

Oferta lepszej pracy, dołączenia do bliskiej osoby, ucieczka od wojny - wiele różnych przyczyn skłania kobiety do podjęcia decyzji o migracji do innego kraju. Nie zawsze jest to łatwe doświadczenie, wręcz przeciwnie, wiąże się często z koniecznością stawiania oporu wyzwaniom i radzeniu sobie z dyskryminacją ze względu na płeć, pochodzenie, wiek i wielu innych czynników. W Polsce szczególne zmiany struktur społeczności migranckich, w tym znaczący wzrost liczby kobiet oraz zróżnicowanie tej grupy względem wieku, nastąpiły w efekcie trwającej od lutego 2022 roku wojny w Ukrainie. Wojna i związany z nią kryzys humanitarny znacząco wpłynęła na sytuację migrantek w Polsce (zarówno osób które przyjechały wcześniej jak i nowoprzybyłych), zmuszając je do podjęcia nowych ról społecznych oraz wypracowywania strategii samopomocy i radzenia sobie w nowej rzeczywistości.

Badania sprawczości kobiet oraz wypracowywanych przez migrantki praktyk emancypujących stanowią obszar interdyscyplinarnych badań naukowych. Jednym z wymiarów zainteresowań teoretycznych i ontologicznych jest przyjrzenie się pozycjonowaniu społecznego migrantek - czyli temu jak one spostrzegają siebie, prawa i dostępność tych praw, możliwości i bariery rozwoju w nowym kraju oraz zmieniają swoją pozycję z czasem zamieszkania w nowym kraju. W niniejszym badaniu ta zmiana pozycji społecznej i proces nabywania sprawczości są eksplorowane na przykładzie indywidualnych trajektorii przedsiębiorczości migrantek w sektorze usług kosmetycznych. Migrantki decydują się na własną działalność ekonomiczną żeby uzyskać autonomię w podejmowaniu ważnych dla nie decyzji i niezależność finansową, rozwijać swoje zainteresowania, poznać nowe koleżanki lub osoby do prowadzenia wspólnego biznesu, a także żeby wzmocnić poczucie własnej wartości i pewności siebie. Z drugiej strony, one także tworzą "okienko możliwości" dla innych kobiet zapewniając miejsca pracy albo inspirując je własnym przykładem. W Polsce sektor usług kosmetycznych zaczął stanowić atrakcyjną niszę dla rozwoju własnej działalności m.in. dla kobiety z Ukrainiejskiej, Białoruskiej i Wietnamskiej wspólnot ze względów na czynniki takie jak niskie koszty wejścia na rynek i wysoki popyt na takie usługi. Jako przedstawicielki najliczniejszych pod względem liczebności grup migranckich rozwijają one swoją działalność w oparciu o zasoby rozbudowanych i przenikających się między sobą sieci społecznych diaspor, oferują usługi zarówno dla osób z doświadczeniem migracji jak i klientom, klientom z Polski. W taki sposób, rzucają one wyzwanie opresyjnym strukturom dominacji społecznej, instytucjonalnej i ekonomicznej oraz stają się aktywnymi uczestniczkami interakcji i działań społecznych nie tylko wśród swoich społeczności, ale także znacznie szerszej, społeczeństwa większościowego.

W celu realizacji założeń projektu zastosowane zostanie podejście multimodalne. Badanie zostanie oparte nad metodologii jakościowej z wykorzystaniem technik badań socjologicznych i etnograficznych. Badania będą obejmując przegląd danych zastanych (aktów prawnych, danych statystycznych, literatury naukowej), realizacji pogłębionych wywiadów indywidualnych z kobietami które założyły swoje salony piękna w Warszawie, Poznaniu i wybranych miejscowościach dwóch obszarów metropolitalnych, analizy treści postów na profilach biznesowych w Instagram oraz analizy materiałów wizualnych (zdjęcia zewnętrznego wyglądu i wnętrz salonów kosmetycznych oraz zdjęcia publikowane na profilu Instagram). Rozmowy z respondentkami pozwolą na lepsze zrozumienie ich opinii o własnym doświadczeniu oraz barierach i szansach dla przedsiębiorczości w Polsce. Natomiast, bardziej szczegółowe przejrzanie się materiałom tekstowym i wizualnym powoli na wyłapywanie elementów składowych społeczno-przestrzennego wymiaru ich aktywności, zrozumienia procesu zmiany ich pozycji społecznej oraz jak poprzez swoją aktywność migrantki zmieniają zmasculizowany dyskurs przedsiębiorczości.

Badanie zapewnia wielowymiarowe spojrzenie na fenomen przedsiębiorczości kobiet jako strategii nabywania sprawczości i przyczynia się do pogłębienia wiedzy na temat roli inicjatyw migrantek oraz czynników, które wzmacniają lub ograniczają uczestnictwo kobiet w sferze publicznej, społecznej i ekonomicznej w Polsce.