



دانشگاه گسترش و توسعه روستایی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۶

<http://jead.gau.ac.ir>

تحلیل ابعاد اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی: ارایه دو مدل تحلیلی برای کارآفرینی روستایی بر اساس بازخوانی اندیشه‌های آگوست گنت

* حسن شهرکی^۱ و ابراهیم حیدری^۲

^۱استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه زابل، سیستان و بلوچستان، ایران،

^۲دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران، و کارشناس ارشد بانک کشاورزی، اسدآباد، همدان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۶/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۲۱

چکیده

در این مقاله که با رویکردی نظری به انجام رسیده؛ بر اساس بازخوانی و تحلیل انتقادی از افکار جامعه‌شناس فرانسوی، آگوست گنت، مفاهیمی همچون جامعه صنعتی، سازماندهی معنوی و مفهوم دهش، دو مدل تحلیلی به منظور تبیین مؤثرتر پدیده کارآفرینی در روستاها، ارایه گردیده است. در مدل نخست، به استخراج و تفکیک سه پارادایم حاکم بر ادبیات و متون کارآفرینی پرداخته شده: رویکرد دایره‌المعارفی، رویکرد سنخ‌شناسی و رویکرد فرهنگی مبتنی بر بستر. رویکرد آخر مبتنی است بر مفاهیم "جامعه صنعتی" و "معنویت سازمان‌دهنده" در نظام فکری گنت. در مدل دوم، سه گونه کارآفرینی زمینه‌مند و سازگار با محیط‌های روستایی، یعنی «کارآفرینی بوم‌شناختی»، «کارآفرینی مبتنی بر سرمایه اجتماعی» و «کارآفرینی اجتماعی» به عناصر و مولفه‌های تشکیل‌دهنده‌شان تجزیه شده‌اند. کارآفرینی اجتماعی با بهره‌گیری از مفهوم معنویت سازمان‌دهنده در تقابل با بسیاری کارآفرینی‌های غیرقانونی و کژکارکردهای آن قرار می‌گیرد. کارآفرینی بوم‌شناختی، ماحصل هم‌نوایی بالا با اجتماع و هنجارهای نوشکوفای زیست‌محیطی آن است. در واقع این نوع از کارآفرینی در پی تعدیل اثرات مخرب ایده‌های کارآفرینانه و حاکم کردن اخلاق زیست‌محیطی بر آنهاست. و سرانجام، کارآفرینی مبتنی بر سرمایه اجتماعی، از رهگذر تعدیلی در نظریه جامعه‌شناختی مبادله اجتماعی جهت سازگار نمودن آن با مبحث کارآفرینی روستایی، در پی پیوند میان شبکه‌ها و تعاملات محلی روستا، دین و سنت، با معادلات اقتصادی است. هدف اصلی مقاله، تأکیدی است بر گذار از ادبیات کارآفرینی روستایی غالب که بیشتر در حوزه اقتصاد تعریف می‌شود؛ به گونه‌ای از کارآفرینی روستایی که بر بستری از عوامل اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی روستایی، جامعه‌شناسی، آگوست گنت، فرهنگ

مقدمه

در حال حاضر، پرداختن به کارآفرینی برای بسیاری از نهادهای ترویجی از اولویت خاصی برخوردار است (شریف‌زاده، ۱۳۸۶). کارآفرینی یک راهبرد مناسب برای مبارزه با فقر و نگاهداشت ثروت در جوامع کم‌درآمد است. در پاسخ به اقتصاد جهانی، سیاست‌گذاران روستایی به توسعه کسب‌وکارهای کوچک، تشکلهای تجاری منطقه‌ای و کارآفرینان محلی توجه نموده‌اند (Thomas, 2004). در ایران هم، طی سال‌های اخیر اقدامات مناسبی در راستای توسعه کارآفرینی برداشته شده که از آن جمله می‌توان به اقدامات مفید و ارزنده معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، تأسیس کانون‌های کارآفرینی و نیز صندوق کارآفرینی امید، اشاره نمود.

توجه به کارآفرینی روستایی نیز تا حدودی در حال افزایش است (Rightmyre, 2003). کارآفرینی روستایی تنها به کشاورزی و فعالیتهای مرتبط با آن محدود نمی‌شود بلکه توسعه صنعتی را نیز پوشش می‌دهد. همچنین این مفهوم تنها به روستاها منحصر نبوده و شهرهای کوچک و نواحی مجاور را نیز دربر می‌گیرد (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱). با آغاز چرخش کارآفرینانه در دهه ۱۹۹۰ بسیاری از پژوهش‌گران با پیروی از مکتب عرضه در مطالعات کارآفرینانه، از بخش تقاضا در پژوهش‌های خویش غافل بوده‌اند؛ بخشی که به تحلیل بسترهای اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی به‌عنوان پدیده‌ای بدواً اقتصادی می‌پردازد (Thornton, 1999, 2011). در این مطالعه سعی شده تا از خلال پاره‌ای مفاهیم مطرح در آراء و نظرات آگوست کُنت^۱ بنیان‌گذار جامعه‌شناسی به تحلیل و ارایه سه نوع از کارآفرینی روستایی زمینه‌مند

اقدام گردد. همچنین مطالعه تأکیدی دارد بر مفهوم سرمایه اجتماعی و نقش آن در ارائه انواعی نوین از کارآفرینی روستایی. هدف اصلی در این مقاله گشودن دریچه‌ای نظری فراروی ادبیات کارآفرینی و کارآفرینی روستایی است به‌نحوی که بتواند در زدودن یا تعدیل سیطره اقتصاد ارتدوکس و تقلیل‌گرایاری رساند.

کارآفرینی و اقتصاد: گفتمان اقتصادی درخصوص کارآفرینی به‌ویژه حول محور تعادل اقتصادی از سویی، و نوآوری در اقتصاد از سوی دیگر که ناگزیر به برهم‌خوردن نظم و تعادل اقتصادی منجر می‌شود؛ بنا گشته است. برای مدت‌های مدید این‌طور فرض می‌شد که اقتصاد چیز چندانی برای ارایه در مبحث کارآفرینی ندارد (Swedberg, 2000). در اقتصاد نئوکلاسیک قرن نوزدهم همه چیز در تعادلی کلی است و تغییر نمی‌کند. هیچ عرصه‌ای برای کارآفرینی مهیا نیست. اقتصاددان‌های مسلط قرن هیجدهم و نوزدهم همچون ریچارد کنتیلون^۲، آدام اسمیت^۳، و ژان باپتیست سی^۴، به هیچ‌عنوان به اهمیت کارآفرینی در اقتصاد به‌عنوان منبعی برای تغییر، توسعه و پیشرفت پی نبرده بودند (Licht and Siegel, 2010). برای اقتصاددانی همچون لئون والراس^۵ که پیرو وضعیت تعادل در نظام اقتصادی است؛ کارآفرینان در واقع نه عایدی‌ای دارند و نه هزینه‌ای. کارها و آثار ایزرائیل کرایزنر^۶ و مارک کیسون^۷ نیز در زمینه گفتمان اقتصادی تعادل و کارآفرینی قابل ذکر است. اما ازدیگرسو گفتمان اقتصادی نوآوری/عدم تعادل معتقد است که وقتی بازار در حالت متعادل

2- Richard Cantillon
3- Adam Smith
4- Jean-Baptiste Say
5- Léon Walras
6- Israel Kirzner
7- Mark Casson

1- August Comte

است جایی برای کارآفرین وجود ندارد. از زمره پیش‌کسوتان ایده نوآوری می‌توان به لودویگ فن مایزس^۱ با مبحث کارآفرین پیشگو، و نیز جوزف شومپیتر^۲ و ایده کارآفرین نوآور او اشاره کرد. در هردو نوع گفتمان پیش‌گفته- خصوصاً در گفتمان تعادل- که در چهارچوب کلی علم اقتصاد مطرح شده‌اند از بستر و یا ابعاد اجتماعی و فرهنگی پدیده کارآفرینی غفلت شده است. این درحالی است که حتی عقاید شخص شومپیتر به‌عنوان بنیان‌گذار کارآفرینی طی دوران زندگی شخصی و حرفه‌ای از کتاب *تئوری توسعه اقتصادی*^۳ تا اثر بعدی با نام *سرمایه داری، سوسیالیسم و دموکراسی*، از اقتصاد به جامعه‌شناسی تغییر یافته است. این امر ربط کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده بدواً اقتصادی، به اجتماع و تحلیل جامعه‌شناختی از آن را ضروری می‌سازد. شاید تنها استثنایی که بتوان درون گفتمان اقتصادی کارآفرینی یافت که راه را برای طرح مقولات و عوامل اجتماعی باز می‌کند مفهوم پراکسیولوژی^۴ از اقتصاددان اتریشی وُن مایز که بر انتخاب و عاملیت انسانی در اقتصاد تأکید دارد؛ و مفهوم چرخش‌های تجاری^۵ شومپیتر باشد. اما هردوی این مفاهیم در تأکید آگوست کُنت بر درهم‌تنیده‌گی اقتصاد و اجتماع مستتر است.

نقد آگوست کُنت بر گفتمان اقتصادی کارآفرینی:
جامعه صنعتی و کارآفرینی: اگر بتوان ریشه‌های مفهوم کارآفرینی را در اندیشه‌ها و مکاتب جامعه‌شناسی بازشناخت و تشخیص داد؛ آشکار است که گام بزرگی در مسیر تبیین کارآفرینی از منظر جامعه‌شناسی و یا آن‌طور که در عنوان این مقاله آمده؛ تحلیل ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن، برداشته شده

است. یکی از مفاهیم مطرح در مکتب فکری آگوست کُنت، در کنار مضامین و مقولات مهمی همچون اثبات‌گرایی، مفهوم جامعه صنعتی است. ریمون آرون جامعه‌شناسی معروف فرانسوی خصائص بنیادین جامعه صنعتی در اذهان متفکرین قرن نوزدهم را این‌طور برمی‌شمرد: سازماندهی علمی کار به منظور تحصیل حداًاعلای بازده، متمرکز شدن کارگران در کارخانه‌ها، تضاد میان کارگران و کارفرمایان، آزادی مبالغه، و سودجویی کارفرمایان و بازرگانان که به افزایش دائمی ثروت در جامعه می‌انجامد (آرون، ۱۳۸۴). روایت کُنت از جامعه صنعتی نه سوسیالیستی است و نه لیبرالی (پیشین)، بلکه مدخل مفهومی مهمی برای ورود به مبحث کارآفرینی از زاویه جامعه‌شناسی می‌گشاید؛ مدخلی که شاید در بسیاری از متون منتشرشده پیرامون کارآفرینی چه به‌عنوان یک مفهوم و چه فرایند از قلم افتاده. این مدخل مفهومی در نقد کُنت از اقتصاددانان لیبرال نهفته است. او با لقب دادن اقتصاددانان لیبرال چونان مابعدالطبیعه‌گرایانی که سعی دارند نمودهای اقتصادی را جدا از کل اجتماعی در نظر گیرند؛ تبیین آن‌ها از اقتصاد را ناقص و دور از واقعیت ارزیابی می‌کند. از این جهت، آرون، آگوست کُنت و پیروان او همچون موریس آله^۶ و آلفرد سووی^۷ سووی^۷ را پیرو مکتب سازماندهی در اقتصاد می‌داند (پیشین)؛ به‌این معنا که ضمن حفظ مالکیت خصوصی می‌خواهند با تبدیل آن به نوعی وظیفه اجتماعی در دست چند تن معدود، معنای آن را دچار تغییر سازند. آموزه کُنت مبنی بر متاثر بودن و ریشه داشتن اقتصاد- یا آن‌طور که او خود عنوان داشته "جامعه صنعتی"- در امر اجتماعی در متون کارآفرینی چندان مورد اقبال قرار نگرفته و به آن توجه نشده است. سایه سنگین اقتصاد، به‌خصوص مکتب نئوکلاسیک که بسیاری

1- Ludwig von Mises

2- Joseph Schumpeter

3- The theory of economic development

4- Praxeology

5- Business cycles

6- Maurice Allais

7- Alfred Sauvy

می‌گذارند. آنچه‌ان‌که هانی‌فان^۵ به اجتماع روستایی و نگاه به آن چونان بستری برای کسب و کار قائل می‌باشد و نیز در تعریف هانرز^۶ بر کمک به فقرای روستایی برپایه لطف و محبت تکیه می‌شود که در مفهوم SDF^۷ یا خانواده خود- توسعه‌گر، در نظام فکری شیت نیز منعکس است (Sheth, 2010). بن فاین (۱۳۸۵) مفهوم سرمایه اجتماعی را در تطابق با نگرش کنت به جامعه صنعتی، عامل پیوند میان اقتصاد و اجتماع و پرکننده شکافی می‌داند که در اقتصاد سرمایه‌داری و بازار آزاد، میان اقتصاد و اجتماع یا بازار و نابازار ایجاد شده است. در واقع، سرمایه اجتماعی محصول تفکر درباره ایمان از دست رفته به دولت و بازار، در نظام سرمایه‌داری و پسین سال‌های قرن بیستم است (پیشین). فاین می‌خواهد نشان دهد که سرمایه به طرق گوناگون و به غایت پیچیده مقوله‌ای اجتماعی بوده و از خصلتی اجتماعی برخوردار است. در حقیقت، منطق حاکم بر تحلیل بن فاین در رابطه با سرمایه اجتماعی، ادامه دهنده نقد کنت بر جایگاه مبادله و رقابت در بازار آزاد است؛ بدین معنا که کنت نیز همسو با بن فاین، قایل به نوعی مهار اجتماعی رقابت و مبادله آزاد توسط سازمان‌دهی اجتماعی یا به عبارتی اتصال اقتصاد و اجتماع است؛ لذا در این پژوهش، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از ابزارهای مفهومی و یا سنجش در بحث کارآفرینی دخالت داده شده و به ارایه کارآفرینی مبتنی بر سرمایه اجتماعی اقدام گردیده است.

بحث محوری و یافته‌ها

ادبیات کارآفرینی و انفصال از امر اجتماعی در دو رویکرد: احمدپورداریانی بر سه نگرش اصلی

(فاین، ۱۳۸۵) آن را مبتلابه نوعی تقلیل‌گرایی یا فردگرایی روش‌شناختی می‌دانند بدین معنا که کلیه امور و تحولات را به خصلت اقتصادی آن فرو می‌کاهد؛ بر سر مباحث و متون کارآفرینی سنگینی می‌کند.

آگوست کنت، سازمان‌دهندگی معنوی و کارآفرینی: اگرچه کنت تحت تأثیر ژان‌باپتیست‌سی بر اهمیت صاحبان صنایع یا همان کارآفرینان امروزی تأکید کرده؛ اما از دیدگاه او شایسته است که دارندگان سرمایه‌های متمرکز، قدرت اقتصادی و اجتماعی را نیز در دست داشته باشند؛ اما تمامی آنان که کنت آن‌ها را پاتریسن^۱ (اشراف)، روسای موقتی، صنعت‌داران و بانک‌داران می‌نامد؛ باید نقش خود را چونان "وظیفه‌ای اجتماعی" تلقی نمایند (آرون، ۱۳۸۴). از دیدگاه کنت سلسله مراتب دنیایی امری فرعی است؛ او از مراتبی در هستی دفاع می‌کند که بر معنویت متمرکز بوده و جایگاه شایستگی‌های اخلاقی مبتنی بر نوعی سازمان‌دهی معنوی است. به عقیده کنت، تولید ثروت از طریق سازمان‌دهی علمی کار در نهایت باعث می‌شود تا در فرایند انتقال اموال، نقش دهش^۲ به‌تدریج جایگزین نقش مبادله گردد (پیشین). مفهوم دهش بعدها در نظام فکری کارل پولانی^۳ اقتصاددان و انسان‌شناس اتریشی تحت عنوان بده‌بستان^۴ مفهوم‌پردازی می‌گردد.

آگوست کنت، سرمایه اجتماعی و کارآفرینی: هم بنیان‌گذار جامعه‌شناسی و هم بنیان‌گذار مفهوم سرمایه اجتماعی بر پیوند اجتماع با اقتصاد تأکید می‌کنند؛ و هر دو بر هنجارها و ارزش‌هایی معنوی همچون اخلاق، خیر و دوستی در این پیوند انگشت

5- L.J. Hanifan

6- Hannerz

7- Self-development family

1- patrician

2- Don

3- Karl Polanyi

4- Reciprocity

کرده؛ کار و سرمایه را به نحو خلاقانه‌ای با هم ترکیب نموده؛ و بدین ترتیب همچون شاهستون نظام صنعتی، ارزش می‌آفرینند (ریترز، ۱۳۸۳). لذا در اینجا نیز نوعی فاصله‌گیری کُنت و سی را از سرمایه همچون یک عنصر اقتصادی ناب شاهدیم. از دیدگاه سی، کارکرد کارآفرینی، فهم فن‌آوری و انتقال دانش به محصولی است که نیازهای مصرف‌کننده را برآورده می‌سازد (Grebel, et al., 2001). اگر رویکرد دایره‌المعارفی به کارآفرینی، به پیامدها و نتایج آن نظر دارد؛ رویکرد "سنخ‌شناسی"، تنها به تقسیم‌بندی انواع کارآفرینی می‌پردازد. کارآفرینی به گونه‌هایی همچون خدماتی، تجاری، صنعتی، و یا خانگی، خانوادگی، روستایی و متوسط، و نیز کارآفرینی فردی، گروهی، شرکتی، سازمانی و درون سازمانی (احمدپورداریانی، ۱۳۸۹؛ موحدی و یعقوبی ۱۳۹۱، Hisrich, 2002)، تقسیم می‌شود. همچنین در گونه‌شناسی‌های اداری^۳، فرصت‌گرایانه^۴، اکتسابی^۵ و پرورش‌گامی^۶، و ابتکاری^۷، با مفاهیمی همچون سازمان و شرکت مواجه می‌شویم که حاکی از اعتقاد به رخداد کارآفرینانه در فضای درون سازمان‌ها و شرکت‌ها است. چنین نگاهی، به خلق مفهوم کارآفرینی درون-سازمانی^۸ منجر شده که کارآفرینی را درون حصار سازمانی محدود می‌کند و ادامه همان مباحث قدیمی نوآوری سازمانی است. همچنین طرح مبحث «ویژگی‌های روانی افراد کارآفرین»، نقطه اوج انفصال از امر اجتماعی از طریق تقابل میان امر روان‌شناختی و امر اجتماعی، در حوزه کارآفرینی است. در رویکرد سوم/

اقتصادی حاکم بر حوزه کارآفرینی تأکید می‌کند: مکتب نئوکلاسیک، مکتب اتریش و مکتب شومپیتر (احمدپورداریانی، ۱۳۸۹). در این سه مکتب اقتصادی بر مفاهیمی همچون، موکد بودن و تعادل اقتصادی در بازار تأکید شده است. در تعاریف عام و خاص از کارآفرینی که به ترتیب بر ایجاد کسب و کاری که با خطر و عدم قطعیت همراه است؛ و فرایند جستجوگری فرصت و حداکثرسازی ارزش انگشت گذاشته‌اند؛ نیز به مفاهیم اقتصادی همچون کسب و کار و حداکثرسازی ارجاع داده شده است (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۶). در بسیاری از این تعاریف بر نتایج کارآفرینی تمرکز شده که همانا عبارت باشند از توسعه اقتصادی اجتماعی، توسعه کالاها و خدمات، افزایش سود اجتماعی برای دولت، ایجاد اشتغال، تجمع پس‌اندازهای عمومی، ایجاد بنگاه‌های اقتصادی جدید و (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱؛ احمدپورداریانی ۱۳۸۹). به عبارتی می‌توان گفت که بسیاری فرایند کارآفرینی را با معیار تبعات و پی‌آمدهایی که به بار می‌آورد اشتباه گرفته‌اند؛ در این پژوهش چنین رویکردی، "دایره‌المعارفی و مبتنی بر تبعات" نام نهاده شده؛ رهیافتی که به ذکر رهاوردهای کارآفرینی پرداخته و از ارایه هرگونه تحلیل ابعاد اجتماعی و فرهنگی این پدیده عاجز است. کُنت متأثر از اقتصاددان قرن نوزدهمی ژان باپتیست سی در کتابی از او با عنوان «گفتاری درباره اقتصاد سیاسی»^۱ از اتخاذ رویکرد دایره‌المعارفی به کارآفرینی اجتناب ورزیده؛ میان کارآفرین و سرمایه‌دار فرق گذاشته (Hisrich, 2002)؛ و به فرایندهای کارآفرینانه مشتمل بر تولید و توزیع، و نیز ترکیب کار و سرمایه می‌پردازد. آنچه که کُنت از آن تحت عنوان «صاحبان صنایع» یا همان «کارفرمایان»^۲ نام می‌برد؛ تولید و توزیع را سرپرستی

- 3- Administrative
- 4- Opportunistic
- 5- Acquisitive
- 6- Incubative
- 7- Initiative
- 8- Intrapreneurship

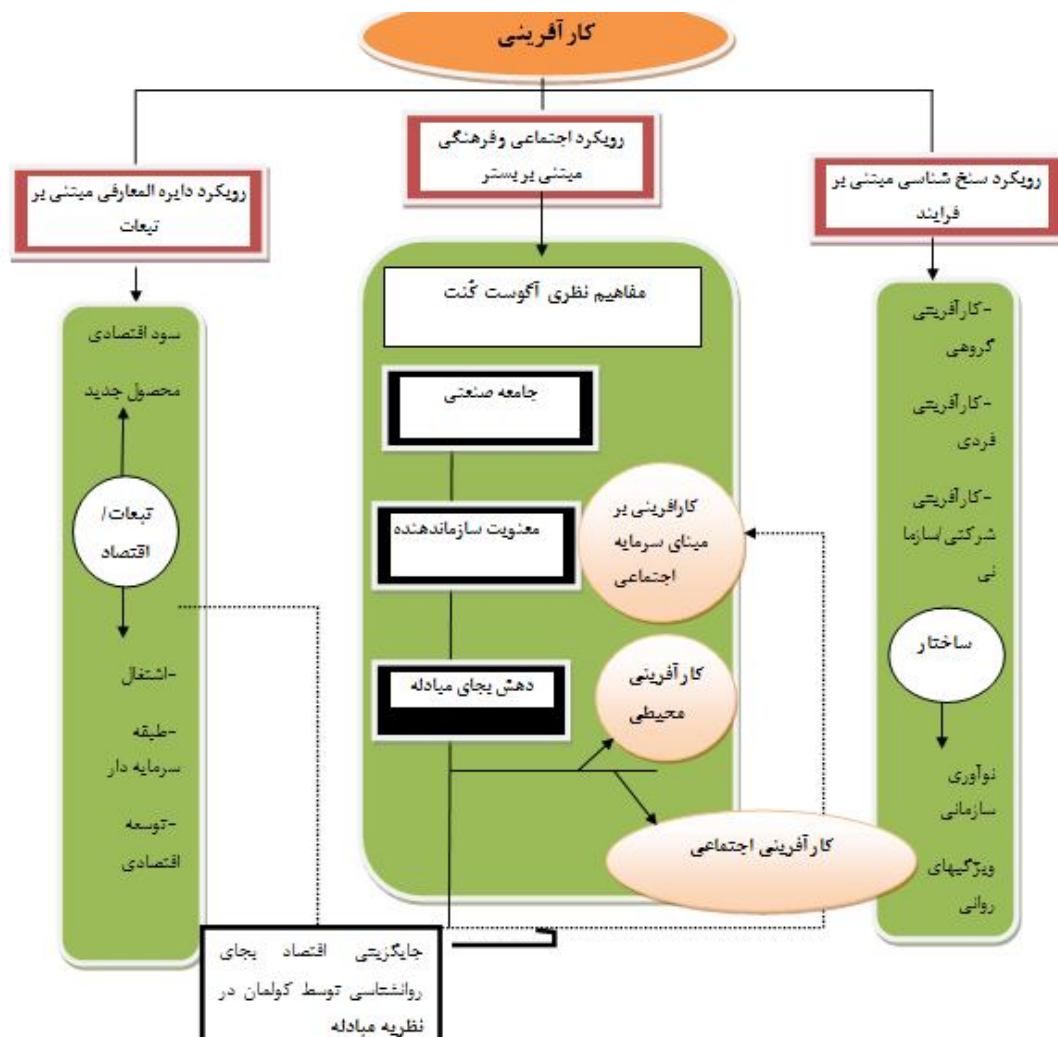
- 1- A treatise on political economy
- 2- Entrepreneurs

پیش‌گفته به‌همراه مؤلفه‌هاشان نشان داده شده‌اند. ستون وسط در مدل (۱) نشان‌دهنده ربط مفاهیم کلیدی در اندیشه کُنت و سه نوع کارآفرینی روستاییِ زمینه‌مند است. این سه نوع کارآفرینی در قالب نوعی رهیافت فرهنگی و اجتماعی به کارآفرینی قابل طرح و بحث هستند. در این بخش از مقاله به تشریح هرکدام از کارآفرینی‌های سه‌گانه زمینه‌مند می‌پردازیم.

جامعه‌شناختی، کارآفرینی پدیده‌ای زمینه‌مند و وابسته به بستر اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌گردد.

سه نوع کارآفرینی روستاییِ زمینه‌مند: رویکرد جامعه‌شناختی به کارآفرینی روستایی: در آنچه که پی خواهد آمد نشان داده می‌شود که چگونه فرازهای مهم نظری در مکتب فکری کُنت راه را برای طرح سه گونه مهم از کارآفرینی که به‌ویژه در حیطه روستایی اهمیت دارند؛ هموار می‌سازد. سه گونه‌ای که در قالب رویکردی زمینه‌مند^۱ به کارآفرینی مطرح می‌شوند. کارآفرینی پدیده‌ای تلقی می‌گردد با تبعات اقتصادی که به عواملی غیر اقتصادی وابسته است. در اینجا صحبت بر سر رخدادهایی اجتماعی^۲ است که در گسترش و استقرار جان‌مایه کارآفرینی^۳ موثرند (Sheth 2010). به‌عبارتی فعالیت‌های کارآفرینانه محصول یک سری تعاملات^۴ و مکانیسم‌های اجتماعی است (Ulhøi, 2005). برخی کارآفرینی را دارای دو بخش عمده دانسته‌اند؛ یکی مهارت‌های مدیریتی و دیگری فرهنگ کارآفرینی (Kahan, 2013). بدون شک آنچه از معنای مفاهیمی همچون فرهنگ کارآفرینی مستفاد می‌شود؛ اشاره‌ای است به تأثیر عوامل محیطی و اجتماعی بر رفتار و نگرش‌های کارآفرینانه. سه گونه از کارآفرینی روستاییِ زمینه‌مند که می‌توان آن‌ها را از دل نظریات کُنت درباره جامعه صنعتی و نیز درهم‌آمیزی قدرت اقتصادی با شایستگی‌های اخلاقی و سازماندهی معنوی استخراج نمود عبارتند از: الف) کارآفرینی اجتماعی، ب) کارآفرینی بوم‌شناختی، و ج) کارآفرینی برخاسته از سرمایه اجتماعی. مدل (۱)، نوعی رویکرد سه‌گانه به کارآفرینی را نشان می‌دهد. در این مدل، دو رویکرد

- 1- Contextual
- 2- Social happenings
- 3- Entrepreneurial spirit
- 4- Interactions



شکل ۱- رویکردهای سه گانه به کارآفرینی.

اجتماعی سودمند، اصلاح‌گری در سطح جامعه و در قالب نوعی مشارکت، شبکه‌سازی، تیم‌سازی، جامعه مدنی و در سه حوزه کلی مدنی - غیرانتفاعی، عمومی - دولتی، و خصوصی - تجاری عملی می‌شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸). در عرصه توسعه روستایی، کارآفرینی اجتماعی توانسته است در قالب عرضه خدمات اعتباری خرد بانک گرامین^۱، حمایت از درختکاری و کشاورزی در طرح و جنبش کمربند سبز، به نوآوری، توانمندسازی و ظرفیت‌سازی و تغییر در سطح جوامع روستایی دست یازد (پیشین). مفهوم

الف) کارآفرینی اجتماعی: کارآفرینی نوع اول اگر چه تأکیدی دارد بر عوامل اجتماعی اما در مدل (۱) یک گونه از کارآفرینی است که بیشتر پیامدگرا بوده تا زمینه‌مند و به نتایج خاصی از فرایند کارآفرینی نظر دارد؛ اما در هر حال بر اساس تعریف می‌توان آن را با مفهوم دهش در نظام فکری گنت و نیز مفهوم فرعی بودن سلسله مراتب دنیایی مرتبط با ثروت ارتباط داد. در واقع کارآفرینی اجتماعی نوعی کارآفرینی با ماهیت غیرانتفاعی است که برپایه درک مسائل اجتماعی و بهره‌گیری از اصول کارآفرینی و به‌کارگیری نگرش‌های بازارمدار با هدف پیشبرد تغییرات

1- Gramin Bank

سو رفتار کارآفرینانه در تطبیق و هماهنگی با هنجارهای جامعه رخ می‌دهد. این هنجارها می‌توانند هنجارهای برخاسته از دولت، خانواده و یا اجتماع باشند. در اینجا فعالیت‌های کارآفرینانه به عناصر فرهنگی همچون ارزش‌ها، رسوم^۶ و گفت‌وگوها ربط داده می‌شوند. همچنین، مفهوم ریسک از سویی و جدید بودن ایده از سوی دیگر در تقابل با مفهوم هنجار به معنای قوانین نانوشته‌ای که توسط جمع پذیرفته و تصدیق شده قرار می‌گیرد. اگر نمی‌خواهید که فردا تیتیر روزنامه نشوید؛ آن را انجام ندهید (Meek, 2010). پس در اینجا هنجارها می‌توانند نقش تصحیح‌کننده برای ایده‌های کارآفرینانه داشته و یا آن‌ها را تعدیل نمایند. البته مسائل محیطی خود می‌توانند به هنجارهای جمعی بدل شوند؛ مسائلی همچون تغییرات آب و هوایی دست ساخته انسان، آلودگی آب و هوا، رقیق شدن لایه ازن، زباله‌های سمی هسته‌ای و ... به هنجارهایی همچون هنجار مصرف، هنجار هم‌نوایی و هنجار حمایتی بدل می‌شوند. از پی جنگ خلیج فارس، طوفان کاترینا و رشد اقتصادی در چین که باعث افزایش قیمت نفت گردید؛ بر تعداد شرکت‌های عرضه‌کننده اتومبیل با سوخت هیبریدی در آمریکا و اروپا افزوده شد که به معنای تأثیر هنجارهای مصرف بر کارآفرینی است؛ اگرچه این یک منطق اقتصادی است اما ناگفته پیداست که بسیاری از فعالیت‌های زیست‌گرایانه در تقابل با سود و منافع اقتصادی دولت‌ها و شرکت‌های خصوصی است. هنجارهای حمایتی نیز بر تأثیر مثبت روابط خانوادگی، گروهی و اجتماعی بر کارآفرینی دلالت دارد که در بحث سرمایه اجتماعی مورد بحث قرار خواهد گرفت. در حال، کارآفرینی بوم‌شناختی حیطه‌ای فراخ در حوزه روستایی فراهم می‌آورد. از نگاه کارکردی، یکی از حیطه‌های عمل‌گری کارآفرینی روستایی تولید محصولات ارگانیک یا سبز، حفظ

دهش به‌جای مبادله مطرح شده از سوی کُنت به همراه نقشی که او برای شایستگی‌های اخلاقی و سلسله مراتب معنوی در سازمان‌دهی جامعه صنعتی قائل شده؛ خود را در نقش دین همچون یک عنصر کانونی از پیکره فرهنگی حاکم بر جامعه (آزاد ارمکی، ۱۳۸۷) در کارآفرینی و در محیط روستا نشان داده است. استفاده از آموزه‌های دینی و کارکردهایی که دین در یک اجتماع برعهده دارد؛ همچون حفظ انسجام اجتماعی، احیای سنت‌ها و تلطیف‌های روان‌شناختی دارای اهمیت است. شِث^۱ (۲۰۱۰) از یک کارآفرین مذهبی به نام بابا^۲ سخن می‌گوید که از طریق تشکیل یک انجمن خودجوش بر پایه اصولی برخاسته از مذهب به طراحی مدلی برای کارآفرینی روستایی با نام «خانواده خود توسعه‌گر» پرداخته که بازتاب‌هایی وسیع در سطح جهان داشته است.

بابا، با آموزش مروجین و فعالین اجتماعی از طبقه متوسط، سفرهایی موسوم به سفرهای ایمان^۳ ترتیب داده تا ایده‌های مذهبی خویش را ترویج کرده و در این اثناء به ارائه خدمات به مردم بپردازد. چنین انواعی از کارآفرینی مبتنی بر اصلاحات و بازتعریف اصول مذهبی می‌تواند با بی‌هنجاری‌ها و فردگرایی‌های جوامع مدرن که به ظهور کارآفرینی ضداجتماعی و مخرب یا همان کژکارآفرینی^۴ - به‌عنوان مثال سرمایه‌گذاری‌ها در سلاح‌های کشتار جمعی - منجر شده؛ مقابله کند.

ب) کارآفرینی بوم‌شناختی^۵: کارآفرینی بوم‌شناختی به‌عنوان گونه‌ای از کارآفرینی تعریف شده که از سویی به ارائه کالاها و خدمات سازگار با محیط زیست انجامیده (یعقوبی، ۱۳۹۱؛ Meek, 2010) و از دیگر

- 1- Sheth
- 2- Baba
- 3- Faith trip
- 4- Dys-entrepreneurship
- 5- Eco-preneuring

6- Conventions

«سرمایه اجتماعی دربرگیرنده نهادها، روابط، نظرگاه‌ها، و ارزش‌هایی است که بر کنش و واکنش‌های بین مردم حاکم‌اند و در توسعه اقتصادی و اجتماعی سهمی دارند. سرمایه اجتماعی در عین حال دربرگیرنده ارزش‌ها و هنجارهای مشترک لازم برای رفتار اجتماعی است که در روابط شخصی افراد، در اعتماد آنان به یکدیگر و در حس مشترک مسئولیت‌های مدنی منعکس شده. امری که جامعه را چیزی بیشتر و فراتر از جمع افراد می‌سازد.» (پیران، ۱۳۸۵).

پرویز پیران و همکاران (پیشین)، ضمن بر شمردن ۳۱ تعریف مختلف از نظریه‌پردازان گوناگون در باب سرمایه اجتماعی در نهایت به این نتیجه می‌رسند که مفاهیمی همچون روابط اجتماعی، کنش و واکنش، کنش‌گری و کنش جمعی با ۲۱ بار تکرار در تعاریف، و مفهوم شبکه یا پیوند اجتماعی با ۱۷ بار تکرار در تعاریف، مهمترین مفاهیم در تعاریف یاد شده می‌باشند. برخی از این تعاریف عبارتند از تعریف هانی فان که به عقیده بسیاری (فاین، ۲۰۰۲؛ احمدپورداریانی ۱۳۸۲؛ Hisrich, 2002) نخستین کسی است که در زبان انگلیسی واژه سرمایه اجتماعی را به کار برده است:

"من در استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی به آنچه که در منابع معمولاً از سرمایه مراد می‌شود نظر ندارم و آنرا صرفاً تمثیلی یا استعاری به‌کار می‌برم. منظورم ملک و دارایی شخصی یا پول نقد نیست؛ بلکه منظور من آن چیزی است که این اشیاء و مادیات ملموس را در زندگی روزمره اکثریت مردم با معنا و ارزشمند می‌سازد؛ یعنی کار خیر، دوستی، دلسوزی متقابل و رابطه اجتماعی گروهی از افراد و خانواده‌ها" (پیشین).

ج ۲) سرمایه اجتماعی و بازبینی در نظریه مبادله اجتماعی^۲: بنیان‌گذار نظریه مبادله اجتماعی جورج

طبیعت و میراث فرهنگی، استفاده از انرژی‌های پاک و بحث توریسم روستایی است (موحدی و یعقوبی، ۱۳۹۱؛ McElwee, 2005). آلهوی (۲۰۰۴) معتقد است که کارآفرینی پدیده‌ای است چند بعدی و پیچیده و نه صرفاً اقتصادی که رفتارهای منسوب به آن بر اساس پیوند قوی و ضعیف^۱ میان افراد آشنا و ناآشنا شکل می‌گیرد. در مطالعه‌ای که توسط کاهان انجام شده (۲۰۱۳)؛ به مفاهیمی اجتماعی همچون انسجام اجتماعی، محافظت در برابر استثمار دلالت و واسطه‌ها و تمایل مشترک به پیشرفت اشاره می‌شود؛ که آشکارا از سبقه‌ای اجتماعی برخوردارند. همچنین به مروجین هشدار داده می‌شود که موانع اجتماع سدّ راه کارآفرینی من‌جمله فرهنگ فردگرایی، مردسالاری و فرهنگ تزریق کننده نامیدی و رکود را مدنظر قرار دهند (پیشین).

ج) کارآفرینی روستایی برخاسته از سرمایه اجتماعی: در بخش قبلی توضیح مختصری درخصوص ربط میان دیدگاه بن فاین از سرمایه اجتماعی و تحلیل آگوست گنت از نقش مبادله و رقابت در بازار آزاد داده شد. در این قسمت ابتدا به شرحی از ادبیات سرمایه اجتماعی پرداخته؛ درخصوص نظریه مبادله اجتماعی در جامعه‌شناسی توضیحی داده خواهد شد؛ و سپس ارتباط میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی روستایی در بطن مفهوم کارآفرینی روستایی مبتنی بر سرمایه اجتماعی کنکاش می‌شود.

ج ۱) سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی یکی از مفاهیم و ابزارهای مفهومی نوین است که دریچه فراخی را فراروی پژوهش‌های گسترده در زمینه مسایل جامعه‌شناختی و توسعه اجتماعی گشوده. یکی از جامع‌ترین تعاریف از سرمایه اجتماعی را بانک جهانی در سال ۱۹۹۸ ارائه داده که عبارت است از:

یک‌سو، و ناخودآگاه جمعی اشتراوس، از دیگرسو قرار می‌گیرد. بن فاین (۱۳۸۵) در مرور خویش بر ادبیات سرمایه اجتماعی، این مفهوم را گسترش مفهوم فرد در نظریه مبادله اجتماعی جهت رویارویی با نارسایی‌های بازار می‌داند. از دیدگاه فاین، جایگزینی اقتصاد به‌جای روان‌شناسی در نظریه مبادله و از سوی کولمان، اساسی است؛ به‌نحوی که ضمن ایجاد مفهوم سرمایه اجتماعی، راه را برای کنش‌گری بیشتر افراد هموار می‌سازد. اگرچه این کنش‌گری کماکان در محدوده‌های انتخاب به‌لحاظ اقتصادی عقلایی صورت می‌پذیرد اما در نهایت این هنجارهای اجتماعی هستند که تجربه‌های محدود ما را به شکلی عقلانی تکمیل می‌کنند. انعقاد پیوند میان اقتصاد و اجتماع در جشن سرمایه اجتماعی برای فاین، همچون راه سومی است در پاسخ به ناکامی‌های سوسیالیسم و بازار آزاد (پیشین). این راه سوم، با پرکردن فضای میان دولت و بازار، از دُگم‌هایی همچون نئولیبرالیسم، دولت‌گرایی، تقلیل‌گرایی، مارکسیسم و پسامدرنیسم درمی‌گذرد. اگر در مبادلات اجتماعی، سود و منافع شخصی با قید اجتماعی دهش، بده‌بستان، و هنجارهای اخلاقی حاکم بر جامعه تکمیل شوند؛ امکان بروز و ظهور بیشتری برای کارآفرینی مخصوصاً در فضاها روستایی است.

ج ۳) کارآفرینی روستایی و سرمایه اجتماعی: نگریستن به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌سازد به‌طوری‌که توجه را به سمت نکات مبهم و کمتر پرداخته شده یعنی جنبه اجتماعی پدیده کارآفرینی جلب می‌کند (ریبئی و صادق‌زاده، ۱۳۹۰). شبکه‌سازی^۵، تعاملات و ارتباطات اجتماعی از طریق شناسایی و کشف تهدیدها و فرصت‌های محیطی و با به‌کارگیری اقداماتی برای خنثی نمودن عدم اطمینان محیطی، منجر به بروز پیشگامی، خلاقیت و نوآوری شده که از زمره

هومنز^۱ است. این نظریه در حیطه جامعه‌شناسی رفتاری قرار گرفته و سعی دارد تا کنش‌های متقابل میان افراد را بر مبنای اصول روان‌شناسی تبیین کند. در این نظریه، این پاداش‌ها، تقویت‌ها، تنبیهات و خسارات هستند که اهمیت دارند نه افکار و ارزش‌ها (ریتزر، ۱۳۸۴). قضایای معروف روان‌شناختی هومنز همچون قضیه موفقیت، ارزش، محرک، محرومیت-سیری، پرخاشگری- تأیید، همگی ریشه در روان‌شناسی و منافع فردی-روانی حاصله از آن برای فرد دارند. در اینجا اما نکته مهم رویارویی کولمان^۲ و رابرت پاتنام^۳ با این نظریه و بسط آن به‌خصوص توسط پاتنام در قالب مفهوم سرمایه اجتماعی است. این تحول می‌تواند معنای سرمایه اجتماعی را برای ما آشکارتر سازد. هومنز خود از مخالفین سرسخت کلود لوی اشتراوس^۴ است. در نظام انسان‌شناختی اشتراوس، مفهومی همچون «ناخودآگاه جمعی» که صورت بسط یافته مفهوم «وجدان جمعی» در نظریه جامعه‌شناختی دورکهم می‌باشد؛ گونه‌ای نظام تبادل اخلاقی بوده که بیشتر بازتاباننده چشمداشت‌های اجتماعی است تا منافع اقتصادی یا روانی شخصی و فردی. مفهوم اخلاقیات، در سلسله مراتب معنوی تفکر و سازماندهی معنوی کُنت نیز مستتر است. آنچنان‌که گفته شد؛ کارآفرینی مذهبی شِث نیز بر مبنای توانمندسازی معنوی فقرای روستایی شکل گرفته. با جایگزینی اقتصاد جای روان‌شناسی توسط جیمز کولمان در نظریه مبادله، گام مهمی در خلق و بسط مفهوم سرمایه اجتماعی برداشته می‌شود. شاید بتوان گفت مفهوم سرمایه اجتماعی کولمان و پاتنام و نیز بازبینی این مفهوم از سوی متفکرینی همچون بن فاین، در میانه‌های مفهوم مبادله اجتماعی هومنز از

1- George C. Homans

2- James Samuel Coleman

3- Robert Putnam

4- Claude Lévi-Strauss

منطقه محروم شمال ویتنام پرداخته است. آنچه در نتیجه‌گیری او مهم به نظر می‌رسد این نکته است که در سطح خرد بر تأثیر مثبت پیوندهای خانوادگی به عنوان منبعی مهم جهت دسترسی به منابع و اطلاعات، و در سطح کلان بر این نکته تأکید می‌کند که شکل نهادها در جوامعی همچون ویتنام برخاسته از سنت سوسیالیستی تنیده شده در تاریخ این کشور بوده و با شکل نهادی ایجاد کننده سرمایه اجتماعی در غرب که مدنی و داوطلبانه هستند؛ فرق می‌کند. مشخص است که در تعاملات میان اعضای خانواده، روابط بر طبق دیدگاه شیت و میدنه بر مبنای مبادله که بر مبنای کمک استوار بوده و در سطح کلان، تغییر ماهیت نهادی اشاره به بستگی شدید سرمایه اجتماعی به زمینه فرهنگی و اجتماعی آن دارد که اتفاقاً بسیار مورد تأکید فاین قرار گرفته است. فاین معتقد است که وقتی سرمایه با مقولات اجتماعی آمیخته شود بر سیالیت و بستگی‌اش به زمینه افزوده می‌گردد (فاین، ۱۳۸۵). شاید یکی از بهترین تعاریف عملیاتی از سرمایه اجتماعی که بتوان آن را به خوبی با مفهوم کارآفرینی، ارتباط و تطبیق داد؛ تقسیم‌بندی آن به ابعاد ساختاری^۸ و شناختی^۹ باشد. بعد ساختاری به شبکه‌های رسمی و غیررسمی، و بعد شناختی به مفهوم اعتماد و هنجارها تقسیم می‌شود (Kaasa, 2009). کاسا در مطالعه خویش آن‌هنگام که به بحث هنجارها در بعد شناختی سرمایه اجتماعی می‌پردازد؛ به تبعیت منفعت شخصی^{۱۰} از منافع جمع اشاره دارد. همچنین به هنجار بده‌بستان^{۱۱} اشاره دارد که گونه‌ای ایجاد انتظار و توقع است در شخصی که به شخص دیگر کمک می‌کند. این هنجار به مفهوم دهش از دیدگاه گنت نزدیک است. بر طبق گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، نگرش کلی عموم مردم به

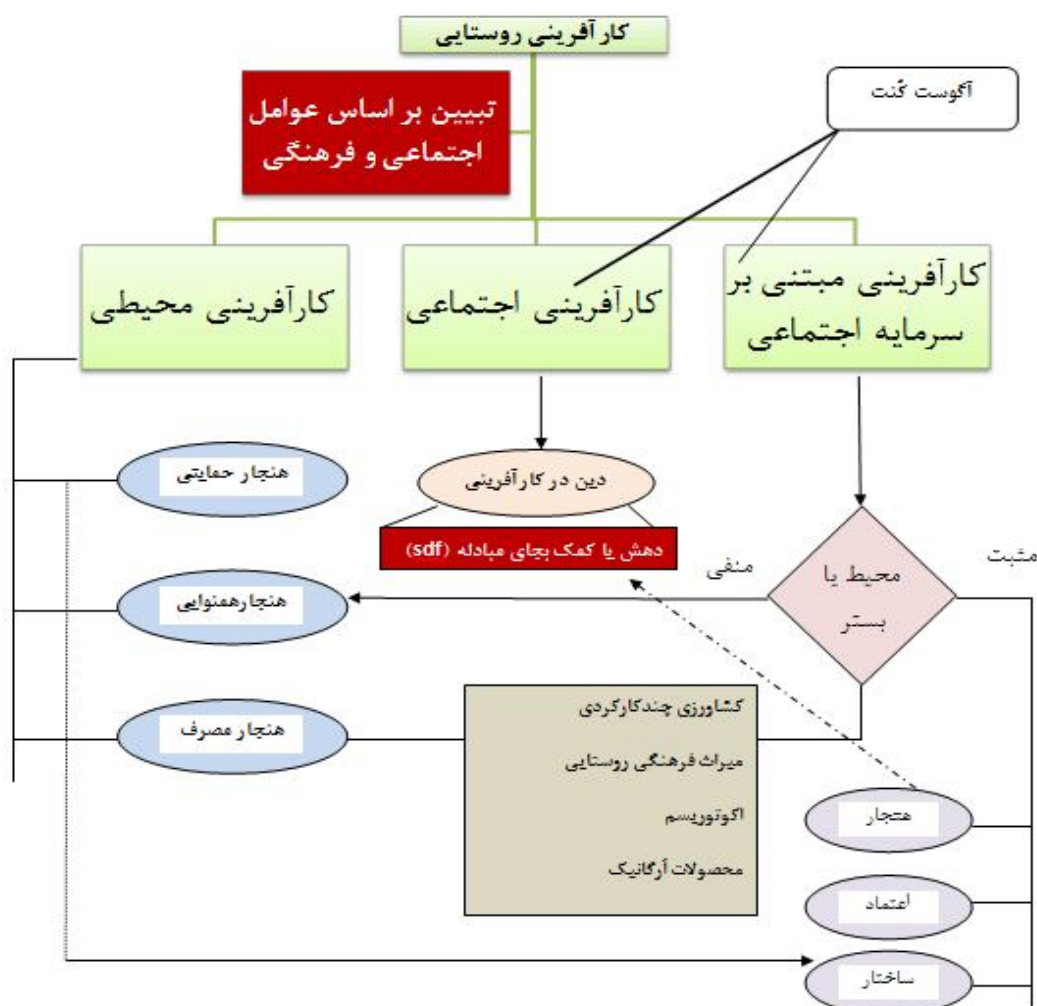
مولفه‌های مهم در کارآفرینی محسوب می‌شوند (ریبئی و صادق‌زاده، ۱۳۹۰). در نوشته‌های یوهانسون (۲۰۰۰)، و ساکسنیان (۱۹۹۴)، تأکید شده که کارآفرینی پدیده‌ای کاملاً جمعی و گروهی است و «میان‌گفت»^۱، کلید بنا نهادن یک فعالیت اقتصادی جدید است. بسیاری از سنخ‌های کارآفرینی به نوعی متضمن کنش جمعی یا تعامل میان افراد می‌باشند. در بُعد کیفی یا شناختی- ارتباطی سرمایه اجتماعی که به ارزش‌ها، هنجارها، اعتماد و درک مشترک میان کنش‌گران در یک تعامل می‌پردازد؛ بر اهمیت ارتباطات میان افراد تأکید شده است (ریبئی و صادق‌زاده، ۱۳۹۰). تفکیکی که جورج هربرت مید^۲ در تحلیل خویش از سازوکارهای همکاری^۳، میان مفاهیم کمک^۴ و مبادله^۵ قائل شده؛ به آنچه که شیت از مفاهیم پیشکش نمودن به خدا^۶ و دریافت همچون مرحمت خداوند^۷ در بده‌بستان^۸ دو جانبه میان فقرای روستایی و اهداء کننده (مروج) مستفاد می‌کند؛ بسیار نزدیک است و هر دو به آنچه که گنت نظام اخلاقی یا معنوی در مبادله می‌نامد. مید، جامعه شناس آمریکایی معتقد است که کمک و مبادله هر دو شکل‌هایی از همکاری بین انسان‌ها هستند؛ اما در مورد کمک، جهت‌گیری انسان نیاز دیگری و در مورد تبادل نیاز خود و کسب سود است؛ اگرچه از نظر او مبادله از قوه عمومی بیشتری برخوردار، اما کمک، یکی از مواضع بنیادین رفتار انسانی در قبال هم‌نوعان خویش است (یشل، ۱۳۹۱). پوون (۲۰۱۲) به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در دو سطح میکرو (خانواده) و ماکرو (اتحادیه‌های زنان) در کارآفرینی زنان در دو

- 1- Polylogue
- 2- George Herbert Mead
- 3- Cooperation
- 4- Hilfe
- 5- Tausch
- 6- Offering to God
- 7- Receiving as a God's grace

- 8- Structural
- 9- Cognitive
- 10- Reciprocity
- 11- Self-interest

باشد. دهش یا کمک صرفاً همچون یک پدیده خدمات‌رسانی به روستا مدنظر نیست بلکه منظور، احیا و ساری ساختن کارکردهای جامعه‌شناختی و روان‌شناختی دین در عرصه کارآفرینی است. حتی بخش شناختی سرمایه اجتماعی مشتمل بر هنجارهای بدهستانی نیز می‌تواند آنچنان‌که ذکر به میان آمد؛ بر مبنای اصول اخلاقی و معنوی مستتر در دین تلطیف شده و از اصل تقلیل‌گرای اقتصادی «انتخاب عقلانی» فاصله بگیرد به گونه‌ای که رجحان‌های جمع بر فرد مقدم شود. البته در مدل (۲) تفکیک مشخصی میان سه نوع کارآفرینی وجود ندارد.

کارآفرینی و فهم و حمایت از اهمیت کارآفرینی در جامعه یک هنجار مهم فرهنگی و اجتماعی محسوب شده و ارتقای فرهنگ کار جهت افزایش بهره‌وری کشاورزی حیاتی است. در شکل (۲)، سنخ‌شناسی کارآفرینی روستایی بر حسب نسبتش با عوامل فرهنگی و اجتماعی نشان داده شده است. این مدل راهنمای مناسبی برای پژوهش در حیطه کارآفرینی روستایی بر بستری از مقوله‌های اجتماعی و فرهنگی فراهم می‌آورد. در این مدل، نقش دین به‌عنوان یک نظام دامن‌گستر که مسیر یا تکامل مثبت اما ناقص مدنظر فاین از «مبادله به‌سوی سرمایه اجتماعی» را تکمیل می‌کند؛ شاید نکته‌ای باشد که تاکنون در مباحث مربوط به کارآفرینی روستایی مغفول مانده



شکل ۲- سه گونه کارآفرینی روستایی زمینه‌مند (مبتنی بر عوامل اجتماعی و فرهنگی).

به‌عنوان مثال هنجار حمایتی در کارآفرینی بوم‌شناختی می‌تواند از مجرای سرمایه اجتماعی حاصل شود یا هنجارهای برخاسته از سرمایه اجتماعی شکلی دینی به‌خود گرفته و زمینه‌ای برای ایجاد کارآفرینی اجتماعی گردند. همچنین این مدل نشان‌دهنده تأثیر بعضاً منفی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی نیز هست.

بحث و نتیجه‌گیری

در این نوشتار پس از بازخوانی اندیشه‌های جامعه‌شناختی گنت، مفاهیمی همچون جامعه صنعتی، دهش، و سازمان‌دهی معنوی، و بر مبنای مرور متونی در ارتباط با این نظریه‌ها، تحلیل مفهوم سرمایه اجتماعی و نیز کارآفرینی، چنین استدلال شد که ضمن روی‌گردانی از مدل‌هایی که تنها به تقسیم‌بندی انواع یا گونه‌های کارآفرینی پرداخته؛ یا کارآفرینی را نه بر اساس ماهیتش که بر مبنای تبعات آن تعریف و توصیف می‌کنند؛ جستجو و تحلیل مولفه‌ها، عناصر فرهنگی و اجتماعی دخیل در کارآفرینی همچون یک پدیده زمینه‌مند، و ارایه مدل‌های تبیینی‌تر در این خصوص ضروری است. دو مدل ارایه شده در اینجا واجد چنین خصلتی بوده و از طریق دخالت مفاهیم نظریه‌ها و مقولات اجتماعی سعی نموده‌اند تا به تبیینی از کارآفرینی روستایی با رویکردی نظری و کتابخانه‌ای پردازند. مدل ارایه شده در شکل (۱) ضمن بازتاب سه رویکرد به کارآفرینی، نشان‌دهنده نقشی است که مفاهیم مرکزی اندیشه گنت همچون جامعه صنعتی، معنویت سازمان‌دهنده و مفهوم دهش در گشودن دریچه‌ای به سوی تحلیل جامعه‌شناختی از کارآفرینی ایفا می‌نمایند. در رویکرد مطلوب این مقاله، یعنی رویکرد جامعه‌شناختی به کارآفرینی، نقش آفرینی نظریه مبادله جورج هومنز، پس از تعدیلات اقتصادی و اجتماعی که کولمن و فاین خواستار آنند؛ تأثیر

مفهوم معنویت سازمان‌دهنده گنت، و نیز آن برداشتی که گنت از جامعه صنعتی دارد که همواره با مقولات اجتماعی همبسته است؛ مورد تأکید قرار گرفته‌اند. در مدل تشریح شده در شکل (۲) سه گونه از کارآفرینی روستایی پس از مرور متون مربوط، به مولفه‌هایی منسجم و دقیق، شکافته شده به نحوی که محققین می‌توانند چه در پژوهش‌های کیفی و یا کمی، برای استخراج متغیرها و مقولات^۱ از آن‌ها بهره‌برند. در این مدل، تجزیه سرمایه اجتماعی به ابعاد شناختی/ارتباطی و ساختاری با مولفه‌های اعتماد، هنجار و شبکه، و همچنین نقش دین و نظریه مبادله-تعدیل شده- در کارآفرینی اجتماعی روستایی حائز اهمیت است. در گونه کارآفرینی بوم‌شناختی، مولفه تبعیت از هنجارهای مصرف به همان متغیر یا مولفه محیطی در کارآفرینی روستایی اشاره دارد که در بسیاری از متون کارآفرینی روستایی بدان اشاره شده و عرصه فراخی برای کشاورزی چندکارکردی و نگاهی اقتصادی به میراث فرهنگی و طبیعی در روستاها می‌گشاید. این مدل همچنین بیانگر سنتزی است که میان سه گونه کارآفرینی روستایی وجود دارد بدین معنا که فی‌المثل کارآفرینی بوم‌شناختی از طریق هنجار مصرف و نیز هنجار حمایتی با کارآفرینی مبتنی بر سرمایه اجتماعی همبسته است؛ همچنین هنجار هم‌نواپی به‌عنوان یک عامل مثبت یا منفی محیطی می‌تواند مورد موشکافی قرار بگیرد. مطالعه بر این عقیده است که مضامین و پدیده‌هایی همچون دین به‌عنوان یک هنجار مثبت در بروز و ظهور کارآفرینی مؤثر واقع شده و می‌تواند کارآفرینی‌های سه گانه در محیط روستا را همچون یک حلقه اتصال به یکدیگر مربوط سازد. بر اساس نتایج پیش‌گفته پیشنهاد می‌گردد تا به کارآفرینی روستایی در تحلیل‌ها همچون یک پدیده وابسته به

قالب مدل‌ها و معادلات صرف اقتصادی که تنها افزایش سود و مطلوبیت را هدف کسب‌وکار قرار می‌دهند اجتناب گردد.

زمینه فرهنگی و اجتماعی نگاه شود؛ نقش عوامل زیست‌محیطی و جغرافیایی به‌خصوص در تحلیل و توسعه کارآفرینی روستایی با دقت نظر بیشتری مورد مطالعه قرار گیرد؛ و از تحلیل کارآفرینی روستایی در

فهرست منابع

۱. آرون، ر. ۱۳۸۴. مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی (متن کامل). ترجمه: باقر پرهام. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۲. آزادآرمکی، ت. ۱۳۸۷. جامعه‌شناسی فرهنگ. تهران: نشر علم.
۳. احمدپور داریانی، م.، مقیمی، م. ۱۳۸۹. مبانی کارآفرینی. تهران: نشر فراندیش.
۴. پیران، پ.، موسوی، م.، شیانی، م. ۱۳۸۵. کارپایه مفهومی و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۲۳: ۹-۴۴.
۵. فاین، ب. ۱۳۸۵. سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی. ترجمه: محمد کمال سروریان. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۶. کردنائیچ، ا.، زالی، م.، هومن، ح.ع.، حسینی، ش. ۱۳۸۶. ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. تهران: تربیت مدرس.
۷. ربیعی، ع.، صادق‌زاده، ح. ۱۳۹۰. بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، ۴۱: ۱۹۱-۲۲۱.
۸. ریتزر، ج. ۱۳۸۴. نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی.
۹. شریف‌زاده، ا.، حسینی، م. ۱۳۸۶. سناریوهای بهسازی ترویج کشاورزی در جستجوی یک پارادایم نوین. تهران: نشر آموزش کشاورزی.
۱۰. موحدی، ر.، یعقوبی فرانی، ا. ۱۳۹۱. درآمدی بر کارآفرینی روستایی. همدان: نشر دانشگاه بوعلی سینا.
۱۱. شریف‌زاده، ا.، یدالله فارسی، ج.، مرادنژادی، ه.، و شریفی، م. ۱۳۸۸. در: دانشنامه کارآفرینی. گروه نویسندگان تهران: بنیاد دانشنامه نگاری ایران و موسسه کار و تأمین اجتماعی.
۱۲. یشل، ر. ۱۳۹۱. مبانی جامعه‌شناسی ارتباطات. ترجمه: کرامت‌الله راسخ. تهران: نشر نی.
13. Grebel, T., Pyka, A., and Hanusch, H. 2001. An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship, Germany: Department of Economics, University of Augsburg.
14. Hisrich, R., and Peters, M.P. 2002. Entrepreneurship. 5th edition, New York: Mc Graw Hill.
15. Johansson, E. 2000. Self-employment and liquidity constraints: evidence from Finland. *Scandinavian Journal of Economics*, 102(1): 123-134.
16. Kaasa, A. 2009. Effects of different of social capital on innovative activity: Evidence from Europe at the regional level, *Technovation*, 29: 218-233.
17. Kahan, D. 2013. Entrepreneurship in farming, FAO.
18. Licht, A., and Siegel, J.I. 2010. The Social Dimensions of Entrepreneurship. Interdisciplinary Center Herzliya, Kanfe Nesharim St., Herzliya 46150, Israel.
19. McElwee, G. 2005. Developing entrepreneurial skills of farmers, ESOF series (SSPE-CT-2005-006500), UK: University of Lincoln.

20. Meek, W.R., Pacheco, D.F., and York, J.G. 2010. The impact of social norms on entrepreneurial action: Evidence from the environmental entrepreneurship context. *Journal of Business Venturing*, 25: 493-509.
21. Poon, Jessie P.H., and et al., 2012. Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35: 308-315.
22. Rightmyre, V. 2003. Missouri Rural Entrepreneurship Initiative (Columbia, SC: Community Policy Analysis Centre, University of Missouri (Report R-2003-02).
23. Saxenian, A. 1994. *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
24. Shahraki, H., Movahedi, R., and Yaghoubi Farani, A. 2016. From Arturo Escobar's development theory to Antony Giddens's structuration theory: a social constructionist analysis of rural entrepreneurship and multifunctional agriculture. *Int. J. Agric. Resource. Governance Ecol.*, 12: 406-426.
25. Shahraki, H., and Movahedi, R. 2017. Reconceptualizing rural entrepreneurship discourse from a social constructionist perspective: A case study from Iran. *Middle East Critique*, 26: 79-100.
26. Sheth, N.R. 2010. The social context of entrepreneurship. *The Journal of Entrepreneurship*, 19(2): 99-108.
27. Swedberg, R. 2000. *The social science view of entrepreneurship: Introduction and practical applications*. Oxford University Press, UK.
28. Thomas, P.L. 2004. *Empowering Rural Communities through Entrepreneurship*, Paper presented at Conference Sponsored by USDA Rural Development, Tuskegee University, Tuskegee, Alabama.
29. Thornton, P.H. 1999. The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25: 19-46.
30. Thornton, P.H., Ribeiro-Soriano, D., and Urbano, D. 2011. Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2): 105-118.
31. Ulhøi, J.P. 2005. The social dimensions of entrepreneurship, *Technovation*, 25: 939-946.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 4(3), 2017
<http://jead.gau.ac.ir>

***H. Shahraki¹ and E. Heydari²**

¹Assistant Prof., Dept., of Agriculture Extension and Education, University of Zabol, Sistan and Baluchistan Province, Iran, ²Ph.D. Student in Azad University of Sanandaj, and the Financial Expert in Agriculture Bank, Asadabad, Hamedan, Iran

Received: 17/9/2017 ; Accepted: 12/12/2017

Abstract

Having based on some of the theoretical concepts in August Comte's system of thinking like "industrial society", "spiritual organization", and "don", this research paper, through a theoretical methodology, presents two analytical models for better explanation of the cultural and social context of rural entrepreneurship. In the first model, there have outlined three approaches to the entrepreneurship as a whole literature: Encyclopedic Approach, Typological Approach, and finally, Sociocultural Approach that is based on and related to the "industrial society", and "spiritual organization" as two critical concepts in August Comte's sociological system. The second model provides and deconstructs three important types of contextual rural entrepreneurship that are: Environmental entrepreneurship (eco-preneuring), Social capital-based rural entrepreneurship, and Social entrepreneurship. The last one is a non-profit entrepreneurship related to the spiritual phenomenon such as religion. The eco-preneuring or green entrepreneurship is a production of high conformity with the new emerging environmental norms, and with the function of leveling and naturalizing the devastating effects of profit-based economic entrepreneurship in rural areas. And finally social capital-based rural entrepreneurship is the outcome of some modifications in George Homan's Social exchange theory in sociology to adapt it with the rural entrepreneurship and linking the rural interactions and networks, traditions and religion with the economic exchanges. The main goal of the paper is to emphasize on shifting the rural entrepreneurship from the mainstream entrepreneurship that is defined in the field of economy, toward the rural entrepreneurship that is based on the sociocultural context and factors.

Keywords: Rural entrepreneurship, Sociology, August Comte, Culture

*Corresponding author: arm.shahraki@gmail.com