



Woman in Development and Politics

Gold and Power: A Qualitative Study on the Embeddedness of Women's Economic Actions in the Gold Market

Zeinab Shafiei¹ | Roya Fazlikhani²

1. Corresponding Author, Assistant Professor of Sociology, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: ze.shafiei@alzahra.ac.ir

2. MA in Sociology, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. E-mail: rfazlikhani86@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received

Received in revised form

Accepted

Published online

Keywords:

Economic Action, Economic Sociology, Exchange, Gold, Embeddedness.

ABSTRACT

This research examines the economic actions of women in the gold market, challenging one-dimensional neoclassical and sociological perspectives that regard gold acquisition as a mere response to macroeconomic fluctuations or consumerism. The procurement of gold is analyzed in this study as an action that is embedded within interests, social relations, and culture, drawing on the theory of “embeddedness” and New Economic Sociology. The lived experiences of 25 Iranian women were investigated using a qualitative approach and directed content analysis.

The results indicate that gold is more than just a financial asset; it is a “value mediator” that is operationalized across four levels of embeddedness. At the interest level, gold is used as a tool to create financial privacy, gain independence, and reclaim agency against male economic dominance. At the network level, the credibility of social relations acts as a substitute currency that mitigates market risks. At the organizational level, practical logics transform gold into protective capital against structural uncertainties. At the cultural level, gold functions as a marker of status or a document of legitimacy and power within kinship networks, depending on the regional context.

Ultimately, this research demonstrates that the procurement of gold by Iranian women is a form of intelligent agency that is used to ensure their survival and redefine security. In this process, “interest” transforms from a mere material utility to a multi-layered construct, serving as a mechanism to counter structural constraints and reclaim independence within the lifeworlds of women.

Cite this article: Shafiei, Z., & Fazlikhani, R. (2026). Gold and Power: A Qualitative Study on the Embeddedness of Women's Economic Actions in the Gold Market. *Woman in Development and Politics*, 56 (1), 1-20. DOI: <http://doi.org/00000000000000000000>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000>

Extended Abstract

Title: **Gold and Power: An Analysis of the Embeddedness of Women's Economic Actions in the Gold Market (A Qualitative Study)**

Introduction

The nature of economic action in contemporary social sciences has been a perennial battleground between structuralist approaches and orthodox economic paradigms. Neoclassical economics has dominated the analysis of investment and savings for decades, interpreting actors as “homo economicus”—atomized individuals who make purely rational calculations to maximize utility in a social vacuum. Despite the introduction of variables such as risk aversion, the emergence of behavioral economics continues to regard economic action as an internal, individualistic response to resource constraints. Nevertheless, these quantitative models frequently fail to capture the intricacies of “lived economics,” particularly the gendered aspects of financial security.

The paradigm of “Embeddedness” and the New Economic Sociology are employed in this research to challenge these one-dimensional perspectives. Mark Granovetter contends that there is no purposeful economic action that exists outside of the continuous systems of social relationships. The theory of embeddedness posits that economic action is not random or mechanical, but rather rooted in social networks, in contrast to classical sociology, which regarded the individual as a mere slave to norms. Additionally, this investigation recognizes that economic logic is not universal, but rather is socially defined and influenced by cultural, cognitive, and gendered frameworks. In the context of Iranian women, the procurement of gold is not merely a financial hedge against inflation; it is a means of redefining security and reclaiming agency within a patriarchal structure. Women are drawn to gold as a commodity, but also as an ontological manifestation of value and a protection against the erosion of wealth when the legitimacy of fiat currency is uncertain as a result of structural instability and chronic inflation. As a result, the objective of this investigation is to determine the structure of the embeddedness of women’s economic actions in gold transactions and the extent to which material necessities intersect with socio-cultural logics.

Method

The economic behaviors of women in the gold market were investigated through the use of directed qualitative content analysis in this study, which employed a qualitative approach. Purposive and snowball sampling were employed to ensure that the sample of women residing in Tehran contained a diverse representation of educational backgrounds, marital statuses, and occupations. In order to guaranty that the observed behaviors were stable patterns rather than episodic events, a criterion of at least two years of continuous gold-buying experience was implemented. At 25 participants, the sample achieved theoretical saturation.

Data were gathered through semi-structured interviews, which were conducted in-person, via social media, and over the phone, with durations ranging from 25 to 75 minutes. The interview guides were developed utilizing the theoretical framework of embeddedness, with an emphasis on themes including the perceived significance of gold ownership, information sources, purchasing history, and the function of social networks. The initial categorization was guided by Granovetter’s embeddedness theory (deductive), while subsequent categories—such as “hidden agency” and “protective logics”—emerged directly from the participants’ lived experiences (inductive). The analysis followed a hybrid deductive-inductive process. The study employed member checking, peer debriefing by two independent analysts, and direct quotations to substantiate the final conceptual model, thereby ensuring trustworthiness and validity.

Findings

The results indicate that the acquisition of gold by women is a “smart agency” for survival, which is operationalized across four distinct levels of embeddedness:

First, the Level of Benefit (Gendered Utility): The research illustrates a transition from “instrumental rationality” (profit maximization) to “protective rationality.” For numerous women, gold serves as a means of creating a “financial private sphere.” It functions as a means of reclaiming agency and achieving autonomy in the face of masculine economic dominance. Gold serves as a “hidden reserve” or “margin of safety” in numerous narratives, enabling women to preserve a degree of autonomy and decision-making authority within the household, particularly in instances of financial mismanagement by their spouses. Additionally, gold is employed to preserve social status and symbolic capital, thereby preventing a “loss of symbolic position” within kinship networks. In certain cases, this transitioned into “entrepreneurial rationality,” in which gold ownership served as a transition from consumer to producer (e.g., the establishment of online gold enterprises).

Secondly, the Level of Networks (Social Capital): Three types of networks are profoundly embedded in economic actions. (1) Kinship-Trust Networks: In these networks, strong ties (family) serve as the primary

source of social credit and information, thereby reducing market risks and frequently substituting formal market logic with “relational logic,” in which trust supersedes the necessity for formal contracts. (2) Professional-Specialized Networks: “Weak ties” (colleagues, bank officials) offer strategic access to first-hand market information and wholesale channels, transforming professional relationships into moral guaranties. (3) Mediated Ties (Transferred Trust): Trust is frequently transferred through an intermediary; the credibility of a mutual friend serves as a guaranty for the transaction. This degree of embeddedness is so significant that social credit frequently replaces liquidity, enabling women to purchase gold on credit based on their reputation within the network.

Third, the Level of Organization (Cognitive Schemas): Women’s actions are organized by “practical logics” and cognitive schemas, rather than formal institutional structures. Gold is conceived as a means of establishing a discrepancy between “assets” and “consumption,” thereby preventing the rapid depletion of resources into daily expenses. This organization is frequently a learned behavior that is passed down through generations or shared among professional peer groups. Critically, gold functions as a mechanism for “gendered agency,” in which women secretly coordinate their finances to guaranty the future security of themselves and their children. This effectively establishes an informal social security system that circumvents patriarchal oversight.

Fourth, the Level of Culture (Socio-Regional Meaning): Gold is characterized as a “social currency” whose value is contingent upon social status rather than market price. Gold is a visual language of class distinction and social prestige in Qom, but this varies across regional cultures. In Ardabil, it serves as a means of demonstrating status and “audible” prestige (the “clinking” of gold) during social gatherings. In Southern cultures (e.g., Dezful), gold is perceived as a structural pillar of authority and legitimacy within the family network, frequently affiliated with marriage customs (Mehrieh). Consequently, gold serves as a versatile instrument that serves as a guaranty of survival, a designation of status, and a document of legitimacy.

Conclusion

It is the conclusion of this research that the economic actions of Iranian women in the gold market are not solely reflexive responses to inflation or consumerist trends, but rather are manifestations of an embedded social process. The research suggests a concentric conceptual model of embeddedness, in which a core of “protective rationality” is nestled within layers of social networks, informal organizational logics, and overarching cultural frameworks.

The primary contribution of this study is the reinterpretation of the term “benefit” in the context of women’s economics. Benefit is not merely material gain; it is a combination of financial security, social prestige, and gendered autonomy. Consequently, gold functions as a material mediator that enables women to negotiate and navigate the limitations of a patriarchal society. Women establish a “safeguard capital” that guaranties their survival and serves as a strategic advantage for influencing the power dynamics within the family by converting liquid assets into tangible wealth. Ultimately, the possession of gold is a manifestation of an intelligent agency that is intended to ensure survival and redefine security in a socio-economic environment that is inherently unstable.

آموزه‌های فلسفه



انتشارات دانشگاه تهران

زن در توسعه و سیاست

«زر و زور»

واکاوی سطوح حکشدگی کنش‌های اقتصادی زنان در بازار طلا (یک مطالعه کیفی)

زینب شفیعی^۱ | رؤیا فضلی‌خانی^۲۱. نویسنده مسئول، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. ze.shafiei@alzahra.ac.ir۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. rfazlikhani86@gmail.com

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

تاریخ بازنگری:

تاریخ پذیرش:

تاریخ انتشار:

کلیدواژه‌ها:

جامعه‌شناسی اقتصادی، حکشدگی، طلا، کنش اقتصادی، میادله.

این پژوهش با هدف واکاوی ماهیت کنش‌های اقتصادی زنان در بازار طلا انجام شده است. مسئله بنیادین پژوهش، نقد رویکردهای تک‌بعدی اقتصاد و جامعه‌شناسی است که تملک طلا را صرفاً واکنشی به نوسانات اقتصادی یا گرایش‌های مصرف‌گرایانه می‌بیند. در مقابل، این مطالعه با اتکا به مفهوم «حکشدگی» در پارادایم جامعه‌شناسی اقتصادی جدید، تملک طلا را به‌مثابه کنشی حکشده در بستر منافع، روابط اجتماعی و فرهنگ تحلیل می‌کند. در این راستا، تجربیات ۲۵ زن ساکن شهر تهران از طریق روش تحلیل محتوای جهت‌دار واکاوی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد تملک طلا در زیست‌جهان زنان، فراتر از یک دارایی مالی، به میانجی‌ارزشی تبدیل شده که در چهار سطح حکشدگی معنا می‌یابد: در سطح «منفعت»، طلا ابزاری برای خلق حریم خصوصی مالی، کسب استقلال و بازپس‌گیری عاملیت در برابر تسلط اقتصادی مردانه است. در سطح «شبکه»، اعتبار روابط اجتماعی به‌مثابه ارزی جایگزین، ریسک‌های بازار را تعدیل می‌کند. در سطح «سازمان‌دهی»، منطق‌های عملی، طلا را به سرمایه‌ای حفاظتی در برابر عدم قطعیت‌های ساختاری تبدیل می‌کند و در سطح «فرهنگ»، طلا بسته به بستر اقلیمی، نشانگر منزلت یا سند مشروعیت و قدرت در شبکه‌های خویشاوندی است. درنهایت، این پژوهش نشان داد تملک طلا در تجربه زنان ایرانی، تجلی عاملیتی هوشمندانه برای بقا و بازتعریف امنیت است. در این فرایند، مفهوم منفعت از مطلوبیت مادی صرف به مفهومی چندلایه تغییر می‌یابد تا ابزاری برای مقابله با محدودیت‌های ساختاری و بازپس‌گیری استقلال در زیست‌جهان زنان باشد.

استناد: شفیعی، زینب؛ فضلی‌خانی، رؤیا (۱۴۰۵). زر و زور: واکاوی سطوح حکشدگی کنش‌های اقتصادی زنان در بازار طلا (یک مطالعه کیفی). زن در توسعه و سیاست، ۲ (۴)، ۱-۲۰.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

ناشر: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

تبیین ماهیت کنش اقتصادی در علوم اجتماعی معاصر، همواره عرصه تقابل میان پارادایم‌های ارتدوکس اقتصادی و رویکردهای ساختارگرایانه بوده است. در سطح کلان، تحلیل رفتارهای اقتصادی اعم از پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و مصرف، دهه‌ها است که تحت سیطره فردگرایی روش‌شناختی و مفهوم انسان اقتصادی قرار دارد. براساس این مفروضات نئوکلاسیک، کنشگران موجوداتی اتمیزه تلقی می‌شوند که در خلأ اجتماعی و صرفاً بر پایه محاسبات عقلانی، بیشینه‌سازی مطلوبیت و جستجوی کارایی دست به انتخاب می‌زنند (Hemalata & Pavitra, 2018: 29). حتی با ظهور اقتصاد رفتاری و روان‌شناسی اقتصادی که متغیرهایی مانند ریسک‌گریزی و ویژگی‌های شخصیتی را برای تعدیل مدل‌های ریاضی وارد تحلیل کردند، باز هم کنش اقتصادی به‌مثابه امری درونی و واکنشی فردی نگریسته می‌شود که هدف آن، مدیریت ریسک و ارتقای سطح رضایت شخصی تحت محدودیت منابع است (Su et al., 2022: 29; Lutfi, 2010: 222).

با این حال، ناتوانی این مدل‌های کمی‌گرا در توضیح پیچیدگی‌های زیست اقتصادی موجب ظهور جامعه‌شناسی اقتصادی جدید شد که با نقد تبیین‌های اقتصادی، نقد ادراک کمتر از حد اجتماعی‌شده را در رابطه با این جریان فکری معرفی کرد (Granovetter, 2002: 35). مارک گرانووتر با طرح نظریه حک‌شدگی، استدلال می‌کند که هیچ کنش هدفمندی خارج از نظام‌های عینی و جاری روابط اجتماعی صورت نمی‌گیرد (Granovetter et al., 1992: 58). او هم‌زمان با نقد نگاه جامعه‌شناسان کلاسیک که فرد را برده هنجارها می‌دیدند - یعنی همان ادراک بیش‌ازحد اجتماعی‌شده - راه‌سومی را گشود که در آن کنش اقتصادی نه تصادفی است و نه صرفاً مکانیکی، بلکه در بستر شبکه‌های روابط اجتماعی ریشه دارد (Granovetter & Marx, 1990: 97). با وجود غنای نظری رویکرد گرانووتر، منتقدانی مانند پائول دی‌ماجیو و ویویانا زلیزر یادآور شده‌اند که تقلیل حک‌شدگی به شبکه و روابط ساختاری سبب غفلت از مؤلفه‌های بنیادین دیگری مانند فرهنگ و شناخت شده است (Smelser & Swedberg, 2005: 15).

در این افق نظری، کنش اقتصادی دیگر صرفاً پاسخی عقلانی به الزامات موقعیتی نیست، بلکه متأثر از ابعاد ساختاری فرهنگ است که اهداف و راهبردهای کنشگر را تعریف می‌کند و به متغیرهای ساده شبکه‌ای یا اقتصادی قابل‌تقلیل نیست (DiMaggio, 1994: 27). براین‌اساس، منفعت نه امری جهان‌شمول با رویکردی صرفاً مادی و مالی، بلکه پدیده‌ای است که به‌صورت اجتماعی تعریف شده و در چارچوب‌های عاطفی، شناختی و ارزشی کنشگران معنا می‌یابد (Swedberg, 2016: 415; Granovetter, 2002: 36). کنشگران در جریان مبادله، همواره میان منطق‌های چندگانه عمل اعم از منطق بازار، خانواده و سیاست در نوسان هستند و فرهنگ در اینجا به‌مثابه یک ساختار سازمان‌دهنده، الگوهای شناختی لازم را فراهم می‌آورد تا کنشگران بتوانند در مواجهه با تضادهای میان این منطق‌ها، مسیرهای کنش خود را بازشناسی و مدیریت کنند (DiMaggio, 1997: 268; Dequech, 2003: 467).

با این حال، باید توجه داشت که مدیریت تضادها و اولویت‌بندی میان منطق‌های مختلف، فرایندی خنثی و یکسان برای تمام کنشگران نیست، بلکه نحوه تعامل با این منطق‌ها عمیقاً تحت تأثیر موقعیت‌های جنسیتی و جایگاه اجتماعی افراد در ساختار قدرت قرار دارد. از این منظر، یکی از خلأهای جدی در بدنه جامعه‌شناسی اقتصادی، نادیده‌گرفتن ابعاد جنسیتی در تحلیل این منطق‌ها است؛ به‌گونه‌ای که جامعه‌شناسی اقتصادی غالباً با نوعی «کوری جنسیتی» مواجه بوده و مدل‌های خود را بر پایه تجربیات کنشگرانی بنا نهاده است که گویی فارغ از موقعیت‌های جنسیتی دست به انتخاب می‌زنند. این در حالی است که تقسیم کار جنسیتی و هنجارهای مرتبط با نقش‌های زنانه و مردانه، نه‌تنها بر دسترسی به منابع، بلکه بر نحوه ادراک از امنیت مالی و سرمایه‌گذاری اثرگذار است (England & Folbre, 2005). درواقع، نادیده‌گرفتن جنسیت به‌عنوان یک بعد تحلیلی بنیادین در جامعه‌شناسی اقتصادی سبب شده است که تفاوت‌های معنایی در تملک دارایی‌ها میان زنان و مردان به‌درستی تبیین نشود؛ تفاوت‌هایی که ریشه در نابرابری‌های ساختاری و تلاش برای کسب عاملیت اقتصادی در بسترهای محدودکننده دارد.

این تفاوت در ادراک امنیت، زمانی به اوج می‌رسد که نهاد پول به‌عنوان ابزار اصلی مبادله، با بحران مشروعیت مواجه شود. در این افق نظری، پول نه یک ابزار خنثی، بلکه یک نهاد اجتماعی است که ارزش آن بر اعتبارات قراردادی و نهادی استوار است.

کراترز و باب (۱۹۹۶) استدلال می‌کنند که پول زمانی در بازتولید نظم اقتصادی موفق است که به‌عنوان امری مفروض و چالش‌ناپذیر نگریسته شود و ماهیت ساختگی و اعتباری آن بازنمایی نشود. اما در شرایط بی‌ثباتی ساختاری، این اعتبار پیشینی تزلزل می‌یابد و کنشگران به‌جای پذیرش پول اعتباری (که ارزش آن صرفاً به تضمین‌های دولتی وابسته است)، به سمت دارایی‌هایی با ارزش هستی‌شناختی و مادی متمایل می‌شوند تا دارایی‌های خود را از پیامدهای توزیعی ناعادلانه تورم مصون نگاه دارند (Carruthers & Babb, 1996: 1558). در چنین وضعیتی، طلا برای زنان فراتر از یک کالای مالی، به‌مثابه ابزاری برای بازتعریف امنیت در مواجهه با فرسایش ارزش پول رسمی عمل می‌کند.

این تمایل به مادی‌بودن ارزش، به شکلی بنیادین در پدیده خرید طلا تجلی می‌یابد. در اینجا طلا دیگر صرفاً یک دارایی در کنار سایر دارایی‌ها نیست، بلکه به‌عنوان معیار عینی و مستقل ارزش بازتعریف می‌شود؛ چرا که برخلاف پول کاغذی که ماهیتی اعتباری و متغیر دارد، طلا در نگاه کنشگران واجد یک ارزش ذاتی و فراتاریخی است (Rafalovich, 2011: 3). از منظر تحلیل معنایی، جذابیت طلا در این است که برخلاف ارزهای دیجیتال یا کاغذی، نمایانگر ارزش نیست، بلکه خود تجسم ارزش تلقی می‌شود (Ferry, 2016: 5).

الیزابت فری (۲۰۱۶) خاطرنشان می‌کند که در ذهن کنشگران، میان وجه مادی طلا و ارزش آن هیچ فاصله‌ای وجود ندارد. به عبارت دیگر، طلا برای اثبات ارزش خود به هیچ اعتبارنامه دولتی یا قرارداد بیرونی ارجاع نمی‌دهد، بلکه خودش همان واقعیت ملموسی است که فرد به آن اتکا می‌کند. این ویژگی سبب شده طلا در بسترهای فرهنگی گوناگون، حیاتی دوگانه بیابد؛ چنان‌که کانانگو و چاکرابارتی (۲۰۲۱) در مطالعه بستر هند نشان می‌دهند طلا هم‌زمان هم در ساحت سنتی و آیینی (برای انجام دادن مناسک) و هم در ساحت سکولار و اقتصادی (به‌عنوان پناهگاهی در برابر نوسانات بازار و مداخلات دولت) نقشی حیاتی ایفا می‌کند (Kanungo & Chakrabarti, 2021: 173). این رفتار طلامحور نشان می‌دهد این فلز به‌دلیل پیوند عمیق با زیست‌جهان و تجربه زیسته افراد، حتی در سختگیرانه‌ترین شرایط قانونی نیز به‌عنوان راهبرد اصلی حفظ بقا و امنیت باقی می‌ماند. در همین راستا، پژوهش‌های جدید روی نسل هزاره نشان می‌دهد طلا به‌عنوان یک راهبردی کلیدی برای محافظت از ثروت انباشته‌شده، به‌ویژه در زمان بی‌ثباتی اقتصادی شناخته می‌شود (Baskaran et al., 2023). در همین راستا، یافته‌های مطالعاتی در بسترهای مشابه گویای آن است که زنان با خرید طلا در قالب زیورآلات، یک شبکه امنیت شخصی برای خانواده‌های خود ایجاد می‌کنند که به آن‌ها نوعی عزت‌نفس و جایگاه اجتماعی در ساختار جامعه می‌بخشد. در این چارچوب، طلا دارایی قابل‌اتکایی نسبت به پول رسمی نگریسته می‌شود که نه‌تنها در شرایط عدم قطعیت به‌عنوان پناهگاهی امن برای حفظ ارزش سرمایه عمل می‌کند (Baur & Lucey, 2010)، بلکه به‌ویژه در جوامعی با ناپایداری مالی، جایگزینی مناسب‌تر و مطمئن‌تر برای پس‌اندازهای پولی محسوب می‌شود (Dasgupta & Ponnathpur, 2020).

این الگوی کنش، در زیست‌جهان زنان ایرانی نیز به شکلی عمیق بازتولید می‌شود؛ جایی که طلا دیگر صرفاً یک کالای سرمایه‌ای نیست، بلکه به‌مثابه ابزاری برای بازتعریف استقلال و کسب عاملیت در مواجهه با بی‌اعتباری پول رسمی عمل می‌کند. در بستر بی‌ثباتی‌های مستمر اقتصادی و تورم مزمن ایران، این ماهیت دوگانه طلا به‌عنوان ضامن ثبات، ابعادی حادث‌تر یافته و این فلز از یک کالای تزئینی به راهکاری برای مقابله با پیش‌بینی‌ناپذیری آینده بدل شده است. در اینجا، ما با دو منطق متداخل روبه‌رو هستیم: از یک سو، منطق ابزاری بازار بر حفظ ارزش سرمایه تأکید دارد (Bajtelsmit & Bernasek, 1996). در این نگاه، تورم نه یک عدد یا کمیتی صرفاً اقتصادی، بلکه به‌مثابه بحرانی در مشروعیت نظام پولی نگریسته می‌شود که دارایی‌های رسمی را بی‌ارزش می‌کند و موجب فرسایش سریع ثروت می‌شود (Rafalovich, 2011: 6). از سوی دیگر، طلا در تجربه زنان ایرانی، در بستر میدان اجتماعی مبادلات معنا می‌یابد؛ میدانی که در آن، پویایی‌های رابطه‌ای و شبکه‌های اعتماد، با محاسبات مادی پیوند خورده‌اند و تملک طلا، بیش از آنکه یک تصمیم حساب‌شده مالی باشد، تلاشی برای تثبیت امنیت در دنیایی متزلزل است.

این تضاد میان منطق ابزاری و پویایی‌های رابطه‌ای، همان نقطه‌ای است که یک خلأ تحلیلی عمیق را آشکار می‌کند. اگرچه تحلیل‌های کلان، خرید طلا را صرفاً واکنشی بازتابی به تورم می‌دانند، اما این رویکرد تک‌بعدی از تبیین این نکته بازمی‌ماند که

چگونه یک زن ایرانی در مقام کنشگر، میان منطق سودآوری بازار و منطق‌های ارزشی-اجتماعی خانواده و هویت، تعادلی پویا برقرار می‌کند. درواقع، خرید طلا راهکاری برای مواجهه با شرایط زیست‌جهان است که در آن، کنشگر میان ارزش ذاتی (در طلا) و ارزش قراردادی (در پول اعتباری)، به دنبال یافتن مسیری برای امنیت خود است (Carruthers & Babb, 1996: 1560). ماهیت ملموس طلا به‌عنوان یک دارایی بی‌واسطه و ورای کنترل دولت، به زن احساس مالکیت واقعی و امنیت در برابر تعهدات اعتباری نهادهای رسمی را می‌بخشد (Ferry, 2016; Kanungo & Chakrabarti, 2021).

در تبیین این تقابل، پژوهش حاضر رویکردی را اتخاذ می‌کند که در آن، کنش‌های مبادلاتی در حوزه طلا صرفاً از منظر تحلیل اقتصادی محض که بر مقوله‌هایی مانند بیشینه‌سازی سود مادی، عقلانیت صوری و نوسانات قیمت متمرکز است و از منظر تحلیل جامعه‌شناختی محض کنش زنان، که بدون در نظر گرفتن بسترهای مادی مبادله به مقوله‌هایی مانند عاملیت می‌پردازد واکاوی نمی‌شود، بلکه این مطالعه در قلمرو جامعه‌شناسی اقتصادی قرار می‌گیرد تا طلا را به‌عنوان یک میانجی مادی در نظر گیرد که کنش اقتصادی خرید آن، در لایه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی، روابط قدرت خانواده و نظام‌های معنایی اقلیمی حک شده است.

ضرورت واکاوی این درهم‌تنیدگی، هدف بنیادین پژوهش حاضر را شکل می‌دهد؛ پژوهشی که با فرارفتن از تحلیل‌های تک‌بعدی، لایه‌های پنهان تلاقی میان منافع مادی و منطق‌های اجتماعی-فرهنگی را واکاوی می‌کند. در این راستا، تلاش بر این است تا تبیین شود که تجربه زنان ایرانی از خرید و مالکیت طلا، چگونه نه به‌عنوان یک واکنش ساده به تورم، بلکه به‌عنوان یک کنش حک شده در بستر روابط اجتماعی بازنمایی می‌شود. براین اساس، این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است که ساختار حک‌شدگی کنش اقتصادی زنان در حوزه مبادلات طلا چگونه است و این فرایند، در چه سطوحی از تعامل میان ضرورت‌های مادی و منطق‌های اجتماعی-فرهنگی شکل می‌گیرد.

۲. پیشینه پژوهش

در تحلیل پیشینه پژوهش، نخستین گام، تبیین کنش اقتصادی زنان در بازار طلا در تقابل با پارادایم‌های تقلیل‌گرایانه و ورود به ساحت جامعه‌شناسی اقتصادی جدید است. در فضای پژوهش‌های دانشگاهی ایران، موضوع طلا همواره با غلبه نگاه اقتصاد نئوکلاسیک گره خورده است؛ نگاهی که محصول دگرگونی مفهوم منفعت در قرن نوزدهم و تقلیل آن به منفعت شخصی صرف است (Swedberg, 2005). در این پارادایم، کنشگر در نقش انسان اقتصادی ظاهر می‌شود؛ موجودی انتزاعی و غیرتجربی که با عقلانیت ابزاری محض و دانش کامل، صرفاً به دنبال بیشینه‌سازی مطلوبیت مادی خویش است (Menger, 2007). انعکاس این رویکرد در پژوهش‌های داخلی به‌وضوح دیده می‌شود؛ به‌طوری‌که امیری و همکاران (۱۴۰۳) طلا را صرفاً یک «پناهگاه امن» در برابر نوسانات بورس تهران می‌بینند و خانی و همکاران (۱۴۰۰) تغییرات قیمت آن را در گرو پویایی‌های سیستمی نرخ ارز و بحران‌های سیاسی تحلیل می‌کنند. حتی در پژوهش‌های متمایل به بازاریابی، نظیر مطالعه زرین‌کمر و همکاران (۱۴۰۲)، اگرچه به عوامل فرهنگی و فردی اشاره می‌شود، اما غایت تحلیل همچنان تبیین «رفتار خرید کالای لوکس» برای توسعه راهبردهای فروش است و لایه‌های پنهان معنایی در زیست‌جهان کنشگر مغفول می‌ماند.

برای عبور از این ادراک محدود و ورود به لایه‌های عمیق‌تر، ضروری است که کنش‌های اقتصادی از منظر روابط اجتماعی و حک‌شدگی تحلیل شوند؛ چرا که در این رویکرد، منافع فقط در چارچوب روابط اجتماعی و تعاملات انجمنی درک می‌شوند (Swedberg, 2019). در این راستا، وبر به‌درستی اشاره می‌کند که منافع مادی و معنوی و نه پندارها، مستقیم بر رفتار انسانی حاکم هستند، اما ایده‌ها مانند سوزن‌بان، مسیر کنش‌هایی را که به‌وسیله منافع به حرکت درمی‌آیند، تعیین می‌کنند (Swedberg, 2005). اینجا است که مفهوم حک‌شدگی مارک گرانووتر (۱۹۸۵) اهمیت می‌یابد. او استدلال می‌کند که کنش اقتصادی برخلاف تصور اقتصاددانان، در سیستم‌های پیوسته و ملموس روابط شخصی کنشگران و ساختار شبکه روابط حک شده است (Granovetter, 2019). شواهد تجربی این حک‌شدگی در مطالعات خارجی به‌وفور دیده می‌شود (Ashalatha et al., 2023). سلواراج و سوها (۲۰۲۱) در هند دریافتند که علی‌رغم معرفی ابزارهای مدرن، نظیر طلای دیجیتال، زنان همچنان جواهرات فیزیکی را به‌دلیل پیوند با امنیت مالی و سنت‌های خانوادگی ترجیح می‌دهند. درواقع، چنان‌که رخا و ویشنپریا (۲۰۱۹) نشان دادند،

تصمیمات مالی زنان نه بر پایه عقلانیت محض بورس، بلکه تحت تأثیر شبکه‌های اطلاعاتی دوستان و خانواده و انگیزه‌هایی مانند تحصیل و ازدواج فرزندان شکل می‌گیرد. بعد دیگری از این حک‌شدگی ساختاری، اعتماد است. گرانووتر (۲۰۰۲) تبیین می‌کند که روابط اجتماعی سبب می‌شود کنش از شکل ابزاری محدود جدا و اعتماد جایگزین ترتیبات نهادی خشک شود. این اعتماد در بازار طلا، به‌ویژه در قالب روابط با فروشندگان و صنف، نقشی حیاتی دارد؛ چنان‌که ماها لاکشمی و لیسی (۲۰۲۲) در سخن‌شناسی خود از رفتار زنان، به رفتار اصول‌مدارانه اشاره می‌کنند که بر پایه اعتماد به فروشنده استوار است. افزون بر این، نظریه «قدرت پیوندهای ضعیف» گرانووتر (۱۹۸۳) توضیح می‌دهد که چگونه پیوندهای قوی خانوادگی، انگیزه حمایت عاطفی و مالی را ایجاد و پیوندهای ضعیف، دسترسی به اطلاعات جدید و فرصت‌های تحرک در بازار را تسهیل می‌کنند؛ موضوعی که در مطالعه شاو (۲۰۲۴) نیز تأیید شده است؛ چرا که در آن، دوستان و خانواده به‌عنوان منابع اصلی اطلاعاتی نسل هزاره در میانمار برای سرمایه‌گذاری در طلا شناسایی شده‌اند.

باین‌حال، برای دستیابی به درکی جامع، باید توجه داشت که شبکه‌های روابط و پیوندهای اجتماعی در خلأ شکل نمی‌گیرند، بلکه همواره متکی بر نظام‌های معنایی و ارزش‌های نمادینی هستند که فراتر از تبادل صرف اطلاعات عمل می‌کنند. به عبارتی، برای تحلیل جامع این پدیده، شناسایی ساختار روابط کافی نیست و باید از تقلیل‌گرایی ساختاری پرهیز کرد تا منطق فرهنگی حاکم بر این روابط روشن شود. اینجا است که دیدگاه ویوینا زلیزر (۱۹۸۸؛ ۲۰۰۲) اهمیت می‌یابد؛ او تأکید می‌کند که فرهنگ نه یک عنصر بیرونی، بلکه مقوله‌ای پویا است که معانی مشترک را در اشیا بازنمایی می‌کند. از این منظر، طلا در شبکه‌های روابط اجتماعی نه فقط یک کالای سرمایه‌ای، بلکه یک ابزار فرهنگی است که هویت، سبک زندگی و تعلقات گروهی را میان کنشگران شبکه بازتولید می‌کند. براین اساس، طلا به یک مسئله اجتماعی کل‌نگر تبدیل می‌شود که نمی‌توان آن را به دسته‌ای از ویژگی‌های فنی یا اقتصادی تقلیل داد. عینیت این ادراک معناشناسانه را می‌توان در مطالعاتی جستجو کرد که نشان می‌دهند چگونه منطق فرهنگی و دلبستگی‌های عاطفی بر محاسبات ریاضی بازار پیشی می‌گیرند؛ برای مثال، وارک و وارک (۲۰۲۰) نشان دادند دلبستگی فرهنگی و اشتیاق شخصی زنان هند به طلا چنان ریشه‌دار است که حتی در مواجهه با بازدهی بیشتر سایر ابزارهای مالی، همچنان طلا را به‌عنوان انتخاب نخست حفظ می‌کند. این درهم‌تنیدگی معنا و کنش، در ساحت سبک زندگی نیز خود را بازتولید می‌کند؛ چنان‌که لاونیا روپاس (۲۰۱۵) در اندونزی تبیین کرد که طلا به دلیل کارکرد دوگانه در سبک زندگی (هم زیور و هم سرمایه)، فراتر از یک دارایی، احساس راحتی و شیک‌بودن را به زنان منتقل می‌کند و به زندگی اقتصادی آن‌ها جهت می‌دهد.

به‌منظور تبیین دقیق‌تر سازوکارهای میانجی فرهنگ در شکل‌دهی به مبادلات، پل دی‌ماجیو (۱۹۹۴) این کارکرد را در دو نقش ساختاری و تنظیمی فرهنگ خلاصه می‌کند. به این معنا که فرهنگ، از یک سو کنشگران بازار را آماده می‌کند تا براساس منطق خاصی (برای مثال طلا به‌عنوان هویت) عمل کنند و از سوی دیگر، هنجارهایی را برای تنظیم و مشروعیت‌بخشی به این مبادلات فراهم می‌آورد. اما برای درک اینکه این نقش‌های ساختاری و تنظیمی چگونه در سطح فردی به تصمیم تبدیل می‌شوند، باید از لایه کلان فرهنگ به لایه شناختی کنشگر نفوذ کرد.

در همین راستا، دی‌ماجیو (۱۹۹۷) با رویکردی مبتنی بر روان‌شناسی شناختی، فرهنگ را نه یک ساختار صلب، بلکه جعبه‌ابزاری از طرحواره‌های ذهنی می‌بیند که کنشگر بسته به موقعیت، از آن‌ها بهره می‌برد. در این سطح از تحلیل، کنش زنان در بازار طلا میان دو وضعیت شناختی در نوسان است: از یک سو «شناخت خودکار» که سریع، ضمنی و متکی بر عادت‌ها و پیش‌فرض‌های فرهنگی زیست‌جهان زنانه است و از سوی دیگر «شناخت مشورتی» که آهسته، صریح و متأثر از بحران‌های محیطی است؛ برای نمونه، خرید جواهرات در مناسبت‌های سنتی ممکن است محصول یک شناخت خودکار و پذیرش بدون چون‌وچرا در طرحواره‌های فرهنگی باشد، اما زمانی که این طرحواره‌ها در مواجهه با محرک‌های شدید، مانند تورم افسارگسیخته یا تغییرات ناگهانی اجتماعی دچار شکست می‌شوند، کنشگر ناچار به فعال‌سازی شناخت مشورتی و محاسبات دقیق‌تر می‌شود. این گذار از عادت به محاسبه، در مطالعات تجربی نیز مشهود است؛ چنان‌که تینتیا و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه آگاهی زنان از اوراق قرضه دریافتند که در شرایط خاص، زنان از الگوهای سنتی زیورآلاتی فاصله می‌گیرند و به سمت ابزارهای مالی مشورتی‌تر سوق

می‌بایند. درنهایت، این پیچیدگی شناختی در شرایط بحرانی به راهبردی برای بقا تبدیل می‌شود؛ به‌طوری‌که در پژوهش‌های الساساری و ساکاری (۲۰۲۲)، متغیر کنترل رفتاری و فشار شرایط مالی سخت، تمایل به پس‌انداز طلا را نه از روی عادت، بلکه به‌عنوان یک انتخاب راهبردی و ابزاری برای بقا تقویت می‌کند. این تلاقی میان عادت‌های سنتی و محاسبات راهبردی نشان می‌دهد کنش اقتصادی در بازار طلا را نمی‌توان به‌صورت تقلیل‌گرایانه، فقط به یک بعد مثلاً مالی پیوند زد، بلکه این کنش درواقع برآیند تعامل متقابل میان انگیزه‌های مادی، ساختارهای اجتماعی و طرحواره‌های ذهنی است.

براین‌اساس، پژوهش حاضر با عبور از منطق عقلانیت اقتصادی صرف، کنش زنان در بازار طلا را پدیده‌ای صورت‌بندی می‌کند که هم‌راستا با منفعت مادی و حک‌شدگی در شبکه روابط اجتماعی، با طرحواره‌های فرهنگی و شناختی درهم‌تنیده است. تضاد میان مطالعات داخلی که عمدتاً طلا را به یک متغیر پولی تقلیل داده‌اند و تحلیل‌های جامع در مطالعات خارجی، بیانگر شکافی در پیشینه پژوهشی این حوزه است؛ امری که ضرورت به‌کارگیری رویکردی اکتشافی-کیفی را برای واکاوی عمیق‌تر این پدیده ضروری می‌سازد تا صورت‌بندی شود زنان ایرانی در تلاقی این منطق‌های متضاد، چگونه به تجربه خود از خرید و مالکیت طلا معنا می‌بخشند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، با هدف تبیین کنش‌های اقتصادی زنان در بازار طلا، از رویکرد کیفی و روش تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار بهره گرفته شد. مشارکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند تا طیف متنوعی از زنان با سطوح تحصیلی، وضعیت تأهل و مشاغل مختلف پوشش داده شود. برای دسترسی به افرادی که خریدوفروش طلا را به‌عنوان یک عادت مستمر دنبال می‌کنند، از ترکیب دو راهبرد نمونه‌گیری گلوله‌برفی و نمونه‌گیری معیار (داشتن سابقه حداقل دو سال خرید مستمر طلا) استفاده شد. این بازه زمانی به‌عنوان حداقل لازم برای تکوین طرحواره‌های ذهنی و تثبیت عادت‌واره خرید در نظر گرفته شد تا اطمینان حاصل شود که کنش خرید طلا در زیست‌جهان مشارکت‌کنندگان، از واقعه‌ای مقطعی به رویه‌ای مستمر تبدیل شده است. تمامی مشارکت‌کنندگان از میان زنان ساکن شهر تهران انتخاب شدند. این انتخاب با هدف دستیابی به توصیف متراکم از کنش‌های اقتصادی در یک کلان‌شهر تجاری صورت پذیرفت تا امکان واکاوی عمیق‌تر حک‌شدگی در مواجهه با پیچیدگی‌های بازار طلا فراهم شود. شایان ذکر است که درحالی‌که بستر سکونت و کنش اقتصادی تمامی مشارکت‌کنندگان کلان‌شهر تهران بود، برخی از آنان در روایت‌های خود به اصالت و پیشینه خانوادگی در سایر شهرهای ایران اشاره کردند. این ویژگی‌ها به‌عنوان بخشی از حافظه تاریخی و منبعی برای بازتولید معنا و منزلت اجتماعی، در لایه‌های تحلیلی پژوهش واکاوی شدند.

به‌دلیل ماهیت زنجیره‌ای معرفی‌ها در نمونه‌گیری گلوله‌برفی، مشارکت‌کنندگان عمدتاً در بسترهای تحصیلی و اجتماعی مشابه (به‌ویژه تحصیلات تکمیلی) قرار گرفتند. این امر بیش از آنکه ناشی از معیارهای انتخابی پژوهشگران باشد، بازتاب‌دهنده ساختار شبکه‌ای روابط و همسانی‌های اجتماعی در میدان پژوهش است؛ به‌گونه‌ای که الگوی توزیع مشارکت‌کنندگان، متناسب با ساختار شبکه‌های خریدوفروش مستمر طلا، بر محور زنان تحصیل‌کرده و ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی همگرا متمرکز و این ویژگی در طول معرفی‌های زنجیره‌ای تکرار و تثبیت شد.

حجم نمونه تا رسیدن به نقطه اشباع به ۲۵ نفر رسید. اشباع در این پژوهش در دو سطح داده و نظری ارزیابی شد. به این معنا که از یک سو، در تحلیل مصاحبه‌های متوالی، کدهای جدیدی استخراج نشد و روایت‌های مشارکت‌کنندگان دچار هم‌پوشانی شد و از سوی دیگر، تمامی ابعاد و مؤلفه‌های چارچوب نظری حک‌شدگی در پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان پوشش داده شد و داده‌های جدید سبب تغییر یا گسترش دسته‌بندی‌های تحلیلی نشدند.

گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته (به‌صورت حضوری، تلفنی و از طریق پیام‌رسان‌های اجتماعی) صورت پذیرفت. میانگین مدت هر مصاحبه ۲۵ تا ۷۵ دقیقه بود. پرسش‌های پژوهش با تکیه بر چارچوب نظری حک‌شدگی طراحی شدند و شامل محورهای نظیر تاریخچه خرید طلا، منابع اطلاعاتی، نقش خانواده و دوستان در تصمیم‌گیری، و معنای تملک طلا در زندگی روزمره بودند تا انعطاف لازم برای طرح سؤالات تکمیلی در جریان گفتگو فراهم باشد.

در مرحله تحلیل داده‌ها، روش تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار (Hsieh & Shannon, 2005) انتخاب شد که هدف آن تأیید یا

گسترش مفهومی چارچوب‌های نظری پیشین است. این تحلیل بر پایه کاربرد قیاسی استوار بود (Mayring, 2010) و فرایند کدگذاری به صورت ترکیبی (قیاسی-استقرایی) اجرا شد. به این صورت که برخی مقوله‌ها (مانند حک‌شدگی ساختاری و رابطه‌ای) مستقیم از نظریه حک‌شدگی گرانووتر استخراج شدند و برخی دیگر (مانند عاملیت پنهان و منطق‌های حفاظتی) به صورت استقرایی از دل تجربه‌های زیسته و اظهارات مصاحبه‌شوندگان پدیدار شدند (Kuckartz & Stefan, 2023). در راستای تبیین روبه عملیاتی این فرایند، تحلیل داده‌ها در سه مرحله متوالی صورت پذیرفت. نخست، کدگذاری اولیه و جهت‌دار؛ در این مرحله، متون مصاحبه با تکیه بر مفاهیم پیش‌فرض نظریه حک‌شدگی بازخوانی شد و داده‌ها براساس مقوله‌هایی مانند حک‌شدگی ساختاری و رابطه‌ای دسته‌بندی شدند. دوم، کدگذاری باز و تکمیلی؛ به منظور پیشگیری از تحمیل نظریه بر داده‌ها، کدهای نوظهوری که در چارچوب اولیه نبودند، شناسایی و استخراج شدند. سوم، مفهوم‌سازی و تدوین مدل متداخل؛ در گام نهایی، با تحلیل روابط میان کدهای قیاسی و استقرایی، ساختار متداخل مفاهیم تبیین شد و براین اساس، مدل چهارلایه منفعت، شبکه، سازمان، فرهنگ تدوین شد.

به منظور تضمین روایی و پایایی پژوهش، از معیارهای زیر بهره گرفته شد: ۱. اتکا به چارچوب نظری در طراحی ابزار؛ ۲. ثبت دقیق و بازخوانی مکرر متون؛ ۳. کدگذاری نظام‌مند به وسیله دو کدگذار مستقل و رسیدن به توافق درخصوص مفاهیم استخراج‌شده از طریق گفتگوهای تحلیلی و بازنگری مشترک در کدهای متناقض؛ ۴. استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم برای اعتباربخشی به تفسیرها (Lincoln & Guba, 1985). در نهایت، تمامی مراحل گردآوری داده‌ها با رعایت کامل اصول اخلاقی، از جمله کسب رضایت آگاهانه، محرمانگی اطلاعات هویتی و حفظ امانتداری درخصوص اظهارات مصاحبه‌شوندگان به انجام رسید. اطلاعات زمینه‌ای مشارکت‌کنندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. اطلاعات زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تحصیلات	شغل	تأهل	سن	شیوه مصاحبه
۱	دکتری مشاوره	مشاور خانواده	متاهل	۳۸	حضور
۲	کارشناسی ارشد مدیریت شهری	کارمند بانک	مطلقه	۴۴	حضور
۳	کارشناسی ارشد مشاوره	مشاور کودک	متاهل	۴۳	حضور
۴	کارشناسی ارشد مهندسی شیمی	کارمند شرکت نفت	متاهل	۳۹	تلفنی
۵	کارشناسی ارشد ام بی ای	خانه‌دار	فوت همسر	۴۵	تلفنی
۶	کارشناسی ارشد مدیریت	خانه‌دار	متاهل	۴۹	تلفنی
۷	کارشناسی ارشد حسابداری	حسابرس وزارت دارایی	متاهل	۴۰	تلفنی
۸	کارشناس ارشد ام بی ای	مدیر داخلی شرکت بازرگانی	متاهل	۴۸	تلفنی
۹	کارشناسی ارشد روان‌شناسی کودکان استثنایی	خانه‌دار (بازنشسته سازمان بهزیستی)	متاهل	۵۴	تلفنی
۱۰	کارشناسی ارشد ادبیات	خانه‌دار (دبیر بازنشسته)	متاهل	۵۱	تلفنی
۱۱	کارشناسی پژوهشگری اجتماعی	خانه‌دار	متاهل	۴۳	تلفنی
۱۲	کارشناسی خبرنگاری	خبرنگار رادیو	متاهل	۴۸	تلفنی
۱۳	کارشناسی میکروبیولوژی	شاغل در بخش فروش شرکت بازرگانی	مطلقه	۴۹	تلفنی
۱۴	کارشناسی ادبیات انگلیسی	شاغل در سالن زیبایی	متاهل	۴۳	تلفنی
۱۵	کارشناسی ریاضی محض	کارمند	مجرد	۴۰	تلفنی
۱۶	کارشناسی آمار	شاغل در سالن زیبایی	متاهل	۴۰	تلفنی
۱۷	کارشناسی مترجمی انگلیسی	صاحب مزون لباس	متاهل	۵۲	تلفنی
۱۸	کارشناسی نقاشی	تولید هنری محصولات چوب	مجرد	۴۲	مجازی

۱۹	کارشناسی الکترونیک	خانه‌دار	متاهل	۳۷	تلفنی
۲۰	کارشناسی معماری	طراح داخلی و دکوراسیون	متاهل	۳۵	حضوری
۲۱	کارشناسی حقوق	شاغل در دفتر اسناد رسمی	متاهل	۴۷	تلفنی
۲۲	کارشناسی اقتصاد	کارمند بانک	مجرد	۳۹	تلفنی
۲۳	فوق دیپلم علوم آزمایشگاهی	خانه‌دار (بازنشسته آزمایشگاه)	متاهل	۵۰	تلفنی
۲۴	فوق دیپلم کامپیوتر	خانه‌دار	متاهل	۴۵	تلفنی
۲۵	فوق دیپلم آی تی	صاحب آنلاین شاپ طلا	متاهل	۵۰	تلفنی

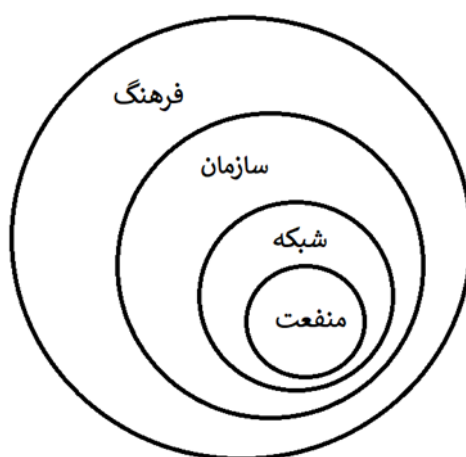
نکته: تمامی مصاحبه‌شوندگان ساکن شهر تهران و دارای سابقه خرید مستمر طلا بین ۲ تا ۱۵ سال بودند.

۴. یافته‌های پژوهش

در تحلیل کنش‌های اقتصادی زنان در بازار طلا، غالباً با دو رویکرد تقلیل‌گرایانه مواجهیم که هردو در تبیین ابعاد پیچیده این تجربه ناتوان‌اند. از یک سو، رویکرد کمتر از حد اجتماعی است که در آن، کنش اقتصادی صرفاً بر مدار منفعت فردی و بیشینه‌سازی مطلوبیت می‌چرخد. در این نگاه، حتی مفاهیمی مانند دگردوستی و منفعت خانواده در اقتصاد رفتاری نیز فقط تلاش‌هایی برای گسترش مفهوم سود هستند تا فردگرایی افراطی را تعدیل کنند. درواقع، تبیین خرید طلا به‌وسیله زنان برای تأمین آینده فرزندان، در این رویکرد همچنان در چارچوب کارآمدی اقتصادی تعریف می‌شود و زن را کنشگری می‌بیند که صرفاً در حال مدیریت بهینه منابع برای رسیدن به یک هدف مادی است.

از سوی دیگر، رویکرد بیشتر از حد اجتماعی قرار دارد. در این دیدگاه، کنشگر به‌مثابه پذیرنده منفعل هنجارهای اجتماعی و فرهنگی نگریسته می‌شود. در اینجا، خرید و تملک طلا به‌وسیله زنان، نه به‌عنوان یک تصمیم راهبردی، بلکه به‌عنوان یک تکلیف سنتی تحلیل می‌شود. گویی زن صرفاً در حال اجرای نقش‌هایی است که فرهنگ جامعه برای او پیش‌بینی کرده و اراده یا راهبرد شخصی او در این کنش هیچ نقشی ندارد. هردو رویکرد، درنهایت به نقطه مشترکی می‌رسند: یا کنشگر را بیش‌ازحد عقلانی و مستقل می‌بینند (که روابط اجتماعی را نادیده می‌گیرد) یا بیش‌ازحد وابسته و منفعل (که اراده و کنشگری او را نادیده می‌گیرد). این تقابل درواقع نشان‌دهنده یک خلأ نظری در تحلیل کنش‌های اقتصادی است؛ چرا که هیچ‌یک از این دو رویکرد نمی‌تواند تعامل متقابل میان عاملیت و ساختار را توضیح دهد. بر همین اساس، نظریه حک‌شدگی به‌عنوان راهکاری برای برقراری تعادل میان این دو رویکرد متناقض به‌کار می‌رود تا امکان تحلیل جامع ابعاد کنش مبادله طلا فراهم شود.

از این‌رو، کنش مبادله طلا در تحلیل حاضر، نه به‌مثابه یک منطق حسابگرانه (در رویکرد کمتر از حد اجتماعی) و نه به‌عنوان پذیرش منفعلانه سنت‌ها (در رویکرد بیشتر از حد اجتماعی)، بلکه به‌عنوان کنشی حک‌شده در شبکه روابط اجتماعی و ساختار فرهنگی تبیین می‌شود. این چارچوب تحلیلی، امکان آن را فراهم می‌آورد تا از طریق واکاوی سطوح چهارگانه پیشنهادی پژوهش (شامل منفعت، شبکه‌های روابط، سازمان و فرهنگ)، تجربه تملک طلا در زیست‌جهان زنان را در تلاقی این لایه‌ها صورت‌بندی کنیم. در ادامه، ابعاد تجربی این تحلیل در بخش یافته‌ها بسط داده می‌شود.



شکل ۱. الگوی مفهومی چهارسطحی کنش اقتصادی زنان در بازار طلا
منبع: یافته‌های پژوهش

۴-۱. سطح نخست: منفعت زنانه

از عقلانیت ابزاری تا عاملیت هدفمند؛ بازتعریف منفعت در پناه خودمختاری و حریم خصوصی مالی

یافته‌های حاصل از تحلیل روایت‌های مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد کنش مبادله طلا در میان زنان، از منطق ساده بیشینه‌سازی سود مادی فراتر رفته و در بستر تعاملات اجتماعی و ساختارهای قدرت خانوادگی بازتعریف شده است. در اینجا مفهوم منفعت، ماهیتی چندبعدی پیدا می‌کند و در تلاقی میان نیازهای اقتصادی و پیوندهای اجتماعی معنا می‌یابد. نخستین لایه از منفعت، عاملیت هدفمند و استقلال مالی است. تملک طلا برای بسیاری از کنشگران نه به مثابه یک سرمایه‌گذاری بلندمدت، بلکه به عنوان ابزاری برای کسب حق انتخاب و رهایی از وابستگی‌های ساختاری است؛ برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان با اشاره به ضرورت داشتن پشتوانه مالی برای تحقق اهداف فردی (مانند تأسیس خیریه) می‌گوید:

«از وابستگی و اینکه دستم بسته باشه فراری‌ام... دلم می‌خواد یه کمپ خیریه بزنم. باید یه پشتوانه مالی داشته باشم که این کارو عملی کنم...» (م ۳).

این میل به استقلال مالی، حتی در تجربه زنان دارای درآمد نیز مشاهده می‌شود و در اینجا به معنای افزایش قدرت تصمیم‌گیری در آینده است:

«گرچه خودم کار تخصصی می‌کنم و درآمد دارم... ولی بازم ریز ریز طلا می‌خرم می‌ذارم کنار. می‌خوام دستم بازتر باشه که اگه یه وقت خواستم کار بزرگ‌تری انجام بدم بتونم.» (م ۱).

در اینجا می‌توان دریافت که منفعت مادی در حقیقت به منفعت مبتنی بر خودمختاری تبدیل شده است. به این معنا که تملک طلا ابزاری برای دستیابی به قدرت تصمیم‌گیری و بازپس‌گیری عاملیت در برابر محدودیت‌های ساختاری است. این امر نشان می‌دهد عقلانیت اقتصادی این زنان به گونه‌ای در ساختار روابط خانوادگی آن‌ها حک شده است که طلا را به واسطه‌ای برای تبدیل سرمایه مالی به استقلال فردی بدل می‌کند.

این میل به خودمختاری، در بسیاری از موارد با یک ضرورت حفاظتی پیوند خورده است؛ به گونه‌ای که برای تضمین این استقلال، کنشگران به راهکارهای پیشگیرانه روی می‌آورند. در همین راستا، منفعت مبتنی بر امنیت و پیشگیری از مخاطرات در روایت‌ها مشهود است. یکی از مصاحبه‌شوندگان در توصیف راهبرد پنهان‌کاری مالی خود می‌گوید:

«طلا رو برای همین می خرم می دارم کنار که همه پولم خرج نشه. البته شوهرم کم و بیش خبر داره... ولی من کامل چیزی بهش نمی گم. فقط هر وقت به من می گه پول داری گفته ندارم. خودش یه سری هزینه های واجب رو نمی کنه، می ره پولشو به یه جای دیگه می زنه. نمی خوام همه حقوقمو خرج کنم، می خوام کارای مورد علاقه مو بکنم» (م ۸).

این روایت نشان می دهد طلا در برابر بی ثباتی های احتمالی و عدم تفاهم اقتصادی در خانه، به عنوان یک حاشیه امن عمل می کند. همچنین تملک طلا در برخی موارد به مثابه راهکاری حفاظتی در برابر تسلط اقتصادی مرد در خانه است. مصاحبه شونده دیگری با اشاره به تجربه گذار از وابستگی به استقلال توضیح می دهد که چگونه با خرید پنهانی طلای کم اجرت توانست سرمایه ای برای خرید مسکن ایجاد کند:

«هر ماه که می شد دور از چشم همسرم طلای کم اجرت می خریدم. همین طوری کم کم تونستم خیلی پس انداز کنم. بعد از اینکه از همسرم جدا شدم، بیشتر می تونستم طلا بخرم پس انداز کنم. بعد از چهار سال تونستم یه خونه تو کرمان شهر خودم بخرم. بعد از چند سال خونه کرمان رو فروختم، طلاها رو هم فروختم به اضافه مساعده های بانک و پاداش هام تونستم یه خونه تو ورامین بخرم» (م ۲).

در این موارد، تملک طلا به عنوان راهکاری حفاظتی در مواجهه با ناکارآمدی و سوءمدیریت مالی همسر یا تسلط اقتصادی مرد در خانه به کار می رود. این رویکرد بر وجود معنای اجتماعی متفاوتی از پول در این کنش ها تأکید دارد؛ به گونه ای که خرید پنهانی طلا در اینجا به مثابه یک نشان گذاری مفهومی برای تثبیت امنیت مادی تحلیل می شود. درواقع، زن با جداسازی این سرمایه از چرخه مالی خانه، به آن معنای امنیت و حریم خصوصی مالی می بخشد تا از این حیث، تداخلی میان مخارج عمومی خانه و ذخیره های فردی اش ایجاد نشود و امنیت او در برابر بی ثباتی های احتمالی تضمین شود. درواقع حریم خصوصی مالی در این پژوهش، به معنای ایجاد یک قلمرو تصمیم گیری مستقل و نفوذناپذیر در ساختار قدرت خانواده است که با تبدیل منابع مالی مشترک به دارایی های مادی فردی (طلا) محقق می شود تا عاملیت زن در برابر ریسک های احتمالی حفظ شود.

درحالی که تملک طلا در سطح نخست، برای ایجاد حاشیه ای امن در برابر تزلزل های مالی خانواده به کار می رود، در سطح دوم، هدفش تثبیت جایگاه فرد و صیانت از وجهه او در شبکه تعاملات اجتماعی است. در این راستا، تملک طلا با سرمایه نمادین و وجهه اجتماعی پیوندی تنگاتنگ دارد. در برخی از روایت ها، منفعت خرید طلا را می توان در حفظ منزلت و پیشگیری از تزلزل جایگاه فرد در شبکه روابط خویشاوندی جستجو کرد؛ به گونه ای که تملک طلا به مثابه واسطه ای برای صیانت از وجهه اجتماعی به کار می رود تا تضاد میان وضعیت اقتصادی واقعی و تصویر ذهنی مورد انتظار در بستر روابط اجتماعی تعدیل شود. در این معنا، منفعت مادی در کنش مبادله طلا در خدمت بازتولید منزلت و پیشگیری از تجربه کاهش جایگاه نمادین (مانند شرمساری ناشی از استقراض) است؛ برای مثال یکی از مصاحبه شوندگان در این زمینه می گوید:

«از اینکه مجبور باشم به دوست و همکار و فامیل برای کمک خرید چیزهایی مثل ماشین یا پول پیش خونه رو بندازم پول قرض بگیرم در عذابم. دوست دارم خودم داشته باشم و نیازهای زندگی مو تأمین کنم» (م ۱۸).

این گذار از سرمایه مادی به منزلت اجتماعی، در برخی موارد به شکلی پیشرفته تر، به «عقلانیت کارآفرینانه» تبدیل می شود؛ برای مثال یکی از مصاحبه شوندگان در این زمینه می گوید:

«من تو فکر این بودم که هزینه های بیخودی رو کم کنم. هرروز این لباس، اون کیف و فلان برند کفش نخرم، بچه هام هم نخرن. پول رو نباید هدر داد. من تو فکر زایش پولم بودم. احساس کردم این همون چیزیه که من همیشه دنبالش بودم و دوست داشتم انجام بدم. یک ساله که کار آنلاین شاپ طلا راه انداختیم. کارمو خیلی دوست دارم. جلوی بیهوده خرج کردن پول رو می گیری این طوری. اون پول ارزش بیشتری پیدا می کنه» (م ۲۵).

در اینجا، تملک طلا صرفاً با منطبق سود مادی یا حفظ وجهه تبیین نمی شود، بلکه به مثابه فرایندی برای تبدیل سرمایه اقتصادی به عاملیت شغلی عمل می کند. درواقع، کنشگر با بازتعریف رابطه خود با طلا از مصرف کالاهای برند به تملک طلا و سپس راه اندازی کسب و کار، در حال گذار از جایگاه مصرف کننده به جایگاه تولیدکننده است. این تغییر الگو نشان دهنده نوعی عقلانیت

اقتصادی است که در آن، منفعت مادی با لذت ناشی از کارآمدی فردی و کسب استقلال شغلی گره خورده است. به این ترتیب، طلا در اینجا نه تنها یک دارایی، بلکه پلی ارتباطی برای دستیابی به منزلت اجتماعی از طریق موفقیت اقتصادی و حرفه‌ای است.

۴-۲. سطح دوم: شبکه

اعتبار به مثابه ارزش؛ بازنمایی حک‌شدگی رابطه‌ای و اعتماد انتقالی در ساختار پیوندهای اجتماعی

یافته‌های پژوهش در این بخش نشان می‌دهد کنش مبادله طلا در میان زنان مورد مطالعه، به شدت در شبکه‌های اجتماعی آن‌ها حک شده است؛ به گونه‌ای که دسترسی به اطلاعات، کاهش ریسک و حتی نحوه پرداخت، تابعی از ساختار شبکه‌های پیرامونی آن‌هاست؛ بنابراین کنش اقتصادی در این روایت‌ها در سه شبکه اصلی حک شده است: شبکه‌های خویشاوندی-اعتمادی، شبکه‌های شغلی-تخصصی و پیوندهای واسطه‌ای.

در لایه نخست این حک‌شدگی، شبکه‌های خویشاوندی و پیوندهای قوی به عنوان منبع اصلی و بنیادین اعتبار اجتماعی عمل می‌کنند. در این سطح، اعتماد نه بر تخصص یا سود، بلکه بر ماهیت پیوندهای قوی (صمیمیت و نزدیکی) استوار است. در این ساختار، شبکه خانوادگی به عنوان یک ضمانت اجتماعی عمل می‌کند که نیاز به جستجوی مستقل در بازار را حذف می‌کند و ریسک تصمیم‌گیری را به حداقل می‌رساند؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان توضیح می‌دهد:

«از طریق برادرهام که تو کار تجارت هستن اطلاعات بازارو می‌گیرم. سایت‌های اطلاع‌رسانی طلا رو هم خودم همیشه چک می‌کنم» (م ۵).

یکی از نمودهای این لایه، تبدیل شدن اعضای خانواده به مجاری اطلاعاتی است؛ به گونه‌ای که فرد به جای مواجهه با ابزارهای رسمی بازار، به دانش اعضای شبکه اعتماد می‌کند؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«از دخترعموم که خیلی قوی تو کار طلاست اطلاعات می‌گیرم. اون خودش هر روز سایت‌ها رو چک می‌کنه. به اطلاعاتش اطمینان دارم. دیگه خودم نمی‌رم دنبال کانال و سایت» (م ۱۴).

این تکیه بر پیوندهای قوی، گاهی از سطح دریافت خبر فراتر می‌رود و به تفویض اختیار در مدیریت مالی تبدیل می‌شود. در این حالت، اعتماد خانوادگی جایگزین عقلانیت ابزاری شده و فرد ریسک مالی خود را کاملاً در بستر شبکه می‌پذیرد؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان توضیح می‌دهد:

«من یه خانواده بازاری دارم. برادرهام علاوه بر کار شرکت، تو بازارهای مختلف مثل بورس، ملک و طلا سرمایه‌گذاری می‌کنن و اطلاعاتشون خوبه؛ به‌خاطر همین من همیشه از اونا می‌پرسم که پولم رو کجا سرمایه‌گذاری کنم» (م ۵).

علاوه بر کاهش عدم قطعیت اطلاعاتی، حک‌شدگی در شبکه‌های خویشاوندی موجب تغییر قواعد مبادله می‌شود. در این لایه، اعتماد متقابل سبب می‌شود منطق بازار (سود و اجرت) تغییر کند و مزایای اقتصادی خاصی برای فرد ایجاد شود؛ برای مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گوید:

«یکی از اقوام دور ما طلافروشه که بهش خیلی اعتماد دارم. چند ساله می‌رم ازش طلا خرید می‌کنم. حتی با پیامک و واتس‌اپ بهش پیام می‌دم اونم جواب می‌ده. با کمترین سود و اجرت هم کار می‌کنه. خیلی به‌صرفه هست برام» (م ۱۱).

درواقع این لایه از اعتماد، به شبکه‌های خویشاوندی محدود نمی‌شود، بلکه با دایره‌های صمیمی (دوستان و همکاران نزدیک) تداخل می‌کند و یک حریم امن اجتماعی را شکل می‌دهد که فرد در تمام نیازهای بازار خود به آن متکی است؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«از طریق دخترم که خبرنگار بانک و بیمه تو صداوسیماست از بازار خبر می‌گیرم. تو مهمونی‌ها از اقوام و دوستان هم می‌پرسم. باشگاه که می‌رم، از دوست‌هایی که اونجا تو کار خریدوفروش طلا هستن هم پرس‌وجو می‌کنم» (م ۱۷).

در لایه دوم، دایره اعتماد از پیوندهای خانوادگی فراتر می‌رود و به شبکه‌های تخصصی و رابطه‌ای گسترش پیدا می‌کند. در این سطح، کنش اقتصادی زنان دیگر فقط بر پایه صمیمیت نیست، بلکه بر پایه دسترسی‌های شغلی و آشنایی‌های راهبردی (پیوندهای ضعیف) شکل می‌گیرد. در این لایه، اطلاعات بازار از یک کالای تجاری به یک مبادله متقابل خدمات تبدیل می‌شود؛ به‌گونه‌ای که تبادل اطلاعات در ازای ارائه خدمات دیگر، جایگزین جستجوی رسمی در بازار می‌شود؛ برای مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«۹۰ درصد مشتری‌های بانک تو کار دلار و طلا هستن. دیگه چندان خودم وارد کانال‌ها و سایت‌های اطلاع‌رسانی طلا نمی‌شم. از خود آدم‌هایی که مستقیم دست‌اندرکار هستن می‌پرسم. منم متقابلاً برای اونا به سری خدمات بانکی رو انجام میدم یا مثلاً راهنمایی‌شون می‌کنم که فلان کارو بکنن» (م ۲).

در این سطح از حک‌شدگی، سرمایه اجتماعی-موقعیتی فرد به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای کاهش ریسک و کسب اطلاعات دست اول عمل می‌کند. درواقع، فرد از طریق دسترسی‌های حرفه‌ای خود، به لایه‌های پنهان بازار (مانند عمده‌فروشان) دسترسی پیدا می‌کند و این دسترسی موقعیتی، نیاز به ابزارهای عمومی بازار را حذف می‌کند؛ برای مثال، یکی از مصاحبه‌شوندگان توضیح می‌دهد:

«به‌خاطر شغلم اطلاعاتم به‌روزه. خودم چند ساله که حسابرسی طلافروش‌های بازارو انجام می‌دم. دیگه در جریان کار، به‌مرور با عمده‌فروش‌ها و خرده‌فروش‌ها و دست‌دوم‌فروش‌ها آشنا شدم. در کنارش سایت‌ها و پیج‌های اینستاگرام هم پیگیری می‌کنم» (م ۷).

علاوه بر دسترسی به اطلاعات، پیوندهای تخصصی در این لایه می‌توانند به سطح اعتماد مطلق ارتقا یابند. در این حالت، رابطه‌ای که در ابتدا شغلی یا تخصصی بوده، به ضمانتی اخلاقی تبدیل می‌شود که هزینه‌های مبادله (مانند نیاز به حضور فیزیکی یا بررسی کالا) را به صفر می‌رساند. در این حالت، تراکنش مالی از یک مبادله بازارمحور (که بر پایه ریسک است) به یک مبادله رابطه‌محور تبدیل می‌شود که در آن، اعتماد متقابل جایگزین تضمین‌های رسمی می‌شود؛ چنان‌که یکی از مصاحبه‌شوندگان که با همان طلافروش کار می‌کند، می‌گوید:

«من به آقای شهرابی صد در صد اعتماد دارم. چندین و چند ساله باهاش کار می‌کنم. به سرش قسم می‌خورم. اصلاً لازم نیست برم حضوری مغازه‌ش. طلای آب‌شده به‌اندازه پولم می‌خرم ازش، برام با پیک می‌فرسته در خونه. بعداً پولشو براش کارت به کارت می‌کنم» (م ۱۲).

پس می‌توان گفت لایه دوم حک‌شدگی بر تبدیل روابط شغلی به منابع اطلاعات و اعتماد استوار است. در این لایه، شبکه تخصصی نه‌تنها منبع خبر است، بلکه به‌دلیل وجود تبادل خدمات و اعتماد متقابل، ریسک‌های بازار را برای فرد کاهش می‌دهد.

در لایه سوم، کنش اقتصادی از دایره صمیمیت و روابط شغلی فراتر می‌رود و وارد حوزه پیوندهای واسطه‌ای می‌شود. در این سطح، اعتماد دیگر لزوماً مستقیم نیست، بلکه از طریق یک واسطه اجتماعی از فردی به فرد دیگر منتقل می‌شود. درواقع، در این لایه با پدیده‌ای به نام اعتماد انتقالی روبه‌رو هستیم؛ جایی که اعتبار شخص واسطه، به‌عنوان تضمینی برای شروع رابطه میان خریدار و فروشنده عمل می‌کند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گوید:

«از طریق دوستم با یه طلافروش آشنا شدم. هم اون به من اعتماد کرد هم من. هر وقت پول کم دارم، هر طلایی بخوام می‌خرم ازش، بعداً پولشو بهش می‌دم. خودم هم از پیج اینستاگرام و یکی دو تا سایت اصلی که می‌شناسم، قیمت طلا رو نگاه می‌کنم» (م ۲۳).

و یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان توضیح می‌دهد:

«از طریق دوستم با یه طلافروش آشنا شدم. اونم منو به یکی از همکارهاش معرفی کرد. دیگه چند ساله می‌شناسمش، طلاهامو از اون می‌خرم. بقیه اعضای خانواده هم پیش همون می‌رن. بهش اعتماد دارم» (م ۱۵).

در این سطح از حک‌شدگی، منطق رابطه چنان بر منطق بازار پیشی می‌گیرد که به تغییر بنیادین در قواعد مبادله منجر می‌شود. در اینجا، اعتبار اجتماعی فرد در شبکه جایگزین نقدینگی مالی می‌شود. به عبارت دیگر، اعتماد متقابل به‌قدری عمیق می‌شود که فروشنده ریسک عدم پرداخت فوری را می‌پذیرد؛ زیرا شناخته‌شدن در شبکه ارزشمندتر از تضمین‌های رسمی است. یکی از مصاحبه‌شوندگان توضیح می‌دهد:

«آقای شهرابی هر وقت طلای خوب براش می‌رسه زنگ می‌زنه به من می‌گه. من هرکس رو بهش معرفی کرده‌م همین‌طوری باهاش رفتار می‌کنه. روی حساب اینکه منو می‌شناسه از نزدیک، به همه دوست‌هام هم که بهش معرفی می‌کنم اعتماد می‌کنه. خیلی وقت‌ها می‌شه که ازش طلا برمی‌دارم، ولی همون موقع پولشو ندارم. اونم می‌گه نمی‌خواد الان بریزی همه پولو، بذار مثلاً پونزدهم ماه بریز. من حتی با پیامک باهاش ارتباط دارم یا با تلگرام براش پیام می‌فرستم» (م ۳).

علاوه‌براین، در لایه سوم، اعتماد به‌عنوان یک ابزار برای تسهیل دسترسی به منابع (مانند صندوق‌های شخصی نزد طلافروش) عمل می‌کند که درواقع نوعی سازمان‌دهی غیررسمی سرمایه است؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«یه صندوق طلا پیشش گذاشتم که هرازگاهی پول دستم می‌آد به‌اندازه پولم می‌گم یه تیکه طلا برام بذاره کنار تو صندوق. پولو براش کارت به کارت می‌کنم» (م ۱۵).

حتی در رویکردهایی که بر پایه عقلانیت ابزاری و بیشینه‌سازی سود شکل می‌گیرند، باز هم کنش اقتصادی از بستر اجتماعی جدا نیست. در اینجا با مفهوم عقلانیت محدود مواجهیم؛ یعنی فرد با وجود اینکه هدفش سودآوری است، اما برای کاهش ریسک و مشروعیت‌بخشی به تصمیم خود، به تأیید اجتماعی نیاز دارد. درواقع، «پرس‌وجو از آشنایان» در اینجا به‌عنوان سازوکار تأیید اجتماعی عمل می‌کند که از طریق آن، فرد صحت تصمیم خود را در بستر شبکه می‌سنجد؛ برای نمونه یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار می‌کند:

«من مازاد هزینه‌هام رو سرمایه‌گذاری می‌کنم. شخصاً برام مهم نیست که روی چی سرمایه‌گذاری کنم، یه وقتی روی طلا، یه وقتی دلار. خیلی به طلا علاقه ندارم که استفاده زینتی کنم. به بودجه‌ای که دارم نگاه می‌کنم که باهاش چی بخرم که سود بیشتری بده. همیشه پرس‌وجو می‌کنم از چند نفر آشنا به بازار که کدوم بازار بهتره یا کجا ضررش کمتره؛ یعنی بی‌گدار به آب نمی‌زنم» (م ۱۸).

این الگوی اعتماد و انحصار در خرید، حتی در مورد افرادی با پیش‌زمینه تحصیلی تخصصی نیز دیده می‌شود. در اینجا اعتماد به یک شخص موجب ایجاد یک انحصار رابطه‌ای می‌شود که در آن، خریدار میل به مقایسه با دیگر فروشندگان را کاملاً از دست می‌دهد. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان می‌کند:

«دوست همسرم طلافروشه. خیلی ساله که می‌شناسمش. هرچی بخوام بدونم از اون می‌پرسم. فقط هم از خودش خرید می‌کنم. دیگه پیش این و اون نمی‌رم. یه چند تا سایت طلا هم هست که یه وقت‌هایی نگاه می‌کنم» (م ۱۹).

درنهایت، ابزارهای دیجیتال (سایت‌ها و اینستاگرام) در این کنشگری، نه جایگزین، بلکه ابزارهایی برای رصد بازار است. این ابزارها صرفاً به‌عنوان منبعی برای استعلام قیمت‌های لحظه‌ای به‌کار می‌رود، اما تصمیم به خرید و اعتماد به معامله فقط در بستر شبکه‌های اجتماعی (در تماس‌های تلفنی و پیام‌رسان‌ها) تثبیت می‌شود. به‌طورکلی می‌توان نتیجه گرفت که در این لایه، شبکه اجتماعی دیگر فقط یک منبع خبر نیست، بلکه زیرساختی است که عقلانیت اقتصادی را بازتعریف و خریدوفروش طلا را از یک تراکنش تجاری ساده، به یک تعامل اجتماعی حک‌شده تبدیل می‌کند که در آن، اعتبار رابطه جایگزین ابزارهای رسمی بازار می‌شود.

۴-۳. سطح سوم: سازمان‌دهی زنانه

منطق‌های عملی زنانه؛ طرحواره‌های شناختی و ترتیبات غیررسمی برای صیانت از آینده

در سطح سوم از مدل تحلیلی این پژوهش، تمرکز بر سطح سازمان است که در اینجا نه در قالب نهادهای رسمی و ساختارهای

اداری، بلکه در قالب منطق‌های عملی و ترتیبات غیررسمی تبیین می‌شود. در این لایه، کنش اقتصادی زنان از منظر حک‌شدگی شناختی تحلیل می‌شود. به این معنا که عقلانیت خرید طلا، نه براساس محاسبات انتزاعی سود و زیان، بلکه در قالب طرحواره‌های ذهنی پیش‌فرض در بستر روابط اجتماعی و تجربیات زیسته زنان حک شده است. درواقع زنان با اتخاذ عقلانیت‌های غیررسمی، کنش‌های اقتصادی خود را در مواجهه با عدم قطعیت‌های ساختاری هدایت می‌کنند تا تملک طلا را به ابزاری برای گسست از چرخه مصرف در برابر الگوهای مصرف روزمره تبدیل کنند. یکی از بارزترین جلوه‌های این حک‌شدگی، تبدیل طلا به یک الگوی پیش‌فرض شناختی برای ایجاد فاصله میان دارایی و مصرف است. در این منطق، طلا دیگر صرفاً یک کالا نیست، بلکه ابزاری است برای ایجاد گسست در جریان نقدینگی تا از تحلیل‌رفتن سریع منابع مالی در هزینه‌های جاری جلوگیری شود. این الگو را در روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌توان به‌عنوان درونی‌سازی منطق‌های مشترک در بستر تعاملات شبکه‌ای محیط کار مشاهده کرد:

«یه همکاری داشتم که می‌رفت و می‌اومد، هر روز یه انگشتر جدید دستش می‌کرد. برام جالب شد. ازش پرسیدم اینا رو از کجا می‌آری؟ گفت با پاداش‌ها و مساعده‌های بانک طلا می‌خرم. پولمو نمی‌دارم خرج الکی بشه. تبدیل به طلا بشه برای آدم می‌مونه. یه چیز خوبی که بهم گفت همین بود که تشویقم کرد» (م ۲۲).

در اینجا، کنش خرید طلا از یک تصمیم فردی به یک الگوی پذیرفته‌شده تبدیل شده است. این حک‌شدگی در روایت یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان نیز به‌مثابه یک منطق بقا در برابر بحران‌ها تکرار می‌شود:

«از جوونی وقتی بچه‌هام کوچیک بودن، ماهی یه سکه می‌خریدم می‌ذاشتم کنار تا بچه‌ها یه آتیه‌ای داشته باشن. پول رو فقط باید به طلا تبدیل کرد، چون دستت رو می‌گیره، به درد می‌خوره. هیچ بازاری این‌طوری مثل طلا نیست. طلا پول زرده برای روزهای سیاه. مثل یه زمین می‌مونه که ممکنه زمین بخوری، ولی دستت رو می‌تونی به همون زمین بگیری و دوباره بلند شی» (م ۱۲).

علاوه‌براین، سازمان‌دهی در این سطح با خلق منطق‌های مالی پنهان پیوند خورده است. طلا در اینجا به سرمایه‌ای نمادین و مادی تبدیل می‌شود که به زن اجازه می‌دهد بدون وابستگی به ساختارهای نظارتی مردانه، امنیت آینده خود را سازمان‌دهی کند. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان این عاملیت پنهان را به تصویر می‌کشد:

«من ۱۷ ساله شاغلم. همیشه نصف حقوقم رو باهاش طلا می‌خرم، یه وقت‌هایی هم دلار می‌خرم، ولی نه زیاد. همسرم از پس‌انداز طلای من خبر نداره. آدم که آینده رو ندیده. اومدیم و همسرم فردا بذاره بره از این زندگی. کاسه گدایی که نمی‌تونم دست بگیرم. خودم باید قوی باشم. اصلاً زن باید قوی باشه. من مردستیز نیستم ها، ولی این حالتو دوست ندارم که زن دستش برای هر چیزی جلوی شوهرش دراز باشه. توی تصمیم‌گیری‌های زندگی اعتقادم اینه که دست برتر باید با زن باشه. اگه خوب مدیریت کنه، اون مرد هم از زندگی با زن راضی می‌شه» (م ۷).

واژگان کلیدی در این روایت، نظیر «کاسه گدایی» و «دست برتر باید با زن باشه»، نشان‌دهنده یک تغییر پارادایمی در نگاه زن به سرمایه است. در اینجا، طلا دیگر صرفاً یک پس‌انداز نیست، بلکه به ابزاری برای تغییر موازنه قدرت در رابطه جنسیتی تبدیل شده است. درواقع، عبارت «زن باید قوی باشه» در این نقل‌قول، گویای آن است که تملک طلا، ابزاری برای بازتولید یک هویت مستقل و فعال است؛ بنابراین، می‌توان دریافت که در این سطح، تملک طلا به‌مثابه ابزاری برای بازپس‌گیری عاملیت و دستیابی به استقلال جنسیتی در مواجهه با ساختارهای پدرسالارانه عمل می‌کند. این منطق صیانت از آینده و استقلال از مرد، در یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان به‌عنوان یک سرمایه فرهنگی-اقتصادی تکرار شده و از طریق بازتولید شناختی به نسل بعد منتقل شده است:

«من با درآمد خرد خرد فقط طلا می‌خرم و خرج هرچیزی که نیاز باشه می‌کنم. از همسرم پول نمی‌گیرم معمولاً. همیشه فکرم این بوده که زن باید مستقل باشه و نیازی به کسی نداشته باشه. اگه یه وقت مرد فوت کنه یا زن طلاق بگیره، زن به بچه‌هاش یا کس دیگه محتاج نباشه. این فکر از زمان نوجوانی با من بوده، به دخترمم منتقل کردم» (م ۱۷).

این سازمان‌دهی مالی در لحظات بحرانی به ابزاری برای نجات و تغییر موازنه قدرت در خانواده تبدیل می‌شود؛ چنان‌که یکی از مصاحبه‌شوندگان توصیف می‌کند:

«بارها شده که تو زندگی به پول احتیاج داشتیم، خودم کمک کردم تو هزینه‌ها و همسرم رو از نگرانی و استرس مالی نجات دادم. اعتقادم اینه که زن باید خودش بتونه از عهده‌ش بریاره. دوست ندارم صددرصد تکیه کنم به شوهر. این فکر باعث شده که همسرم هم روی من حساب کنه. زن اگه فکر اقتصادی داشته باشه و برای خودش سرمایه‌ای داشته باشه، دستش تو خیلی از خرج‌ها بازه. می‌تونه برای خودش و بقیه هزینه کنه» (م ۱۳).

همچنین سازمان‌دهی در این سطح، ابعادی از بازتولید اجتماعی و تعهدات بین‌نسلی را دربرمی‌گیرد. در این منطق، خرید طلا به‌عنوان ذخیره‌ای غیررسمی برای تضمین آینده فرزندان سازمان‌دهی می‌شود که از طریق انتقال‌های فرهنگی و توصیه‌های محیطی هدایت می‌شود؛ برای مثال یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«از وقتی دخترم به دنیا اومد هدیه‌های نقدی که به مناسبت‌های مختلف براش می‌دادن رو برای بچه طلا می‌خریدم کنار می‌ذاشتم، فقط هم طلای شکسته یا خام می‌خریدم... از این طرف و اون طرف هی بهم می‌گفتن یه وقت طلای بچه‌رو نفروشی! برای بعدهاش به دردش می‌خوره، بعداً ازت تشکر می‌کنه که به فکر بودی» (م ۱).

این سازمان‌دهی در روایت یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان نیز به‌عنوان یک سرمایه میراثی تعریف می‌شود:

«من پول مازادم رو طلا می‌خرم و هیچ‌وقت هم طلای نو نخریدم. مادرم هم عادت به این کار داشت و برای پس‌انداز زندگی طلا می‌خرید. بعد از اینکه ازدواج کردم، خودم افتادم تو خرج زندگی، خرید طلا زیاد شد. با این شرایط بد اقتصادی طلا همیشه سرمایه بوده برام و پشتوانه زندگی‌م بوده» (م ۱۳).

درمجموع، می‌توان نتیجه گرفت که در سطح سازمان، کنش زنان در بازار طلا از طریق عقلانیت‌های حک‌شده هدایت می‌شود. آن‌ها نه براساس مدل‌های رسمی سرمایه‌گذاری، بلکه براساس سه منطق صیانت از منابع، عاملیت جنسیتی و بازتولید بین‌نسلی، کنش‌های اقتصادی خود را سازمان‌دهی می‌کنند. این ترتیبات، درواقع پل ارتباطی میان منافع فردی و باورهای کلان فرهنگی است؛ به‌گونه‌ای که طلا در اینجا دیگر صرفاً یک کالا نیست، بلکه ابزاری برای سازمان‌دهی زیست‌جهان در برابر عدم قطعیت‌های اقتصادی و اجتماعی است.

۴-۴. سطح چهارم: فرهنگ مبادله زنانه

جغرافیای معنا و منزلت؛ طلا به‌مثابه میانجی حافظه تاریخی و ارزش اجتماعی در بسترهای اقلیمی

در سطح چهارم، کنش اقتصادی زنان در بازار طلا نه در چارچوب محاسبات فردی، بلکه در بستر نظام‌های ارزشی جمعی و فرهنگ حاکم بر زیست‌جهان آن‌ها تحلیل می‌شود. در این سطح، براساس رویکرد زلیزر، طلا از یک کالای سرمایه‌ای با ارزش عددی به یک ارزش اجتماعی تبدیل می‌شود. درواقع، زنان در اینجا با تضاد میان ارزش تبادلی (قیمت بازار) و ارزش نمادین (جایگاه اجتماعی) مواجه‌اند و تصمیمات آن‌ها بیش از آنکه تابع نوسانات قیمت باشد، تابع نوسانات جایگاه اجتماعی است. در ابتدایی‌ترین لایه این فرهنگ، طلا به‌عنوان یک تضمین اجتماعی-تاریخی تعریف می‌شود. در این الگو، تملک طلا نه یک انتخاب سرمایه‌گذاری مدرن، بلکه پاسخی به ترومای جمعی و حافظه تاریخی بحران‌ها است. روایت یکی از مصاحبه‌شوندگان که به خاطرات مادر بزرگش در زمان جنگ اشاره می‌کند، نشان می‌دهد در این فرهنگ، طلا به‌مثابه یک ابزار بقا تعریف شده است:

«طلا همیشه گره‌گشاست، یه جور سرمایه زیر سره. مادر بزرگم می‌گفت که زمان جنگ همه اموالشو فروخت و پولی که ازش به‌دست آورد رو به طلا تبدیل کرد. این همیشه تو ذهنم مونده» (م ۱۱).

همچنین در روایت یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان، تملک طلا از یک محاسبه مالی صرف، به‌گونه‌ای از کنش اقتصادی حک‌شده تبدیل شده است. در اینجا، طلا دیگر فقط یک دارایی با ارزش بازاری نیست، بلکه براساس منطق پیوندهای قوی (خانوادگی)

معنایی خاص یافته و به مثابه دارایی امن و میراثی تعریف شده است؛ بنابراین، خرید طلا در اینجا نه یک تصمیم فردی مستقل یا بازتولید اجتماعی، بلکه تجلی یک عقلانیت اقتصادی-رابطه‌ای است؛ جایی که ارزش مادی طلا با معنای پیوندهای خانوادگی گره می‌خورد و کنش در بازار را هدایت می‌کند:

«از بچگی تو خانواده برامون جا افتاده بود که طلا خوبه، خودش یه پس‌اندازه. پدرم هم برای مادرم زیاد طلا می‌خرد. خرید عید که می‌کردیم، همراهش برامون طلا هم می‌خردن. من همیشه یه تیکه طلا توی دستم یا به گردنم داشتم. هر وقت از مدرسه برمی‌گشتم، می‌رفتم انگشتر طلامو دستم می‌کردم. متأهل که شدم، با تمام پولی که دستم می‌اومد طلا می‌خریدم. زیاد که می‌شد، می‌فروختم باهاش یه کار بزرگ می‌کردم یا الان قسط و قرضم که عقب بیفته، طلا می‌فروشم تا اون‌ها رو تسویه کنم» (م ۲۵).

این الگوهای بین‌نسلی فقط محصول تربیت یا سنت‌های خانوادگی نیستند، بلکه با فرهنگ و فضای حاکم بر هر منطقه نیز پیوند دارند و معنای تملک طلا را تغییر می‌دهند؛ برای مثال، در زیست‌جهان شهر قم، تملک طلا ابعادی متفاوت می‌یابد؛ چنان‌که یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

«من اهل قمم. تو قم رسمه که خانم‌ها طلای زیاد داشته باشن. هر زنی که طلای بیشتری داشته باشه، ارج و قرب بالاتری داره. مردم یه جور دیگه بهش نگاه می‌کنن. اونجا سطح زندگی افراد رو با طلا می‌سنجن. خانم‌هایی که تو عروسی طلا می‌ندازن، یعنی یه جور کلاس اجتماعی بالا دارن، یه جورایی نشون می‌دن که دستشون به دهنشون می‌رسه، وضعشون خوبه. من خیلی طلا می‌خرم. معمولاً هم کم‌اجرت و آب‌شده می‌خرم. طلا برای ما که قمی هستیم خیلی حیاتی. باید حتماً داشته باشیم، یه جورایی تو چشم مردم باشه. زنه و طلاهاش. دائماً باید طلا داشته باشه» (م ۱۶).

تأکید مصاحبه‌شونده بر عبارت «در چشم مردم باشد» و «سطح زندگی افراد را با طلا می‌سنجند» نشان می‌دهد در این بستر اقلیمی، طلا از منطق صرفاً اقتصادی-سرمایه‌ای فاصله گرفته و به یک زبان بصری برای ارتباط با شبکه اجتماعی تبدیل شده است. درواقع، تملک طلا در اینجا تلاشی برای تبدیل سرمایه مادی به اعتبار اجتماعی است تا از طریق آن، فرد به رسمیت شناخته شود؛ بنابراین می‌توان دریافت که در زیست‌جهان این زنان، طلا بیش از آنکه یک دارایی مالی باشد، ابزاری برای نمایش توانمندی و کسب منزلت در شبکه روابط اجتماعی است و به مثابه یک سند بصری برای اثبات اعتبار عمل می‌کند.

از سوی دیگر، در فرهنگ منطقه‌ای اردبیل، تملک طلا در مناسبات اجتماعی، ابزاری برای به‌دست‌آوردن اعتبار و منزلت است. در این بستر، طلا بیش از آنکه یک دارایی مالی باشد، به‌عنوان یک نشانه اجتماعی به کار می‌رود تا ارزش و جایگاه زن در میان شبکه روابط بازنمایی شود. درواقع، «صدا و درخشش طلا» به مثابه زبانی است که منزلت زن در شبکه را تثبیت می‌کند و دارایی اقتصادی را به ابزاری برای نمایش اعتبار تبدیل می‌سازد:

«ما اصلیتمون اردبیلیه. ترک‌هام که خب می‌دونین به طلا خیلی علاقه دارن. اصلاً معروفن که طلا دوستن. تو عروسی‌ها یا همین‌طوری روزانه طلا زیاد می‌ندازن. مادرشوهرم یه حرفی می‌زنه، همیشه می‌گه این صدای جیرینگ جیرینگ الگو توی دستم باید همیشه تو گوشم باشه. یه مهمونی یا عروسی داشته باشیم که همه فامیل‌ها باشن، مادرشوهرم زنگ می‌زنه مخصوص این کار که یادآوری کنه طلاهامو بندازم. انگار زن‌ها می‌رن اونجا که طلاهاشونو نشون همدیگه بدن. من خودم همیشه باید دو سه تا تیکه طلا رو داشته باشم. کم‌اجرتم که می‌خرم، سعی می‌کنم با سلیقه خودم جور باشه که استفاده شخصی هم بکنم ازش. یه وقتی هم نیاز شد می‌فروشم» (م ۱۴).

در مقابل، در زیست‌جهان جنوبی (دزفول)، تملک طلا بیش از آنکه محصول نمایش در مناسبات عمومی باشد، در ساختار سرمایه‌ای و پیوندهای خویشاوندی ریشه دارد. در این بستر، طلا نه صرفاً برای کسب وجهه در شبکه روابط اجتماعی گسترده‌تر، بلکه به‌عنوان سرمایه اختصاصی زن به کار می‌رود تا قدرت و جایگاه او در شبکه روابط خانواده و فامیل تثبیت شود. درواقع، در

این فرهنگ، اعتبار زن نه از طریق صدا و درخشش (مانند مورد اردبیل)، بلکه از طریق تأمین مقدار و عیار طلا (به‌ویژه در قالب مهریه و رسوم ازدواج) تعریف می‌شود. به این ترتیب، طلا در دزفول ابزاری برای تأمین قدرت و منزلت ساختاری در روابط خانوادگی است:

«خانواده شوهرم اهل دزفولن. جنوبی‌ها به طلا خیلی علاقه دارن. از قدیم به طلا به‌عنوان سرمایه زن نگاه می‌کردن. اصلاً زنی که طلای زیاد داشته باشه براش یه جور قدرت یا بگم وجهه قوی بین خانواده و دوستان و فامیل حساب می‌شه. من خودم جنوبی نیستم. زیاد دوست ندارم چیزی بهم آویزون باشه. اهالی جنوب رسم دارن علاوه بر مهریه که سکه یا پول می‌دن، یه درصدی هم طلای زینتی می‌دن؛ مثلاً مهریه من علاوه بر سکه، ۱۰۰ مثقال هم طلا بود» (م ۴).

درمجموع، تحلیل این سطح نشان می‌دهد کنش زنان در بازار طلا، بازتابی از فرهنگ سرمایه‌داری در لباس سنت است. طلا در ذهن این زنان، از یک کالای اقتصادی به یک سرمایه چندوجهی تبدیل شده است: در لایه اول تضمینی برای بقا، در لایه دوم ابزاری برای تمایز طبقاتی (در قم) و در لایه سوم سندی برای مشروعیت و قدرت در شبکه‌های خویشاوندی (در جنوب)؛ بنابراین، کنش اقتصادی زنان در خریدوفروش طلا، نه براساس نوسانات قیمت بازار، بلکه براساس نوسانات جایگاه اجتماعی و نیاز به بازتولید اعتبار در بسترهای مختلف فرهنگی سازمان یافته است.

۵. بحث

برای درک عمیق‌تر سازوکارهای حک‌شدگی کنش اقتصادی زنان در حوزه مبادلات طلا، ضروری است ابعاد گوناگون این پدیده در قالب یک مدل چهارلایه واکاوی شود. در سطح نخست این الگو، یعنی لایه منفعت، یافته‌ها نشان می‌دهد تملک طلا را نمی‌توان صرفاً برآمده از واکنش‌های تک‌بعدی به نوسانات کلان اقتصادی (نظیر تورم) یا گرایش‌های مصرف‌گرایانه به کالاهای نمادین دانست. برعکس، این رویه در میان زنان، برآمده از عاملیتی فعال است که در تلاقی ساختارهای قدرت و نظام‌های معنایی شکل گرفته است. یافته‌های این پژوهش تأیید می‌کند که کنش‌های اقتصادی در این حوزه، پیش از آنکه حاصل محاسبات ریاضی باشند، اعمالی معنادار و اجتماعی هستند. از این منظر، طلا در زیست‌جهان زنان ایرانی، از جایگاه یک دارایی مالی فراتر رفته و به یک میانجی ارزشی تبدیل شده است که میان منطق بازار، روابط اجتماعی و باورهای فرهنگی، پیوند برقرار می‌کند.

نکته بنیادین در تحلیل این پژوهش، بازتعریف مفهوم منفعت است. درحالی‌که پارادایم‌های ارتدوکس اقتصادی، منفعت را در بیشینه‌سازی سود مادی می‌بینند، تحلیل حاضر نشان داد در کنشگری زنان، منفعت ماهیتی چندلایه و رابطه‌ای دارد. تملک طلا در اینجا نه یک تصمیم حسابگرانه، بلکه نوعی عقلانیت حفاظتی است که در تلاقی با محدودیت‌های ساختاری جامعه پدرسالار، طلا را به ابزاری برای خلق یک حریم خصوصی مالی تبدیل می‌کند. از این منظر، طلا نه تنها یک پناهگاه در برابر تورم، بلکه پناهگاهی در برابر وابستگی است؛ امری که با مفهوم عاملیت در شرایط محدودیت پیوند دارد و به زنان اجازه می‌دهد سرمایه‌ای پنهان برای بازپس‌گیری عاملیت و کسب استقلال در برابر تسلط اقتصادی مردانه ایجاد کنند.

این عقلانیت حفاظتی، در سطح شبکه‌های اجتماعی حک و عملیاتی می‌شود. تحلیل سطوح حک‌شدگی آشکار کرد که در این میدان، اعتبار رابطه به‌عنوان یک ارز جایگزین عمل می‌کند که جایگزین ترتیبات نهادی و قراردادهای صوری بازار شده است. این وضعیت را می‌توان با نظریه حک‌شدگی مارک گرانووتر تطبیق داد؛ جایی که کنش اقتصادی در شبکه‌های اجتماعی حک شده و اعتماد در شبکه‌های خویشاوندی و تخصصی، جایگزین ترتیبات نهادی و قراردادهای صوری بازار می‌شود. درواقع، این اعتماد، ریسک‌های احتمالی بازار را تعدیل می‌کند و هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهد. به این ترتیب، پیوندهای اجتماعی نه تنها تسهیل‌کننده، بلکه تعیین‌کننده منطق حاکم بر کنش‌های اقتصادی هستند و سبب می‌شوند رابطه‌های مبادله‌ای از حالت ابزاری خارج و در قالب تعاملات اجتماعی و حک‌شده بازتعریف شوند.

فراتر از شبکه‌ها، این کنش‌ها در سطح سازمان‌دهی غیررسمی به وسیله طرحواره‌های شناختی زنان هدایت می‌شوند. یافته‌ها نشان داد زنان با اتخاذ منطق‌های عملی (مانند صیانت از منابع و بازتولید بین‌نسلی)، ترتیبات غیررسمی‌ای را ایجاد می‌کنند که طلا را از چرخه مصرف روزمره جدا و آن را به یک سرمایه حفاظتی تبدیل می‌کند. این سازمان‌دهی ذهنی در واقع پل ارتباطی میان منافع فردی و باورهای کلان فرهنگی است و طلا را به ابزاری برای سازمان‌دهی زیست‌جهان در برابر عدم قطعیت‌های ساختاری تبدیل می‌کند.

در نهایت، تمامی این سطوح در بستر فرهنگ معنا می‌یابند. تفاوت‌های اقلیمی در مناطقی مانند قم، اردبیل و دزفول نشان داد طلا یک ارز اجتماعی چندمنظوره است. این امر تأیید می‌کند که ارزش طلا در ذهن کنشگر، نه براساس قیمت لحظه‌ای بازار، بلکه براساس ارزش اجتماعی و نیاز به بازتولید اعتبار در بستر شبکه روابط بازتعریف می‌شود. این یافته، تقابل میان منطق بازار و منطق اجتماعی را برجسته می‌کند و نشان می‌دهد طلا بسته به بستر فرهنگی، گاهی به مثابه نشانگر منزلت و تمایز طبقاتی در فضای عمومی (مانند قم و اردبیل) و گاهی به عنوان سند مشروعیت و قدرت در شبکه‌های خانوادگی (مانند دزفول) به کار می‌رود. این امر تأیید می‌کند که ارزش طلا در ذهن کنشگر، نه براساس قیمت لحظه‌ای بازار، بلکه براساس نوسانات جایگاه اجتماعی و نیاز به بازتولید اعتبار در بستر شبکه روابط تعریف می‌شود.

۶. نتیجه‌گیری

برآیند واکاوی لایه‌های مختلف در این پژوهش، فراتر از توصیف صرف کنش‌های زنان، به تدوین یک الگوی مفهومی متداخل از حک‌شدگی منجر شده که سهم مهمی در بسط نظریه حک‌شدگی در سنت جامعه‌شناسی اقتصادی زندگی روزمره دارد. این الگو (شکل ۱) نشان می‌دهد کنش اقتصادی زنان، ساختاری مرکزگرا دارد که در آن، هسته مرکزی یعنی منفعت و عقلانیت حفاظتی، در دل لایه‌های پیرامونی شامل شبکه‌های اجتماعی، سازمان‌دهی غیررسمی و در نهایت بستر کلان فرهنگ حک شده است. آورده نظری این پژوهش، تبیین این نکته است که کنشگری زنان در بازار طلا در هیچ‌یک از این سطوح به‌طور مجزا معنا نمی‌یابد، بلکه در تلاقی این لایه‌ها شکل می‌گیرد؛ به گونه‌ای که در این مدل، معنای منفعت در تلاقی با پیوندهای اجتماعی، طرحواره‌های شناختی و جغرافیای فرهنگی بازتعریف می‌شود.

در مجموع، این پژوهش استدلال می‌کند که کنش زنان در بازار طلا، تجلی یک عاملیت هوشمندانه در مواجهه با محدودیت‌ها است. زنان با تبدیل نقدینگی به دارایی‌های ملموس و پایدار، ساختاری از سرمایه صیانتی ایجاد می‌کنند که در لحظات بحرانی، به ابزاری برای تأمین استقلال و تغییر موازنه قدرت تبدیل می‌شود؛ بنابراین، تملک طلا در تجربه زنان ایرانی، فرارفتن از منطق مصرف‌گرایی، تبدیل شدن به سازوکاری برای بقا و بازتعریف امنیت در دنیایی متزلزل است.

۷. پیشنهادها

در مجموع، تحلیل لایه‌های چهارگانه حک‌شدگی گویای آن است که مفهوم منفعت در خرید طلا، از یک مطلوبیت اقتصادی ساده فراتر رفته و به ترکیبی از سود مادی، سرمایه حمایتی و اقتدار جنسیتی تبدیل شده است. این تکرر، ضرورت گذار از تحلیل‌های کلی به سمت یک سنخ‌شناسی دقیق از منطق‌های منفعت را ایجاب می‌کند. براین اساس، تبیین انواع گوناگون منفعت (از جمله منافع حمایتی، حفاظتی، منزلت‌گرا و میراثی) می‌تواند مسیر پژوهش‌های آینده را روشن سازد. این تأکید بر ابعاد مختلف منفعت، به درک بهتر حک‌شدگی طلا در زیست‌جهان زنان می‌انجامد و سهم این پژوهش را در حوزه جامعه‌شناسی اقتصادی تقویت می‌کند.

۸. تعارض منافع

مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نویسنده دوم با عنوان «مطالعه ابعاد حک‌شدگی کنش اقتصادی زنان سرمایه‌گذار در بازار طلا» به راهنمایی نویسنده اول است و در آن هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

References

- Amiri, H., Pourjavan, A., & Zahedi, M. (2024). Gold, currency, and Bitcoin as a safe haven or a hedge for stocks: Evidence from Tehran Stock Exchange based on the smooth transition regression model. *Quarterly Journal of Quantitative Economics (Former Economic Reviews)*, 21(4), 220–272. (In Persian)
- Ashalatha, G. M., Darshan, M., Latha, J. S., Prajwal, V., & Sridevi Rao, T. K. (2023). Investors Perception Towards Gold As An Investment. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 11(9).
- Bajtelsmit, V. L., & Bernasek, A. (1996). Why do women invest differently than men?. Association for Financial Counseling and Planning Education, Volume 7. Barrero, FD, Laborda, JL (2007). Why do People invest in personal pension plans. *Applied Economics*, 39(9), 1115-1126.
- Baskaran, L. A., Nasir, N. N., Salim, S. N., & Shukur, S. B. (2023). *Factors Influencing of Gold Investment Awareness Among Generation Z. University Malaysia Kelantan*.
- Baur, D. G., & Lucey, B. M. (2010). Is gold a hedge or a safe haven? An analysis of stocks, bonds and gold. *Financial review*, 45(2), 217-229.
- Bryant, A., & Charmaz, K. (Eds.). (2010). *The SAGE handbook of grounded theory: Paperback edition*. Sage.
- Carruthers, B. G., & Babb, S. (1996). The Color of Money and the Nature of Value: Greenbacks and Gold in Postbellum America. *American Journal of Sociology*, 101(6), 1556–1591.
- Dasgupta, M., & Ponnathpur, R. (2021). Savings in gold by low-income households in rural India: An empirical study. In *4th Annual Conference of India Gold Policy Centre at IIM Ahmedabad*.
- Dequech, D. (2003). Cognitive and Cultural Embeddedness: Combining Institutional Economics and Economic Sociology. *Journal of Economic Issues*, 37(2), 461–470.
- DiMaggio, P. (1994). Culture And Economy, In *The Handbook of Economic Sociology* edited by Smelser, Neil J, Swedberg, Richard, United Kingdom: Princeton University Press. Pp. 27-57.
- DiMaggio, P. (1997). Culture and cognition. *Annual Review of Sociology*, 23(1), 263-287.
- Elsasari, F. B., & Sukardi, B. (2022). Analysis determinants of housewives to control saving gold behavior in Indonesian Sharia pawnshops. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8(1), 1-36.
- England, P., & Folbre, N. (2005). Gender and economic sociology. *The Handbook of Economic Sociology*, 2, 627-649.
- Ferry, E. (2016). On not being a sign: gold's semiotic claims. *Signs and Society*, 4(1), 57-79. <https://doi.org/10.1086/685055>
- Granovetter, M., Nohria, N., & Eccles, R. G. (Eds.). (1992). *Networks and organizations: Structure, form, and action*. Harvard Business School Press.
- Granovetter, M. S., & Marx, K. (1990). *The Myth of Social Network Analysis as a Special Method in the Social Sciences*.

Granovetter, M. (2002). A theoretical agenda for economic sociology. *The new economic sociology: Developments in an emerging field*, 48, 35-60.

Granovetter, M. (2019). The old and the new economic sociology: a history and a agenda. In *Beyond the marketplace* (pp. 89-112). Routledge.

Hemalatha, T. M., & Pavithra, S. (2018). A study on savings and investment pattern of salaried women in Coimbatore district. *International Journal of Research and Analytical Review*, 5(3), 143-148.

Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>

Kanungo, S., & Chakrabarti, A. (2022). Gold governance and goldsmithery: Economic sociology of an informal manufacturing sector in India. *SAGE Open*, 55(2). <https://doi.org/10.1177/006996672110075>

Khani, F., Jafari Samimi, A., Tehranchian, A. M., & Ahsani, M. A. (2021). The effects of the money market on the gold market with a system dynamics approach. *Quarterly Journal of Economic Modeling*, 54(2), 1-19. (In Persian)

Kuckartz, U., & Radiker, S. (2023). *Qualitative content analysis: Methods, practice and software*.

Rompas, P. L. (2015). A Qualitative Research of Woman Perception of Gold Jewelry as Investment in Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 2446.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.

Lutfi, L. (2010). The relationship between demographic factors and investment decision in Surabaya. *ournal of Economics, Business and Accountancy Ventura*.

Mahalakshmi, J., & Lissy, N. S. (2022). Buying Behaviour And Investment Pattern Of Gold Among Employed Women In Coimbatore City. *Specialusis Ugdymas*, 1(43), 43.

Mayring, P. (2010). Qualitative Inhaltsanalyse (QCA). In: U. Flick, E. von Kardorff, & I. Steinke (Eds.), *Qualitative Forschung*. Ein Handbuch (Qualitative Research. A Handbook). Reinbek: Rowohlt Verlag.

Menger, C. (2007). *Principles of Economics*, Dingwal, James and Hselitz, Bert F. (tr). Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute.

Rafalovich, A. (2011). Gold Dreams, Gold Nightmares: The Social Construction of Inflation as Delegitimation Discourse. *Sociological Research Online*, 16(1), 21-31.

Rekha, G., & Vishnupriya, R. (2019). A Study On Investment Pattern Among Working Women. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 760-764.

Selvaraj, A., & Sudha, K. S. (2021). Women Investors' Perception Towards Gold Investment. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 9(2), 4445-4453.

Shwe, N. W. (2024). *Gold Investment Awareness and Saving Behavior Among Millennials in Yangon (Ngu Wah Shwe, 2024)* (Doctoral dissertation, MERAL Portal).

Smelser, N. J., & Swedberg, R. (Eds.). (2005). Introducing Economic Sociology. Pp 3-25 in *The Handbook of Economic Sociology* edited by Smelser, Neil J, Swedberg, Richard, United Kingdom: Princeton University Press.

Su, Sh.-H., Liu, Y.-L., Lee, H.-L., & Quy, T. T. K. (2022). The effect Of Demographic Charachteristics On Risk Perception And Investment Decision: An Empirical Study In Vietnam. *Indian Journal of Finance and Banking*, 9(1), 19-32.

Swedberg, R. (2016). *Principles of economic sociology* (A. A. Saeidi, Trans.). Tehran: Tisa. (In Persian)

Tantia, V., & Thammaiah, A. N. (2017). A Study on Working Women Investing on Gold Ornaments rather than Gold Bonds. *International Journal*, 5(9).

Warke, N. P., & Warke, P. S. (2020). Habit of Indian Women about gold as an investment: Causes & motive. *International Journal of Management IT and Engineering*, 10(10), 26-34.

Zarrinkamar, S., Rahiminik, A., & Heidari, A. (2023). A model of luxury goods buyers' behavior in the gold market: A qualitative study. *Quarterly Journal of Innovative Business Management*, 15(58), 115–134. (In Persian)

Zelizer, V. A. (1988). Beyond The Polemics On The Market: Establishing a Theoretical and Empirical Agenda. *Sociological Forum*, 3(4), 614-634.

Zelizer, V. A. (2002). Enter Culture. Pp. 101-125 in *The New Economic Sociology; Developments In An Emerging Field*, edited by Guill'en, Mauro F., Collins, Randall, England, Paula, Meyer, Marshall, New York: Russell Sage Foundation.