



“Hearts and Dollars”: Exploring the Qualitative Dimensions of Economic Embeddedness among Iranian Gen Z

Zeinab Shafiei¹ | Saba najafi²

1. Corresponding Author, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: ze.shafiei@alzahra.ac.ir
2. MA in Social Research, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: najafi.saba7575@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	As the first generation of digital natives, Generation Z has manifested distinct action patterns at the intersection of financial crises, platform capitalism, and the dominance of financialization logic. This study aims to explain the “embeddedness” of this generation’s economic actions and to critique reductionist approaches in analyzing their behaviour. Employing a qualitative-exploratory approach, semi-structured interviews were conducted with 20 female high school students of Generation Z in Baharestan city. Drawing on the theory of “embeddedness,” the findings reveal that the economic actions of this generation are embedded in three dimensions: 1) Structural Embeddedness, where ties with “strangers” serve as informational bridges, replacing traditional pathways and enabling an escape from the limited geography of the periphery; 2) Cultural Embeddedness, where money acts as a “negotiation currency” to shift the power balance within the family and purchase the “right to be different”; and 3) Cognitive Embeddedness, where “survival anxiety” drives the subject toward “voluntary self-exploitation” and transforming the “self” into an investment project. A novel finding of this research suggests that even “joblessness” among this generation is not a sign of passivity, but rather a “strategic patience” for accumulating skill-based capital and protecting identity prestige against dependent wealth. Ultimately, this study demonstrates that the economic action of Generation Z is a continuous effort to reconcile the poles of “meaning-seeking” and “survival necessity”—a space where interest is redefined not as mere material accumulation, but as a nexus between economic profit and “identity prestige.”
Article history: Received: 02 March 2026 Received in revised form: 03 May 2026 Accepted: 23 May 2026 Published online: 01 July 2026	
Keywords: Capitalism, Economic Action, Economic Sociology, Embeddedness, Generation Z, Iran	

Cite this article: Shafiei, Z. & Najafi, S. (2026). “Hearts and Dollars”: Exploring the Qualitative Dimensions of Economic Embeddedness among Iranian Gen Z. *Community Development (Rural-Urban)*, 18 (1):111-134.
<https://doi.org/10.22059/jrd.2026.408938.668969>



Author(s) retain the copyright. Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2026.408938.668969>



Extended Abstract

Introduction

Generation Z (born 1997–2012), as the first generation of digital natives, has emerged within a global landscape defined by the intersection of financial crises, platform capitalism, and the hegemony of financialization. In Iran's context, this digital entanglement carries a dual significance; for the Iranian adolescent, the virtual sphere is not merely a communication tool but a parallel public arena where physical and structural limitations are bypassed. Growing up in an "attention economy" where visibility serves as currency, Gen Z's identity has become inextricably linked with market logic. Their economic actions are deeply embedded in late capitalism, where personal branding, lifestyle, and the ability to display consumption are as vital as consumption itself.

In Iran, this situation is exacerbated by structural blockages, chronic inflation, and institutional instability. While global discourse often frames Gen Z entrepreneurship as a luxury lifestyle choice, for Iranian youth, it represents a strategic defense and survival mechanism against the collapse of traditional employment models. Despite this complexity, existing literature often reduces Gen Z to either "under-socialized" profit-seekers (as seen in neoclassical economics) or "over-socialized" subjects following peer-group consumption norms (as seen in traditional sociology). This research seeks to move beyond these reductionist dualities by employing the concept of "embeddedness" (Granovetter, 1985; Zukin & DiMaggio, 1990) to explore how economic actions are articulated within the unique socio-economic lifeworld of Iranian Gen Z girls.

Methodology

This study adopts a qualitative-exploratory approach using directed qualitative content analysis. The field of study was purposefully selected: girls' high schools in Baharestan, a transitional and peripheral urban area in Iran. Baharestan serves as a strategic site for studying

the intersection of structure and action, as it reveals a sharp semantic shift from the importance of formal education to early employment.

The research utilized semi-structured interviews (individual and group) with 20 Gen Z female students (aged 15–17) engaged in various economic activities—ranging from online shops and beauty services to pharmacy assistance and teaching. Participants were selected through maximum variation sampling to ensure a breadth of experiences across diverse economic backgrounds. Data analysis followed a three-stage process: extracting meaning units, coding, and categorizing these codes into the three dimensions of embeddedness—structural, cultural, and cognitive—based on the theoretical framework of Zukin and DiMaggio (1990). To ensure trustworthiness (Lincoln & Guba, 1985), a range of strategies such as prolonged engagement, member checking, and expert peer debriefing were employed.

Findings

The findings indicate that Gen Z's economic action is not an isolated, purely rational decision but is deeply embedded in three distinct dimensions: 1) Structural Embeddedness (Networks as Financial Shortcuts): Unlike traditional models that rely on family (strong ties), Gen Z economic action increasingly relies on "weak ties" and "links with strangers" in digital spaces. In the context of peripheral Baharestan, where family networks are often informationally redundant, weak ties act as vital bridges to non-redundant job opportunities. More importantly, the digital sphere connects these youth to global flows of information and wealth, allowing them to bypass traditional, stagnant economic hierarchies. Strangers in the digital world are viewed not as threats, but as economic opportunities that save the actor from normative rigidity; 2) Cultural Embeddedness (The Tool-kit of Capitalist Realism): Economic action is embedded in the values of late capitalism, where "capitalist realism" acts as a cognitive schema. Money is not just for material

needs; it is “negotiation currency” used to shift the balance of power within the family and purchase the right to be different. A key finding is the emphasis on “self-made” wealth. In their logic, wealth derived from effort is “Smart Money” (prestigious), while wealth from connections or dependence is “Dependent Money” (stigmatized). This generation views the entrepreneurial self as a personal project where self-exploitation is embraced as a form of agency and self-actualization; 3) Cognitive Embeddedness (The Survival Schema and Strategic Patience): Due to chronic inflation and institutional mistrust, Gen Z has developed a “survival-based rationality.” The cognitive schema of “financial subjecthood” compels them to act as “portfolio managers” of their own lives. Interestingly, their individualism is not in conflict with family support; rather, they view the family as a “strategic partner” and a safety net. They invest in the family’s financial stability to ensure their own long-term survival. Furthermore, the research identified “strategic patience” as a significant finding: periods of “no income” (e.g., unpaid internships or skill-building) are not signs of passivity, but a conscious strategy to accumulate “identity capital” and protect their reputational brand from “low-status” or dependent wealth.

Conclusion

The research concludes that the economic action of Gen Z girls in Iran is an active articulation of agency within a landscape of structural insecurity. By shifting their embeddedness from physical geography to digital networks, they redefine the boundaries between the periphery

and the center. Their economic behaviour is a continuous attempt to reconcile the two poles summarized in the title: “heart” (the search for meaning, identity, and digital self-expression) and “dollar” (the harsh necessity of survival in a volatile, financialized economy).

The study reveals that “selfhood” has become an ongoing investment project. The strict distinction they make between wealth from labour and wealth from dependent relationships indicates the emergence of a new value system where social prestige is tied to the narrative of autonomy. Ultimately, for Gen Z, profit is no longer defined by mere material accumulation; instead, it is found at the intersection of economic gain and identity credibility. This “status-based economic agency” serves as a proactive strategy to manage survival anxiety in a world where formal institutions have lost their protective function. Understanding this generation requires recognizing that their economic actions are not merely about “having” more, but about “being” someone—specifically, an autonomous subject in an unstable world.

Acknowledgments: This article is derived from the master’s thesis of the second author titled “Interest and the Logic of Economic Action of Generation Z in Iran” (2025), conducted in the Department of Social Sciences, Faculty of Social and Economic Sciences, Alzahra University. The authors would like to express their gratitude to the administrators of Alzahra University and to the scientific and executive staff of the journal *Local Development (Rural–Urban)* for their support.

Conflict of Interest: The authors declare that there is no conflict of interest in this study.

«دل و دلار»:

روایت کیفی ابعاد حک‌شدگی کنش اقتصادی نسل زد در ایران

زینب شفیعی^۱ | صبا نجفی^۲^۱. نویسنده مسئول، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. رایانامه: ze.shafiei@alzahra.ac.ir^۲. کارشناس ارشد پژوهشگری اجتماعی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.رایانامه: najafi.saba7575@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	نسل زد به عنوان نخستین نسل بومی دیجیتال، در فضای تلاقی بحران‌های مالی، سرمایه‌داری پلتفرمی و استیلاي منطق مالی‌گرایی، الگوهای کنشی متمایزی را بروز داده است. هدف پژوهش حاضر، تبیین حک‌شدگی کنش‌های اقتصادی این نسل و نقد رویکردهای تقلیل‌گرایانه در تحلیل کنش‌های آنان است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۲/۱۱	این مطالعه با رویکرد کیفی-اکتشافی و از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۰ دانش‌آموز دختر نسل زد در شهرستان بهارستان انجام شده است.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۲/۱۳	یافته‌های پژوهش براساس نظریه «حک‌شدگی» نشان می‌دهد کنش اقتصادی این نسل در سه بعد حک شده است:
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۳/۲۳	۱. حک‌شدگی ساختاری که در آن، پیوند با «غریبه‌ها» به عنوان پل‌های اطلاعاتی، جایگزین مسیرهای سنتی می‌شود و امکان گریز از جغرافیای محدود حاشیه را فراهم می‌کند؛ ۲. حک‌شدگی فرهنگی که در آن، پول به مثابه «ارز مذاکره» برای تغییر موازنه قدرت در خانواده و خرید «حق متفاوت‌بودن» عمل می‌کند؛ و ۳. حک‌شدگی شناختی که در آن به دلیل اضطراب بقا، سوژه به سمت «استثمار داوطلبانه خوشتن» و تبدیل خود به یک پروژه سرمایه‌گذاری می‌رود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۴/۱۰	یافته نوآورانه پژوهش نشان می‌دهد حتی بی‌درآمدی در میان این نسل، نه نشانه‌ای از انفعال، بلکه صبر راهبردی برای انباشت سرمایه مهارتی و حفاظت از اعتبار هویتی در برابر ثروت‌های وابسته است. درنهایت، این پژوهش نشان داد کنش اقتصادی نسل زد، تلاشی مداوم برای آشتی دادن قطب‌های معنایی و ضرورت بقا است؛ جایی که منفعت نه در انباشت مادی صرف، بلکه در پیوند میان سود اقتصادی و اعتبار هویتی بازتعریف می‌شود.

کلیدواژه‌ها:

ایران، جامعه‌شناسی اقتصادی، حک‌شدگی، سرمایه‌داری، کنش اقتصادی، نسل زد

استناد: شفیعی زینب و نجفی، صبا (۱۴۰۵). «دل و دلار»، روایت کیفی ابعاد حک‌شدگی کنش اقتصادی نسل زد در ایران. توسعه محلی (روستایی - شهری)،

<https://doi.org/10.22059/jrd.2026.408938.668969>. ۱۱۱(۱)-۱۳۴

نویسندگان حق نشر و حقوق کامل انتشار را حفظ می‌کنند.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2026.408938.668969>

۱. مقدمه و بیان مسئله

نسل زد^۱ یعنی متولدان سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲، به‌عنوان یکی از پرمطالعه‌ترین نسل‌ها در تاریخ معاصر شناخته می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد کنش‌های اجتماعی و اقتصادی، ویژگی‌ها و نگرش‌های این نسل آن‌ها را از سایر نسل‌ها متمایز کرده است (توئنج^۲، ۲۰۱۷). نقطه کانونی این تمایز، تحولات شکل گرفته در عصر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است؛ زیرا این نسل در بستر متولد شده و رشد یافته که دسترسی دائم به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پیش‌فرض زندگی افراد است. در فضای اجتماعی ایران، این درهم‌تنیدگی با دنیای دیجیتال معنایی مضاعف یافته است؛ چرا که فضای مجازی برای نوجوان ایرانی نه صرفاً ابزاری ارتباطی، بلکه یک عرصه عمومی موازی است که در آن، محدودیت‌های فیزیکی و ساختاری جامعه‌پذیری را دور می‌زند (ذکایی، ۱۴۰۴).

درواقع برای این نسل، مرز میان زندگی واقعی و مجازی کمرنگ شده است (مؤسسه تحقیقاتی پیو^۳، ۲۰۱۹) و بخش بزرگی از جامعه‌پذیری، دوستی‌ها و حتی کسب درآمد در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک رخ می‌دهد. برخلاف نسل‌های پیشین که هویت را در محیط‌های فیزیکی مانند مدرسه و محله شکل می‌دادند، برای نسل زد، هویت پروژه‌ای یال، مداوم و عمل‌گرایانه است. آن‌ها می‌دانند در هر پلتفرم باید چه نقشی را بازی کنند تا پذیرفته شوند (بوید^۴، ۲۰۱۴). برای این نسل، هویت دیجیتال دیگر مجازی نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از وجود فیزیکی فرد است و می‌تواند تعیین‌کننده اعتبار اجتماعی باشد (راینی و ولمن^۵، ۲۰۱۲).

این رشدیافتن در دنیایی که توجه در آن واحد پول است، سبب شده هویت این نسل، ناخودآگاه با منطق بازار گره بخورد. در عصر الگوریتم‌ها، کنش‌های اقتصادی نسل زد در پیوندی تنگاتنگ با فرهنگ سرمایه‌داری متأخر و اقتصاد توجه قرار دارد؛ فرهنگی که در آن دیده‌شدن، برند شخصی، سبک زندگی و توانایی نمایش مصرف به اندازه خود مصرف اهمیت دارد (بودریار^۶، ۱۹۹۸). این منطق دیده‌شدن، در بستر جامعه ایران با مفاهیمی مانند منزلت‌خواهی نوظهور و تمایزبخشی طبقاتی پیوند خورده است؛ جایی که مدیریت برند شخصی در پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام، به تنها سرمایه نمادین برای نوجوانانی تبدیل شده که در ساختارهای رسمی منزلت‌ساز، جایگاهی برای خود نمی‌یابند (فرهمند و همکاران، ۱۴۰۳). این نسل با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی، برند شخصی خود را برای جذب لایک و تأیید مدیریت می‌کند (مارویک^۷، ۲۰۱۳) و در کنش اقتصادی خود به‌شدت از الگوریتم‌ها و تجربه زیسته هم‌نسلانش تأثیر می‌گیرد (ویلیامز^۸، ۲۰۲۰).

بخش دیگری از این تمایزات، ناظر به تحولات عمده اقتصاد جهانی و رشد در فضای نااطمینانی است: از بحران مالی ۲۰۰۸ که به افزایش بیکاری ۲۹ میلیون نفری در جهان منجر شد (سکریه و تانک^۹، ۱۴۰۲) تا پاندمی کووید-۱۹^{۱۰} که بدترین رکود پس از دهه ۱۹۳۰ را رقم زد (صندوق بین‌المللی پول^{۱۱}، ۲۰۲۱) و ضریب جینی را به‌طور بی‌سابقه‌ای افزایش داد (آدامز-پراسل^{۱۲} و همکاران،

^۱. Generation Z

^۲. Twenge

^۳. Pew Research Center

^۴. Boyd

^۵. Rainie & Wellman

^۶. Baudrillard

^۷. Marwick

^۸. Williams

^۹. Sukarieh & Tannock

^{۱۰}. Covid-19

^{۱۱}. IMF: international monetary fund

^{۱۲}. Adams-Prassl

۲۰۲۰). با ظهور سرمایه‌داری پلتفرمی و اقتصاد گیگ، مدل سازمان‌دهی کار از کارخانه به پلتفرم تغییر یافت و موجب ناپایداری شغلی و محرومیت از مزایای سنتی شد (سرنچک^۱، ۲۰۱۶). در این بستر، انتظارات نسل زد از کار، تحت تأثیر رؤیای کارآفرینی که در سرمایه‌داری متأخر به‌طور گسترده ترویج می‌شود، دگرگون شده است. الگوسازی از قهرمانانی مانند ایلان ماسک^۲ یا مارک زاکربرج^۳، تصویری از کارآفرینی ارائه داده که با مفاهیمی مانند آزادی و سبک زندگی لوکس گره خورده است (دافی و پروخنیفسکا^۴، ۲۰۱۷)، اما این کارآفرینی برای نسل زد نه یک انتخاب فانتزی، بلکه یک راهبرد دفاعی و بقای هوشمندانه در برابر فروپاشی مدل استخدام مادام‌العمر است (استدینگ^۵، ۲۰۱۱). این وضعیت در ایران، به‌دلیل پیوند با انسدادهای ساختاری، تورم مزمن و ناپایداری نهادی، شکلی حادث‌تر به خود گرفته است (مؤمنی، ۱۴۰۲). در چنین شرایطی، نگرش نسل زد ایرانی به تحصیل و کار دگرگون شده است. آن‌ها دریافته‌اند که در ساختار اقتصادی فعلی، تحصیلات دانشگاهی لزوماً به اشتغال امن ختم نمی‌شود (فرانسیس و هافل^۶، ۲۰۱۸). به این ترتیب در زیست‌جهان ایرانی، روی آوردن به کارآفرینی پلتفرمی، به‌مثابه راهبردی انطباقی برای بازایی امکان تحرک اجتماعی در خارج از چارچوب‌های ناکارآمد بازار کار رسمی است (المور و مک‌پیک^۷، ۲۰۲۱: ۲۲). درواقع اگر در سطح جهانی از کارآفرینی به‌عنوان یک سبک زندگی لوکس یاد می‌شود، برای نوجوان ایرانی، این پدیده نوعی عاملیت جایگزین در پاسخ به انسداد مسیرهای سنتی کسب منزلت و امنیت مالی است. براین‌اساس، نوجوان ایرانی با بهره‌گیری از منطق اقتصاد دیجیتال می‌کوشد خلأهای ناشی از ناکارآمدی نهادهای سنتی را جبران و زیست‌جهان اقتصادی خود را در فضایی موازی بازسازی کند (فاضلی و همکاران، ۱۴۰۰).

درنهایت، استیلای مالی‌گرایی در سرمایه‌داری معاصر، عقلانیت این نسل را به‌سوی سوژه مالی شدن سوق داده است؛ یعنی منطق خریدوفروش دارایی برای سود سریع به اعماق زندگی روزمره نفوذ کرده است (اپستاین^۸، ۲۰۰۵). امروزه افراد باید مانند یک مدیر سبد دارایی عمل کنند و ارزش زندگی‌شان با توانایی مدیریت ریسک سنجیده می‌شود (مارتین^۹، ۲۰۰۲)؛ بنابراین در دنیای امروز منطق مدیریت مالی به خصوصی‌ترین بخش‌های زندگی افراد نفوذ کرده است. در این نگاه، افراد دیگر فقط یک کارمند یا دانشجو نیستند، بلکه مدیر سبد دارایی‌های خود هستند. تحصیلات آن‌ها دیگر فقط برای کسب دانش نیست، بلکه سرمایه‌گذاری روی سرمایه انسانی است که باید در آینده سود بدهد. روابط اجتماعی آن‌ها نوعی شبکه است که باید آن را مدیریت کرد تا در مواقع لزوم به‌کار آید. بدهی‌های آن‌ها شامل وام دانشجویی، قسط ماشین و موجودی کارت اعتباری باید مدام مدیریت شوند تا رتبه اعتباری آن‌ها پایین نیاید. حتی بدن و سلامت دارایی دیده می‌شود که با ورزش و تغذیه باید آن را بهینه‌سازی کرد تا هزینه‌های درمان در آینده کاهش یابد و بهره‌وری بالا بماند (همان).

تجلی این سوژه مالی در میان نسل زد ایرانی، خود را در قالب حساسیت مفرط به نوسانات ارزی و جست‌وجوی مداوم برای دارایی‌های نقدشونده نظیر ارزهای دیجیتال و طلا نشان می‌دهد. برخلاف همتایان جهانی که درگیر مدیریت رتبه اعتباری هستند، نوجوان ایرانی درگیر مدیریت ارزش زمانی پول در یک اقتصاد تورمی است. این ضرورت دائمی برای تبدیل شدن به یک مدیر سبد

1. Smicek

2. Elon Musk

3. Mark Zuckerberg

4. Duffy & Pruchniewska

5. Standing

6. Francis & Hoefel

7. Elmor & McPeak

8. Epstein

9. Martin

دارایی، سبب شکل‌گیری نوعی عقلانیت ابزاری زودرس شده که در آن، حتی فراغت و روابط اجتماعی نیز در ترازوی سودآوری و انباشت سرمایه سنجیده می‌شود (فرهمند و همکاران، ۱۴۰۳؛ پورعسکری و همکاران، ۱۴۰۳).

درواقع مالی‌گرایی در سرمایه‌داری معاصر، ارزش فردگرایی را تا حد زیادی با فردی‌سازی ریسک، مالکیت و مسئولیت تقویت می‌کند (لاپاویتسز^۱، ۲۰۱۳؛ آلبرس^۲، ۲۰۲۳). مالی‌گرایی با زبان انتخاب، آزادی، انعطاف و سبب سرمایه‌گذاری، فرد را به پروژه دائمی بهینه‌سازی خود تبدیل می‌کند (هین^۳، ۲۰۱۳). در چنین شرایطی، فرد مجبور می‌شود روی پس‌انداز شخصی، مهارت فردی و تصمیم‌های خودش حساب کند. از این‌رو پژوهش‌ها نشان می‌دهند نسل زد برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت‌تر و فردمحورتری دارند (روبین^۴ و همکاران، ۲۰۲۴). این نسل نه تنها به عنوان اشخاصی فردگرا (توتنج، ۲۰۱۷)، بلکه طبق گزارش‌های بین‌المللی^۵ به دلیل اعتماد بسیار اندک به دولت‌ها و نهادهای بزرگ، هزینه‌های زیاد زندگی، نااطمینانی اقتصادی و دسترسی بسیار به اطلاعات، به شدت محاسبه‌گر شناخته می‌شوند؛ به گونه‌ای که مطالعات تأکید می‌کنند که این نسل به طور طبیعی روی خود و منافع شخصی تمرکز دارند تا آسیب نبینند (دلویت^۶، ۲۰۲۳).

بنابراین در پژوهش‌های علمی، نسل زد به وضوح به مثابه نسلی منحصرأ منفعت‌طلب و فردگرا بازنمایی شده است؛ برای مثال پژوهش‌های اقتصادی، رفتارهای اقتصادی نسل زد را در چارچوب الگوهای فردمحور و مبتنی بر عقلانیت ابزاری تحلیل می‌کنند؛ رویکردی که در آن، بازار به عنوان حوزه‌ای مستقل از جامعه در نظر گرفته می‌شود و کنشگران اقتصادی، افرادی منفعت‌جو تلقی می‌شوند که تصمیم‌های خود را عمدتاً براساس محاسبه هزینه و فایده اتخاذ می‌کنند (سوئدبرگ و برولین^۷، ۱۸۷۹). این همان ادراک کمتر از حد اجتماعی‌شده اقتصاددانان است که براساس آن، فرد، مستقل از عوامل اجتماعی، صرفاً به پیگیری نفع شخصی و حداکثرسازی مطلوبیت مشغول است (رانگ^۸، ۱۹۶۱؛ گرانووتر^۹، ۱۹۸۵).

در مقابل، ادراک بیشتر از حد اجتماعی‌شده جامعه‌شناسان قرار دارد که کنشگر را موجودی مطیع و تابع هنجارهای درونی‌شده می‌بیند (گرانووتر، ۱۹۸۵). در ایران نیز پژوهش‌های مربوط به مصرف (رک: فرخیان و همکاران، ۱۳۹۵؛ نادری، ۱۴۰۱؛ محمدی و جهانگیر، ۱۳۹۷؛ خادمیان و کلهری، ۱۳۹۹؛ غفاری و همکاران، ۱۳۹۷؛ قاضی‌نژاد و خرمان، ۱۳۹۳؛ نوربخش و همکاران، ۱۳۹۷؛ صدفی و بابایی، ۱۳۹۳ به نقل از ذاکری و روشنفکر، ۱۴۰۳، ۳۹) اغلب نسل زد را بیش‌ازحد به انتظارات گروه حساس در نظر گرفته‌اند و کنش اقتصادی را به مناسک عضویت برای منزوی‌نشدن تقلیل داده‌اند (بیکچندانی و همکاران^{۱۰}، ۱۹۹۲؛ بلک^{۱۱}، ۲۰۱۳). آن‌ها معتقدند این نسل مصرف می‌کند تا یکپارچگی خود را با گروه مرجع حفظ کند.

گرچه رویکردهای کمتر از حد اجتماعی و بیش‌ازحد اجتماعی بخشی از واقعیت را روشن می‌کنند، اما دچار تقلیل‌گرایی هستند. همان‌گونه که رانگ (۱۹۶۱) اشاره می‌کند، انسان نه کمتر از حد اجتماعی است که فقط به دنبال سود شخصی باشد و نه بیش‌ازحد اجتماعی که تابع صرف هنجارها باشد.

¹. Lapavitsas

². Aalbers

³. Hein

⁴. Rubin et al.

⁵. Edelman Trust Barometer Special Report (2021)

⁶. Deloitte

⁷. Swedberg, Himmelstrand, & Brulin

⁸. Wrong

⁹. Granovetter

¹⁰. Bikhchandani et al.

¹¹. Belk

در ایران، این تقلیل‌گرایی مانع از درک پیچیدگی کنش نسل زد در بستر بحران شده است. آنچه در پژوهش‌های داخلی نادیده گرفته شده، دیالکتیک میان منفعت و ارزش در متن یک اقتصاد تورمی و بی‌ثبات است. نوجوان ایرانی امروز، درگیر نوعی عقلانیت بقامحور حک شده است که در آن، نفع شخصی (برای حفظ ارزش دارایی) و ارزش‌های اجتماعی (برای حفظ پیوندهای دیجیتال) به شدت در هم تنیده‌اند. اینجا است که مفهوم حک‌شدگی (گرانووتر، ۱۹۸۵؛ زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰) به عنوان جایگزینی برای تبیین‌های پیشین مطرح می‌شود.

با این حال، نقطه عزیمت این پژوهش، یک مشاهده میدانی پارادوکسیکال در حاشیه شهرستان بهارستان بود که نشان داد حتی تعاریف کلاسیک از حک‌شدگی نیز نیازمند بازنگری در بافتار ایران هستند. مواجهه مستقیم با اشتغال زود هنگام دختران در این منطقه نشان داد اشتغال برای آن‌ها فراتر از یک ضرورت مالی یا پیروی صرف از هنجارها و بخشی از یک منطق معنایی نوین است. به این ترتیب این مقاله نه تنها به دنبال به کارگیری مفهوم حک‌شدگی، بلکه در پی بسط معنایی این مفهوم در مواجهه با داده‌های میدانی است.

بر این اساس، پژوهش حاضر در پی واکاوی این مسئله است که چگونه در تلاقی میان ناامنی ساختاری و پیوندهای نوین در حاشیه شهر، گونه متفاوتی از حک‌شدگی شکل می‌گیرد که کنش اقتصادی دختران نسل زد را معنا می‌بخشد. در واقع، این نوشتار نه تنها به دنبال به کارگیری مفهوم حک‌شدگی، بلکه در پی بسط این مفهوم با نشان دادن چگونگی بازتعریف ابعاد شناختی، فرهنگی و ساختاری در زیست‌جهانی است که در آن، مرز میان فضای دیجیتال و زیست فیزیکی در حاشیه شهر از بین رفته است. پرسش محوری مطالعه چگونگی مفصل‌بندی این کنش‌های اقتصادی و کیفیت بازتولید عاملیت در این فضای حک شده است.

۲. پیشینه پژوهش و ملاحظات نظری: از حک‌شدگی شبکه‌ای تا حک‌شدگی چندلایه

مفهوم حک‌شدگی به عنوان ستون فقرات جامعه‌شناسی اقتصادی جدید، مرزهای میان علم اقتصاد و جامعه‌شناسی را بازتعریف کرد. مارک گرانووتر (۱۹۸۵) با نقد دو دیدگاه کمتر از حد اجتماعی (اقتصاد کلاسیک) و بیش از حد اجتماعی (جامعه‌شناسی ساختارگرا) استدلال کرد که کنش‌های اقتصادی نه توسط اتم‌های انسانی منزوی، بلکه در بستر شبکه‌های روابط اجتماعی جاری و مستمر شکل می‌گیرند. از این منظر، کنش اقتصادی تحت تأثیر مستقیم پیوندهایی نظیر دوستی، خویشاوندی و اعتماد است و نمی‌توان آن را پدیده‌ای مستقل دانست (سوئدبرگ، ۱۳۹۵).

با این حال، اگرچه صورت‌بندی گرانووتر بر روابط بین فردی و ساختار شبکه‌ها متمرکز بود، اما در دهه‌های اخیر با چالش‌های نظری جدی مواجه شده است. منتقدانی مانند کریپنر^۱ (۲۰۰۱) بر ابهام در مرزبندی میان امر اقتصادی و امر اجتماعی در این نظریه تأکید داشته‌اند و برخی دیگر مانند بکرت^۲ (۲۰۰۳) به نقش حیاتی عدم قطعیت در کنش‌های اقتصادی اشاره کرده‌اند. کریپنر هشدار می‌دهد که نباید آن قدر سرگرم شبکه‌ها شویم که یادمان برود خود بازار و منطق سود هم قواعد خود را دارند. بکرت نیز معتقد است کنشگران اقتصادی در خلأ تصمیم نمی‌گیرند، بلکه در شرایط عدم قطعیت به سر می‌برند. او استدلال می‌کند که شبکه‌های اجتماعی همیشه راهگشا نیستند و گاهی خودشان موجب محدودیت می‌شوند؛ زیرا اطلاعات قدیمی را تکرار می‌کنند. از نظر بکرت، کنشگر برای غلبه بر این عدم قطعیت، نیاز به چیزی فراتر از آشنایان دارد.

^۱. Krippner

^۲. Beckert

در پاسخ به این نقدها و برای عبور از تقلیل حک شدگی به بعد ساختاری، سوئدبرگ و اسملسر (۲۰۰۵) بر لزوم توجه به نیروهای نمادین و ذهنی کنش تأکید می‌ورزند (سوئدبرگ و اسملسر^۱، ۲۰۰۵: ۱۵). بر همین اساس، پاول دیماجیو^۲ و شارون زوکین^۳ (۱۹۹۰) استدلال کردند که اقتصاد نه تنها در شبکه‌ها، بلکه در لایه‌های عمیق‌تر و نامرئی‌تری نیز نفوذ کرده است. آن‌ها برای توضیح بهتر اینکه چگونه کنش اقتصادی در روابط و ساختارهای اجتماعی حک می‌شود، چهار بعد متمایز را معرفی می‌کنند: حک شدگی ساختاری، حک شدگی سیاسی، حک شدگی شناختی و حک شدگی فرهنگی (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۷). این ابعاد نشان می‌دهند که کنش اقتصادی در بسترهای اجتماعی پیچیده و چندلایه شکل می‌گیرد که در این پژوهش، سه بعد آن برای واکاوی برگزیده شده است.

دیماجیو و زوکین مفهوم حک شدگی ساختاری^۴ را به تبعیت از گرانووتر به عنوان زمینه‌مندسازی مبادله اقتصادی در الگوهای روابط بین فردی تعریف می‌کنند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۸). این بعد به شبکه‌های روابط اجتماعی و پیکربندی پیوند میان کنشگران اشاره دارد؛ به گونه‌ای که جایگاه هر فرد در شبکه تعیین‌کننده فرصت‌ها، محدودیت‌ها و کیفیت دسترسی او به منابع کمیاب است. به تعبیر آن‌ها، «کنش اقتصادی همواره درون الگوهای شبکه‌ای از روابط تکرارشونده رخ می‌دهد که اعتماد، همکاری و حتی تعارض را شکل می‌دهند» (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۵).

در لایه‌ای عمیق‌تر، حک شدگی شناختی^۵ به چارچوب‌های ذهنی، مدل‌های تفسیر و دسته‌بندی‌هایی اشاره دارد که کنشگران برای فهم جهان اقتصادی خود به کار می‌برند. این چارچوب‌ها براساس یادگیری اجتماعی و تجربیات مشترک شکل می‌گیرند و سبب می‌شوند بازیگران اقتصادی، رویدادها و فرصت‌ها را به شیوه‌ای خاص ببینند و ارزیابی کنند. درواقع، این نوع از حک شدگی به روش‌هایی اشاره دارد که در آن، نظم‌های ذهنی و طرحواره‌ها عقلانیت صرف اقتصادی را محدود می‌کنند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۶). همان‌طور که دیماجیو و زوکین توضیح می‌دهند، «تصمیم‌گیری اقتصادی همواره از طریق فیلترهای شناختی و دسته‌بندی‌های ذهنی انجام می‌شود». اگرچه چنین محدودیت‌هایی در بیشتر موارد توسط تحقیقات روان‌شناسی شناختی آشکار می‌شوند، اما مفهوم حک شدگی شناختی در جلب توجه به توانایی محدود بازیگران انسانی برای به کارگیری عقلانیت مفید است و می‌تواند نقدی بر دیدگاه نئوکلاسیک باشد که معتقد است کنشگر همواره بهترین تصمیم را برای حداکثرسازی مطلوبیت خود می‌گیرد (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۲۰).

درنهایت، حک شدگی فرهنگی^۶ عنوان می‌کند که کنش اقتصادی از نظر فرهنگی حک شده است. به این معنا که ادراک جمعی مشترک و فرهنگ در شکل دادن به اهداف اقتصادی نقش دارند. این بعد به روایت‌های فرهنگی‌ای اشاره دارد که معنا و مشروعیت کنش اقتصادی را شکل می‌دهند. فرهنگ، تعریف رفتار مناسب یا کنش مشروع را تعیین می‌کند، محدودیت‌هایی را برای عقلانیت اقتصادی تعیین می‌کند و حتی بر انگیزه‌ها و اهداف اقتصادی اثرگذار است. پس «بازارها نه تنها نظام‌هایی اقتصادی، بلکه میدان‌هایی فرهنگی‌اند که در آن‌ها، معناها و هویت‌ها ساخته و بازتولید می‌شوند» (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۲۳). هنجارها و ادراک‌های بدیهی‌انگاشته مبادلات بازار را تنظیم و افراد را وادار به رفتار صادقانه می‌کنند، حتی هنگامی که امکان تقلب برای آن‌ها فراهم باشد؛

^۱. Swedberg & Smelser

^۲. Paul DiMaggio

^۳. Sharon Zukin

^۴. Structural Embeddedness

^۵. Cognitive Embeddedness

^۶. Cultural Embeddedness

بنابراین فرهنگ تأثیری دوگانه بر نهادهای اقتصادی دارد: از یک سو، ساختارهایی را شکل می‌دهد که در آن، منافع شخصی اقتصادی به نمایش گذاشته می‌شود و از سوی دیگر، قدرت آزاد نیروهای بازار را محدود می‌کند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۸). دیماجیو (۱۹۹۷) با پیوند میان فرهنگ و شناخت، به جای پرداختن به نحوه تولید فرهنگ یا ایدئولوژی، بر نحوه استفاده افراد از فرهنگ تمرکز می‌کند. هدف او پایه‌گذاری دیدگاهی از فرهنگ است که از طریق تعامل میان ساختارهای شناختی مشترک و پدیده‌های فرهنگی فرافردی ایجاد می‌شود.

در مجموع، این ابعاد نشان می‌دهد حک‌شدگی پدیده‌ای چندوجهی است و تحلیل کنش اقتصادی مستلزم توجه هم‌زمان به روابط شبکه‌ای، چارچوب‌های شناختی و زمینه‌های فرهنگی است. چنین نگاهی می‌تواند توضیح دهد که چرا حتی در جوامعی با اقتصاد بازار پیشرفته، رفتار اقتصادی به شدت بافت‌مند و زمینه‌مند باقی می‌ماند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۲۵). این ضرورت بافت‌مند کردن تحلیل، در مطالعات جامعه‌شناسی اقتصادی ایران نیز بازتاب یافته و پژوهشگران این حوزه تلاش کرده‌اند تا ابعاد حک‌شدگی را در پیوند با ویژگی‌های ساختاری و تاریخی ایران واکاوی کنند. درواقع، تبیین کنش اقتصادی در بستر ایران مستلزم درک پیوندهای میان امر اقتصادی و ساحت‌های غیراقتصادی است. چنان‌که در مطالعات متأخر جامعه‌شناسی اقتصادی ایران (عنبری و ایار، ۱۴۰۳) استدلال شده است، کنش‌های اقتصادی در ایران در لایه‌هایی از فرااقتصادها (شامل مناسبات اخلاقی، پیوندهای خانوادگی و هنجارهای اجتماعی) تنیده شده‌اند و نمی‌توان آن‌ها را صرفاً با منطق بازار تحلیل کرد. پژوهش حاضر ضمن مفصل‌بندی دیدگاه خود بر مبنای این بستر کلان، بر آن است تا نشان دهد در میان نسل زد، این تنیدگی در فرااقتصادها از شکل سنتی خود فراتر رفته و در تلاقی با زیست‌جهان دیجیتال، به صورت حک‌شدگی چندلایه بازتعریف شده است. به این ترتیب، این مقاله با میانجی قراردادن مدل زوکین و دیماجیو (۱۹۹۰)، بر دو بعد کمترپرداخته‌شده شناختی و فرهنگی این تنیدگی در میان دختران نسل زد تمرکز می‌ورزد و از این حیث افق‌های جدیدی را در تحلیل کنش اقتصادی این گروه بازنمایی می‌کند.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و راهبرد تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار انجام گرفت. به منظور درک عمیق لایه‌های پنهان کنش اقتصادی، از راهبرد تحلیل محتوای نهفته بهره گرفته شد که فراتر از توصیف سطح متن، به تفسیر مفاهیم انتزاعی و بن‌مایه‌های معنایی می‌پردازد (گرانهم و لاندمن^۱، ۲۰۰۴). این روش به پژوهشگر کمک می‌کند تا با بهره‌گیری از چارچوب نظری پیشین (نظریه حک‌شدگی زوکین و دیماجیو)، به تحلیل عمیق داده‌های میدانی بپردازد و درعین حال، لایه‌های جدیدی از معنا را که در نظریات کلاسیک مغفول مانده‌اند، استخراج کند (هسی و شنون^۲، ۲۰۰۵).

میدان پژوهش دبیرستان‌های دخترانه شهر بهارستان در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴ است. انتخاب این منطقه نه یک گزینش صرفاً جغرافیایی، بلکه مبتنی بر نمونه‌گیری هدفمند و مسئله‌محور بود. بهارستان به عنوان یک فضای شهری در حال گذار و حاشیه‌ای، واجد ویژگی‌های منحصربه‌فردی است که آن را به موقعیت راهبردی پژوهشی برای مطالعه تلاقی ساختار و کنش تبدیل می‌کند. مشاهده مشارکتی اولیه در دو مدرسه از این منطقه، پرده از یک واقعیت در حال ظهور برداشت: چرخش معنایی از اهمیت تحصیل به سمت اشتغال. به بیانی دیگر، مشاهده شد که برای این دختران، مدرسه دیگر نه به عنوان مسیر اصلی تحرک اجتماعی، بلکه

^۱. Graneheim & Lundman

^۲. Hsieh & Shannon

به‌عنوان فضایی در حاشیه کار و کسب درآمد تعریف می‌شود. این میدان به این دلیل انتخاب شد که در آن، شکاف میان انتظارات نهادی (تمرکز بر تحصیل) و واقعیت زیسته نوجوانان (اشتغال زودهنگام) در حادث‌ترین شکل خود بروز یافته است.

با توجه به ماهیت اکتشافی موضوع و لزوم نفوذ به لایه‌های پنهانی که تبیین‌های کمی و کلان اقتصادی از شناسایی آن‌ها ناتوان‌اند، روش کیفی به‌عنوان راهبرد اصلی برگزیده شد. این گزینش آگاهانه بستری را فراهم آورد تا پیش‌فرض‌های بنیادین اقتصاد کلاسیک که کنشگر را موجودی فارغ از پیوندهای اجتماعی و صرفاً درگیر در عقلانیت ابزاری و محاسبات سود و هزینه می‌پندارد به چالش کشیده شود. در این پژوهش، تمرکز بر بافتار حاشیه نه از منظر رویکردهای رایج آسیب‌شناختی یا اقتصاد تنازع بقاء، بلکه با هدف واکاوی تلاقی میان تنگناهای ساختاری و جستجوی معنا در کنش اقتصادی صورت گرفت. این رویکرد اجازه داد تا فراتر از نگاه‌های تقلیل‌گرایانه، منطق کنش اقتصادی دخترانی دیده شود که در میانه محدودیت‌های مالی، به دنبال بازتعریف هویت و جایگاه اجتماعی خود از طریق اشتغال هستند.

مشارکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری با حداکثر تنوع انتخاب شدند (جدول ۱). تنوع در پایه‌ها و رشته‌های تحصیلی لحاظ شد، اما تمرکز اصلی تحلیل بر تجربه زیسته نسلی قرار گرفت تا مشخص شود چگونه یک منطق کنشی همگرا، فراتر از تفاوت‌های پایگاه اقتصادی خانواده‌ها، در میان این دختران شکل گرفته است.

ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته (انفرادی و گروهی) بود که براساس یک پروتکل مصاحبه تدوین‌شده حول چهار محور اصلی (تجربه کار، معنای پول، منفعت‌طلبی، منطق کنش اقتصادی و شبکه‌های اجتماعی) اجرا شد. فرایند تحلیل داده‌ها در سه مرحله اجرا شد. ابتدا واحدهای معنایی از متن مصاحبه‌ها استخراج و به کدهای اولیه تبدیل شدند. در مرحله بعد، از طریق مقایسه مستمر و رفت‌وبرگشتی میان داده‌ها، کدهای مشابه در قالب مقوله‌ها دسته‌بندی شدند (مایرینگ^۱، ۲۰۰۰). درنهایت، به‌منظور تبیین نظری و برقراری پیوند با بدنه دانش جامعه‌شناسی اقتصادی، این مقوله‌ها در سطحی انتزاعی‌تر ذیل ابعاد سه‌گانه حک‌شدگی ساختاری، فرهنگی و شناختی مفصل‌بندی شدند.

برای اطمینان از کیفیت و دقت یافته‌ها، از معیارهای اعتمادپذیری لینکولن و گوبا^۲ (۱۹۸۵) استفاده شد. برای احراز اعتبار نیز علاوه بر درگیری طولانی‌مدت در میدان پژوهش و انجام مشاهدات مشارکتی، از راهبرد بازبینی مشارکت‌کنندگان بهره گرفته شد. به این صورت که کدهای استخراج‌شده و تفاسیر نهایی در اختیار تعدادی از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا میزان تطابق تحلیل‌ها با زیست‌جهان و تجربیات واقعی آن‌ها تأیید شود. همچنین برای رسیدن به قابلیت تصدیق و اطمینان از عدم سوگیری، تمامی مراحل تحلیل شامل استخراج واحدهای معنایی و نحوه رسیدن به مقوله‌های انتزاعی به‌صورت شفاف مستندسازی شد تا مسیر استنتاج یافته‌ها قابل‌ردیابی باشد. علاوه‌براین، یافته‌ها در نشست‌های تخصصی با همکاران پژوهشگر و متخصصان این حوزه مورد نقادی و بازبینی قرار گرفت. درنهایت نیز با هدف رعایت اخلاق پژوهش، تمامی نام‌ها تغییر یافت و رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان جلب شد.

^۱. Mayring

^۲. Lincoln & Guba

جدول ۰.۱ ویژگی‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان

نام مستعار	سن	سابقه کار	نوع فعالیت	میزان درآمد
فاطمه	۱۵	۲ سال	مجری گری و گویندگی رادیو در سازمان صداوسیما	دو میلیون تومان از گویندگی در هر مراسم
پریسا	۱۷	۱ سال	تدریس زبان انگلیسی تدریس موسیقی و ساز گیتار	ساعتی سیصد هزار تومان
نازنین	۱۷	۳ سال	فعالیت در زمینه میکاپ و تتو دستکاری دندان پزشکی	هر شش ساعت پانصد هزار تومان
نیلوفر	۱۷	۲ سال و ۶ ماه	وسطکاری در تولیدی خیاطی	ماهانه هشتصد هزار تومان
مهتاب	۱۷	۸ ماه	مشاوره آنلاین برای فروش محصولات پوست و مو در شرکت هرمی	بدون درآمد
نسترن	۱۷	۱ سال	نسخه‌پیچی داروخانه و منشی‌گری کلینیک	ماهانه پنج میلیون تومان
لیلا	۱۷	۵ ماه	دستکاری وکیل	بدون درآمد
نیوشا	۱۶	۱۰ ماه	نسخه‌پیچی داروخانه و اداره آنلاین شاپ	بدون درآمد
فریده	۱۶	۲ سال و ۶ ماه	کاشت ناخن	ماهانه دو میلیون تومان
زینب	۱۶	۶ ماه	کاشت ناخن	بدون درآمد
ندا	۱۶	۱ ماه	وسطکاری در تولیدی خیاطی	ماهانه پنج میلیون تومان
یاسمن	۱۶	۳ سال	وسطکاری در تولیدی خیاطی فروشنده‌گری	برای هر لباس بیست و پنج هزار تومان
مریم	۱۶	۶ ماه	فروشنده‌گری	ماهانه سه میلیون تومان
زهرا	۱۶	۷ ماه	منشی‌گری و اداره آنلاین شاپ	ماهانه دو میلیون تومان
فرشته	۱۵	۲ سال	تدریس زبان	ساعتی شصت هزار تومان
رؤیا	۱۶	۲ سال	کاشت ناخن	بدون درآمد
سمیرا	۱۵	۳ ماه	کار در رستوران	ماهانه یک میلیون تومان
سحر	۱۵	۳ ماه	فروشنده‌گری لباس	ماهانه سه میلیون تومان
مریم	۱۵	۴ ماه	تدریس طراحی	متغیر براساس تعداد هنرجویان
رومینا	۱۶	۱ سال	نسخه‌پیچی داروخانه	بدون درآمد

۴. یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های کیفی نشان داد کنش‌های اقتصادی نسل زد را نمی‌توان به‌عنوان تصمیم‌هایی منفرد، عقلانی و فردمحور فهم کرد. یافته‌ها حاکی از آن است که کنش اقتصادی مصاحبه‌شوندگان نه امری منفک از بستر اجتماعی است و نه کاملاً تابع ساختارهای اجتماعی و فرهنگی، بلکه در موقعیتی میان این دو صورت‌بندی می‌شود. براین‌اساس کنش‌های اقتصادی

مصاحبه‌شوندگان هم‌زمان در بسترهای اجتماعی و معنایی گوناگون حک شده‌اند. در این راستا، سه بعد حک‌شدگی ساختاری، فرهنگی و شناختی به‌عنوان محورهای اصلی تحلیل شناسایی شدند که چارچوبی منسجم برای فهم کنش اقتصادی نسل زد فراهم می‌کنند.

۴-۱. حک‌شدگی ساختاری: شبکه‌هایی که میان‌برهای پولی می‌سازند

حک‌شدگی ساختاری به‌مثابه یکی از ابعاد تحلیل کنش اقتصادی نسل زد، چارچوبی مفهومی فراهم می‌آورد که نشان می‌دهد روابط اجتماعی چگونه کنش‌های اقتصادی این نسل را شکل می‌دهند. گرانووتر (۱۹۸۵) با نقد رویکردهای اقتصاد کلاسیک، بر حک‌شدگی روابط اجتماعی در بازارهای مدرن تأکید می‌ورزد و معتقد است کنشگران نه به‌صورت اتمیزه، بلکه در بستری از پیوندهای مستمر میان‌فردی عمل می‌کنند. در این چارچوب، پیوندهای خانوادگی، دوستان، همسالان و شبکه‌های گسترده‌تر اجتماعی، تعیین‌کننده فرصت‌ها، محدودیت‌ها و دسترسی به منابع اقتصادی هستند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰: ۱۵). این مفهوم به کیفیت روابط اجتماعی و الگوهای پیوند میان کنشگران اشاره دارد و مشخص می‌کند که کنش اقتصادی هر فرد نه در خلأ، بلکه در تعامل با موقعیت‌های ساختاری و پیوندهایی که او را احاطه کرده‌اند، شکل می‌گیرد. در این پژوهش، منظور از ساختار، نه یک نقشه ایستای ریاضی، بلکه منطق جاری در پیوندهایی است که دسترسی به منابع را تسهیل یا محدود می‌کنند.

براین‌اساس یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد کنش اقتصادی دختران نسل زد در سه سطح از پیوندها یعنی پیوندهای قوی (خانواده)، پیوندهای ضعیف (دوستان و همسالان) و پیوند با غریبه‌ها (ارتباطات مجازی) حک شده است. از طرفی تشویق و حمایت خانواده نقش مهمی در کنش‌های اقتصادی آنان دارد و اغلب محرک اصلی ورود به دنیای کار و کنش اقتصادی است؛ برای مثال فاطمه ۱۵ ساله بیان کرد: «بابام حمایتم کرد. حتی لوازم شروع کارمو برام خرید.» و پریسا ۱۷ ساله توضیح داد: «بابای من اعتقادش این بود که باید درس بخونی. اینکه سرتو خم نکنی سر به هزار تومن پول. می‌گه واسه خرید جوراب زنگ نزن مثلاً بگی برای من پول بریز. به کاری نکن که سرت بیاد پایین. یه جور باشی که وقتی می‌ری خیابون، دیگه نگی این کارتم خالیه، جیبم خالیه.»

از طرف دیگر، پیوندهای ضعیف جایگاه ویژه‌ای در شکل‌دهی به کنش‌های اقتصادی دارند. گرانووتر (۲۰۰۵) اشاره می‌کند که پیوندهای ضعیف، برخلاف روابط نزدیک و خانوادگی، به گسترش اطلاعات و دسترسی به منابع اقتصادی کمک می‌کنند. دسترسی به فرصت‌های شغلی عموماً از طریق پیوندهای ضعیف میسر می‌شود. این پیوندها را می‌توان به‌عنوان منابع اصلی انتقال اطلاعات شغلی و فرصت‌های اقتصادی در نظر گرفت که به‌مراتب مؤثرتر از روابط مستقیم و نزدیک خانوادگی هستند (گرانووتر، ۱۹۷۴)؛ برای مثال سحر ۱۵ ساله گفت: «دوست داشتم کار کنم، چون دلم می‌خواست پول دربیارم. دوستم اونجا کار می‌کرد، گفت که بیا. منم رفتم پیشش.» و نیلوفر ۱۷ ساله بیان کرد: «خواهرم قبلاً به جای دیگه خارج از محل کار مامانم توی تولیدی کار کرده بود. بعد گفت من که قبلاً به ماهی کار کرده‌م، بیا به مامان پیشنهاد بدیم بریم سرکار که بتونیم از عهده شهریه کلاس بریبایم.»

در کنش اقتصادی، اطلاعات ارزشمندترین کالا است. پیوندهای قوی معمولاً در یک حوزه معرفتی مشترک زندگی می‌کنند؛ یعنی منابع خبری، تجربیات و حلقه آشنایان آن‌ها تا حد زیادی یکسان است. در نتیجه، اطلاعاتی که میان آن‌ها ردوبدل می‌شود، دارای افزونگی بالا است، اما پیوندهای ضعیف به‌عنوان پل‌های اطلاعاتی عمل می‌کنند. در کنش اقتصادی، این پیوندها نظم‌ناپذیری مثبت ایجاد می‌کنند. درواقع پیوندهای ضعیف با کاهش هزینه‌های جستجو می‌توانند دسترسی سریع‌تری به منابع غیررسمی را فراهم کنند. این پیوندها نه‌تنها می‌توانند به تسهیل نوآوری بینجامند، بلکه می‌توانند ایده‌های متفاوت از شبکه‌های مختلف را ترکیب کنند و سبب تحرک اجتماعی شوند؛ یعنی می‌توانند به افراد برای خروج از طبقه اقتصادی فعلی و ورود به شبکه‌های بالاتر کمک کنند (گرانووتر،

(۱۹۷۳)؛ برای نمونه یاسمن ۱۶ ساله در توضیح چگونگی ورود به کار خیاطی گفت: «تو کوچهای که زندگی می‌کردیم، یه دونه کارگاه بودش، یه خانمه همسایه‌مون برای ما چایی آوردش، گفتش که اینجا خیاطیه. به مامانم می‌گفت اگه دوست داری دخترتو بفرست، من همین جا کار می‌کنم، خیالت راحت باشه.» و نیوشا ۱۶ ساله این‌گونه بیان کرد: «دخترعمه‌م تو گاج آفاق کار می‌کرد، اونجا یه مقدار باهاشون دوست شدم و یه بازار کاری برای خودم ایجاد کردم.» همچنین سحر ۱۵ ساله گفت: «دوست داشتم کار کنم، چون دلم می‌خواست پول دربیارم. دوستم اونجا کار می‌کرد، گفت که بیا، منم رفتم پیشش.» و مریم ۱۶ ساله اظهار کرد: «شغل فروشندگی رو از طریق پسرخاله‌م که خودش اونجا کار می‌کرد، پیدا کردم.»

در اینجا یافته‌ها نشان می‌دهد در بستر حاشیه‌نشینی، پیوندهای ضعیف نقشی فراتر از یک تسهیل‌گر ساده دارند و درواقع به‌مثابه یک پل حیاتی عمل می‌کنند. از آنجا که شبکه‌های خانوادگی در این بافتار به‌شدت متجانس و از نظر اطلاعاتی بسته هستند، پیوندهای ضعیف تنها رخنه‌ای محسوب می‌شوند که انسداد اطلاعاتی را دور می‌زنند (گرانووتر، ۱۹۷۳). این پیوندها با دسترسی به منابع اطلاعاتی غیرتکراری، امکان بهره‌برداری از فرصت‌های اشتغال را فراهم می‌آورند (برت^۱، ۲۰۰۴). درواقع، روایت‌های مشارکت‌کنندگان گویای آن است که چگونه یک اطلاع‌گذرا، با شکستن حصار پیوندهای قوی، به کنشگران اجازه می‌دهد تا از محدودیت‌های روابط سنتی فراتر روند و به خوشه‌های اطلاعاتی جدیدی متصل شوند که در حالت عادی در شبکه فروبسته آن‌ها جریان ندارد.

با این حال براساس یافته‌ها، در زیست‌جهان نسل زد، این دسترسی به منابع غیرتکراری فقط از طریق پیوندهای ضعیف حاصل نمی‌شود، بلکه آن‌ها با عبور از دوگانه قوی و ضعیف، به‌سمت نوع سومی از ارتباط، یعنی پیوند با غریبه‌ها روی آورده‌اند. براین‌اساس مصاحبه‌ها نشان می‌دهد این نسل برای به‌سرانجام‌رساندن کنش‌های اقتصادی خود، بیش از آنکه به حلقه نزدیکان متکی باشند، از ظرفیت غریبه‌ها و کنشگران دیجیتال بهره می‌گیرند. درواقع زمانی که کنشگر با غریبه‌ها پیوند می‌خورد، دیگر مجبور نیست مسیرهای اقتصادی سنتی خانواده یا محله خود را طی کند. این پیوندها اطلاعات ناهمگن فراهم می‌کنند که موجب تغییر جهت شغلی و اقتصادی می‌شود (آلدريج و والدینگر^۲، ۱۹۹۰). در این میان، فضای مجازی به‌عنوان یک ابرساختار پیوندی عمل کرده است که شبکه‌های منزوی حاشیه را به جریان‌های فراملی ثروت و اطلاعات متصل می‌کند. این همان نقطه‌ای است که کنش‌های اقتصادی جسورانه نسل زد را از نسل‌های پیشین متمایز می‌سازد؛ برای مثال سمیرا ۱۵ ساله توضیح داد: «مامانم که می‌گفتش فقط بشین درستو بخون. اصلاً نباید فکرتو ببری که از این طرف به میان بر پولی داشته باشی، ولی حرف خانواده رو من تأثیری نداشت؛ چون خودم کار خودمو می‌کردم. یه بلاگر هست، آتاناز، الان فکر کنم ۵۰ میلیون ۶۰ میلیون درآمد داره، از خودمم ۶ روز کوچیک‌تره. اصن درس نمی‌خونه، ولی خب درآمد خودشو داره دیگه. کارهای عکاسی و تبلیغات برندها رو انجام می‌ده. می‌تونم بگم تا حدی ارزش الهام گرفته‌م.» رومینا ۱۶ ساله گفت: «خب هر کسی اینکه دیگران تأییدش کنن رو دوست داره، ولی من گوش نمی‌دادم. راضی و ناراضی، حرف دیگران روم تأثیر نداره. کار خودمو می‌کنم، ولی بلاگرها و فضای مجازی خیلی تأثیرگذار بود روم.» نسترن ۱۷ ساله نیز اظهار کرد: «بابام وقتی فهمید آنلاین‌شاپ زدم، این شکلی خودش که داری آبرومونو می‌بری، ولی این نظرات باعث می‌شه من دلم بخواد بیشتر کار بکنم؛ چون تو دوره‌هایی که تو اینستا گرفتم و دیدم می‌دونم که باید ریسک کنم و از همین سرمایه‌های کوچیک کارمو

¹. Burt

². Aldrich & Waldinger

شروع کنم و روزه‌روز بزرگ‌ترش کنم.» و درنهایت فریده ۱۶ ساله گفت: «با فامیل که در ارتباط نیستم و نظرسون واقعاً برام مهم نیست، ولی شیما کاتوزیان آدم موفقیه و ازش الهام گرفتم که به نظر بقیه اهمیت ندم و فقط نظر خودم مهم باشه.»

درواقع در سرمایه‌داری پلتفرمی، پیوند با غریبه‌ها در بستر ارتباطات مجازی و دیجیتال نقش تعیین‌کننده‌ای در جایگزینی پیوندهای خانوادگی یا حتی دوستانه دارند. برای نسل زد که در چنین بستر جهانی‌ای کنش می‌کند، غریبه‌ها در پلتفرم‌های دیجیتال خریداران، تأمین‌کنندگان و شرکای اصلی هستند. این پیوندها اجازه می‌دهد کنش اقتصادی از دایره محدود به دایره وسیع‌تر گسترش یابد (آلدريج و زیمر^۱، ۱۹۸۶). نسل زد به دلیل زیست در فضای وب، غریبه را نه تهدید، بلکه فرصت اقتصادی می‌بیند. آن‌ها با استفاده از مفهوم عینیت زمیلی می‌توانند درعین حال که در یک گروه هستند، با غریبه‌هایی در آن سوی جهان وارد معامله شوند. این پیوند با غریبه‌ها، آن‌ها را از تصلب هنجاری نجات می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند به شکلی کارآفرینانه که رؤیای آن را دارند، کنش اقتصادی داشته باشند.

۴-۲. حک شدگی فرهنگی: جعبه‌ابزار فرهنگ و پیدایش هویت‌های پولی

حک شدگی فرهنگی که دیماجیو (۱۹۹۰) مطرح کرده بر این نکته تأکید دارد که ارزش‌ها و باورهای جمعی تعیین می‌کنند چه چیزی سود به حساب می‌آید یا چه مبادله‌ای اخلاقی است (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰)؛ یعنی کنشگران به جای محاسبه مداوم سود، از رویه‌هایی پیروی می‌کنند که در فرهنگ و شناخت آن‌ها حک شده است. در این حالت، کنش اقتصادی فقط برای کسب پول نیست، بلکه برای کسب مشروعیت در نظر دیگران است (همان)؛ بنابراین برای نسل زد، پول تنها ابزار تأمین نیازهای مادی نیست، بلکه نمادی از ارزش، منزلت و مشروعیت اجتماعی است؛ برای مثال نسترن ۱۷ ساله در این مورد بیان کرد: «دوست داشتم بگم منم کار می‌کنم، منم زحمت می‌کشم؛ مثلاً وقتی تو به خانواده‌ای می‌گن تو هیچ کاری نمی‌کنی، می‌خوری می‌خوابی می‌شینی، این خیلی فشار می‌آره.» سمیرا ۱۵ ساله نیز می‌گفت: «حدود سه چهار ماه تو به ساندویچی کار می‌کردم. درآمد چندانی نداشت. صرفاً این کارو می‌کردم که تو خونه نباشم و حوصله‌م سر نره. من وقتی کاری انجام نمی‌دم، حس می‌کنم بی‌مصرفم. این کارو انجام می‌دم که حس خوبی نسبت به خودم داشته باشم.» همچنین مریم ۱۵ ساله بیان کرد: «باعث می‌شه آدم احساس بهتری داشته باشه. من قبل از اینکه این کارو انجام بدم، واقعاً احساس به‌دردنخوری داشتم. احساس می‌کردم مثلاً به هیچ دردی نمی‌خورم. هیچ درآمدی ندارم. از کل آدم‌ها عقب مونده‌ام.»

یافته‌های مقاله حاضر نشان می‌دهد کنش‌های اقتصادی این نسل به‌طور عمیقی در فرهنگ و ارزش‌های سرمایه‌داری متأخر حک شده‌اند. در اینجا فرهنگ نه یک فشار بیرونی برای اطاعت، بلکه یک ساختار شناختی یا جعبه‌ابزاری است که کنشگر از درون آن راهبردهای خود را انتخاب می‌کند (دیماجیو، ۱۹۹۷). پس واقع‌گرایی سرمایه‌دارانه به‌مثابه نوعی طرحواره شناختی برای نسل زد عمل می‌کند که به آن‌ها می‌گوید چگونه منابع خود را تخصیص دهند تا نه تنها به سود مالی، بلکه به مشروعیت قابل‌قبولی در میان شبکه روابط خود دست یابند؛ برای مثال فریده ۱۶ ساله بیان می‌کند: «من معتقدم پول نباشه، حتی اون احترامی که در حالت عادی هم بهت می‌دارن وجود نخواهد داشت... مثلاً کسی که ساعت لوکس‌تری انداخته، ناخودآگاه نگاه کل جامعه بهش تغییر کرده؛ یعنی پول واسه آدم‌ها احترام می‌آره، عشق می‌آره، انگار به شأن اجتماعی داره.» و زهرا ۱۶ ساله می‌گوید: «مثلاً تو جمع فامیل‌ها می‌خوان چیزی بخرن، کارتمو بدم بگم از پول من خرج کنید. بگم که منم دستم تو جیب خودمه. خیلی احساس مسئولیت‌پذیری می‌کردم.»

¹. Aldrich & Zimmer

پس واقع‌گرایی سرمایه‌دارانه برای نسل زد نه صرفاً یک شیوه اندیشیدن، بلکه یک فرهنگ حک شده است؛ شرط بقا در جهانی که ارزش‌های اقتصادی با فشار ساختارهای اجتماعی و رسانه‌ای پیوند خورده‌اند (زوکین و دیماجیو، ۱۹۹۰). این فرهنگ از طرفی تشویق نظام‌مند سخت‌کوشی به شکل خودشکوفایی است. در این حالت، فرد با استثمار داوطلبانه خود تصور می‌کند در حال تحقق پتانسیل‌های خویش است. این تفکری است که می‌گوید: نخست ثروت مادی کلید رضایتمندی است، دوم فقط ثروتمندان برنده بازی‌اند و سوم اینکه رسیدن به جایگاه بالای اجتماعی برای هر کس - فارغ از آنکه پیشینه خانوادگی، اجتماعی و قومی‌اش چه باشد - میسر است. تنها شرط آن این است که حاضر باشد به اندازه کافی سخت کار کند (فیشر^۱، ۱۴۰۰: ۶۲)؛ برای مثال فاطمه ۱۵ ساله توضیح می‌دهد: «اینکه من تلاش می‌کنم یه ماشین بخرم، به‌خاطر اینکه من ۵ صبح دوست ندارم پاشم برم سوار سرویس سازمان بشم و تا تهران با اون وضع خرابش برم. پس مجبورم به‌سمت عقلانیت انزاری برم. به نظرم این چیزی نیست که دلمون بخواد، چیزی که واقعاً امر شده به ما». نیلوفر ۱۷ ساله در این باره بیان می‌کند: «من یه جوری خودم تجربه‌ش کرده‌م. عاشق کسی بودم که پولش برام مهم نبود. بیشتر خودشو دوست داشتم... ولی خب این باعث شدش که طرف کنارم بنده؛ چون ازش توقعی نداشتم، رفته دنبال کسی که ازش توقع داشته. می‌گن برای من خرج نکنه برای یکی دیگه خرج می‌کنه. زنی که خرج داره ارج داره.» و پریسا ۱۷ ساله افزود: «نه، عشق بدون پول نمی‌شه. زندگی بدون پول انقدر درگیر دغدغه مالی می‌شه که اصلاً یادت می‌ره کسیو دوست داری. اصلاً مگه عشق چه جوری به‌وجود می‌آد؟ اینکه یه شاخه گل بگیر یبری برای همسرت. وقتی که جیب خالی باشه و دغدغه پول خرید سیب‌زمینی داشته باشی، دیگه اون عشق نمی‌مونه، که همونی هم که بوده کم‌کم از بین می‌ره.»

از طرف دیگر با ارتقای مفهوم سخت‌کوشی در سرمایه‌داری متأخر، واقع‌گرایی سرمایه‌دارانه در کنش اقتصادی نسل زد بعد جدیدی به خود گرفته است. درواقع در سرمایه‌داری اولیه، فرد بدن یا زمان خود را می‌فروخت، اما در سرمایه‌داری متأخر، فرد به یک پلتفرم زنده تبدیل می‌شود. زمانی که نسل زد از راه‌های گوناگون از جمله فعالیت‌های مجازی درآمد کسب می‌کند، در حال ساخت یک دارایی نامشهود یا برند شخصی است. برای این نسل، پول بادآورده مخرب این دارایی است؛ زیرا اعتبار برند را که بر پایه خلاقیت و اصالت بنا شده زیر سؤال می‌برد. در سرمایه‌داری متأخر، اعتبار گران‌بهاترین ارز است. آن‌ها می‌دانند که پول بادآورده یک درآمد یک‌باره است، اما برند شخصی، جریان نقدی مستمر ایجاد می‌کند؛ بنابراین، ردکردن پول مفت، تصمیمی عقلانی برای محافظت از ارزش بازار پلتفرم خود است.

آن‌ها با ردکردن پول بادآورده، در حال سرمایه‌گذاری روی «خود» کارآفرین هستند. در این مدل اقتصادی، فرد به‌مثابه یک شرکت سهامی دیده می‌شود که باید ارزش سهامش را که شامل مهارت و اعتبار است، بالا ببرد و دریافت اعانه یا پول حمایتی، درواقع یک اعلام ورشکستگی مهارتی در بازار بی‌رحم سرمایه‌داری دیجیتال محسوب می‌شود. در این زمینه پریسا ۱۶ ساله می‌گوید: «گر پولو انتخاب کردم، منظورم پولی بود که با زحمت خودم باشه. اتفاقاً خیلی سخت‌کوشم. پول بادآورده دوست ندارم.» به گفته فاطمه ۱۷ ساله: «از شوگر زدن متنفرم. فکر کن مثلاً اولین‌ها تو به پول بفروشی. ارزشش رو نداره.» و حنا ۱۷ ساله نیز تصریح کرد: «به نظر من پول ارزش این چیزها رو نداره که بخوای ارزش خودتو بیاری پایین، از حلو مرزهای خودت بگذری. هیچ‌وقت پول نمی‌تونه مانع شخصیت من بشه.»

^۱. Fisher

درواقع در سرمایه‌داری متأخر، سوژه دیگر توسط یک ارباب یا کارفرما استثمار نمی‌شود، بلکه او خود را استثمار می‌کند. نسل زد به دنبال این استثمار خود است؛ زیرا به او قدرت و عاملیت می‌بخشد (هان^۱، ۲۰۱۵). پول بادآورده حس دستاورد داشتن را از بین می‌برد؛ چون عاملیت فرد در آن مخدوش است. برای نسل زد، لذت ناشی از پول درآوردن از ترید یا فریلنسری بسیار فراتر از خود پول است. این لذت ناشی از اثبات کارآمدی در یک سیستم پیچیده است؛ چرا که پول بدون دستاورد ذهنی در منطق سرمایه‌داری متأخر، بی‌ارزش و حتی تحقیرآمیز تلقی می‌شود (همان)؛ برای مثال سمیرا ۱۵ ساله تصریح می‌کند: «من شخصی نیستم که به‌خاطر پول هر کاری بکنم؛ چون حس می‌کنم دارم روحمو به شیطان می‌فروشم.» علاوه‌براین نسل زد در راستای تکمیل تصویر «خود» کارآفرین از ابزار مصرف نیز بهره می‌گیرد. درواقع این نسل مصرف را به‌مثابه نوعی فرهنگ در نظر می‌گیرد و کنش‌های اقتصادی خود را در آن حک می‌کند؛ برای مثال پریسا ۱۷ ساله می‌گوید: «بالاخره یه دختر یه چیزهایی می‌خواد واسه رسیدگی به پوستش، بدنش، خودش... می‌دیدم که مثلاً بقیه دخترها چطوری‌ان، می‌گفتم چرا من این‌جوری نباشم.» یا ندا ۱۶ ساله اظهار می‌کند: «اینستا خیلی روم تأثیر گذاشت. هرچی می‌دیدم دوست داشتم بخرم. بیشتر درآمدم هم صرف سفارش‌های پستی می‌شد.»

البته باید توجه داشت برای این نسل، ثروتی که از طریق «دیگری» به‌دست می‌آید، نشانه وابستگی و ضعف در رقابت است، اما ثروتی که از طریق خود به‌دست می‌آید، نشانه هوش، تسلط بر فناوری و مدرن بودن است. نسل زد به دنبال نشانه‌های برتر است. در منطق کنش اقتصادی این نسل، ثروتی که داستان موفقیت پشتش نباشد، قابل‌نمایش نیست. از آنجا که زندگی در سرمایه‌داری متأخر بر پایه نمایش است، ثروتی که نتوان آن را با افتخار نمایش داد، عملاً کارکرد اجتماعی خود را از دست داده است؛ برای مثال رومینا ۱۶ ساله اشاره می‌کند: «واسه بعضی‌ها این‌جوریه که من اینو بخوام، از بابام می‌گیرم، ولی من نمی‌تونم بگیرم؛ مثلاً الان خیلی آیفون ترند شده، همه تو دستشونه. من باید برم کار کنم اونو بخرم.» و کوثر ۱۷ ساله می‌گوید: «من دوست دارم آروم‌آروم بهش برسم. این‌جوری برام ارزش و لذت داره. اون پولی که خودت درمی‌آوری و کوچولو کوچولو براش زحمت می‌کشی، قدرش رو بیشتر می‌دونی.» در سرمایه‌داری متأخر، به‌نمایش گذاشتن خود، یک کنش اقتصادی است. زمانی که نسل زد خودساخته‌بودن را مهم می‌داند، درواقع در حال اعمال یک قضاوت ارزشی است. خودساختگی به فرد اجازه می‌دهد داستان موفقیت را به‌عنوان یک کالای فرهنگی بفروشد (ایلوژ^۲، ۲۰۰۷). در مقابل، ثروتی که قابلیت تبدیل‌شدن به روایت نمایش‌دانی را نداشته باشد، طبق منطق دیماجیو، از نظر فرهنگی حک‌نشده باقی می‌ماند و درنتیجه فاقد اعتبار اجتماعی است؛ برای مثال زهرا ۱۶ ساله می‌گوید: «اگر نمی‌رفتم سرکار، اون پولی که خانواده بهم می‌داد کافی بود واسه نیازهام. حتی شاید بیشتر هم بود، ولی اون نمی‌چسبید. دوست داشتم خودم دربیارم.»

بنابراین نسل زد در ذهن خود، پول را به دسته‌های مختلف تقسیم می‌کند. پول حاصل از تلاش فردی در دسته‌بندی پول هوشمند جای دارد و پول حاصل از رابطه در دسته‌بندی پول وابسته قرار می‌گیرد. زلیزر^۳ (۱۹۹۴) معتقد است منبع پول تعیین می‌کند که آیا آن پول می‌تواند در روابط اجتماعی با افتخار نمایش داده شود یا خیر. درواقع برای آن‌ها منشأ پول از خود پول مهم‌تر است (زلیزر، ۱۹۹۴)؛ برای نمونه فرشته ۱۵ ساله توضیح می‌دهد: «انگیزه‌م این بود که واسه خودم یه درآمدی داشته باشم. کلاً از اون دخترهای غدی‌ام که دوست ندارن از باباشون پول بگیرن.» و رؤیا ۱۶ ساله می‌گوید: «علت اصلی اینکه بچه‌ها می‌رن سرکار، به نظرم اینه که خودشون دوست دارن رو پای خودشون باشن.» رومینا ۱۶ ساله نیز چنین نظری داشت: «بچه‌های همسن‌وسال من واسه اینکه یه پولی بخوان

^۱. Han

^۲. Illouz

^۳. Zelizer

از خانواده، یه غروری هست که سخته، نمی‌شه گفت.» مهتاب ۱۷ ساله بیان کرد: «از این ور هم دوست داشتم دستم تو جیب خودم باشه. خب از اینکه بابام هزینه منو می‌ده، یه کم خجالت می‌کشیدم.»

در سرمایه‌داری متأخر، فرد باید بتواند از خود یک روایت خودمختار و مستقل ارائه دهد. ثروت حاصل از تلاش خود، این داستان موفقیت را تأمین می‌کند، اما رابطه چون بر پایه نابرابری ساختاری است، روایت فرد را تخریب و او را از سوژه برتر به ابژه‌ای وابسته تبدیل می‌کند. طرحواره وابستگی چیزی است که به شدت برای نسل زد تابو محسوب می‌شود؛ بنابراین کنش اقتصادی نسل زد بازتابی از حک‌شدگی در فرهنگ سرمایه‌داری متأخر و طرحواره استقلال‌طلبی است. اساساً در این نقطه بعد حک‌شدگی فرهنگی با بعد حک‌شدگی شناختی پیوند می‌خورد.

۴-۳. حک‌شدگی شناختی: طرحواره خودانگیزی و منطق بقا

حک‌شدگی شناختی به این معنا است که ذهن انسان برای پردازش اطلاعات اقتصادی، از میان‌برهای شناختی بهره می‌گیرد؛ یعنی فرهنگ نه به صورت ارزش‌های اخلاقی درونی‌شده، بلکه به صورت دستورالعمل‌ها (مقوله‌های ذهنی) و طرحواره‌ها بر انتخاب‌های ما اثر می‌گذارد. در اینجا طرحواره‌ها که لزوماً اخلاقی نیستند بلکه شناختی‌اند، میان‌برهایی ذهنی هستند که به ما می‌گویند جهان چگونه کار می‌کند؛ یعنی ابزاری برای فهم واقعیت‌اند. دستورالعمل‌ها نیز توالی مشخصی از رویدادها هستند که ذهن ما برای موقعیت‌های خاص، آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند (دیماجیو، ۱۹۹۷، ۲۶۹)؛ بنابراین دیماجیو معتقد است ذهن انسان برای پردازش اطلاعات اقتصادی، از میان‌برهای شناختی و طرحواره‌ها استفاده می‌کند.

نسل زد در دورانی زیست می‌کند که دولت‌های رفاه در حال ورشکستگی و عقب‌نشینی هستند، نهادهای حمایتی تضعیف شده‌اند و به طور کلی نهادهای کلان مانند دولت، بانک و سیستم بانخشستگی اعتبار و کارکرد خود را از دست داده‌اند. در طرحواره شناختی دیماجیو، وقتی محیط بیرونی نامطمئن کدگذاری شود، کنشگر اقتصادی به سمت حک‌شدگی در شبکه‌های نزدیک عقب‌نشینی می‌کند. نسل زد خانواده را تنها نهاد کارآمد باقی‌مانده می‌بیند. شکل‌گیری طرحواره تلاش برای بقا در ذهن نسل زد با کمک مالی به خانواده تکمیل می‌شود. از این رو آن‌ها برای بقا در این واحد سرمایه‌گذاری می‌کنند. کمک مالی به خانواده برای نسل زد درواقع نوعی بیمه اجتماعی غیررسمی است. آن‌ها می‌دانند که در صورت شکست اقتصادی، تنها چتر حمایتی‌شان خانواده است؛ بنابراین سرمایه‌گذاری مالی روی خانواده، راهبردی اقتصادی برای حفظ پایداری کل واحد معیشتی است؛ برای مثال نیلوفر ۱۷ ساله می‌گوید: «ما از همون موقعی که پدرم از ما جدا شد، دیگه وارد یه سراثیبی از مشکلات و این‌ها شدیم. از اول هدفم این بود که برم سرکار که بیشتر به مامانم کمک کنم؛ چون یه شرايطی بود که نیاز به همدلی داشت؛ یعنی باید همه‌مون با هم دست به دست هم می‌دادیم که از اون مخمسه نجات پیدا کنیم.» یا پریسا ۱۷ ساله بیان می‌کند: «من پول‌هایی که درمی‌آوردم بیشتر خرج خانواده‌م می‌کردم. چون داداشم هم کوچیکه. بعد بابام هم دست‌تنها نمی‌تونست خرج خونه رو بده.»

برخلاف نسل‌های قبل که ثروت را از والدین به ارث می‌بردند و به فرزندان منتقل می‌کردند، نسل زد با پدیده‌ای به نام فشار دوطرفه روبه‌رو است. تورم زیاد و کاهش قدرت خرید والدین سبب شده نسل زد برای حفظ طبقه اجتماعی خانواده مجبور به تزریق نقدینگی شود. این کنش، درواقع تلاشی برای پیشگیری از سقوط طبقاتی کل خانواده است. کارکردن آن‌ها برای خانواده، تلاشی ساختاری برای حفظ سرمایه نمادین و اقتصادی کل گروه به‌شمار می‌رود؛ برای مثال ندا ۱۶ ساله توضیح می‌دهد: «بابام راضی شد به

کارکردنم، چون خودش هم می‌دید واقعاً نمی‌تونیم بدون پول؛ مثلاً من به بابام می‌گفتم ماهی به تو من بده می‌گفت باشه دخترم می‌دم، ولی نمی‌تونست بده.»

همچنین مریم ۱۶ ساله گفت: «اگر نمی‌رفتم سرکار، خانواده‌م می‌گفتن پاشو برو سرکارت، فردا پس فردا پول لازم داریم تو خونه.» در این الگو، کمک به خانواده برای نسل زد از تکلیف اخلاقی به ابزاری راهبردی تبدیل شده است. به این معنا که آن‌ها با تزریق منابع مالی، به دنبال تثبیت خانواده به مثابه یک پایگاه امن در برابر تلاطم‌های دنیای بیرون هستند. درواقع، آن‌ها برای حفظ عاملیت فردی خود، ناگزیر به صیانت از ساختار جمعی (خانواده) شده‌اند و از منابع مالی خود برای تحکیم این بنیان استفاده می‌کنند. این کنش، بخشی از راهبرد آن‌ها برای مدیریت ریسک است که در ساختار زندگی مدرن آن‌ها حک شده است، اما این راهبرد مدیریت ریسک جمعی در میان این دختران، مصداق بارز تنیدگی کنش اقتصادی در فرااقتصاد خانواده است (عنبری و ایار، ۱۴۰۳). در اینجا، کمک مالی به والدین نه یک کنش مادی صرف، بلکه تلاشی برای حفظ ثبات واحدی است که در آن ارزش‌های اخلاقی و ضرورت‌های بقا در هم تنیده‌اند. با این حال، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد نسل زد با استفاده از این تنیدگی به دنبال بازخرید حق مستقل بودن است؛ یعنی از یک فرااقتصاد سنتی (خانواده) برای تثبیت یک ارزش مدرن (فردیت) بهره می‌گیرد.

علاوه بر این در نسل‌های پیشین، مرز مشخصی بین «من» و «خانواده» وجود داشت. کمک به خانواده اغلب به قیمت از خودگذشتگی تمام می‌شد، اما در مدل ذهنی این نسل، من فردگرا و خانواده در هم ادغام شده‌اند. آن‌ها خانواده را بخشی از سرمایه نمادین و اقتصادی خودشان می‌بینند. براساس مفهوم حک‌شدگی شناختی، کنش اقتصادی نسل زد در طرحواره‌ای حک شده که در آن فروپاشی مالی خانواده مساوی است با شکست پروژه شخصی من. آن‌ها به خانواده کمک می‌کنند تا زیرساخت زندگی فردی‌شان تخریب نشود. درواقع، خانواده را به عنوان یک شریک راهبردی در پروژه موفقیت فردی خود می‌بینند، نه یک بار اضافی؛ برای مثال پریسا ۱۷ ساله بیان می‌کند: «وقتی درآمد خودمو داشتم، پولی که می‌تونستم جمع کنم رو بازم برای بابام خرج می‌کردم. دوست داشتم لطفی رو که بهم کرده جبران کنم.»

اما آنچه این نسل را از پیشینیان متمایز می‌کند این است که در نسل‌های قبل، مشارکت اقتصادی در خانواده معمولاً با اطاعت همراه بود؛ یعنی فرزند پول می‌داد و همچنان تحت سلطه والدین بود، اما نسل زد از کنش اقتصادی برای تغییر موازنه قدرت استفاده می‌کند. آن‌ها با مشارکت مالی در خانواده، حق متفاوت بودن را خریداری می‌کنند؛ برای مثال نازنین ۱۷ ساله می‌گوید: «خانواده اگر حمایت بکنه دوست داره تو رو در مسیری حمایت بکنه که خودش دلش می‌خواد؛ یعنی قطعاً پولی رو به تو نمی‌ده که باهاش کاری رو انجام بدی که اون بدش می‌آد. پس تو مجبوری بری کار بکنی، خودت پول در بیاری و به همون کسی تبدیل بشی که خودت می‌خوای و با دیگران متفاوت باشی.»

در اینجا کمک مالی ابزاری است برای اینکه نسل زد والدین سنتی را متقاعد کنند که سبک زندگی فردگرایانه آن‌ها را بپذیرند. این یک مبادله عقلانی حک شده برای نسل زد است. همان گونه که در نسل‌های قبل، پول دادن سبب ادغام در سنت می‌شد، در نسل زد موجب تثبیت فردیت می‌شود؛ برای مثال ندا ۱۶ ساله بیان می‌کند: «اصلاً دلمون نمی‌خواد یکی بهمون زور بگه. اگه درآمدمون برای خودمون باشه خب این بهتر می‌شه دیگه مستقل‌تر میشیم» و نیوشا ۱۶ ساله اظهار می‌کند: «کلاً خیلی دوست داشتم مستقل بشم. هنوزم که هنوزم دارم رو مخ بابام کار می‌کنم که حتی خونه مجردی هم بگیرم تا دو سه سال دیگه. در این حد.» همچنین نسترن ۱۷ ساله می‌گوید: «دوست‌هام می‌گن من خودم باید کار کنم. خودم باید بتونم. اون خودم خودم کرده به نظرم خیلی با نسل‌های دیگه فرق می‌کنه. خیلی ما مستقل‌تریم. خیلی شجاعتمون بیشتره.»

در این حالت، وضعیت نسل زد درواقع نوعی حک‌شدگی شناختی در اقتصاد بحران است. نسل‌های قبل در دوران رشد اقتصادی یا ثبات نسبی، کمک به خانواده را براساس طرحواره پس‌انداز برای آینده یا صدقه درک می‌کردند، اما این نسل در متن بحران‌های پی‌درپی از تورم شدید گرفته تا اقتصاد دیجیتال و ناپایداری شغلی حک شده‌اند؛ بنابراین کنش اقتصادی آن‌ها می‌تواند یک مدیریت ریسک جمعی باشد. آن‌ها برخلاف نسل‌های قبل که به طرحواره پس‌انداز فردی باور داشتند، دریافته‌اند که در اقتصاد لرزان، نقدینگی در گردش خانواده امنیت بیشتری ایجاد می‌کند. این نوعی عقلانیت شبکه‌ای است که در نسل‌های پایدارتر قبلی نیازی به آن نبود.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد کنش اقتصادی دختران نسل زد در بهارستان، فراتر از واکنشی انفعالی به تنگناهای ساختاری، بیانگر شکل‌گیری یک کنشگر کارآفرین در متن بحران‌های معاصر است که با منطق فردگرایی راهبردی، مرزهای سنتی میان حاشیه و متن را از نو صورت‌بندی می‌کند. این نوجوانان با گذر از محدودیت‌های فیزیکی جغرافیا، هویت اقتصادی خود را بر پایه پیوند با غریبه‌ها صورت‌بندی کرده‌اند و از این طریق، کانون حک‌شدگی کنش اقتصادی خود را از شبکه‌های خانوادگی و خویشاوندی به فضاهای دیجیتال انتقال داده‌اند. در این زیست‌جهان، پول صرفاً ابزاری برای تأمین نیازهای مادی نیست، بلکه به مثابه یک اهرم عاملیت‌بخشی و ارزش مذاکره عمل می‌کند که توازن قدرت را در نهاد خانواده تغییر می‌دهد. برخلاف الگوهای پیشین که مشارکت اقتصادی فرزندان را در خدمت بازتولید سنت و اطاعت از اقتدار والدین می‌دیدند، در اینجا حتی تزریق نقدینگی به خانواده، بخشی از مبادله‌ای عقلانی برای خریداری حق متفاوت‌بودن و تثبیت استقلال فردی است.

این الگوی کنشی با تبیین‌های پیش‌ازحد اجتماعی‌شده (رانگ، ۱۹۶۱) که کنشگر را موجودی منفعل و صرفاً تابع هنجارهای درونی‌شده می‌بیند، در تقابل قرار می‌گیرد. یافته‌های ما نشان می‌دهد دختران نسل زد به جای تبعیت از فشارهای هنجاری، از منابع مالی به مثابه ابزاری برای تقویت عاملیت خود بهره می‌گیرند تا از حصار انتظارات تحمیلی ساختار فراتر روند.

اما مسئله متناقض و کلیدی پژوهش در آنجایی آشکار می‌شود که این عاملیت فعال، گاهی با نداشتن درآمد فوری همراه است. برخلاف تبیین‌های کلاسیک که بیکاری یا کم‌درآمدی در حاشیه را صرفاً به نبود فرصت تقلیل می‌دهند، این مطالعه نشان می‌دهد وضعیت بی‌درآمدی در میان این نسل نه به معنای انفعال، بلکه کنشی آگاهانه برای حفاظت از سرمایه نمادین است. این دختران با پذیرش کار بدون درآمد (در قالب کارآموزی، شاگردی یا مهارت‌آموزی دیجیتال)، درواقع در حال انباشت سرمایه مهارتی و نوعی صبر راهبردی برای ورود قدرتمندانه به مدار کنشگری هستند. امتناع آن‌ها از پذیرش درآمدهای سهل‌الوصول اما وابسته، نشان‌دهنده اولویت اعتبار درونی بر نقدینگی فوری است؛ یافته‌ای که با تبیین‌های کمتر از حد اجتماعی‌شده اقتصاد کلاسیک که کنشگر را صرفاً در پی سود آنی می‌پندارد، در تضاد قرار می‌گیرد.

براین اساس، «خود» برای این دختران به یک پروژه سرمایه‌گذاری مستمر تبدیل شده است؛ فرایندی که در آن، با فروپاشی مرزهای سنتی میان قلمرو خصوصی زندگی و ساحت عمومی کار، تمام ابعاد زیست روزمره در مسیر دستیابی به منزلت اجتماعی، در خدمت تولید اعتبار و نمایش توانمندی قرار می‌گیرد. دقیقاً به دلیل همین تبدیل‌شدن زندگی به ویتترین توانمندی است که منشأ پول اهمیتی ساختاری پیدا می‌کند؛ چرا که در منطق این نسل، پولی که از روابط نابرابر حاصل شود، اصالت این هویت را مخدوش می‌کند و برند شخصی آن‌ها را بی‌اعتبار می‌سازد. بر همین اساس تمایزگذاری سخت‌گیرانه این نسل میان ثروت حاصل از دسترنج و ثروت حاصل از روابط نابرابر، نشان‌دهنده ظهور یک نظام ارزشی جدید است که در آن، تنها دارایی واجد ارزش نمایشی، شکلی از دارایی

است که داستانی از استقلال را روایت کند. از این منظر، خوداستثمارگری آگاهانه آن‌ها نه نشانه‌ای از استیصال، بلکه ابزاری برای گریز از اضطراب بی‌مصرف‌بودن در یک نظام مالی‌گرا است.

درواقع، این فرایند بیانگر ظهور یک عاملیت اقتصادی منزلت‌محور است؛ جایی که کنشگران با اولویت‌بخشی به سرمایه نمادین، در حال بازتعریف منطق مناسبات اجتماعی‌اند. این کنش هدفمند، فراتر از یک راهبرد صرفاً مالی، بازتابی از تغییر در طرحواره‌های شناختی است که در آن، کنشگران اقتصادی به جای تبعیت از هنجارهای پیشین انباشت سرمایه، اولویت را به حفظ شأن می‌دهند. این یافته‌ها با استناد به نظریه دیماجیو (۱۹۹۰) درباره حک‌شدگی شناختی، نشان می‌دهد چگونه اقتصاد در لایه‌های عمیق هویت نسل زد ایرانی ریشه دوانده است. در این بافتار، طرحواره خوداتکایی نه یک انتخاب کاملاً ارادی و نه اجبار ناخودآگاه هنجاری، بلکه راهبردی فعالانه برای مدیریت اضطراب بقا است که از دل تلاقی ذهنیت دیجیتال و محدودیت‌های فیزیکی حاشیه زاده شده است.

درنهایت، تضادهای مشاهده‌شده در این پژوهش را می‌توان در قالب عنوان کوتاه مقاله یعنی «دل و دلار» خلاصه کرد. این عنوان، بازنمایی‌کننده حک‌شدگی ساحت‌های گوناگون زیست‌جهان نسل زد است؛ جایی که دل نماد جست‌وجوی معنا، هویت دیجیتال و ابراز وجود در دنیای شبکه‌ای است و دلار نماد ضرورت‌های سخت بقا در یک نظام مالی‌گرا و بی‌ثبات. کنش اقتصادی این نسل، تلاشی مداوم برای آشتی‌دادن این دو قطب است. آن‌ها نه صرفاً به دنبال سود و منفعت مادی هستند و نه صرفاً به دنبال بازنمایی محض هویت، بلکه در پی خلق شکلی از زندگی‌اند که در آن، برند شخصی و استقلال مالی در هم تنیده شده باشند. از این‌رو نتایج پژوهش حاضر مؤید این واقعیت است که کنش اقتصادی نسل زد در ایران، به‌شدت در بسترهای فرااقتصادی حک شده است. اگر در رویکردهای نظری جامعه‌شناسی اقتصادی ایران (عنبری و ایار، ۱۴۰۳) بر نقش تعیین‌کننده و محدودکنندگی هنجارهای اخلاقی و اجتماعی در فرااقتصادها تأکید می‌شود، یافته‌های این مطالعه نشان داد نسل زد با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال، در حال سیال‌سازی این تنیدگی‌ها است. درواقع، این سیال‌سازی فقط یک تغییر ابزاری نیست، بلکه بازتعریفی از معنای کار است که در آن، کنش اقتصادی از یک ابزار صرفاً معیشتی، به بستری برای بازنمایی و ساخت هویت تبدیل می‌شود. به بیانی دیگر، برای این نسل، دل (ساحت معنا و فرااقتصاد) و دلار (ساحت ضرورت و بازار) نه دو قطب متضاد، بلکه دو روی یک سکه‌اند که در بستر ناپایداری‌های ساختاری ایران، منطق جدیدی از عاملیت اقتصادی را رقم زده‌اند. درواقع، این درهم‌تنیدگی چنان است که تعاریف سنتی از عقلانیت اقتصادی را به چالش می‌کشد. از همین رو، فهم عمیق‌تر این وضعیت ایجاب می‌کند که در مطالعات آتی، مفهوم منفعت از منظر این کنشگران بازخوانی شود؛ چرا که به‌نظر می‌رسد برای این نسل، منفعت نه در انباشت مادی صرف، بلکه در پیوند میان سود اقتصادی و اعتبار هویتی تعریف می‌شود؛ تقاطعی که در آن، انواع متکثر و گاه متناقضی از منفعت در هم تنیده می‌شوند تا منطقی بدیع از کنش اقتصادی را ترسیم کنند.

سپاسگزاری: مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نویسنده دوم با عنوان «منفعت و منطق کنش اقتصادی نسل زد در ایران» (۱۴۰۴) گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهرا است. بدینوسیله از مدیران دانشگاه الزهرا و عوامل علمی و اجرایی نشریه توسعه محلی (روستایی _ شهری) قدردانی می‌شود.

تعارض منافع: نویسندگان اعلام می‌دارند که در این مطالعه هیچ‌گونه تعارض منافعی وجود ندارد.

منابع

- پورعسکری، محمدحسین، خدادادحسینی، سید حمید، کردناییج، اسدالله، و منصوری مؤید، فرشته (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تعیین‌کننده در تصمیم‌های مالی و سرمایه‌گذاری (مورد مطالعه: سرمایه‌گذاران نسل زد). *چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، ۶۰(۲۲)، ۱۳۶-۱۶۱. <https://doi.org/10.48308/jbmp.2025.232989.1542>
- ذاکری، علیرضا و روشنفکر، پیام (۱۴۰۳). سنخ‌شناسی جامعه‌شناسی نسل زد: در نقد نسل گرایی. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۳(۲۰)، ۹۵-۱. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2024.2032585.2752>
- ذکایی، محمدسعید (۱۴۰۴). تکنولوژی‌های دیجیتال و مناسبات نسلی در ایران: تحولات و سیاست‌ها. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۳۳(۱۱۱)، ۳۵-۱. <https://doi.org/10.22054/qjss.2026.91448.2967>
- سکریه، میسون و تانک، استیوارت (۱۴۰۲). سن و سرمایه‌داری. ترجمه وحید طباطبایی. تهران: نیلوفر.
- عنبری، موسی و ایار، علی (۱۴۰۳). تنیده در فرااقتصادها: تحلیل کنش اقتصادی در ایران. *مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)*، ۱۸۹-۱۶۷، ۳۱(۱). <https://doi.org/10.22059/jsr.2024.372115.1945>
- فاضلی، نعمت‌الله، شریفی، سعید، و طلائی، مریم. (۱۴۰۰). فرهنگ مالیه: تحلیلی بر برداشت‌های فرهنگی از پول در نسل جوان. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۳(۱۴)، ۵۸-۱. <https://doi.org/10.22035/jicr.2022.2714.3111>
- فرهمند، مهناز، صبوچی گلکار، زینب، و میرجلیلی، زهرا (۱۴۰۳). زیست‌جهان متحول: مطالعه کیفی بازاندیشی جنسیتی دختران نسل زد. *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۲(۱۳)، ۱۱۵-۱۴۵. <https://doi.org/10.22034/jeds.2025.64150.1830>
- فیشر، مارک (۱۴۰۲). واقع‌گرایی سرمایه‌دارانه. ترجمه ریحانه عبدی. تهران: گمان.
- سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی ساخت اجتماعی و کنش اقتصادی* (ع. ا. سعیدی، مترجم). تهران: تیسار.
- مؤمنی، فرشاد (۱۴۰۲). *اقتصاد ایران در دوران تعدیل ساختاری*. تهران: نقش و نگار.

References

- Aalbers, M. B. (2023). Making sense of the financialization of households: State of the art. *Socio-Economic Review*, 21(4), 2233-2258. <https://doi.org/10.1093/ser/mwad029>
- Adams-Prassl, A., Boneva, T., Golin, M., & Rauh, C. (2020). Inequality in the impact of the coronavirus shock: Evidence from real time surveys. *Journal of Public Economics*, 189, 104245. <https://doi.org/10.17863/CAM.55553>
- Aldrich, H. E., & Waldringer, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.000551>
- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Ballinger Publishing Company.
- Anbari, M., & Ayar, A. (2024). Intertwined in meta-economies: An analysis of economic action in Iran. *Sociological Studies*, 31(1), 167-189. <https://doi.org/10.22059/jsr.2024.372115.1945> (In Persian)
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D & Welch, I. (1992). A theory of fads, fashion, custom, and cultural change as informational cascades. *Journal of Political Economy*, 100(5), 992-1026.
- Boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press
- Burt, R. S. (2004). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Deloitte D. (2023). *Gen Z and Millennial Survey*.
- DiMaggio, P. (1997). Culture and cognition. *Annual Review of Sociology*, 23(1), 263-287.

- Duffy, B. E., & Pruchniewska, U. (2017). The passion economy: How creators are making a living from their skills. *Social Media & Society*.
- Edelman. (2021). *Edelman Trust Barometer special report: The power of Gen Z*.
<https://www.edelman.com/research/the-power-of-gen-z>
- Elmore, T., & McPeak, A. (2021). *Generation Z Unfiltered: Facing Nine Hidden Challenges of the Most Anxious Population*. Poet Gardner Publishing.
- Epstein, G. A. (Ed.). (2005). *Financialization and the world economy*. Edward Elgar Publishing.
- Farahmand, M., Sabouhi Golkar, Z., & Mirjalili, Z. (2024). The evolving lifeworld: A qualitative study of gendered reflexivity among Gen Z girls. *Economic Sociology and Development*, 13(2), 115-145.
<https://doi.org/10.22034/jeds.2025.64150.1830> (In Persian)
- Fazeli, N., Sharifi, S., & Talaei, M. (2021). Finance culture: An analysis of cultural perceptions of money among the youth generation. *Journal of Iranian Cultural Research*, 14(3), 1-58.
<https://doi.org/10.22035/jicr.2022.2714.3111> (In Persian)
- Fisher, M. (2023). Capitalist realism (R. Abdi, Trans.). Tehran: Goman. (In Persian)
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nursing & Health Sciences*, 6(2), 70–75.
<https://doi.org/10.1111/j.1442-9787.2004.00020.x>
- Granovetter, M. (1974). *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3). <https://doi.org/10.1086/228311>
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Han, B. C. (2015). *The burnout society*. Stanford Briefs.
- Hein, E. (2015). Finance-dominated capitalism and re-distribution of income: a Kaleckian perspective. *Cambridge Journal of Economics*, 39(3), 907-934. <https://doi.org/10.1093/cje/bet038>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(3), 405–422. <https://doi.org/10.1177/104584006286369>
- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Polity Press.
- IMF. (2021). *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*. International Monetary Fund.
- Lapavistas, C. (2013). The financialization of capitalism: Profiting without producing. *City*, 17(6), 792–805.
<https://doi.org/10.1080/13604813.2013.853865>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE, Thousand Oaks, 289-331.
[http://dx.doi.org/10.1016/0147-1767\(85\)90062-8](http://dx.doi.org/10.1016/0147-1767(85)90062-8)
- Martin, R. (2002). *Financialization of daily life*. Temple University Press
- Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis forum. *Qualitative Social Research*, 1(2), article20.
- Momeni, F. (2023). Iran's economy in the era of structural adjustment. Tehran: Naghsh-o-Negar. (In Persian)
- Pew Research Center. (2019). *On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>
- Pourasgari, M. H., Khodadad-Hosseini, S. H., Kordnaeij, A., & Mansouri Moayyed, F. (2024). Identification and prioritization of determining factors in financial and investment decisions (Case study: Generation Z investors). *Journal of Business Management Perspective*, 22(60), 136-161.
<https://doi.org/10.48308/jbmp.2025.232989.1542> (In Persian)
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. The MIT Press.
<http://www.jstor.org/stable/j.ctt5vjq62>

- Rubin, J. D., Chen, K., & Tung, A. (2026). Generation Z's challenges to financial independence: Adolescents' and early emerging adults' perspectives on their financial futures. *Journal of Adolescent Research*, 41(3), 639-672. <https://doi.org/10.1177/07435584241256572>
- Sakriyeh, M., & Tank, A. (2023). *Age and capitalism* (M. Tabatabaei, Trans.). Tehran: Niloufar. (In Persian)
- Smelser, N. J., & Swedberg, R. (Eds.). (2010). *The handbook of economic sociology*. Princeton university press.
- Smnec, N. (2016). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. Bloomsbury Academic.
- Swedberg, R. (2016). The sociology of social structure and economic action (A. A. Saeidi, Trans.). Tehran: Tisa. (In Persian)
- Swedberg, R., Himmelstrand, U., & Brulin, G. (1987). The Paradigm of Economic Sociology: Premises and Promises. *Theory and Society*, 16(2), 169-213. <http://www.jstor.org/stable/657351>
- Twenge, J. M. (2017). *IGen why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood (and what this means for the rest of us)* (First Atria books hardcover edition.). Atria Books.
- Williams, K. C., Page, R. A., Petrosky, A. R., & Hernandez, E. H. (2010). Multi-generational marketing: Descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes. *The Journal of Applied Business and Economics*, 11(2), 21.
- Wrong, D. H. (1961). The oversocialized conception of man in modern sociology. *American Sociological Review*, 26(2), 183-193. <https://doi.org/10.2307/2089854>
- Zakeri, A., & Rowshanfekr, P. (2024). Typology of the sociology of Generation Z: A critique of generationalism. *Journal of Cultural Studies and Communication*, 20(3), 1-95. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2024.2032585.2752> (In Persian)
- Zelizer, V. A. (1994). *The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies*. Princeton University Press.
- Zokaei, M. S. (2025). Digital technologies and generational relations in Iran: Transformations and policies. *Social Sciences Quarterly*, 32(111), 1-35. <https://doi.org/10.22054/qjss.2026.91448.2967> (In Persian)
- Zukin, S., & DiMaggio, P. (1990). *Structures of Capital: The Social Organization of the Economy*. Cambridge University Press.