

از دل توئیت‌ها تا واقعیت‌تورم: واکاوی تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران ایرانی توئیتر

عباسعلی شکار دوست^۱؛ سوده مقصودی^۲؛ سعیده گروسی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸

چکیده

تورم، به عنوان یکی از بحران‌های کلیدی اقتصادی ایران، اثرات عمیقی بر زندگی شهروندان گذاشته است و به موضوعی پرتکرار در توئیتر، تبدیل شده است. از این‌رو، واکاوی تجربه‌های زیسته‌ی کاربران ایرانی توئیتر از تورم از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف این پژوهش، بررسی ژرف تجربه‌ی تورم و پیامدهای آن بر زندگی این کاربران است. با بهره‌گیری از روش کیفی و تحلیل محتوای توئیت‌های مرتبط، ۱۷۴ توئیت با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا (۲۰۱۸) دسته‌بندی شدند. یافته‌ها در قالب مقولات فرعی نظیر «بی‌قدرتی مطلق»، «طرد اجتماعی»، «زندگی نباتی»، «فرسایش عواطف»، «سالخوردگی روانی»، «آرزوی مرگ» و «کاهش تاب‌آوری» طبقه‌بندی شدند که در نهایت دو مقوله‌ی اصلی «احساس مسخ‌شدگی» و «شکنجه‌ی نرم» را شکل دادند. این پژوهش فراتر از ابعاد اقتصادی تورم، تأثیرات اجتماعی و روانی آن را برجسته ساخت. نتایج پژوهش نشان داد که تورم در گفتمان کاربران ایرانی، به «استعاره‌ای از فروپاشی» تبدیل شده است: فروپاشی آرزوها، فروپاشی روابط و در نهایت، فروپاشی معنای زندگی. این مطالعه نشان داد چگونه تورم با تخریب «سرمایه‌ی عاطفی» افراد، آن‌ها را به سوی انزوا، بی‌اعتمادی و ازخودبیگانگی سوق داده است و به علاوه، توئیتر نه تنها بازتاب‌دهنده‌ی این رنج‌ها، بلکه به «فضای مقاومت نمادین» در برابر روایت‌های رسمی تبدیل شده است.

۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

Abbasali.shekarooost1372@ens.uk.ac.ir

۲. دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

smaghsoodi@uk.ac.ir

(نویسنده‌ی مسئول).

۳. استاد جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

sgarousi@uk.ac.ir

واژه‌های کلیدی: ایران؛ تورم؛ تجربه‌ی زیسته؛ کاربران ایرانی توئیتر؛ تحلیل محتوای کیفی.

مقدمه و طرح مسأله

یکی از چالش‌های اساسی اقتصاد کلان در جوامع با نظام‌های اقتصادی متفاوت طی دهه‌های اخیر، افزایش نرخ تورم و پیامدهای گسترده‌ی آن بوده است. تورم به عنوان یکی از محوری‌ترین موضوعات در گفتمان‌های اقتصادی و اجتماعی، نه تنها بر شاخص‌های مالی، بلکه بر ساختارهای حیات جمعی نیز تأثیری عمیق برجای می‌گذارد. بر اساس پژوهش‌ها، نوسانات نرخ تورم در یک کشور به یکی از مهم‌ترین اخبار تبدیل شده است که توجه عموم جامعه، از اقشار مختلف را به خود جلب می‌کند (علی‌اولاد، ۱۳۸۷: ۴۴؛ مکی‌پور، ۱۳۹۱: ۴). از منظر اقتصادی، تورم به عنوان «افزایش مستمر و بی‌کنترل سطح عمومی قیمت کالاها و خدمات» تعریف می‌شود که به‌طور عمده ناشی از رشد بی‌قاعده‌ی نقدینگی و اختلال در تعادل عرضه و تقاضا است. این پدیده به ویژه برای گروه‌های کم‌درآمد و حقوق‌بگیران با درآمد ثابت، فشار معیشتی شدیدی ایجاد می‌کند (مونته‌ویرگن، ۲۰۲۵؛ بهارلوئی و افراسیابی، ۱۴۰۱: ۲۸). از سوی دیگر، تورم بالا علاوه بر ایجاد ناآرامی‌های اقتصادی، کارایی نهادهای قانونی و مدیریتی را تضعیف کرده است و مانعی برای تحقق عدالت اجتماعی است (رهگذر، ۱۳۸۹: ۳). این مسأله در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، به جای آنکه یک چالش مقطعی باشد، به ویژگی ساختاری اقتصاد تبدیل شده است.

گزارش مرکز آمار ایران در فروردین ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که نرخ تورم سالانه به ۳۸/۹ درصد رسیده است که بیانگر تداوم روند نگران‌کننده‌ی گرانی و بی‌ثباتی اقتصادی است (مرکز آمار ایران، فروردین ۱۴۰۴). همچنین صندوق بین‌المللی پول، میزان تورم اقتصادی ایران را در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ به ترتیب با نرخ تورم ۴۰/۱ و ۴۹ درصد گزارش نمود (صندوق بین‌المللی پول، آوریل ۲۰۲۳). چنین شرایطی لزوم تحلیل جامع تورم را نه تنها برای بهبود سیاست‌های اقتصادی، بلکه برای طراحی راهبردهای عدالت‌محور اجتماعی ضروری می‌سازد (رسولی، ۱۳۹۰: ۳).

در این میان، ظهور فناوری‌های دیجیتال و گسترش شبکه‌های اجتماعی، افق جدیدی برای بررسی ابعاد اجتماعی تورم گشوده است. این پلتفرم‌ها با امکان ثبت بازخوردهای زنده و بی‌واسطه‌ی کاربران، به ابزاری قدرتمند برای درک «انتظارات تورمی» و رفتارهای اقتصادی مردم تبدیل شده‌اند. رسانه‌های اجتماعی، به دلیل توانایی در ایجاد محتوا، ارتباطات سریع و انتشار حجم انبوهی از

اطلاعات، تأثیرات چشمگیری بر ادراک و کنش‌های جمعی داشته‌اند (کیتزمن^۵ و همکاران، ۲۰۱۱: ۲۴۲؛ اوبار و وایلدمن^۶، ۲۰۱۵؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۰). آمارها حاکی از آن است که بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴، استفاده از رسانه‌های اجتماعی با رشد ۸۰ درصدی همراه بوده است، ولی در سال ۲۰۲۵ حدود ۹۴/۲ درصد کاربران اینترنت در جهان، عضو حداقل یک شبکه اجتماعی هستند (آذری و امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۸۲؛ محمدخانی، ۱۴۰۲: ۲). در ایران نیز نظرسنجی ایسپا در خرداد ۱۴۰۱ نشان داد ۷۸/۵ درصد از شهروندان بالای ۱۸ سال از پیام‌رسان‌ها یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند که سهم واتس‌آپ (۷۱/۱ درصد)، اینستاگرام (۴۹/۴ درصد) و توئیتر (۳ درصد) است (ایسپا، خرداد ۱۴۰۱). توئیتر یک میکرو بلاگ^۷ آنلاین و سرویس شبکه اجتماعی آمریکایی است که در ۲۱ مارس ۲۰۰۶ (اول فروردین ۱۳۸۵) به عنوان نرم‌افزاری داخلی و سفارشی برای کارکنان شرکت اودیو^۸ استفاده شد. ایده اولیه آن از سوی جک دورسی^۹ مطرح شد (مهدوی، ۱۳۹۸: ۱۴۸). این شبکه اجتماعی در سال ۲۰۲۵، حدود ۵۸۶ میلیون دنبال کننده در جهان دارد و در موضوعات مختلف، به ویژه انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا، جایگاه قابل توجهی کسب کرد.

در ایران نیز، توئیتر یک شبکه اجتماعی فعال با جامعه دو میلیون کاربری است و در رویدادهایی چون انتخابات ۱۳۸۸ و اعتراضات اقتصادی دهه ۹۰ شمسی به رسانه‌ای تأثیرگذار تبدیل شده است (حسین‌زاده، ۱۴۰۳: ۱۰۵؛ دانش‌نامه آزاد ویکی‌پدیا، اوت ۲۰۲۳). با وجود تعداد کمتر کاربران این شبکه نسبت به سایر شبکه‌ها، این کاربران در طول یک سال در حدود ۵۰۰ میلیون توییت منتشر می‌کنند که از این تعداد، ۲۰۰ میلیون ری توییت انجام می‌شود. همچنین کاربران بیش از ۱/۵ میلیارد لایک نسبت به توییت‌های هم انجام می‌دهند (ویکی‌پدیا، ۲۰۲۵) که حکایت از گفتمان‌های تحلیلی و نقد و بررسی بین آن‌ها است. این کاربران می‌توانند با استفاده از زبان، عمق تأثیرگذاری تورم بر زندگی خود و دیگران را به تصویر بکشند. از آنجا که میزان تورم در هر روز و ساعت در ایران تغییر می‌کند، توییت‌ها و ری توییت‌های لحظه‌ای می‌توانند نقش این پدیده در زندگی مردم را در هر لحظه نشان دهد. امروزه دیگر نیازی نیست که مردم در گفت‌وگوهای روزمره یا محافل خصوصی از مشکلات اقتصادی مانند تورم صحبت کنند؛ اکنون آن‌ها از رسانه‌های اجتماعی بهره می‌برند تا این چالش‌ها

⁵ Kietzmann

⁶ Obar and Wildman

^۷ میکرو بلاگ (Microblog) یا وبلاگ نویسی کوچک، نوعی وبلاگ نویسی است که کاربران می‌توانند متن‌های کوتاه را با سرعت در آن منتشر کنند.

^۸ اودیو (Odeo)، یک شرکت فعال در حوزه تولیدات پادکست و ویدیو است که در سال ۲۰۰۵ در آمریکا تأسیس شد.

⁹ Jack Patrick Dorsey

را به‌طور گسترده با دیگران به اشتراک بگذارند. در این میان، توئیت‌ها به‌عنوان یکی از بسترهای پرکاربرد، به کاربران امکان داده است تا تجربیات و احساسات خود نسبت به تورم و پیامدهای آن بر زندگی‌شان را بی‌واسطه و بدون محدودیت بیان کنند. در تحقیقات نوین حوزه‌ی مسائل اقتصادی نیز توئیت‌ها به‌عنوان یک پلتفرم ارزشمند برای سنجش احساسات عمومی در مورد تورم ظاهر شده است (مونز-مارتینز^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳). کاربران ایرانی با انتشار توئیت‌ها و کامنت‌هایی در خصوص دغدغه‌های روزمره و مشکلات معیشتی روایت‌هایی زنده و ملموس از تأثیرات تورم بر جامعه ارائه می‌دهند. اگرچه تاکنون پژوهش‌های متعددی در حوزه‌ی اقتصاد به بررسی ابعاد کمی و کلان پدیده‌ی تورم پرداخته‌اند، اما تجربه‌ی زیسته‌ی افراد از تورم و بازتاب‌های اجتماعی آن، به‌ویژه در بستر شبکه‌های اجتماعی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. تورم صرفاً یک شاخص اقتصادی نیست، بلکه پدیده‌ای اجتماعی به‌شمار می‌رود که بر سبک زندگی، امنیت روانی، مصرف روزمره و روابط انسانی تأثیر می‌گذارد. شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر به فضایی بدل شده‌اند که در آن، کاربران تجربه‌های شخصی، نگرانی‌ها، گلایه‌ها و تفسیرهای خود از وضعیت اقتصادی کشور را با دیگران در میان می‌گذارند.

با وجود گسترش محتوای مرتبط با تورم در رسانه‌های اجتماعی، در ادبیات جامعه‌شناختی ایران خلأ قابل توجهی در تحلیل این تجربه‌ها دیده می‌شود. پژوهش حاضر تلاش کرد تا با رویکردی کیفی و از طریق تحلیل محتوای توئیت‌های کاربران ایرانی، به واکاوی تجربه‌ی زیسته‌ی آنان از تورم بپردازد. این مطالعه کوشید تا فراتر از داده‌های آماری، به فهمی عمیق از ادراکات، احساسات و کنش‌های کاربران در مواجهه با تورم دست یابد و چشم‌اندازی اجتماعی از این پدیده‌ی اقتصادی ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

مطالعات انجام‌شده در زمینه‌ی تورم، بیشتر به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آن پرداخته‌اند و کمتر به واکنش‌ها و تجربیات مردم، به‌ویژه در فضای مجازی، توجه کرده‌اند؛ اما در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

حیدریان بروجنی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی نقش تورم و شرایط اقتصادی بر زندگی جوانان» با رویکرد کیفی و داده‌بنیاد، نشان داد که تورم بر جنبه‌های مختلف زندگی جوانان

¹⁰ Muñoz-Martínez

از جمله وضعیت روانی، مالی، تحصیلی و روابط اجتماعی تأثیر منفی گذاشته است و موجب کاهش انگیزه، فرسایش معنوی و تضعیف تعاملات اجتماعی می‌شود.

افراسیابی و بهارلوئی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «پیامدهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین» به بررسی تأثیرات تورم بر زندگی این گروه پرداختند. نتایج نشان داد که شرایط اقتصادی نامطلوب ناشی از تورم، باعث ایجاد احساس ابهام و بی‌هنجاری در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین می‌شود و این وضعیت به مرور به عادت‌های اجتماعی تبدیل شده است که می‌تواند پیامدهای گسترده‌ای در سطوح فردی و اجتماعی به همراه داشته باشد.

ساله^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «خاطرات دائمی از تورم» با استفاده از نظرسنجی ۱۰۱۴۳ خانوار هلندی و آزمایش روی ۵۱۸ دانشجو نشان دادند خاطرات دوره کاهش تورم، انتظارات آینده را کاهش می‌دهد ولی هم‌زمان عدم اطمینان نسبت به نوسانات آینده را افزایش می‌دهد، در حالی که خاطرات دوره افزایش تورم موجب تقویت اطمینان افراد به پیش‌بینی‌هایشان می‌شود. همچنین، تفاوت‌های جمعیت‌شناختی (سن و تحصیلات) نیز بر واکنش افراد به خاطرات تورمی تأثیر دارد.

دآکونتو^{۱۲} و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «داده‌ها چه چیزی درباره انتظارات تورمی به ما می‌گویند؟» نشان دادند که انتظارات تورمی خانوارها معمولاً بالاتر از نرخ واقعی است و تحت تأثیر قیمت‌های روزمره، توانایی شناختی و تجربه تورم قرار دارد. همچنین، پراکندگی قابل توجهی بین گروه‌های جمعیت‌شناختی (انتظارات تورمی بالاتر زنان، نسل مسن، خانواده‌های کم درآمد و تحصیلات پایین‌تر) وجود دارد.

مالمندیر و ناگل^{۱۳} (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «یادگیری از تجربیات تورم» نشان دادند که تجربیات تورمی نسل‌ها بر انتظارات تورمی تأثیر دارد؛ جوانان انتظارات بالاتری دارند و به شوک‌های تورمی حساس‌تر هستند. همچنین، انتظارات تورمی بالا باعث افزایش تمایل به استقراض و کاهش سرمایه‌گذاری بلندمدت می‌شود.

¹¹ Salle

¹² D'Acunto

¹³ Malmendier & Nagel

مرور پژوهش‌ها در حوزه تورم و پیامدهای آن نشان می‌دهد که عمده تحقیقات داخلی و خارجی با رویکرد کمی و چارچوب‌های اقتصادی انجام شده‌اند و تمرکز کمتری بر تجربه زیسته افراد حقیقی حوزه فضای مجازی وجود دارد. همچنین، دیدگاه‌های غالب در مطالعات اجتماعی به‌طور عمده اقتصادی و مبتنی بر اقتصاد جرم بوده است. پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی به بررسی تجربیات کاربران توئیتر به عنوان افراد حقیقی می‌پردازد که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این خلا پژوهشی، تفاوت پژوهش حاضر را با سایر پژوهش‌های حوزه تورم اقتصادی نشان می‌دهد.

چارچوب مفهومی پژوهش

پژوهش‌های کیفی به دنبال آزمودن نظریه‌ها نیستند و بنابراین فاقد چارچوب نظری ازپیش تعیین شده‌اند (اصغرپورماسوله و داوری، ۱۴۰۲: ۱۷۴). با این حال، شناسایی و انتخاب نظریه یا چارچوبی مناسب برای پژوهشگران می‌تواند چالش‌برانگیز باشد، زیرا نیاز به توصیف عمیق و چندوجهی تجربه انسانی دارد. ماکسول^{۱۴} معتقد است واقعیت پیچیده‌تر از آن است که هر نظریه‌ای بتواند به‌طور کامل آن را توضیح دهد. بنابراین، پژوهشگران باید چارچوب مفهومی ایجاد کنند که این پیچیدگی‌ها را مورد نظر قرار دهد (جوزکوفسکی^{۱۵}، ۲۰۱۷) چارچوب‌های مفهومی نقشه محقق از قلمرو مورد بررسی است و به پژوهشگران کمک می‌کند تا متغیرهای کلیدی و روابط مهم را شناسایی کنند (میلز^{۱۶} و همکاران، ۲۰۱۴). در این پژوهش، چارچوب مفهومی، مفاهیم مرتبط را برای هدایت تحقیق و فهم بهتر مسأله فراهم می‌کند.

تجربه زیسته، مفهومی بنیادین در پژوهش‌های کیفی است که به ادراک، احساس و معناسازی افراد از تعامل مستقیم با جهان اشاره دارد (قاسمی‌پور و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۸۶). ون مانن^{۱۷} (۲۰۱۶) آن را «هسته پژوهش پدیدارشناختی» می‌داند و هدف آن را فهمی ژرف از معنای تجربه‌های انسانی روزمره معرفی می‌کند (ون مانن، ۲۰۱۶: ۹ و ۳۳). خاستگاه تجربه زیسته در سنت هرمنوتیک، به‌ویژه اندیشه وبلهلم دیلتای^{۱۸} است که علوم انسانی را برای «فهم زندگی انسان» نه صرفاً توضیح آن می‌داند (ون مانن، ۲۰۱۶: ۴-۵). از نظر او، تجربه زیسته، پیوندی میان ساحت درونی و بیرونی انسان است که ذهنی و پویا است و در کنش‌های بیرونی ظاهر می‌شود (عطایی، ۱۴۰۱: ۳۶). تجربه

¹⁴ Maxwell

¹⁵ Jozkowski

¹⁶ Miles

¹⁷ . Manen

¹⁸ Wilhelm Dilthey

زیسته به مثابه بستری برای بازنمایی، تفسیر و تحلیل انتخاب‌ها، کنش‌ها و مسیرهای زندگی افراد، نقش محوری در شکل‌گیری ادراک آنان از دانش و جهان پیرامون ایفا می‌کند و نشان می‌دهد چگونه مؤلفه‌های هویتی مانند نژاد، طبقه، جنسیت، دین و گرایش سیاسی بر شیوه زیست و تفسیر وقایع تأثیر می‌گذارند. این مفهوم فراتر از ثبت رویدادها، بر معناسازی و خودآگاهی تمرکز دارد و از طریق پیوند زیست فردی با ساختارهای اجتماعی، تجربیات خاص را به مضامین جمعی تبدیل می‌کند (گیون^{۱۹}، ۲۰۰۸: ۴۸۹-۴۹۰).

احساس بی‌قدرتی، یکی از مؤلفه‌های اساسی بیگانگی است که در تحلیل مارکسیستی به سلطه نهادهای انسانی مانند دولت و سرمایه بر عاملیت فرد اشاره دارد (همل^{۲۰}، ۲۰۰۶: ۲۱؛ سیمن^{۲۱}، ۱۹۵۹). این وارونگی، جایی که مخلوقات انسانی بر خالقان خود مسلط می‌شوند، جوهره بیگانگی است. راس و میروسکی^{۲۲} (۱۹۸۷) بی‌قدرتی را حالتی ذهنی می‌دانند که نشان‌دهنده ناتوانی فرد در کنترل رویدادهای مؤثر بر سرنوشت خود است (یزدانی‌نسب، ۱۳۹۹: ۱۴۲؛ ویلارد و اشمیت^{۲۳}، ۲۰۲۴؛ فولادیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۶). این احساس معمولاً وقتی ایجاد می‌شود که فرد با وجود تلاش، قادر به تغییر شرایط چالش‌برانگیز نیست (غفوری کله و محسنی تبریزی، ۱۳۹۷: ۱۰۵). در این وضعیت، بی‌اعتمادی اجتماعی شکل می‌گیرد و روابط انسانی با تردید، خودمحوری و فقدان حمایت بازتعریف می‌شود (صداقتی‌فرد به نقل از روس، ۱۳۹۰: ۱۲۵). وبر^{۲۴} بی‌قدرتی را با عقلانی‌شدن مرتبط می‌داند؛ فرایندی که با واگذاری اختیارات فردی به نهادهای بوروکراتیک، آزادی انسان را محدود می‌کند (رهبر و واعظی، ۱۳۹۵: ۱۲۰-۱۲۲).

زیمل، دو بعد بی‌قدرتی را مطرح می‌کند: ناتوانی فرد در برابر نیروهای جمعی و درک ضعف در تأثیرگذاری بر شرایط اجتماعی که به وابستگی بیشتر و تضعیف هویت فردی می‌انجامد (ون‌در تورن، ۲۰۱۵؛ واعظی و رهبر، ۱۳۹۵: ۱۲۰-۱۲۲). سیمن^{۲۵} بی‌قدرتی را شکلی از بیگانگی می‌داند که در آن فرد کنترل بر پیامدهای کنش‌های خود ندارد و زمانی تشدید می‌شود که فرد شکاف میان

¹⁹ Given

²⁰ Hammell, K. W.

²¹ Seeman, M.

²² Ross and Mirowsky

²³ Willard & Schmidt

²⁴ Max Weber

²⁵ Melvin Seeman

اهداف و توان واقعی خود را درک کند (همل، ۲۰۰۶؛ یزدانی‌نسب، ۱۳۹۹: ۱۴۲). این وضعیت می‌تواند به کناره‌گیری از مشارکت اجتماعی و سیاسی منجر شود (مقصودی و شمس‌الدینی، ۱۴۰۰: ۹۴). لوین^{۲۶} نیز بی‌قدرتی را با بیگانگی سیاسی مرتبط می‌داند و معتقد است زمانی این احساس شکل می‌گیرد که فرد به این باور برسد که جامعه تحت کنترل گروهی کوچک از افراد قدرتمند قرار دارد و فعالیت‌های او هیچ تأثیری در تغییر این روند نخواهد داشت (فرهادی، ۱۳۹۷: ۱۱۴؛ فولادیان و همکاران، ۱۳۹۷: ۶).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش از انواع تحقیقات کیفی از نوع تحلیل محتوا می‌باشد. تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش پژوهشی برای تفسیری ذهنی از داده‌های متنی از طریق مراحل دسته‌بندی نظام‌مند، کدگذاری و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست (شی‌یه و شانون^{۲۷}، ۲۰۰۵: ۱۲۸۷). جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی توئیت‌های فارسی مرتبط با موضوع تورم است که در یک بازه زمانی یک‌ساله، از مرداد ۱۴۰۱ تا تیر ۱۴۰۲، در شبکه اجتماعی توئیتر منتشر شده‌اند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند است. در این پژوهش، تمامی توئیت‌های مرتبط با تورم از بازه زمانی مرداد ۱۴۰۱ تا تیر ۱۴۰۲ به صورت هدفمند با استفاده از کلیدواژه "تورم" و از طریق مؤسسه دانش بنیان لایف وب^{۲۸} به تعداد ۲۹۲۰۲۹ جمع‌آوری شد. در مرحله بعد، فرآیند کدگذاری بر اساس ترکیب هم‌زمان دو رویکرد شی‌یه و شانون (۲۰۰۵) و کوکارتز و رادیکر^{۲۹} (۲۰۲۳) آغاز شد.

در مرحله کدگذاری اولیه، پژوهشگران ابتدا بر اساس رویکرد کوکارتز و رادیکر (۲۰۲۳) که مبتنی بر چارچوب مفهومی است، با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۱۸ به کشف کدهای اولیه پرداختند و برای داده‌های خارج از چارچوب مفهومی بر اساس رویکرد عرفی شی‌یه و شانون (۲۰۰۵)، (بدون پشتوانه نظری و تحلیل غنی داده‌ها) فرآیند تحلیل را ادامه دادند. در مرحله دوم بر اساس مفاهیم استخراجی از ترکیب دو رویکرد فوق، اقدام به دسته‌بندی آن‌ها و در نهایت، ساخت تم‌های اصلی پرداختند. تحلیل داده‌ها به صورت مداوم تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. اشباع

²⁶ Levine

²⁷ Hsieh & Shannon

²⁸Life Web.

²⁹ Kokartz and Radeker

نظری به مرحله‌ای از گردآوری داده‌های کیفی گفته می‌شود که داده‌های پژوهش برای پاسخ به سؤالات تحقیق کافی به نظر می‌رسند و پس از آن اطلاعات جمع‌آوری شده، مشابه و تکراری می‌شوند (کوربین^{۳۰}، ۱۹۹۸: ۲۹۲). در نهایت، ۱۷۴ توثیت مرتبط با تجربه زیسته تورم انتخاب، کدگذاری و مقوله‌بندی شدند و تم‌های مرتبط با موضوع تورم استخراج گردید. برای اطمینان از صحت نتایج و تجزیه و تحلیل مناسب، محقق برای حفظ پایایی، مقوله‌بندی را در دو مرحله بازبینی نمود. ابتدا پس از ۵۰ درصد از فرایند کدگذاری و سپس پس از پایان کدگذاری، تمام مراحل، دوباره مورد بررسی قرار گرفت. پس از توافق در دو مرحله بازبینی، فرایند کدگذاری در پژوهش تأیید شد که نشان‌دهنده ثبات و قابلیت اعتماد تحقیق است.

برای ارتقای اعتبار و اعتمادپذیری، فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها با دقت و به‌طور سیستماتیک انجام شد تا تحلیل‌ها به‌درستی با موضوع تحقیق هم‌راستا باشند. همچنین، با استفاده از کدگذاری توافقی و بازبینی دقیق مقولات، داده‌ها و نتایج حاصل از تحلیل‌ها مورد تأیید قرار گرفتند. این فرایند شامل بازبینی مجدد کدگذاری‌ها توسط دو کدگذار با تجربه بود تا از صحت و ثبات نتایج اطمینان حاصل شود. تمامی این اقدامات به‌منظور تضمین قابلیت تعمیم یافته‌ها به موقعیت‌های مشابه و افزایش اعتبار نتایج صورت پذیرفت.

یافته‌های تحقیق

با بررسی داده‌های به دست آمده از مرحله اول کدگذاری (کدگذاری اولیه) مفاهیمی به دست آمد که در جدول شماره ۱ و ۲ نشان داده شده است. این مفاهیم بیانگر درک و تفسیر کامنت‌های کاربران ایرانی توئیتز از تورم اقتصادی است. بعد از این مرحله، مفاهیم مشابه و نزدیک به هم از نظر معنایی در قالب مقوله‌های فرعی طبقه‌بندی شد. مرحله سوم کدگذاری، مقوله‌های فرعی در سطح ویژگی‌ها و ابعاد به هم مرتبط شده است و از جمع‌بندی نهایی آن‌ها، تم‌های اصلی پژوهش به دست آمد.

جدول شماره یک- مفاهیم اولیه، فرعی و تم نهایی تجربه زیسته توثیت‌های کاربران ایرانی توئیتز از تورم و آثار آن

مفاهیم اولیه	مقولات فرعی	تم
--------------	-------------	----

30. Corbin

احساس مسخ شدگی	بی قدرتی محض	احساس ناتوانی و خرد شدگی در تامین معیشت
		احساس از هم پاشیدگی و شکستگی
		به خاک سیاه نشستن
		زجه زدن مردم
		تقلا کردن مردم برای حیات
		جان به لب آمدن
	احساس طرد اجتماعی	بی توجهی مسئولین به بازنشستگان کشوری
		عدم درک و هم ذات پنداری مسئولین از شرایط مردم
		احساس خشم از اولویت دولت به حجاب تا شرایط تورم
	زندگی نباتی	عذاب و حسرت در زندگی
		از دست رفتن دوره جوانی
		مرگ آرزوهای زوجین
		فراموشی امیال
		نبود فرصت مجدد در زندگی
		تباه شدن عمر و زندگانی
		احساس شوربختی
		زندگی جهنمی
		احساس مرده متحرک
		کاهش امید به حیات به همراه آینده مبهم

جدول شماره دو- مفاهیم اولیه، فرعی و تم نهایی تجربه زیسته توییتهای کاربران ایرانی توییتر از تورم و آثار آن

تم	مقولات فرعی	مفاهیم اولیه
	فرسایش تاب آوری	کاهش آستانه تحمل در برابر تورم
	طلب مرگ	آرزوی مرگ ناشی از شرمندگی در نزد خانواده
		آرزوی مرگ ناشی از مدیریت ناشایست تورم

شکنجه نرم	سالموردگی روانی	احساس سالمندی در عین جوانی
	فرسایش عواطف	مکیده شدن خون مردم
		پوست‌اندازی
		احساس فشار و سنگینی
		احساس بردگی توسط تورم
		احساس بلعیده شدن
		احساس غرق شدگی و خفگی
		خرد شدگی عزت نفس زیر بار تورم
		احساس تحقیر شدن
		احساس استیصال و خشم
		احساس تجربه اسارت در اردوگاه نازی
		احساس بردگی توسط اقلیت برخوردار
		احساس زندگی در شعب ابی طالب
		احساس ناتوانی و استیصال در مردم

همان‌طور که در جدول شماره ۱ و ۲ مشاهده می‌شود، در مرحله اول کدگذاری، مفاهیم اولیه استخراج شد. سپس در مرحله دوم از ترکیب تشابه‌ها و تفاوت‌های مفاهیم اولیه ۷ مقوله فرعی دسته‌بندی شد. در مرحله سوم کدگذاری، تم‌های نهایی پژوهش در قالب ۲ مقوله عمده، تحت عنوان احساس مسخ‌شدگی و شکنجه نرم به دست آمد. در زیر با ارجاع به توئیت‌های کاربران ایرانی توئیتر هر یک از مقوله‌های به دست آمده به اختصار توضیح داده می‌شوند.

احساس مسخ‌شدگی

تجربه مسخ‌شدگی ناشی از تورم اقتصادی برای کاربران ایرانی توئیتر، پدیده‌ای است که احساسات، روان و هویت فردی و اجتماعی آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. با افزایش مداوم قیمت‌ها (تورم)، بسیاری از کاربران این شبکه اجتماعی احساس می‌کنند که کنترل زندگی خود را از دست داده‌اند و در سیستمی ناعادلانه و غیرقابل پیش‌بینی گرفتار شده‌اند. این تجربه، نوعی از خودبیگانگی است که افراد در آن احساس ناتوانی در تأمین نیازهای اولیه و دستیابی به اهداف خود دارند. در این فضا، کاربران اغلب درباره بحران‌های اقتصادی و تأثیر آن بر روابط اجتماعی و روانی

خود در توثیت‌ها و گفتگوها می‌نویسند. این وضعیت نه تنها منجر به بی‌اعتمادی به سیستم اقتصادی می‌شود، بلکه باعث افزایش احساس انزوا و ناامیدی نیز می‌گردد.

احساس بی‌قدرتی محض

اولین مقوله مربوط به احساس مسخ‌شدگی ناشی از تورم اقتصادی، "احساس بی‌قدرتی محض" است. این مقوله به شرایطی می‌پردازد که در آن کاربران ایرانی (به عنوان تجربه‌ی زیسته) یا کل افراد جامعه ایران (به عنوان تجربه‌ی غیرزیسته) احساس می‌کنند که هیچ‌کندرتی بر شرایط زندگی خود ندارند و توانایی تأثیرگذاری بر محیط اطراف یا تغییر وضعیت زندگی خود را به دلیل تورم سرسام‌آور از دست داده‌اند. این احساس ناتوانی ناشی از تغییرات مداوم اقتصادی، به نوعی خودبیگانگی می‌انجامد که افراد دیگر قادر به سازگاری با تغییرات یا تحقق آرزوهای خود نیستند. در نتیجه، این بحران اقتصادی نه تنها بر وضعیت مالی، بلکه بر روان و هویت فردی و اجتماعی افراد نیز اثر می‌گذارد.

"شرایط اقتصادی مردم بحرانی‌ست. فقر و بیکاری در کنار سواستفاده‌های مالی و ناتوانی دولت در ایجاد عدالت اجتماعی کاملاً واضح است. تورم کمر مردم را شکسته. مشاغل زمین‌گیر شده‌اند. حدیث و روایت در این خصوص نداریم؟"

"مشکل پسرا سربازی و مهریه نیست. ۱۳ درصد نیروی کار کشور رو مردا تشکیل میدن پس تورم بیکاری اقتصاد کمر ۲۰ میلیون مرد ایرانی رو خم می‌کنه".

احساس طرد اجتماعی

احساس بی‌قدرتی در زندگی باعث می‌شود که مردم ایران انتظار دخالت دولت برای کنترل تورم و حمایت از آنان را در شرایط تورمی داشته باشند. بر همین اساس، تجربه‌ی کاربران ایرانی توییتر نشان می‌دهد که آنان به جای دریافت حمایت، با احساس طرد اجتماعی در بعد سیاسی (احساس بی‌پناهی) مواجه شده‌اند. این احساس بی‌پناهی ناشی از تورم اقتصادی به وضعیتی اشاره دارد که در آن کاربران توییتر یا گروه‌های مختلف جامعه ایران، به دلیل افزایش شدید قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید، احساس می‌کنند که هیچ‌کندرتی یا پشتیبانی از سوی نهادهای حکومتی و دولتی ایران دریافت نمی‌کنند.

تجربه "شکنجه نرم" مردم ناشی از تورم اقتصادی نشان می‌دهد که افزایش پیوسته و مداوم قیمت‌ها به شکلی خزننده و تدریجی بر زندگی روزمره افراد اثر می‌گذارد. این روند باعث ایجاد رنج، ناامیدی و احساس درماندگی در مردم می‌شود. در این وضعیت، فشارهای اقتصادی به‌طور مستمر و پنهان روح و روان افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن‌ها را در یک چرخه بی‌پایان از استرس و بی‌ثباتی قرار می‌دهد. این نوع فشار اقتصادی مانند نوعی شکنجه است که با گذشت زمان، به تدریج ولی به‌طور عمیق، اثرات مخربی بر سلامت روان و اجتماعی افراد می‌گذارد.

فرسایش تاب‌آوری

فرسایش تاب‌آوری ناشی از تورم اقتصادی به فرآیند کاهش توانایی فردی و اجتماعی کاربران توییتر و مردم ایران برای مقابله با چالش‌ها و فشارهای اقتصادی ناشی از افزایش مداوم قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید اشاره دارد. به عبارتی، تورم بالا باعث کاهش توانایی افراد و جامعه ایران برای مقابله با مشکلات و بازگشت به شرایط عادی زندگی شده است. تاب‌آوری به معنای توانایی تحمل سختی‌ها و بازیابی پس از بحران است، اما تورم مزمن و شدید توانسته است این توانایی مردم ایران را به تدریج از بین ببرد. تجربه فرسایش تاب‌آوری مردم ایران نه تنها بر زندگی روزمره افراد تأثیر می‌گذارد، بلکه بر پیوندهای اجتماعی و روحیه عمومی جامعه نیز اثرات منفی به‌جا می‌گذارد.

"میلیون‌ها معترض خاموش در خانه‌ها هستند. تورم گرانی کمر مردم خورد کرده مردم توان نفس کشیدنم دیگه ندارند خداوکیلی از خودتون خجالت نمی‌کشید. حداقل از نخست وزیر انگلیسی یاد بگیرید نمی‌توانید بروید."

"نون کم داریم هموطنم؟؟؟؟ کمرمون زیر بار گرونی و تورم شکسته .. به خدای یکتا قسم که دیگه این گرونی و تورم اجاره خونه تحمل کردنی نیس."

طلب مرگ

این تجربه کاربران توییتر و مردم ایران بیانگر عمق یأس و ناامیدی در بخشی از جامعه است که تحت فشارهای سنگین اقتصادی ناشی از تورم به نقطه‌ای از ناامیدی مطلق رسیده‌اند. افزایش مداوم قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید، بسیاری از خانواده‌ها را از تأمین نیازهای اولیه خود ناتوان ساخته است و این فشار اقتصادی به‌ویژه بر پدران و سرپرستان خانوارها تأثیر عمیقی گذاشته است. آن‌ها با احساس شرمندگی مواجه می‌شوند، زیرا قادر به تأمین معیشت خود و خانواده‌های‌شان

نیستند. این احساس شرمندگی به مرور منجر به از دست دادن امید به آینده، کاهش روحیه و ناامیدی عمیق در میان این بخش از جامعه شده است. در این میان، تورم نه تنها بر جنبه‌های اقتصادی زندگی تأثیر گذاشته است، بلکه باعث فرسایش روحیه و تاب‌آوری افراد نیز شده است. اگرچه این توصیف نشان‌دهنده تجربه بخش خاصی از جامعه ایران است و نه یک واقعیت آماری عمومی، اما این احساس و تجربه در میان بسیاری از کاربران توئیتر و مردمی که درگیر این شرایط هستند، به وضوح قابل مشاهده است.

"کاش بمیرم بیشتر از این شرمنده زن و بچه هام نباشم. #گرانی_افسار_گسیخته #تورم"

"تورم ایران هرکی بشنوه مغزش سوت میکشه اینا چجوری زندگی میکنن، واقعا آرزو دارم بمیرم دوباره تو به شرایط خوب به دنیا بیام، این زندگی جز رنجو عذاب و حسرت چیزی نداشته".

سالخوردگی روانی

مقوله "سالخوردگی روانی" کاربران توئیتر و مردم ایران ناشی از تورم اقتصادی به وضعیتی اشاره دارد که در آن فشارهای مداوم و طاقت‌فرسای تورم، افراد را به‌طور زودرس با احساساتی مانند فرسودگی، خستگی و ناامیدی مواجه کرده است. این پدیده که معمولاً در سنین بالا تجربه می‌شود، به دلیل شرایط سخت اقتصادی در ایران، به‌صورت گسترده‌تر و در سنین پایین‌تر دیده می‌شود. تورم شدید و کاهش قدرت خرید، بار روانی سنگینی بر دوش افراد گذاشته است و آنان را از لحاظ ذهنی و روحی پیرتر از سن واقعی‌شان ساخته است، به‌گونه‌ای که بسیاری از مردم احساس می‌کنند دیگر توانایی مقابله با چالش‌های زندگی را ندارند.

"تو اوج جوونی احساس پیری می‌کنم چون تو تمام عمرم، شاهد مرگ تک تک آرزوهای خودم و همسرم بودم که همه‌اش به خاطر شرایط تورم، بی مسئولیتی مسؤلان است".

فرسایش عواطف

مقوله "فرسایش عواطف" مردم ایران ناشی از تورم اقتصادی به وضعیتی اشاره دارد که در آن افزایش مداوم نرخ تورم، به کاهش شدید احساسات مثبت همچون امید، لذت، شادی، رضایت و انگیزه در زندگی کاربران توئیتر و جامعه ایران منجر شده است. این روند فرسایشی باعث شده است که بسیاری از افراد احساس بی‌حسی عاطفی، ناامیدی، خشم و حتی افسردگی را تجربه کنند.

فشار اقتصادی ناشی از تورم، نه تنها معیشت بلکه احساسات و روحیه‌ی عمومی مردم را تضعیف کرده است و به جای ایجاد امید و انرژی، زمینه‌ساز گسترش احساسات منفی در جامعه شده است.

"تورم اکنون هم در بسیاری از کشورها مشاهده می‌شود. اما آنچه در ایران امروز می‌بینیم، تورم نیست درماندگی، وادادگی، ویرانی و انفجار است. کجای دنیا هر هفته قیمت اجناس گران می‌شود؟".

"توجه کردین مردمی که سالهاست تورم و فقر افسارگسیخته نفسشون رو بریده، یک شعار معیشتی ندادند! در برابر شخصیت مناعت طبع و اصالت این مردم باید سر تعظیم فرود آورد!!!!".

"ضعف نشون بدیم؟ ایران شده شعب ابی طالب. قیمت مواد غذایی در ۴ سال ۱۰ برابر شده. نفست از جای گرم بلند میشه خوش تیپ خان صدای شکسته شدن استخوانهای مردم را زیر بار تورم و گرانی نمی‌شنوی".

بحث و نتیجه‌گیری

تورم، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های اقتصادی در ایران، تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر زندگی روزمره افراد دارد و به موضوعی داغ و جدی در شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه توئیتر، تبدیل شده است. این مطالعه با استفاده از روش کیفی به تحلیل محتوای تجربه‌ی زیسته‌ی توئیتهای کاربران ایرانی در توئیتر پرداخته است. این روش برای تحلیل تجربیات و نگرش‌های عمیق کاربران در مواجهه با تورم و شناسایی الگوهای معنایی مرتبط با آن انتخاب شده است. در طی مراحل پژوهش ۱۷۴ توئیتهای انتخابی، کدگذاری و مقوله‌بندی شد و تم‌های مرتبط با موضوع تورم استخراج گردید. یافته‌های پژوهش در ۲ مقوله اصلی و ۷ مقوله فرعی طبقه‌بندی شدند. مقولات اصلی تجربه‌ی زیسته‌ی کاربران ایرانی توئیتر از تورم را احساس مسخ‌شدگی و شکنجه‌ی نرم تشکیل دادند.

با توجه به تحلیل محتوای توئیتهای کاربران ایرانی در توئیتر، مقوله‌ی اول "مسخ‌شدگی" است. پدیده‌ی مسخ‌شدگی ناشی از تورم اقتصادی در ایران، به تجربه‌ای تبدیل شده است که کاربران ایرانی توئیتر از آن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین آثار بحران اقتصادی یاد می‌کنند. یکی از ابعاد مهم این مقوله، احساس «بی‌قدرتی محض» بود. کاربران به‌طور مداوم از ناتوانی خود برای تغییر شرایط اقتصادی و تأثیرگذاری بر محیط اطرافشان در شرایط تورم شدید صحبت کردند. این وضعیت، موجب کاهش حس کنترل افراد بر زندگی‌شان و بروز نوعی خودبیگانگی شده بود که در آن افراد

احساس می‌کردند که توانایی تأمین نیازهای اولیه و دستیابی به آرزوهای خود را از دست داده‌اند. نتایج پژوهش اعتمادی راد و همکاران (۱۳۹۸) نیز با یافته‌های پژوهش حاضر که بر تحلیل محتوای توئیت‌های کاربران ایرانی در توئیتر متمرکز بود، همخوانی داشت. در هر دو پژوهش، کاهش اعتماد به نهادهای دولتی و احساس بی‌قدرتی در مواجهه با تورم به‌وضوح دیده می‌شد. در هر دو مورد، بحران‌های اقتصادی نه تنها به وضعیت مالی افراد، بلکه به روان، هویت و پیوندهای اجتماعی آن‌ها نیز آسیب رسانده است و موجب بروز احساساتی همچون «بی‌قدرتی محض» شده بود.

بعد دیگری از این مسخ‌شدگی، احساس «طرد اجتماعی» است که کاربران به‌شکلی گسترده از عدم حمایت دولت در مقابله با بحران اقتصادی و تورم شکایت داشتند و احساس می‌کردند که در این شرایط هیچ پشتیبانی از سوی نهادهای حکومتی وجود ندارد. این احساس طرد و بی‌پناهی نه تنها باعث افزایش بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی می‌شد، بلکه باعث می‌شد که افراد خود را در یک فضای اجتماعی بدون پشتیبانی و همراهی ببینند. این نتایج با یافته‌های پژوهش افراسیابی و بهارلویی (۱۳۹۸) و حیدریان بروجنی (۱۴۰۱) همسو بود، که نشان داد بازنشستگان و جوانان در شرایط تورمی احساس فرسایش روانی، محدود شدن تعاملات اجتماعی و کاهش همبستگی اخلاقی را تجربه کرده‌اند. کاربران توئیتر، در این پژوهش در مورد بازنشستگان، از عدم حمایت دولت و افزایش قیمت‌ها شکایت داشتند و آن‌ها را بی‌پناه در برابر مشکلات اقتصادی می‌دیدند. یافته‌های پژوهش دآکونتو و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد افراد مسن از تورم بیشتر تأثیر می‌پذیرند. زندگی نباتی یکی از مهم‌ترین بازتاب‌های این مقوله است. کاربران در توئیت‌هایشان به‌طور مداوم به بی‌قدرتی مطلق اشاره کرده‌اند و به شکلی نمادین خود را «مثل مرده‌های متحرک» توصیف کرده‌اند.

مقوله دوم این پژوهش، شکنجه نرم، به یکی از پیچیده‌ترین و در عین حال پنهان‌ترین فشارهای روانی و اجتماعی وارد بر جامعه ایران اشاره داشت. شکنجه نرم، برخلاف فشارهای فیزیکی، با ایجاد احساس ناامیدی، بی‌ارزشی و تحلیل روانی، تأثیرات گسترده و طولانی‌مدتی بر افراد می‌گذارد. این نوع شکنجه به تدریج و به‌صورت غیرقابل مشاهده‌ای، روان و احساسات افراد را تحت فشار قرار می‌دهد. افراد مورد مطالعه در این پژوهش، بارها به فرسایش تاب‌آوری اشاره کرده‌اند؛ در کنار این، سالخورده‌گی روانی پدیده‌ای است که بسیاری از افراد با آن مواجه بودند. فشارهای ناشی از تورم، عدم ثبات اقتصادی و نااطمینانی نسبت به آینده، باعث شده است که حتی افراد جوان‌تر نیز احساس پیری و فرسودگی کنند. این یافته‌ها با پژوهش افراسیابی و بهارلویی (۱۳۹۹) همخوانی

دارد که نشان داد جوانان طبقه‌ پایین در مواجهه با تورم دچار بحران انگیزه، بزرگسالی زودرس و عادی‌پنداری وضعیت نابسامان اقتصادی شده‌اند. علاوه بر این، یافته‌های پژوهش مالمندیر و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد که شوک‌های تورمی بر جوانان بیشترین تأثیر را دارد. همچنین، فرسایش احساسات یکی از مهم‌ترین پیامدهای شکنجه‌ نرم بود.

فشارهای مداوم اقتصادی و اجتماعی، به تدریج احساسات مثبت افراد همچون شادی، امید و انگیزه را از بین برده است و آن‌ها را با حس‌های منفی همچون ناامیدی، خشم و نارضایتی جایگزین کرده است. این تغییرات احساسی به شکلی نامحسوس، اما عمیق، باعث تضعیف روحیه‌ افراد و کاهش تعاملات مثبت اجتماعی شده است. به این معنا که در مواجهه با فشارهای مداوم ناشی از تورم و کاهش کیفیت زندگی، دیگر توانایی خود را برای مقابله با بحران‌های اقتصادی و اجتماعی از دست داده‌اند. به تدریج، این احساس که هیچ پایانی برای این وضعیت وجود ندارد، باعث شده است افراد از نظر روانی تحلیل رفته است و به سوی طلب مرگ کشیده شوند. این موضوع به‌وضوح نشان‌دهنده‌ عمق تأثیر شکنجه نرم بر روح و روان افراد است، به‌ویژه زمانی که توانایی تأمین نیازهای اولیه برای خود و خانواده به چالش کشیده می‌شود. یافته‌های مهرگان و همکاران (۱۳۹۵) نیز نشان داد که بیکاری و تورم تأثیر منفی بر سلامت روان دارند. به‌طور مشابه، در تئیت‌های کاربران ایرانی، بحران اقتصادی باعث احساس بی‌قدرتی و انزوای اجتماعی شده است که نشان‌دهنده‌ اثرات گسترده بحران‌های اقتصادی بر روان و هویت اجتماعی افراد است.

در نهایت یافته‌ها حاکی از آن بود که تورم در جامعه‌ ایران به‌طور تدریجی احساسات منفی مانند بی‌قدرتی، ناامیدی و طرد اجتماعی را در افراد تقویت کرده است. کاربران در تئیت‌های خود به کاهش شادمانی، تحلیل روانی و فرسایش تاب‌آوری اشاره کرده‌اند و این تغییرات را نتیجه‌ فشارهای اقتصادی و اجتماعی طولانی مدت می‌دانند. این نتایج نشان داد که بحران اقتصادی نه تنها بر ابعاد مالی، بلکه بر هویت فردی و روابط اجتماعی افراد تأثیرات عمیقی دارد که باعث تضعیف کیفیت زندگی و ارتباطات اجتماعی آن‌ها می‌شود.

منابع

۱. آذری، غلامرضا و تابان امیدوار (۱۳۹۱) «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی»، فرهنگ ارتباطات، ۲(۶): ۱۸۱-۲۰۹.
۲. اعتمادی راد، حمید؛ جهانخش، اسماعیل و منصور حقیقیان (۱۳۹۸) «شناسایی عوامل اجتماعی اثرگذار بر تورم و نوسانات نرخ ارز»، ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۲(۴): ۲۶۸۱-۲۷۰۲.
۳. اصغریپور ماسوله، احمدرضا و حدا داوری حدا (۱۴۰۳) «بازنمایی طبقه متوسط جدید (بورژوازی جدید) در سه فیلم منتخب سینمای دهه نود ایران»، رسانه، ۳۵(۴): ۱۸۹-۱۷۱.
۴. افراسیابی حسین و مریم بهارلوئی (۱۳۹۹) «پیمادهای تورم در زندگی روزمره جوانان طبقه پایین»، جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۱(۴): ۲۳-۴۴.
۵. افراسیابی، حسین و مریم بهارلوئی (۱۳۹۸) «تنگنای زیست جهان سالمندی، مطالعه کیفی بازتاب تورم اقتصادی در زندگی روزمره بازنشستگان»، برنامه‌ریزی رفاه توسعه اجتماعی، ۱۰(۴۰): ۳۳-۶۲.
۶. بهارلوئی، مریم و حسین افراسیابی (۱۴۰۱) «تورم و زیست اقتضائی در جامعه ایران: یک مطالعه داده بنیاد»، جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، ۱۱(۱): ۳۱-۵۷.
۷. حیدریان بروجنی، امیرمسعود (۱۴۰۱) «بازنمایی نقش تورم و شرایط اقتصادی بر زندگی جوانان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آیت‌الله‌العظمی بروجردی (ره).
۸. حسین زاده، محمدصالح (۱۴۰۳) «بررسی و تحلیل فرآیند تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه (مطالعه موردی آبان ماه ۹۶ و دی ماه ۹۸)»، آفاق امنیت، ۱۷(۶۳)، ۱۰۳-۱۳۳.
۹. رهگذر، منا (۱۳۸۹) «بررسی رابطه تورم و بیکاری با سرقت در ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
۱۰. صداقتی فرد، مجتبی (۱۳۹۰) «مطالعه آنومی سیاسی در بین دانشجویان ایرانی» مطالعات سیاسی، ۳(۱۱): ۱۱۷-۱۴۲.

۱۱. عطایی، زهرا (۱۴۰۱) «بررسی پدیدار شناسی تجربه‌ی زیسته‌ی زنان سرپرست خانوار مشهد»، دانشگاه پیام نور مشهد.
۱۲. علی‌اولاد، زهرا (۱۳۸۷) «بررسی رابطه‌ی بین تورم با بیکاری در اقتصاد ایران» پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۱۳. غفوری کله؛ معصومه و علیرضا محسنی تبریزی (۱۳۹۷) «سنجش رابطه‌ی ابعاد پنج‌گانه‌ی بیگانگی با رضایت از زندگی (مورد مطالعه شهروندان بالغ تهرانی)». *علوم اجتماعی*، ۱۲(۴۰)، ۹۷-۱۲۴.
۱۴. فولادیان، مجید و حسن رضایی بحرآباد (۱۳۹۷) «تحلیل جامعه‌شناختی خودمداری ایرانیان (براساس داده‌های مطالعه‌ی تجربی در شهر تهران)»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۹(۴۴): ۲۶-۱.
۱۵. فرهادی، محمد (۱۳۹۷) «سرمایه‌ها و مشارکت اجتماعی در فضای دانشجویی»، *جامعه-پژوهی فرهنگی*، ۹(۱): ۱۰۱-۱۳۲.
۱۶. قاسمی پور قدرت؛ جوکار، منوچهر و زینب طاهریان (۱۴۰۱) «تجربه‌ی زیسته؛ ماهیت، گونه‌ها و نقش آن در فرایند خلاقیت ادبی»، *نقد ادبی*، ۱۵(۶۰): ۱۷۵-۲۲۸.
۱۷. محمدخانی، مهرانگیز (۱۴۰۲) «کاوش کیفی فرایندهای آزار سایبری در میان زنان جوان»، رساله‌ی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.
۱۸. محمدی، جمال؛ خالق پناه، کمال و الهه غلامی (۱۳۹۵) «تجربه‌ی مصرف شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: شبکه‌ی اجتماعی «بی‌تاک»)»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۹(۴): ۵۹-۸۸.
۱۹. مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) (۱۴۰۱) «آخرین یافته‌ها در خصوص میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران».
۲۰. مکی پور، ذبیح اله (۱۳۹۱) «تحلیل اثرات اخلاقی و اجتماعی سیاست‌های اقتصادی (با تأکید بر تأثیر نرخ تورم بر میزان جرائم در ایران طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۷۰)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.
۲۱. مهدوی، سارا (۱۳۹۸) «تویتر، قدرت و کنشگری در حوزه‌ی عمومی»، *مطالعات رسانه‌های جدید*، شماره‌ی ۱۸ و ۱۹: ۱۴۷-۱۸۸.

۲۲. مهرگان، نادر؛ رشید، خسرو؛ قاسمی‌فر، ثمینه و حسین سهرابی وفا (۱۳۹۵) «بررسی عوامل سیاست‌های اقتصادی مؤثر بر شاخص سلامت روان»، *سیاست‌گذاری اقتصادی*، شماره ۸(۱۵): ۱۱۷-۱۳۶.

۲۳. واعظی، کمال و رضا رهبر (۱۳۹۵) «بررسی اهمیت میانجی مؤلفه احساس بی قدرتی در میزان تأثیر ادراک از پاسخ‌گویی بر رفتار مشارکتی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)»، *مدیریت دولتی*، ۸(۱): ۱۱۳-۱۳۶.

۲۴. یزدانی نسب، محمد (۱۳۹۹) «تجربه زیسته طبقات فرودست در مواجهه با ویروس کرونا (مورد مطالعه: کارگران روزمزد ساختمانی و نظافتی منطقه ۱۷ تهران)»، *مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۴(۲): ۱۶۰-۱۳۵.

۲۵. مرکز آمار ایران <https://amar.org.ir/>

26. D'Acunto, F., Malmendier, U., & Weber, M. (2022) «What Do the Data Tell Us About Inflation Expectations? (Working Paper No. 29825)». **National Bureau of Economic Research.**

27. Global Social Media Statistics" (2025) «DataReportal – Global Digital Insights». Retrieved January,

28. Given, Lisa, Ed (2008) **Lived Experience, The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods**, SAGE Publications.

29. Hammell, K. W. (2006) **Perspectives on disability and rehabilitation: Contesting assumptions, challenging practice** (1st Ed), Elsevier Health Sciences.

30. Hsieh, H. F., Shannon, S. E. (2005) « Three Approaches to Qualitative Content Analysis ». **Qualitative Health Research**. 15, 1277-1288.

31. Jozkowski, A. C., (2017) «Reason & Rigor: How Conceptual Frameworks Guide Research, (2nd Edition)» , **Occupational Therapy In Health Care**, 31:4, 378-379.

32. Kietzmann, Jan H.; Hermkens, Kristopher (2011) «Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media». **Business Horizons (Submitted manuscript)**. 54 (3): 241–251.

33. Malmendier, U., & Nagel, S. (2013) «Learning from inflation experiences». **Quarterly Journal of Economics**, 126(1), 373–416.

34. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014) **Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook** (third Ed). Sage.

35. Montevirgen, K. (2025) **inflation**, Encyclopedia Britannica.

36. Muñoz-Martínez, J. A., Orozco, D., & Ramos-Veloza, M. A. (2023) «Tweeting inflation: Real-time measures of inflation perception in Colombia». **Latin American Economic Review**, 33(10), 1-39.
37. Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve (2015) «Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue». **Telecommunications Policy**. 39 (9): 745–750.
38. Salle, I., Gorodnichenko, Y., & Coibion, O. (2024) «Lifetime memories of inflation: Evidence from surveys and the lab [Pre-registered study]». **AEA Randomized Controlled Trials Registry**.
39. Seeman, M. (1959) «On the meaning of alienation». **American sociological review**, 783-791.
40. Strauss.a, Corbin.J (1998) **Basic of Qualitative Research:Technique and procedures for developing Grounded Theory**, Sage publication,INC,second edition.
41. Van Manen, M. (2016) **Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy**. Routledge.
42. Willardt, R., & Schmid, P. C. (2024) «The threat of powerlessness: Consequences for affect and (social) cognition». **Journal of Experimental Social Psychology**, 111, Article 104576.