



Phenomenological Study of Existential Roots and Themes in Entrepreneurship

Jahangir Yadollahi Farsi 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
jfarsi@ut.ac.ir

Reza MohammadKazemi 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
R_mkazemi@ut.ac.ir

Ali Khademooreza * 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
Ali_khademooreza@ut.ac.ir

ABSTRACT

Objective: Entrepreneurship, is an interdisciplinary and young research field. This developing field has a major capacity and need for conceptualization, in itself and in connection with other fields of knowledge, so that new questions are raised in it and new answers are also found from the connection and combination of other sciences with it. Thus, the body of knowledge of this field can be deepened and expanded. The aim of this research is to see through the entrepreneurial action from a completely new perspective and raise the question whether entrepreneurship, as a personal action and phenomenon, can have existential themes and roots? Meaning that, in the mental layers of entrepreneurial action, which includes beliefs, motivations, intentions, desires, and purposes, the entrepreneur seeks answers for the existential drivers, and whether his actions overlaps with the fundamental themes of existentialism? This research seeks to understand entrepreneurship, as an empirical and personal phenomenon, in its most fundamental subjective and intuitive layers. For that, it is needed to understand the lived world of the entrepreneur from the existential perspective in order to clarify different way to view entrepreneurial action.

Method: Considering the subject, objective and question, this is a qualitative research, its ontology is subjectivist, its epistemology is non-probative, its paradigm is interpretive intellectual and its strategy and methodology phenomenology. Since this research has taken the first step towards phenomenological study of entrepreneurial actions based on existentialism, it is a fundamental research in that seeks to explore uncover concepts and themes. The position of the researcher is an empathetic observer, which is most compatible with the paradigm of interpretivism and the strategy of phenomenology. The statistical population of this research is the entrepreneurs of small and medium-sized enterprises in Tehran. the entrepreneurial nature of these businesses is based on key indicators including; Innovative product, service and activity in a specific field for the first time and before other competitors; Entering a new market, creating a new market, growing rapidly in the market or in the number of human resources; decision-making and actions in uncertainty; And the activities based on the principles of effectuation. After developing the research protocol, 5 interviews were conducted from which the research data were extracted. The sampling methods of the research were non-random and multi-stage, and in addition to that, having experience in the phenomenon of entrepreneurship and the desire and ability of interviewee to describe that experience were highly considered. Collecting information from the sample population was done through in-depth, semi-structured or unstructured phenomenological interviews. Validity and reliability methods of this research contains (internal validity): getting opinions of two participants about the findings, (external validity): articulating some parts of the findings in the form of quotations. (Internal reliability): checking the processes of information gathering, coding and reviewing data multiple times by the researcher and (external reliability): the comparison of raw data and analyzed data

Results: After analyzing the information collected from the literature review and conducting phenomenological interviews, 51 existential themes related to entrepreneurial action were deduced and extracted. Many of these 51 themes had subcategory themes themselves. Thus the description of each theme was determined. Also, by integrating and combining these themes in a bottom-up approach, 8 main

clusters of existential themes related to entrepreneurial action were determined, containing; Being-in-the-world; time; communication and co-existence (being-in-the-human-world); from facticity to standing out; building oneself and one's world through action in the path of authenticity; freedom, responsibility and choice; meaning in entrepreneurship and death.

Conclusion: As a result of the research, 51 existential themes categorized in 8 main clusters related to entrepreneurial action were uncovered and identified. The high repetition of these themes in the interviews indicates the theoretical saturation and also a rich roots of existentialism in entrepreneurial action and the phenomenon of entrepreneurship. These 51 themes and 8 main clusters reveal the main interrelated concepts between entrepreneurial action and existentialism and indicate the deep connection between these two fields of knowledge and concepts. Furthermore, it was found out that the existential themes mentioned in this research, consciously or unconsciously existed in the mental layers of the interviewed entrepreneurs and provided a basis, meaning and reason for their decision making and entrepreneurial action.

Keywords: Existentialism, Phenomenology, Existential psychotherapy, Existential Philosophy, Entrepreneurial Action

Cite this article: Yadollahi Farsi, j ; Mohammadkazemi, R & Khademozra, A. (2025). Phenomenological Study of Existential Roots and Themes in Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 18(1), 144-174 <https://doi.org/10.22059/jed.2025.388589.654476> (in Persian)

Received: 18-01-2025 ; **Revised:** 05-03-2025; **Accepted:** 2025-04-18; **Published online:** 20-05-2025
© The Author(s). **Article type:** Research **Publisher:** University of Tehran Press.



مطالعه پدیدارشناسانه ریشه‌ها و مضامین اگزستانسیال در کارآفرینی

 جهانگیر یداله‌ی فارسی

گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Jfarsi@ut.ac.ir

 رضا محمد کاظمی

گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

R_mkazemi@ut.ac.ir

 علی خادم‌الرضا *

نویسنده مسئول، گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Ali_khademoreza@ut.ac.ir

چکیده

هدف: رشته کارآفرینی به عنوان یکی از رشته‌های میان‌رشته‌ای، حوزه پژوهشی نسبتاً جوانی است. این رشته در حال رشد، ظرفیت و نیاز فراوانی برای مفهوم‌سازی در خود و در ارتباط با حوزه‌های دانشی دیگر دارد، به‌طوری‌که سوالات جدید در آن مطرح شده و پاسخ‌های جدیدی نیز از پیوند علوم دیگر با آن یافته شود. بدین ترتیب بدنه دانشی این رشته می‌تواند عمق و گسترش یابد. هدف پژوهش حاضر آن است تا به کنش کارآفرینانه از منظری کاملاً نو بنگرد و این سوال را مطرح کند که آیا کارآفرینی به مثابه کنش و پدیده شخصی، می‌تواند دارای مضامین و ریشه‌های اگزستانسیال باشد؟ به این معنا که آیا شخص کارآفرین در لایه‌های ذهنی کنش کارآفرینانه که شامل باورها، انگیزه‌ها، نیت‌ها، خواسته و مقصودهاست، در پی پاسخ به سائق‌ها و مضامین اگزستانسیال است و اینکه اقدامات او با مضامین بنیادین اگزستانسیالیسم هم‌پوشانی دارد؟ این پژوهش به دنبال آن است که در بنیادین‌ترین لایه‌های ذهنی و شهودی، اقدام به شناخت پدیده تجربی و شخصی کارآفرینی کند و به این منظور، دنیای درونی و جهان زیسته کارآفرین را از منظر مضامین اگزستانسیال فهم کند تا به روشن شدن زوایای جدیدی برای نگرستن به ریشه‌های کنش کارآفرینانه منجر شود.

روش: پژوهش حاضر با توجه به موضوع، اهداف و سوالات آن، پژوهشی کیفی است. این پژوهش از لحاظ هستی‌شناسی ذهنیت‌گرا، از لحاظ معرفت‌شناسی غیر اثباتی، از لحاظ پارادایم فکری تفسیری بوده و استراتژی و روش‌شناسی آن پدیدارشناسی است. از آنجا که این پژوهش در نوع خود نخستین گام را برای مطالعه پدیدارشناسانه و تحلیل محتوای کنش‌های کارآفرینانه مبتنی بر فلسفه اگزستانسیالیسم را برداشته است، می‌توان بیان داشت که از نظر هدف یک پژوهش بنیادی محسوب می‌شود که به دنبال اکتشاف مفاهیم و مضامین است. در این پژوهش موضع پژوهش‌گر، مشاهده‌گر همدل است که این موضع با پارادایم تفسیرگرایی و استراتژی پدیدارشناسی بیشترین همخوانی را دارا می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کارآفرینان کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرینانه در شهر تهران تشکیل می‌دهد که صفت کارآفرینانه بودن این کسب و کارها مبتنی بر مؤلفه‌های کلیدی از جمله؛ محصول یا خدمت نوآورانه و نیز فعالیت در زمینه خاص برای اولین بار و قبل از سایر رقبا؛ ورود به بازار جدید، خلق بازار جدید و یا رشد سریع در بازار یا در تعداد منابع انسانی شرکت؛ تصمیم‌گیری و فعالیت در فضای عدم قطعیت؛ و فعالیت بر اساس اصول و منطق امکان‌گرایی تعریف شده است. برای انجام این پژوهش پس از تدوین پروتکل اجرا، ۵ مصاحبه پدیدارشناسانه عمیق انجام شد که داده‌های پژوهش از آنها استخراج شدند. روش‌های نمونه‌گیری این پژوهش غیر تصادفی و چند مرحله‌ای بود و علاوه بر دارا بودن تجربه پدیده کارآفرینی، تمایل و توانایی توصیف آن تجربه از منظر مضامین اگزستانسیال توسط مشارکت‌کننده مدنظر قرار گرفت. گردآوری اطلاعات از جامعه نمونه از طریق مصاحبه پدیدارشناسانه عمیق، نیمه‌ساختاریافته و یا ساختاریافته انجام شد. روش‌های روایی و پایایی این پژوهش در مورد مشروعیت و روایی (درونی): کسب نظر از دو مشارکت‌کننده در خصوص یافته‌ها، در مورد قابلیت انتقال (روایی خارجی): انتقال بخشی از یافته‌ها در قالب نقل قول مستقیم به خوانندگان، در مورد ثبات (پایایی درونی): چک کردن چند باره فرایندهای گردآوری اطلاعات، کد گذاری و مرور داده‌ها توسط پژوهشگر و در خصوص انتقال (پایایی خارجی) از مقایسه داده‌های خام و داده‌های تحلیل

شده می‌باشد.

یافته‌ها: پس از تحلیل اطلاعات گردآوری شده از مرور ادبیات و نیز انجام مصاحبه‌های پدیدارشناسانه و تحلیل آنها، ۵۱ مضمون اگزیستانسیال در ارتباط با کنش کارآفرینی استنباط و استخراج شد. بسیاری از این ۵۱ مضمون دارای مضامین زیرمجموعه‌هایی بودند که برای هر کدام نیز توصیف هر مضمون نیز مشخص گردید. همچنین با تلفیق و ترکیب این مضامین در قالب یک رویکرد از پائین به بالا، ۸ خوشه اصلی مضامین اگزیستانسیال در ارتباط با کنش کارآفرینانه مشخص گردید که مضامین استخراج شده در قالب آن دسته‌بندی شدند. این ۸ خوشه اصلی عبارتند از: در-جهان-بودن، زمان، ارتباطات و همبودی (در-جهان-انسانی-بودن)، از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی، ساخت خود و جهان خود به موجب کنش در مسیر اصالت، آزادی مسئولیت و انتخاب، معنا در کارآفرینی و مرگ.

نتیجه: تکرار بالای مصادیق از مضامین اگزیستانسیال در مصاحبه‌ها حاکی از اجتماع نظری و نیز گواهی بر رگه‌های غنی این مضامین در کنش کارآفرینانه و پدیده کارآفرینی است. در نتیجه این ۵۱ مضمون که در قالب ۸ خوشه اصلی از مضامین جای گرفتند، اصلی‌ترین مفاهیم هم‌پسته میان کنش کارآفرینانه و اگزیستانسیالیسم را بر ما آشکار کرده و بر پیوند عمیق این دو حوزه دانشی و مفهومی دلالت دارند. همچنین به واسطه مصاحبه‌های انجام شده مشخص شد که مضامین اگزیستانسیال مورد اشاره در این پژوهش، به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه و در لایه‌های ذهنی کارآفرینان مورد مصاحبه وجود داشته و مبنای معنا و چرایی برای تصمیم‌گیری و کنش کارآفرینانه آنان فراهم کرده است.

کلیدواژه‌ها: اگزیستانسیالیسم، پدیدارشناسی، روان‌درمانی اگزیستانسیال، فلسفه اگزیستانسیال، کنش کارآفرینانه

استناد به این مقاله: یدالهی فارسی، ج؛ محمد کاظمی، ر؛ خادم الرضا، ع. (۱۴۰). مطالعه پدیدارشناسانه ریشه‌ها و مضامین اگزیستانسیال در کارآفرینی.

فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۸(۱)، ۱۴۴-۱۷۴. <https://doi.org/10.22059/jed.2025.388589.654476>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۹ ؛ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۱۱ ؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۵ ؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۲/۳۰
© نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی. ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.



۱. مقدمه

رشته کارآفرینی به عنوان یکی از رشته‌های میان‌رشته‌ای، حوزه پژوهشی نسبتاً جوانی است (رُچا و برکینشاو^۱، ۲۰۰۷). بنابراین این رشته در حال رشد، ظرفیت و نیاز فراوانی برای مفهوم‌سازی در خود و در ارتباط با حوزه‌های دانشی دیگر دارد، به‌طوری‌که سوالات جدید در آن مطرح شده و پاسخ‌های جدیدی نیز از پیوند علوم دیگر با آن یافته شود. بدین ترتیب بدنه دانشی این رشته می‌تواند عمق و گسترش یابد. در همین راستا می‌توان پرسید که مفهوم یا جوهره کارآفرین بودن چیست؟ این موضوعی است که از زوایای گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است. باید توجه داشت که برای فهم کارآفرینی، دانستن اینکه کارآفرین به چه فکر می‌کند و چگونه درباره آن فکر می‌کند الزامی است. چرا که بخش بزرگی از کنش کارآفرینانه جنبه‌های درونی و ذهنی را در بر می‌گیرد. اما این باورها و بینش‌ها به راحتی در رفتار کارآفرینانه شخص قابل مشاهده نیستند و باید به صورت غیرمستقیم درک شوند (کرکلی^۲، ۲۰۱۶). چنانچه "در پس اقدام کارآفرینانه نیت نهفته است، در پس نیت کارآفرینانه بینش، در پس بینش کارآفرینانه ساختارهای شناختی عمیق، و در پس این ساختارهای شناختی باورها قرار دارند" (کرکلی^۳، ۲۰۱۶). به طور کلی، کنش به این خاطر از سایر رفتارهای انسانی متمایز است که در آن، شخص دلیلی برای کنش دارد. بدین معنا که شخص دست به کنش می‌زند زیرا می‌خواهد (خواست) به هدف یا باوری (انتظار) دست بیابد و کنش، رویکرد و ابزار مناسب دستیابی به آن است. از این منظر کنش مشخص، نشان‌دهنده نیت^۳ مشخص بوده (ساختار باور-خواست) و تظاهرات رفتاری بیرونی، بروز و نمود کنشی مشخص در ارتباط با نیتی مشخص است (مک مولن و شفرد^۴، ۲۰۰۶). اما این پرسش که کنش در زمینه کارآفرینی به طور خاص (یعنی کنش کارآفرینانه)، با چه نیت‌ها و خواسته‌هایی رخ می‌دهد، می‌تواند از منظرهای گوناگون مورد پژوهش قرار گیرد که یکی از آنها، نگاه به کنش کارآفرینانه از منظر اگزیستانسیالیسم است. در سراسر اعصار و فرهنگ‌ها، طبیعت و سرشت وجود انسان همواره مورد پرسش قرار گرفته است (واس و همکاران^۵، ۲۰۱۵). در میان مکاتبی که به سرشت و طبیعت انسان و در نتیجه انگیزه‌های او برای کنش می‌نگرند (استنمارک^۶، ۲۰۱۲). اگزیستانسیالیسم، فلسفه‌ای است که بر تقدم وجود بر ماهیت تأکید دارد، بدین معنا که فراتر و پیش‌تر از هرگونه برچسب، نقش، کلیشه و جوهره‌ای که ممکن است بر انسان نهاده شود، او به مثابه موجودی است که به صورت مستقل و آگاهانه عمل می‌کند (کوپر^۷، ۲۰۱۶؛ بارت^۸، ۱۹۶۴؛ اگروال و کروزل ملوی^۹، ۲۰۰۰؛ یالوم^{۱۰}، ۱۹۸۰؛ وست^{۱۱}، ۲۰۰۸؛

1. Rocha & Birkinshaw
2. Kirkley
3. Intention
4. McMullen & Shepherd
5. Vos et al
6. Stenmark
7. Cooper
8. Barrett
9. Agarwal & Cruise Malloy
10. Yalom
11. West

تان و لیم^۱، ۲۰۲۱؛ پلنتینگا^۲، ۱۹۸۳؛ استیونس و همکاران^۳، ۱۳۹۸؛ سارتر^۴، ۱۴۰۰؛ مک‌کواری^۵، ۱۳۹۹؛ می^۶، ۱۴۰۰؛ می و همکاران^۷، ۱۴۰۱؛ هایدگر^۸، ۱۴۰۱). اگزیستانسیالیسم گرایش فلسفی است که به جای پرسش‌های انتزاعی، پرسش‌هایی در ارتباط با بلافصل‌ترین تجربه بشری، یعنی هستی بشر، بودن او در جهان، جامعه و زندگی شخصی را مطرح می‌کند. در پاسخ به این پرسش‌ها نیز مضامین انتزاعی و منطقی کنار رفته و توصیفات پدیدارشناسانه از احساسات و عواطف انسانی که برخاسته از وجود اوست جایگزین می‌شوند (آبرشک^۹، ۲۰۲۴). فلسفه اگزیستانسیال بر تنوع بیش از همگونی و بر سوال و چالش بیش از پاسخ و حقایق ذهنی تأکید دارد. از نگاه این فلسفه، عمده ویژگی‌های اگزیستانس عبارت است از، اگزیستانس به مثابه منحصر به فرد بودن، یک جریان فعل مانند، انتخاب آزاد و مسئولیت، به سمت آینده بودن، محدودیت داشتن، در جهان بودن، با دیگران بودن، به سمت دیگران بودن، بدنمند بودن، اضطراب داشتن، اصالت داشتن، معناخواهی و قصدمندی و نیز امر غیر قابل حل است (آبرشک، ۲۰۲۴؛ کوپر، ۲۰۱۶؛ واس و همکاران، ۲۰۱۵).

با نگاه به فلسفه اگزیستانسیال و مطالعه ابعاد آن ملاحظه می‌شود که اگزیستانسیالیسم می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای فهم کنش کارآفرینانه و ریشه‌های ذهنی آن فراهم آورد. این چارچوب نظری می‌تواند در ارتباط با فهم و توصیف ابعاد گوناگونی از کنش کارآفرینانه مانند استفاده از فرصت‌های بیرونی (انکر^{۱۰}، ۲۰۲۳)، شجاعت مواجهه با عدم قطعیت (ایشواری^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۴)، آزادی در انتخاب (انکر، ۲۰۲۳؛ کوپر، ۲۰۱۶)، تحول وجودی و کاری کارآفرین (الوافمی و داف^{۱۲}، ۲۰۲۴)، حرکت کارآفرین به سوی اصالت (انکر، ۲۰۲۳؛ ایشواری و همکاران، ۲۰۲۴)، مهارت و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۳)، عاملیت در ساخت خود و جهان (آبرشک، ۲۰۲۴؛ انکر، ۲۰۲۳؛ تان و لین، ۲۰۲۱) مورد استفاده واقع گردد.

باید توجه داشت که برای فهم کارآفرینی، دانستن اینکه کارآفرین به چه فکر می‌کند و چگونه درباره آن فکر می‌کند الزامی است. چرا که بخش بزرگی از کنش کارآفرینانه جنبه‌های درونی و ذهنی را در بر می‌گیرد (کرکلی، ۲۰۱۶). از اینرو برای مطالعه کارآفرینی و مفهوم‌پردازی آن، باید پیوندهای بیشتری میان حوزه‌های کارآفرینی و نظریه‌ها و رهیافت‌های روانشناسی برقرار شود (گارتنر و همکاران^{۱۴}، ۱۹۹۴) و رویکردهای روانشناسانه برای فهم کارآفرینی امری ضروری است (فرز^{۱۵}، ۲۰۰۹). اما به زعم هایدگر (۱۴۰۱) تحلیل اگزیستانسیال دازاین متقدم به روان‌شناسی،

1. Tan & Lim
2. Plantinga
3. Stephenson et al
4. Sartre
5. Macquarrie
6. May
7. May et al
8. Heidegger
9. Aberšek
10. Anker
11. Iswari et al
12. Oluwafemi & Duff
13. Morhart et al
14. Gartner et al
15. Frese

انسان‌شناسی و حتی زیست‌شناسی قرار دارد. به همین منظور پژوهش حاضر به دنبال شناخت لایه‌های درونی و ذهنی کنش از منظر مضامین و مفاهیم اگزیستانسیال است.

هدف پژوهش حاضر آن است تا به کنش کارآفرینانه از منظری کاملاً نو بنگرد و این سوال را مطرح کند که آیا کارآفرینی به مثابه کنش و پدیده شخصی، می‌تواند دارای مضامین و ریشه‌های اگزیستانسیال باشد؟ به این معنا که آیا مضامین اگزیستانسیال پیش‌ران کنش کارآفرینانه در لایه‌های ذهنی آن که شامل باورها، انگیزه‌ها، نیت‌ها، خواسته و مقصودهاست و اینکه اقدامات شخص کارآفرین با مضامین بنیادین اگزیستانسیالیسم هم‌پوشانی دارد؟ این پژوهش به دنبال آن است که در بنیادین‌ترین لایه‌های ذهنی و شهودی اقدام به شناخت پدیده تجربی و شخصی کارآفرینی کند و به این منظور، دنیای درونی و جهان زیسته کارآفرین را از منظر مضامین اگزیستانسیال فهم و تفسیر کند. این فهم و تفسیر از منظر تازه، می‌تواند به روشن شدن زوایای جدیدی برای نگاه به ریشه‌های کنش کارآفرینانه منجر شود.

از آنجا که این سوال شخصی و وابسته به تجربه زیسته کارآفرین و ساختار معانی و دنیا ذهنی اوست، برای پاسخ دادن به آن نیازمند روش تحقیق کیفی، مطابق با پارادایم تفسیرگرایی و رویکرد پدیدارشناسی هستیم. در پارادایم تفسیرگرایی کارآفرینی به مثابه یک فرآیند پیوسته از آشکارسازی نیت، مقصودها و انتظارات کارآفرینی در نظر گرفته می‌شود. بنابراین لازم است تا برای فهم آن از لایه بنیادین نیت‌ها و معانی شخص کارآفرین شروع کرده تا به این درک ناآل آئیم که چرا کارآفرینان، برای خلق ارزش، نوآوری، کسب و کار جدید دست به کنش‌های کارآفرینانه می‌زنند (پاکارد^۱، ۲۰۱۷). رویکرد این پژوهش نیز پدیدارشناسی است؛ رویکردی برای پرداختن مستقیم به خود پدیده‌ها، رویارویی با دیگری بدون پیش‌فرض‌ها و ابزار استاندارد شده و ورود به دنیایی که دیگری در حال تجربه‌اش است (کوپر، ۲۰۱۶؛ تهی و همکاران^۲، ۲۰۱۳؛ یالوم، ۱۹۸۰).

در این پژوهش در ابتدا مبانی نظری مربوط به اگزیستانسیالیسم و کنش کارآفرینانه مطالعه شده و سپس، با رویکرد پدیدارشناسانه توصیفی (گروندن، ۱۴۰۰؛ الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹؛ تهی و همکاران، ۲۰۱۳؛ سی‌مور^۳، ۲۰۰۶؛ داولینگ^۴، ۲۰۰۷)، مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۵ کارآفرین نمونه آماری صورت پذیرفت و در نهایت از دل مبانی نظری مطالعه شده و مصاحبه‌های انجام گرفته، مضامین و مفاهیم اگزیستانسیال مرتبط با کنش کارآفرینانه و کارآفرینی در قالب ۵۱ مضمون و در ۸ خوشه‌بندی اصلی استنباط و استخراج شدند.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مبنای نظری این پژوهش بر دو پایه فلسفه اگزیستانسیال و کنش کارآفرینانه استوار است که در ادامه ارائه می‌شوند.

۱.۲ فلسفه اگزیستانسیالیسم

اگزیستانسیالیسم، فلسفه‌ای است که بر تقدم وجود بر ماهیت تأکید دارد، بدین معنا که فراتر و پیش‌تر از هرگونه برچسب، نقش، کلیشه و جوهره‌ای که ممکن است بر انسان نهاده شود، او به مثابه موجودی است که به صورت مستقل

1. Packard
2. Tuohy et al
3. Seymour
4. Dowling

و آگاهانه عمل می‌کند (تان و لین، ۲۰۲۱؛ پلنتینگا، ۱۹۸۳؛ کوپر، ۲۰۱۶؛ بارت، ۱۹۶۴؛ اگروال و کروز ملوی، ۲۰۰۰؛ وست، ۲۰۰۸؛ یالوم، ۱۹۸۰؛ استیونس و همکاران، ۱۳۹۸؛ سارتر، ۱۴۰۰؛ مک‌کواری، ۱۳۹۹؛ می، ۱۴۰۰؛ می و همکاران، ۱۴۰۱؛ هایدگر، ۱۴۰۱). اگزیستانسیالیسم گرایش فلسفی است که به جای پرسش‌های انتزاعی، پرسش‌هایی در ارتباط با بلافصل‌ترین تجربه بشری، یعنی هستی بشر، بودن او در جهان، جامعه و زندگی شخصی را مطرح می‌کند. در پاسخ به این پرسش‌ها نیز مضامین انتزاعی و منطقی کنار رفته و توصیفات پدیدارشناسانه از احساسات و عواطف انسانی که برخاسته از وجود اوست جایگزین می‌شوند (آبرشک، ۲۰۲۴). جوهره اصلی این رویکرد جستجو برای تحلیل و توصیف بشر است، چه در هنر و ادبیات، فلسفه و روانشناسی (می و همکاران، ۱۴۰۱). این شیوه فلسفه‌ورزی از انسان آغاز می‌کند و نه از طبیعت، به بیان دیگر فلسفه‌ی فاعل شناسایی است و نه فلسفه موضوع شناسایی. البته مقصود در اینجا فاعل شناسایی موجود در طیف کامل وجود داشتن انسان است، چرا که انسان صرفاً فاعل اندیشنده نیست بلکه آغازگر کنش و مرکز احساس و عاطفه نیز هست. انسان خود در مقام فاعل فعل یا عامل^۱، فراهم‌کننده مضامین اصلی برای وجودگرایی است. حال آنکه فلسفه غربی سنتی، به ویژه از زمان دکارت، به "خود" در مقام فاعل اندیشیدن^۲، توجه مبذول شده است (مک‌کواری، ۱۳۹۹). از نظر هایدگر ما صرفاً اندیشه‌ورز و شناسایی‌کننده نیستیم، بلکه مشارکت‌کنندگانی فعال در تمامیت جهان هستیم. ذات انسان^۳ در بودن-در-جهان است و این امر به واسطه وجود^۴ ماست (سی‌مور، ۲۰۰۶؛ هایدگر، ۱۴۰۱).

درون‌مایه‌های اصلی اگزیستانسیالیسم طیف گسترده‌ای از مفاهیم و مضامین را در بر می‌گیرد. مضامینی که به همان میزان که شهودی هستند، دانش منطقی و تجربی را نیز در بر می‌گیرند. مضامین و مفاهیمی که در طول زمان و از منظر اندیشمندان گوناگون مطرح شده‌اند و از این روی ممکن است در نگاه اول متنوع‌تر از آن به نظر آیند که در یک مکتب فلسفی کنار یکدیگر جای بگیرند، اما با نخ باریکی به یکدیگر متصل شده‌اند (آبرشک، ۲۰۲۴؛ کوپر، ۲۰۱۶؛ کرامباو و مهالیک^۵، ۱۹۶۴؛ واس و همکاران، ۲۰۱۵). به همین خاطر به منظور فهم بهتر اگزیستانسیالیسم و مضامین اصلی آن، لازم است که به اصل و ریشه کلمه اگزیستانس رجوع کرده و آن را مورد مذاقه قرار دهیم.

۱.۱.۲ تعریف اگزیستانس

مفهوم اگزیستانس را می‌توان در مقابل همتای سنتی خود یعنی ماهیت فهمید. ماهیت یک هستنده، موجودیت همان چیزی است که هست؛ یعنی ویژگی‌های غیرقابل تغییر، ذهنی و همگانی که نوع هستنده را در برابر دیگر هستنده‌ها می‌سازد. در مقابل اگزیستانس این هستنده بدین صورت است که چگونه یک موجود، هستی خودش را در تمامیتش به نمایش می‌گذارد (کوپر، ۲۰۱۶). واژه اگزیستانس (Existence) از ریشه Ex-Sistere و یا واژه یونانی Exister به معنای متمایز شدن، پدیدار شدن برون‌ایستایی و قیام ظهوری است که خاص انسان بوده و او را از سایر موجودات متمایز می‌کند (کوپر، ۲۰۱۶؛ مک‌کواری، ۱۳۹۹؛ می و همکاران، ۱۴۰۱) وجود داشتن به معنای سر برآوردن یا برون

1. Agent
2. Subject
3. Essence of Human
4. Existence
5. Crumbaugh & Maholick

ایستادن از زمینه بود، در مقام چیزی واقعاً آنجا. وجود داشتن به معنای برون ایستادن یا برون جستن از نیستی است. وجود داشتن به معنای جایی و زمانی در جهان واقعی است (مک کواری، ۱۳۹۹). هایدگر از این هستی خاص و متمایز به عنوان دازاین نام می برد. دازاین شامل وجود یا باشندگی (Sein) و آنجا (Da) است. دازاین هستنده ای متمایز از حیث اوتیکی از سایر هستنده هاست و در هستش، هم خود این هستن را دارد. دازاین نشان می دهد که بشر موجودی است که آنجاست و نیز به این معناست که بشر می تواند به آنجا بودن خود آگاه باشد و می تواند به این واقعیت ارجاع دهد. به علاوه این آنجا هر جایی نیست، بلکه جای خاص من است، نقطه خاصی در زمان و مکان از هستی من در این لحظه مشخص (هایدگر، ۱۴۰۱). از این روی اگزیستانسیالیسم بشر را نه فقط مانند همه موجودات "باشنده در ذات خود"، بلکه "باشنده برای ذات خود"^۱ نیز می داند. بنابراین دازاین این یا آن را انتخاب می کند و فردی-که-مسئول-هستی-خویش است می باشد (می و همکاران، ۱۴۰۱). دازاین همزمان هم معنادهنده است و هم شناسه، پس هر دازاین تشکیل دهنده جهان خویش است (یالوم، ۱۹۸۰).

فلاسفه اگزیستانسیال درباره اگزیستانس داده های متفاوت و گاهی متضاد را ارائه می دهند، با این وجود شماری از اشتراکات در طیف سنت اگزیستانسیال وجود دارد که در ارائه به آنها اشاره می شود (کوپر، ۲۰۱۶):

اگزیستانس به مثابه منحصر به فرد بودن: اگزیستانس همان خود همواره فردی جایگزین ناپذیر و هرگز مبادله ناپذیر است (مک کواری، ۱۳۹۹). هر یک از ما یگانه، متمایز، غیرقابل جایگزین و منحصر به فرد هستیم. همه ما از لحاظ کیفی دارای ساختارهای متمایزی هستیم (کوپر، ۲۰۱۶). دکارت بودن انسان را اندیشیدن او نسبت می داد و می گفت می اندیشم، پس هستم. اما هایدگر و فیلسوفان اگزیستانسیال وجود را بر ماهیت مقدم می دانند. بدین ترتیب پاسخ آنها اینگونه است که "من هستم، پس فکر می کنم، احساس می کنم، عمل می کنم" (می و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین از منظر اگزیستانسیالیسم، جهان، حقیقت و معنای زندگی انسان درونی، منحصر به فرد و برای خود اوست (آبرشک، ۲۰۲۴).

اگزیستانس به مثابه یک جریان فعل مانند: اساساً پویایی در ذات هستی انسان است. پس اگزیستانس می تواند به مثابه یک قیام ظهوری فهمیده شود که به معنای شدن و نوعی شکفتن در جهان است. هستنده های انسانی ثابت نیستند، بلکه یک ارتباط با هستی خود هستند و دائماً خود را در فهم اینکه چه کسی هستند بر ساخت می کنند، حتی اگر این فهم در سطح خودآگاهی تأملی نباشد (کوپر، ۲۰۱۶). انسان وجود خود را نه به صورت ایستا، بلکه به صورت پویا و در هنگامه کنش و اتخاذ تصمیم تجربه می کند (آبرشک، ۲۰۲۴). از نظر هایدگر ما نمی توانیم به موقعیت کنونی مان فروکاسته شویم، بلکه در میانه امکانات^۳ (فرصت ها) قرار داریم. بنابراین وجود انسانی همواره خود را پیش بینی و فراقینی می کند و هرگز ایستا نیست (سی مور، ۲۰۰۶). می توان بیان داشت که اگزیستانسیالیسم یک فضیلت اخلاقی عامل محور^۴ است (تان و لین، ۲۰۲۱).

۱. فی نفسه که هستی اش را در خودش دارد و این هستی ذاتی یا ماهوی است.

۲. لئفسه که در انتخاب کردن ماهیتش آزاد است. هستی او آزادی اوست.

اگزیستانس به مثابه انتخاب آزاد: هستی انسان در جهان از هیچ چیز جوانه می‌زند و نمی‌تواند به مجموعه‌ای از عوامل جبری فروکاسته شود. آزادی چیزی نیست که به اگزیستانس اضافه شود، بلکه بنیاد خود اگزیستانس است (کوپر، ۲۰۱۶). به گفته سارتر (۱۴۰۰) "بشر محکوم است به آزادی"، محکوم است، زیرا خود را نیافریده و در عین حال آزاد است، زیرا همین که پا به جهان گذاشت مسئول همه کارهایی است که انجام می‌دهد. همچنین "انسان هیچ چیز نیست؛ مگر آنچه از خود می‌سازد. انسان مفهومی است که پس از ظهور در عالم وجود از خویشتن عرضه می‌دارد و آن چیزی است که طرح شدنش را در افکنده و چیزی است که در تحقق آن کوشیده". اما اگر انسان این آزادی و مسئولیت همراه با آن را وانهد و دست از انتخاب بکشد به زندگی ناصیل -جهان هر روزی و هر کسی- هبوط می‌کند (تان و لین، ۲۰۲۱). می‌توان گفت که از منظر اگزیستانسیال علی‌رغم فشارها و محدودیت‌های جهان بیرونی، انسان این درجه از آزادی و ظرفیت انتخاب کردن را در اختیار دارد تا زندگی خود را توسعه دهد و به آنچیزی تبدیل شود که هنوز نیست (انکر، ۲۰۲۳). همچنین هستی آدم تنها به او داده نشده، بلکه از او مطالبه نیز شده است. او در برابرش مسئول است و باید پاسخ دهد که از خود چه ساخته است (یالوم، ۱۹۸۰).

اگزیستانس به مثابه اضطراب: اگر اگزیستانس انتخاب آزادانه است، چنین وجود داشتنی با احساسات عمیقی از وحشت آگاهی همراه است. قابلیت آزاد بودن، اضطراب را با خود به همراه دارد (استرانگ و همکاران، ۲۰۰۴) و هر چه آزادی خود را بیشتر تصدیق کنیم و به آن بیشتر عمل کنیم، تجربه ترس آگاهی را بیشتر خواهیم داشت (کوپر، ۲۰۱۶). یک تفسیر بر اساس منشأ واج‌ریشه‌شناسی واژه "اضطراب" را "درد در تنگراه‌ها" و "خفه شدن" مانند حین تولد توصیف می‌کند. بنابراین اگر امکان گشایشی نباشد و بالقوگی سر "به دنیا آمدن" نداشته باشد و فرد برای بالفعل کردن بالقوگی‌ها آزاد نباشد، اضطراب را تجربه خواهد کرد. به همین دلیل اضطراب، عمیقاً با مسئله آزادی مرتبط است. به عقیده کی‌یرکگور اضطراب، سرگیجه آزادی است که نشان‌دهنده مواجه شدن با محدودیت‌هاست (کوپر، ۲۰۱۶؛ می و همکاران، ۱۴۰۱). این تنش و اضطراب ناشی از شکافی است میان آنچه انسان هست و آنچه باید باشد. به عبارت دیگر تنش میان وجود و ماهیت انسان، تنش میان امور جاری و امور آرمانی است که انسان در پی تحقق آنهاست (فرانکل، ۱۳۹۹). بنابراین اضطراب و دلواپسی بیش از هر احساس دیگری ما را رو در روی جهان قرار می‌دهد و جهان را برای ما مکتشف می‌کند (بارت، ۱۹۶۴) پس بایستی آن را تاب آورد، نه اینکه از آن گریخت (مک‌کواری، ۱۳۹۹).

اگزیستانس به مثابه محدودیت: اگزیستانس در بسیاری از شرایط مانند مرگ، رنج، اضطراب، گناه و به طرق گوناگون محدود شده است، چرا که نمی‌تواند از آنها عبور یا اجتناب کند (کوپر، ۲۰۱۶). بنابراین آزادی انسان از راه‌های بی‌شماری محدود و محصور می‌شود. آزادی انسان، از آگاهی او از طبیعت متناهی‌اش جدایی‌پذیر نیست (مک‌کواری، ۱۳۹۹). بشر حدودی معین دارد و طرح‌های آدمیان نیز محدود است به گذشتن از این حدود، عقب راندن آنها، انکار آنها و یا سازش با آنها. در نتیجه طرح‌های آدمیان در میانه این محدوده‌های مشترک قرار می‌گیرد (سارتر، ۱۴۰۰). بنابراین درک محدودیت‌های انسان به اندازه درک آزادی او مهم است (کوپر، ۲۰۱۶). هایدگر از اصطلاح پرتاب‌شدگی^۲

استفاده می‌کند تا به این واقعیت اشاره کند که اگزیستانس از همان آغاز، خود را پرتاب شده به درون یک موقعیت از پیش ایجاد شده پیدا می‌کند که خود آن را ایجاد نکرده است (سی‌مور، ۲۰۰۶). از دیدگاه اگزیستانسیال ما آغاز و پایان خود را انتخاب نکرده‌ایم، با این وجود آنچه را که در این میان رخ می‌دهد را می‌توانیم انتخاب کنیم. ما در میان این آغاز و پایان، در موج عظیمی از تصادف‌ها هستیم؛ فرصت‌ها به سمت ما می‌آیند و یا از ما فرار می‌کنند و این فراتر از کنترل ماست (کوپر، ۲۰۱۶). از نظر یاسپرس مواجهه با محدودیت‌ها و موقعیت‌های مرزی، شرایطی را فراهم می‌آورد که یا انسان را به سوی زندگی اصیل‌تر هدایت می‌کند و یا باعث می‌شود او تسلیم شده و زندگی را رها کند. در همین راستا از نظر هایدگر، مرگ بزرگترین محدودیت اگزیستانس است (استرانگ و همکاران، ۲۰۰۴).

اگزیستانس به مثابه بودن به سمت آینده: هستی دازاین معنایش را در زمان‌مندی می‌یابد (هایدگر، ۱۴۰۱). اگزیستانس از گذشته، حال و آینده جدایی‌ناپذیر است؛ گذشته به مثابه علتی برای حال تلقی نمی‌شود، اما همچنان به صورت بنیادین در تاروپود آن بافته شده است. اگزیستانس همیشه در حال حاضر ظهور می‌کند، اما همیشه گذشته خود را اشغال می‌کند (کوپر، ۲۰۱۶). به نظر هایدگر گذشته به عنوان واقع‌بودگی یا پرتاب‌شدگی، آینده به مثابه برون‌بودگی یا برون‌یستایی ما و زمان حال به مثابه غوطه‌وری در سیلاب دغدغه‌های روزمره‌مان است (فلین، ۱۴۰۰). از نظر او یکی از ویژگی‌های بودن-ما، پرتاب‌شدگی از گذشته‌ای است که در آن نقشی نداریم و این گذشته، ما را به شیوه‌های گوناگون با جهان‌مان هماهنگ و هم‌نوا می‌کند. اما در میان همین پرتاب‌شدگی‌ست که انسان، امکانات (فرصت‌ها) مختلف را برای بازنمایی خود در آینده درک کرده و می‌شناسد (سی‌مور، ۲۰۰۶). از این‌روست که برای هایدگر همه چیز از آینده شروع می‌شود و او در بازیافتن گذشته، آینده را به مثابه تبیین‌کننده گذشته باز می‌نماید (بارت، ۱۹۶۴) و این چنین که ریشه‌مان در گذشته است و روی‌مان به سوی آینده (سی‌مور، ۲۰۰۶). ما به سادگی گذشته را در زمان حال اعمال نمی‌کنیم، بلکه از آن برای اهداف و امکانات آینده استفاده می‌کنیم. بنابراین ما به سمت آینده کشیده می‌شویم، نه آنکه تحت تأثیر گذشته حرکت کنیم (کوپر، ۲۰۱۶).

اگزیستانس به مثابه بودن در جهان: اگر در تعریف، اگزیستانس به معنای برون‌جستن و برون‌ایستادن است، پس محیطی که انسان از آن برون می‌جهد و می‌ایستد (جهان) همانقدر آغازین است که خود این موجود (بشر) (مک‌کواری، ۱۳۹۹). آنجا درون انسان نیست، انسان در جهان است و فقط در جهان است که خود را می‌شناسد. به عبارت دیگر اگزیستانس درون فرد واقع نشده است، بلکه میان فرد و جهانش است (کوپر، ۲۰۱۶). به زعم هایدگر ما در دنیایی که از پیش تفسیر شده است وجود داریم و به صورتی اجتناب‌ناپذیر، بر زمینه‌ای گسترده از جهان و اجتماع دوخته شده‌ایم. تعلق به این جهان فیزیکی و فرهنگی و ارتباط با محیط، گذشته و آینده‌اش است که امکان فهم و معنایابی را برایمان فراهم می‌آورد (سی‌مور، ۲۰۰۶). با در نظر گرفتن اگزیستانس به مثابه بودن-در-جهان، می‌توان اینگونه بیان داشت که کنش‌های انسانی ذاتاً خلاقانه هستند. چرا که این وجود تجسم یافته و اجتماعی، چاره‌ای جز حل موقعیت‌های بغرنج متعدد و متنوعی که خود را در آنها می‌یابد ندارد (برگلاند^۱، ۲۰۱۵).

اگزیستانس به مثابه با دیگران بودن: موجود بشری در میان کنش مداوم با موجودات بشری دیگر زندگی می‌کند، یا به بیان دیگر، اگزیستانس "با-دیگران-بودن" است و از بنیاد خصلتی اشتراکی دارد. بدون دیگران من نمی‌توانم وجود داشته باشم (مک‌کواری، ۱۳۹۹). موقعیت در اصل به مفهوم بیناذهنیت^۱ ارجاع داده می‌شود؛ بدین صورت که اگزیستانس ما به صورت اولیه و اساسی با دیگران آمیخته است. من به سادگی من نیست، بلکه یک محل تلاقی در میان شبکه‌ای پیچیده از روابطش است که غیرقابل تفکیک از بافت آن است. هستی ما با درک اجتماعی، غیرشخصی و عمومی آمیخته است (کوپر، ۲۰۱۶). از نظر هایدگر ما به صورت اجتناب‌ناپذیری موجوداتی اجتماعی هستیم. گرایش ما به-سوی-جهان و درک و تفسیر جهان، الزاماً با دیگران کامل می‌شود. به عبارت دیگر وجود ما همواره در ارتباط با چگونگی ارتباطمان با دیگران مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. ما به دیگران اهمیت می‌دهیم و به نظرشان نسبت به خودمان نیز همینطور. بنابراین از نگاه هایدگر، اهمیت دادن و توجه کردن، بنیان ما برای افشای جهان‌هایمان است و نیز پایه‌ای برای درک و شناخت جهان (سی‌مور، ۲۰۰۶). به زعم مارتین بوبر ارتباط با دیگران می‌تواند به دو صورت "من-آنی" و "من-تویی" باشد که در نگرش من-آنی دیگری همانند یک شیء تجربه می‌شود، اما در نگرش من-تویی ما دیگری را می‌پذیریم و وی را به عنوان یک موجود منحصر به فرد، غیرقابل طبقه‌بندی و یک کلیت غیرقابل تحلیل تعریف می‌کنیم (کوپر، ۲۰۱۶؛ یالوم، ۱۹۸۰).

اگزیستانس به مثابه گناه: آزادی نه تنها اضطراب، بلکه گناه را نیز با خود به همراه دارد. گناه از منظر اگزیستانسیال عبارت است از مقروض بودن به خود که امکانات بالقوه را بالفعل نکرده‌ایم. چنین احساس گناهی اجتناب‌ناپذیر است چرا که ما همواره در انتخاب گزینه‌های خاصی را حذف می‌کنیم، بنابراین به خودمان بدهکار هستیم که تمام امکانات زندگی را تحقق نبخشیده‌ایم (کوپر، ۲۰۱۶). وقتی خود را از زیستنی پرشور و چابکانه برحذر می‌داریم، به دلیل هستی در خواب‌مانده و زندگی نازیسته درونمان احساس گناه می‌کنیم. بنابراین گناه اگزیستانسیال نتیجه ارتکاب عمل مجرمانه نیست، برعکس، از قصور و غفلت ناشی می‌شود. در اینجا شخص علیه سرنوشت خویش مرتکب گناه شده است و قربانی، خود بالقوه‌ی فرد است (یالوم، ۱۹۸۰).

اگزیستانس به مثابه غیراصیل بودن^۲: ترس، اضطراب، گناه، ناامیدی، پوچی و سایر احساسات منفی پاسخی به واقعیت شرایط انسانی هستند. با این وجود تعداد کمی از انسان‌ها از این احساسات استقبال می‌کنند و اکثراً به دنبال سرکوب، انکار، مشغولیت به مسائل دیگر، در هم آمیختن با جمع و سقوط در جهان هرکسی و هرروزی هستند (فلین، ۱۴۰۰؛ مک‌کواری، ۱۳۹۹). از نظر هایدگر ما با شروع عدم صداقت با خود غیراصیل می‌شویم. رابطه‌ای غیرصادقانه با واقعیت‌های انسانی حاکی از غیراصیل بودن است (کوپر، ۲۰۱۶). وجود غیراصیل از نفوذهای بیرونی قالب داده می‌شود در اینجا هر کس دیگری است و هیچ کس خودش نیست. جهان هرروزی می‌تواند به مثابه ابزاری برای انسان باشد، اما باقی‌ماندن در سطح آن جهان، منتج به زندگی بی‌حاصل و بی‌مایه خواهد شد. در چنین حالتی ما به سمت افتادن به

سمت مادون اگزیستانس یا به عبارت دیگر، مادون تواجد یا برون جستن از جهان و تعالی جستن از آن متمایل می‌شویم (مک‌کواری، ۱۳۹۹).

اگزیستانس به مثابه اصالت^۱: اصالت نخستین ارزش اگزیستانسیالیسم است که بر مبنای آن انسان با آزادی و مسئولیت کامل دست به انتخاب می‌زند تا از وضعیت ناصیل^۲ یا زندگی هرروزی و هرکسی که در آن انسان خود را از انتخاب رها کرده و مسئولیت زندگی و ارزش‌های خود را به دست جریان‌های تعیین‌کننده بیرونی می‌سپارد- جدا شود (تان و لین، ۲۰۲۱). برای کی‌یرک‌گور حقیقت و بزرگترین وظیفه ما تبدیل شدن به فردی یگانه است، بدین صورت که به خود بازگردیم (کوپر، ۲۰۱۶). در واقع فردیت وجودی و اصالت مستلزم یکدیگرند، لذا اصالت حقیقی یعنی تحقق فردیت خود و برعکس (مهارت و همکاران، ۲۰۱۳). اصالت وضعیتی است که انسان با آزادی دست به انتخاب زده و چشم‌انداز شخصی خود از زندگی خوب را محقق می‌سازد، بنابراین اصالت با چگونگی اتخاذ آزادی که در اختیار داریم تعریف می‌شود. از این‌روی به معنای ساختن خود و تأیید خود است (انکر، ۲۰۲۳). اصالت اگزیستانسیال با یکپارچگی^۳ خود و مضامینی مانند توسعه خود، صداقت با خود، شناخت خود حقیقی و ارتباط با آن و پیوند خورده است (فو، ۲۰۱۹). از منظری دیگر آنچه اصالت اگزیستانسیالیستی نامیده می‌شود عبارت است از پیوند تعقیب اهداف برتر و درون‌گرایی. تعقیب هدف‌های برتر یعنی فراتر رفتن جاودانه بشر از حد خویش و منظور از درون‌گرایی نیز این است که بشر در خود محدود نیست، بلکه پیوسته در جهان بشری حضور دارد. ازین‌روی بشر با پی‌ریزی طرح خود در جهان بیرون از خویش، و با محو شدن در چنین جهانی، بشر و بشریت را به وجود می‌آورد (سارتر، ۱۴۰۰). بُعد دیگری که بر اصالت دلالت دارد مرگ است، بدین طریق که آدمی با اراده استوار در برابر زندگی می‌ایستد، با مرگ خود روبه‌رو گردد (بارت، ۱۹۶۴). به‌گونه‌ای انسان اصیل مرگ‌آگاه است و برای همین از زندگی استفاده تمام می‌برد و بدین ترتیب مرگ نابودکننده است، اما یاد مرگ آزادی‌بخش و زندگی بخش (یالوم، ۱۹۸۰).

اگزیستانس به مثابه امر غیرقابل حل: از نگاه اگزیستانسیال، زندگی یک فرآیند یک سویه نیست و اغلب نیز کاملاً تحقق نمی‌پذیرد، بلکه ذاتاً و ناگزیر گرفتار تنش‌های چندگانه است. در قلب نگاه اگزیستانسیال این ادعا وجود دارد که هیچ پاسخ درست و قطعی وجود ندارد، بلکه تنها یک کشمکش ثابت از یک سمت به سمت دیگر وجود دارد. تنش‌هایی متناقض و تناقض‌هایی که نمی‌توان از آن عبور کرد (کوپر، ۲۰۱۶).

مضامین اگزیستانسیالیسم علاوه بر فلسفه، در حوزه‌های مختلفی مانند روان‌شناسی، تعلیم و تربیت، ادبیات، هنرهای دیداری، هنرهای زیبا، علم اخلاق و خداشناسی نمود پیدا کرده است (یالوم، ۱۹۸۰؛ مک‌کواری، ۱۳۹۹؛ می و همکاران، ۱۴۰۱). در این میان حوزه روان‌شناسی تأثیر زیادی از فلسفه اگزیستانسیال داشته و رویکردهای مختلفی از درمان‌های اگزیستانسیال در آن پدید آمده است (کوپر، ۲۰۱۶؛ واس و همکاران، ۲۰۱۵؛ یالوم، ۱۹۸۰). روان‌درمانی اگزیستانسیال عمدتاً نوعی نگرش نسبت به برخی از مضامین محسوب می‌شود تا یک رشته فنون و روش‌ها (شارف، ۱۴۰۰). گستردگی این مضامین سبب شده است تا این رویکرد معانی متنوع و متفاوتی میان شارحان روان‌شناسی اگزیستانسیال

1. Authenticity

2. Bad Faith

3. Integrity

داشته باشد. با این وجود برخی از مورد خطاب‌ترین این مضامین که در فلسفه اگزستانسیال ریشه دارند عبارتند از؛ مرگ و زندگی، آزادی، مسئولیت‌پذیری در قبال خود و دیگران، معنایابی و کنار آمدن با بی‌معنایی (کوهن و همکاران^۱، ۱۹۹۶؛ استرانگ و همکاران، ۲۰۰۴؛ واس و همکاران، ۲۰۱۵؛ یالوم، ۱۹۸۰).

۲.۲ کارآفرینی و کنش کارآفرینانه

جوهره کارآفرین بودن چیست؟ این موضوعی است که از زوایای گوناگون، از جمله ذهنیت و رفتارهای کارآفرینانه، مورد بررسی قرار گرفته است. چنانچه به گفته (کروگر^۲، ۲۰۰۷) "در پس اقدام کارآفرینانه نیت نهفته است، در پس نیت کارآفرینانه بینش، در پس بینش کارآفرینانه ساختارهای شناختی عمیق، و در پس این ساختارهای شناختی باورها قرار دارند". کنش به این خاطر از سایر رفتارهای انسانی متمایز است که در آن، شخص دلیلی برای کنش دارد. شخص دست به کنش می‌زند زیرا می‌خواهد (خواست) به هدف یا باوری (انتظار) دست بیابد و کنش، رویکرد و ابزار مناسب دستیابی به آن است. از این منظر کنش، نشان‌دهنده نیت^۳ مشخص بوده (ساختار باور-خواسته) و تظاهرات رفتاری بیرونی، بروز و نمود کنشی مشخص در ارتباط با نیتی مشخص است (مکمولن و شفر، ۲۰۰۶). از این رو کنش‌های کارآفرینانه نیز بر پایه ارزش‌ها و بینش‌های شخص بنیان نهاده شده که انگیزه و عزم لازم برای این کنش‌ها را فراهم می‌آورند.

در پژوهش‌های کارآفرینی، مطالعه هویت و کنش‌های کارآفرینان همواره در مرکز دایره توجه پژوهشگران این حوزه بوده است (برگلاند، ۲۰۱۵) و کنش کارآفرینانه باید نقطه آغازین عزیمت برای نظریه‌پردازی در کارآفرینی باشد (فرز، ۲۰۰۹)، چرا که اصولاً کارآفرینی فرآیندی است مبتنی بر کنش (مورالس و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرین بودن به معنی دست زدن به اقدام و کنش در ارتباط با شرایط و احتمالاتی است که شخص آنها را به عنوان فرصتی ارزشمند تشخیص داده است (مکمولن و شفر، ۲۰۰۶). می‌توان بیان داشت که گُنه کارآفرینی، وجود عامل فعال^۴ در بازار است و کارآفرینی، با کنش شخص کارآفرین تعریف می‌شود (فرز، ۲۰۰۹). کارآفرینی مجموعه‌ای از کنش‌های برگزیده به سوی نیازها، اهداف ذهنی و انتظارات کارآفرین است (پاکارد، ۲۰۱۷). شخص برای کارآفرین شدن نیازمند کنش است و کنش نیز خود شامل دانش و انگیزه می‌شود (مکمولن و شفر، ۲۰۰۶).

در حوزه کارآفرینی و کنش کارآفرینانه، قضاوت و تصمیم‌گیری تحت شرایط عدم قطعیت، مبانی و پایه‌های اصلی نظریه کارآفرینی را شکل می‌دهند (تاونسند و هانت^۵، ۲۰۱۹). توانایی کارآفرین برای قرار گرفتن در موقعیتی که بتواند از عدم قطعیت محیط استفاده کند، پیشران کلیدی او برای استحصال رانت کارآفرینانه^۶ است. می‌توان گفت که بدون عاملیت انسانی^۷ و کنش شخص که در زمینه و بستری از عدم قطعیت صورت می‌گیرد، هیچ سازوکاری برای استحصال ارزش از زنجیره فرصت‌های کارآفرینانه وجود ندارد (تاونسند و همکاران، ۲۰۱۸). با این نگاه، مهم‌ترین جنبه کنش

1. Cohen et al

2. Krueger

3. Intention

4. Active Agent

5. Townsend & Hunt

6. Entrepreneurial Rent

7. Human Agency

کارآفرینانه توانایی سازگاری با شرایط محیطی نیست، بلکه توانایی در تغییر دادن محیط است (فرز، ۲۰۰۷). کارآفرین بر خلاف احتمالات ناچیز موفقیت، ایثار کرده و خود را فدای بدست آوردن خیر و مصلحت بزرگتری برای جامعه می‌کند (برگلاند، ۲۰۱۵). او به موجب کنش خود، راهی برای خلق ارزش در شرایط عدم قطعیت ایجاد می‌کند (تاونسند و همکاران، ۲۰۱۸). از این روی ویژگی و ماهیت^۱ کنش کارآفرینانه خلق ارزش و یا ایجاد تغییر در سازمان است. همچنین جنبه‌های شناختی این فرآیند در کنار بُعد کارکردی خلق ارزش آن قرار می‌گیرد (فقیه، ۲۰۲۰). این جنبه‌های شناختی و رفتاری تا حد بسیاری به خود شخص و شرایط مشخص آن بستگی دارد و می‌توان گفت که اقتضائی هستند (مک‌مولن، ۲۰۱۵). آلوارز و بارنی (۲۰۰۷) ۷ بعد برجسته کنش کارآفرینانه را به قرار رهبری، تصمیم‌گیری، فعالیت‌های منابع انسانی، استراتژی، تأمین مالی، بازاریابی و پایداری در مزیت رقابتی معرفی می‌کنند.

به طور کلی کنش کارآفرینانه در تعریف، الگوی به هم پیوسته‌ای از فعالیت‌ها و فرایندهای پویا و تکاملی در ارتباط با قضاوت و تصمیم‌گیری است. آغازگر کنش پیوند فرد-فرصت است و طی آن، کنشگر متناسب با محیط عدم قطعیت، میزان دسترسی به منابع و در تعامل با دیگر کنشگران، گستره‌ای از منطق‌ها و مکانیسم‌های عمل را به کار می‌گیرد تا چارچوب نوینی از ابزار-هدف ارائه دهد (عربیون و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین با نگاهی عمیق‌تر، به نظر می‌رسد سائق‌ها و انگیزه‌هایی فراتر و گسترده‌تر از خلق محصول و ثروت وجود دارد که اشخاص کارآفرین را به سمت کنش‌های کارآفرینانه هدایت می‌کند.

باید توجه داشت که برای فهم فعالیت‌های کارآفرینی، دانستن اینکه کارآفرین به چه فکر می‌کند و چگونه درباره آن فکر می‌کند الزامی است. چرا که بخش بزرگی از کنش کارآفرینانه جنبه‌های درونی و ذهنی را در بر می‌گیرد. اما این باورها و بینش‌ها به راحتی در رفتار کارآفرینانه شخص قابل مشاهده نیستند و باید به صورت غیرمستقیم درک شوند (کرکلی، ۲۰۱۶). از اینرو برای مطالعه کارآفرینی و مفهوم‌پردازی آن، باید پیوندهای بیشتری میان حوزه‌های کارآفرینی و نظریه‌ها و رهیافت‌های روانشناسی برقرار شود (گارتنر و همکاران، ۱۹۹۴) و رویکردهای روانشناسانه برای فهم کارآفرینی امری ضروری است (فرز، ۲۰۰۹). اما به زعم هایدگر (۱۴۰۱) تحلیل اگزیستانسیال دازاین متقدم به بر روان‌شناسی، انسان‌شناسی و حتی زیست‌شناسی قرار دارد. به همین منظور پژوهش حاضر به دنبال شناخت لایه‌های درونی و ذهنی کنش از منظر مضامین و مفاهیم اگزیستانسیال است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به موضوع، اهداف و سوالات آن، پژوهشی کیفی است که از لحاظ هستی‌شناسی ذهنیت‌گرا، از لحاظ معرفت‌شناسی غیراثباتی، از لحاظ پارادایم فکری تفسیری و استراتژی و روش‌شناسی آن پدیدارشناسی توصیفی است که این روش در مطالعات و پژوهش‌های کارآفرینی در جهان و در ایران کمتر به کار رفته است (پاکارد، ۲۰۱۷؛ سی‌مور، ۲۰۰۶؛ ادیب و ارتباط، ۱۳۹۳؛ الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹؛ صوفیه و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین روش‌های انجام آن مجموعه‌ای از ابزارهای کیفی که برای گردآوری داده‌ها شامل مصاحبه‌های باز، عمیق و نیمه‌ساختاریافته و یا

ساختارنیافته است و برای تحلیل آن روش کدگذاری مضامین و تحلیل محتوا را دربر می‌گیرد. از آنجا که این پژوهش در نوع خود اولین گام را برای مطالعه پدیدارشناسانه و تحلیل محتوای کنش‌های کارآفرینانه مبتنی بر اگزستانسیالیسم را برداشته است، از نظر هدف یک پژوهش بنیادی است که به دنبال اکتشاف مفاهیم و مضامین است. وضع پژوهش‌گر، مشاهده‌گر همدل است که با پارادایم تفسیرگرایی و استراتژی پدیدارشناسی بیشترین همخوانی را دارد (بلیکی، ۱۴۰۲). باید بیان داشت که کارآفرینی مجموعه‌ای از رویدادها و نتایج مشخص نیست، بلکه فرآیندی مستمر است که الزاماً به هیچ خروجی مشخصی، به جز نیت‌ها و انتظارات کارآفرین، گره نخورده است. بنابراین برای درک کارآفرینی می‌بایست که از لایه‌های بنیادین معنایی و مقاصد کارآفرینان شروع کرد و چرایی کنش‌های آنها را دریافت (پاکارد، ۲۰۱۷). اینگونه اهمیت و ضرورت پارادایم تفسیرگرایی و رویکرد پدیدارشناسی در قالب روش تحقیق در پژوهش کارآفرینی مشخص می‌شود.

کارآفرینی یک تجربه در زمان است و غنای آن تا حد زیادی غیرقابل کنترل و پیش‌بینی، نانوشته و در گروی تجربه شخصی است. بنابراین تمرکز بر رویداد تجربه شده باید در کانون پژوهش‌های کارآفرینی قرار گیرد. از این روی پژوهش کارآفرینی درون ماهیتاً توصیفی و تجربی است (الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹). همچنین از آنجا که کارآفرینی پدیده‌ای وابسته به زمینه است، برای توسعه شایستگی‌های آن در هر زمینه خاص فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی باید از روش پژوهشی‌ای استفاده نمود تا تجربه‌های مرتبط با هر بستر را مورد مطالعه قرار دهد (بودلایی و همکاران، ۱۳۹۲). سی‌مور (۲۰۰۶) پیشنهاد می‌دهد به جای آنکه به مانند روش‌های سنتی پژوهش در کارآفرینی تمرکز را بر روی کارآفرینی به مثابه سوژه و یا فرصت به مثابه ابژه قرار دهیم، می‌توان بر پروژه‌های کارآفرین و توجهات و مراقبت‌های^۱ او متمرکز شد.

در پارادایم تفسیرگرایی، بر خلاف تقسیم‌بندی هستی‌شناسانه سنتی دکارتی (دوگانگی‌های سوژه-ابژه، عامل-ساختار، آگاهی-ماده) و معرفت‌شناسی آن (که برای شناخت واقعیت باید آن را به اجزاء تقسیم کرده و یا به زبان تقلیل‌گرا و فرمول‌های ریاضی بیان کرد)، شخص از محیط خود جدا در نظر گرفته نمی‌شود. برعکس، تمامیت انسان به مثابه بودن-در-جهان است که مورد توجه قرار می‌گیرد (لاورتی^۲، ۲۰۰۳؛ تامپسون و همکاران^۳، ۱۹۸۹). انسان، با ظرفیت تفکر انتزاعی و با وجود مادی خود تعریف نمی‌شود، بلکه به مثابه وجودی منفرد و تجسم‌یافته قلمداد می‌شود که موقعیت‌ها و ابژه‌های خاصی را تجربه و آنها را معنادار می‌کند و از خود اثری در ارتباط با تمامیت تجربه‌ها بر جای می‌گذارد (برگلاند، ۲۰۱۵). در اینجا جهان اجتماعی، به جای آنکه از منظر علّیت نگریسته شود، از درون لنز قصد و نیت کنش‌گر مشاهده می‌شود (پاکارد، ۲۰۱۷). در این پارادایم قواعد و قوانین مستقل از انسان نیستند. رویکرد ذهنی به دنبال کاوش ماهیت ذهنی دانش و فهم بوده و می‌توان گفت که به دنبال معنی واقعیت است تا خود واقعیت. اینجا توجه کردن و اهمیت دادن شاهراه فهم و دانش ماست (سی‌مور، ۲۰۰۶).

1. Care
2. Laverty
3. Thompson et al

همچنین در ارتباط با رویکرد پدیدارشناسی باید گفت که در فهم اگزیستانس انسانی سهم مهمی داشته که با فیلسوف آلمانی ادموند هوسرل توسعه یافته است (تهی و همکاران، ۲۰۱۳؛ لاورتی، ۲۰۰۳، کوپر، ۲۰۱۶؛ هایدگر، ۱۴۰۱). اصطلاح پدیدارشناسی قبل از هرچیز بر مفهومی روشی دلالت می‌کند و نه چستی تحقیق فلسفی، بلکه چگونگی آن را مشخص می‌کند. پدیدارشناسی دستوری است که می‌تواند در شعار "به سوی خود چیزها" صورت‌بندی شود (هایدگر، ۱۴۰۱). پدیدارشناسی هم به فلسفه و هم به روش تحقیق اشاره دارد و دو مکتب اصلی پدیدارشناسی توصیفی و پدیدارشناسی تفسیری را در بر می‌گیرد (داولینگ، ۲۰۰۷؛ تهی و همکاران، ۲۰۱۳). پدیدارشناسی به دنبال شناسایی ماهیت متمایز هر پدیده و تجربه است؛ ماهیتی که آن پدیده را از سایر پدیده‌ها مجزا و منحصر به فرد می‌سازد. از این‌رو پدیدارشناس به دنبال آن است دسته‌بندی نظام‌مند و از پیش تعریف شده‌ای از مفاهیم و متغیرها باشد، به دنبال درک چگونگی صحبت کردن و تفسیر مردم درباره رخدادها و موضوعات است (پیتکویچ و همکاران^۱، ۲۰۱۴). پدیدارشناسی از توضیح جهان سر باز می‌زند و می‌خواهد به توصیف تجربه یک پدیده یا موقعیت توسط یک شخص یا تعداد معدودی از اشخاص بپردازد (برگلاند، ۲۰۱۵؛ تامپسون و همکاران، ۱۹۸۹). در نگاه پدیدارشناسی جهان-زندگی^۲ یا تجربه زیسته^۳ هر شخص است که مورد بررسی قرار می‌گیرد و بر دانش انتزاعی ارجحیت دارد (برگلاند، ۲۰۱۵). به بیان دیگر جهان نه به مثابه واقعیتی مجزا از شخص، بلکه جهان زیسته شده توسط او مورد مطالعه قرار می‌گیرد (لاورتی، ۲۰۰۳). بنابراین برای درک اگزیستانس انسان، نیاز به کنار گذاشتن فرضیه‌های انتزاعی است و به جای آن باید بر اگزیستانس انسانی همانگونه که در واقع زیست شده تمرکز نمود (کوپر، ۲۰۱۶).

برای اجرای این پژوهش جامعه آماری کارآفرینان کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرینانه تهران انتخاب شده‌اند که صفت کارآفرینانه بودن این کسب و کارها مبتنی بر مؤلفه‌های کلیدی شامل؛ محصول یا خدمت نوآورانه و فعالیت در زمینه خاص برای اولین بار و قبل از سایر رقبا؛ ورود به بازار جدید، خلق بازار جدید و یا رشد سریع در بازار یا در تعداد منابع انسانی؛ تصمیم‌گیری و فعالیت در فضای عدم قطعیت؛ و فعالیت بر اساس اصول منطق امکان‌گرایی تعریف شد.

در ارتباط با حجم نمونه در پژوهش پدیدارشناسانه باید گفت که هیچ قانون متغنی برای اندازه جامعه نمونه وجود ندارد. با این وجود، اندازه جامعه نمونه در پژوهش‌های پدیدارشناسی غالباً کوچک است؛ شمار نمونه‌ها اکثراً ۱، ۴، ۹ یا نهایتاً ۱۵ است و مواردی بیش از این بسیار نادر هستند. چرا که نیاز است تا تحلیل پر از جزئیات و بسیار زمان‌بر از هر مورد انجام شود. به طور کلی پژوهشگر باید بیشتر بر عمق مطالعه توجه داشته باشد تا گستره‌ی آن (پیتکویچ و همکاران، ۲۰۱۴). در معدود مقالات فارسی که با روش‌شناسی پدیدارشناسی در موضوع کارآفرینی پژوهش نموده‌اند، حجم نمونه عبارت از ۳ مشارکت‌کننده (بودلایی و همکاران، ۱۳۹۲)، ۶ مشارکت‌کننده (بودلایی و همکاران، ۱۳۹۲)، ۱۲ مشارکت‌کننده (بودلایی و آهوپای، ۱۳۹۸)، ۱۲ مشارکت‌کننده (ادیب و اربط، ۱۳۹۳)، ۱۲ و ۱۴ مشارکت‌کننده

1. Pietkiewicz et al
2. Life-world
3. Lived Experience

(نقدی و جدی^۱، ۲۰۲۴) ۱۴ مشارکت‌کننده (عباسی و همکاران^۲، ۲۰۲۴) و ۱۹ مشارکت‌کننده (فارسی و همکاران، ۱۳۹۷) بوده است.

روش‌های نمونه‌گیری پژوهش غیرتصادفی و چند مرحله‌ای بود و علاوه بر این معیارهای انتخاب مشارکت‌کنندگان، دارا بودن تجربه پدیده کارآفرینی و ثانیاً مایل بودن به توصیف آن تجربه مد نظر قرار گرفت. همچنین گردآوری اطلاعات از جامعه نمونه از طریق مصاحبه پدیدارشناسانه عمیق، نیمه‌ساختاریافته و یا ساختاریافته انجام می‌شود. از منظر پدیدارشناسی، ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، خود پژوهشگر است و او خود، بخشی از چیزی است که مشاهده و جمع‌آوری می‌گردد.

برای انجام این پژوهش پس از تدوین پروتکل اجرا، ۵ مصاحبه انجام شد که داده‌های پژوهش از آنها استخراج شدند. مجموع زمان مصاحبه‌ها بیش از ۱۲ ساعت است (۷۲۱ دقیقه مصاحبه ضبط شده) و متون مکتوب شده این ۵ مصاحبه بالغ بر ۲۷۰۰۰ کلمه شده است. همچنین جریان مصاحبه‌ها به گونه‌ای بود که گفتگویی دایره‌ای و دیالکتیکی ایجاد نمود (تامپسون و همکاران، ۱۹۸۹). مشخصات نمونه پژوهش در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان (نگارندگان)

کارآفرین	فعالیت	سال و محل تولد-سکونت	تحصیلات	سابقه کار- کارآفرینی
E1	بنیان‌گذار و مدیرعامل، تولیدکننده مدارهای چاپی، کارآفرین برتر استان تهران (نوآوری در محصول و رشد)	۱۳۵۰- تهران	دکتری	۳۶ سال ۳۳ سال
E2	بنیان‌گذار و مدیرعامل، اولین اکوسیستم آنلاین و آفلاین آفرو در ایران (نوآوری در محصول و بازار، رشد)	۱۳۶۰، آلمان - تهران	لیسانس	۲۰ سال ۱۳ سال
E3	کارآفرین سریالی و بین‌المللی در حوزه‌های آموزشی، کتاب و نشر، کسب و کارهای اینترنتی، تحول دیجیتال (نوآوری در محصول، سازماندهی، رشد)	۱۳۵۶، همدان- تهران، تورنتو، سیدنی	لیسانس	۳۳ سال ۲۰ سال
E4	کارآفرین سریالی، کسب و کارهای دیجیتال، هوش مصنوعی، محصولات و خدمات دیجیتال (نوآوری در محصول، رشد)	۱۳۶۲، زنجان- تهران	فوق‌لیسانس	۲۰ سال ۱۲ سال
E5	کارآفرین سریالی و بین‌المللی صنعت فولاد و محصولات غذایی (نوآوری در سازماندهی بازار، رشد)	۱۳۶۰، تهران- مادرید	لیسانس	۲۰ سال ۲۰ سال
نکات مشترک: تمامی مصاحبه‌شوندگان مرد و متأهل هستند و علاوه بر تحصیلات آکادمیک ذکر شده، همگی دوره‌های مدیریتی MBA و DBA را گذرانده‌اند.				

همگی مصاحبه‌شوندگان دارای سابقه کاری کارآفرینانه بلندمدت هستند، بنابراین کمتر درگیر مسائل اولیه راه‌اندازی کسب و کار، نیاز به خلق درآمد برای بقا، کار کردن برای پول و پاسخ به اجبارهای محیطی بوده و بیشتر، دارای نگاه به عمق و ورای مسائل جاری در کار و زندگی هستند (هرچند که همگی این مراحل را سر گذارنده‌اند و بعضاً نیز سال‌ها در آن شرایط حضور داشته‌اند). همگی مصاحبه‌شوندگان متأهل هستند و بین ۴۰ تا ۵۳ سال سن دارند که در سیکل زندگی به عنوان مرحله بلوغ، درون‌نگری و میان‌سالی اشخاص در نظر گرفته می‌شود. همچنین همگی این کارآفرینان دارای تحصیلات دانشگاهی (از لیسانس تا دکتری) هستند و نیز دوره‌های آزاد مدیریتی را گذارنده‌اند که نشان‌دهنده علاقه‌مندی‌شان به یادگیری و توسعه است. محل تولد و سکونت و پایگاه اجتماعی خانواده‌های مصاحبه‌شوندگان با یکدیگر متفاوت است، صناعی که در آنها فعالیت می‌کنند از یکدیگر متفاوت است و همچنین جنس نوآوری‌هایشان نیز تفاوت دارد. تمامی مصاحبه‌شوندگان دارای نوآوری‌ها و موفقیت‌های چشم‌گیر در فعالیت خود هستند.

بنابراین می‌توان گفت نمونه این پژوهش از یک طرف دارای ویژگی‌های مشترک و از طرف دیگر دارای وجوه تمایز بنیادین با یکدیگر هستند. بدین ترتیب از یک طرف عمق و بلوغ لازم برای انجام مصاحبه کیفی اینچنین فراهم می‌شود و از طرف دیگر وجود تفاوت‌ها در کار و زندگی این اشخاص باعث می‌شود که از پدیده هم‌شکلی و قالب‌بندی ذهنی جلوگیری شود. این اشتراک‌ها و تمایزها موجب می‌شود که مصاحبه‌شوندگان دارای تجربه زیسته غنی در زندگی و کارآفرینی و بلوغ فکری و شخصیتی بالا باشند و از این رو، کنجکاوی و علاقه‌مندی‌شان به موضوع، اعتماد به پژوهشگر، تجربه کارآفرینانه، توانایی فهم موضوع و انتقال مطالب آنها همگی حمایت‌کننده انجام مصاحبه‌های عمیق کیفی و غنی شود.

روش‌های روایی و پایایی برای پژوهش پدیدارشناسانه که از آنها در پژوهش حاضر استفاده شد عبارتند از: در مورد مشروعیت و روایی (درونی): کسب نظر از دو مشارکت‌کننده در خصوص یافته‌ها، در مورد قابلیت انتقال (روایی خارجی): انتقال بخشی از یافته‌ها در قالب نقل قول مستقیم به خوانندگان، در مورد ثبات (پایایی درونی): چک کردن چندباره فرآیندهای گردآوری اطلاعات، کدگذاری و مرور داده‌ها توسط پژوهشگر و در خصوص انتقال (پایایی خارجی) از مقایسه داده‌های خام و داده‌های تحلیل شده است.

۴. یافته‌ها

تحلیل یافته‌ها به منظور استنباط و استخراج مضامین مرتبط با اگزیستانسیالیسم در سه مرحله صورت پذیرفت. به طوریکه در نوبت اول پس از مکتوب کردن متن مصاحبه و با مطالعه متن، تم‌ها مرتبط با هر قسمت از بحث استنباط و استخراج شد و در پایان همان پاراگراف نوشته می‌شد.

در نوبت و لایه دوم برای هر مصاحبه‌شونده جدول اختصاصی مربوط به مضامین استخراج شده تدوین شد و مضامین استنباط شده به همراه توصیف مضمون و مصادیق آن در گفتگو مورد اشاره قرار گرفت.

در نوبت و لایه سوم نیز مضامین تمامی مصاحبه‌شوندگان در قالب جدول جامع ارائه شد. در این جدول جامع تمامی مضامین از مجموع مصاحبه‌های انجام شده آورده شد، برای هر مضمون توصیف آن ارائه و نمونه‌های آن در گفتگوی

هر کارآفرین بیان شد. همچنین مشخص شد که هر کدام از مضامین برای چند نفر از مصاحبه‌شوندگان دلالت داشته است و در نتیجه میزان تکرار هر مضمون در مصاحبه‌ها نیز مشخص شد. ملاحظه شد که مضامین اصلی مرتبط با اگزستانسیالیسم عموماً برای هر ۵ مصاحبه‌شونده تکرار شده است که به نوعی حاکی از اجماع است. در نهایت نیز مضامین همبسته و مرتبط در قالب خوشه‌بندی‌های اصلی از مضامین با یکدیگر ترکیب و تلفیق شدند. بنابراین می‌توان گفت که تحلیل اطلاعات در این مرحله در قالب خوشه‌بندی تجمیعی یا از پائین به بالا است. در پایان ۵۱ مضمون اگزستانسیال، در قالب ۸ خوشه اصلی در ارتباط با کنش کارآفرینانه مشخص گردید که توضیحات آن در ادامه ارائه می‌شود.

جدول ۲. نمونه‌ای از تحلیل لایه سوم مضامین اگزستانسیال مرتبط با کنش کارآفرینانه (نگارندگان)

ردیف	خوشه‌بندی تم‌ها و مضامین	تم‌ها و مضامین	توضیحات مضمون	نمونه در متن	اشاره شده توسط مصاحبه شونده
۱	۱- در جهان بودن	گشودگی نسبت به جهان	اگزستانس در ارتباط با جهان (سطوح سه‌گانه فیزیکی، ارتباطی با دیگران و ارتباط با خود) تعریف می‌شود. همچنین رویکرد استقبال و شگفتی نسبت به رخداد‌های محیط بیرون و ارتباط شهودی کارآفرین با پدیده‌ها می‌تواند در این تم تعریف و دسته‌بندی شود.	من با همه صحبت می‌کنم و مشورت می‌گیرم. عقیده دارم در هر سری، نظری است و همه نظرات را باید شنید و می‌توان از آنها استفاده کرد. (E1) چند بار خودم جستجو کردم و اطلاعات بدست آوردم و به تنهایی به کویر رفتم. از آنجا که تنها می‌رفتم مقداری وسایل تهیه کردم و با خودم بردم. نه آنالین چیزی بود و نه کسی بود از او بپرسم. برای همین خواستم کسب و کار آنالین برای فروش محصولات آفرود راه‌اندازی کنم. در ابتدا برایم سرگرمی بود اما به کسب و کار اصلی‌ام تبدیل شد. (E2) بدون نگرانی خرج می‌کنم. حتی در مسیر درست حاضرم خطا کنم، ولی انجامش می‌دهم. اعتقاد دارم با خرج کردن پول و رساندن آن به دیگران برای خودم هم بیشتر می‌آید. به شدت دست و دل بازم، چون آن چیزی که دارم احساس می‌کنم مال من نیست. (E4) در محیط‌های غریبه دوست دارم انسان‌ها را تماشا و آنالیز کنم و از آنها یاد بگیرم. برای من همیشه محیط می‌توانسته کمک کند که این عمل کارآفرینی در من تقویت بشود یا نسبت به آن فاصله بگیرم. (E5)	E1 E2 E3 E4 E5
۲	آشنا شدن با جهان	آشنا شدن با جهان	جهان به مثابه چیزی در- حال-ساخته-شدن است و دازاین نقش اصیل عاملیت را در این فرآیند	-اگر من هم آن اشتباه‌ها را نمی‌کردم امروز بلد نبودم این چندصدنفر را مدیریت کنم. اول من باید راه غلط را بروم تا بتوانم راه درست را بشناسم. باید اشتباه کنم تا آزموده بشوم برای یک زمان دیگر. (E1)	E1 E2 E3 E4

ساختن و تبدیل شدن دارد.	-یکبار نشستم فکر کردم و مسیری که آمدم تا اینجا را بررسی کردم. وقتی به مسیر نگاه می‌کنم می‌بینم که ناگزیر بودم از اینکه این مسیر را طی کنم، کل این مسیر من را ساخت برای اینکه به جایی برسم تا پول در بیاورم نه برای پول درآوردن، بلکه برای آنکه دنیا را به جای بهتری تبدیل کنم (E4)
-------------------------	--

جدول بالا نمونه‌ای از جدول کامل تحلیل لایه سوم مضامین اگزستانسیال در ارتباط با کنش کارآفرینانه است. تعداد ۵۱ مضمون اصلی اگزستانسیال از مصاحبه‌های عمیق و از مرور ادبیات استخراج شده است، به طوریکه برخی از این مضامین از مرور ادبیات استخراج شده‌اند و در مصاحبه‌های انجام شد در صحبت‌های کارآفرین مورد اشاره قرار گرفتند و برخی دیگر مضامین اگزستانسیالی هستند که صرفاً و مستقیماً از مصاحبه‌ها استنباط و استخراج شده‌اند. هر کدام از این ۵۱ مضمون در یک لایه جزئی‌تر، خود دارای مفاهیم زیرمجموعه‌ای هستند که در بخش توضیحاتشان آورده شده است. به عنوان مثال مفاهیمی مانند خودآگاهی، ظرفیت بیرون از خویش ایستادن و نگرستن به خود، موقعیت خود، ارزیابی و راهنمایی خود، پذیرش خود، خود به مثابه چیزی در-حال-ساختن، وجود به مثابه اصلی‌ترین سرمایه و تنش خلاء وجودی میان وضع موجود و وضع مطلوب همگی زیرمجموعه مضمون ارتباط با خود وجودی (مضمون شماره ۶) هستند.

از طرف دیگر همانطور که گفته شد، از در لایه بالایی با جمع و هم‌آوری مضامین مرتبط با یکدیگر در میان این ۵۱ مضمون، ۸ خوشه مضمون اصلی استخراج شد. تمامی ۵۱ مضمون و ۸ خوشه اصلی از مضامین اگزستانسیال در کنش کارآفرینانه به صورت خلاصه در جدول زیر قابل مشاهده هستند.

جدول ۳. تحلیل لایه سوم مضامین اگزستانسیال مرتبط با کنش کارآفرینانه (نگارندگان)

ردیف	خوشه‌بندی مضامین	تم‌ها و مضامین	توضیحات مضمون	اشاره شده توسط
۱	عزت نفس	گشودگی نسبت به جهان	اگزستانس در ارتباط با جهان تعریف می‌شود. کارآفرین نسبت به رخدادهای بیرونی با استقبال و شگفتی مواجه شده و می‌تواند ارتباط شهودی کارآفرین با پدیده داشته باشد.	E1 E2 E3 E4 E5
۲		جهان به مثابه چیزی در-حال-ساختن	برای دازاین جهان به مثابه چیزی در-حال-ساخته-شدن است و او نقش اصیل عاملیت را در این فرآیند ساختن و تبدیل شدن دارد. دنیا قالبی پویاست که شخص به میزان آگاهی خود در فرآیند طراحی و شکل‌دادن آن مشارکت دارد.	E1 E2 E3 E4
۳	عزت نفس	آینده‌نگری در راستای طرح و پروژه شخصی و در-آنجای دازاین	انسان موجودی همواره ناقص است. انسان آن است که هنوز نیست! بنابراین همواره در تلاش است تا بشود آنچه که باید و این شکاف همیشگی میان وجود و ماهیت را پر کند. انسان همیشه با آنچه باید باشد	E1 E2 E3 E4 E5

	فاصله دارد، از همین روی او به سوی آنجا (ماهیت و آینده زمانی) و پروژه و طرح و آنجا منحصر به فرد دازاین در حرکت است.			
E1 E2 E3 E4 E5	وجود بشر درحالی که با وظایف خود روبه‌روست، به گذشته خود مرور می‌کند و آینده خود را طرح می‌ریزد. انسان گذشته خود را در راستای طرح و آنجای آینده خود به یاد می‌آورد، تفسیر و معنا می‌کند و از نتیجه آن در حال دست به اقدام می‌زند.	بازخوانی گذشته و کنش در حال در راستای اهداف و امکانات آینده	۴	
E2 E3 E4 E5	اگزیستانسیالیسم بر این فرض استوار هستند که این زندگی هرآنچه است که انسان در اختیار دارد و نیز هر آنچه که انسان برای تعالی خود نیاز دارد را فراهم آورده است. اشخاص اصیل از این فرصت و فضای اینجا و اکنون زندگی به تمامی استفاده کرده و طرف زندگی را به غایت لبریز می‌کنند. کامل زندگی کردن مستلزم کامل زندگی کردن در هر لحظه از آن است.	زیستن در اینجا و اکنون		۵
E1 E2 E3 E4 E5	خودآگاهی مستلزم از خود برگزندگی است و فرد در آن خود را هم سوژه می‌بیند و هم ابژه. آگاهی محض از خود به عنوان یک باشنده در جهان مستلزم ظرفیت بیرون از خویش ایستادن و نگرستن به خود و موقعیت خود و نیز ارزیابی و راهنمایی خود با بی‌نهایت امکان موجود است. برخی از مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با این مضمون عبارتند از: خودآگاهی و پذیرش خود، خود به مثابه چیزی-در-حال-ساختن، وجود به مثابه اصلی‌ترین سرمایه، تنش خلاء وجودی (شکاف وضع موجود و مطلوب یا وجود و ماهیت)	ارتباط با خود وجودی		۶
E1 E2 E3 E5	رابطه من-تویی رابطه‌ای اصیل است که در آن اشخاص در عین حفظ استقلال و فردیت خویش، به بالندگی و شکوفایی یکدیگر کمک می‌کنند. در این حالت هم‌دهشی وجود دارد و بخش بزرگی از ستاندن شخص در بخشش و دادن او مستتر است. این نوع رابطه عشق عاری از نیاز نام دارد.	ارتباط من-تویی با دیگران	۴-۲-۱-۳ (در جهان-انسانی بودن)	۷
E1 E2 E3 E4 E5	رابطه من-آنی رابطه ابزاری و غیراصیل است که در آن نگاه به انسان‌ها منفعت‌طلبانه و شیء‌گونه است و آنها را به مثابه وسیله‌هایی برای رفع نیازها نگاه می‌شود. در اینجا شخص می‌دهد تا بستاند.	ارتباط من-آنی با دیگران		۸
E2 E3 E4 E5	تنهایی یکی از ۴ غایت و مسلم اصلی در روان‌درمانی اگزیستانسیال است. انسان در اصلی‌ترین لایه وجود تنهاست و هیچ‌گونه ارتباطی نمی‌تواند این تنهایی را رفع کند. در این میان ارتباط سالم و از روی عشق و جدای از نیاز، می‌تواند منجر به رشد افراد شود.	تفرد، تنهایی میان‌فردی و تنهایی اگزیستانسیال		۹
E2 E3 E4 E5	اصالت اشخاص تنها بر اساس تمایل آنها برای به رسمیت شناخته شدن تعریف نمی‌شود، بلکه از نظر تمایل به رسمیت شناخته شدن آنها از سوی دیگران نیز تعریف می‌شود.	رضایت از شناخته شدن توسط دیگران		۱۰
E4 E5	انسان در جهان هم‌بودی و با دیگران زندگی و کنش دارد. دیگران از این منظر جهنم‌اند که محدود کننده مرزهای آزادی شخص به واسطه حضور، ارتباط، هنجارها، ارزش‌ها و قراردادهای اجتماعی هستند.	دیگران به مثابه جهنم		۱۱
E1 E2 E3	گذشته به مثابه علتی برای حال تلقی نمی‌شود، اگزیستانس همیشه در حال حاضر ظهور می‌کند، اما همیشه گذشته خود را اشغال می‌کند. به یاد آوردن	گذشته به مثابه واقع-بودگی و پرتاب‌شدگی-		۱۲

E4 E5	وقایع گذشته به تصمیم شخص درباره آینده بستگی دارد. در میان همین پرتاب‌شدگی‌ست که انسان، امکانات مختلف را برای بازنمایی خود در آینده درک کرده و می‌شناسد.	آینده به مثابه برون-بودگی یا برون‌ایستایی	
E1 E2 E3 E4 E5	هستی انسان به مجموعه‌ای از عوامل جبری فروکاسته نمی‌شود. آزادی چیزی نیست که به آگزیستانس اضافه شود، بلکه بنیاد خود آگزیستانس است. بشر محکوم است به آزادی؛ آزادی در انتخاب برای شرایط جبری زندگی.	آزادی در انتخاب پاسخ به واقع‌بودگی‌ها از مسیری متفاوت	۱۳
E1 E3 E4	قهرمانی‌گری اجباری و اعتیاد به کار را می‌توان جز موارد مکانیزم دفاعی خوداستثناء‌پنداری در مواجهه (مقابله و فرار) با مرگ قلمداد نمود.	اجبار به عنوان پیشران کارآفرینی	۱۴
E1 E2 E3 E4 E5	تعریف محدودیت‌ها به عنوان چالش و انگیزه‌ای برای تغییر و نه مانعی برای حرکت و بهانه‌ای برای سکون.	توجه به امکانات (فرصت‌ها) علی‌رغم واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها	۱۵
E1 E3 E4 E5	انسان در زندگی با مجموعه‌ای از کنش‌های زنجیره‌ای واقعیت را می‌سازد، زندگی خود را می‌سازد، جهان را تغییر می‌دهد. وجود فقط در کنش به تحقق و کمال می‌رسد و حقیقتی وجود ندارد جز در عمل. به عبارت دیگر بشر وجود ندارد، مگر در حدی که طرح‌های خود را تحقق می‌بخشد.	ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش	۱۶
E1 E2 E3 E4	فرد به طور کامل مسئول یا مؤلف دنیا، الگوی زندگی، انتخاب‌ها و اعمال خویش است و به این ترتیب می‌تواند با کنش خود جهان خود و جهانی که در آن زندگی می‌کند و جهانی را که در آن با دیگران ارتباط دارد را تغییر دهد.	مؤلف خود و جهان بودن (آگزیستانس به مثابه عامل محوری)	۱۷
E3 E4 E5	از منظور آگزیستانسیالیسم اصالت به معنای زیستن بر مبنای ارزش‌های خود است. ارزش‌هایی که خود شخص آنها را خلق می‌کند و بر اساس آنها دست به اقدام می‌زند. همچنین کارآفرین به موجب ارزش‌های شخصی خود دست به کنش می‌زند و به واسطه کنش خود ارزش خلق می‌کند.	خلق ارزش به موجب کنش	۱۸
E1 E2 E3 E4 E5	اشخاص با کانون کنترل درونی حس می‌کنند خودشان هستند که بر سرنوشت‌شان فرمان می‌رانند. بنابراین مستقل‌تر و موفق‌ترند، فعالیت‌های مدبرانه بیشتری دارند، از احساس قدرت شخصی بیشتر برخوردارند، بیشتر جویای قدرند و سعی می‌کنند بر محیط پیرامون‌شان مسلط شوند.	مرکز (کانون) کنترل درونی	۱۹
E1 E2 E3 E4 E5	آگزیستانس به مثابه جریان فعل ماندنی است که همواره در حال بودن و شدن می‌باشد. اساساً پویایی در ذات هستی انسان است او همواره راه خود را در راستای رسیدن به آنجای خود (دازاین) می‌سازد.	در-مسیر-بودن	۲۰
E1 E2 E3 E4 E5	مفاهیم مرتبط با این مضمون شامل: شرایط و محیط‌هایی که در آنها راه‌های از پیش تعیین شده مطلوب و جذاب نیستند. انتخاب مسیری متفاوت از شرایط عمومی محیطی، نبودن راه تجویزی صحیح از قبل و نیاز به کشف و خلق راه خود با آزمون و خطا می‌شود.	خلق راه خود	۲۱

۵- ساخت‌نبرد و جهان با کنش در مسیر اصالت

E1 E2 E4	نوآوری مسیری است برای تمایز و برون‌ایستایی کارآفرین که راه و روش جدید خود را در پیش می‌گیرد. همچنین این تمایز و برون‌ایستایی تعریف بنیادین دازاین و اگزیستانس است.	نوآوری به مثابه بودن در مسیر اصالت	۲۲
E1 E2 E3 E4 E5	اصالت نخستین ارزش اگزیستانسیالیسم است و عبارت است از پیوند تعقیب اهداف برتر و درون‌گرایی. اصالت به معنای شجاعت برخورد با موقعیت‌ها و محدودیت‌ها، خالص بودن و آگاهی از بودن خویش است و شامل روبه‌رو شدن با محدودیت‌های وجود می‌شود.	اصالت و زیستن اصیل	
E2 E5	اگزیستانس در ریشه لغوی به معنای پدیدارشدن، ظهور کردن، قیام کردن و در نهایت متمایز شدن است. بنابراین هر اگزیستانس زمانی اصیل است که خودش بشود، در راستای طرح خود زندگی کند و متمایز بشود.	اگزیستانس به مثابه تمایز	
E1 E2 E5	در اگزیستانسیالیسم وجود بر ماهیت مقدم است. انسان ماهیتی از قبل تعریف شده نیست، بلکه وجودی است که خود را با انتخاب‌های خود می‌سازد. هویت و ویژگی‌های ما نتیجه‌اند و نه علت. بنابراین هرگونه برچسب ماهیتی محدود کننده آزادی او خواهد بود.	دوری از برچسب‌های ماهیتی و اعتباری بیرونی از قبل تعریف شده	
E1 E2 E3 E5	موقعیت‌های مرزی برای هستنده انسانی اجتناب ناپذیرند و انسان با نوع پاسخی که در برابر آنها می‌دهد، می‌تواند خود و جهان‌ش را تعریف کند، تغییر دهد و معنا ببخشد.	آزادی در انتخاب و مسئولیت پذیری در موقعیت اگزیستانسیال	
E1 E2 E3 E4 E5	انسان در مقام آزادی نیازمند دست زدن به انتخاب و پذیرش مسئولیت انتخاب‌هایش است. اما هر انتخاب و تعهد به آن خود به معنای از دست دادن آزادی (برای انتخاب گزینه‌های دیگر) است که انسان باید بار آن را تحمل کند.	آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه	۲۷
E1 E2 E3 E4 E5	آزادی برای انتخاب کردن و تصمیم گرفتن معنا پیدا می‌کند. اگزیستانس آزادی است، آزادی را نه از آن خود ساختن، بلکه در مقام دهش یا بخشش تعالی و شناختن بخشنده این بخشش آزادی.	آزادی نه از چیزی بلکه آزادی برای چیزی	۲۸
E1 E3 E4	برای هستی‌انسان وجود داشتن یعنی انتخاب کردن و انتخاب نکردن یعنی دست از وجود کشیدن. آزادی در انتخاب کردن و تصمیم گرفتن معنا پیدا می‌کند.	انتخاب کردن به مثابه وجود داشتن	۲۹
E1 E2 E3 E4 E5	انسان آزاد است تا با انتخاب‌هایش خود را بسازد و در نتیجه مسئولیت انتخاب‌هایش را نیز دارد.	مسئولیت‌پذیری در قبال خود و آینده خود	۳۰
E1 E3	هر فرد مسئول تمام افراد بشر است. آدمی با انتخاب راه خود، راه همه آدمیان را تعیین می‌کند. حق زندگی، مسئولیت‌پذیری را نیز به همراه دارد.	مسئولیت‌پذیری در قبال خود و دیگران	۳۱
E1 E2 E5	مسئولیت‌پذیری به معنای مدیریت زندگی‌ست. آگاهی از اینکه سرنوشت، گرفتاری‌های زندگی، احساسات و در نتیجه رنج‌هایمان را خود پدید می‌آوریم. مسئولیت در ذات خویش درهم‌کوبنده است. بنابراین بسیاری از آن اجتناب می‌کنند.	پذیرش مسئولیت در قبال واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها	۳۲

E1 E2 E3 E4 E5	ارزش، معنایی که انسان برای امری بر می‌گیرند. یکی از روش‌های خلق معنا در زندگی و کارآفرینی خلق یا کشف ارزش‌هایی بزرگتر از خود و پایداری به آنهاست	فراتر از پول و برای ارزش و هدفی والا	۷- معنا در کارآفرینی	۳۳
E1 E2 E3 E4	یکی از راه‌های خلق یا کشف معنا در زندگی تجربه کردن است. تجربیات هر شخص از زندگی دارای فرازها و فرودهاست.	معنا از طریق تجربه کردن		۳۴
E1 E3	این نوع از معنایی شامل طرز برخوردی است که نسبت به رنج بر می‌گزینیم. در بسیاری مواقع شرایط تغییرناپذیر هستند و تنها راه پاسخگویی معقول به آنها، پذیرفتن است. زنده بودن یعنی رنج کشیدن و معنایی برای رنج یعنی ادامه هستی.	معنا از طریق رنج		۳۵
E1 E2 E3 E4	خلق پدیده‌ای بزرگتر از خود، چه از نظر زمانی، چه مقیاس کارکردی و نتیجه (مانند سود و منفعتی برای جامعه، ماهیتی مانا، خلق یا پیوستن به جمعی بزرگتر، ایجاد یا دنباله‌روی آرمان‌ها و ...) می‌تواند از راه‌های خلق معنا در زندگی باشد.	رسالت و آرمان		۳۶
E1 E2 E3 E4	معنای می‌تواند در قالب شخصی دنیوی ساخته شود. در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ ارضای نیازهای خودشکوفاگر مانند نیازهای شناختی دانش، بینش، خرد، و نیازهای زیبایی شناختی مانند تناسب، زیبایی، ژرف‌اندیشی و هماهنگی	ژرف‌اندیشی، قصدمندی و استعلا		۳۷
E2 E3 E4 E5	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ خودشکوفایی، یعنی حرکت به سوی خویشتن. نوع دوستی، خدمت به دیگران، شرکت در کارهای خیر، رشد و پیشرفت.	تغییر و شکوفایی خود		۳۸
E1 E2 E4	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ نوع دوستی، دنیا را به جای بهتری برای زیستن بدل کردن، خدمت و کمک به دیگران، شرکت در کارهای خیر، دوستی، خوشحال کردن دیگران	تغییر و شکوفایی دیگران، اهمیت دادن و توجه کردن، کمک به دیگران		۳۹
E1 E2 E4	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ فداکاری برای یک آرمان، پیوستن به یک کل و از خود برگزشتن، خلاقیت و آفرینش چیزی نو، هم‌افزایی با دیگران.	خلق یک کل از خود بزرگتر و از خود برگزشتن		۴۰
E5	انسان در ارتباط با دیگران خود و جهان را می‌شناسد. رقابت نوعی ارتباط ذهنی و انتزاعی است که می‌تواند انگیزه‌بخش کنش بوده و موجب شناخت بهتر از خود به نسبت دیگران شود. این مؤلفه می‌تواند جز ارزش‌های قدرت محور دسته‌بندی شود.	رقابت، قدرت، برنده بودن		۴۱
E2 E3 E4	این مورد می‌تواند زیرمجموعه مضمون مسئولیت و مؤلف بودن انسان در اثرگذاری بر دنیا دسته‌بندی شود. با این وجود منظور در اینجا مشخصاً اثرگذاری در راستای خلق ارزش و نتیجه خوب تلقی می‌شود.	تبدیل دنیا به جایی بهتر		۴۲
E3 E5	در پارادایم تفسیرگرایی، کارآفرینی به مثابه پدیده‌ای شخصی و در راستای با نیازها، انگیزه‌ها، مقصودها و اهداف شخصی فرد شناخته می‌شود. کارآفرینی به عنوان پدیده شخصی مؤید تمایز در اگزیستانس است.	کارآفرینی به مثابه پدیده‌ای شخصی		۴۳

E2 E3 E4	از منظر دیدگاه‌های دینی مرتبط با اگزیستانسیالیسم، هدف زندگی انسان تکمیل کار آفرینشگری خداوند است. از جهات دیگر هم انسان موجود آفرینشگر، خلاق و مؤلف خود و جهانش است. لذت آفرینشگری معنایی ارزشمند برای کارآفرینی است.	خلق و آفرینشگری	۴۴
E1 E2	حضور و مشارکت در هستی به معنا آگاهی انسان از زمان، نقش و شرایط حضورش در جهان است.	حضور و مشارکت در هستی	۴۵
E4	انسان صرفاً فاعل اندیشنده نیست بلکه آغازگر کنش و مرکز احساس و عاطفه نیز هست. ما مشارکت‌کنندگانی فعال در تمامیت جهان هستیم.	آغازگری و منشاء اثر بودن	۴۶
E4	عشق به سرنوشت یعنی انسان از وضعیت خود رضایت داشته باشد، به گونه‌ای که اگر بارها به همان شرایط و زندگی برگردد، همان راه را برود و همانطور زندگی کند.	عشق به سرنوشت	۴۷
E4	کشف کردن نوعی از درگیر شدن با زندگی و جهان است که موجب آگاهی می‌شود و این آگاهی الزاماً التفاتی و آگاهی از چیزی است که باید کشف شود.	کشف کردن	۴۸
E5	جهان انسانی الزاماً جهانی با دیگران است و در این میان، انسان با دیده شدن توسط دیگران "هست" می‌شود. اهمیت‌دادن و توجه کردن، بنیان ما برای افشای جهان‌هایمان است و نیز پایه‌ای برای درک و شناخت جهان	تایید شدن توسط دیگران	۴۹
E1 E2 E3	ماندن پس از مرگ و نبودن؛ نگاه به مرگ و خواست مانایی را می‌توان از طریق خلق پدیده‌ها و بودن و ماندن در ذهن و قلب دیگران تعریف کرد.	مانایی و ماندگاری	۵۰
E1 E2 E3 E4 E5	مرگ آگاهی به مثابه نیروی استفاده از زندگی است. اگرچه خود مرگ نابودکننده است، اما یاد مرگ زندگی‌بخش است و انسان را به سوی زندگی اصیل رهنمون می‌کند. تفاوت دازاین اصیل با غیراصیل، تفاوت رویکرد آنها در مقابل مرگ است. دازاین اصیل مرگ‌آگاه است و دست به کنش اصیل برای ساختن زندگی اصیل می‌زند. مواجهه آگاهانه با مرگ به افراد کمک می‌کند که زندگی پربارتری داشته باشند، هدفمندتر و اصیل‌تر زندگی کرده و بر به تعویق انداختن هستی غلبه کنند.	ظرفیت مواجهه با نیستی	۵۱

باید گفت که بیشتر مضامین اصلی اگزیستانسیال با تکرار و تناوب بالا در میان صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان آمده است، به طوریکه ۲۹ مضمون از ۵۱ مضمون توسط ۴ یا هر ۵ مصاحبه شونده مورد اشاره واقع شدند که نشان از حضور غنی رگه‌های مضامین و مفاهیم اگزیستانسیال در تجربه زیسته کارآفرینی و کنش کارآفرینانه این اشخاص دارد. از طرف دیگر ۱۱ مضمون از ۵۱ مضمون تنها یک یا ۲ بار در مصاحبه‌های مورد اشاره قرار گرفته است. اکثر این مضامین با تکرار کمتر، جنبه‌های مختلف از معنای کارآفرینی برای مصاحبه‌شوندگان بازگو می‌کنند و همگی در خوشه اصلی مضمون معنا در کارآفرینی قرار دارند (خوشه‌بندی شماره ۷) و از آنجا که کارآفرینی پدیده‌ای شخصی است و معنای آن نیز منحصر به خود شخص و قابل تفسیر برای خود اوست، قابل درک می‌باشد. به‌طورکلی، از میان ۵۱ مضمون کلی مشخص شده، ۵ مضمون هر کدام در یک مصاحبه نقل شدند، ۶ مضمون در ۲ مصاحبه آمده‌اند، ۱۱ مضمون در ۳ مصاحبه، ۱۲ مضمون در ۴ مصاحبه و ۱۷ مضمون نیز در هر ۵ مصاحبه مورد اشاره قرار گرفتند. همچنین

در میان صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان دسته‌کم ۱۸۳ مورد استنباط و مشخص شد که بر مفاهیم و مضامین اگزیستانسیال (۵۱ مضمون مشخص شده) دلالت داشت.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی وجود ریشه‌ها و مضامین اگزیستانسیال در کارآفرینی و کنش کارآفرینانه انجام شد تا بدین ترتیب بتوان از منظری نو به کنش کارآفرینانه و ریشه‌های ذهنی آن نگریست و آن را فهم کرد. بدین منظور رویکرد مناسب در راستای هدف پژوهش، رویکرد پدیدارشناسی است. از آنجا که در رویکرد پدیدارشناسی، پژوهشگر باید بیشتر بر عمق مطالعه توجه داشته باشد تا گستره‌ی آن (پیتکوئچ و همکاران، ۲۰۱۴) و او ناظر بی‌طرف نیست و خود نیز جزئی از پژوهش است (الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹)، تسلط بر مفاهیم نظری موضوع و نیز تسلط بر شیوه اجرای پژوهش اهمیت بالایی دارد.

بنابراین در ابتدا با مرور ادبیات مضامین اگزیستانسیالیسم مرتبط با کنش کارآفرینانه استنباط و استخراج شدند. سپس مرحله گردآوری اطلاعات با انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با ۵ کارآفرین نمونه انجام شد. بعد از آن متن مصاحبه‌ها مکتوب و چندین بار مطالعه شد تا در نتیجه، مضامین اگزیستانسیال مرتبط با کنش کارآفرینانه مشخص و آشکار شوند. استنباط و استخراج مضامین اگزیستانسیال از مصاحبه‌ها در سه لایه انجام شد که در لایه اول، پس از مطالعه متن، مضمون مورد توجه در انتهای هر پاراگراف نوشته می‌شد. در لایه دوم برای هر مصاحبه‌شونده جدول مضامین استخراج شده به همراه توصیف مضامین و مصادیق آن با ارجاع به متن تهیه شد. در لایه سوم و نهایی نیز جدول تلفیقی کلی برای تمامی مصاحبه‌شوندگان تهیه شد که در آن علاوه بر توصیف هر مضمون و ارائه مصادیق آن با ارجاع به متن، خوشه‌بندی و ترکیب مضامین مرتبط با یکدیگر انجام گرفت.

شایان ذکر است که بخش بزرگی از مضامین اگزیستانسیال که از مرور ادبیات استخراج شده بودند، توسط مصاحبه‌شوندگان به صورت مستقیم یا غیرمستقیم و مفهومی بازگو شده و مورد تأیید قرار گرفتند. بخش دیگری از مضامین مرتبط با اگزیستانسیالیسم نیز مستقلاً از دل مصاحبه‌ها نمایان شدند. بدین ترتیب در مجموع ۵۱ مضمون اگزیستانسیال مرتبط با کنش کارآفرینانه فهم و مشخص شد. تکرار بالای این مضامین در مصاحبه‌ها حاکی از اجتماع نظری و نیز گواهی بر رگه‌های غنی مفاهیم اگزیستانسیال در کنش کارآفرینانه و پدیده کارآفرینی است. همچنین با تلفیق و ترکیب این مضامین در رویکرد از پائین به بالا، ۸ خوشه اصلی مضامین اگزیستانسیال در ارتباط با کنش کارآفرینانه مشخص گردید که عبارتند از: در-جهان-بودن، زمان، ارتباطات و همبودی (در-جهان-انسانی-بودن)، از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی، ساخت خود و جهان خود به موجب کنش در مسیر اصالت، آزادی مسئولیت و انتخاب، معنا در کارآفرینی و مرگ. به طور کلی می‌توان گفت که این ۵۱ مضمون و ۸ خوشه اصلی از مضامین، اصلی‌ترین مفاهیم هم‌بسته میان کنش کارآفرینانه و اگزیستانسیالیسم را بر ما آشکار کرده و بر پیوند عمیق این دو حوزه دانشی و مفهومی دلالت دارند. همچنین به واسطه مصاحبه‌های انجام شده مشخص شد که مضامین اگزیستانسیال مورد اشاره در این پژوهش، به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه و در لایه‌های ذهنی کارآفرینان مورد مصاحبه وجود داشته و مبنای معنا و چرایی برای تصمیم‌گیری و کنش کارآفرینانه آنان فراهم کرده است.

۶- پیشنهادها

با توجه به اینکه پژوهش حاضر نخستین گام برای برقراری پیوند میان مضامین اگزیستانسیال با کارآفرینی را مبتنی بر روش تحقیق پدیدارشناسی برداشته است، علی‌رغم اینکه پاسخ‌هایی برای سوال مطرح شده ارائه می‌دهد، اما شاید دستاورد بزرگتر آن این باشد که سوالات تازه‌ای برای پژوهش‌گران حوزه کارآفرینی مطرح کند که هر کدام موضوعی برای پژوهش‌های آتی باشند. از این بابت می‌تواند جریان پژوهشی جدیدی را ایجاد نماید. فلسفه اگزیستانسیال توانسته است جریان‌های جدید در حوزه‌های مختلف از جمله ادبیات، سیاست، هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و زیبا و روان‌شناسی ایجاد نماید (مک‌کواری، ۱۳۹۹؛ می و همکاران، ۱۴۰۱). حال با توجه به نتایج این پژوهش و نزدیکی مفاهیم و مضامین این اگزیستانسیالیسم با کارآفرینی، به نظر می‌رسد که این مکتب فلسفی می‌تواند بر جنبه‌های مختلف علم و عمل کارآفرینی نیز اثرساز باشد.

از طرف دیگر با توجه به محدودیت‌های این پژوهش اعم از محدودیت ذاتی روش تحقیق کیفی آن و امکان خطای تفسیر پژوهشگر و دخالت دادن تمایلات ذهنی در آن، محدود بودن نمونه مصاحبه، گسترده بودن ادبیات اگزیستانسیالیسم، ذهنی و انتزاعی بودن تمامی مضامین، برداشت‌ها و برساخت‌ها و ...، پژوهش‌های آتی می‌توانند با عمیق شدن در هر کدام از موارد اشاره شده و یا با کاربست روش‌های تحقیق دیگر (مانند آمیخته و یا کمی و پرسشنامه‌ای)، در توسعه این حوزه جدید قدم برداشته و پژوهش‌های تخصصی با موضوعات جزئی‌تر و مشخص‌تر درباره مضامین مختلف اگزیستانسیالیسم با کارآفرینی تعریف نمایند.

نکته دیگر اینکه همانطور که اشاره شد، پژوهش‌ها با رویکرد پدیدارشناسانه در حوزه کارآفرینی ایران و ادبیات فارسی رشته کمتر انجام گرفته شده است. بنابراین انجام تحقیقات کیفی از این دست می‌تواند در بسط گسترش بدنه دانش رشته اهمیت داشته باشد و مفهوم کارآفرینی را از جنبه‌های دیگر بشناساند. همچنین از آنجا که کارآفرینی پدیده‌ای به شدت وابسته به شرایط محیط (کشور) است، انجام مطالعات پدیدارشناسانه درباره کنش و تجربه زیسته کارآفرینان ایرانی می‌تواند در بومی‌سازی دانش این حوزه اثربخش باشد. از طرف دیگر پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسی توصیفی انجام شد. اما از آنجا که معنای توصیفات پدیدارشناختی در تفسیر نهفته است (لاورتی، ۲۰۰۳؛ گروندن، ۱۴۰۰)، به منظور درک بهتر موضوع نیاز است تا در پژوهش‌های آتی از رویکرد پدیدارشناسی هرمنوتیک یا تفسیری بهره برده شود.

همچنین نظر می‌رسد مفاهیم استخراج و استنتاج شده در این پژوهش قابلیت تعمیم‌پذیری و کاربست در حوزه عمل کارآفرینان را داشته باشد و ترویج آنها می‌تواند شرایطی ایجاد کند تا اشخاص درک بهتری از تجربه کارآفرینی داشته باشند، شناخت بهتری از خود داشته باشند و با توسعه قابلیت‌های فردی خود، بتوانند شایستگی و عاملیت لازم برای کارآفرینی را در خود ایجاد کرده و ارتقاء دهند. به همین منظور می‌توان یافته‌های انتزاعی این پژوهش را اتخاذ کرده و در ساحت کاربرد مورد استفاده قرار داد.

منابع

- ادیب، ی؛ اربط، ف. م. (۱۳۹۳). پدیدارشناسی تجربیات و ادراکات کارآفرینان از پدیده کارآفرینی: یک مطالعه کیفی. توسعه کارآفرینی، ۷(۳)، ۴۴۷-۴۶۵. [10.22059/jed.2014.52502](https://doi.org/10.22059/jed.2014.52502)
- استیونس، ل؛ هابرم، د؛ متیوزرایت، پ. (۱۳۹۸). دوازده نظریه در باب طبیعت بشر (م. محمدامینی (ویراستار)؛ پنجم). نشر نو. الوانی، س. م؛ بودلایی، ح. (۱۳۸۹). پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۵(۱۹). بلیکی، ن. (۱۴۰۲). طراحی پژوهش های اجتماعی (ح. چاوشیان (ویراستار)؛ پانزدهم). نشر نی.
- بودلایی، ح؛ آهوپی، م. (۱۳۹۸). در باب معنای کارآفرینی: مطالعه پدیدارشناختی کارآفرینی در ایران. مجله مدیریت توسعه و تحول، ویژه نامه (۶)، ۲۷۹-۲۸۹.
- بودلایی، ح؛ الوانی، س. م؛ اعرابی، س. م؛ واعظی، ر. (۱۳۹۲). مطالعه پدیدارشناختی جوهر کارآفرینی عمومی. فصلنامه مدیریت سازمانی دولتی، ۱(۴). <http://noo.rs/6pxPw>
- بودلایی، ح؛ خانباشی، م؛ فراهانی، غ. (۱۳۹۲). مطالعه پدیدارشناسانه شایستگی های کارآفرینان اجتماعی. چشم انداز مدیریت دولتی، ۱۵، ۱۳۹-۱۶۵.
- سارتر، ژ. پ. (۱۴۰۰). اگزیستانسیالیسم و اصالت بشر (م. رحیمی (ویراستار)؛ نوزدهم). نشر نیلوفر.
- شارف، ر. (۱۴۰۰). نظریه های روان درمانی و مشاوره (م. فیروزبخت (ویراستار)؛ هفدهم). انتشارات رسا.
- صوفیه، ج؛ حسینی نیا، غ؛ دهکردی، ع. م. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای وضع موجود روش شناسی پژوهش های منتشر شده در مجله های برتر حوزه فرصت های کارآفرینانه. توسعه کارآفرینی، ۱۱(۴)، ۶۴۱-۶۶۰. [10.22059/jed.2019.266319.652734](https://doi.org/10.22059/jed.2019.266319.652734)
- عربیون، ا؛ دهکردی، ع. م؛ سلاجقه، ن. (۱۳۹۸). مفهوم پردازی کنش کارآفرینانه. توسعه کارآفرینی، ۱۲(۲)، ۲۴۱-۲۶۰. [10.22059/jed.2019.270544.652814](https://doi.org/10.22059/jed.2019.270544.652814)
- فارسی، ج؛ برادران، م؛ حجازی، س؛ اکبری، م. (۱۳۹۷). بسط مفهوم شایستگی کارآفرینان فناور با رویکردی تفسیری؛ یک پژوهش پدیدارشناسانه. فصلنامه سیاست علم و فناوری، ۱۰(۳). [20.1001.1.20080840.1397.11.3.5.5](https://doi.org/10.1001.1.20080840.1397.11.3.5.5)
- فرانکل، و. (۱۳۹۹). روان درمانی و اگزیستانسیالیسم (ن. رحمانیان (ویراستار). نشر آشیان.
- فلین، ت. (۱۴۰۰). اگزیستانسیالیسم (ح. کیانی (ویراستار)). نشر حکمت سینا.
- گروندن، ژ. (۱۴۰۰). هرمنوتیک (م. ابولقاسمی (ویراستار)؛ سوم). نشر ماهی.
- مککواری، ج. (۱۳۹۹). وجودگرایی (محمدسعید حنایی کاشانی (ویراستار)؛ دوم). نشر هرمس.
- می، ر. (۱۴۰۰). کشف وجود؛ روانشناسی وجودی (م. میلانی (ویراستار)؛ چهارم). نشر دانژه.
- می، ر؛ انجل، ا؛ و النبرگر، ه. (۱۴۰۱). هستی (اگزیستانس) (س. حبیب (ویراستار)؛ سوم). نشر نی.
- هایدگر، م. (۱۴۰۱). هستی و زمان (ع. رشیدیان (ویراستار)؛ یازدهم). نشر نی.
- Abbasi, D., Mahdieh, O., & Shahsavari, F. (2024). Identifying Factors Affecting the Success of Startups : A Phenomenological Study. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(4), 187–213. (In Persian) [10.22059/jed.2023.359337.654193](https://doi.org/10.22059/jed.2023.359337.654193)
- Aberšek, B. (2024). From Chaos to the Absurd: Existentialism for the 21st Century. *Philosophies*, 9(6). <https://doi.org/10.3390/philosophies9060168>.
- Agarwal, J., & Cruise Malloy, D. (2000). The role of existentialism in ethical business decision-making. *Business Ethics: A European Review*, 9(3), 143–154. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00185>
- Anker, T. B. (2023). Meaningful choice: Existential consumer theory. *Marketing Theory*, October.

- <https://doi.org/10.1177/14705931231207317>
- Barrett, W. (1964). What is existentialism? In *Philosophical Writings*. INC, Grove Press.
- <https://www.jstor.org/stable/40401073>
- Berglund, H. (2015). Between cognition and discourse: Phenomenology and the study of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(3), 472–488. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2013-0210>
- Cohen, S. R., Mount, B. M., Tomas, J. J. N., & Mount, L. F. (1996). Existential well-being is an important determinant of quality of life: Evidence from the McGill Quality of Life Questionnaire. *Cancer*, 77(3), 576–586. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0142\(19960201\)77:3<576::AID-CNCR22>3.0.CO;2-0](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0142(19960201)77:3<576::AID-CNCR22>3.0.CO;2-0)
- Cooper, M. (2016). *existential therapies*. SAGE.
- Crumbaugh, J. C., & Maholick, L. T. (1964). An experimental study in existentialism: The psychometric approach to Frankl's concept of noogenic neurosis. *Journal of Clinical Psychology*, 20(2), 200–207. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(196404\)20:2<200::AID-JCLP2270200203>3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/1097-4679(196404)20:2<200::AID-JCLP2270200203>3.0.CO;2-U)
- Dowling, M. (2007). From Husserl to van Manen. A review of different phenomenological approaches. *International Journal of Nursing Studies*, 44(1), 131–142. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2005.11.026>
- Faghih, N., Bonyadi, E. & Sarreshtehdari, L. Entrepreneurial Motivation Index: importance of dark data. *J Glob Entrepr Res* 11, 15–27 (2021). <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00277-y>
- Frese, M. (2007). The psychological actions and entrepreneurial success: An action theory approach. *The Psychology of Entrepreneurship*, January 2007, 151–188. <https://psycnet.apa.org/record/2006-11785-008>
- Faghih, N., Bonyadi, E., Sarreshtehdari, L. (2020). Entrepreneurial Motivation. In: *Entrepreneurship Viability Index. Contributions to Management Science*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-54644-1_2
- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000028>
- Fu, X. (2019). Existential authenticity and destination loyalty: Evidence from heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 12(November 2018), 84–94. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.008>
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., & Katz, J. A. (1994). Finding the Entrepreneur in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5–9. <https://doi.org/10.1177/104225879401800301>
- Iswari, H. R., Handayati, P., Ery Tri Djatmika Rudijanto Wahyu, W., & Restuningdiah, N. (2024). Philosophy meets culture: How existential reflection and 'Arema Spirit' shape startup bootstrapping strategies? *Research Journal in Advanced Humanities*, 5(4), 580–617. <https://doi.org/10.58256/s7tq7a08>
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(3), 290–328. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2015-0042>
- Krueger, N. F. (2007). E T & P What Lies Beneath ? The. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 208, 123–139. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Laverty, S. M. (2003). Hermeneutic Phenomenology and Phenomenology: A Comparison of Historical and Methodological Considerations. *International Journal of Qualitative Methods*, 2(3), 21–35. <https://doi.org/10.1177/160940690300200303>
- McMullen, J. S. (2015). Entrepreneurial Action. *Wiley Encyclopedia of Management*, January 2015, 1–2. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom030026>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. In *A Psychological Approach to Entrepreneurship* (Vol. 31, Issue 1, pp. 132–152). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>
- Morales, C., Masuda, A. D., & Holtschlag, C. (2019). The Why and How of Entrepreneurial Action: An Integrative Model Based on Individual Values and Action Theory. *Spanish Journal of Psychology*,

- 22, 1–11. <https://doi.org/10.1017/sjp.2019.62>
- Morhart, F., Malär, L., Guèvremont, A., Girardin, F., & Grohmann, B. (2013). Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 200–218. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.11.006>
- Naghdi, S., & Jeddi, R. (2024). Phenomenology of the Financial Dimensions of Startups with the Aim of Providing a Model for Entrepreneurship Development. *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(3), 111–137. (In Persian) [10.22059/jed.2024.365272.654263](https://doi.org/10.22059/jed.2024.365272.654263)
- Oluwafemi, T. B., & Duff, A. J. (2024). Entrepreneurship as existential transformation: a review of entrepreneurial identity with a typology of career and personal change. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2418424>
- Packard, M. D. (2017). Where did interpretivism go in the theory of entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 32(5), 536–549. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.05.004>
- Pietkiewicz, I., Smith, J. A., Pietkiewicz, I., & Smith, J. A. (2014). A practical guide to using Interpretative Phenomenological Analysis in qualitative research psychology. *Czasopismo Psychologiczne Psychological Journal*, 20(1), 7–14. <https://doi.org/10.14691/CPPJ.20.1.7>
- Plantinga, A. (1983). On existentialism. *Philosophical Studies*, 44(1), 1–20. <https://doi.org/10.1007/BF00353411>
- Rocha, H., & Birkinshaw, J. (2007). Entrepreneurship Safari: A Phenomenon-Driven Search for Meaning. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 3(3), 205–255. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000016>
- Seymour, R. G. (2006). Hermeneutic phenomenology and international entrepreneurship research. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(4), 137–155. [10.1007/s10843-007-0011-5](https://doi.org/10.1007/s10843-007-0011-5)
- Stenmark, M. (2012). Theories of human nature: Key issues. *Philosophy Compass*, 7(8), 543–558. <https://doi.org/10.1111/j.1747-9991.2012.00489.x>
- Strang, P., Strang, S., Hultborn, R., & Arnér, S. (2004). Existential pain—an entity, a provocation, or a challenge? *Journal of Pain and Symptom Management*, 27(3), 241–250. <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2003.07.003>
- Tan, S. Z. K., & Lim, L. W. (2021). An existentialist approach to authentic science. *IBRO Neuroscience Reports*, 11(January), 52–55. [10.1016/j.ibneur.2021.07.001](https://doi.org/10.1016/j.ibneur.2021.07.001)
- Thompson, C. J., Locander, W. B., & Pollio, H. R. (1989). Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 133–146. <https://doi.org/10.1086/209203>
- Townsend, D. M., & Hunt, R. A. (2019). Entrepreneurial action, creativity, & judgment in the age of artificial intelligence. *Journal of Business Venturing Insights*, 11(June). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00126>
- Townsend, D. M., Hunt, R. A., McMullen, J. S., & Sarasvathy, S. D. (2018). Uncertainty, knowledge problems, and entrepreneurial action. *Academy of Management Annals*, 12(2), 659–687. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0109>
- Tuohy, D., Cooney, A., Dowling, M., Murphy, K., & Sixsmith, J. (2013). An overview of interpretive phenomenology as a research methodology. *Nurse Researcher*, 20(6), 17–20. <https://journals.rcni.com/doi/abs/10.7748/nr2013.07.20.6.17.e315>
- Vos, J., Craig, M., & Cooper, M. (2015). Existential therapies: A meta-analysis of their effects on psychological outcomes. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 83(1), 115–128. <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fa0037167>
- West, A. (2008). Sartrean existentialism and ethical decision-making in business. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 15–25. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9477-2>
- Yalom, I. D. (1980). *existential psychotherapy*. Basic Books.