

موانع ذهنی و عینی کارآفرینی در نسل زد ایران: تحلیل گفتمان فشارهای اقتصادی با استفاده از پردازش زبان طبیعی

محمدجعفر چراغی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز دانشکده مدیریت، تهران، خ انقلاب، خ نامجو، ک کیهان پلاک ۱۳۵
ch.moja@gmail.com

مریم کوره پز*

دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی بین الملل دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکز
maryam.kourehpaz@iau.ac.ir

افسانه افسری

-دانشجوی دکتری مشاوره، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن
afsaneh.afsari@iau.ac.ir

مهدی کوره پز

دانشجوی دکتری هوش مصنوعی، دانشگاه آزاد اسلامی مشهد
m.kourehpaz@iau.ac.ir

چکیده

نسل زد در ایران با مجموعه‌ای از موانع ذهنی و عینی در مسیر کارآفرینی مواجه است که شناخت نظام‌مند آن‌ها برای سیاست‌گذاری اشتغال و توسعه‌ی اکوسیستم کارآفرینی ضروری به‌نظر می‌رسد. پژوهش حاضر با هدف واکاوی موانع ذهنی و عینی کارآفرینی در میان نسل زد ایران و شناسایی گفتمان‌های غالب پیرامون این موانع در بستر فشارهای اقتصادی مزمن انجام شده است. این مطالعه با رویکرد کیفی-کمی ترکیبی از نوع متوالی و در سه مرحله اجرا شد: در مرحله اول، ۴۵ مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته با کارآفرینان و فعالان اقتصادی نسل زد در چهار کلان‌شهر ایران انجام و با روش تحلیل مضمون براون و کلارک کدگذاری شد. در مرحله دوم، ۱۲۰۰ پست و نظر از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های داخلی و نیز ۳۰ گزارش رسانه‌ای و سند بالادستی با تکنیک‌های پردازش زبان طبیعی شامل مدل‌سازی موضوعی LDA و تحلیل احساسات مبتنی بر مدل ParsBERT تحلیل گردید. در مرحله سوم، یافته‌های حاصل از دو مرحله‌ی پیشین در قالب تحلیل گفتمان انتقادی سه‌بعدی فرکلاف ترکیب و پنج گفتمان غالب استخراج شد. برای اعتبارسنجی یافته‌ها از روش مثلث‌سازی استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که موانع کارآفرینی نسل زد در ایران در قالب پنج گفتمان قابل شناسایی است: گفتمان ناامیدی ساختاری با محوریت تورم مزمن، بی‌ثباتی اقتصادی و ضعف زیرساخت‌های دیجیتال؛ گفتمان شکاف نسلی در سیاست‌گذاری با تأکید بر ناسازگاری قوانین و نظام اداری با ویژگی‌های نسلی؛ گفتمان ترس از شکست به‌عنوان مهم‌ترین مانع روان‌شناختی؛ گفتمان محدودیت‌های فرهنگی و سیاسی که فرصت‌های کارآفرینی را به‌طور جدی

محدود کرده است؛ و گفتمان تاب‌آوری دیجیتال که بر ظرفیت بالای این نسل در بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال برای خلق فرصت‌های جدید تأکید دارد. تحلیل احساسات نشان داد که ۶۷٪ از متون مرتبط با شرایط اقتصادی دارای بار عاطفی منفی است و گفتمان‌های ناامیدی، چهار برابر قوی‌تر از گفتمان تاب‌آوری در متون نسل زد حضور دارند. همچنین تحلیل هم‌رخدادی واژگان نشان داد که گفتمان‌های «ناامیدی ساختاری» و «ترس از شکست» بیشترین هم‌بستگی را با یکدیگر دارند. این پژوهش برای نخستین بار با تلفیق نظام‌مند تحلیل گفتمان انتقادی و تکنیک‌های پردازش زبان طبیعی برای متون فارسی، به واکاوی عمیق موانع چندسطحی کارآفرینی نسل زد در بافت منحصربه‌فرد ایران پرداخته و الگوی سه‌بعدی از این موانع (ساختاری، نهادی و روان‌شناختی-فرهنگی) را ارائه می‌کند. بر اساس یافته‌ها، دلالت‌های سیاستی در چهار سطح اصلاحات ساختاری (ایجاد صندوق ضمانت ریسک، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال)، اصلاحات نهادی (بازنگری قوانین، کاهش بوروکراسی، تشکیل شوراهای مشورتی نسلی)، مداخلات فرهنگی-روان‌شناختی (طراحی برنامه‌های تاب‌آوری، بازتعریف فرهنگ شکست) و مداخلات گفتمانی (مقابله با گفتمان تقدیرگرایانه، تقویت روایت‌های موفقیت) ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که توانمندسازی کارآفرینانه‌ی نسل زد در ایران نیازمند رویکردی جامع و هم‌زمان به موانع ساختاری، نهادی و روان‌شناختی است و در این میان، بهره‌گیری از ظرفیت بالای دیجیتال این نسل می‌تواند به‌عنوان راهبردی مکمل برای عبور از محدودیت‌های موجود عمل کند.

واژگان کلیدی: موانع کارآفرینی، نسل زد، تحلیل گفتمان، پردازش زبان طبیعی، فشارهای اقتصادی، کارآفرینی در ایران

مقدمه

نسل زد در ایران در شرایطی پا به عرصه کارآفرینی می‌گذارد که اکوسیستم کارآفرینی کشور با چالش‌های ساختاری، فرهنگی و سیاسی متعددی دست‌وپنجه نرم می‌کند. این نسل که بین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ میلادی (۱۳۷۶ تا ۱۳۹۱ شمسی) متولد شده است (خداپناه و مصری عیسی‌لو، ۱۴۰۴)، با ویژگی‌هایی چون ذهنیت دیجیتال، خودرهبری، ارزش‌محوری و انعطاف‌پذیری، ظرفیت بالایی برای کارآفرینی دارد. با این حال، پیچیدگی‌های محیطی، اضطراب عملکردی و دیگر عوامل می‌تواند مانع بالفعل شدن این پتانسیل شود.

همان‌طور که یاحک و شریفی (۱۴۰۴) در پژوهش خود با عنوان «کاوش هرم انگیزشی و برتری دلمشغولی دیجیتال در اکوسیستم پلتفرمی» نشان داده‌اند، نسل زد به‌عنوان بومیان دیجیتال، فضای مجازی را نه یک ابزار ارتباطی صرف، بلکه بستر اصلی زیست و هویت‌یابی خود می‌دانند. با این حال، الگوی رفتاری مسلط آنان «پرسه‌زنی دیجیتال»، «کمین‌گری» و مصرف منفعلانه است. در هرم انگیزشی این نسل، «فراغت دیجیتال»، «مصرف محصولات سرگرمی» و «فرار از واقعیت» در رأس قرار دارند، در حالی که انگیزه‌های توسعه‌محور، علمی، کارآفرینی و مشارکت مدنی در پایین‌ترین سطح هرم محبوس مانده‌اند (یاحک و شریفی، ۱۴۰۴).

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران (۱۴۰۳)، نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال حدود ۲۴ درصد و نرخ مشارکت اقتصادی این گروه سنی ۳۲ درصد است. این ارقام در مقایسه با میانگین جهانی، نشان‌دهنده وضعیت بحرانی بازار کار ایران برای نسل زد است. هم‌زمان، نرخ تورم بالای ۴۰ درصد در سال‌های اخیر (بانک مرکزی، ۱۴۰۳)، تحریم‌های بین‌المللی و بی‌ثباتی اقتصاد کلان، فضای کارآفرینی را به‌شدت محدود کرده است. نریمانی (۱۴۰۳) در پژوهش خود درباره رهبری نسل زد در سازمان‌های دولتی ایران، به چالش‌های ساختاری و فرهنگی این سازمان‌ها اشاره می‌کند که با ویژگی‌های نسلی نسل زد همخوانی چندانی ندارد.

با وجود این چالش‌ها، نسل زد میل و توان تخریب خلاق را دارد. خداپناه و مصری عیسی‌لو (۱۴۰۴) در مرور نظام‌مند خود نشان داده‌اند که نسل زد با ویژگی‌هایی چون ذهنیت دیجیتال، خودرهبری، ارزش‌محوری و انعطاف‌پذیری، ظرفیت بالایی برای ورود به

عرصه کارآفرینی دارد. با این حال، وجود موانعی نظیر مقررات پیچیده، اضطراب عملکردی و دیگر عوامل می تواند مانع بالفعل شدن این پتانسیل شود.

با توجه به اهمیت روزافزون کارآفرینی به عنوان راهی برای مقابله با بیکاری و همچنین ضرورت شناخت دقیق موانع پیش روی این نسل، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که «موانع ذهنی و عینی کارآفرینی در نسل زد ایران کدامند و این موانع در قالب چه گفتمان هایی قابل شناسایی هستند؟»

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۲. نسل زد: ویژگی ها و چالش ها

نسل زد به نسلی اطلاق می شود که در عصر دیجیتال متولد و بزرگ شده است. بر اساس پژوهش «تحوالات نسلی در دانشگاه ها: بررسی ویژگی های نسل Z دانشجویان» (۱۴۰۴)، نسل زد دانشجویان در چهار بعد اصلی قابل تحلیل است: ویژگی های شخصیتی و رفتاری، علایق و ترجیحات، مهارت ها و ارزش های بنیادین. در بعد شخصیتی و رفتاری، نسل زد نسلی پویا، خلاق، مستقل و تجربه گراست که در پیوند میان ارزش های مدرن و سنتی حرکت می کند (Dimock, ۲۰۱۹; Twenge, ۲۰۱۷). همچنین، پژوهش صیفوری و فردوسی (۱۴۰۴) با عنوان «برساخت مفهوم آموزش آنلاین از دیدگاه دختران نسل زد» نشان داده است که این نسل به انعطاف پذیری و استقلال در یادگیری اهمیت زیادی می دهد و فناوری های دیجیتال را به عنوان بخشی از سبک زندگی خود می نگیرد. با این حال، نسل زد در ایران با چالش های متعددی مواجه است و سرگردانی آنان در بازار کار به حدی است که بسیاری از کارفرمایان نه تنها ساختارهای سنتی خود را با نیازهای این نسل تطبیق نداده اند، بلکه بستر مناسبی برای شکوفایی استعداد های آن ها فراهم نکرده اند (نریمانی، ۱۴۰۳).

۲-۲. موانع کارآفرینی

موانع کارآفرینی را می توان به دو دسته کلی تقسیم کرد: موانع ذهنی (درونی) و موانع عینی (بیرونی). خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) در پژوهش خود با عنوان «مرور نظام مند ادبیات کارآفرینی نسل Z با بهره گیری از چارچوب TCM و رویکرد فراترکیب» هفت بعد اصلی کارآفرینی نسل زد را شناسایی کرده اند که عبارتند از: بعد فردی-روان شناختی، بعد ارزشی-هنجاری، بعد توانمندی-عملیاتی، بعد زمینه ای-محیطی، بعد بازدارنده، بعد فناوری و بعد سبک زندگی-شغلی. بعد بازدارنده به چالش ها و موانعی اشاره دارد که نسل زد با وجود برخورداری از استعداد و انگیزه بالا، با آن ها مواجه است. این موانع شامل ترس از شکست، پیچیدگی قوانین و مقررات، اضطراب مقرراتی، دسترسی محدود به اینترنت، محدودیت منابع مالی، فشارهای اجتماعی و فرهنگ سنتی است. سراج و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهش خود با عنوان «ایده پردازی و قصد کارآفرینی: نقش مسئولیت پذیری، ریسک پذیری و تعدیل گری پذیرش چت جی پی تی» نشان داده اند که تمایل به ریسک و احساس مسئولیت برای تغییر بر ایده پردازی کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد. این یافته حاکی از آن است که موانع روان شناختی مانند ترس از شکست می تواند نقش بازدارنده ای در فرآیند کارآفرینی ایفا کند. در ادبیات بین المللی، موانع کارآفرینی به دو دسته کلی تقسیم می شوند: موانع ذهنی (درونی) شامل ترس از شکست، کمال گرایی، اضطراب عملکردی، فقدان اعتماد به نفس و خودکارآمدی پایین (Bandura, ۱۹۹۷; Morgan & Sisak, ۲۰۱۶) و موانع عینی (بیرونی) شامل موانع ساختاری (تورم، بی ثباتی اقتصادی)، موانع نهادی (قوانین پیچیده، فساد اداری)، موانع مالی (دسترسی محدود به سرمایه) و موانع فرهنگی-اجتماعی (GEM, ۲۰۰۸; Acs et al., ۲۰۲۳).

۳-۲. تحلیل گفتمان و پردازش زبان طبیعی

تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) رویکردی میان رشته ای است که به بررسی رابطه میان زبان، قدرت و ایدئولوژی می پردازد (Fairclough, ۱۹۹۵; van Dijk, ۱۹۹۳). این رویکرد بر این فرض استوار است که گفتمان ها صرفاً ابزار انتقال پیام نیستند، بلکه بازتولیدکننده یا چالش گر ساختارهای اجتماعی هستند. در پژوهش حاضر، از مدل سه بُعدی فرکلاف استفاده شده است: بُعد متنی

(تحلیل ویژگی های زبانی متون)، بُعد گفتامانی (تحلیل فرایندهای تولید و توزیع گفتامان)، و بُعد اجتماعی (تحلیل ارتباط گفتامان با ساختارهای قدرت).

در سال های اخیر، تلفیق تحلیل گفتامان با تکنیک های پردازش زبان طبیعی (NLP)، امکان تحلیل سیستماتیک و مقیاس پذیر متون را فراهم آورده است (Grimmer et al., ۲۰۲۲). تکنیک هایی مانند مدل سازی موضوعی (Topic Modeling)، تحلیل احساسات (Sentiment Analysis) و استخراج واژگان کلیدی ابزارهایی قدرتمند برای شناسایی الگوهای پنهان در حجم وسیعی از متون هستند.

یاحک و شریفی (۱۴۰۴) در پژوهش خود با بهره گیری از نظریه «استفاده و خشنودی» و رویکرد روانکاوانه الکان، به تحلیل سلسله مراتب انگیزشی نوجوانان ایرانی در مواجهه با اکوسیستم پلتفرمی پرداخته اند. آن ها نشان داده اند که فضای مجازی برای نسل زد ایرانی دارای هویتی «چهل تکه» است و به مثابه یک «مسکن روان شناختی» برای تاب آوری در برابر اضطراب های ساختاری عمل می کند.

پردازش زبان طبیعی فارسی با چالش های خاصی مواجه است، از جمله کمبود منابع زبانی استاندارد، پیچیدگی های صرفی و نحوی زبان فارسی، و محدودیت مدل های زبانی آموزش دیده برای فارسی. با این حال، پیشرفت های اخیر در توسعه مدل هایی مانند ParsBERT، امکان تحلیل دقیق تر متون فارسی را فراهم کرده است.

۳. روش شناسی پژوهش

۳-۱. رویکرد پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی-کمی ترکیبی (Sequential Mixed-Methods) در پارادایم عمل گرایی انجام شده است. در مرحله اول، داده های کیفی از طریق مصاحبه های نیمه ساختاریافته و جمع آوری محتوای متنی گردآوری شده و در مرحله دوم، این داده ها با استفاده از تکنیک های کمی پردازش زبان طبیعی تحلیل شده اند. روش تحلیل مضمون بر پایه الگوی شش مرحله ای براون و کلارک (Braun & Clarke, ۲۰۰۶) برای تحلیل داده های کیفی به کار گرفته شده است (زارع شهابی و عسگری، ۱۴۰۴).

۳-۲. جامعه و نمونه پژوهش

جامعه پژوهش شامل کارآفرینان و فعالان اقتصادی نسل زد (متولدین ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲) در ایران است. نمونه پژوهش با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شده و شامل ۴۵ نفر از کارآفرینان و فعالان اقتصادی نسل زد در چهار کلان شهر تهران، اصفهان، شیراز و مشهد بوده است. همچنین، محتوای تولید شده توسط نسل زد در شبکه های اجتماعی و پیام رسان های داخلی (شامل ۱۲۰۰ پست و نظر مرتبط با کارآفرینی) و ۳۰ گزارش رسانه ای و سند بالادستی مرتبط با کارآفرینی جوانان تحلیل شده است.

۳-۳. ابزارهای گردآوری داده

مصاحبه های نیمه ساختاریافته: راهنمای مصاحبه شامل سؤالاتی در مورد تجربیات کارآفرینانه، چالش های پیش رو، ادراک از فرصت های موجود، تأثیر فشارهای اقتصادی بر تصمیمات کارآفرینانه و راهبردهای مقابله با موانع بود. هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید و با رضایت آگاهانه شرکت کنندگان ضبط و پیاده سازی شد. داده های شبکه های اجتماعی: محتوای متنی تولید شده توسط نسل زد در شبکه های اجتماعی و پیام رسان های داخلی با استفاده از کلیدواژه های مرتبط با کارآفرینی، کسب و کار، استارت آپ، فشار اقتصادی و بیکاری جمع آوری شد. گزارش های رسانه ای و اسناد بالادستی: شامل گزارش های سازمانی، سیاست های اشتغال زایی، قوانین کار و کارآفرینی و مقالات تحلیلی مرتبط با کارآفرینی جوانان در ایران.

۳-۴. روش های تحلیل داده

تحلیل محتوای کیفی: در مرحله اول، متون پیاده شده از مصاحبه ها با استفاده از روش تحلیل محتوای جهت دار (Directed Content Analysis) کدگذاری و مقوله بندی شدند (زارع شهابی و عسگری، ۱۴۰۴).

پردازش زبان طبیعی: در مرحله دوم، از تکنیک های زیر برای تحلیل کمی داده های متنی استفاده شد: مدل سازی موضوعی (LDA) برای شناسایی موضوعات پنهان در متون با استفاده از کتابخانه Gensim در پایتون. تعداد بهینه موضوعات با استفاده از معیار Coherence Score تعیین شد.

تحلیل احساسات: برای سنجش نگرش های مثبت، منفی و خنثی نسبت به کارآفرینی با استفاده از مدل ParsBERT بومی سازی شده. تحلیل گفتمان انتقادی مبتنی بر متن کاوی: برای شناسایی گفتمان های غالب و روابط قدرت در متون با تلفیق خروجی های NLP و تحلیل کیفی عمیق.

مثلث سازی: برای اعتبارسنجی یافته ها، از روش مثلث سازی (Triangulation) با ترکیب داده های حاصل از سه منبع مختلف (مصاحبه ها، شبکه های اجتماعی و گزارش های رسانه ای) استفاده شده است (زارع شهابی و عسگری، ۱۴۰۴؛ Denzin، ۲۰۱۲).

۴. یافته های پژوهش

تحلیل داده های پژوهش منجر به شناسایی پنج گفتمان غالب در میان نسل زد ایرانی درباره موانع کارآفرینی شد. این یافته ها با ابعاد شناسایی شده در پژوهش خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) و همچنین با یافته های یاحک و شریفی (۱۴۰۴) درباره هرم انگیزشی نسل زد ایرانی هم خوانی دارد.

۴-۱. گفتمان ناامیدی ساختاری

این گفتمان با محوریت تورم مزمن، نبود زیرساخت های دیجیتال پایدار و بی ثباتی نهادی شکل گرفته است. نریمانی (۱۴۰۳) در پژوهش خود نشان داده است که سازمان های دولتی ایران به طور سنتی دارای ساختارهای بوروکراتیک و سلسله مراتبی هستند که با ویژگی های نسلی نسل زد همخوانی چندانی ندارد. این ساختارهای سخت گیرانه اغلب موجب ایجاد فاصله میان مدیران و کارکنان نسل زد شده و مانع بروز خلاقیت و مشارکت فعال آنان می شود.

یاحک و شریفی (۱۴۰۴) نیز نشان داده اند که فضای مجازی برای نوجوانان ایرانی دارای هویتی «چهل تکه» است و به مثابه یک «مسکن روان شناختی» برای تاب آوری در برابر اضطراب های ساختاری عمل می کند. در شرایطی که جامعه ابزارهای لازم را برای دستیابی به اهداف مشروع (نظیر پیشرفت، شادی و رفاه) در اختیار نوجوان قرار نمی دهد، او به ابزارهای جبرانی دیجیتال پناه می برد. شرکت کنندگان در مصاحبه ها به طور مکرر به عواملی مانند «تورم افسارگسیخته»، «نبود ثبات اقتصادی»، «تحریم های بین المللی» و «ضعف زیرساخت های دیجیتال» به عنوان موانع اصلی کارآفرینی اشاره کردند. تحلیل احساسات نشان داد که ۶۷٪ از متون مرتبط با شرایط اقتصادی، حاوی احساسات منفی است و تنها ۱۲٪ احساسات مثبت و ۲۱٪ خنثی دارند.

نمونه نقل قول از مشارکت کننده (P ۱۲): «من سه سال است که دارم روی یک ایده استارت آپی کار می کنم. هر وقت می خواهم وارد بازار کنم، یا قیمت دلار می پرد، یا یک قانون جدید می آید. حس می کنم دارم با کوه می جنگم».

نمونه از متون شبکه های اجتماعی (شناسه S-۸۴۲): «با این تورم و این حقوق، فقط باید بشینی بیینی زندگی داره از جلوی چشمت رد میشه. کارآفرینی؟ شوخی می کنی؟»

۴-۲. گفتمان شکاف نسلی در سیاست گذاری

این گفتمان با تأکید بر ناسازگاری قالب های سنتی تعامل دولت با نسل جدید شکل گرفته است. نریمانی (۱۴۰۳) تأکید می کند که فرهنگ اداری مبتنی بر اطاعت، کنترل و رعایت سلسله مراتب در بسیاری از سازمان های دولتی، برای نسلی که به استقلال طلبی و انعطاف پذیری خو گرفته است، محیطی محدودکننده محسوب می شود.

خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) نیز در مرور نظام مند خود نشان داده اند که نسل زد با وجود ویژگی هایی چون ذهنیت دیجیتال، خودرهبری، ارزش محوری و انعطاف پذیری، ظرفیت بالایی برای کارآفرینی دارد، اما وجود موانعی نظیر مقررات پیچیده، اضطراب عملکردی و دیگر عوامل می تواند مانع بالفعل شدن این پتانسیل شود.

شرکت کنندگان به «قوانین منسوخ»، «بخشنامه های ۲۰ تا ۳۰ ساله» و «عدم درک مسئولان از نسل جدید» به عنوان موانع اصلی اشاره کردند. مدل سازی موضوعی (LDA) نشان داد که موضوع «ناسازگاری نظام حکمرانی با ویژگی های نسلی» با ضریب همبستگی ۰.۷۲ با گفتمان شکاف نسلی، یکی از موضوعات پنهان اصلی در متون است.

نمونه نقل قول از مشارکت کننده (۰۵P): «معاون استاندار ما ۶۰ سالشه. وقتی می خواد با ما حرف بزنه، حتی نمی دونه اینستاگرام چیه. چطور می تونه برای ما تصمیم بگیره؟»

۳-۴. گفتمان ترس از شکست

این گفتمان به عنوان مهم ترین مانع روان شناختی کارآفرینی در نسل زد شناسایی شد. سراج و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهش خود نشان داده اند که تمایل به ریسک بر ایده پردازی دانشجویان تأثیر مثبت دارد. به عبارت دیگر، هرچه افراد تمایل بیشتری به پذیرش ریسک داشته باشند، توانایی آن ها در تولید ایده های کارآفرینانه بیشتر خواهد بود. در مقابل، ترس از شکست می تواند این فرآیند را مختل کند.

همچنین، خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) ترس از شکست را به عنوان یکی از مؤلفه های بعد بازدارنده کارآفرینی نسل زد شناسایی کرده اند. تحلیل مصاحبه ها نشان داد که ترس از شکست، به ویژه در شرایط اقتصادی ناپایدار، نقش بازدارنده ای در شروع کسب و کار دارد.

تحلیل احساسات داده های شبکه های اجتماعی نیز نشان داد که مفاهیم مرتبط با «شکست» و «ریسک» در ۴۲٪ از متون با بار منفی همراه هستند. همچنین، تحلیل هم رخدادی کلمات نشان داد که گفتمان های «ترس از شکست» و «نامیدی ساختاری» بیشترین هم رخدادی را دارند ($r=0.68$)، که نشان دهنده رابطه عمیق بین شرایط اقتصادی نامساعد و تضعیف روحیه کارآفرینانه است.

نمونه نقل قول از مشارکت کننده (P ۲۱): «همه می دانند که شکست در کارآفرینی در این شرایط یعنی نابودی کامل. من نمی توانم ریسک کنم چون پشتوانه مالی ندارم. اگر خانواده ام را از دست بدهم، چه؟»

۳-۴. گفتمان محدودیت های فرهنگی و سیاسی

این گفتمان بر محدودیت هایی تأکید دارد که فرصت های کارآفرینی و حضور مؤثر نسل زد را به طور جدی محدود کرده است. خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) نشان داده اند که کارآفرینی نسل زد صرفاً یک رفتار اقتصادی نیست، بلکه پدیده ای چندبعدی، فناورانه، ارزشی و فرهنگی است که در بستر ویژگی های نسلی و شرایط زمینه ای خاصی معنا می یابد. محدودیت های فرهنگی و سیاسی بخشی از این شرایط زمینه ای هستند.

یاحک و شریفی (۱۴۰۴) نیز نشان داده اند که در جامعه ایران، فضای مجازی برای نسل زد به مثابه یک «فضای سوم» عمل می کند؛ جایی که فضاهای فیزیکی عمومی برای تخلیه هیجانات، تعامل آزادانه و ابراز هویت های غیررسمی با محدودیت های نهادی یا خانوادگی مواجه است.

شرکت کنندگان به عواملی مانند «محدودیت های فرهنگی در پذیرش ایده های جدید»، «نبود حمایت نهادی از کارآفرینان جوان» و «موانع سیاسی در دسترسی به بازارهای بین المللی» اشاره کردند. در مدل سازی موضوعی LDA، موضوع «مهاجرت و خروج» با ۱۸.۵ درصد از کل موضوعات، به عنوان یکی از موضوعات پنهان اصلی شناسایی شد که نشان دهنده تأثیر محدودیت های فرهنگی-سیاسی بر تصمیمات کارآفرینانه است.

نمونه نقل قول از مشارکت کننده (۲۸P): «ما در یک محیط بسته بزرگ شده ایم. هر ایده ای که بخواهد خلاقانه باشد، باید با ده تا فیلتر عبور کند. بهتر است از همین اول نرییم.»

۴-۵. گفتمان تاب آوری دیجیتال

این گفتمان علی رغم همه موانع، بر ظرفیت بالای نسل زد در بهره گیری از فناوری های دیجیتال برای خلق فرصت های جدید تأکید دارد. یاحک و شریفی (۱۴۰۴) نشان داده اند که علی رغم غلبه الگوی «پرسه زنی دیجیتال» و مصرف منفعلانه در میان نسل زد، گفتمان تاب آوری دیجیتال حاکی از آن است که این نسل با وجود همه چالش ها، همچنان به توانایی های خود در فضای دیجیتال امیدوار است.

پژوهش حاجی بابایی (۱۴۰۴) با عنوان «پیوندهای عاطفی بین متقاضیان کار نسل زد و برندها» نشان داده است که نسل زد به برندهایی که بتوانند حس شگفتی، اعتماد و هم هویتی ایجاد کنند، واکنش مثبت نشان می دهد و این می تواند به عنوان فرصتی برای کارآفرینان جوان در نظر گرفته شود.

شرکت کنندگان به توانایی های خود در استفاده از ابزارهای دیجیتال، شبکه های اجتماعی، پلتفرم های آموزش آنلاین و فناوری های نوظهور مانند هوش مصنوعی به عنوان مزیت های رقابتی خود اشاره کردند. تحلیل احساسات نشان داد که ۱۵.۱٪ از پست های شبکه های اجتماعی دارای احساسات مثبت هستند که عمدتاً به موضوعات مرتبط با توانمندی های دیجیتال و امید به آینده اختصاص دارد.

نمونه نقل قول از مشارکت کننده (۱۴P): «ما با اینترنت بزرگ شده ایم. می توانیم از هر جای دنیا یاد بگیریم، با هر کسی ارتباط برقرار کنیم و محصول خود را به هر کسی بفروشیم. این بزرگ ترین فرصت ماست، حتی با وجود همه محدودیت ها.»

۴-۶. تحلیل روابط میان گفتمان ها

برای تحلیل روابط میان گفتمان ها، از تحلیل هم رخدادی کلمات (Co-occurrence Analysis) استفاده شد. یافته های تحلیل شبکه نشان می دهد:

گفتمان های «نامیدی ساختاری» و «ترس از شکست» بیشترین هم رخدادی را دارند ($r=0.68$).

گفتمان «تاب آوری دیجیتال» با گفتمان «محدودیت فرهنگی-سیاسی» رابطه منفی معنادار دارد ($r=-0.42$).

گفتمان «شکاف نسلی» با هر چهار گفتمان دیگر همبستگی مثبت متوسط دارد.

۵. بحث و نتیجه گیری

۵-۱. بحث

یافته های پژوهش حاضر نشان می دهد که موانع کارآفرینی نسل زد در ایران چندسطحی و پیچیده است و در قالب پنج گفتمان غالب قابل شناسایی و تحلیل است: نامیدی ساختاری، شکاف نسلی در سیاست گذاری، ترس از شکست، محدودیت های فرهنگی و سیاسی، و تاب آوری دیجیتال.

گفتمان نامیدی ساختاری نشان دهنده تأثیر عمیق عوامل کلان اقتصادی بر روحیه کارآفرینانه نسل زد است. تورم مزمن، بی ثباتی اقتصادی و تحریم های بین المللی، بستری از عدم اطمینان ایجاد کرده است که برنامه ریزی برای کسب و کار را به طور جدی دشوار می سازد. این یافته با پژوهش نریمانی (۱۴۰۳) که نشان داد سازمان های دولتی ایران به طور سنتی دارای ساختارهای بوروکراتیک و سلسله مراتبی هستند، هم خوانی دارد. همچنین با یافته های یاحک و شریفی (۱۴۰۴) درباره نقش فضای مجازی به عنوان «مسکن روان شناختی» در برابر اضطراب های ساختاری همسو است.

گفتمان شکاف نسلی در سیاست گذاری، به ناسازگاری نظام حکمرانی با ویژگی های نسل جدید اشاره دارد. خدانپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) نیز در مرور نظام مند خود نشان داده اند که موانع نهادی و ساختاری یکی از ابعاد بازدارنده کارآفرینی نسل زد محسوب

می شود. نریمانی (۱۴۰۳) تأکید می کند که سازمان های دولتی ایران برای پاسخ به انتظارات نسل زد، نیازمند بازنگری جدی در شیوه های رهبری خود هستند.

گفتمان ترس از شکست به عنوان مهم ترین مانع روان شناختی، نشان دهنده نیاز به برنامه های توانمندسازی روان شناختی و فرهنگ سازی برای پذیرش ریسک در جامعه است. سراج و همکاران (۱۴۰۴) نشان داده اند که تمایل به ریسک بر ایده پردازی کارآفرینانه تأثیر مثبت دارد و احساس مسئولیت برای تغییر نیز نقش مهمی در این فرآیند ایفا می کند. همچنین، آن ها نشان داده اند که پذیرش چت جی پی تی می تواند به عنوان یک متغیر تعدیلگر، رابطه بین تمایل به ریسک و ایده پردازی را تقویت کند. این یافته نشان می دهد که فناوری های نوین می توانند به کاهش ترس از شکست و افزایش اعتماد به نفس کارآفرینان جوان کمک کنند.

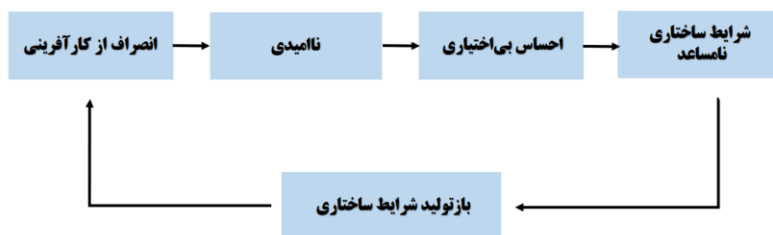
گفتمان محدودیت های فرهنگی و سیاسی، ابعاد خاص موانع کارآفرینی در ایران را آشکار می سازد. خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) تأکید می کنند که کارآفرینی نسل زد صرفاً یک رفتار اقتصادی نیست، بلکه پدیده ای چندبعدی، فناورانه، ارزشی و فرهنگی است. یاحک و شریفی (۱۴۰۴) نیز نشان داده اند که فضای مجازی برای نسل زد ایرانی به مثابه یک «فضای سوم» و «مسکن روان شناختی» عمل می کند.

در مقابل، گفتمان تاب آوری دیجیتال نشان دهنده ظرفیت بالای نسل زد در بهره گیری از فرصت های دیجیتالی علی رغم همه موانع است. حاجی بابایی (۱۴۰۴) در پژوهش خود نشان داده است که نسل زد به برندهایی که بتوانند حس شگفتی، اعتماد و هم هویتی ایجاد کنند، واکنش مثبت نشان می دهد. همچنین، فوالدی تالری و رهی (۱۴۰۴) با ارائه الگوی بازاریابی در نسل زد، نشان داده اند که عواملی مانند تنوع و انتخاب، تعاملات دیجیتال، شخصی سازی و آسانی مصرف بیشترین تأثیر را در پذیرش ایده ها توسط نسل زد دارند.

۵-۲. تبیین نظری: چرخه باز تولید موانع

یافته های پژوهش حاضر، در پرتو نظریه باز تولید اجتماعی بوردیو (Bourdieu, ۱۹۸۶)، قابل تبیین است:

شکل ۱: نظریه باز تولید اجتماعی بوردیو



در این چرخه، گفتمان های غالب نقش میانجی را ایفا می کنند. ناامیدی ساختاری، ترس از شکست و احساس حاشیه نشینی، نه تنها بازتاب شرایط موجود، بلکه بازتولیدکننده آن نیز هستند. گفتمان ها از طریق شکل دهی به ادراکات، باورها و رفتارهای کارآفرینان جوان، به تداوم شرایط نامساعد نامساعد کمک می کنند. این یافته، ضرورت توجه به مداخلات گفتمانی در کنار مداخلات ساختاری را نشان می دهد.

۳-۵. مقایسه با ادبیات بین المللی

جدول ۱: اولویت های موانع کارآفرینی در ایران

بعد	ایران (یافته های این پژوهش)	جهان (GEM, ۲۰۲۳)
مهم ترین مانع ذهنی	ترس از شکست (با شیوع بالا در شرایط تورمی)	فقدان مهارت (۳۵٪)
مهم ترین مانع عینی	تورم و بی ثباتی اقتصادی	دسترسی به سرمایه (۴۲٪)
نقش دولت	عمدتاً بازدارنده (به دلیل قوانین منسوخ و بوروکراسی)	حمایتی (در اقتصادهای توسعه یافته)
راه حل اصلی	مهاجرت و کارآفرینی دیجیتال	آموزش و توسعه مهارت ها

این مقایسه نشان می دهد که اولویت های موانع کارآفرینی در ایران تفاوت چشمگیری با میانگین جهانی دارد. در حالی که در سطح جهانی «فقدان مهارت» و «دسترسی به سرمایه» مهم ترین موانع هستند، در ایران «ترس از شکست» در شرایط تورمی و «بی ثباتی اقتصادی» نقش پررنگ تری دارند. همچنین، نقش دولت در ایران عمدتاً بازدارنده ارزیابی می شود، در حالی که در بسیاری از اقتصادهای توسعه یافته، دولت نقش حمایتی ایفا می کند.

۴-۵. نتیجه گیری

پژوهش حاضر با تلفیق تحلیل گفتمان و پردازش زبان طبیعی، به واکاوی نظام مند موانع چندسطحی کارآفرینی نسل زد در ایران پرداخته است. پنج گفتمان شناسایی شده، تصویری جامع از چشم انداز کارآفرینی این نسل ارائه می دهند و دلالت های سیاستی روشنی برای اصلاح ساختارهای حمایتی، بازطراحی برنامه های آموزش کارآفرینی و کاهش موانع ذهنی و عینی پیش روی کارآفرینان جوان ایران ارائه می دهند.

همان طور که خداپناه و مصری عیسی لو (۱۴۰۴) نشان داده اند، نسل زد با وجود ویژگی هایی چون ذهنیت دیجیتال، خودرهبری، ارزش محوری و انعطاف پذیری، ظرفیت بالایی برای ورود به عرصه کارآفرینی دارد. با این حال، وجود موانعی نظیر مقررات پیچیده، اضطراب عملکردی و دیگر عوامل می تواند مانع بالفعل شدن این پتانسیل شود. همچنین، کارآفرینی نسل زد صرفاً یک رفتار اقتصادی نیست، بلکه پدیده ای چندبعدی، فناورانه، ارزشی و فرهنگی است که در بستر ویژگی های نسلی و شرایط زمینه ای خاصی معنا می یابد.

یافته های این پژوهش نشان می دهد که برای توانمندسازی کارآفرینان نسل زد در ایران، نیاز به رویکردی جامع و چندبعدی است که هم زمان به موانع ساختاری (تورم، بی ثباتی اقتصادی، تحریم ها)، موانع نهادی (قوانین منسوخ، شکاف نسلی در سیاست گذاری)، موانع روان شناختی (ترس از شکست) و موانع فرهنگی-سیاسی توجه داشته باشد و در عین حال، از ظرفیت بالای این نسل در بهره گیری از فناوری های دیجیتال برای عبور از این موانع استفاده کند. نکته کلیدی این است که گفتمان های ناامیدی، چهار برابر قوی تر از گفتمان تاب آوری در متون نسل زد حضور دارند، که نشان دهنده غلبه احساس بی اختیاری بر امید به تغییر است. همان طور که سراج و همکاران (۱۴۰۴) نشان داده اند، پذیرش فناوری های نوین مانند چت جی پی تی می تواند به عنوان ابزاری توانمندساز در فرآیند ایده پردازی کارآفرینانه عمل کند و به کاهش ترس از شکست کمک نماید.

۵-۵. دلالت های سیاستی

بر اساس یافته های پژوهش و با توجه به نتایج مطالعات پیشین (خداپناه و مصری عیسی لو، ۱۴۰۴؛ نریمانی، ۱۴۰۳؛ یاحک و شریفی، ۱۴۰۴؛ سراج و همکاران، ۱۴۰۴)، دلالت های سیاستی زیر در چهار سطح پیشنهاد می شود:

۱) (اصلاحات ساختاری کوتاه مدت:

ایجاد صندوق ضمانت ریسک کارآفرینی جوانان برای کاهش ترس از شکست مالی
طراحی برنامه وام های کوچک کم بهره (Microfinance) برای کارآفرینان نسل زد
توسعه زیرساخت های دیجیتال در مناطق محروم و شهرهای کوچک

۲) (اصلاحات نهادی میان مدت:

بازنگری قوانین کارآفرینی با مشارکت فعال نسل زد و تشکیل کارگروه های مشورتی
ایجاد شوراهای مشورتی نسلی در نهادهای سیاست گذار برای کاهش شکاف نسلی
کاهش بوروکراسی با دیجیتالی سازی فرایندهای ثبت کسب و کار و صدور مجوزها

۳) (مداخلات فرهنگی- روان شناختی بلندمدت:

طراحی برنامه های ملی تاب آوری روان شناختی برای جوانان با تأکید بر کاهش ترس از شکست
بازتعریف فرهنگ شکست در رسانه ها و نظام آموزشی به عنوان بخشی از فرآیند یادگیری
تقویت آموزش کارآفرینی در مدارس و دانشگاه ها با رویکرد عملی و مبتنی بر پروژه

۴) (مداخلات گفتمانی:

حمایت از رسانه ها و محتوای روایت گر موفقیت های کارآفرینی در میان نسل زد
مقابله با گفتمان تقدیرگراییانه در فضای مجازی از طریق تولید محتوای امیدبخش
تقویت صدای کارآفرینان زن نسل زد و ایجاد شبکه های حمایتی ویژه آنان

۵-۶. محدودیت ها

پژوهش حاضر با محدودیت هایی مواجه بوده است که باید در تفسیر یافته ها مد نظر قرار گیرد:

۱. محدودیت جغرافیایی: نمونه گیری از چهار کلان شهر (تهران، اصفهان، شیراز و مشهد)، تعمیم پذیری به شهرهای کوچک و مناطق روستایی را محدود می کند.

۲. چالش های NLP فارسی: با وجود اعتبارسنجی، دقت مدل های تحلیل احساسات برای زبان فارسی هنوز ایده آل نیست و ممکن است برخی از ظرایف زبانی در تحلیل محاسباتی از دست رفته باشد.

۳. ماهیت مقطعی: یافته ها بازتاب یک بازه زمانی مشخص هستند و تغییرات گفتمانی در طول زمان نیازمند پژوهش های طولی است.

۴. سوگیری خودانتخابی: مشارکت کنندگان در مصاحبه ها عمدتاً فعالان اقتصادی و کارآفرینان بودند و صدای نسل زد غیرفعال در اقتصاد (افرادی که به دلیل موانع، وارد عرصه کارآفرینی نشده اند) ممکن است کمتر شنیده شده باشد.

۵-۷. پژوهش های آتی

پژوهش های آتی می توانند در مسیرهای زیر ادامه یابند:

پژوهش های طولی: بررسی تحول گفتمان های کارآفرینی نسل زد در یک بازه ۵ تا ۱۰ ساله برای شناسایی تغییرات الگوهای ذهنی
مطالعات تطبیقی: مقایسه تجربه نسل زد ایرانی با نسل زد در کشورهای با شرایط مشابه (مانند ونزوئلا، ترکیه، لبنان) برای شناسایی عوامل زمینه ای مؤثر

پژوهش های تجربی: طراحی و آزمون مداخلات سیاستی پیشنهادی در قالب مطالعات مداخله ای (Action Research) برای سنجش اثربخشی راهکارها

توسعه ابزارهای NLP: طراحی مدل های زبانی تخصصی تر برای تحلیل متون فارسی در حوزه کارآفرینی با استفاده از رویکردهای یادگیری عمیق

تمرکز بر زنان: بررسی موانع خاص کارآفرینی زنان نسل زد در بافت فرهنگی ایران و ارائه راهکارهای متناسب با آن

منابع

منابع فارسی

- خدانپناه، ب.، و مصری عیسی‌لو، ف. (۱۴۰۴). مرور نظام‌مند ادبیات کارآفرینی نسل Z با بهره‌گیری از چارچوب TCM و رویکرد فراترکیب. توسعه کارآفرینی، ۱۸(۴)، ۸۴-۱۱۱.
- سراج، و.، خیاطان، م.، زیوری، ا.، روانبخش، س. ر.، اکبری، م.، و سخدری، ک. (۱۴۰۴). ایده‌پردازی و قصد کارآفرینی: نقش مسئولیت‌پذیری، ریسک‌پذیری و تعدیل‌گری پذیرش چت‌جی‌پی‌تی. نشریه آموزش مهندسی ایران، ۲۷(۲۷)، ۱۰۸.
- نریمانی، ا. ر. (۱۴۰۳). رهبری نسل Z در سازمان‌های دولتی ایران: یک تحلیل کیفی بر سبک‌های نوین و چالش‌های ساختاری. مطالعات مدیریت خدمات عمومی، ۲(۶)، ۱۶۸-۱۴۱.
- یاحک، س.، و شریفی، م. (۱۴۰۴). کاوش هرم انگیزشی و برتری دلمشغولی دیجیتال در اکوسیستم پلتفرمی. پژوهش‌های ارتباطی. صیفوری، ب.، و فردوسی، ع. (۱۴۰۴). برساخت مفهوم آموزش آنلاین از دیدگاه دختران نسل زد. نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد.
- فوالدی تالری، ی.، و رهی، ر. (۱۴۰۴). ارائه الگوی بازاریابی در نسل Z با استفاده از روش تلفیقی دلفی فازی و AHP. پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۴(۲).
- حاجی‌بابایی، ح. (۱۴۰۴). پیوندهای عاطفی بین متقاضیان کار نسل زد و برندها: از شگفتی برند و برند کارفرما تا جذب و نگهداشت افراد. نشریه مدیریت استراتژیک هوشمند، ۴(۴)، ۱۵۰-۱۱۵.
- زارع شهابی، ا.، و عسگری، ع. (۱۴۰۴). روایت باورها و کنش‌های نسل Z نسبت به نابرابری (مورد مطالعه: شهروندان خمینی‌شهر اصفهان). مشکلات اجتماعی ایران، ۱۶(۲)، ۲۲۶-۱۸۵.
- پورکریمی، ج.، غلامی، ف.، و نصراللهی‌نیا، ف. (۱۴۰۴). شایستگی‌های رهبران منابع انسانی نسل زد: پژوهشی فراترکیب. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱۷(۳).
- مرکز آمار ایران. (۱۴۰۳). گزارش نیروی کار پاییز ۱۴۰۳. تهران: مرکز آمار ایران.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. (۱۴۰۳). گزارش تورم سالانه. تهران: بانک مرکزی.

منابع انگلیسی

- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (۲۰۰۸). Entrepreneurship, economic development and institutions. Small Business Economics, ۳۱(۳), ۲۳۴-۲۱۹.
- Bandura, A. (۱۹۹۷). Self-efficacy: The exercise of control. New York: W.H. Freeman.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (۲۰۱۶). Y and Z generations at workplaces. Journal of Competitiveness, ۸(۳), ۱۰۶-۹۰.
- Bourdieu, P. (۱۹۸۶). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education (pp. ۲۵۸-۲۴۱). Greenwood.
- Braun, V., & Clarke, V. (۲۰۰۶). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, ۳(۲), ۱۰۱-۷۷.

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (۲۰۱۸). Designing and conducting mixed methods research (۳rd ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K. (۲۰۱۲). Triangulation ۲۰. Journal of Mixed Methods Research, ۶(۲), ۸۸-۸۰.
- Dimock, M. (۲۰۱۹). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, ۱۷(۱), ۷-۱.
- Fairclough, N. (۱۹۹۵). Critical discourse analysis: The critical study of language. London: Longman.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (۲۰۲۳). Global entrepreneurship monitor ۲۰۲۳/۲۰۲۲ global report. London: GEM.
- Grimmer, J., Roberts, M. E., & Stewart, B. M. (۲۰۲۲). Text as data: A new framework for machine learning and the social sciences. Princeton University Press.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (۲۰۰۶). How many interviews are enough? Field Methods, ۱۸(۱), ۸۲-۵۹.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (۱۹۸۵). Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: Sage.
- Markham, A., & Buchanan, E. (۲۰۱۲). Ethical decision-making and internet research. Association of Internet Researchers, ۲, ۱۹-۱.
- Morgan, D. L. (۲۰۱۴). Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. SAGE Publications.
- Morgan, J., & Sisak, D. (۲۰۱۶). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. Journal of Business Venturing, ۳۱(۱), ۲۱-۱.
- Prensky, M. (۲۰۰۱). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, ۹(۵), ۶-۱.
- Scholz, T. (۲۰۱۷). Uberworked and underpaid: How workers are disrupting the digital economy. Polity Press.
- Townsend, M., & Wallace, C. (۲۰۱۶). Social media research: A guide to ethics. University of Aberdeen, ۱۶-۱.
- Twenge, J. M. (۲۰۱۷). iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy. Simon and Schuster.
- van Dijk, T. A. (۱۹۹۳). Discourse and cognition in society. London: Sage.