



Research Paper

Qualitative Study of NEET's life style in Tehran

Ahmad Naderi¹

Received: Apr. 17, 2022; Accepted: Sep. 5, 2022

ABSTRACT

NEETs as those who neither study nor have a job or profession, have been the topic in statistical and social discussions of countries in recent years, in which, Iran's contribution to this concept is close to zero. This research is an ethnographic study about the lifestyle of NEETs in Tehran. Among the definitions related to the two concepts of NEETs and lifestyle, Bourdieu's perspective on lifestyle has been chosen as the central theme and concept of this research. This is a qualitative research that has been carried out in two stages of ethnographic study and semi-structured interview where a total of 30 interviews were conducted with targeted exploratory-chain sampling and with maximum diversity until reaching the conceptual saturation. The qualitative data was evaluated through foundational data theory and thematic analysis method. Finally, 5 main categories (identity, timing, biological consumption, virtual consumption and health and beauty) and 13 sub-categories were ascertained, which showed that the lifestyle of NEETs is mostly formed around the issue of identity. In other words, they identify biological and virtual consumptions, beauty and healthcare and even time in virtual space. Their collective activities are with other NEET youth who share a similar lifestyle and care about appearances, from the way they dress to cosmetic surgery. Most of them do not have a vision for the future and only enjoy the moment and do not see the need to participate in future building.

Keywords: NEETs, lifestyle, ethnography, database theory, identity

1. Associate Professor of Anthropology, Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

✉ anaderi@ut.ac.ir



INTRODUCTION

Choice is an important aspect of modern human life that differs among various people and groups. Despite their different lifestyles, the people experience many semantic similarities in their life. The concept of lifestyle includes a wide range of objective and subjective issues such as the pattern of social relations, entertainment, consumption, fashion and clothing as well as the reflection of attitudes, values and worldview of an individual and a member of a group (Bakak, 2018). This study includes a qualitative study on the lifestyle of NEETs in Tehran. In order to understand the whole concept, the first the definition of NEET is discussed and then its scope is determined for the research subject. The second discussion aims to address the issue of lifestyle, which is one of the late concepts in the field of social sciences although it still lacks a precise definition. In terms of research methodology, this study is qualitative, which has been rarely done in research associated with lifestyle. Along with identifying "NEET" and studying their routines, the main issue addressed here is recognizing lifestyle and providing its main categories as well as their configuration in a way that a correct explanation and understanding of the people could be achieved.

PURPOSE

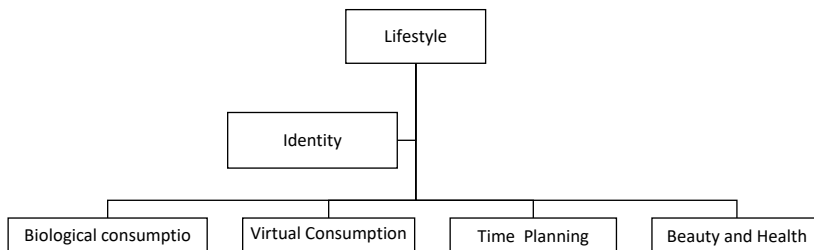
As said before, NEET refers to the people who are not only illiterate but lack a job or profession. This lot has acquired new attention in statistical and social discussions worldwide except Iran where the issue has not been addressed at all. In other words, the study of "NEETs" in Iran, particularly from the perspective of social sciences, has been neglected, hence, the purpose of this study is to introduce this group and start a series of targeted studies on them. The main issue addressed in this paper, along with identifying "NEETs" and studying their routines, is to recognize their lifestyle and providing their main categories as well as the configuration of these categories. Certainly, this study can be considered as a starting point of a long path in understanding, studying and analyzing this group of young people in Iran.

METHODOLOGY

This paper is a qualitative research based on grounded theory. In this study, in-depth semi-structured interviews were used. Participants included 30 single people in the age group of 17 and 25. Eighteen interviewees were boys and twelve were girls. The sampling method is purposive exploratory-chain, which is a kind of snowball sampling. Conducting 20 to 25 interviews, the main and secondary factors in the previous interviews were saturated. Finally, through coding, the final analysis was done.

FINDINGS

The findings were classified into 5 main categories and 14 subcategories, showing that the lifestyle of "NEETs" is mostly formed by identification. For those who are not the members of their non-homogeneous social groups and face the problem of identification, biological and virtual consumption, taking care of beauty and health, and even spending time in virtual space are viewed as a kind of identification. This categorization has been shown in the following model:



CONCLUSION

This paper showed that the lifestyle of "NEETs" is mainly formed by identification. Those who are not the members of non-homogeneous social groups faced with the problem of identification. They are continuously fighting against their family and the people around themselves who consider them fodder and worry about their life and future. Therefore, the "NEETs" either have constant tension with their families or run away from them. "NEETs" have biological and virtual consumptions, beauty and health care, and even spend their time in the virtual space to be identified that may be unreal in some cases and is only a reflection of an enviable lifestyle. In other words, they could not achieve the approval of their families and friends, and consistently need to strengthen their social capital or build some kind of social identity by themselves. The main and final subcategories are mentioned in the following table.

Sub-Categories	Main Categories
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pain ▪ Loneliness ▪ Need to be accepted 	Identity
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Isolation ▪ Waste ▪ Surrogacy 	Timing
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representation ▪ Need to attention ▪ Fashion 	Biological Consumption
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representation ▪ Entertainment ▪ Creating social capital 	Virtual Consumption
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Body management 	Health and Beauty



NOVELTY

This study is novel since no prior attempt was made to identify NEETs in Iran. As such this is a qualitative study on the lifestyle of the same lot in Tehran, which is considered a completely new issue in social sciences. Here, in order to address people's lifestyle, we are encountered with three main issues, novel of course, which show the importance and necessity of assessing them.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.



BIBLIOGRAPHY

- Abazari, Y. A., & Chavoshiyan, H. (2002). Az tabaqe-ye ejtemā'i tā sabke zendegi: Ruykardhā-ye novin dar tahlil-e jāme'e šenāxti-ye hoviya-t-e ejtemā'i [New approaches to analyzing social identity from social class to life style]. *Journal of Social Science*, 10(20), 3-27.
- Adler, A. (1964). *The practice and theory of individual psychology*. London: Routledge.
- Anderson, R., Dubois, H., Leončikas, T., & Sándor, E. (2012). *Quality of life in Europe: Impacts of the crisis*. 3rd European quality of life survey, Luxembourg: Publications Office of the European Union. Rederived from <https://www.eurofound.europa.eu>
- Berzano, L., & Genova, C. (2015). *Lifestyles and subcultures: History and a new perspective*. London: Rotledge.
- Bocock, R. (2009). *Masraf* [Consumption] (Kh.Sabri, Trans.). Tehran, Iran: Shirazeh.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction, a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Carrera, L. (2012). The NEET, The lost bet. *Italian Sociology Review*, 2(2), 106-115.
- Chapin, S. (1935). *Contemporary American institution*. New York: Harper and Bros.
- Cockerham, W. C. (1997). The social determinants of the decline of life expectancy in Russia and Eastern Europe: a lifestyle explanation. *Journal of Health and Social Behavior*, 38(2), 117-130.
- Dortier, J.F. (2002). Pierre Bourdieu, Anthropologist, Sociologist (1930-2002). *Journal of Anthropology*, 1(1), 225-234.
- Eurofound (2012). *European quality of life survey*. Retrieved from <https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-quality-of-life-surveys/european-quality-of-life-survey-2012>
- Fazeli, M. (2003). *Concupation and life style*. Qom, Iran: Sobhe Sadegh.
- Fazeli, N. (2020). Happiness and lifestyle. *Journal of Anthropological Studies*, 3(3), 188-203.
- Frisby, D., & Simmel, G. (Eds.) (1990). *The philosophy of money*. London: Routledge.
- Furlong, A. (2006). Not a very NEET solution representing problematic labour market transitions among early school-leavers. *Work, Employment and Society*. 20(3), 553-569.
- Gaspani, F. (2018). Young adults NEET and everyday life: time management and temporal subjectivities. *Yong*, 27(1), 69-88.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.



Iranian Cultural Research

Abstract



- Glaser, B. G., & Anselm, L. S. (1999). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. London: Routledge.
- Gronow, G. (1997). *Sociology of taste*. London: Routledge.
- Hezarjaribi, G., & Sobhani, B. (2018). The study of "NEET" and its components in Iran. *Social Development and Welfare Planning*, 10(35), 33-75.
- Holte, B. H., Swart, I., & Hiilamo, H. (2018). The NEET concept in comparative youth research: the Nordic countries and South Africa. *Journal of Youth Studies*, 22(2), 256-272. doi: 10.1080/13676261.2018.1496406
- House of Commons London. (2010). *Young people not in education, training or employment*. Wellington: Ministry of Social Development.
- Jenkins, R.(2002). Social identity (T.Yarahmadi). Tehran, Iran: Shirazeh.
- Josheghani, M.S., Esfidani, M.R., & Shahhosseni, M.A. (2019). Designing the modern Iranian Islamic life of style through grounded theory. *Innovation & Creativity in Human Science*. 9(3), 89-114.
- Khajenoory, B., & Moghaddas. A.A. (2008). A study about the effects of socio-cultural factors on leisure time among high school students in Ābādeh. *Journal of Humanities and Social Sciences*. 8(2), 133-156.
- Lamont, M., Schmalzbauer, J., Waller, M., & Weber, D. (1996). Cultural and moral boundaries in the United States: structural position, geographic location, and lifestyle explanations. *Poetics*, 24(1), 31-56.
- Mahdavicani. M.S. (2011). Religion and lifestyle; A case study of participants in religious meetings. Tehran, Iran: Emam Sadegh University.
- McKee, J. B. (1969). *Introduction to sociology*. USA: Holt Richard & Winston Inc.
- Mirfallah Nasiri. S.N., Delazimi. F., & Taheripour. H. (2019). The status of young people who are not in employment, education or training (NEET rate). *Iranian Journal of Official Statistics Studies*, 30(1), 155-172.
- Mohammadpoor. A. (2012). *Anti-method qualitative research method*. Tehran, Iran: Jame e Shenasan
- Momtaz. F. (2004). Introducing the concept of "Class" from Bourdieu's point of view. *Human Sciences*, (41&42), 149-160.
- Najafi. H., & Sharafoddin. S.H. (2017). Analyzing the Concept of "Lifestyle" from the view Point of Bourdieu. *Marifat*, 231, 41-57.
- Niyazi, M., Norouzi, M., & Asghari Kaviri, A. (2016). A meta-analysis on lifestyle studies in Iran with an emphasis on the study of women and youth. *Journal of Socio-Cultural Changes*, 12(4), 126-166.

- Parandoush, P., Tajik, M. R., & Najafzadeh, R. (2021). The Linkage of the Neoliberal Power-Knowledge System: A Case Study of Thatcherism. *International Political Economy Studies*, 3(2), 303-330. doi: 10.22126/ipes.2020.5490.1285
- Rahmat Abadi, E., & Aghabakhshi, H. (2006). Lifestyle and social identity: The emphasis on youth. *Refah Journal*, 5(20), 235-256.
- Ritzer, G. (1995). *Contemporary sociological theory* (M. Solasi, Trans.). Tehran, Iran: Elmi.
- Russell, L., Simmons, R., & Thompson, R. (2011). Conceptualizing the lives of NEET young people: structuration theory and disengagement. *Education, Knowledge and Economy*, 5(3), 89-106. doi: 10.1080/17496896.2012.662010
- Shirdel, E., Hami Kargar, F., & Anjomshoa, F. (2021). The relationship between social capital and lifestyle with the national identity of teenage girls in Kerman city. *National Studies Journal*. 22(86), 69-87.
- Smith, P. (2001). *Cultural theory; An introduction*. New York: Blackwell Publishers.
- Sobel, M. (1981). *Lifestyle and social structure: concepts, definitions, and analyses*. USA: Academic Press.
- Tanton, C., McDonagh, L., Cabecinha, M. *et al.* (2021). How does the sexual, physical and mental health of young adults not in education, employment or training (NEET) compare to workers and students? *BMC Public Health*, 21, 412. doi: 10.1186/s12889-021-10229-6
- Tavasoli, Gh. (1997). *Sociological theories*. Tehran, Iran: Samt.
- Thorstein. V. (2013). *The theory of the leisure class* (F. Ershad). Tehran, Iran: Ney
- Uchida, Y., & Norasakkunkit, V. (2015). The NEET and Hikikomori spectrum: Assessing the risks and consequences of becoming culturally marginalized. *Frontiers in Psychology*, 6. Doi: 10.3389/fpsyg.2015.01117
- Uth, T.C. (1996). Definitions of life style and its application to travel behavior. *Proceedings from the Annual Transport Conference at Aalborg University*, 1(3). Doi: 10.5278/ojs.td.v3i1.3996
- Weber, M. (2003). *Selected works from Max Weber: essays in sociology* (A. Tadayon, Trans.). Tehran, Iran: Hermes.
- Zare, B., & Fallah, M. (2013). The youth life style in Tehran and its determining factors. *Journal of Iranian Cultural Research*, 5(4), 75-105. doi: 10.7508/ijcr.2012.20.004



Iranian Cultural Research

Abstract



مقاله پژوهشی

مطالعه کیفی سبک زندگی «نیت»ها در تهران

احمد نادری^۱

دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۲۸؛ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۴

چکیده

«نیت»ها به‌عنوان افرادی که نه درس می‌خوانند و نه کار و حرفه‌ای دارند، در سال‌های اخیر در مباحث آماري و اجتماعي کشورهای دیگر جایگاه جدیدی را به خود اختصاص داده‌اند؛ هرچندکه سهم ایران در پرداختن به این مفهوم نزدیک به صفر است. این مقاله برای نخستین‌بار به سبک زندگی «نیت»ها پرداخته است. از میان تعاریف مربوط به دو مفهوم «نیت»ها و سبک زندگی، دیدگاه بورديو درباره سبک زندگی به‌عنوان مفهوم مرکزی انتخاب شده است. روش‌شناسی این مقاله کیفی و از طریق ۳۰ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، با نمونه‌گیری هدفمند اکتشافی-زنجیره‌ای و با حداکثر تنوع تا حصول به اشباع انجام شده و تحلیل داده‌ها از طریق نظریه داده‌بنیاد و به‌روش تحلیل تماتیک مورد ارزیابی قرار گرفته است. در نهایت ۵ مقوله اصلی (هویت، زمان‌بندی، مصرف زیستی، مصرف مجازی و سلامت و زیبایی) و ۱۴ مقوله فرعی تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که سبک زندگی «نیت»ها بیشتر حول مسئله هویت‌یابی شکل می‌گیرد. آن‌ها که در گروه‌های اجتماعی غیرهمگن خود عضو نیستند و با مشکل هویت‌یابی مواجه هستند، مصرف زیستی و مجازی، مراقبت از زیبایی و سلامتی و حتی زمان خود در فضای مجازی را صرف نوعی هویت‌یابی می‌کنند. فعالیت‌های جمعی آن‌ها عموماً با سایر «نیت»ها انجام می‌شود که سبک زندگی مشابه هم دارند و پرداختن به ظاهر، از نوع لباس پوشیدن تا جراحی‌های زیبایی برایشان از اهمیت زیادی برخوردار است. اکثر «نیت»ها چشم‌انداز هدفمندی برای آینده ندارند و تنها از لحظه لذت می‌برند. آن‌ها نیازی به مشارکت خود در ساخت آینده نمی‌بینند.

کلیدواژه‌ها: نیت، سبک زندگی، نظریه داده‌بنیاد، هویت

۱. دانشیار انسان‌شناسی، گروه انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

✉ anaderi@ut.ac.ir

۱. مقدمه

انتخاب، جلوه مهمی از زندگی انسان مدرن است. سبک زندگی، نتیجه انتخاب‌هایی است که در بین افراد و گروه‌های مختلف متفاوت است. این افراد با وجود سبک‌های متفاوت زندگی مشابهت معنایی بسیاری در زندگی تجربه می‌کنند. مفهوم سبک زندگی دامنه وسیعی از امور عینی و ذهنی را شامل می‌شود. این مفهوم الگوهای روابط اجتماعی، سرگرمی، مصرف، مد و پوشش را دربرمی‌گیرد و حتی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروهی را که عضو آن است نیز باز می‌نمایاند (باکاک^۱، ۱۳۸۸). این مقاله به مطالعه کیفی سبک زندگی «نیت^۲»ها در تهران می‌پردازد که موضوعی کاملاً جدید در علوم اجتماعی به شمار می‌آید. با توجه به مهاجور ماندن این مفهوم در ایران، ضرورت مطالعه و پژوهش در این زمینه مطرح می‌شود. «نیت»ها به‌عنوان افرادی که نه درس می‌خوانند و نه کار و حرفه‌ای دارند، در سال‌های اخیر در مباحث آماری و اجتماعی کشورهای دیگر جایگاه جدیدی را به خود اختصاص داده‌اند، اما سهم ایران در مجامع بین‌المللی به سبب پرداختن به این مفهوم نزدیک به صفر است. در این جا برای پرداختن به سبک زندگی آن‌ها با سه نوع مسئله اصلی مواجه هستیم که در هر سه بخش، تازگی موضوع نشان‌دهنده اهمیت و ضرورت پرداختن به موضوع آن‌ها است.

بحث نخست درباره تعریف «نیت» و تعیین حدود برای آن در موضوع پژوهش است. بحث دوم مسئله سبک زندگی است که این مفهوم نیز از مفاهیم متأخر حوزه علوم اجتماعی به‌شمار آمده و هنوز تعریف دقیقی از آن وجود ندارد. در نهایت، روش‌شناسی پژوهش که به شیوه کیفی انجام می‌شود و در تحقیقات مرتبط با شناخت سبک زندگی به‌ندرت استفاده شده است. مسئله اساسی در این مقاله علاوه بر شناسایی «نیت»ها و مطالعه روزمرگی آن‌ها، شناخت سبک زندگی آن‌ها و ارائه مقولات اصلی آن و پیکره‌بندی این مقولات است. تاجایی که بتوان از مجموع یافته‌ها به تشریح و شناخت درستی از این افراد دست یافت. مسلماً اجرای این مقاله را می‌توان آغاز راهی بسیار طولانی در شناخت، مطالعه و تحلیل این گروه از جوانان در ایران دانست.



1. Bockck
2. NEET

۲. پیشینه پژوهش

هرچند در حوزه سبک زندگی تا کنون پژوهش‌های قابل توجهی صورت گرفته است اما در حوزه «نیت»‌ها تحقیقات انجام شده به شمار انگشتان دست هم نمی‌رسد و و به حوزه علوم اجتماعی تعلق ندارد؛ بنابراین، برای مطالعه پیشینه پژوهش علاوه بر نام بردن از مطالعات انجام شده در این حوزه تنها به مطالعه پیشینه پژوهش در حوزه سبک زندگی خواهیم پرداخت.

میرفلاح نصیری و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله «وضعیت جوانان غیرشاغل که در حال تحصیل یا مهارت‌آموزی نیستند»، به بررسی وضعیت این گروه در ایران پرداخته و با استفاده از داده‌های آماری سرشماری‌های موجود به جمعیت این گروه به تفکیک استان پرداخته و در نهایت پایین بودن تعداد جمعیتی «نیت»‌ها در برخی استان‌ها را نتیجه گذار سالم از تحصیل اجباری به بازار کار و بالابودن جمعیتی این گروه در برخی استان‌های دیگر را نتیجه به حاشیه‌رانی جوانان دانسته است.

جوشقانی و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله «بررسی طراحی مدل نوین سبک ایرانی-اسلامی» با روش کیفی و رویکرد مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد و با فرایند کدگذاری نظری، ۶۲ مفهوم را در ۴ مقوله اصلی دسته‌بندی کرده است. نگارندگان در نهایت نشان می‌دهند، عوامل محیطی، فردی، انسانی و ارزش‌ها در قومیت‌های متفاوت از ارزش‌های متفاوتی برخوردارند.

هزارجریبی و سبحانی (۱۳۹۷)، در مقاله «بررسی «نیت» و مؤلفه‌های زمینه‌ساز آن در ایران»، به تعریف مفهوم «نیت» و زیرگروه‌های آن و بررسی مؤلفه‌های زمینه‌ساز آن در ایران پرداخته‌اند. روش انجام پژوهش، کیفی بوده و از اسناد و داده‌های مربوط به بازار کار ایران و منابعی چون مرکز آمار ایران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی و سازمان بین‌المللی کار استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد نرخ «نیت» در ایران حدود ۲۳ درصد و این نرخ در زنان ۲/۵ برابر مردان است. همچنین افراد ۲۹-۲۵ ساله دارای تحصیلات کارشناسی بیشتر در معرض «نیت»‌شدگی قرار دارند. به علاوه، عوامل سیاسی مانند سیاست‌های توسعه‌ای دولت‌ها، سیاست‌های





جمعیتی آموزشی نامناسب و عدم اجرای درست طرح‌های اشتغال از جمله وام خوداشتغالی و ... موجبات افزایش نسبت «نیت» در جمعیت جوان ایران را فراهم آورده‌اند.

نیازی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش «فراتحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان»، ابتدا بحث مفصلی از تعریف مفهوم سبک زندگی ارائه داده و سپس با روش فراتحلیل به بررسی سبک زندگی زنان و جوانان پرداخته است. از نظر او در پژوهش‌های داخلی نوعی تقلیل سبک زندگی به مؤلفه‌هایی چون مصرف و اوقات فراغت انجام شده و اغلب آن‌ها با روش‌های کمی به انجام رسیده‌اند.

زارع و فلاح (۱۳۹۱)، در مقاله «بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن»، که به روش کمی صورت گرفته است، تأثیر مواردی مانند سرمایه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مصرف مادی و فرهنگی، فعالیت فراغتی و سؤالات زمینه‌ای از طریق پرسشنامه مورد مطالعه واقع شده‌اند.

رحمت‌آبادی و آقابخشی (۱۳۸۵)، در مقاله «سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان» که با روش دلفی به انجام رسیده است، به شاخص‌های پایه پیوند دهنده سبک زندگی و هویت می‌پردازد. فابیو گاسپانی^۱ (۲۰۱۸)، در مقاله «جوانان نیت و زندگی روزمره: مدیریت زمان و ذهنیت‌های زمانی»، به واقعیت روزمره و مدیریت زمان روزمره «نیت»‌هایی می‌پردازد که در پروسه تحصیل، اشتغال یا آموزش ایتالیا سهیم نیستند. وی در این مقاله استراتژی‌های زمانی و سازمان فعالیت این افراد را در روز نمایش می‌دهد و خاطر نشان می‌کند که این افراد ساختار زمان، خود را در رابطه با تعاملات روزمره‌شان، مهم می‌پندارند. این مطالعه با دستیابی به جدول زمان‌بندی زندگی روزانه، به فهم مشکلات «نیت»‌ها در مدیریت زمان و عاملیت آن‌ها در زمان‌بندی‌ها می‌پردازد.

اوچیدا و اوراساکونکیت^۲ (۲۰۱۵)، در مقاله «طیف نیت و هیکیکوموری^۳: ارزیابی خطرات و پیامدهای به حاشیه رانده شدن فرهنگی»، طیفی از تمایلات روان‌شناختی مرتبط

1. Fabio Gaspani
2. Yukiko Uchida & Vinai Norasakkunkit
3. Hikikomori

با خطر به حاشیه رانده شدن «نییت»ها را مورد بررسی قرار داده و بر این اساس سه عامل را شناسایی کرده‌اند: ۱) ترجیح سبک زندگی آزادتر و تمایل آگاهانه به عدم انتخاب کارکردن به‌رغم در دسترس بودن شغل؛ ۲) فقدان شایستگی شخصی؛ و ۳) داشتن جاه‌طلبی‌های نامشخص برای آینده.

تنتون^۱ و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهش «سلامت جنسی، جسمی و روانی «نییت»ها در مقایسه با کارگران و دانشجویان، چگونه است؟»، بر اساس مصاحبه‌های انجام شده بین جوانان ۱۶ تا ۲۴ ساله (۱۷۲۹ مرد و ۲۱۴۰ زن) که بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲ در سومین نظرسنجی ملی بریتانیا در مورد نگرش‌ها و سبک زندگی انجام شده است، از رگسیون لجستیک چندمتغیره برای بررسی ارتباط بین «نییت» بودن (نسبت به کارگر یا دانشجو) و رفتارها و پیامدهای خطر در حوزه‌های سلامت جسمی، جنسی و روانی استفاده کرده و سپس به خوشه‌بندی رفتارهای مخاطره‌آمیز و پیامدهای سلامت آن پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داده است که مصرف سیگار و مواد مخدر بین مردان «نییت» بیشتر بوده و در حوزه سلامت جنسی، زنان «نییت» میزان بارداری برنامه‌ریزی نشده بیشتری را گزارش کرده‌اند. به‌طورکلی در تمامی حوزه‌های سلامت، ضعف سلامتی بین زنان «نییت» از میزان بالاتری برخوردار بوده است.

۳. چارچوب مفهومی

با توجه به وجود تعاریف متعدد سبک زندگی و نو بودن مفهوم «نییت»، همچنین استفاده از رویکرد نظریه داده‌بنیاد در این مقاله، استفاده از مبانی نظری در این خصوص بایسته نیست. گذشته از تعاریف متعددی که در باب سبک زندگی وجود دارد، مبنای تعریفی ما برای سبک زندگی در این مقاله بر اساس نظریات بوردیو در نظر گرفته شده تا تحلیل و نتیجه‌گیری وفادار به یک تعریف خاص بوده و دچار تشتت و آشفتگی نباشد. با این وجود به بخشی از تعاریف مرتبط با سبک زندگی که امکان تحلیل درست نتایج را فراهم آورد، پرداخته شده است.

1. Tanton





مفهوم «نیت» مخفف تعریف فردی است که «نه کار می‌کند، نه درس می‌خواند و نه حرفه و فنی می‌آموزد»^۱. این مفهوم به‌عنوان شاخص کلیدی ارزیابی سیاست‌های آموزشی، مهارتی و اشتغال نوجوانان و جوانان بسیار متأخر به شمار می‌آید. «نیت» برای نخستین بار در سال ۱۹۹۹ و در کشور انگلستان، مطرح و سپس توسط برخی سازمان‌های بین‌المللی و سایر کشورها با تغییراتی متناسب با وضعیت و شرایط خودشان، استفاده شد. شاخص «نیت» در انگلستان برای اطلاق به جوانان ۱۶-۱۸ سال به‌کار می‌رفت که ترک تحصیل زودهنگام داشته و به دنبال مهارت‌آموزی نیز نمی‌رفتند و در نتیجه شاغل هم نبودند (راسل، سیمونز و تامپسون^۲، ۲۰۱۱). پیش از ابداع مفهوم «نیت»، از عبارت «وضعیت صفر^۳» یا «بدون وضعیت^۴» برای توصیف چنین افرادی استفاده می‌شد (فورلانگ^۵، ۲۰۰۶، ۵۶۰). این اصطلاح زمانی در انگلستان مطرح شد که اصلاحات بنیادین مارگارت تاچر^۶، از سال ۱۹۷۰، به بار نشست و جامعه انگلستان وارد فاز جدیدی شده بود. تاچر با تمسک به آرای هایک، وجود خیر عمومی را در سیاست منکر شد، سپس، بنیان هرگونه آرمان جمعی و مشترک را در دولت و اقتصاد تضعیف ساخت. در عوض، او هدف سیاست و اقتصاد را تأمین نگارنده خصوصی تلقی نمود (پرنروش، نجف‌زاده و تاجیک، ۱۳۹۹، ۳۲۱). نتیجه این سیاست‌ها، محروم شدن بسیاری از افراد از حقوق خود، کوتاه و موقت شدن قراردادهای کاری و در نتیجه رهایی تعداد زیادی از کارگران، کارمندان، دانشجویان و جوانان در بازار کار بود. حاشیه امن بسیاری از مشاغل از بین رفت و ریسک و تنش دائمی جایگزین آن شد. ازسوی دیگر، تمنای اصلی این نظام اقتصادی، مصرف روزافزون و افسارگسیخته بود. بنابراین، ابداع و تدوین مفهوم و شاخص «نیت» را می‌توان ماحصل شرایط جامعه‌ای دانست که تحت فرایند گفته‌شده قرار داشت.

1. Not in Education, Employment, or Training
2. Russell, Simmons & Thompson
3. status zero
4. no status
5. Furlong
6. Margaret Thatcher



مفهوم «نییت» نسبت وثیقی با نظام و قدرت نئولیبرالی داشته و به نظر برخی محققان زاینده این نظام است (هولت، سوارت، و هیلامو^۱، ۲۰۱۹). هرچند نامتجانس بودن مفهوم «نییت» و دربرگیری آن برای گروه‌های متفاوت جوانان و پرداختن به این مفهوم تنها به‌عنوان شاخصی آماری اقتصادی، سبب می‌شود تا مفهوم جامعه، حتی به‌صورت ضمنی در مورد این مفهوم به چشم نیاید و عوامل ساختاری که نقش عمده‌ای در فرایند «نییت» شدگی ایفا می‌کنند از نظرها پنهان بماند. بومی‌سازی مفهوم «نییت» در سایر کشورها سبب شده است تا تعاریف و مفاهیم و شاخص‌های ثابت و آمار قابل اتکایی برای فهم و مقایسه آن در جوامع مختلف وجود نداشته باشد. در بیشتر کشورهای اروپایی، «نییت» به افراد ۱۵ تا ۲۴ ساله‌ای اطلاق می‌شود که هیچ آموزشی دریافت نمی‌کنند، در هیچ کاری شاغل نیستند و در هیچ نوع کارآموزی مشارکت ندارند (گزارش بررسی کیفیت زندگی در اروپا^۲، ۲۰۱۲). در نیوزلند این مفهوم شامل افراد بین ۱۵-۱۹ ساله را که در حال تحصیل، اشتغال یا مهارت آموزی نیستند است (گزارش مجلس عوام بریتانیا^۳، ۲۰۱۰). در کانادا این مفهوم در مورد جوانان ۱۵-۲۹ ساله‌ای به‌کار می‌رود که خارج از تحصیل بوده و فعالانه به دنبال کار نمی‌گردند. در اسپانیا و مکزیک اصطلاح «نی-نی»^۴ معادل «نییت» به‌کار می‌رود (کاررا^۵، ۲۰۱۲)، به نقل از هزارجریبی و سبحانی، ۱۳۹۷، ۳۷). در ایران نیز در برخی ترجمه‌ها کلماتی مانند بی‌شام (بی‌شغل، بی‌آموزش و بی‌مهارت) یا نشا (نه‌شغل و نه‌آموزش) به‌ازای مفهوم «نییت» به‌کار برده می‌شود. از آنجایی که این مفهوم به‌صورت رسمی توسط نهادهای مربوطه مورد بررسی قرار نمی‌گیرد، اطلاعات مشخصی هم درباره جوانان «نییت» ایرانی در دست نیست. طبق گزارش‌های سازمان بین‌المللی کار، جوانان اولین کسانی هستند که شغل خود را از دست می‌دهند و همچنین آخرین افرادی هستند که شغلی به‌دست می‌آورند. این امر ناشی از عوامل بسیاری از جمله، از دست دادن فرصت‌های شغلی به‌منظور بازآموزی، کمبود تجربه و مهارت است (نصیری و دیگران، ۱۳۹۸، ۱۵۹).

1. Holte, Swart & Hiilamo
2. European quality of life survey
3. House of Common London
4. Ni-Ni
5. Carrera



از دیگر سو مفهوم سبک زندگی یک مفهوم تدقیق شده در مباحث جامعه‌شناسی به شمار نمی‌آید و برای آن تعاریف متعددی وجود دارد. با این وجود شکی نیست که سبک زندگی مفهومی اجتماعی است و از حوزه فردی افراد خارج است. سبک زندگی بر ارزش‌های فردگرایانه بیش از ارزش‌های جمع‌گرایانه تأکید دارد. به بیان دیگر، سبک زندگی جوهری از زندگی است که ما آدم‌ها به کمک انتخاب‌ها و خلاقیت‌هایمان و بر اساس علایق و سلیقه‌مان شکل داده‌ایم (فاضلی، ۱۳۹۹، ۱۹۷). با وجود فقدان تعریف مشترک و دقیق از سبک زندگی، لازم است تا به تعریف این مفهوم از نظرگاه جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان مختلفی که در این حوزه صاحب نظر بوده و یا بر این حوزه تأثیرگذار بوده‌اند بپردازیم.

در ادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی، دو برداشت و مفهوم‌سازی متفاوت شده است که اباذری و چاوشیان به آن پرداخته‌اند. در برداشت نخست، که پیشینه آن به دهه ۱۹۲۰ باز می‌گردد، سبک زندگی نشان‌دهنده ثروت و موقعیت افراد بوده و شاخصی برای تعیین طبقه اجتماعی است (چاپین^۱، ۱۹۳۵). در دومین برداشت، سبک زندگی، شکل اجتماعی مدرنی است که فقط از طریق تغییرات فرهنگی مدرن و گسترش فرهنگ مصرف معنا می‌یابد (گیدنز^۲، ۱۹۹۱؛ بوردیو^۳، ۱۹۸۴). در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارها یا هویت افراد، که در تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش است (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱، ۶).

واژه سبک زندگی برای نخستین بار برای اشاره به شخصیت فرد، که در کودکی شکل گرفته و در ادامه حیات، زندگی او را کنترل می‌کند، در آثار آلفرد آدلر^۴ محوریت یافت (آدلر، ۱۹۶۴). این اصطلاح در رویکرد جامعه‌شناسی، در فضای اقتصاد سیاسی و در شرایط حاکمیت اندیشه‌های مارکس شکلی جدید یافت و به مفهومی در جامعه‌شناسی بدل شد. گیدنز ضمن تعریف سبک زندگی، آن را تجلی هویت فردی در جامعه مدرن دانسته و می‌گوید: «سبک زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کمابیش جامع از عملکردهایی تعبیر کرد

1. Chapin
2. Giddens
3. Bourdieu
4. Alfred Adler

که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد چون نه فقط نیازهای جاری او را برآورده می‌کند بلکه روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است، برای دیگران مجسم می‌سازد» (کیدنز، ۱۳۷۸، ۱۲). کیدنز از اشکال متنوعی از مصرف‌گرایی سخن می‌گوید که سبک زندگی افراد را مشخص می‌کند و موجب انتخاب انواع خاصی از غذا، پوشاک، مسکن، عادات کاری، اشکال گوناگون تفریح یا فراغت و انواع دیگری از رفتار منزلت‌جویانه است و بستگی به موقعیت اجتماعی افراد و میزان دسترسی آن‌ها به منابع اقتصادی و فرهنگی دارد (کوکرها^۱، ۱۹۹۷، ۱۲۱).

سبک زندگی از دیدگاه زیمل، راهی است که افراد از طریق آن هویت خود را در رابطه با جامعه تعریف می‌کنند. در واقع، شالوده اصلی بحث زیمل را، ارتباط پیچیده بین سبک زندگی مدرن و نحوه هویت‌یابی افراد تشکیل می‌دهد. سبک‌های زندگی از نظر زیمل، استراتژی‌هایی برای تحقق یافتن تسلط فرهنگ عینی برای زندگی روزمره در جامعه مدرن است (همان، ۱۳۰).

وبلن^۲ سبک زندگی را الگوی رفتار جمعی می‌داند. این رفتارها از جنس رسوم و عادات اجتماعی و روش‌های فکری‌اند. او در پی این مسئله است که افراد چگونه منزلت اجتماعی کسب می‌کنند. به نظر او، ثروت مهمترین عامل کسب منزلت است که باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمود آن مصرف تظاهری و نمایشی است. برای نمونه، افراد با نوع پوشش، آرایش و زیورآلات، خود و طبقه خود را از سایرین متمایز می‌کنند. به نظر او، در ابتدا «فراغت خودنمایانه»، که از راه اشتغال فرد به کارهای غیرتولیدی نمایش داده می‌شد، نشان‌دهنده ثروت فرد بود. کار غیرتولیدی نشان می‌داد که فرد برای فراغت و تفریح کار می‌کند و اشتغال به کار مولد به طبقات پایین‌تر اختصاص دارد (وبلن، ۱۳۹۲). نهاد اجتماعی و مصرف دو مفهوم اساسی اندیشه وبلن به‌شمار می‌آیند. او بشر را ناگزیر از حضور در اجتماع برای تداوم و توسعه زندگی می‌داند و نهاد اجتماعی تبلور نحوه حضور و انطباق فرد با جامعه است (مهدوی کنی، ۱۳۹۰).



1. Cockerham
2. Veblen



تعریف وبر^۱ از سبک زندگی، ارزش‌ها و رسم‌های مشترکی است که به گروه احساس هویت جمعی می‌بخشد (توسلی، ۱۳۷۶، ۶۲). وبر معتقد است، الگوی فرهنگی رفتار و مجموعه‌ای از باورهای هر یک از طبقات اجتماعی، سبک زندگی خود را پرورش می‌دهد و «جهان بینی» متمایزی را به نمایش می‌گذارد. روشی از نگاه به زندگی که تجربیات اجتماعی ویژه خود و روابطش را با دیگر گروه‌های اجتماعی بیان می‌کند (مک‌کی^۲، ۱۹۶۹، ۲۷۵). از دیدگاه وبر، هر گروه منزلتی از اعضای خود انتظار دارد تا سبک زندگی خاصی را دنبال کنند. از نظر او، نقش تعیین‌کننده سبک زندگی چنان است که یا از درون گروه‌های منزلتی آغاز می‌شود و یا به وسیله آن‌ها تداوم می‌یابد (وبر، ۱۳۸۲، ۲۲۱). بنابراین، وبر سبک زندگی را نه معادل قشر اجتماعی بلکه معرف آن می‌شناسد (یوث^۳، ۱۹۹۶ به نقل از نیازی، نوروزی، و عسگری کبیری، ۱۳۹۴).

با وجود ارائه تعاریف متعدد از مفهوم سبک زندگی، شاید بوردیو را بتوان بهترین فرد درباره نظریه‌پردازی در حوزه سبک زندگی دانست. او با بسط اندیشه‌های زیمل و وبر، سبک زندگی را بازتاب منزلت اجتماعی دانست. بوردیو به تحلیل انتخاب‌های سبک زندگی پرداخته است. او در کتاب تمایز به نقد سلايق می‌پردازد و مشخص می‌کند که چگونه گروه‌های خاص - به ویژه طبقات خاص اقتصادی و اجتماعی - انواع کالاهای مصرفی، روش ارائه خوراک و غذا خوردن، لباس پوشیدن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را به کار می‌گیرند تا روش مجزای زندگی خویش را مشخص کنند. بوردیو بر این باور است که مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست (باکاک، ۱۳۸۸، ۹۷-۹۲). برای درک درست از آنچه بوردیو در باب سبک زندگی مطرح می‌کند بایستی ابتدا با مفاهیم مطرح‌شده از طرف او که از طریق آن‌ها به مفصل‌بندی سبک زندگی و ارائه نظریه در مورد آن می‌پردازد آشنا شویم.

1. Weber
2. McKee
3. Uth



بنیادی‌ترین اصطلاح بوردیو در ارتباط با سبک زندگی، عادت‌واره^۱ است. عادت‌واره محصول اجتماعی شدن و تربیت در محیط‌های رسمی و غیررسمی است که فرد آن‌ها را تجربه می‌کند. فرد از مجرای فرایندهای یادگیری آگاهانه و ناآگاهانه و دریافت‌های مستقیم و غیرمستقیم، از طریق خانه، مدرسه و سایر عوامل و مجراهای تعلیمی و تربیتی، آن‌را به تدریج، به صورت ناخودآگاه درآورده و سپس به شکل استعداد ظاهراً طبیعی برای تحول آزاد در محیط استفاده می‌کند (ریتزر^۲، ۱۳۷۴، ۷۲۱؛ دورتیه^۳، ۱۳۸۱). «سلیقه» دومین مفهوم اساسی بوردیو در ارتباط با سبک زندگی است که آن‌را زاینده سبک زندگی می‌داند و آن‌را محوری برای نگارش کتاب معروف تمایز قرار داده و از آن به عنوان «ترجیحات آشکار» یاد می‌کند. بوردیو سلیقه را امری اکتسابی و مبنایی برای تمایز اجتماعی می‌شناسد. بوردیو فضاهای اجتماعی و موقعیت افراد در آن‌ها را مبنای شکل‌دهی به سلیقه می‌داند. بنابراین، سلیقه را نه اختیاری، بلکه نوعی انتخاب جبری می‌توان در نظر گرفت که حاصل قرارگیری فرد در نظام قشربندی است (ر.ک: برزانو و جنووا^۴، ۲۰۱۵).

بوردیو باور دارد که سلیقه، نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی است و طبقات و گروه‌های شغلی متفاوت، سلیقه‌های گوناگون در موزیک و غذا و... دارند (اسمیت^۵، ۲۰۰۱، ۱۳۷). از نظر او، تأثیرگذارترین مسئله در سلیقه و سبک زندگی، میزان و کیفیت سرمایه است؛ چراکه فضای اجتماعی به وسیله دو اصل متمایز، یعنی «سرمایه اقتصادی» و «سرمایه فرهنگی» سامان داده می‌شود. نحوه توزیع این دو سرمایه مشخص‌کننده و معرف جریان‌های مخالفی است که خطوط اصلی شکاف و تضاد را در جوامع پیشرفته مستحکم کرده، از آن حمایت می‌کنند (نجفی و شرف‌الدین، ۱۳۹۵، ۴۹). مفاهیم دیگری چون، انواع سرمایه، میدان و... در ادبیات بوردیو نقش اساسی را در ساخت سبک زندگی و چگونگی آن ایجاد می‌کند که در نهایت موجب «تمایز» و نه «تفاوت»، میان افراد و گروه‌ها

1. Habitus
2. Ritzer
3. Dortier
4. Berzano & Genova
5. Smith



در فضای اجتماعی می‌شود. در تحلیل بوردیو، مطابق با هر میدان، سرمایه‌هایی شکل می‌گیرد که سبک‌های زندگی گوناگون را به صورت عادت‌واره به وجود می‌آورد (خواججه‌نوری و مقدس، ۱۳۸۷، ۱۱). بوردیو معتقد است که عاملین اجتماعی تحت‌تأثیر تجربیات گذشته دارای عادت‌واره‌هایی هستند که به نظام‌های پیش، سلیقه و قضاوت مربوط می‌شود و آن‌ها را قادر به انجام اعمال روزانه تحت تأثیر دانش عملی می‌سازد. یعنی از طریق عادت‌واره می‌توانند به شرایط اجتماعی پاسخ داده و محرک‌های مرسوم عمل را مورد استفاده قرار دهند (ممتاز، ۱۳۸۳، ۱۵۵؛ فاضلی، ۱۳۸۲، ۳۶). بوردیو سبک زندگی را نتیجه عادت می‌داند. او معتقد است تمام آنچه اطراف انسان را فراگرفته مانند مسکن، اثاثیه، کتاب‌ها و... بخشی از سبک زندگی او هستند. بوردیو همچنین سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند (بوردیو، ۱۹۸۴، ۲۸۵). او سبک زندگی را ناشی از ذوق و سلیقه فرد می‌داند که بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت بخشیده و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کند. بنابراین، سبک زندگی را موضوعی برای تمایزبخشی دانسته و می‌گوید: «سبک زندگی دارای‌هایی است که به وسیله آن، اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف خودشان را با یا بدون قصد تمایز می‌بخشند» (همان، ۲۴۹).

مفهوم سبک زندگی بوردیو که منشأ طبقاتی دارد، مفهوم مرکزی ما را شکل داده است. از نظر او، هر طبقه لباس خاصی می‌پوشد، نوشیدنی خاص می‌خورد، اوقات فراغت و ورزش متفاوتی دارد (گرونو، ۱۹۹۷، ۲۱). در نهایت می‌توان گفت، انتخاب‌های افراد برای مصرف، سبک زندگی او را می‌سازند و از طریق همین سبک زندگی است که فرد انواع هویت خود را می‌سازد و آن را تأیید و تصدیق می‌کند (شیردل، حامی‌کارگر، و انجم شعاع، ۱۴۰۰، ۷۲).

۴. روش

مقاله حاضر، حاصل تحقیقی کیفی و مبتنی بر رویکرد نظریه داده‌بنیاد است. بنابراین، با اتکای به بنیان‌های پارادایم تفسیری-برساختی، ضمن پرهیز از فرضیه‌سازی و نظریه‌آزمایی، پرسش‌های بنیادین طرح، و الگوی داده‌ای استخراج می‌شود. در این مقاله، از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. افراد مشارکت‌کننده، شامل ۳۰ نفر منتخب مجرد از سنین ۱۷ تا ۲۵ سال هستند. ۱۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان پسر و ۱۲ نفر دختر بوده‌اند. شیوه نمونه‌گیری هدفمند اکتشافی-زنجیره‌ای است که نوعی نمونه گلوله‌برفی است و افراد پس از اعلام رضایت جهت شرکت در پژوهش و اعلام امانت‌داری پژوهشگر تحت مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته به مدت زمان یک ساعت قرار گرفتند. در حین انجام مصاحبه، پژوهشگر با پرسش سؤال‌های راهنما، صحت برداشت خود را از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان کنترل کرده است. پژوهشگر در فرایند نمونه‌گیری از شرکت‌کنندگان، داده‌ها را مورد تحلیل قرار داده است تا مواردی که ناقص بوده را با دریافت اطلاعات جدید از شرکت‌کننده جدید کامل کند. بعد از انجام ۲۰ الی ۲۵ مصاحبه، عوامل اصلی و فرعی در مصاحبه‌های قبلی تکرار و پژوهشگر به اشباع رسیده است.

تئوری داده‌بنیاد به شکل نظام‌مند و بر اساس داده‌های واقعی تدوین می‌شود. این روش در مواردی کاربرد دارد که دانش ما در آن زمینه‌ها محدود است. این روش به جای پیش‌فرض‌های نظری به داده‌های میدانی اولویت می‌دهد. در نهایت، تحلیل نهایی داده‌ها، به روش تحلیل تماتیک مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. در تحلیل تماتیک، داده‌ها کدگذاری و تحلیل می‌شود (گلایزر و استراوس^۱، ۱۹۹۹، ۶۶). در این طرح مراحل تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده و در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شده است. در مرحله اول ابعاد اصلی و مؤلفه‌ها بر اساس فرایند کدگذاری باز و محوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی انجام عمل پالایش، کدهای مفهومی ارائه و اولویت هر یک از عوامل بر اساس فراوانی مفاهیم ذکرشده در مصاحبه‌ها مشخص شد. مفاهیم، واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز و محوری هستند. هنگام



تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها، مفاهیم از طریق کدگذاری، به‌طور مستقیم از رونوشت مصاحبه شرکت‌کنندگان ایجاد شده‌اند. رونوشت مصاحبه‌ها برای یافتن مقوله‌های اصلی و فرعی و میزان اهمیت و اولویت آن‌ها به‌طور منظم مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌ها در سطح جمله و عبارت برای هر یک از مصاحبه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته و کدهای مفهومی از رونوشت مصاحبه‌ها استخراج شده است. با استخراج کدهای مفهومی مشترک و با پالایش و حذف موارد تکراری، مفاهیم شناسایی و در قالب مقوله‌های فرعی (مؤلفه‌ها) سازماندهی شدند. پس از مطالعه، جنبه‌های مختلف و تعیین ارتباط بین مقوله‌ها و مسیریابی شرطی، مرحله کدگذاری محوری به پایان رسید و در گام نهایی تحلیل، کدگذاری گزینشی و الگوی نهایی انجام شده است.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

کد	جنسیت	سن	منطقه زندگی	نحوه زندگی	مشخصات ظاهری		
					توی قابل دید	پیرسینگ	زیرآلات
لباس دارای نماد							
۱	پسر	۲۱	۲	با خانواده	*	-	*
۲	دختر	۲۴	۱۷	با خانواده	-	-	-
۳	پسر	۲۵	۱۱	با خانواده	*	-	-
۴	دختر	۱۷	۴	با خانواده	*	-	*
۵	پسر	۲۲	۱۰	تنها	*	-	-
۶	پسر	۲۱	۱۱	تنها	*	-	-
۷	دختر	۲۵	۲	با خانواده	-	-	*
۸	پسر	۲۰	۵	با خانواده	*	-	-
۹	پسر	۲۲	۴	تنها	*	-	*
۱۰	پسر	۲۰	۱۳	با خانواده	*	-	*
۱۱	دختر	۱۹	۱۷	با خانواده	-	-	-
۱۲	دختر	۲۱	۱۳	با خانواده	-	-	-
۱۳	پسر	۱۹	۱۱	با خانواده	*	-	*
۱۴	پسر	۱۹	۱۳	با خانواده	-	-	-
۱۵	پسر	۱۹	۵	تنها	*	*	*
۱۶	پسر	۲۵	۱	تنها	*	*	*
۱۷	دختر	۱۷	۱۷	با خانواده	-	-	-
۱۸	پسر	۲۱	۲	تنها	*	-	*





کد	جنسیت	سن	منطقه زندگی	نحوه زندگی	مشخصات ظاهری		
					توی قابل دید	پیرسینگ	زیورآلات
۱۹	دختر	۲۳	۱۱	با خانواده	-	-	-
۲۰	پسر	۲۴	۵	تنها	*	-	*
۲۱	دختر	۱۸	۱۰	با خانواده	-	-	*
۲۲	پسر	۱۹	۱۳	با خانواده	-	-	-
۲۳	پسر	۱۸	۱۷	با خانواده	*	-	*
۲۴	دختر	۲۴	۵	با خانواده	*	*	-
۲۵	پسر	۲۰	۲	تنها	*	-	*
۲۶	دختر	۱۹	۱	تنها	*	*	-
۲۷	پسر	۲۵	۱	تنها	*	*	*
۲۸	پسر	۲۲	۱۷	با خانواده	-	-	-
۲۹	دختر	۱۸	۱۰	با خانواده	-	-	*
۳۰	دختر	۲۲	۲	با خانواده	*	-	*

منبع: مصاحبه‌های میدانی پژوهش

۵. یافته‌ها

پژوهشگر با ثبت ۳۰ متن مصاحبه به ۱۳ مقوله فرعی و ۵ مقوله اصلی (هویت، سلامت و زیبایی، برنامه‌ریزی زمانی، مصرف زیستی و مصرف مجازی) دست یافته است.

جدول ۲. مقولات اصلی و فرعی حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها

مقوله اصلی	مقوله فرعی
هویت	ملال، تنهایی، نیاز به پذیرش
سلامت و زیبایی	مدیریت بدن، بازنمایی فرم
برنامه‌ریزی زمانی	انزوا، اتلاف و سپرگزینی
مصرف زیستی	مدگرایی، بازنمایی، نیاز به توجه
مصرف مجازی	سرگرمی، بازنمایی، سرمایه اجتماعی

۱-۵. هویت

آنچه در این بخش مورد توجه قرار می‌گیرد نه هویت شخصی و تعریف آن، بلکه هویت جمعی است. در واقع «نییت»های مصاحبه شده در این تحقیق با مقوله هویت شخصی مسئله خاصی نداشته‌اند بلکه عموماً آنچه آن‌ها را آزار می‌دهد فقدان هویت اجتماعی و



تلاش برای دست‌یافتن به این مقوله است. هویت اجتماعی تعبیر فرد از خود، در رابطه با دیگران است و بر اساس عضویت در رده‌ها و گروه‌های گوناگون اجتماعی شکل می‌گیرد. در واقع، هویت افراد وابسته به برداشت دیگران از آن‌هاست. همه هویت‌های انسانی حتی هویت فردی که در خویشی تجسم می‌یابد بر اساس نحوه ارتباط با دیگران و تجربه‌های دوران حیات شکل می‌گیرد؛ اجتماعی‌اند چون به معنا مربوط می‌شوند و معنا نتیجه توافق و عدم توافق و موکول به جمع است. به علاوه، هویت اجتماعی شخص هیچ‌گاه تمام شده نیست و مدام در معرض تغییر و تحول و بازنگری است (جنکینز، ۱۳۸۱، ۴۵).

«نییت»‌ها به سبب عدم عضویت در گروه‌های مختلف بسیار محدود بوده و تنها در گروه دوستان طبقه‌بندی و هویت‌یابی می‌شوند. آن‌ها عموماً با خانواده خود به سبب عدم فعالیت هدفمند یا مثرتر درگیری‌های فراوان دارند و نیازمند گرفتن تأیید از اطرافیان و ساختن هویت جمعی برای خویش هستند:

«پدر و مادرم از وضعیتی که دارم ناراحتند. مدام درباره آینده از من سؤال می‌کنند و نگرانند. مادرم اغلب مرا با بچه‌های هم‌سن و سال فامیل مقایسه می‌کند. البته آن‌ها هم شغلی ندارند اما یا مشغول به تحصیلند یا بعضی‌ها در فعالیت‌های ورزشی مقام آورده‌اند. حتی پدر و مادرم گاهی بر سر بی‌هویتی من با هم دعوا می‌کنند. مادرم می‌گوید هرطور شده باید در یک دانشگاهی ولو بدون کنکور ثبت نام کنم که لااقل در جواب سؤال فامیل بتواند بگوید من دانشجوی هستم، اما پدرم مخالف است و می‌گوید دانشگاه هم بروم دو سه ترم بعد اخراج می‌شوم.» (از متن مصاحبه امیر، ۲۲ ساله).

«نییت»‌ها به علت نداشتن ویژگی‌هایی مانند تحصیلات و شغل، در شکل‌گیری هویت از نظر دیگران اعتباری ندارند:

«اون چیزی که مهمه اینه که ما اعتباری نداریم. یعنی برای دیگران تعریفی نداریم. یعنی مثلاً بقیه با یک چیزی معرفی می‌شن ولی من نه! همیشه از همین ناراحتم که به غیر از مینا بودن، خوب، چه چیزی دارم. مثلاً دختر عمه‌ام پزشکه یا خواهرم آرایشگر ولی من مینای خالی هستم. حتی خانه‌داری هم بلد نیستم که مینای خانه‌دار باشم. چندبار سعی

کردم حرفه‌ای را یاد بگیرم اما حوصله‌اش را ندارم. کلاس‌ها عموماً صبح زود برگزار می‌شود و من اصلاً نمی‌تونم از خواب صبح بزنم» (از متن مصاحبه مینا، ۲۲ ساله).

ملال. بسیاری از مصاحبه‌شوندگان درباره نحوه زندگی خود احساس ملال می‌کنند. آن‌ها از یک زندگی تکراری خسته‌اند اما برای بهبود آن کاری نمی‌کنند یا برای تصمیم‌گیری دچار سردرگمی هستند. آن‌چه این ملال را تشدید می‌کند بحرانی است که برای تعریف خود به‌عنوان هویت اجتماعی با آن روبه‌رو هستند: «من از دوم دبیرستان دیگه مدرسه نرفتم. درواقع ثبت نام می‌کردم اما آنقدر غیبت داشتم که اصلاً مدرسه را از نزدیک نمی‌دیدم. پدرم کلی هزینه کرد تا تونستم دیپلم بگیرم. بهتره بگم دیپلم را خریدم. سربازی هم نرفتم. درواقع دلیلی نمی‌دیدم که برم سربازی. نه کار دولتی وجود داشت و نه پدرم پولی می‌داد که من مغازه بزنم. به دلیل تضاد با موتور و بعدش هم کرونا باشگاه هم تعطیل شد. الان فقط خونه هستم. به هیچ گروه دوستی تعلق ندارم. با کسی توی فامیل نمی‌جوشم و عقایدم با همه متفاوت. از آدم‌ها فرار می‌کنم چون دلم نمی‌خواد مدام نصیحتم کنن یا هی بپرسن که چکار می‌کنی. ولی واقعاً از این زندگی حالم به‌هم می‌خوره خیلی تکراری و خسته‌کننده است. دلم می‌خواد مهاجرت کنم حداقل دیگه لازم نیست به پرسش‌ها درباره خودم جواب بدم» (از متن مصاحبه سعید، ۲۵ ساله).

تنهایی. تنهایی از دیگر مواردی است که علاوه بر فشار بی‌هویتی، ملال و مشکلات روحی را برای برخی از این افراد به‌وجود آورده است: «من تا دیروقت پای کامپیوتر بیدارم و فیلم می‌بینم. گاهی هم بازی می‌کنم. روزها تا غروب می‌خوابم و بعدش یه ناهاری می‌خورم و دوباره می‌رم اتاق خودم. پدرم درآمد چندانی نداره که بتونم بیرون برم یا دوست داشته باشم. همه این‌ها خرج داره. از بازی و فیلم‌دیدن لذت می‌برم و تنها چیزی که اذیتم می‌کنه سؤال‌های مکرر خانواده است که بالاخره تو چه کار می‌خوای بکنی؟ تنهایی هم البته ناراحت‌کننده می‌کنه بالاخره هرکسی نیاز داره که با عده‌ای که همفکرش هستن هم‌صحبت باشه» (از متن مصاحبه محسن، ۲۰ ساله).

نیاز به پذیرش. «نیست»ها به‌سبب عدم تعلق به گروه‌های پذیرفته‌شده اجتماعی، به‌سختی از سوی دیگران پذیرفته می‌شوند. آن‌ها هرچندگاه خود را در این مورد مقصر می‌دانند اما





رویکرد ترمیمی در این باره ندارند. رویکرد آن‌ها نادیده‌انگاری و فرار از موقعیت است که به تکرار در مصاحبه‌ها شنیده می‌شود: «خانواده ما اغلب پزشک و جراح هستند. جز یکی از دخترخاله‌ها که مثل من به زور دیپلم گرفت و از یکی از مؤسسات خارجی با پرداخت پول مدرک لیسانس برایش فرستادن. حوصله بقیه را در جمع‌های خانوادگی ندارم. کلاً من حوصله جمع خانوادگی ندارم و بیشتر با رفیق‌ها می‌پریم. چون مدام باید جواب پس بدم که دارم چکار می‌کنم. از نظر اونها آدم باید مدام مشغول یک کاری باشه. خوب من دوست دارم خوش بگذروم و از جوونیم استفاده کنم» (از متن مصاحبه آناهیتا، ۲۳ ساله).

«اونا همش از آدم طلب‌کارن. فکر می‌کنن اگه بابام به من پول می‌ده و من خوش می‌گذروم حتماً باید یه کاری در قبالتش انجام بدم. به من می‌گن تو پسر هستی و باید بالاخره یه کاری بکنی یا مثلاً عموم معتقدن که من یه روزی باعث ورشکستگی بابام می‌شم درحالی‌که بابام یک‌دهم درآمدش هم در ماه خرج من نمی‌کنه. من اصلاً دوست ندارم بهشون جواب پس بدم تو جشن‌ها و مهمونی‌های خانوادگی شرکت نمی‌کنم و اگه مجبور باشم در جمع خانوادگی قرار بگیرم، سعی می‌کنم زیاد باهاشون حرف نزنم» (از متن مصاحبه سینا، ۲۱ ساله).

۲-۵. زیبایی و سلامت

این مقوله شامل میزان خرید لوازم آرایشی و بهداشتی، عمل‌های جراحی زیبایی، الگوی تغذیه، خواب، فعالیت ورزشی و استعمال دخانیات می‌شود که در مصاحبه‌ها درباره آن‌ها اطلاعات زیادی جمع‌آوری شده است.

مدیریت بدن. مقوله زیبایی بیشتر برای دختران قابل اهمیت است درحالی‌که در مقوله سلامت، آنچه در هر دو جنسیت به دست آمده است، نه اهمیت و اصالت به سلامت، بلکه مشغولیت به فعالیت ورزشی جهت بازنمایی بدن به مثابه بخشی از هویت خویش است. چراکه الگوی خواب، مصرف دخانیات و تغذیه در مورد این افراد نشان‌دهنده عدم اهمیت به سلامت فردی می‌باشد. بیشتر دخترانی که در مصاحبه‌ها شرکت داشته‌اند عمل جراحی بینی انجام داده‌اند، همه آن‌ها از خدمات آرایش و کاشت ناخن استفاده کرده و نیمی از آن‌ها تزریق ژل بر روی لب‌ها را آزموده‌اند. اکثر آن‌ها از خدمات تتوی ابرو استفاده کرده و دو نفر از آن‌ها اظهار داشته‌اند که روی بدن خود خالکوبی دارند که نشان‌دهنده

زیبایی هنگام پوشیدن لباس‌های باز در مهمانی‌های زنانه است: «بینی‌ام را دو بار جراحی کردم، همیشه ناخن‌های مرتبی دارم، ژل هم تزریق می‌کنم، گونه هم گذاشتم، روی بدنم هم خالکوبی دارم. خب زیبایی و زیبا دیده‌شدن برام خیلی مهمه. مثلاً همیشه برای ناخن‌هام از زیباترین طرح و رنگ‌ها استفاده می‌کنم» (از متن مصاحبه صبا، ۱۹ ساله).

بازنمایی فرم. اکثر پسرها به باشگاه می‌روند و بخشی از آن‌ها که توانایی مالی ورزش مداوم در باشگاه را ندارند، می‌دوند. هیچ‌کدام آن‌ها هدف خود را از ورزش سلامتی اعلام نکرده‌اند بلکه معتقدند که بدن‌شان باید روی فرم نشان داده شود تا برای جنس مخالف دارای جذابیت باشد، یا احساس پیری و نخوت نداشته باشند: «من هفته‌ای سه روز می‌رم باشگاه که تقریباً هفته‌ای یک و نیم میلیون برام خرج داره، بعضی مواقع که با دوستانم می‌رم سفر دیگه نمی‌تونم برای باشگاه خرج کنم. سالم زندگی کردن خرج داره، شما هر بار می‌ری باشگاه با هزینه غذایی که باید بخوری کلی برات درمیاد درحالی‌که هزینه یک قهوه‌خونه رفتن فقط ۲۰ تومنه. خوب من تا جایی که ممکنه می‌رم باشگاه، اگر نشه می‌رم پارک و می‌دوم. دلم نمی‌خواد بدنم بد دیده بشه. همه می‌گن خوش تیپم و به این خاطر توی مهمونی‌ها خیلی دیده می‌شم و این برام خیلی لذت بخشه» (از متن مصاحبه سینا، ۲۴ ساله).

۳-۵. برنامه‌ریزی زمانی

زمان‌بندی برای زندگی از اصلی‌ترین برنامه‌های زندگی یک فرد است که بر اساس آن نوع و سبک زندگی فرد چیده می‌شود. الگوی خواب و استراحت تمامی مصاحبه‌شوندگان بسیار به هم ریخته است و ساعت بیولوژیکی‌شان با عموم مردم عادی متفاوت است. آن‌ها حدود ساعت ۴ تا ۵ صبح به خواب می‌روند و اغلب تا حدود ۴ و ۵ عصر در خواب به سر می‌برند. و روز خود را تازه در غروب آغاز می‌کنند: «من رسماً جغدم. چون وقتی همه دارن از خواب بیدار می‌شن من دارم می‌رم که بخوابم» (از متن مصاحبه میترا، ۲۲ ساله)

اکثر آن‌ها علت دیرخوابی خود را عدم رویارویی با خانواده و جلوگیری از سؤال و جواب مطرح کرده‌اند. بخشی نیز زندگی شبانه را لذت‌بخش توصیف کرده و گفته‌اند در این ساعات از آرامش بیشتری برخوردار هستند. در این میان بخشی که از شرایط اقتصادی بهتری برخوردارند پاتوق خود را کافه معرفی کرده‌اند؛ درحالی‌که این پاتوق برای افراد با



درآمد متوسط یا پایین، قهوه‌خانه می‌باشد. مصرف قلیان و سیگار در اکثر قریب به اتفاق این جوانان، فارق از جنسیت آن‌ها تکراری است.

انزواطلبی، اتلاف و سپرگزینی. انزواطلبی «نیت»ها در برابر سایرین، موجبات زمان‌بندی اتلافی آن‌ها را پدید می‌آورد و آن‌ها نحوه‌ی زمان‌بندی زندگی روزمره خود را چنان انجام می‌دهند که از ساعات خواب و بیداری خود به‌صورت سپری در برابر پاسخگویی یا رویارویی خود در برابر اهل خانه استفاده کنند: «خوب من چه ناراحت بشم چه نه باید بپذیرم که همش دارم و قتم رو تلف می‌کنم. اما سؤال مهم اینه که دیگران آیا وقت تلف نمی‌کنن؟ مثلاً یک کارمند که از صبح تا ۶ عصر می‌ره سر کار واقعاً در ماه چقدر داره کار مفید انجام می‌ده؟ شاید در مجموع دو روز. همه اینو می‌دونن ولی هیچکس ازش نمی‌پرسه که چرا وقت تلف می‌کنی؟ چون داره در برابرش یک حقوقی دریافت می‌کنه که خیلی هم پذیرفته شده است. خوب من دارم با دوستام می‌چرخم. سفر می‌رم مهمونی می‌رم و شادم. بیشتر وقتم توی آرایشگاه می‌گذره و تقریباً یک روز درمیون می‌رم آرایشگاه چون دلم نمی‌خواد بهم ریخته باشم و دوست دارم همیشه میکاپ داشته باشم. این برای من سرزندگی و شادی میاره. جالبه که وقتی یک زن کارمند از سر کار برمی‌گرده واقعاً له شده است. ولی مادرم منو که شاد هستم با اونها مقایسه می‌کنه و می‌گه باید وجودت ثمر داشته باشه. یعنی من یا باید پول دربیارم یا باید ازدواج کنم. مسئله اصلی پول نیست. چون من واقعاً تأمین هستم و خانواده‌ام نیاز مالی ندارن اما براشون مهمه که من کاری کنم. برای همین من روزها سعی می‌کردم خواب باشم. مخصوصاً اول روز که مامان و بابا خونه بودن چون دوتایی با هم گیر می‌دادن. من غروب بیدار می‌شدم و قبل از اینکه اونها بیان خونه می‌زدم بیرون. شب‌ها هم دیر وقت برمی‌گشتم. الانم مدت‌هاست خونه گرفتم ولی چون بقیه بچه‌ها مشکل قبلی منو دارن شب‌ها بیداریم مهمونی می‌ریم و خوش می‌گذرونیم» (از متن مصاحبه مهسا، ۱۹ ساله).

«عصر که بیدار می‌شم دیگه تو خونه نمی‌مونم. میرم باشگاه و بعدش با بچه‌ها می‌ریم دور دور، بعدش هم قهوه‌خونه. اونجا ورق یا تخته‌بازی می‌کنیم و بیشتر اوقات هم شرطی می‌زنیم چون خرج قهوه‌خونه زیاده و اگه بخوایم هر روز بریم، باید شرطی بزنیم. اونجا قلیون می‌کشیم و این خودش تفریحه تا دیر وقت» (از متن مصاحبه سامان، ۲۲ ساله).



۵-۴. مصرف زیستی

مصرف زیستی به معنای مصارفی از قبیل خوراک، مسکن و پوشاک نسبت به سایر مصارف اولویت را در تمامی موارد به خود اختصاص می‌دهد. «نیت»ها اغلب در منزل خانواده خود حضور دارند و در مواردی که خانواده از وضعیت اقتصادی بالایی برخوردار باشد، بنا به نوع سبک زندگی خانواده، ممکن است خانه‌ای جدا داشته باشند. در هر صورت هزینه کلیه مصارف آن‌ها بر عهده خانواده است.

بازنمایی. بیشترین هزینه «نیت»ها در مقوله مصرف زیستی، در حوزه خرید پوشاک، اکسسوری و لوازم آرایشی و بهداشتی است. خرید کردن یکی از تفریحات اصلی آن‌ها، خصوصاً در میان دختران، به‌شمار می‌آید. هرچند این موضوع برحسب نوع سرمایه اقتصادی خانوار متفاوت است. با این وجود اولویت مصرف بین آن‌ها شامل خرید لباس و کفش می‌شود. بخش زیادی از این خریدها معطوف به نیاز زیستی نیست و به سبب به نمایش گذاشتن «خود» انجام می‌شود و نوعی نیاز و عطش روحی برای مصرف به‌شمار می‌آید. اغلب «نیت»ها خود بیان می‌کنند به سبب کمبود سرمایه و هویت اجتماعی، تمایل دارند که خود را در چشم دیگران به‌نمایش بگذارند. به عبارتی، کمبودهای ناشی از عدم موفقیت در زمینه‌های دیگر سبب می‌شود تا بازنمایی از خود، به‌عنوان بازنمایی بدن و صورت در قالب لباس‌های غیرتکراری و لوازم آرایشی نوعی لذت برای آن‌ها به‌شمار آید. به‌نوش که از وضعیت اقتصادی بسیار خوبی برخوردار است هزینه ماهانه خرید لباس، کفش و اکسسوری خود را از بهترین پاساژهای تهران و گاهی از کشورهای دبی و لندن به‌طور متوسط ماهانه ۱۵۰ میلیون تومان اعلام کرده است. او معتقد است که تحمل تکراری بودن لباس‌هایش را حتی در خانه هم ندارد.

«معنی ندارد که لباس شسته شود. او در برابر این سؤال که آیا این مسئله اسراف نیست؟ و مسئولیت محیط زیست در قبال این‌همه مصرف چیست؟ می‌گوید: «نه اسراف نیست چون من دوستانی دارم که این لباس‌ها را برمی‌دارند و اونها هم بعد از مدتی (لباس‌ها را) به دوستان دیگری می‌بخشن. ضمناً محیط زیست به من ربطی نداره و همین الان هم وضعش خراب هست.» او می‌گوید: «خیلی از دوستای من با لباس‌ها، ماشین‌ها و حتی اتاق من پز





می‌دن. در واقع یکیشون که خونه‌شون سعادت‌آباده با پورشه و ساعت من عکس می‌ندازه و لوکیشن فرمانیه می‌ذاره و توی پیجش خودشو لاکچری معرفی می‌کنه. خب من حوصله‌شو ندارم ولی اونا کلی فالوور دارن و لذت می‌برن منم کاریشون ندارم. اونا امکانات منو ندارن حتی در بهترین حالت می‌تونن برن ترکیه یا دبی ولی من هر سال سفر اروپایی دارم و از امکانات لذت می‌برم. من هیچ تفاوتی با زن برادرم که یک جراح است ندارم. بیشتر از او لباس می‌پوشم و روی مد می‌گردم. گوشی، ساعت و ماشینی مشابه او دارم. در واقع مسئله اینه که من نباید پاسخ بدم که چه کار می‌خوام بکنم بلکه اونه که باید به خودش جواب بده چرا سال‌ها درس خونده و اینقدر استرس تحمل می‌کنه در حالی که می‌تونست به راحتی شرایطی مثل من داشته باشه» (از متن مصاحبه بهنوش، ۲۲ ساله).

نیاز به توجه. خرید کردن دائم، با مد پیش‌رفتن و پاسخگو نبودن در برابر مصرف بی‌اندازه برای جلب توجه صورت می‌گیرد: «من هر هفته دو روز می‌رم خرید، عموماً پالادیوم، سام سنتر یا گالریا می‌رم بیشتر لباس‌های اسپرت می‌خرم و لوازمی که از پوستم مراقبت کنه. برای پوستم خوب خرج می‌کنم. دیگران فکر می‌کنن تمام این کارهای من جهت جلب توجه است» (از متن مصاحبه مهسا، ۱۷ ساله).

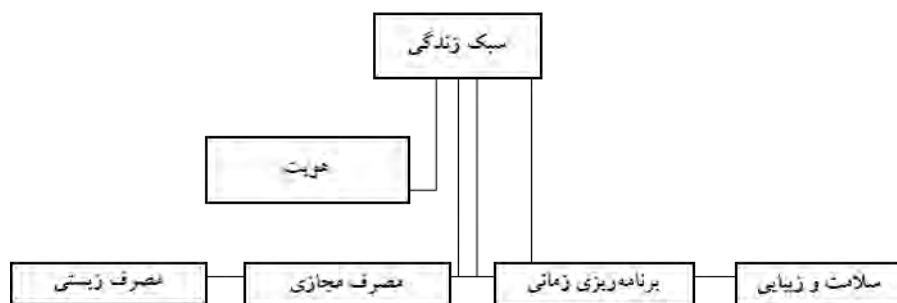
مدگرایی. سینا ۱۹ ساله می‌گوید: «من زیاد خرید نمی‌کنم ولی تیم مهمه، مثلاً پولی که دستم میاد اولویتم اینه که لباس روی مد بخرم، مخصوصاً کفش برام خیلی مهمه. معمولاً دو ماهی یکبار خرید می‌کنم از همین هفت حوض. چند تا رفیق بوتیکی دارم. مردم عقلشون به چشمشونه. دلم نمی‌خواد فکر کنن چون من کار و باری ندارم علاف شدم و به خودم نمی‌رسم. اتفاقاً برعکس می‌خوام بفهمن که خیلی شادم و خیلی هم خوش‌تیپ و روی فرم هستم» (از متن مصاحبه سینا، ۱۹ ساله).

۵-۵. مصرف مجازی

بخش زیادی از مصرف «نیت»ها به مصرف مجازی تخصیص دارد. مصرف مجازی جهت سرگرمی، بازنمایی و کسب سرمایه اجتماعی صورت می‌گیرد. آن‌ها بیش از هر چیز برای اینترنت و کیفیت ارتباطی آن هزینه می‌کنند که این مصرف به چند بخش قابل تقسیم است. دیدن فیلم، بازی آنلاین، استفاده از فضای اینستاگرام. تقریباً تمامی «نیت»ها در

مصاحبه‌ها اذعان داشته‌اند که هر روز از اینترنت فیلم دانلود کرده و می‌بینند. بازی آنلاین بیشتر بین پسرها رایج است. آن‌ها در گروه‌های مجازی بازی آنلاین عضو هستند و از این کار لذت می‌برند. اکثر این پسران، در فضای مجازی در قالب گروه‌های بازیگر مسابقاتی برگزار می‌کنند که مانند سایر علاقمندان به بازی آنلاین برایشان بسیار حیاتی است. استفاده از اینستاگرام و داشتن پیج شخصی نیز در مورد همه آن‌ها صدق می‌کند هرچند کاربردهای متفاوتی دارد. تعداد کمی از آن‌ها هدف از عضویت در اینستاگرام را دیدن سایر پیج‌ها و خبرگرفتن از دوستانی که تمایل ندارند با آنها روبرو شوند اعلام کرده‌اند. اما بیشتر دختران و عده‌ای از پسران این فضا را جایگاهی برای عنوان کردن خودشان و نظراتشان می‌دانند. آن‌ها در این فضا، اغلب، بدون نام بردن از اسم واقعی خود، از آنچه که نیستند ولی تمایل به بودن آن دارند، به‌عنوان یک حقیقت سخن می‌گویند و آن‌را در خلال عکس‌ها و کپشن‌ها بازنمایی می‌کنند و از این طریق توانسته‌اند دوستان و فالورهای کسب کنند که نه تنها آن‌ها را قضاوت نمی‌کنند بلکه به موقعیتشان غبطه می‌خورند. «نییت»ها این دوستان مجازی را جایگزینی برای سرمایه اجتماعی گمشده خود می‌دانند و به آن‌ها بسیار علاقه‌مندند. مصاحبه‌ها نشان می‌دهد، «نییت»ها به هر قیمتی خصوصاً حاشیه‌سازی تمایل دارند که به فالور، لایک و کامنت بیشتری دست یابند: «صفحه من خیلی پرمخاطبه، جدیداً به این فکر افتادم که تبلیغ بگیرم ولی اینقدر مبلغش کمه که خنده‌ام می‌گیره و حوصله شو ندارم. من بیشتر کارهایی که می‌کنم رو توی صفحه می‌زارم حالا با آب و تاب بیشتر. مثلاً همه فکر می‌کنن که من یه سگ دارم درحالی که سگ مال دوستمه و هر وقت لازم باشه ازش فیلم می‌گیرم. یا مثلاً با ماشین دوستم که بیرون می‌رم فیلم می‌گیرم. درباره‌ی روابطم مطلب می‌نویسم و همه منو دوست دارن. خیلی‌ها توی دایرکت و کامنت‌ها به من اظهار دوستی می‌کنن و خوب من خیلی لذت می‌برم» (از متن مصاحبه آتوسا، ۱۹ ساله).





شکل ۱. مدل نهایی یافته‌های پژوهش

۶. بحث و نتیجه‌گیری

در مطالعه حاضر، سبک زندگی «نییت»ها در تهران به‌عنوان مسئله محوری در نظر گرفته شده است. مصاحبه‌ها پس از کدگذاری به ۵ مقوله اصلی تقسیم شد که شامل هویت، سلامت و زیبایی، برنامه‌ریزی زمانی، مصرف زیستی و مصرف مجازی است. این مقاله نشان داد که سبک زندگی «نییت»ها بیشتر حول مسئله هویت‌یابی شکل می‌گیرد. آن‌ها که در گروه‌های اجتماعی غیرهمگن خود عضو نیستند با مشکل هویت‌یابی مواجه‌اند. به‌طور مداوم در مبارزه با خانواده و اطرفیانی هستند که در یک کلام آن‌ها را علاف می‌پندارند و نگران وضعیت زندگی و آینده‌شان هستند. بنابراین، «نییت»ها یا دائماً در حال تنش با خانواده به‌سر می‌برند یا از آن‌ها می‌گریزند. «نییت»ها مصرف زیستی و مجازی، مراقبت از زیبایی و سلامتی و حتی زمان خود در فضای مجازی را صرف نوعی هویت‌یابی می‌کنند که حتی ممکن است در مواردی حقیقی نباشد و فقط نوعی بازنمایی از شیوه زندگی رشک‌برانگیز باشد که منجر به یافتن افرادی در شبکه مجازی می‌شود که آن‌ها را تأیید کنند. چراکه به‌طور مداوم از گرفتن تأیید اطرفیان و خانواده محروم هستند و نیازمند تقویت سرمایه اجتماعی یا برساخت نوعی هویت اجتماعی برای خود هستند.

«نییت»ها به‌علت نداشتن ویژگی‌هایی مانند تحصیلات و شغل که در شکل‌گیری هویت، از نظر دیگران معتبرند، اعتباری ندارند. این موضوع موجبات پدیدآمدن سه موضوع مهم ملال، تنهایی و نیاز به پذیرش را در آن‌ها ایجاد کرده است. ادامه روند زندگی آن‌ها به



سبک موجود و عدم توانایی یا خواست آن‌ها برای تغییر وضعیت موجود، وضعیت «نیت»‌ها در این سه مقوله را تشدید می‌کند.

در مقولهٔ زیبایی و سلامت، کدگذاری مصاحبه‌ها، دو گروه نسبت به زیبایی و فرم تأکید دارند. در این دو گروه آنچه اهمیت دارد، وضعیت اقتصادی فرد یا خانواده اوست. در واقع، وضعیت اقتصادی خانواده در چگونگی سبک زندگی «نیت»‌ها تأثیر بسزایی دارد؛ اگرچه همهٔ آن‌ها مشغول بطالت و تلف کردن زمان خود هستند و شرایط اقتصادی بهتر، تنها به مصرف بیشتر آن‌ها خواهد انجامید. بعضی از این افراد از این‌که در گذشته اشتباهاتی مرتکب شده‌اند که وضعیت‌شان را به این شرایط کشانده (مانند فرار از مدرسه، خودداری از شرکت در دوره‌های آموزشی، عدم تمایل به داشتن شغل و...) اظهار ندامت دارند، هرچند در ادامه جبران آن را لازم ندانسته و یا به زمان دیگری موکول می‌کنند. سبک زندگی «نیت»‌ها برای خودشان لذت بخش است و به سبب حمایت‌های مالی خانوادگی تغییر این وضعیت که برای آن‌ها معادل با سختی، زحمت و چشم‌پوشی از لذت است، حائز اهمیت نیست. اکثر آن‌ها چشم‌انداز هدفمندی برای آینده ندارند و تنها از لحظه لذت می‌برند و همین‌طور نیازی به مشارکت خود در ساخت آینده نمی‌بینند. پاسخگویی به خانواده در قبال امکاناتی که دریافت می‌کنند یا به آشنایان در قبال نوع سبک زندگی که برگزیده‌اند برایشان ناراحت کننده است تا جایی که با تغییر ساعت خواب و بیداری خود، یا شرکت نکردن در مراسم خانوادگی سعی در فرار از پاسخگویی دارند. فعالیت‌های جمعی آن‌ها عموماً با سایر جوانان «نیت» است که سبک زندگی هماهنگی با خودشان دارد و پرداختن به ظواهر، از نوع لباس پوشیدن تا جراحی‌های زیبایی برایشان از اهمیت زیادی برخوردار است.

برنامه‌ریزی زمانی از دیگر مقوله‌های به‌دست‌آمده است. عدم وجود برنامه‌ریزی و به بطالت گذراندن زندگی از مواردی است که در تمامی مصاحبه‌شوندگان مشترک است. انزوایی، اتلاف و سپرگزینی مسائلی است که در این مقوله جای می‌گیرد. انزوای اجتماعی، وضعیت عدم ارتباط کامل یا تقریباً کامل بین یک فرد و جامعه است. این وضعیت با تنهایی متفاوت است، و نشان‌دهندهٔ عدم تماس موقت و غیرارادی با دیگر انسان‌های جهان است. انزوای اجتماعی ممکن است در هر سنی معضلی برای افراد باشد.



از دیگر سو، مشخص نبودن اهداف و فقدان مهارت و توانایی، موجبات اتلاف را برای «نیت»ها فراهم می‌آورد. جایگزینی ساعات خواب و بیداری متداول نوعی سپرگزینی برای «نیت»ها محسوب می‌شود تا خود را از چشم اعضای خانواده و درگیری با آنها در برابر بی‌عملی خویش ایجاد می‌کنند.

چهارمین مقوله احصا شده، مصرف زیستی است که در سه مقوله مدگرایی، بازنمایی و نیاز به توجه دسته‌بندی می‌شود. پوشش کمبودها و نیازهای عاطفی‌ای که به دلیل بی‌عملی یا به عبارت عام‌تر، علاف بودن این گروه، از «نیت»ها دریغ شده و به شکل مداومی آنها را در معرض طردشدگی قرار داده است، موجبات مصرف بیشتر «نیت»ها را با توجیه بازنمایی خود و کسب توجه فراهم آورده است. در نهایت مصرف مجازی در امتداد مصرف زیستی، به همان دلایل ذکر شده، منتهی در عرصه فضای مجازی آخرین مقوله‌ای است که از داده‌ها به دست آمده است. مصرف مجازی به سه گروه، سرگرمی، بازنمایی و دست‌یابی به سرمایه اجتماعی تقسیم شده است. عملاً افرادی که از نظر مالی توانایی جلب توجه یا بازنمایی خود در زندگی روزمره و در عرصه حقیقی زندگی خود را ندارند یا این امکان کمتر برای آنها فراهم است، با ایجاد چهره‌ای غیر واقعی از خود، در عرصه مجازی برای خود ایجاد اعتبار می‌کنند.



- اباذری، یوسفعلی؛ و چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناسی هویت اجتماعی. نامه علوم اجتماعی، ۱۰(۲۰)، ۲۷-۳.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۸). مصرف (مترجم: خسرو صبری). تهران: نشر شیرازه.
- پرندوش، پوریا؛ تاجیک، محمدرضا؛ و نجف‌زاده، رضا (۱۳۹۹). پیوند نظام دانش-قدرت نتولیرال؛ بررسی موردی تاجریسم. مطالعات اقتصاد سیاسی بین‌الملل، ۳(۲)، ۳۳۰-۳۰۳. doi: 10.22126/ipes.2020.5490.1285
- توسلی، غلامعباس (۱۳۷۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). هویت اجتماعی (مترجم: تورج یاراحمدی). تهران: نشر شیرازه.
- جوشقانی، محمداسماعیل؛ اسفیدانی، محمدرحیم؛ و شاه‌حسینی، محمدعلی (۱۳۹۸). طراحی مدل نوین سبک زندگی ایرانی-اسلامی با روش گردن‌توری. نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹(۳)، ۸۹-۱۱۴.
- خواججه‌نوری، بیژن؛ و مقدس، علی اصغر (۱۳۸۷). بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر میزان گذران اوقات فراغت: مورد مطالعه، دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان آباء. پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۲(۲)، ۱۳۳-۱۵۶.
- دوریته، ژان فرانسوا (۱۳۸۱). پی‌یر بوردیو، انسان‌شناس، جامعه‌شناس (۱۹۳۰-۲۰۰۲). نامه انسان‌شناسی، ۱(۱)، ۲۲۵-۲۳۴.
- رحمت‌آبادی، الهام؛ و آقابخشی، حبیب‌اله (۱۳۸۵). سبک زندگی و هویت اجتماعی جوانان. رفاه اجتماعی، ۲۰(۲)، ۲۳۵-۲۵۶.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر (مترجم: محسن ثلاثی). تهران: علمی.
- زارع، بیژن؛ و فلاح، مهدی (۱۳۹۱). بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۴)، ۷۵-۱۰۵. doi: 10.7508/ijcr.2012.20.004
- شیردل، الهام؛ حامی کارگر، فاطمه؛ و انجم شعاع، فاطمه (۱۴۰۰). رابطه بین سرمایه اجتماعی و سبک زندگی با هویت ملی دختران نوجوان شهرستان کرمان. فصلنامه مطالعات ملی، ۲۲(۸۶)، ۸۷-۶۹.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۹). شادی و سبک زندگی. مطالعات مردم‌شناختی، ۳(۳)، ۲۰۳-۱۸۸.
- محمدرپور، احمد (۱۳۹۱). روش تحقیق کیفی ضد روش. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- ممتاز، فریده (۱۳۸۳). معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو. پژوهشنامه علوم انسانی، ۴۱ و ۴۲، ۱۶۰-۱۴۹.





مهجوی کنی، محمدسعید (۱۳۹۰). دین و سبک زندگی: مطالعه موردی مصاحبه‌شوندگان در جلسات مذهبی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

میرفلاح نصیری، سیدنعمت‌اله؛ دل‌عظیمی، فریده؛ و طاهری‌پور، هما (۱۳۹۸). وضعیت جوانان غیرشاغل که در حال تحصیل یا مهارت‌آموزی نیستند (شاخص «نییت»). مجله بررسی‌های آمار رسمی ایران، ۱(۳۰)، ۱۷۲-۱۵۲.

نجفی، حبیب‌الله؛ و شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۵). نقد و بررسی مفهوم سبک زندگی در اندیشه بوردیو. معرفت، ۲۳۱، ۵۷-۴۱.

نیازی، محسن؛ نوروزی، میلاد؛ و عسگری کویری، اسما (۱۳۹۴). فراتحلیلی بر مطالعات سبک زندگی در ایران با تأکید بر مطالعه زنان و جوانان. تغییرات اجتماعی-فرهنگی، ۱۲(۴)، ۱۶۶-۱۲۶.

هزارجریبی، جعفر؛ و سبحانی، بهمن (۱۳۹۷). بررسی NEET و مؤلفه‌های زمینه‌ساز آن در ایران. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۰(۳۵)، ۷۵-۳۳.

وبر، ماکس (۱۳۸۲). دین، قدرت و جامعه (مترجم: احمد تدین). تهران: نشر هرمس.

ویلن، تورستین (۱۳۹۲). نظریه طبقه تن آسا (مترجم: فرهنگ ارشاد). تهران: نشر نی.

Adler, A. (1964). *The practice and theory of individual psychology*. London: Routledge.

Anderson, R., Dubois, H., Leončikas, T., & Sándor, E. (2012). *Quality of life in Europe: Impacts of the crisis*. 3rd European quality of life survey, Luxembourg: Publications Office of the European Union. Rederived from <https://www.eurofound.europa.eu>

Berzano, L., & Genova, C. (2015). *Lifestyles and subcultures: History and a new perspective*. London: Rotledge.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction, a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.

Carrera, L. (2012). The NEET, The lost bet. *Italian Sociology Review*, 2(2), 106-115.

Chapin, S. (1935). *Contemporary American institution*. New York: Harper and Bros.

Cockerham, W. C. (1997). The social determinants of the decline of life expectancy in Russia and Eastern Europe: a lifestyle explanation. *Journal of Health and Social Behavior*, 38(2), 117-130.

Eurofound (2012). *European quality of life survey*. Reterived from <https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-quality-of-life-surveys/european-quality-of-life-survey-2012>

Frisby, D., & Simmel, G. (Eds.) (1990). *The philosophy of money*. London: Routledge.



- Furlong, A. (2006). Not a very NEET solution representing problematic labour market transitions among early school-leavers. *Work, Employment and Society*, 20(3), 553-569.
- Gaspani, F. (2018). Young adults NEET and everyday life: time management and temporal subjectivities. *Yong*, 27(1), 69-88.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- Glaser, B. G., & Anselm, L. S. (1999). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. London: Routledge.
- Gronow, G. (1997). *Sociology of taste*. London: Routledge.
- Holte, B. H., Swart, I., & Hiilamo, H. (2018). The NEET concept in comparative youth research: the Nordic countries and South Africa. *Journal of Youth Studies*, 22(2), 256-272. doi: 10.1080/13676261.2018.1496406
- House of Commons London. (2010). *Young people not in education, training or employment*. Wellington: Ministry of Social Development.
- Lamont, M., Schmalzbauer, J., Waller, M., & Weber, D. (1996). Cultural and moral boundaries in the United States: structural position, geographic location, and lifestyle explanations. *Poetics*, 24(1), 31-56.
- McKee, J. B. (1969). *Introduction to sociology*. USA: Holt Richard & Winston Inc.
- Russell, L., Simmons, R., & Thompson, R. (2011). Conceptualizing the lives of NEET young people: structuration theory and disengagement. *Education, Knowledge and Economy*, 5(3), 89-106. doi: 10.1080/17496896.2012.662010
- Smith, P. (2001). *Cultural theory; An introduction*. New York: Blackwell Publishers.
- Sobel, M. (1981). *Lifestyle and social structure: concepts, definitions, and analyses*. USA: Academic Press.
- Tanton, C., McDonagh, L., Cabecinha, M. et al. (2021). How does the sexual, physical and mental health of young adults not in education, employment or training (NEET) compare to workers and students? *BMC Public Health*, 21, 412. doi: 10.1186/s12889-021-10229-6
- Uchida, Y., & Norasakkunkit, V. (2015). The NEET and Hikikomori spectrum: Assessing the risks and consequences of becoming culturally marginalized. *Frontiers in Psychology*, 6. Doi: 10.3389/fpsyg.2015.01117
- Uth, T.C. (1996). Definitions of life style and its application to travel behavior. *Proceedings from the Annual Transport Conference at Aalborg University*, 1(3). Doi: 10.5278/ojs.td.v3i1.3996