه»  
احترام به محیط زیست و حفاظت از اونه.



نتیجه نبود یا ضعف خدمات عمومی

یک میلیارد نفر از مردم هرگز به دکتر یا پرستار رو در زندگیشون نمی بینن.



نیمی از جمعیت کره زمین توان مالی برای استفاده از خدمات بهداشتی و مناسب رو ندارن.



در چنین وضعیتی با بروز اپیدمی کرونا آکسفام پیش بینی کرده...



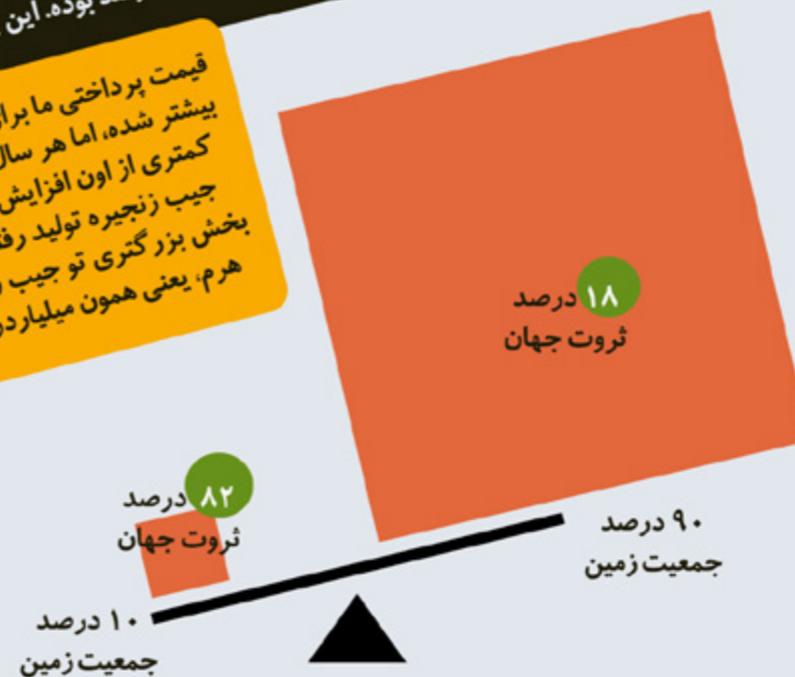
حدود ۵۰۰ میلیون نفر دیگه به زیر خط فقر شدید سقوط کنن، یعنی جمعا ۱.۳ میلیارد نفر.

حدود ۲ میلیارد نفر از مردم کره زمین که توی مشاغل غیررسمی کار می کردن و بخش بزرگی از اونها زن بودن به شدت آسیب خواهند دید. **و ما از آمار مرگ حرف نزدیم.**



نابرابری طی دهه های گذشته با سرعتی روزافزون در حال رشد بوده. این یعنی...

قیمت پرداختی ما برای چیزها بیشتر شده، اما هر سال بخش کمتری از اون افزایش توی جیب زنجیره تولید رفته و بخش بزرگتری تو جیب راس هرم، یعنی همون میلیارد درا.



نتیجه نابرابری های عظیم

اقلیت ثروتمند نقش موثرتری در سیاست و کنترل دولت ها ایفا کردن. احزاب و کمپین های انتخاباتی با پول این آدما اداره می شن!

+

در مقابل وضع قوانین حافظ محیط زیست مقاومت می کنن چون جلوی افزایش سودشون رو می گیره.

+

در مقابل قوانین ضد نابرابری مثل مالیات تصاعدی برای ثروتمندان ایستادن.

مالیات کمتر ثروتمندان، طرفداری سیاستمداران از خصوصی کردن همه چیز، فساد توامان در بعضی کشورها و...

خدمات عمومی و همگانی ضعیف



# سازمان «تجارت عادلانه بین‌الملل» جایزه اثرگذارترین برچسب سال را دریافت کرد.

نوشته کاترین مارتینکو  
برگردان از شمیم شرافت

با وجود انتقادات موجود، گزارش‌های جدید حاکی از آنند که تجارت عادلانه بین‌الملل<sup>۱</sup> یا به اختصار FI نسبت به رقیبانش عملکرد بهتری دارد.

FI سال‌های سختی را پشت سر گذاشته است. یکی از بزرگترین و شناخته‌شده‌ترین گواهی‌دهندگان تجارت عادلانه موز، شکلات، قهوه، چای، پنبه و بسیاری محصولات دیگر به خاطر عدم حفظ سطح توسعه پایدار مورد نظر تولیدکنندگان و خریداران مورد انتقاد قرار گرفته است. همانطور که تابستان گذشته نوشتیم، «این حس وجود دارد که تجارت عادلانه دیگر کارکردی ندارد، چون هیچ سود ملموسی را از طریق مجموع حداقل پرداخت‌ها (قیمت تضمینی) و پاداش سالانه به وجود نمی‌آورد.»

در عین حال FI در رقابت با دیگر برچسب‌های تجارت عادلانه و تولید پایدار که سازمان‌های غیردولتی و مشاغل دیگر برای اقدامات اخلاقی و پایدار ایجاد می‌کنند، قرار دارد. اما این برچسب‌های جدید می‌توانند مشکل‌ساز هم باشند زیرا اغلب به جای اینکه پاسخگوی استانداردهای خارجی و بیرونی باشند، متناسب با مشخصات خود شرکت تنظیم می‌شوند.

اما این ماه، FI انتقام شیرین خود را گرفت. در گزارش منتشر شده در پروژه دنیای عادلانه تحت عنوان «راهنمای بین‌المللی برچسب‌های تجارت عادلانه» که ۸ برچسب اخلاقی و تجارت عادلانه را تجزیه، تحلیل و مقایسه کرده است، FI در جایگاه برتر قرار گرفته است.

علت انتخاب این برچسب‌ها برای تجزیه و تحلیل این است که همگی اعتبار زیادی در جنبش تجارت عادلانه داشته و به طور عمده در قفسه‌های بازار در دسترس هستند. در این گزارش آمده، FI بالاترین نشان را در ۳۱ دسته از ۴۵ دسته (یعنی بیش از هر برند جهانی دیگری) کسب کرده است. در بیانیه مطبوعاتی که به وسیله FI صادر شده آمده است:







### ما هنوز به تجارت عادلانه احتیاج داریم.

این حقیقت که تجارت عادلانه زمانی که هر شرکتی مشغول ایجاد نسخه خاص خود از یک برچسب اخلاقی، و در نتیجه غرق کردن بازار زیر سیل این برچسب‌ها و خسته کردن مشتریان - اگر نگوئیم سردرگمی کاملشان - است، همچنان در حال ادامه و گسترش فعالیت‌هایش است، نشان می‌دهد که تجارت عادلانه هنوز هم ارزش حمایت دارد. ما در این زمانه پرهرج و مرج، هنگامی که تغییرات آب و هوایی ثبات تولیدکنندگان مواد غذایی در مقیاس کوچک در سراسر جهان را تهدید می‌کند، بیش از هر زمان دیگری به شبکه‌ها و رهبری تجارت عادلانه احتیاج داریم. اکنون هیچ کسی وضعیت بهتری نسبت به تجارت عادلانه ندارد تا شرکت‌ها را در قبال استاندارد خارجی و قدرتمندسازی جوامع کشاورزی برای تصمیم‌گیری برای خودشان پاسخگو نگه دارد، و ما می‌توانیم در هر خرید با نماد معروف سیاه و آبی بین یانگ، از آن‌ها پشتیبانی کنیم. شاید عالی نباشد، اما همین از دستمان برمی‌آید.

FI نیز دست از تلاش برای بهبود خود برنخواهد داشت. چنانچه مدیرعامل این سازمان، داریو سوتو آبریل ابراز داشته است: «ما مفتخریم که FI همچنان به عنوان رهبری جهانی در زمینه پایداری و استانداردهای اخلاقی شناخته می‌شود. اما ما هیچ گاه راضی نمی‌شویم. ما می‌دانیم که هنوز برای رسیدن به عدالت در تجارت راه درازی باقی است، همچون درآمد مناسب برای تولیدکنندگان و کارگران، که ما با جدیت برای دستیابی به آن تلاش می‌کنیم.»

### منبع:

<https://www.treehugger.com/corporate-responsibility/fairtrade-international-takes-prize-most-effective-label.html>



«FI مشتمل بر چندین سازمان زیرمجموعه دیگر، توانسته است در دسته‌های مهم و تاثیرگذاری نمرات بالایی کسب کند. دسته‌هایی که همگی در مناطق کلیدی تاثیرگذاری سازمان قرار دارند، همچون محافظت از محیط زیست از طریق انرژی، زباله و مدیریت آب؛ محافظت از حقوق کارگران و جلوگیری از کار اجباری؛ ترویج برابری جنسیتی و حقوق گروه‌های محروم، اقلیت و بومی؛ و مبارزه با فقر از طریق ساختار پرداخت پاداش منحصر به فرد خود که امکان تصمیم‌گیری دموکراتیک را در سازمان‌های تولیدکننده کوچک را فراهم می‌کند.»

در این گزارش در خصوص معیارهای FI درباره جنگل‌زدایی و سازگاری با تغییرات آب‌وهوایی و همچنین استانداردهای نساجی که کارگران را -از طریق ایجاد فرصت‌های رهبری، نمایندگی، چانه‌زنی جمعی و دستمزد- قدرتمند می‌کند، از آن‌ها تقدیر شده است. این واقعیت که ۵۰ درصد تجارت عادلانه توسط تولیدکنندگان اداره می‌شود و به آنان تعلق دارد نیز برگ برنده آن‌ها است.

با وجود اینکه FI همچنان جای پیشرفت دارد، به ویژه در تعیین تعهدات بلندمدت از خریداران کلیه کالاها و تعیین حداقل قیمت‌ها که می‌تواند به تولیدکنندگان بیشتر و سازمان‌هایشان اجازه دهد دستمزد کافی برای امرار معاش را به دست آورند، گزارش نشان می‌دهد که آن‌ها بهتر از بسیاری از رقبای خود عمل کرده‌اند.

# شفاف‌سازی: تهدید کلیشه، زنان و رهبری

نوشته کریستال ال. هویت، سوزان ای. مورفی  
برگردان از گیتا صالحی و مهدی سرمدی راد



## مقدمه:

امروزه زنان سهم بیشتری از نقش‌های رهبری را در زندگی سیاسی و کاری نسبت به گذشته در آمریکا<sup>۲</sup> و در سراسر جهان<sup>۳</sup> بر عهده دارند. با این وجود، در رده‌های بالای ابرشرکت‌ها و نظام‌های سیاسی، زنان به طور تأسف باری سهم کمی دارند<sup>۴</sup>. اهمیت ارتقاء حضور زنان در نقش‌های رهبری بیش از تحقق وعده‌های فرصت برابر و سهم‌بری بیشتر زنان در کسب و کارها، نهادها و دولت‌هاست. شواهد نشان می‌دهند که تشویق مشارکت کامل زنان برای یک جامعه مترقی و مدنی حائز اهمیت است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که زنان تمایل به اتخاذ مدل‌هایی از رهبری دارند که به طور مشخص متناسب با پیچیدگی سازمان‌های مدرن است و می‌تواند به افزایش اثربخشی نهادی منجر شود<sup>۵</sup>. به علاوه، زنان می‌توانند چشم‌اندازهای منحصر به فرد و مهم و اولویت‌هایی را برقرار کنند که در خدمت ترویج پیامدهای مثبت اجتماعی و پاسخگویی اخلاقی بیشتر است<sup>۶</sup>. اگرچه ممکن است تحقق این پتانسیل‌های سودمند به واسطه تجربه‌های رهبران زن آسیب‌دیده که هدف انتظارات کلیشه‌ای منفی قرار گرفته‌اند، عقیم بماند.

توجیه‌های زیادی در این باب که چرا زنان در رسیدن به موقعیت‌های رهبری ارشد دچار مشکل می‌شوند ارائه شده است، در راس آنها عدم تناسب بین ویژگی‌ها، مهارت‌ها و آرزوهای زنان و آن ویژگی‌هایی است که برای رهبری اثربخش لازم تلقی می‌شوند. انتظارات کلیشه‌ای جنسیت‌زده نه تنها بر ویژگی‌های افرادی که مردم با معیارهای از پیش تعیین شده به عنوان «فرد مناسب» برای رهبری می‌پذیرند، اثر می‌گذارد بلکه بر زنان نیز بسیار اثرگذار

است. در این مقاله، به بررسی اثرات چنین انتظارات کلیشه‌ای جنسیت‌زده‌ای بر زنان در پست‌های رهبری خواهیم پرداخت. زنان به طور قطع به رفتارهای جنسیت‌زده در پست‌های رهبری آگاه هستند. رهبران زن معمولاً با یک دوگانگی روبرو هستند: از زنان با سطح روابط اجتماعی بالا (همیار، همدل) به عنوان رهبران ناکافی انتقاد می‌شود، و زنان فعال و عامل<sup>۷</sup> چون به اندازه کافی زنانگی ندارند، پس‌زدگی را تجربه می‌کنند<sup>۸</sup>. به بیان دیگر، زنان در موقعیت‌های رهبری معمولاً «پیامدهای احتمالی کسب یک هویت اجتماعی» را تجربه می‌کنند که «قضایوت‌ها، کلیشه‌ها، فرصت‌ها، محدودیت‌ها و رفتارهای ممکن که با هویت اجتماعی یک فرد در یک موقعیت مشخص تنیده شده است» از آن جمله‌اند<sup>۹</sup>. در این مواقع، زنان تهدید کلیشه را تجربه خواهند کرد که به این صورت تعریف شده است «تهدیدی واقعی و بلادرنگ که در اثر قضایوت و رفتار نامناسب، در موقعیت‌هایی رخ می‌دهد که در آنها کلیشه‌ای منفی درباره گروهی که فرد در آن قرار می‌گیرد اعمال شود»<sup>۱۰</sup>. در حوزه رهبری، انتظارات فرودستی مبتنی بر کلیشه می‌تواند فشارهای روانی سنگینی را بر زنان تحمیل کند و در حضور کمرنگ آنها نقش داشته باشد<sup>۱۱</sup>.

## جنسیت، رهبری و «عدم تناسب» زنان

طبق نظریه‌های رهبری ضمنی، مردم درک شهودی و از پیش تعیین شده‌ای نسبت به مفهوم رهبر دارند و بر اساس همین تعاریف، رهبران فعلی و آتی خود را ارزیابی می‌کنند<sup>۱۲</sup>. چنین نظریه‌هایی علاوه بر نشان دادن خصیصه‌های شخصیتی و رفتارهای مربوط به رهبری، معمولاً بازتاب دهنده هویت اجتماعی رهبران سنتی هستند<sup>۱۳</sup>. دو هویت اجتماعی که معمولاً با رهبری تراز اول درهم تنیده شده است شامل سفید پوست بودن و مرد بودن است. چنین استانداردهای رهبری یعنی مردانه و سفید پوست بودن، می‌تواند منتج به درک و دریافت و ارزیابی مغرضانه نسبت به افرادی شود که در چنین تصویری از رهبر

۷ agentic

۸ Heilman & Okimoto, 2007; Heilman, Wallen, Fuchs, & Eagly et al., 2014; Heilman, 2001  
Tamkins, 2004; Rudman & Glick, 1999, 2001

۹ Crosby, 2008, p. 615 & Purdie-Vaughns, Steele, Davies, Dittmann

۱۰ Aronson, 2002, p. 385 & Steele, Spencer

۱۱ Eagly & Karau, 2002; Heilman, 1995

۱۲ Forsyth & Nye, 2008; Kenney, Schwartz-Kenney, & Blascovich, 1996; Lord & Maher, 1991

۱۳ Hoyt & Chemers, 2008

۲ Pew Research Center Social and Demographic Trends, 2015

۳ World Economic Forum, 2014

۴ Catalyst, 2015; Center for American Women & Politics, 2015; Lawless & Fox, 2012

۵ Eagly, Gartzia, & Carli, 2014; 2003, Eagly & Carli

۶ Eagly et al., 2014



در دو نظریه پیش رو، این مفهوم که زنان در تصویر ما از یک رهبر نمی‌گنجند، تفسیر شده است؛ نظریه عدم وجود مدل متناسب هایلمن<sup>۱۵</sup>، و نظریه نقش متناسب، ایگلی و کاراو<sup>۱۶</sup>، نظریه‌ای در باب تعصب نسبت به رهبران زن. کلیشه‌های جنسیتی به شکل گسترده‌ای با نقش رهبری ناسازگار هستند<sup>۱۷</sup>. کلیشه‌های جنسیتی یعنی تعمیم دادن خصوصیات زنان و مردان که در یک جامعه به اشتراک گذاشته شده است و شامل هر دو مؤلفه‌های توصیفی (یعنی توصیف مردان و زنان آن طور که هستند) و تجویزی (یعنی تجویز آن شکلی که مردان و زنان باید یا نباید باشند<sup>۱۸</sup>) است. کلیشه‌های جنسیتی مشخصی که به حوزه رهبری مرتبطند کلیشه‌هایی هستند که می‌گویند «زنان مراقبت کننده هستند» و «مردان مسئولیت پذیرنده»<sup>۱۹</sup>. به طور مشخص، زنان با خصوصیت عمومی همواره نگران دیگران بودن، شناخته می‌شوند، در حالی که مردان با خصوصیات چون منطق و عاملیت شناخته می‌شوند که بر اعتماد به نفس و سلطه پافشاری دارد<sup>۲۰</sup>. خصیصه‌هایی که در توصیف مردان به کار گرفته شده است شبیه به آنهایی است که برای رهبران اثربخش استفاده می‌شود تا در نتیجه نشان دهد که مردان بیشتر از زنان «متناسب» با نقش‌های رهبری هستند<sup>۲۱</sup>.

چنین انتظارات فرودستی مبتنی بر کلیشه‌ای می‌تواند برای زنان عامل تهدید شناخته شود و در کمبود حضور رهبران زن در مشاغل مختلف اثر داشته باشد<sup>۲۲</sup> از مشاغل حقوقی (Vault/MCCA, 2013) تا پزشکی دانشگاهی<sup>۲۳</sup>. از اثرات هولناک کلیشه‌های جنسیتی می‌توان به تضعیف عملکرد زنان به مرور زمان، عدم تعهد و کاهش درخواست حضور در نقش‌های رهبری اشاره کرد. خطر چنین تجربه‌های مزمنی می‌تواند منتج به خروج زود هنگام زنان از حرفه خود، پیش از رسیدن مراتب بالا در پست‌های رهبری باشد. خطر کلیشه‌های جنسیتی می‌تواند به طور خاص در زمینه علم، تکنولوژی، مهندسی و ریاضیات (STEM) وخیم‌تر باشد<sup>۲۴</sup>؛ آن چنان که موجب شود زنان هرگز با چنین حرفه‌هایی شناخته نشوند و تنها تعداد محدودی از آنان برای بر عهده گرفتن نقش‌های رهبری باقی بمانند.

## چکیده:

در این مقاله، ما روند و مفاهیم مربوط به تهدید کلیشه برای زنان در رهبری

Eagly & Carli, 2007; Johnson, Murphy, Zewdie & Reichard, 2008; Koenig, Eagly, Mitchell, & Ristikari, 2011; Rosette, Leonardelli, & Phillips, 2008  
 14  
 Heilman's (1983, 2001)  
 15  
 Eagly and Karau's (2002)  
 16  
 Eagly, 2004; Eagly & Karau, 2002; Heilman, 2001  
 17  
 Borgida, 1999; Eagly & Karau, 2002; Glick & Fiske, 1999; Heilman, 2012 & Burgess  
 18  
 Heilman, 2001; Hoyt, 2010 ;Dodge, Gilroy & Fenzel, 1995  
 19  
 Deaux & Kite, 1993; Eagly, Wood, & Diekman, 2000; Williams & Best, 1990  
 20  
 Koenig et al., 2011  
 21  
 Block, Koch, Liberman, Merriweather, & Roberson, 2011  
 22  
 Burgess, Joseph, van Ryn, & Carnes, 2012  
 23  
 Good, Aronson, & Harder, 2008; Shapiro & Williams, 2012  
 24

را بررسی می‌کنیم. ابتدا خلاصه‌ای از تاریخچه پدیده تهدید کلیشه‌ها به طور کلی ارائه می‌دهیم. سپس، تهدید کلیشه برای زنان در رهبری را، با مرور یک مدل تهدید کلیشه در زمینه رهبری که شامل نشانه‌های تهدید کلیشه، پیامدهای تهدید کلیشه، و عوامل افزایش یا تعدیل‌کنندگان ارزیابی و پاسخ به تهدید کلیشه است، بررسی می‌کنیم. در این مقاله، علاوه بر در نظر گرفتن پژوهش‌هایی که مستقیماً به مقوله رهبری می‌پردازند، ما پژوهش‌های گسترده دیگری را که در زمینه اثرات تهدید کلیشه بر محیط کاری و وظایف و حوزه‌های مربوط به رهبری است، بررسی می‌کنیم. به بیان دیگر، برای درک اثرات تهدید کلیشه بر رهبران زن، مهم است که تهدید کلیشه‌های جنسیتی در محل کار<sup>۲۵</sup>، محیط‌های کارآفرینی<sup>۲۶</sup> و در وظایفی که در امور رهبری مهم است مانند مذاکره و تصمیم‌گیری<sup>۲۷</sup> و در حوزه‌های خاص شامل علم، ریاضیات و غیره (STEM) را، بررسی کنیم. رهبری عالی در هر یک از این وظایف و حوزه‌ها معمولاً با ویژگی‌های شخصیتی کلیشه‌ای مردانه مانند منطقی بودن و پویایی درهم تنیده است<sup>۲۸</sup>. در آخر راهکارهایی را برای کاهش اثرات منفی تهدیدهای کلیشه بررسی خواهیم نمود.

## پیشینه تهدید کلیشه

اعضای گروه‌های به حاشیه رانده شده معمولاً نسبت به کلیشه‌هایی که درباره گروه اجتماعی آنها وجود دارند کاملاً آگاه هستند و می‌دانند که دیگران نیز براساس همین کلیشه‌ها با آنها رفتار می‌کنند. برای شروع، کار قابل توجه استیل و آرانسون (۱۹۹۵) نشان می‌دهد که تهدید کلیشه یکی از موضوعات مهم بررسی شده در زمینه روانشناسی اجتماعی است<sup>۲۹</sup>. فکر کردن به این موضوع که فرد از طریق لنزهای منفی کلیشه‌ها ارزیابی می‌شود می‌تواند توجه فرد را بر جنبه‌های منفی یک کلیشه متمرکز کرده و دستاوردهای خود را نادیده بگیرد<sup>۳۰</sup>.

یک پژوهش قابل استناد در این زمینه، قدرت کلیشه‌ها در ایجاد اختلال در

2011 ,Kray & Shirako 25  
 Baron, Markman & Hirs, 2001 26  
 Kray & Haselhuhn, 2008 27  
 Kalokerinos, von Hippel, & Zacher, 2014; Kray & Shirako, 2011 28  
 et al., 2002 Steele, 1997; Steele 29  
 e.g., Steele & Aronson, 1995 30



عملکرد افراد تحقیرشده در گستره‌ای از امور شناختی و اجتماعی را نشان می‌دهد، افرادی که هویت اجتماعی آنها در یک حوزه خاص بی‌ارزش شمرده شده بود.

استیل و آرانسون (۱۹۹۵) در پژوهش تأثیرگذار خود نشان دادند که وقتی اعتقاد به فرودستی عقلانی آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار باوری همگانی بود، از دانش‌آموزان خواسته شد تا در یک آزمایش تشخیصی درباره توانایی‌های آنها به منظور کنترل اختلافات اولیه در آزمون "SAT" (ارزیابی شایستگی) شرکت کنند. دانش‌آموزان سیاه‌پوست نسبت به هم‌تایان سفیدپوست خود در یک آزمایش استاندارد، عملکرد پایین‌تری داشتند. اما، زمانی که ارتباط کلیشه را حذف کردند، از طریق مطرح کردن همان سؤالات به صورت تمرین حل مسئله و نه به شکل ارزیابی هوش، و باز هم به منظور کنترل اختلافات اولیه در سطح مهارت‌ها، دیدند که هیچ تفاوتی در عملکرد دانش‌آموزان سیاه‌پوست و سفیدپوست وجود ندارد. اثرات تهدید کلیشه بر عملکرد منفی آموزشی به طور گسترده در گروه‌های مختلف ثبت شده است.<sup>۳۱</sup> به طور مثال، پژوهشگران اثرات تهدید کلیشه را بر عملکرد آموزشی لاتین‌تبارها، آمریکایی-آفریقایی‌ها<sup>۳۲</sup> و افرادی با موقعیت ضعیف اجتماعی-اقتصادی<sup>۳۳</sup> نشان دادند. تهدید کلیشه همچنین، در حوزه‌هایی فراتر از محیط‌های آموزشی نیز لطمه وارد آورده است؛ به عنوان مثال اثرات این تهدید بر مردان سفیدپوست در مسابقات ورزشی<sup>۳۴</sup>، بر افراد سالمند در تمرینات حافظه<sup>۳۵</sup> و بر نگاه به مردان در مسائل احساسی در جامعه<sup>۳۶</sup>.

یکی از وجوه تهدید کلیشه این است که وابسته به موقعیت است. بنابراین، اعضای گروه‌هایی که به شکل سنتی گروه برتر شناخته می‌شوند نیز می‌توانند در موقعیت خاص مورد تهدید کلیشه قرار بگیرند. به عنوان مثال، زمانی که کلیشه برتری آسیایی‌ها در ریاضیات برجسته شده بود، مردان سفیدپوست

Aronson, Quinn, & Spencer, 1998; Nguyen & Ryan, 2008; Spencer, Steele, & Quinn, 1999; Steele & Aronson, 1995 31  
Gonzales, Blanton, & Williams, 2002; Aronson, et al 32  
Croizet & Claire, 1998 33  
Stone, Lynch, Sjomeling, & Darley, 1999 34  
Levy, 1996; Hess, Auman, Colcombe, & Rahhal, 2003 35  
Koenig & Eagly, 2005 36

عملکرد ضعیفی در این آزمون از خود نشان دادند.<sup>۳۷</sup> در یکی از پژوهش‌های قابل توجه که به منظور تأکید بر اثرگذاری موقعیت بر تهدید کلیشه طراحی شده بود، پژوهشگران آزمونی در زمینه بررسی اثر انتظارات کلیشه‌ای بر عملکرد افراد دارای دو هویت اجتماعی متضاد در زمینه توانمندی در ریاضیات انجام دادند: زنان آسیایی<sup>۳۸</sup>. زنان آسیایی که هویت جنسیتی‌شان به آنها تحمیل شده بود، در مقایسه با زنانی که هویت آسیایی بودن برایشان برجسته شده بود، عملکرد ضعیف‌تری از خود نشان دادند.

روندی که تهدید کلیشه منجر به تضعیف عملکرد افراد هدف کلیشه‌های منفی می‌شود، بسیار پیچیده است.<sup>۳۹</sup> در مرور ادبیات، اشمادر و همکارانش دریافتند که کلیشه‌ها می‌توانند عملکرد فرد در مسائل اجتماعی و شناختی را مختل کنند. این اختلال از سه طریق خاص و در عین حال مرتبط فیزیولوژیکی و روانشناختی رخ می‌دهد که شامل: واکنش‌های فشار فیزیولوژیکی که کارکرد حافظه را مختل می‌کند، نظارت فزاینده بر عملکرد یک فرد، و سرکوب فعال افکار و احساسات منفی. همچنین، طبق گفته‌های شاپیرو و نویبرگ (۲۰۰۷)، تهدید کلیشه یک روند مفرد نبوده بلکه، اصطلاحی است که برای تفسیر روندهایی مجزا اما در عین حال مرتبط با یکدیگر استفاده می‌شود. آنها استدلال می‌کنند که انواع مختلفی از «فرم»‌های مجزای کیفی از تهدید کلیشه وجود دارد. در معرفی چهارچوب تهدید چند وجهی آنها ادعا می‌کنند که نوع تهدید کلیشه‌ای که یک فرد تجربه می‌کند بستگی به هدف تهدید (فردی که رفتار او موجب واکنش دیگران است؛ خود یا گروه) و منبع تهدید (فردی که این رفتارها را قضاوت می‌کند؛ خود، درون‌گروهی، بیرون‌گروهی) دارد.

در آخر، همانند روندهای پیچیده تجربه تهدید کلیشه، عواقب آنها نیز چند وجهی است. علاوه بر تضعیف شدن عملکرد، چنین سازوکارهایی می‌توانند موجب شوند تا «افرادی که توانمندی‌هایشان توسط کلیشه‌ها تهدید شده است... از قرار گرفتن در موقعیت‌هایی که چنین محرک‌های منفی را موجب می‌شوند، خودداری کنند»<sup>۴۰</sup>. در واقع، تجربه تهدید هویت یک فرد می‌تواند اثرات گسترده و معناداری فراتر از تنها تضعیف عملکرد آموزشی داشته باشد. چنانکه شاریپو و نویبرگ (۲۰۰۷) استدلال می‌کنند، «عملکرد آموزشی مهم‌ترین اثر تهدید کلیشه نبوده و مهم‌ترین معیار اندازه‌گیری برای استنباط وجود چنین تهدیدهایی نیز نیست»<sup>۴۱</sup>.

### تهدید کلیشه و رهبران زن

مخرب‌ترین اثر کلیشه‌ها آنجایی که به بحث زنان و رهبری مرتبط است، کاهش انگیزه‌ها و متعاقباً مشارکت آنهاست. درک اثرات تهدید کلیشه بر زنان در حوزه رهبری با آزمودن نشانه‌های موقعیتی شروع می‌شود که می‌تواند به ما نشان دهد که تهدید و عواقب آن چیست و عواملی که پتانسیل ارزیابی تهدید

Aronson et al., 1998 37  
Shih, Pittinsky, & Ambady, 1999 38  
Schmader, Johns, & Forbes, 2008 39  
Schmader et al., 2008, p. 353 40  
Shapiro and Neuberg., 2007, p. 111 41

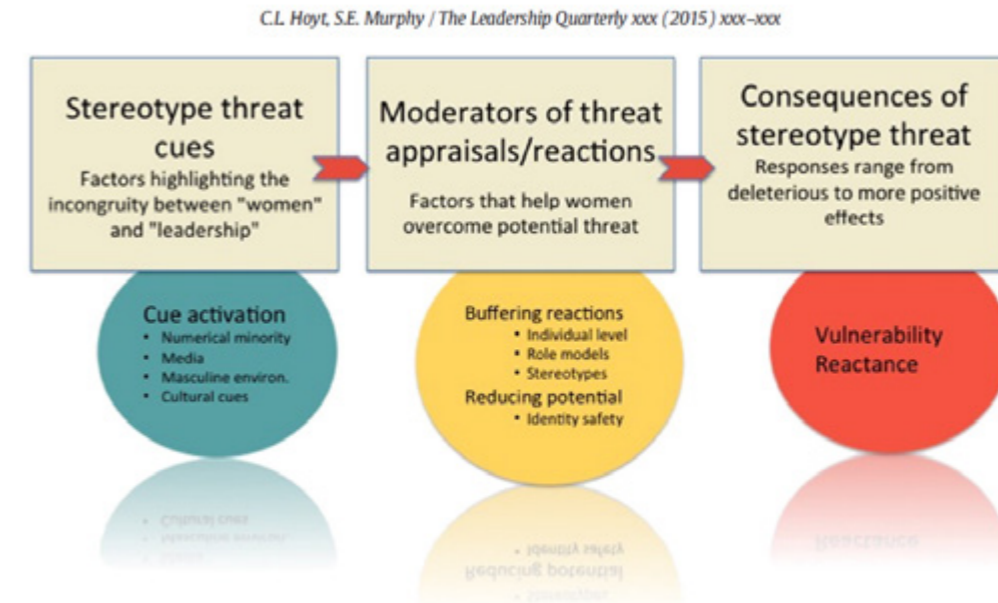


Fig. 1. A model of stereotype threat in leadership contexts.

می‌کند را شناسایی نماید. در این بخش، به بررسی چهارچوبی که برای درک اثرات انتظارات کلیشه‌ای از زنان در حوزه‌های مرتبط با رهبری طراحی کرده‌ایم، می‌پردازیم. ( نمودار شماره ۱ )

### نشانه‌های تهدید کلیشه برای رهبران زن

معمولاً افراد تحقیرشده به شدت در معرض نشانه‌های موقعیتی قرار دارند که از علائم هویت اجتماعی غیرقابل پیش‌بینی بودن است.<sup>۴۲</sup> قرار گرفتن در محیط‌هایی که آستن تهدیدها هستند، می‌تواند منجر به هوشیاری فزاینده نسبت به نشانه‌های تهدید باشد.<sup>۴۳</sup> نشانه‌های تهدید کلیشه می‌تواند به اشکال مختلف ظاهر شود، از نشانه‌های آشکار و صریح از جمله کلیشه‌های جنسیتی مانند اعلام به شرکت‌کنندگان که آزمونگر آنها فردی با عقاید جنسیت‌زده است و یا آنها را در معرض مکالمه با یک مرد جنسیت‌زده قرار دادن<sup>۴۴</sup>، یا انجام حرکتی ظریف‌تر مانند درخواست کردن از افراد تا کنشی را در یک حوزه خاص انجام دهند در شرایطی که یک کلیشه آشکار «در جریان است»<sup>۴۵</sup>. کلیشه‌ها می‌توانند با روش‌های مختلفی فعال‌سازی شوند، از جمله قرار داشتن در یک اقلیت کمی، مانند رهبری یک گروه از مردان توسط یک زن و یا مسئله کمبود تعداد زنان در یک شرکت<sup>۴۶</sup>. کار کردن به عنوان تنها عضو یک گروه اجتماعی، برجستگی و اهمیت هویت اجتماعی فرد را افزایش می‌دهد و در نتیجه این

تنوع جمعیتی پایین، منجر به اثربخشی تهدید کلیشه برای زنان می‌شود.<sup>۴۷</sup> به عنوان مثال، پژوهشگران نشان داده‌اند که قرار گرفتن در معرض نشانه‌های موقعیتی‌ای که عدم تعادل جنسیتی را پررنگ می‌کنند در یک کنفرانس علم و تکنولوژی، احساس تعلق و تمایل به مشارکت را در دانشجویان زن در مقایسه با افرادی که در معرض چنین تهدید هویتی قرار نگرفته‌اند، کاهش داده است.<sup>۴۸</sup>

فراتر از قرار گرفتن در گروه اقلیت کمی، بسیاری از نشانه‌ها مانند آنها که در رسانه و محیط‌ها و فرهنگ‌های مردانه یافت می‌شود، می‌تواند هویت زنان را تهدید کند. به عنوان مثال، دیویس و همکارانش اشاره می‌کنند که قرار گرفتن زنان در معرض کلیشه‌های جنسیتی در تبلیغات (مانند دانش‌آموزی که آرزو می‌کند که یک ملکه خانه‌دار باشد یا عکس‌العمل هیجان‌زده یک زن نسبت به یک محصول بهداشتی برای رفع جوش‌ها) اثرات مخربی بر آرزوهای زنان در زمینه‌های حرفه و رهبری دارد.<sup>۴۹</sup> قرار گرفتن در معرض محیط‌های مردانه شامل موضوعاتی که به شکل کلیشه‌ای به مردان ارتباط داده شده است، می‌تواند اثرات مخرب مشابهی داشته باشد. گزارش شده است که برای مثال، زنانی که در معرض مسائلی مردانه در اطراف خود قرار می‌گیرند، مانند پوستر "استار ترک" و بازی‌های ویدئویی، نسبت به آنها که در معرض چنین محیط‌های جنسیت‌زده‌ای قرار نگرفته‌اند علاقه کمتری به دنبال کردن علوم کامپیوتر دارند.<sup>۵۰</sup> به علاوه، فرهنگ سازمانی، به خصوص فرهنگی که ترویج اخلاق رقابتی می‌کند و باور دارد موفقیت از استعدادهای ذاتی ناشی می‌شود، پتانسیل تهدیدکنندگی را دارد.<sup>۵۱</sup> به خصوص هر چه که زنان در هرم نقش‌های رهبری بالاتر می‌روند این پتانسیل بیشتر می‌شود. محیط‌های رقابتی که با کلیشه‌های منفی علیه زنان درهم تنیده است و به اصطلاح نمی‌گذارند زنان «خودمدار باشند» نشان داده‌اند که می‌توانند برای زنان تهدیدکننده باشد.<sup>۵۲</sup> فراتر از رقابت، فرهنگ‌هایی که موفقیت را برابر با مهارت‌های ارثی می‌دانند نیز می‌توانند برای زنان تهدیدکننده باشد. پژوهش‌های اخیر نشان داده است که «در سراسر طیف کار آکادمیک، زنان کمتر در زمینه‌هایی مشغول به کار شده‌اند که فعالان این حوزه‌ها باور داشتند اصلی‌ترین شرط موفقیت، داشتن استعداد درخشان و اصیل است و زنان به صورت کلیشه‌ای چنین استعدادی ندارند.»<sup>۵۳</sup>

در مجموع، رهبران زن می‌توانند تهدید فزاینده را در زمان تلاش برای رسیدن به مقام رهبری در صنایع و سازمان‌هایی که زنان حضور ندارند، تجربه کنند. همین طور در حوزه‌هایی که کلیشه‌های جنسیتی توسط رسانه‌ها یا محیط زندگی برجسته شده‌اند یا در فرهنگ‌های سازمانی که فضیلت رقابت یا استعدادهای ذاتی را ترویج می‌دهند، زنان تهدید کلیشه را تجربه می‌کنند. در بخش بعد، به بررسی عواقب مختلف تهدید کلیشه خواهیم پرداخت.

Inzlicht & Ben-Zeev, 2000; Sekaquaptewa & Thompson, 2003 47  
 Murphy, Steele, & Gross, 2007 48  
 Davies, Spencer, Quinn, & Gerhardstein, 2002; Davies, Spencer, & Steele, 2005 49  
 Steele, 2009 & Cheryan, Plaut, Davies 50  
 Kray & Shirako, 2011 51  
 Niederle & Vesterlund, 2008; Gneezy, Niederle, & Rustichini, 2003 52  
 Leslie, Cimpian, Meyer, & Freeland, 2015, p. 262 53

et al., 2008, Purdie-Vaughns 42  
 Kaiser, Vick, & Major, 2006; Purdie-Vaughns, et al., 2008 43  
 Adams et al., 2006; Logel et al., 2009 44  
 Spencer, Steele, & Quinn, 1999 45  
 Skinnell, 2010; Kanter, 1977; von Hippel, Walsh, & Zouroudis, & Hoyt, Johnson, Murphy 46  
 2011

## پیامدهای تهدید کلیشه: آسیب‌پذیری، واکنش‌پذیری یا مقاومت

نشان داده شده است که تهدید کلیشه عواقب نامطلوب قابل توجهی دارد. آنچه که ما اصطلاحاً پاسخ‌های آسیب‌پذیری می‌نامیم از کاهش کارایی تا خروج از کار و عدم تطبیق هویت را در برمی‌گیرد. انتظار فرودستی مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی می‌تواند منجر به کارایی پایین در انجام وظایف مهم (مانند تصمیم‌گیری و مذاکره) در بسیاری از حوزه‌های مرتبط با رهبری (مانند کارآفرینی، STEM) در جامعه معاصر شود. تحقیقاتی پایه‌ای نقش کلیشه‌ها را در اختلال در عملکرد زنان در کارهای STEM مهندسی نشان داده‌اند.<sup>۵۴</sup>

علاوه بر این تهدید تایید یک کلیشه منفی، منجر به کاهش کارایی زنان در کارهای مذاکره، مدیریت و رهبری شده است.<sup>۵۵</sup> همچنین نشان داده شده است که نگرانی‌های مبتنی بر کلیشه باعث می‌شود تا زنان کمتر به شکل روان از توانایی‌های زبانی خود استفاده کنند، همچنین تصمیمات خود را تغییر دهند.<sup>۵۶</sup> به عنوان مثال، محققان نشان داده‌اند که تهدید کلیشه موجب افزایش اصرار و مداومت انعطاف‌ناپذیر در زنان می‌شود، یعنی زنان در معرض تهدید، کمتر از زنانی که در معرض تهدید کلیشه نیستند، استراتژی‌های ناکارآمد را رها کرده و به دنبال استراتژی‌های جدیدتر و موثرتر می‌روند.<sup>۵۷</sup>

پیامدهای تهدید کلیشه گسترده‌تر از کاهش کارایی است. تهدید کلیشه می‌تواند احساس وابستگی زنان به یک زمینه، و انگیزه و آرزوی آنان برای دنبال کردن موفقیت در آن زمینه را کاهش داده و به تحلیل‌برد<sup>۵۸</sup> حس احساس تعلق و ارتباط اجتماعی برای ایجاد انگیزه و دستاورد در هر زمینه‌ای ضروری و حیاتی است. در زمینه‌های به شکل سنتی مردانه، زنان غالباً با عدم قطعیت مواجه‌اند. تهدید کلیشه می‌تواند یقین زنان را که به این حیطة تعلق ندارند افزایش داده و علاقه‌شان را به آن حیطة کاهش دهد.<sup>۵۹</sup> به عنوان مثال زنانی که ماهرانه به عنوان زن بزرگ شده و تعلیم دیده‌اند (در واقع شکل خاصی از زن بودن به آنها تحمیل شده است)، علاقه بیشتری به زمینه‌های فعالیت مبتنی بر هنر نسبت به ریاضیات نشان می‌دهند، و این موضوع تا به حال به عنوان یکی از پارامترهای شرایط کنترلی مطرح نشده است.<sup>۶۰</sup> به همین ترتیب تبلیغات کلیشه‌ای جنسیت‌زده، زنان را هنگام توصیف زندگی آینده‌شان، در حال تاکید بیشتر بر خانه‌داری نشان می‌دهد تا کسب دستاوردهای دیگر.<sup>۶۱</sup> تحقیقات دریافته‌اند این تبلیغات کلیشه‌ای جنسیت‌زده باعث تضعیف آرزوی رهبری در زنان می‌شود<sup>۶۲</sup>، همچنین علاقه آنها به مسائل کمی، مسائل مرتبط

Logel, et al., 2009) to math ;Bell, Spencer, Iserman, & Logel, 2003 54

(Inzlicht & Ben-Zeev, 2000; Schmader, 2002; Spencer, et al., 1999

Blascovich, 2010 & Bergeron, Block, & Echtenkamp, 2006; Hoyt 55

Carr & Steele, 2009; 201۰ 56

Carr & Steele, 2009 57

Cheryan, Plaut, Davies, & Steele, 2009 58

Cohen & Garcia, 2008; Walton & Cohen, 2007 59

Ambady, 2006 & Steele 60

Geis, Brown, Jennings, & Porter, 1984). Davies and colleagues (2002, 61

(2005

Davies et al., 2005 62



با زبان و کلام، و طی مسیرهای کسب تخصص، مقام یا شغلی خاص را در آنها کاهش می‌دهد.<sup>۶۳</sup> تحقیقات مرتبط ثابت کرده‌اند که تهدید زنان با کلیشه‌های جنسیتی‌ای که مردان را با کارآفرین بودن مرتبط می‌کند، از افکار و اهداف کارآفرینانه زنان دانشجوی کارآفرینی می‌کاهد.<sup>۶۴</sup> بخش بزرگی از هزینه‌های ایجاد وابستگی و انگیزه، همبسته به اثرات مخرب تهدید کلیشه روی اعتماد بنفس<sup>۶۵</sup> و گرایش‌های شغلی<sup>۶۶</sup> هستند. برای مثال محققان نشان داده‌اند زنانی که در حرفه حقوق تهدید کلیشه‌ای مزمنی را تجربه کرده باشند اعتماد بنفس کمتری برای به دست آوردن اهداف شغلی، نگرش مثبت کمتری نسبت به شغل‌شان و تمایل بیشتری به ترک کار از خود نشان می‌دهند.<sup>۶۷</sup>

دیگر پیامدهای احتمالی تهدید کلیشه حول این محور می‌چرخد که شخص تلاش می‌کند کلیشه‌های جنسیتی را کمتر به خودش مربوط کند. در مواجهه با تهدید کلیشه، زنان اغلب سعی می‌کنند حس‌شان درباره ارزش و عزت نفس خودشان را، از کارایی‌شان در آن زمینه جدا کنند، و اغلب اوقات این کار را با جدا کردن خودشان از آن زمینه یا گروه بی‌ارزش‌شده انجام می‌دهند. جدا شدن از زمینه‌ای که در آن تهدیدی برای عزت نفس فرد وجود دارد می‌تواند محافظت از خود بوده و مقاومت و انگیزه‌بخشی را در کوتاه‌مدت تسهیل کند، اما در عین حال می‌تواند نهایتاً به کاهش کارایی، انگیزه، و عدم شناسایی هویت جمعی منجر شود.<sup>۶۸</sup> زمانی که زن از گروه کلیشه خود فاصله می‌گیرد، می‌تواند کل هویت «زنانه» خود را رد کند، یا اینکه به شکلی انتخابی جنبه‌هایی از هویت گروهی‌اش را که انتظارات منفی در زمینه‌ای به آنها متصل شده، رد کرده و از

Davies et al., 2002 63

Gupta & Bhawe, 2007 64

Stangor, Carr, & Kiang, 1998 65

von Hippel, Kalokerinos, & Henry, 2013 66

von Hippel, Issa, Ma, & Stokes, 2011 67

Crocker, Major, & Steele, 1998; Major & Schmader, 1998 68



می‌توانند منجر به نتایج مطلوب نیز شوند. در یک نمایش واکنش به کلیشه، کوری و همکارانش نشان دادند وقتی که کلیشه پایین بودن مهارت زنان در مذاکره به شکلی ضمنی فعال بود، زنان عملکردی پایین‌تر از مردان در میز مذاکره داشتند، اما وقتی کلیشه آشکارا عرضه شد، زنان علیه آن واکنش نشان داده و بهتر از مردان عمل کردند.<sup>۷۷</sup> نمایش واکنش تقویت شده در پاسخ به فعال شدن صریح کلیشه‌های منفی به وسیله زنان، در زمینه کارآفرینی و رهبری نیز دیده شده است.<sup>۷۸</sup>

اینکه زنان در پاسخ به تهدیدهایی که هویت‌شان را نشان می‌رود با آسیب‌پذیری یا مقاومتی خدشه‌ناپذیر واکنش نشان دهند به عوامل مختلفی بستگی دارد. در بخش بعدی عواملی را مرور می‌کنیم که زنان را قادر می‌سازند نسبت به انتظارات منفی بر پایه کلیشه‌های جنسیتی نفوذناپذیر بوده یا حتی بهتر از آن، واکنش‌های تطبیقی نشان دهند.

### غلبه بر تهدیدهای بالقوه: تعدیل‌کنندگان واکنش‌ها و ارزیابی‌های تهدید کلیشه

بیشتر پژوهش جاری در مورد تهدید کلیشه سعی می‌کند عواملی را شناسایی کند که کمک می‌کنند یا واکنش‌های منفی تهدید کاهش یابند یا احتمال انجام ارزیابی تهدید کلیشه در وهله اول کمتر شود. بنابراین، در این بخش، عواملی را مرور خواهیم کرد که کمک می‌کنند از زنان در مقابل اثرات منفی تهدید کلیشه محافظت شود و همچنین عواملی را مرور خواهیم کرد که احتمال اینکه زنان، موقعیت را به گونه‌ای ارزیابی کنند که در آن موقعیت قضاوت می‌شوند و با آن‌ها برخورد نامناسب مبتنی بر کلیشه‌ای منفی می‌شود را، کاهش می‌دهد. این عوامل در سطوح مختلف، از سطح فردی تا سطوح میان فردی، سازمانی و سطوح وابسته به موقعیت قرار می‌گیرند.

### محافظت در مقابل اثرات تهدید کلیشه

#### عوامل سطح فردی

اینکه زنان در مقابل تهدیدهای بالقوه متوجه هویت‌شان با آسیب‌پذیری یا

Kray et al., 2001; Kray, Reb, Galinsky, & Thompson, 2004 ۷۷

Hoyt & Blascovich, 2007, 2010 ۷۸

آنها بگسلد، اصطلاحاً به این کار تقسیم یا دوشاخه کردن هویت<sup>۶۹</sup> می‌گویند.<sup>۷۰</sup> در مواجهه با هر دو نوع تهدیدهای کلیشه‌ای مزمن و حاد، زنان نشان داده‌اند که هویت حرفه‌ای خود را تغییر می‌دهند.<sup>۷۱</sup> به عنوان مثال، هنگامی که متخصصان زن، از وکلا گرفته تا حسابداران، تهدید کلیشه را در محیط کار خود تجربه می‌کنند، با جدا کردن هویت کاری خود از هویت جنسیتی‌شان، به تهدید پاسخ می‌دهند.<sup>۷۲</sup> اگرچه تمایز بین خود «زنانه» و «کاری» را می‌توان نوعی محافظت از خود تلقی کرد، اما این کار هزینه‌هایی هم دارد؛ از دست رفتن رابطه با کار، مسئله‌ایست که وابسته به عدم احساس تعلق به کار و داشتن نگرش‌های منفی در رابطه با شغل است. در مطالعه جدیدی بر روی زنان فعال در عرصه کارهای مالی، محققان نشان دادند که هرچه احساسات مرتبط با تهدید کلیشه بیشتر باشد، میزان به‌زیستی فرد کاهش می‌یابد و بسیار کمتر محتمل است که شغلی در عرصه مالی را به یک زن دیگر توصیه کند، این شکل از رابطه بر پایه تقسیم هویت شکل می‌گیرد.<sup>۷۳</sup>

روش دیگری که مردم به کمک آن کمتر کلیشه‌ها را به خود مربوط می‌کنند این است که به شکلی فعالانه درگیر فعالیت‌های ضدکلیشه می‌شوند. یعنی آنها درگیر دادن پاسخ‌های واکنشی می‌شوند. با این حال پاسخ‌های واکنشی هم پتانسیل ایجاد هزینه‌های ناخواسته را برای افراد دارند. به عنوان مثال زمانی که زنان با این کلیشه تهدید شدند که مردان رهبران بهتری هستند، شیوه‌های ارتباطی مردانه‌تری را در قیاس با کسانی که مورد تهدید واقع نشده بودند، اتخاذ کردند.<sup>۷۴</sup> به هر حال این استراتژی با هزینه‌های اجتماعی همراه شد: بعضی به شکل منفی به این شیوه‌های ارتباطی جدید پاسخ دادند و این کار را با رفتار کمتر دوستانه در پاسخ دادن به درخواست‌ها و خود را کمتر گرم و دوست‌داشتنی نشان دادن، انجام دادند. در تحقیق مرتبط دیگری، صریحاً فعال شدن کلیشه منفی مرتبط با توانایی مذاکره کمتر زنان، آنان را برانگیخت تا در انجام مذاکرات قوی‌تر و موثرتر عمل کنند.<sup>۷۵</sup> اما تحقیق نشان می‌دهد که این اتفاق ممکن است با معایب غیرمنتظره‌ای همراه شود. به این معنا که زنان هنگام مذاکره، نسبت به مردان با هزینه‌های اجتماعی بیشتری مواجه می‌شوند، به این ترتیب عدم تمایل بیشتر زنان به انجام مذاکره ممکن است نشانگر یک واکنش تطبیقی در برابر موانع اجتماعی باشد.<sup>۷۶</sup>

اگرچه نشان دادن واکنش در برابر کلیشه می‌تواند پرهزینه باشد، اما این پاسخ‌ها

Identity bifurcation ۶۹

Pronin, Steele, & Ross, 2004 ۷۰

2014, Kalokerinos, von Hippel, & Zacher ۷۱

Hippel, Walsh, et al., 2011 von Hippel, Issa, et al., 2011; von ۷۲

von Hippel, Sekaquaptewa, & McFarlane, 2015 ۷۳

von Hippel, Wiryakusuma, Bowden, & Shochet, 2011 ۷۴

Kray et al., 2001 ۷۵

Bowles, Babcock, & Lai, 2007 ۷۶



طرز فکرشان نیز تعیین می‌شود؛ یعنی، نظریه‌های ضمنی فردی آنها راجع به اینکه تا چه حد خصوصیات متعدد انسان را می‌توان انعطاف‌پذیر (ذهنیت رشد)، در مقابل پایدار (ذهنیت ثابت)، مفهوم‌سازی کرد<sup>۸۳</sup>. نشان داده شده است، هم سطوح بالای خودبسندهی رهبری و هم یک ذهنیت رشد در رهبری، یعنی، این باور که توانایی‌های رهبری را می‌توان پرورش داد، در محافظت در مقابل اثرات مخرب تهدید کلیشه در مقوله رهبری، نقش مهمی دارند<sup>۸۴</sup>. به طور مشابه، نشان داده شده است که طرز فکرها برای زنان در مواجهه با کلیشه‌های جنسیتی در مقوله مذاکره نیز مهم‌اند. به عنوان مثال، دستکاری باورها به طور تجربی مبنی بر اینکه توانایی کارآفرینی قابل افزایش است، سبب شد که زنان در مقابل تهدید کلیشه نسبت به آنهایی که وادار شدند که به طبیعت ثابت توانایی کارآفرینی باور کنند، انعطاف‌پذیری بیشتری به شکل خودبسندهی برای تلاش‌های کارآفرینی در آینده از خود نشان دهند<sup>۸۵</sup>. در نهایت، کری و همکاران نشان دادند تنها زنانی که به این باور وادار شدند که مهارت‌های مذاکره را می‌توان توسعه داد، نه اینکه قابل توسعه نیستند، توانستند علیه این کلیشه بارز که زنان مذاکره‌کنندگانی دون‌پایه‌اند، با موفقیت واکنش نشان دهند، که مؤید آن افزایش کارایی مذاکره بود<sup>۸۶</sup>.

### الگوها

فراتر از عوامل سطح فردی منحصر به هر زن، اینکه یک زن با تهدید متوجه هویتش با آسیب‌پذیری یا پاسخ‌های واکنشی برخورد کند یا اینکه نسبت به تهدید نفوذناپذیر باشد، وابسته به عوامل میان فردی مهمی است. به خصوص، زنان الگو می‌توانند نقش مهمی در محافظت از زنان در مقابل تهدیدهای متوجه هویتشان در نقش‌های رهبری داشته باشند. اثربخشی این زنان تا حدی به این خاطر است که آن‌ها ثابت می‌کنند موفقیت در حوزه کلیشه‌ای قابل دستیابی است و الگوها می‌توانند هم یک حس تعلق اجتماعی ایجاد کنند و هم حس مردم نسبت به خود را در برابر تهدیدهای هویتی مقاوم کنند<sup>۸۷</sup>.

واکنشی برخورد کنند، تا حدی به شمار زیادی از عوامل تفاوت فردی وابسته است که مرتبطاند با اینکه خود را چقدر دارای توانایی‌های رهبری، یا قادر به توسعه این توانایی‌ها می‌بینند. به عنوان مثال، پژوهشگران نشان داده‌اند که تنها زنانی که خود را از نظر خصلت‌هایی که به طور کلیشه‌ای به نقش رهبری نسبت می‌دهند (همچون آرزومندی، اتکا به خود، استقلال، و جسارت)، در رده‌های پایین، بر خلاف رده‌های بالا، قرار دادند، در مقابل تهدید کلیشه، کاهش کارایی داشتند<sup>۷۹</sup>. به طور کلی، پژوهش‌ها نشان می‌دهد، تفاوت‌های فردی که در خدمت تحکیم باور زنان مبنی بر این است که آن‌ها توانایی یک رهبر موفق شدن را دارند، از جمله خودبسندهی، قدرت، و طرز فکر درباره طبیعت رهبری، می‌تواند از زنان در مقابل اثرات مخرب تهدید محافظت کند.

در هر دو حوزه رهبری و مذاکره، نشان داده شده است که زنان وقتی قدرت و خودبسندهی کافی دارند، به فعال شدن صریح کلیشه جنسیتی با پاسخ‌های مثبت «به تو نشان خواهم داد» پاسخ می‌دهند. به عنوان مثال، کری و همکاران نشان دادند که زنان وقتی در وضعیتی با قدرت مذاکره بالا قرار گرفتند، و در آن به واسطه یک پیشنهاد جایگزین مطلوب، دست بالا داشتند، با موفقیت علیه کلیشه جنسیتی در باب مذاکره واکنش نشان دادند<sup>۸۰</sup>. در این رابطه، پژوهشگران نشان داده‌اند که وقتی به زنان قدرت داده شد، بی‌زاری آن‌ها در آغاز کردن مذاکرات کاهش یافت<sup>۸۱</sup>. در حوزه رهبری، هویت و همکاران نشان داده‌اند زنانی که اعتماد بالایی به توانایی رهبری خود داشتند، که نشانه آن سطوح بالای خودبسندهی است، وقتی در موقعیت مردود شناختن کلیشه جنسیت-رهبری در وظیفه‌ای محول شده قرار گرفتند که مستلزم آن بود که زنان به کارکنان در یک کمیته به کارگیری شبیه‌سازی شده مشورت دهند و آن‌ها را برانگیزانند، واکنش مثبت نشان دادند<sup>۸۲</sup>. به خصوص، زنان با سطوح بالای خودبسندهی رهبری، یعنی زنانی که بیشتر با حوزه رهبری همخوانی داشتند، و سطوح به‌زیستی روانشناختی بیشتری را گزارش می‌دادند، بهتر عمل کردند.

اینکه مردم چگونه به تهدید متوجه هویتشان پاسخ می‌دهند، تا حدی توسط

Dweck, 1999 ۸۳  
Burnette, Pollack, & Hoyt, 2010 ۸۴  
Pollack, Burnette, & Hoyt, 2012 ۸۵  
Kray, Locke, & Haselhuhn, 2010 ۸۶  
Dasgupta, 2011; Marx, Ko, & Friedman, 2009; Marx & Roman, 2002; McGlone, Aronson, & ۸۷

Bergeron, Block, & Echtenkamp, 2006 ۷۹  
Kray, et al., 2004 ۸۰  
Babcock, & Gettman, 2007, Small, Gelfand ۸۱  
Hoyt & Blascovich, 2007, 2010 ۸۲



اثرگذاری زنان الگو بر افزایش آرزومندی زنان در یک آزمایش طبیعی تصادفی در هند نمایش داده شد. با بهره‌برداری از یک قانون ایجاد سهمیه جنسیتی که موقعیت‌های رهبری را برای زنان محفوظ می‌داشت، و در روستاهایی که به طور تصادفی انتخاب شده بودند اعمال می‌کرد، پژوهشگران دریافتند که سهم افزایش یافته زنان در شوراهای روستاهای هند، سبب افزایش آرزومندی تحصیلی برای دختران محلی شد و شکاف جنسیتی در دستیابی به آموزش را از بین برد<sup>۸۸</sup>. شاید، نگرانی‌ها درباره سنجیده شدن از دریچه کلیشه‌های منفی نقش معنی‌داری در آرزومندی‌های شغلی این دختران بازی کرد، و الگوها کمک کردند که دخترها در مقابل این تهدید مقاومت شوند. در واقع، تهدید کلیشه در فضای حوزه‌های مرتبط با کلیشه وجود خواهد داشت؛ بنابراین، حتی وقتی تهدید به طور مستقیم و صریح در پژوهش سنجیده نمی‌شود، هنوز وقتی مردم خود را در زمینه‌هایی که در آنها کلیشه‌های منفی مرتبط با خویشتن فراوان است می‌یابند، فرایندهای تهدید کلیشه کار می‌کنند<sup>۸۹</sup>.

الگوها، با این وجود، می‌توانند اثرات متناقضی داشته باشند. اگرچه مقایسه خود با یک فرد موفق دیگر احتمالاً می‌تواند الهام‌بخش باشد و به شخص امید دهد، اما این احتمال هم وجود دارد که به واسطه برجسته کردن اینکه چقدر شخص در مقایسه با دیگری دارای کمبود است، باعث کوچک‌شماری خود شود<sup>۹۰</sup>. به عنوان مثال، نشان داده شده است که قرار گرفتن در معرض رهبران زن موفق کسب و کار، خود-ارزیابی زنان از صلاحیت خود را کاهش می‌دهد<sup>۹۱</sup>. به طور مشابه، یادگیری درباره الگوهای مغایر کلیشه (برای مثال یک جراح زن یا یک مدیر اجرایی کسب و کار زن)، خود-پنداره رهبری زنان و علاقه آنها به مشاغل به طور سنتی مردانه را نسبت به کسانی که در معرض این الگوها قرار نمی‌گیرند کاهش داد<sup>۹۲</sup>.

اگرچه این احتمال وجود دارد که الگوها باعث خود-کوچک‌شماری شوند، احتمال زیادی نیز وجود دارد که الگوها الهام بخش باشند و به محافظت از زنان در برابر اثرات تهدید کلیشه کمک کنند. به عنوان مثال، خواندن مطلب درباره زنان ریاضی‌دان موفق و دیدن تصاویر دانشمندان زن در خنثی کردن اثرات منفی تهدید کلیشه در علوم و ریاضیات مؤثر بوده است<sup>۹۳</sup>. الگوها می‌توانند به خصوص در جلوگیری از اثرات مخرب تهدید کلیشه در حوزه رهبری مؤثر باشند. در پژوهش اخیر، قرار گرفتن به طور نامحسوس و ضمنی در معرض تصویر الگوهای سرآمد زن، خود-ارزیابی زنان و رفتار آنها را در وظایف محول شده پرتنش رهبری به طور مطلوبی تحت تأثیر قرار داد<sup>۹۴</sup>. پژوهش‌های دیگر نشان داده‌اند که قرار گرفتن در معرض بازآموزدهای مغایر کلیشه از زنان در رسانه، در محافظت از زنان در

Kobryniewicz, 2006

Topalova, 2012 & Beaman, Duflo, Pande	۸۸
Schmader, et al., 2008; Steele, 1997	۸۹
Collins, 1996, 2000; Lockwood & Kunda, 1999; Suls, Martin, & Wheeler, 2002; Wood, 1989	۹۰
Hearn, 2008 & Parks-Stamm, Heilman	۹۱
Rudman & Phelan, 2010	۹۲
Wingfield, 2010; McIntyre, et al., 2005; McIntyre, Paulson, & Lord, & Good, Woodzicka	۹۳
Schmid Mast, Lammers & Bombari, 2013, Latu	۹۴

مقابل اثرات تهدید کلیشه در حوزه رهبری مؤثر بوده است<sup>۹۵</sup>. به ویژه، آنها پی بردند زنانی که در معرض تصاویر رسانه که زنان را در نقش‌های مغایر کلیشه به تصویر می‌کشید قرار می‌گرفتند، باورهای نقش جنسیتی غیرمتعارف قوی‌تر، خود-پنداره مثبت‌تر و آرزومندی‌های رهبری بزرگتری را نسبت به زنانی که در معرض تصاویر زنان در نقش‌های کلیشه‌ای قرار می‌گرفتند، گزارش می‌دادند. این خطوط پژوهش به قابلیت بالایی که الگوها و تصویرهای رسانه‌ای مثبت در الهام بخشیدن به رهبران زن و مقابله با اثرات منفی انتظارات مبتنی بر کلیشه دارند، اشاره می‌کنند.

پژوهشگران درباره اینکه چه موقع الگوهای رهبری برای زنان آسیب‌زا خواهند بود و چه موقع الهام‌بخش، آغاز به شرح و تفصیل کرده‌اند. یک میانجی مهم اثر الگوهای رهبری بر زنان این است که زنان چقدر می‌توانند با الگوها همذات‌پنداری کنند و موفقیت آنها را قابل دستیابی ببینند. برای مثال، بررسی کارایی زنان در حوزه تهدید کلیشه رهبری نشان داد، در حالی که قرار گرفتن در معرض رهبران سرآمد زن، پیرو یک وظیفه محول شده رهبری، اثرات خود-کوچک‌شمارانه‌ای روی آرزومندی‌های رهبری زنان و خود-پنداره آنها داشت، قرار گرفتن در معرض الگوهای زن با سطح سرآمدی کمتر، که زنان می‌توانند با آنها همذات‌پنداری کنند، این اثر منفی را نداشت<sup>۹۶</sup>. در پژوهشی مرتبط، حسابداران زنی که درباره یک همکار زن موفق مطلب خواندند، سطوح به طور قابل توجه پایین‌تری از تهدید کلیشه را نسبت به آنهایی که درباره حسابدار مرد موفق مطلب خواندند، تجربه کردند. پژوهش بعدی نشان داد الگوی زن از این نظر مؤثر بود که شاهد و گواهی بود از پشتیبانی سازمان از زنان. در نهایت، عوامل سطح فردی نیز در تعیین پاسخ مردم به الگوها مهم است. برای مثال، زنان با سطوح بالای کارآمدی رهبری، در مقابل سطوح پایین کارآمدی رهبری، وقتی در یک موقعیت رهبری تهدیدکننده احتمالی قرار گرفتند، از الگوهای سرآمد زن بیشتر الهام گرفتند؛ یعنی، آنها سطوح آرزومندی رهبری بالاتر، خودشناسایی رهبری، و کارایی بالاتری از خود نشان دادند<sup>۹۷</sup>. به علاوه، هر چه مردم بیشتر این ایده را که توانایی‌های رهبری انعطاف‌پذیر و پرورش‌پذیر است تأیید می‌کنند، بر خلاف باور به اینکه این توانایی‌ها ثابت‌اند، پاسخ مثبت‌تری به الگوهای رهبری می‌دهند<sup>۹۸</sup>.

### کمیت و صراحت نشانه‌های کلیشه

دیگر تعدیل‌کنندگان تهدید کلیشه، طبیعت خود نشانه‌ها هستند. پاسخ‌ها به تهدید کلیشه تا حدی به صراحت فعال‌سازی کلیشه وابسته است. همانطور که کری و همکاران در زمینه مذاکره نشان داده‌اند، فعال‌سازی ضمنی کلیشه باعث می‌شود زنان کلیشه منفی را در رابطه با عملکرد ضعیف نسبت به مردان برآورده کنند، در حالی که فعال‌سازی صریح، پاسخ واکنشی سریع را برمی‌انگیزد<sup>۹۹</sup>. علاوه بر شیوه فعال‌سازی کلیشه‌ها، تعداد مبادی تهدید هویتی نیز مهم است. به عنوان مثال، پژوهشگران نشان داده‌اند که وقتی زنان تهدیدهای کلیشه فردی را

2012, Simon & Hoyt	95
von Hippel, Walsh, et al., 2011	96
Hoyt, 2013	97
Hoyt, Burnette, & Innella, 2012	98
Kray et al., 2001; Kray et al., 2004	99

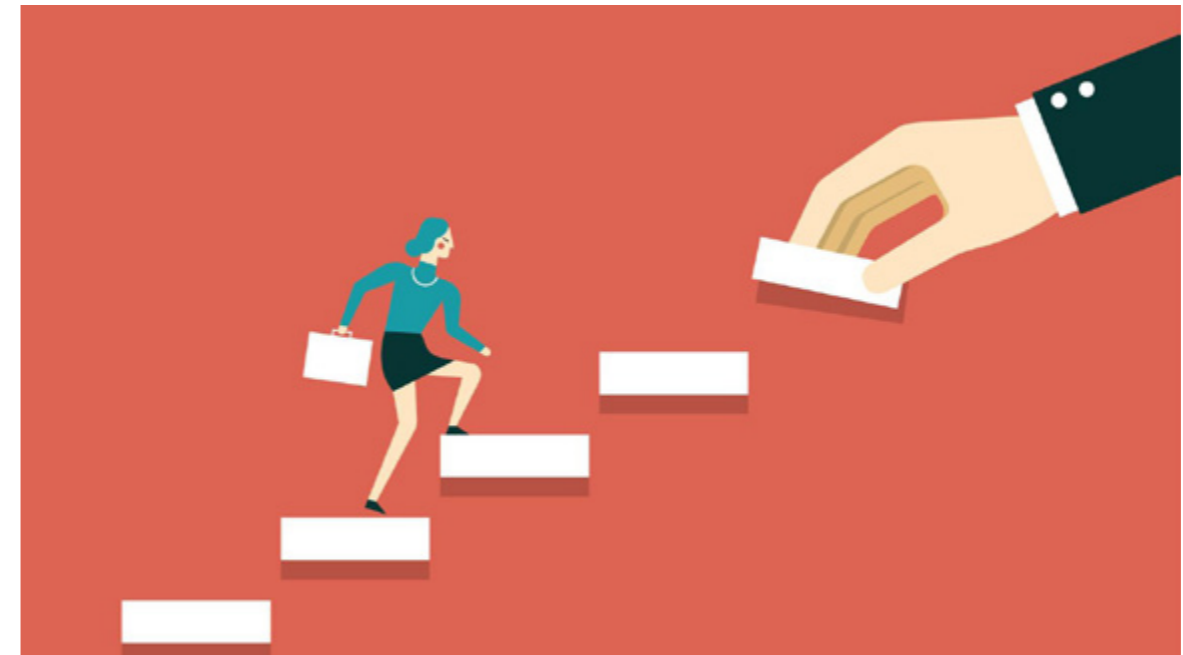


با احتمال بیشتری واکنش‌های تهدید مخرب نشان می‌دهند<sup>۱۰۳</sup>. برای آنهایی که بیشتر کنش‌گرایند، کارآفرین بودن خیلی مهم بود؛ بنابراین در مقابل اثرات تهدید کلیشه، آسیب‌پذیرتر بودند.

خوشبختانه، عواملی موقعیتی و زمینه‌ای وجود دارند که می‌توانند به کاهش احتمال اینکه حتی زنان بسیار بانگیزه و متعهد ارزیابی تهدید انجام دهند، کمک کنند. محل‌های کاری زیادی مملو از نشانه‌های کلیشه‌های جنسیتی منفی‌اند، از جمله تعداد کم زنان در رده‌های بالای سازمان، و این نشانه‌ها قابلیت اثرات تهدید کلیشه را برمی‌انگیزد. یک رویکرد مؤثر برای کاهش قابلیت تهدید، ایجاد محیط‌های هویت-ایمن است. این محیط‌ها «اعتبار، مناسبت یا پذیرش کلیشه‌های منفی مرتبط با هویت‌های اجتماعی لکه‌دار شده» را به چالش می‌کشند<sup>۱۰۴</sup>. در یک نمونه شفاف از آن، پس از برداشتن تأکید بر خطرپذیری به عنوان یکی از معیارهای گزینش برای جایزه مشهور «پیشناز مدیران مؤسسات ملی سلامت»، افزایش قابل ملاحظه‌ای در تعداد زنان دانشمندی که برای جایزه درخواست دادند و جایزه را از آن خود کردند، مشاهده شد<sup>۱۰۵</sup>. یکی از عوامل سهیم در این افزایش، به کاهش تهدید کلیشه نسبت داده می‌شود<sup>۱۰۶</sup>.

پژوهشی تجربی حاکی از قدرت وظایف محول شده هویت-ایمن در کاهش اثرات تهدید است. برای مثال، در حالی که قرار گرفتن در معرض آگهی‌های بازرگانی کلیشه‌ای، آرزومندی‌های رهبری زنان را تضعیف کرد، ارائه وظیفه محول شده رهبری به صورت هویت-ایمن، یعنی اعلام به شرکت کنندگان که هیچ تفاوت جنسیتی در وظیفه محول شده رهبری وجود ندارد، این آسیب‌پذیری را از بین برد<sup>۱۰۷</sup>. در مطالعه‌ای دیگر، در یک وظیفه محول شده مدیریتی، وقتی متصدی پیشین به عنوان یک مرد با خصلت‌های به طور کلیشه‌ای مردانه توصیف شد، زنان با داشتن عملکردی ضعیف نسبت به مردان، اثرات مخرب تهدید را از خود نشان دادند، اما آنها وقتی مدیر قبلی یک زن با خصوصیات زنانه توصیف شد، این تقلیل عملکرد را از خود نشان ندادند<sup>۱۰۸</sup>. وظیفه مذاکره را می‌توان با چهارچوب‌بندی

Gupta & Bhawe, 2007	103
et al., 2005, p. 278 Davies	104
Burgess et al., 2012; Carnes, Geller, Fine, Sheridan, & Handelsman, 2005	105
Burgess et al., 2012	106
Davies et al., 2005	107
Bergeron, Block, & Echtenkamp, 2006	108

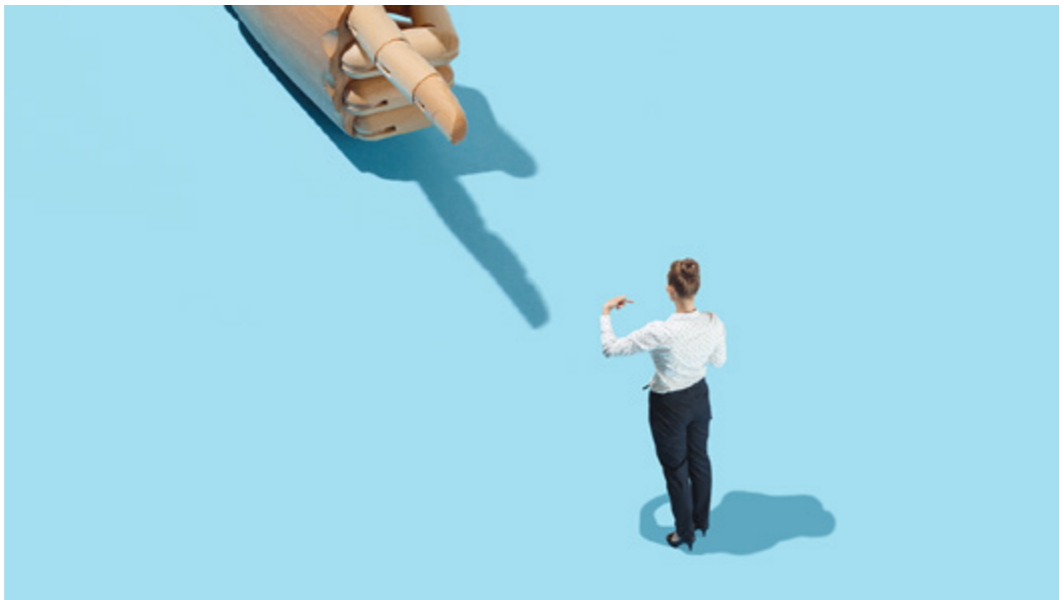


در حوزه رهبری تجربه کردند، از خود پاسخ‌های واکنشی نشان دادند؛ با این حال، وقتی تهدیدها ترکیب شدند، منجر شدند به پاسخ‌های آسیب‌پذیرانه منفی<sup>۱۰۹</sup>. این پژوهش، شیب لغزنده‌ای را که زنان ممکن است با آن مواجه شوند، روشن می‌کند؛ زنان اغلب خود را در معرض مبادی چندگانه تهدید می‌یابند، از جمله زنی تنها بودن در یک گروه، و مواجه شدن با انتظارات و برداشت‌های جانبدارانه.

### کاهش احتمال ارزیابی‌های تهدید

در این بخش، بر عواملی متمرکز می‌شویم که می‌توانند به کاهش احتمال اینکه زنان، در وهله اول، ارزیابی تهدید انجام دهند، کمک کنند. بسیاری از عوامل بررسی شده، اغلب در زمینه مداخلات کاهش تهدید، در سطح موقعیتی قرار می‌گیرد. در سطح فردی، یک وارون رویداد بدفرجام در ارتباط با پدیده تهدید کلیشه وجود دارد: تهدید کلیشه بر آنهایی که کلیشه بیشترین تناسب را با خویشتن آنها دارد و آنهایی که برای عملکرد خوب بیش از همه انگیزه دارند، مخرب‌ترین اثرات را دارد. برای مثال، پژوهشگران نشان داده‌اند که هر چه بیشتر زنان با جنسیت خود، تعیین هویت شدند، یعنی همان هویت تهدید شده، در برابر تهدید کلیشه آسیب‌پذیرتر بودند. در همین رابطه، زنانی که سطح آگاهی بالایی از داغ ننگ مرتبط با دسته‌بندی «زن» داشتند، نسبت به آنهایی که در سطح پایین‌تر آگاهی از این داغ ننگ بودند، بیشتر مستعد دریافت اثرات تهدید کلیشه بودند<sup>۱۰۹</sup>. تحقیقات دیگری نشان می‌دهد که اثرات تهدید کلیشه در میان کسانی که عملکردشان در آن حوزه بسیار مهم و متناسب با خویشتن است، چشمگیرترین است<sup>۱۱۰</sup>. برای مثال، در حوزه کارآفرینی، که در آن شخصیت‌های کنش‌گرا (که تمایل دارند برای تغییر شرایط خود اقدام کنند) با احتمال بیشتری کارآفرین می‌شوند، پژوهش نشان داد زنان با سطوح بالاتر کنش‌گرایی شخصیت، نسبت به زنان با سطوح پایین‌تر کنش‌گرایی شخصیت،

Hoyt, et al., 2010	۱۰۰
Brown & Pinel, 2003	۱۰۱
Latinotti, 2003; Cadinu, & Aronson, et al., 1998; Cadinu, Maass, Frigerio, Impagliazzo	۱۰۲
Maass, Lombardo, & Frigerio 2006	



این باور که هرکس می‌تواند هوشمندی و توانایی‌های خود را گسترش دهد، برخلاف باورهای ثابت، از باورهای مترقی پشتیبانی می‌کنند، می‌توانند ایمنی هویت را پرورش دهند و با تهدید کلیشه مبارزه کنند. به خصوص، زنان نسبت به یک شرکت مشاوره، وقتی آن شرکت از ذهنیت رشد به جای ذهنیت ثابت حمایت کرد، اعتماد بیشتر و عدم تعهد کمتری نشان دادند.<sup>۱۱۴</sup>

#### خلاصه

ما در این مقاله، راه‌هایی را که تهدید کلیشه می‌تواند زنان را در رهبری تضعیف کند، بررسی کردیم. نشانه‌هایی را که در خدمت فعال‌سازی نگرانی‌های مبتنی بر کلیشه‌اند شناسایی کردیم، نتایج چند وجهی تهدید کلیشه را آزمودیم، و عواملی را که می‌توانند به محافظت از زنان در مقابل اثرات مخرب تهدید کلیشه کمک کنند، مورد بحث قرار دادیم. درک بیشتر از اینکه چطور هویت‌های اجتماعی می‌توانند در حوزه رهبری تهدیدکننده باشند، می‌تواند در تشویق و توانا ساختن زنان و دیگر افراد کم سهم برای مشارکت کامل و سهیم شدن در شکوفایی زندگی‌های سیاسی، مدنی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه کمک کند.

#### منبع:

Managing to clear the air: Stereotype Threat, women, and leadership

موقعیت به عنوان فرصتی برای پرسش و نه فرصتی برای مذاکره، هویت-ایمن ساخت. اگرچه زنان نسبت به مردان با احتمال کمتری آغازگر مذاکرات بودند، وقتی مذاکرات به عنوان فرصتی برای پرسش چهارچوب‌بندی شد، زنان با احتمال یکسانی نسبت به مردان پشت میز چانه‌زنی آغازگری کردند.<sup>۱۰۹</sup> دیگر جوانب شرایط مذاکره می‌تواند قابلیت اثرات منفی تهدید کلیشه بر زنان را تشدید یا تضعیف کند. برای مثال، پژوهش نشان داده است وقتی شرایط دارای ابهام کمتری بود به طوری که هر دو طرف فهم روشنی داشتند از اینکه یک برآیند خوب به چه معنی است و چه انتظاری از آنها می‌رود، و همچنین وقتی به جای مذاکرات رو در رو، مذاکرات به صورت مجازی انجام شد، اثرات کارایی مبتنی بر کلیشه بر مذاکره کاهش یافتند.<sup>۱۱۰</sup> سرانجام، تأکید بر کلیشه‌های مثبت و برداشتن تأکید از کلیشه‌های منفی می‌تواند مؤثر باشد. برای مثال، ارزش‌گذاری خصلت‌های زنانه به طور صریح یا تأکید بر قدرت آموزش، آرزومندی‌های شغلی، و تجربه کاری در زمینه مذاکره، از زنان در مقابل اثرات تهدید کلیشه محافظت کرد.<sup>۱۱۱</sup>

به علاوه، محیط‌ها و فرهنگ‌های سازمانی هویت-ایمن در به حداقل رساندن اثرات تهدید فراتر می‌روند. در زمینه رهبری در حوزه پزشکی، پیامی طراحی شد مبنی بر اینکه گروه کوچک، محیطی ایمن را برای تمرین رهبری فراهم می‌کند، تا دانشجویان پزشکی فاقد تجربه رهبری، برای داوطلب شدن در رهبری گروه کاری‌شان تشویق شوند. این پیام به طور قابل توجهی تعداد گروه‌هایی را که رهبران زن انتخاب می‌کنند افزایش داد.<sup>۱۱۲</sup> به طور مشابه، ارائه کارآفرینی به عنوان یک حوزه خنثی از نظر جنسیتی، قابلیت تهدید کلیشه را کاهش داد و شکاف جنسیتی را در مقاصد کارآفرینی از بین برد.<sup>۱۱۳</sup> فرهنگ‌های سازمانی همچنین می‌توانند ایمنی هویت را ترویج کنند. برای مثال، سازمان‌هایی که با ترویج‌گری

Small, Gelfand, Babcock, & Gettman, 2007 ۱۰۹

Bowles & Kray, 2013 ۱۱۰

Kray et al., 2001; Kray, Galinsky & Thompson, 2002 ۱۱۱

Wayne, Vermillion, & Uijtdehaage, 2010 ۱۱۲

Gupta, et al., 2008 ۱۱۳

Emerson & Murphy, 2015 ۱۱۴

# معرفی کتاب: اقتصاد سیاسی اشتغال زنان ایران ۸۷-۱۳۵۷

فروغ عزیزی



اگر چه به نظر می‌رسد در بررسی اشتغال زنان پژوهش‌های بسیاری انجام شده اما مطالعات منتشر شده اندک در این زمینه نشان از ضعف داده‌های پژوهشی دارد. داده‌های آماری رسمی و رتبه‌بندی‌های بین‌المللی اشتغال زنان را پایین ارزیابی می‌کنند و در مقایسه با سطح آموزش و حضور زنان در تحصیلات عالی، میزان بیکاری را با واقعیت موجود جامعه در تناقض می‌بینند.

کتاب اقتصاد سیاسی اشتغال زنان ایران ۸۷-۱۳۵۷ جزء معدود کتاب‌های این حوزه است که در تلاش است به ابهامات اشتغال زنان بعد از انقلاب پاسخ دهد. کتاب مجموعه مقالاتی است که به کوشش رoksana بهرامی تاش و هادی اصفهانی در ۲۰۱۱ منتشر شده، در سال ۱۳۹۷ به فارسی برگردانده و توسط نشر شیرازه منتشر

شده است. به گفته نویسندگان کتاب، عنوان اصلی کتاب جنسیت و جهانی شدن در ایران بود و با اتکا به ادبیات جنسیت و جهانی شدن و رویکرد پسا استعماری سعی در بررسی این موضوع دارد.

نه فصل کتاب، نه مقاله درباره اشتغال زنان است و در هر کدام مجموعه پرسش‌هایی مربوط به زنان و کار در ایران را مطرح می‌سازند: تاثیر توسعه در اشتغال زنان چیست؟ آیا شواهد مربوط به اشتغال زنان ایرانی نتایج مختلفی از آنچه که معمولا در ادبیات جنسیت و جهانی شدن یافت می‌شود نشان می‌دهند؟ آیا درست است که مدرنیزاسیون همراه با سکولاریزاسیون زنان ایرانی را آزاد کرد و اشتغال آنها را افزایش داد در حالیکه اسلام‌گرایی دسترسی آنها به کار مزدی را محدود کرد؟ آیا زنان قربانی این وضعیت هستند یا شواهدی وجود

دارد مبنی بر آنکه زنان به واقع می‌توانند در حوزه اشتغال دارای اختیار باشند؟

در مقاله اول به نام «جنسیت و جهانی شدن؛ تجربه ایرانی» جنیفر سی اولمستد به این مسئله می‌پردازد که اشتغال زنان بعد از انقلاب چطور جهانی شدن را تجربه کرده است. در این مقاله به مقایسه آمارهای مختلفی که از اشتغال زنان وجود دارد می‌پردازد و در مقایسه آمارهای رسمی که دولت ایران از سال ۱۳۶۵ تا ۱۳۸۵ منتشر کرده با آمارهای سازمان جهانی کار، این فرضیه که تاسیس جمهوری اسلامی باعث کاهش اشتغال زنان شده است را ساده‌انگاری مسئله اشتغال زنان در ایران می‌داند.

در سه مقاله «مدرنیزاسیون، انقلاب و اسلام‌گرایی»، «از انقلاب تا اصلاحات»، «تحولات بازار کار ایران» رoksana بهرامی تاش و هادی صالحی اصفهانی به اقتصاد سیاسی اشتغال زنان و سیاست‌های جنسیتی و اشتغال می‌پردازند.

آنها متونی که دسترسی محدود زنان به اشتغال را به دلیل اسلامی‌سازی می‌دانند، مورد انتقاد قرار می‌دهند و معتقدند که واقعیت بسیار پیچیده‌تر است. آنها دلیل عمده کاهش میزان اشتغال زنان در سال‌های اول بعد از انقلاب را اقتصاد ضعیف و کاهش اشتغال روستایی می‌دانند. از نظر آنها گرچه اشتغال زنان در مناطق شهری کاهش جزئی را تجربه کرد اما این کاهش از بسیاری جهات نتیجه روندی نزولی بود که پیش از انقلاب آغاز شده بود و تاثیر اسلامی‌سازی در مناطق روستایی بسیار محدود بود. همانند عرفی‌سازی و مدرنیزاسیون که هرگز به بسیاری از بخش‌های روستایی نرسید.

آنها در تحلیل عوامل تاخیر مشارکت زنان در نیروی کار، عوامل مختلفی را دخیل می‌دانند که برخی از آنان در ارتباط با انقلاب ۵۷ بودند. تغییر عمده در سیاست و نهادهای ایران پس از انقلاب، تنش‌های داخلی و خارجی، جنگ با عراق موجب اختلال عمده در فعالیت‌های اقتصادی و تجارت شدند. در عین حال شرایط اقتصادی- اجتماعی و سیاسی سال‌های اولیه انقلاب تا مدت‌ها شامل کاهش سطح تحصیلات عالی و افزایش باروری می‌شد که بیش از پیش مانع توانایی زنان برای ورود به بازار کار شد. علاوه بر تغییرات جمعیت‌شناختی، چرخش از بخش‌های کشاورزی و تولید به بخش خدمات، نقش مهمی در مشارکت و اشتغال زنان ایفا کرده است. بخش قابل توجهی از افزایش اشتغال زنان پیش از انقلاب به دلیل گسترش صنایع فرش بود که عمدتاً بر نیروی کار زنان تحصیل‌نکرده به ویژه دختران روستایی متکی بود اما این تولید به دلیل عوامل مختلف دوام کمی داشت. اشتغال زنان به سمت مشاغل خدماتی، به ویژه موقعیت‌های تخصصی، فنی و اداری که نیاز به تحصیلات بیشتر دارند تغییر کرده است.

در مقاله‌ای با عنوان «تاثیرات تجارت جهانی بر نابرابری جنسیتی در ایران با تاکید بر زنان قالیباف» نوشته زهرا کریمی به کار کارگران افغانستانی (زنان و مردان) پرداخته می‌شود. نویسندگان دلیل کاهش اشتغال زنان در بخش قالیبافی را از ۲۵ درصد در سال ۱۳۵۵ به ۱۸ درصد در سال ۱۳۷۵، افزایش کشورهای رقیب در بازارهای جهانی و کاهش قیمت جهانی می‌دانند. بافندگان نمونه تحقیق از کاهش دستمزد واقعی رنج می‌بردند. درآمد آنها به طور متوسط کمتر از



از آمارها و تحلیل‌های مرتبط به اشتغال رسمی و یافتن داده‌های جدید است. همچنین توجه به مهاجران افغانستانی و تاثیر نیروی کار آنان در نسبت با اشتغال زنان در این کتاب در کمتر تحلیلی از اقتصاد ایران به چشم می‌خورد.

اقتصاد سیاسی اشتغال زنان ایران ۸۷-۱۳۵۷

ناشر: شیرازه

نویسنده: رکسانا بهرامی تاش، هادی صالحی اصفهانی

تعداد صفحات: ۴۱۲

سال انتشار: ۱۳۹۷



حداقل دستمزد رسمی است. تحقیق نتیجه می‌گیرد که شمار زیادی از زنان و کودکان خانواده‌های کم درآمد مهاجر افغانستانی، جایگزین بافندگان ایرانی شده‌اند و بدون قالبیافان کم مزد افغانستانی فرش‌های ایرانی نمی‌توانند جایگاه بالای خود در بازارهای جهانی را حفظ کنند. این مقاله به تفاوت‌های مناسبات اشتغال غیررسمی در بین ایرانیان و مهاجران افغانستانی می‌پردازد و از این جهت می‌تواند در پژوهش ما ایده بخش باشد.

مقاله‌ای دیگر «اقتصاد پوشیده و بخش غیررسمی» است که با استفاده از پیمایش و مصاحبه عمیق به بررسی مشاغل غیررسمی زنان در تهران پرداخته است. نمونه تحقیق در پنج گروه درآمدی بسیار کم، کم، متوسط، بالا و بسیار بالا سازماندهی شده‌اند. بر اساس نتیجه تحقیق بخش غیررسمی زنان همه گروه‌های درآمدی را به خود جذب می‌کند اما کسانی که سطح درآمد بالا و متوسط دارند قدرت انتخاب بیشتری دارند و از آن سود بیشتری می‌برند اما زنان خانواده‌های کم درآمد استثمار می‌شوند و تنها برخی ممکن است طی فرایند اشتغال‌شان توانمند شوند. زنان متاهل و زنان سرپرست خانوار و زنانی که تحصیلات کمتری دارند، بیشتر در اقتصاد غیررسمی مشغول به کار هستند. زنان به این دلیل وارد بازار کار غیررسمی می‌شوند که می‌توانند کار خود را با کارهای خانه و بچه‌داری ترکیب کنند و حضورشان منجر به افزایش قدرت تصمیم‌گیری اقتصادی در خانواده می‌شود. درآمد ناشی از کار غیررسمی صرف کالاهای اساسی می‌شود نه کالاهای تجملاتی، گرچه کالای تجملاتی در بین طبقات مختلف متفاوت است.

«مشاغل از قلم افتاده زنان»، «زنان سرپرست خانوار در ایران» و «استراتژی‌های بازار کار زنان مهاجر ایرانی» مقالات دیگر این کتاب هستند که هر کدام بخشی از موضوع را بررسی می‌کنند.

از نقاط مثبت کتاب پرداختن به بخش غیررسمی اشتغال زنان و فراتر رفتن

# موسیقی خوب، موسیقی بد، موسیقی زشت



نوشته وحید محبی<sup>۱۱۵</sup>

گاهی اوقات از زبان این و آن می‌شنویم که می‌گویند «مردم باید موسیقی خوب گوش بدهند.» اما هیچ‌کس در مورد اینکه منظور از موسیقی خوب چیست حرفی نمی‌زند. انگار خود گوینده هم نمی‌داند که منظورش از موسیقی خوب دقیقا چیست. بدیهی است که همه ما می‌دانیم مثلا چهارفصل و یوالدی موسیقی خوب است یا مثلا Take five از دیو بروک<sup>۱۱۶</sup>، کشمیر از لد زپلین<sup>۱۱۷</sup>، تصنیف دل شیدا از شجریان و قطعه جمعه از فرهاد هم جزو موسیقی‌های خوب دسته‌بندی می‌شوند. اما بسیاری از ما دقیقا نمی‌دانیم چرا این قطعات در زمره موسیقی خوب قرار می‌گیرند و مثلا جنتلمن ساسی مانکن از این دایره خارج است.

موسیقی نیز مانند تمام انواع دیگر هنر دارای دو ویژگی محتوا و فرم است. اگر یک اثر بتواند محتوایی را در قالب مناسب و با کیفیتی عرضه کند به عنوان هنر معرفی می‌شود و در غیر این صورت در دسته‌بندی هنر قرار نمی‌گیرد. حتی آثاری که به اصطلاح فرمیک هستند و تنها به فرم می‌پردازند را نیز نمی‌توان خالی از محتوا دانست چرا که همین «تاکید بر فرم و قالب و تلاش برای بی‌اهمیت جلوه دادن محتوا» خود به عنوان یک پیام یا محتوا شناخته می‌شود. در این مقاله سعی خواهیم کرد با بررسی این دو ویژگی آثار هنری، تعریفی از موسیقی خوب ارائه دهیم.

## محتوا در موسیقی

موسیقی از ابتدای خلقتش توسط بشر، همراه با کلام بوده است. از اولین آثار موسیقی مکتوب می‌توان به سرودهای آثار مهمی چون ایلیاد و ادیسه در قرن ۸ پیش از میلاد اشاره کرد. موسیقی در یونان باستان به عنوان قالبی برای اشعار و سرودها به کار می‌رفته و این موضوع تا اوایل عصر رنسانس و حتی در دوران باروک نیز ادامه داشته است. از آنجایی که فلاسفه یونان و پس از آنها کلیسای کاتولیک صدای انسان را برتر از صدای تمام سازهای موسیقی می‌دانسته‌اند (چرا که سازهای موسیقی مخلوق انسان و حنجره انسان مخلوق

خداست)، کلام به عنوان محوری‌ترین بخش موسیقی در تمام دورانی که از آن یاد شد به شمار می‌رفته است.

پس از شروع عصر رنسانس و پرداختن هرچه بیشتر به محتوا، انسان و انسان‌گرایی، این تفکر که حنجره انسان یک آلت موسیقی مقدس است کم‌کم رنگ می‌بازد و با شروع عصر باروک، موسیقی بی‌کلام (همان‌طور که در آثار بزرگانی همچون باخ و هندل شاهد هستیم) رونق بیشتری می‌یابد. اگرچه با شکل‌گیری اپرا در همان سال‌ها در فلورانس تحولی عظیم در موسیقی باکلام شکل می‌گیرد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

بدین ترتیب محتوا در موسیقی را می‌توان در کلام (در موسیقی باکلام) و در ملودی (در موسیقی بی‌کلام) جستجو کرد.

## الف) شعر و ترانه

کلمات ساده‌ترین ابزار برای انتقال مفهوم هستند چرا که همه انسان‌ها فارغ از تنوع زبانی قادر به درک معانی کلماتند. نکته مهم این که شعر و ترانه خود نیز دارای فرم و محتوا هستند و هر دوی آنها در موسیقی باکلام از اهمیت برخوردارند. یک موسیقی خوب باید دارای یک شعر یا ترانه خوب باشد. تشخیص خوبی و زیبایی مفهوم شعر و ترانه به دلیل درک کلمات بسیار آسان‌تر از انواع دیگر هنر است (اگر ادبیات را در زمره هنر بدانیم). استفاده درست از کلمات، دستور زبان و آرایه‌های ادبی مختلف از یک سو (فرم) و موضوع شعر یا ترانه (محتوا) از سوی دیگر کیفیت آن اثر را مشخص می‌کنند. یک ترانه می‌تواند تنها در مورد یک اتفاق ساده سخن بگوید و یا مفاهیم پیچیده‌ای همچون انسان، مرگ، هدف زندگی و... را منتقل نماید. در هر صورت یک ترانه خوب باید از ابتذال تهی باشد. درست است که ابتذال خود یکی از مفاهیم مه‌آلود در زبان است اما در تعریفی ساده از آن می‌توان گفت ابتذال یعنی فاقد هرگونه ویژگی عالی و خاص. بدین ترتیب می‌توان گفت یک ترانه مبتذل ترانه‌ای است که نه در فرم خود حاوی ویژگی‌های هنری است و نه در محتوا.



از زمره ترانه‌هایی که از فرم قوی و محتوایی ساده بهره می‌گیرند می‌توان به ترانه *Too Many Dirty Dishes* از آلبرت کالینز<sup>۱۸</sup> اشاره کرد که محتوای آن کلیشه‌ای و در مورد خیانت است اما چیزی که آن را منحصر به فرد می‌کند نحوه بیان آن و بستر کلماتی است که از آن برای بیان مفهوم خیانت استفاده می‌کند:

Too many dirty dishes in the sink

For just us two

You got me wondered baby

Who is making dirty dishes with you

در اینجا فرم قوی به کمک محتوای کلیشه‌ای می‌آید و آن را به ترانه‌ای خوب تبدیل می‌کند.

### ب) ملودی

درک محتوای ملودی علیرغم تصور عموم بسیار آسان است اما توضیح آن به وسیله کلام امکان‌پذیر نیست. ما با شنیدن یک ملودی کاملاً مفهوم احساسی آن را درک می‌کنیم. یک ملودی خوب قادر است در کنار ترانه و یا حتی در نبود آن یک مفهوم احساسی را به خوبی انتقال دهد. شادی، غم و خشم از طریق یک ملودی متناسب قابل انتقال هستند. این تناسب بسیار حائز اهمیت است و در ترکیب با شعر و ترانه در کنار محتوا فرم را نیز می‌سازد. ملودی باید متناسب

با حس و حال ترانه باشد. وقتی یک مفهوم اندوهبار به وسیله یک ملودی شاد منتقل شود، چنان که در بسیاری از آثار پاپ این روزها شاهد هستیم، کار به ابتذال خواهد کشید. این نکته در قرن شانزدهم میلادی مورد توجه گروهی از هنرمندان و شاعران اهل فلورانس که محفلی با نام کامرتا<sup>۱۹</sup> را تشکیل داده بودند قرار گرفت. عدم توازن و هماهنگی بین شعر با موسیقی همراه آن در دوره رنسانس، یکی از بحث‌های مهم این محفل بود که در نهایت به تبیین و توسعه اپرا انجامید. در حقیقت موضوع تناسب موسیقی و شعر اصلی‌ترین ویژگی اپرا محسوب می‌شود که اهمیت آن باید مورد توجه آهنگسازان و شنوندگان موسیقی مدرن نیز قرار گیرد.

در موسیقی بی‌کلام اما کار اصلی انتقال مفهوم بر عهده ملودی است. موومان نخست **سمفونی شماره ۵ بتهوون** را در نظر بگیرید. ملودی ابتدایی آن که از چهار نت تشکیل می‌شود در همان ابتدای کار منظور آهنگساز را به روشنی منتقل می‌کند؛ همانطور که خود هنرمند می‌گوید: تقدیر پیروزمست بر در می‌کوبد!

### فرم در موسیقی

موسیقی نیز مانند انواع دیگر هنر فرم‌های مختلفی دارد. فرم در موسیقی می‌تواند به سادگی با عنوان سبک تعریف شود یا اینکه تعاریف پایه‌ای‌تری همچون هارمونی، ریتم سازبندی و... را در بر بگیرد. اما هدف نگارنده از نگارش این یادداشت ارائه تعریفی از موسیقی خوب فارغ از سبک آن است. چرا که نمی‌توان سبک‌های مختلف را در قالب خوب یا بد دسته بندی کرد. به عبارت دیگر ارزش‌گذاری یک اثر هنری نمی‌تواند بر پایه سبک آن باشد. بدین ترتیب در ادامه به مفاهیمی پایه‌ای‌تر از فرم در موسیقی خواهیم پرداخت.

### الف) ریتم

ریتم با ضرب آهنگ یکی از پایه‌های اصلی هر قطعه موسیقی در هر سبکی به شمار می‌آید. شاید مشهورترین ریتم‌های موسیقی ریتم والس (بر پایه کسر میزان ۳/۴) و مارش (بر پایه کسر میزان ۴/۴) باشند. اما تعریف ریتم در موسیقی مدرن بسیار فراتر از تعریف کسر میزان است. نکته‌ای که می‌تواند یک موسیقی ضعیف را به یک موسیقی خوب تبدیل کند استفاده صحیح از ریتم و توجه به اهمیت آن است. اغلب قطعات جدید در سبک‌های الکترونیک، رپ، پاپ و... از ریتم‌های ساده استفاده می‌کنند. آهنگسازان کم‌تجربه به ریتم تنها به عنوان بستری برای قرارگیری ملودی‌ها می‌نگرند. این درحالی است که آهنگسازان باتجربه سازهایی که وظیفه ایجاد و نگاه داشتن ریتم را بر عهده دارند (مانند درامز، گیتارهای ریتم و بیس) به عنوان ابزاری برای ایجاد تنوع در قطعه موسیقی خود و خارج کردن آن از یکنواختی می‌شناسند. در قطعات موسیقی امروز که من عنوان «تولید انبوه» را بر آن می‌گذارم خبری از پاساژ<sup>۲۰</sup>، تغییر موقت یا دائمی ریتم، تنوع در بکارگیری از قطعات مختلف ساز درامز و رنگ‌آمیزی ریتم نیست. آهنگساز به وسیله نرم افزار و سازه‌های مجازی (VST) اقدام به نوشتن یک یا دو میزان برای سازه‌های ریتم خود می‌کند و این میزان‌ها



نخستین دسته آکوردی است که مدرسین سازهایی مانند گیتار به هنرجوهای خود آموزش می‌دهند. قرار دادن این نکته در کنار خیل عظیم آهنگسازان آماتور و کاربران حرفه‌ای نرم‌افزارهای آهنگسازی به نتایج مهمی منجر می‌شود.

استفاده از آکوردهای پیچیده تنها یکی از راه‌های ایجاد تنوع در هارمونی موسیقی به شمار می‌آید. تکنیک‌های مختلف دیگری از جمله مدولاسیون، استفاده از آکوردهای قرضی<sup>۱۳۵</sup>، تعویض آکوردها، هدایت صدا<sup>۱۳۶</sup> و... وجود دارند که استفاده

از آنها نیازمند دانش کافی از موسیقی است و راه‌های متنوعی برای رنگ‌آمیزی یک قطعه موسیقی در اختیار قرار می‌دهند که در موسیقی صنعتی امروز بسیار کمیاب‌اند.

البته در اینجا برای دوری از ایجاد سوتفاهم باید اشاره‌ای به موسیقی مینیمال نمود. مینیمالیسم در موسیقی مانند هر هنر دیگر در مقابله با پیچیدگی‌ها در هارمونی آن به وجود آمد و اساس آن بر پایه تکرار و ساده‌سازی هارمونی است. اما این سبک از موسیقی که آثار بزرگانی همچون فیلیپ گلس<sup>۱۳۷</sup> را شامل می‌شود نیازمند شناختن قوانین حاکم بر تئوری موسیقی است. ساختن یک قطعه موسیقی مینیمال مانند کشیدن یک نقاشی مینیمال به هیچ عنوان ساده نیست. سادگی در هارمونی این سبک از موسیقی و تکرار بی‌شمار در ملودی‌های آن به هیچ عنوان این آثار را خسته‌کننده و یکنواخت نمی‌کند. برای مثال **قطعه ۶ دقیقه‌ای Closing** از آلبوم Glasswork فیلیپ گلس در سبک موسیقی کلاسیک مینیمال است که هر شنونده موسیقی را به خود جذب می‌کند.

### ب) سازبندی

استفاده از سازه‌های مختلف در یک قطعه موسیقی مانند استفاده از رنگ‌های مختلف در یک تابلوی نقاشی است. همان‌طور که در هنر نقاشی استفاده بیش از اندازه و نادرست از رنگ‌ها منجر به خلق آثار بی‌کیفیت می‌شود، استفاده نادرست از سازها نیز در یک قطعه موسیقی آن را به اثری ضعیف بدل می‌کند. سازه‌های مختلف نقش‌های مختلفی را بر عهده دارند و به کارگیری هر کدام از آن‌ها نیازمند شناخت اولیه از نحوه عملکرد آن ساز است.

از طرفی استفاده بیش از اندازه از شبیه‌سازها در کنار عدم شناخت کافی از ساز مورد نظر در برخی از آثار به چنان فاجعه‌ای منجر شده که باعث تعجب نوازندگان

را بدون تغییر در طول قطعه ادامه می‌دهد. در حالی که قطعات خوب موسیقی شامل تنوع و تغییر در ریتم خود هستند. برای مثال به آهنگ **تابستون از حسین تهی** توجه کنید. پرکاشن الکترونیک (درام پد) و بیس لاین در طول قطعه بدون هیچ تغییری ادامه می‌کنند. فقط در یکی دو بخش تعداد ضرب‌ها کاهش پیدا می‌کند و بعد باز دوباره به همان ریتم خسته‌کننده و تکراری باز می‌گردد. در مقابل قطعه **Umbrellas Little از فرانک زاپا**<sup>۱۳۱</sup> را بشنوید. ریتم در طول قطعه چندبار عوض می‌شود و درامز از پتانسیل‌های خود به خوبی استفاده می‌کند. سراسر آهنگ پر است از پاساژهای متنوع و تغییر در صدای هت<sup>۱۳۲</sup> درامز.

ایجاد تنوع در ریتم کاری است که از عهده آهنگسازان با دانش بالا بر می‌آید و در نهایت به بالابردن کیفیت یک قطعه موسیقی منجر می‌شود.

### ب) هارمونی

هارمونی در تعریفی بسیار ساده یعنی رنگ‌آمیزی یک قطعه موسیقی به وسیله اضافه کردن آکورد یا ملودی‌های دیگر به آن. هارمونی یکی از پیچیده‌ترین مباحث موسیقی است و همین پیچیدگی خود دارای سطوح مختلف است. از ملودی‌ها، بیس لاین‌ها و آکوردهای پیش ساخته رپ که توسط «کاربر» نرم‌افزارهای ساخت موسیقی به کار گرفته می‌شود تا آکوردهای توسعه یافته و پیچیده سبک جز<sup>۱۳۳</sup> که حتی شکل و قیافه آن‌ها بر روی خطوط حامل وحشت هر «آهنگسازی» را بر می‌انگیزد.

یک آهنگساز باید قادر باشد اولاً از هارمونی صحیحی برای قطعه خود بهره گیرد و ثانیاً حتی‌الامکان با پیچیده کردن آن در اثر ایجاد تنوع کند.

از آنجایی که موسیقی مدرن برخلاف موسیقی کلاسیک آکورد محور است، می‌توان گفت هرچه تعداد آکوردهای موجود در یک دسته آکورد<sup>۱۳۴</sup> و همچنین تعداد نت‌ها در یک آکورد بیشتر باشد، تنوع بیشتری در موسیقی حاصل می‌گردد. موسیقی پاپ امروزی که دیگر می‌توان آن را شاخه‌ای از موسیقی الکترونیک و هیپ هاپ نامید، فاقد تنوع و رنگ‌آمیزی در هارمونی است. آکوردها اغلب سه صدایی (ساده‌ترین شکل آکورد) و آن هم بدون اضافه کردن نت‌های بیشتر در اکتاوهای بالاتر یا پایین‌تر است. از طرف دیگر دسته آکوردها هم کلیشه‌ای و تکراری هستند. به راحتی می‌توان صدها قطعه موسیقی پاپ را نام برد که از دسته آکورد مشهور فرود آندلوسی بدون هیچ تغییری استفاده کرده‌اند. دو مثال از مشهورترین قطعاتی که از این دسته آکورد استفاده کرده‌اند **اگه یه روز بری سفر فرامرز اصلانی و گل یخ کوروش یغمایی** هستند. این دو اثر جزو بهترین آثار موسیقی پاپ فارسی به حساب می‌آیند و در این موضوع شکی نیست. اما موفقیت این قطعات در زمان خود باعث شده که بقیه آهنگسازها صرفاً با تقلید از این آثار با استفاده از فرود آندلوسی سعی در جذب مخاطبی که با این دو اثر ارتباط برقرار کرده است داشته باشند. جالب اینکه فرود آندلوسی اغلب





آن سازها می‌گردد. به طور مثال خود من در نوجوانی چند اثر پاپ ساختم. هنگامی که آن‌ها را به شخصی که تجربه خوبی در زمینه آهنگسازی داشت نشان دادم، با خنده گفت که برای نواختن نت‌هایی که برای ساز درامز نوشته‌ام حداقل سه نوازنده درامز یا یک نوازنده با شش دست لازم است!

در هر حال، شبیه‌سازهای آلات موسیقی (VST) باعث ایجاد دو مشکل اساسی در یک قطعه موسیقی می‌شوند؛ از بین رفتن جنبه انسانی هنر موسیقی و کاهش کیفیت آن. نوازندگان سازهای مختلف موسیقی برخلاف شبیه‌سازهای کامپیوتری به نت‌ها شخصیت می‌دهند. هر نوازنده لهجه، دینامیک و تکنیک خاص خود را در نواختن یک ملودی دارد. به عبارت دیگر نوازنده نت‌های یک ملودی را می‌گیرد و در پروسه نوازندگی خود به آن روح می‌بخشد. هنگامی که به جای نوازنده از شبیه‌سازها استفاده می‌شود دیگر خبری از این موضوع نیست. از طرفی شبیه‌سازها هرچقدر هم که بتوانند صدای سازی که شبیه‌سازی می‌کنند را به خوبی بازآفرینی نمایند، باز هم توسط شنونده قابل تشخیص هستند و در نهایت باعث مصنوعی شدن نواهای یک قطعه موسیقی شده و از کیفیت آن به طرز چشمگیری می‌کاهند. بدین ترتیب در یک قطعه خوب موسیقی حداقل چندساز باید توسط نوازنده نواخته شوند و استفاده از شبیه‌سازها محدود به سازهایی باشد که ضبط صدای آن‌ها دشوار و یا پرهزینه است (مانند گروه سازهای زهی و یا برنجی).

### ج) تکنیک

تکنوازی و بداهه نوازی یکی از برجسته‌ترین شاخصه‌های موسیقی مدرن است. بسیاری از طرفداران سبک‌های موسیقی مدرن مانند بلوز، جز و راک دوست دارند بداهه نوازی نوازندگان حرفه‌ای را بشنوند. تکنیک در اجرای آثار موسیقی مختص موسیقی مدرن نیست بلکه در موسیقی سنتی ایرانی و کلاسیک اروپا نیز نوازندگی یکی از مهم‌ترین پارامترها به شمار می‌آید. چرا که همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد نوازنده به قطعه موسیقی روح می‌بخشد.

بدین ترتیب می‌توان گفت استفاده از نوازندگان توانا در قطعات موسیقی یکی از نکاتی است که به خوب بودن قطعه موسیقی کمک شایانی می‌کند. متأسفانه عصر طلایی نوازندگان بزرگ به سر آمده و دیگر خبری از نوازندگان استثنایی گیتار الکتریک، کیبورد، گیتار بیس و درامز در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ و ۸۰ میلادی نیست. موسیقی پاپ امروز بیشتر از همه از نبود تکنیک در نوازندگی رنج می‌برد. تهیه‌کنندگان صنعت موسیقی ترجیح می‌دهند به جای استفاده از نوازندگان توانا با هزینه‌ای ناچیز از آماتورهای اینستاگرامی استفاده کنند. خلاقیت و دانش در نوازندگی جای خود را به سرعت داده‌اند و دیگر خبری از تکنوازی‌های خیره‌کننده در قطعات موسیقی نیست. این موضوع نه فقط در سبک‌های غربی که در موسیقی سنتی خودمان نیز به شدت مشهود است. اسامی نوازندگان بزرگ موسیقی سنتی را به خاطر بیاورید. چند نفر از آن‌ها هنوز در قید حیات هستند و چه جایگزین‌هایی می‌شود برای آن‌ها متصور شد.

تکنیک در موسیقی مختص نوازندگی نیست، متأسفانه خوانندگان جدید نیز از تکنیک‌های خوانندگی بی‌بهره‌اند. در اینجا باز هم نرم‌افزارهای موسیقی به

مدد خوانندگان می‌آیند تا اشتباهاتشان را تصحیح کنند. این در حالی است که در گذشته خبری از این نرم‌افزارها نبود و خوانندگان باید آنقدر بخش مربوط به خود را تکرار می‌کردند تا درست از آب دربیاید. این تکرارها به مثابه تمرین باعث می‌شد تا تکنیک‌های خود را توسعه ببخشند. اجرای زنده بسیاری از خوانندگان مطرح آن زمان فرق چندانی با اثر ضبط شده در استودیو نمی‌کرد اما اکنون شاهد مطرح شدن خوانندگانی هستیم که حتی نت‌های موسیقی را به درستی نمی‌شناسند و در اجراهای زنده خود «با افتخار» فالش می‌خوانند.

دیدن و شنیدن اجرای زنده اثر درخشان گروه کویین با نام **راپسودی بوهیمی** می‌تواند موضوع را تا حد زیادی روشن کند. کافی است تکنیک بالای خواننده و نوازندگان این اثر را با آثار ضعیف امروزی مقایسه کنید.

در پایان باید به این نکته اشاره کرد که تشخیص مواردی که از آن به عنوان پارامترهای یک موسیقی خوب سخن رفت نیاز شناخت حداقلی از موسیقی است. چیزی که جامعه ما تا حد زیادی از آن بی‌بهره است. لذا تنها راه برای تشخیص و انتخاب یک اثر خوب موسیقی افزایش دانش عمومی در مورد این هنر انتزاعی است.

# وقتی به عنوان انسانی کامل کتاب خواندم

فائزه درخشانی

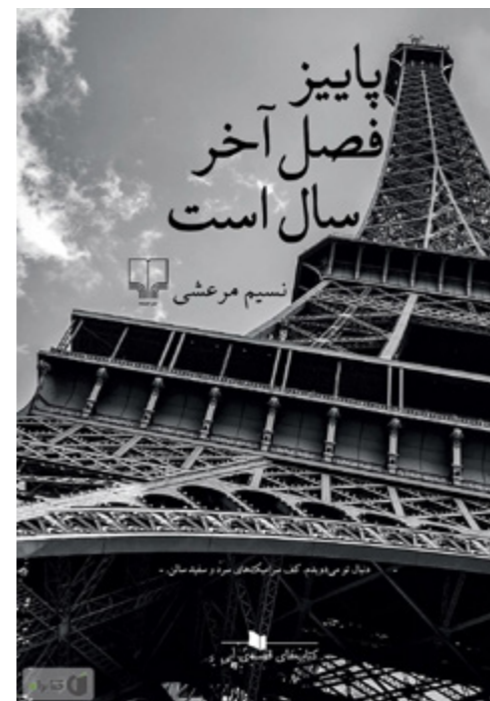
در این روزهای شبیه قرنطینه، ماهایی که دستمان کم و بیش به دهنمان می‌رسد، حتی اگر به خاطر کار هم مجبور باشیم از خانه بیرون برویم، سریع و در اولین فرصت به خانه برمی‌گردیم. خبری از مهمانی، گردش در خیابان‌ها و مغازه‌ها، پارک و کافه رفتن، سینما رفتن و... خلاصه هیچ فعالیت تفریحی بیرون از خانه نیست.

نگرانی از آینده را هم که به ملغمه بالا اضافه کنیم نتیجه آش بدمزه‌ای می‌شود که برای خوردنش نیاز به دسر خوشمزه‌ای داریم! دسر برای یکی موسیقی است، برای یکی ورزش، آن یکی بازی‌های کامپیوتری. فیلم، کاشتن، دوختن، ساختن، کشیدن، نوشتن و خواندن و هزار و یک چیز دیگر هم، بسته به شخصیت، علائق و امکانات ما می‌توانند نقش دسر مربوطه را بازی کنند.

هیچ چیزی به اندازه کتاب و رمان نمی‌تواند برای من نقش دسر را بازی کند. اما چیزی که در این چند سال به تدریج برایم پررنگ‌تر و پررنگ‌تر شده است این بار گریبانم را گرفت و رها نکرد. بگذارید کمی بیشتر توضیح بدهم، یادتان هست در دوران کودکی چطور کتاب می‌خواندیم؟ پذیرنده بودیم. شعرها و داستان‌ها را می‌شنیدیم، در ما فکر زیر سوال بردن نویسنده نبود. نویسندگان مثل مادر و پدر در جایگاه خدایان بودند. از آن به بعد هرچه چیزهای بیشتری یاد گرفتیم، نقش ما در خواندن پررنگ‌تر شد. صاحب سلیقه در انتخاب شدیم. چون و چرا کردیم و حتی بر کل یک کتاب قلم بطلان کشیدیم و منتقدش شدیم. این مسیری است که هر کتاب‌خوان حرفه‌ای در طول زندگی‌اش طی می‌کند، من هم مثل بقیه.

اما بگذارید اینجا بایستیم و کمی از نزدیک به قضیه

آگاهم به اینکه عده زیادی از مردم این روزها بیشتر از قبل برای تامین حداقل‌ها باید بدونند و این حرف‌ها برایشان کلا بی‌معنا هستند. غرض نادیده گرفتن این گروه‌های عظیم اجتماعی نیست، همان طور که در نوشته‌های دیگر این شماره به آنها پرداختیم. اما بخشی از مردم و به ویژه قسمت بزرگی از خوانندگان دستادست را قشر متوسط تشکیل می‌دهند که با این مشکلات دست به گریبانند.



نگاه کنیم. سلیقه و نظرات شخصی ما در واقع آن قدرها هم شخصی نیستند. بلکه برآیندی هستند از نظرات رسانه‌ها، نزدیکان و دوستان، خواننده‌های قبلی، صاحب‌نظران، و حتی اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها، در ترکیب با هم و با افکار و احساسات ما. در نتیجه بارها در طول تاریخ این اتفاق افتاده که یک رمان یا مجموعه شعر عالی خریده و خوانده نشده، چون رسانه‌ها، صاحب‌نظران و سلبریتی‌های زمانه آن را نپسندیده‌اند و بایکوتش کرده‌اند. در واقع یکی از کارکردهای رسانه‌ها و صاحب‌نظران شکل دادن به مای خواننده است. ما از آنها یاد می‌گیریم به چه مسائلی حساس باشیم و به چه چیزهایی نه. اینکه چه چیزهایی خوبند و کدام‌ها بد. و یکی از چیزهایی که هرگز به ما یاد نداده‌اند این است که به عنوان یک انسان کامل کتاب بخوانیم، انسانی که هستیم، نه آن انسان تیپیک مدنظر آنها.

من به عنوان یک زن سال‌ها تمام کتاب‌ها را همان طور و با همان دیدی می‌خواندم که یک مرد. همچون یک مرد از آنها تمجید می‌کردم یا به نقدشان می‌نشستم. در این میان چیزی گم می‌شد، نادیده گرفته می‌شد، تجربه‌های زیسته من به عنوان یک زن. و هر چقدر بیشتر به این تجربه‌ها و به سیستم و جهانی که در آن زندگی می‌کنیم آگاه‌تر شدم، آنها هم راهشان را در خواندن و فهمیدن من باز کردند. این به معنای کاستن از خواندن عقلانی نیست. به معنای این نیست که جور عجیب و محیرالعقولی-مثلا یک صفحه در میان!- کتاب می‌خوانم! نه، تنها دارم یاد می‌گیرم با همه وجودم، همه چیزی که هستم، تمام افکار و تجربه‌هایم، بخوانم. نتیجه خوانشی انتقادی و دلچسب است، چون بیشتر از هر خوانشی مَهر شخصی مرا بر خودش دارد.

در این حال مثلا وقتی «طاعون» کامو را در دست می‌گیرم و می‌خوانم در عین دیدن تمام آن نکات مثبت و منفی قبلی، از خودم می‌پرسم چرا زنان در این رمان اینقدر غایبند؟ چرا نیستند، هیچ کاری نمی‌کنند و منفعلند؟ یا وقتی «پاییز فصل آخر سال است» مرعشی را می‌خوانم از خودم می‌پرسم چرا وقتی رمان تمام می‌شود با خودمان فکر می‌کنیم هر زنی که چیزی جدا از خوشبختی خانوادگی بخواهد عقوبت می‌بیند و طعم خوشبختی را نمی‌چشد؟ بعد از خواندن جاودانگی کوندرا علاوه بر تمام لذت فکر کردن و کلنجار رفتن با موضوعاتی که کوندرا جلوی روی آدم می‌چیند، کیف می‌کنم از آفرینش این همه شخصیت زن در قالب قهرمان و ضدقهرمان که رمان را در کنار مردان پیش می‌برند. و بعد از خواندن گفتگو در کاتدرال یوسا در کنار لذت بردن از شیوه روایت استادانه و ماجرای رمان، از بازسازی کلیشه زنی که با بقیه زن‌ها فرق دارد، رنج می‌برم.

حالا می‌خواهم از شما دعوت کنم با هم به این شکل، کتاب بخوانیم. تا ۱۵ مرداد «عادت می‌کنیم» زویا پیرزاد را بخوانیم و شما نظرات‌تان را در چند خط تا حداکثر ۳۰۰ کلمه برای ما بفرستید. مجموعه این نظرات در شماره بعدی مجله دستادست منتشر خواهند شد. داستان یا رمان‌های بعدی را هم شما به ما پیشنهاد بدهید.

۲ زنی که کتاب می‌خواند، فکر می‌کند، به ظاهرش اهمیت نمی‌دهد، اهل عمل است، نمی‌رقصد و... زنی که جدا از بقیه زن‌ها و بالاتر از بقیه زن‌هاست... آخ که این کلیشه چه آسیب‌ها که به زندگی دختران نوجوان کتابخوان در زمان ما نذا! مایی که خواستیم چنین زنانی باشیم!

سال‌ها طول می‌کشد، همه چیز ذره ذره جلو می‌رود. طول می‌کشد تا اولین غریبه از آدم خرید کند. طول می‌کشد تا اولین کار پرفروش ساخته شود. اعتماد آدم‌ها به هم، شکل گرفتن گروه‌ها، زمان می‌برد. کسب و کاری ساخته می‌شود، زنانی به واسطه آن زندگی بهتری برای خودشان، خانواده و جامعه‌شان می‌سازند، زنانی که قدرتمندتر شده‌اند. اما سال ۹۸ سال حرکت رو به عقب برای این کسب و کارها بود و این روند معکوس همچنان ادامه دارد. ولی ما و شما به این راحتی‌ها تسلیم نخواهیم شد. دست به دست هم با خرید از این کسب و کارها در کنارشان می‌ایستیم. ما و شما به اندازه خودمان به نابودی این کسب و کارها نه خواهیم گفت. تونی موریسون، نویسنده زن سیاه‌پوست آمریکایی، یک روزی نوشت «هر انسان آزاد و قدرتمندی کارش باید این باشد که به انسان دیگری کمک کند تا آزاد و قدرتمند زندگی کند.» بیایید این کار همه ما باشد.

نمایشگاه مجازی دست‌سازها  
۲۰ تا ۲۳ خرداد

دست‌سازهایی از  
چهار گوشه ایران

برای حمایت از  
کسب و کارهای خرد  
به ویژه کسب و کارهای زنان

تجارت عادلانه