فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی، دوره‌ی سیزدهم، شماره‌ی ٤، بهار ١٤٠٤، صفحات ٣٠-٩

مقاله پژوهشی

از دل توئیت‌ها تا واقعیتِ تورم: واکاوی تجربهٔ زیستهٔ کاربران ایرانی توئیتر

عباسعلی شکار دوست[١]؛ سوده مقصودی[٢]؛ سعیده گروسی[٣]

تاریخ دریافت: ١٤٠٣/١٢/٢٥ تاریخ پذیرش: ١٤٠٤/٠٣/١٨

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 زیستهٔ کاربران ایرانی توئیتر از تورم از اهمیت بالایی برخوردار است. هدف این پژوهش، بررسی ژرفِ تجربهٔ تورم و پیامدهای آن بر زندگی این کاربران است. با بهره‌گیری از روش کیفی و تحلیل محتوای توئیت‌های مرتبط، ١٧٤ توئیت با استفاده از نرم‌افزار مکس‌کیودا (٢٠١٨) 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 مقولهٔ اصلی «احساس مسخ‌شدگی» و «شکنجهٔ 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 «سرمایهٔ عاطفی» افراد، آن‌ها را به سوی انزوا، بی اعتمادی و ازخودبیگانگی سوق داده است و به علاوه، توئیتر نه تنها بازتاب دهندهٔ این رنج‌ها، بلکه به «فضای مقاومت نمادین» در برابر روایت‌های رسمی تبدیل شده است.

١. دانشجوی دکتری، گروه علوم اجتماعی، دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنرکرمان، کرمان، ایران.
Abbasali.shekardoost1372@ens.uk.ac.ir

٢. دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنرکرمان، کرمان، ایران (نویسندهٔ مسؤول). smaghsoodi@uk.ac.ir

٣. استاد جامعه‌شناسی ، گروه علوم اجتماعی، دانشکدهٔ ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنرکرمان، کرمان، ایران.
sgarousi@uk.ac.ir

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

واژه‌های کلیدی: ایران؛ تورم؛ تجربهٔ 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 گستردهٔ 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 (علی اولاد، ۱۳۸۷: ٤٤؛ مکی پور، ۱۳۹۱: ٤). از منظر اقتصادی، تورم به عنوان «افزایش مستمر و بی‌کنترل سطح عمومی قیمت کالاها و خدمات» تعریف می‌شود که به‌طور عمده ناشی از رشد بی‌قاعدهٔ 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 (مونته ویرگن[4]، ۲۰۲۵؛ بهارلوئی و افراسیابی، ۱٤۰۱: 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 فرودین ١٤٠٤ نشان می‌دهد که نرخ تورم سالانه به ۳۸/۹درصد رسیده است که بیانگر تداوم روند نگران‌کنندهٔ گرانی و بی‌ثباتی اقتصادی است (مرکز آمار ایران، فروردین ١٤٠٤). همچنین صندوق بین‌المللی پول، میزان تورم اقتصادی ایران را در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ به ترتیب با نرخ تورم ٤٠/١ و ٤٩ 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 بی‌واسطهٔ 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

[4] Montevirgen

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

اطلاعات، تأثیرات چشمگیری بر ادراک و کنش‌های جمعی داشته‌اند (کیتزمن[5] و همکاران، ۲۰۱۱: ۲٤۲؛ اوبار و وایلدمن[6]، ۲۰۱۵؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ٦۰). آمارها حاکی از آن است که بین سال‌های ۲۰۰٤ تا ۲۰۱٤، استفاده از رسانه‌های اجتماعی با رشد ۸۰ درصدی همراه بوده است، ولی در سال ۲۰۲۵ حدود ۹٤/۲ درصد کاربران اینترنت در جهان، عضو حداقل یک شبکهٔ اجتماعی هستند (آذری و امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۸۲؛ محمدخانی، ۱٤۰۲: ۲). در ایران نیز نظرسنجی ایسپا در خرداد ۱٤۰۱ نشان داد ۷۸/۵ درصد از شهروندان بالای ۱۸ سال از پیام‌رسان‌ها یا شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند که سهم واتس‌آپ (۷۱/۱ درصد)، اینستاگرام (٤۹/٤ درصد) و توئیتر (۳ درصد) است (ایسپا، خرداد ۱٤۰۱). توئیتر یک میکروبلاگ[7] آنلاین و سرویس شبکهٔ اجتماعی آمریکایی است که در ۲۱ مارس ۲۰۰٦ (اول فروردین ۱۳۸۵) به عنوان نرم‌افزاری داخلی و سفارشی برای کارکنان شرکت اودیو[8] استفاده شد. ایدهٔ اولیه آن از سوی جک دورسی[9] مطرح شد (مهدوی، ۱۳۹۸: ۱٤۸). این شبکهٔ اجتماعی در سال ۲۰۲۵، حدود ۵۸٦ 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 شبکهٔ اجتماعی فعال با جامعهٔ دومیلیون کاربری است و در رویدادهایی چون انتخابات ۱۳۸۸ و اعتراضات اقتصادی دههٔ ۹۰ شمسی به رسانه‌ای تأثیرگذار تبدیل شده است (حسین‌زاده، ۱٤۰۳: ۱۰۵؛ دانش‌نامهٔ 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، ۲۰۰میلیون ری‌توییت انجام می‌شود. همچنین کاربران بیش از ۱/۵میلیارد لایک نسبت به توییت‌های هم انجام می‌دهند (ویکی پدیا، 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 ری‌توییت‌های لحظه‌ای می‌تواند 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] .میکروبلاگ (Microblog) یا وبلاگ‌نویسی کوچک، نوعی وبلاگ‌نویسی است که کاربران می‌توانند متن‌های کوتاه را با سرعت در آن منتشر کنند.

[۱۱] .اودیو(Odeo) ، یک شرکت فعال در حوزهٔ تولیدات پادکست و ویدیو است که در سال ۲۰۰۵ در آمریکا تأسیس شد.

[9] Jack Patrick Dorsey

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

را به‌طور گسترده با دیگران به اشتراک بگذارند. در این میان، توئیتر به عنوان 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 حوزهٔ مسائل اقتصادی نیز توئیتر به عنوان یک پلتفرم ارزشمند برای سنجش احساسات عمومی در مورد تورم ظاهر شده است (مونز-مارتینز[10] 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 حوزهٔ اقتصاد به بررسی ابعاد کمی و کلان پدیدهٔ تورم پرداخته‌اند، اما تجربهٔ زیستهٔ 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 به شمار 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 می‌شد. پژوهش حاضر تلاش کرد تا با رویکردی کیفی و از طریق تحلیل محتوای توئیت‌های کاربران ایرانی، به واکاوی تجربهٔ زیستهٔ 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 پدیدهٔ اقتصادی ارائه دهد.

پیشینهٔ پژوهش

مطالعات انجام‌شده در زمینهٔ 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 (١٤٠١) 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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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 روزمرهٔ جوانان طبقهٔ 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 طبقهٔ 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.

سالِه[11] و همکاران (۲۰۲٤) در پژوهشی با عنوان «خاطرات دائمی از تورم» با استفاده از نظرسنجی ۱۰۱٤۳ خانوار هلندی و آزمایش روی ۵۱۸ دانشجو نشان دادند خاطرات دورهٔ کاهش تورم، انتظارات آینده را کاهش می‌دهد ولی هم‌زمان عدم اطمینان نسبت به نوسانات آینده را افزایش می‌دهد، در حالی که خاطرات دورهٔ 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[12] و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «داده‌ها چه چیزی دربارهٔ 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 تجربهٔ 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[13](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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

مرور پژوهش‌ها در حوزهٔ تورم و پیامدهای آن نشان می‌دهد که عمدهٔ تحقیقات داخلی و خارجی با رویکرد کمی و چارچوب‌های اقتصادی انجام شده‌اند و تمرکز کمتری بر تجربهٔ زیستهٔ افراد حقیقی حوزهٔ 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 حوزهٔ تورم اقتصادی نشان می دهد.

چارچوب مفهومی پژوهش

پژوهش‌های کیفی به دنبال آزمودن نظریه‌ها نیستند و بنابراین فاقد چارچوب نظریِ ازپیش تعیین شده‌اند (اصغرپورماسوله و داوری، ۱٤۰۲: ۱۷٤). با این حال، شناسایی و انتخاب نظریه یا چارچوبی مناسب برای پژوهشگران می‌تواند چالش‌برانگیز باشد، زیرا نیاز به توصیف عمیق و چندوجهی تجربهٔ انسانی دارد. ماکسول[14] 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[15]، ۲۰۱۷) چارچوب‌های مفهومی نقشهٔ محقق از قلمرو مورد بررسی است و به پژوهشگران کمک می‌کند تا متغیرهای کلیدی و روابط مهم را شناسایی کنند (میلز[16] و همکاران، ۲۰۱٤). در این پژوهش، چارچوب مفهومی، مفاهیم مرتبط را برای هدایت تحقیق و فهم بهتر مسأله فراهم می‌کند.

تجربهٔ زیسته، مفهومی بنیادین در پژوهش‌های کیفی است که به ادراک، احساس و معناسازی افراد از تعامل مستقیم با جهان اشاره دارد (قاسمی‌پور و همکاران، ۱٤۰۱: ۱۸٦). ون مانن[17] (۲۰۱٦) آن را «هسته پژوهش پدیدارشناختی» می‌داند و هدف آن را فهمی ژرف از معنای تجربه‌های انسانی روزمره معرفی می‌کند (ون مانن، ۲۰۱٦: ۹ و ۳۳). خاستگاه تجربهٔ زیسته در سنت هرمنوتیک، به‌ویژه اندیشهٔ ویلهلم دیلتای[18] است که علوم انسانی را برای «فهم زندگی انسان» نه صرفاً توضیح آن می‌داند (ون مانن، ۲۰۱٦: ٤–۵). از نظر او، تجربهٔ زیسته، پیوندی میان ساحت درونی و بیرونی انسان است که ذهنی و پویا است و در کنش‌های بیرونی ظاهر می‌شود (عطایی، ۱٤۰۱: ۳٦). تجربهٔ

[14] Maxwell
[15] Jozkowski
[16] Miles
[17] . Manen
[18] Wilhelm Dilthey

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

زیسته به مثابه بستری برای بازنمایی، تفسیر و تحلیلِ 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 شیوهٔ 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: ۴۹۰-۴۸۹).

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؛ سیمن[۲۱]، ۱۹۵۹). این وارونگی، جایی که مخلوقات انسانی بر خالقان خود مسلط می‌شوند، جوهرهٔ بیگانگی است. راس و میروسکی[۲۲] (۱۹۸۷) بی‌قدرتی را حالتی ذهنی می‌دانند که نشان‌دهندهٔ ناتوانی فرد در کنترل رویدادهای مؤثر بر سرنوشت خود است (یزدانی‌نسب، ۱۳۹۹: ۱۴۲؛ ویلارد و اشمیت[۲۳]، ۲۰۲۴؛ فولادیان و همکاران، ۱۳۹۷: ٦). این احساس معمولاً وقتی ایجاد می‌شود که فرد باوجود 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 اختیار 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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

اهداف و توان واقعی خود را درک کند (همل، ۲۰۰٦؛ یزدانی‌نسب، ۱۳۹۹: ۱٤۲). این وضعیت می‌تواند به کناره‌گیری از مشارکت اجتماعی و سیاسی منجر شود (مقصودی و شمس‌الدینی، ۱٤۰۰: ۹٤). لوین[۲٦] 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: ۱۱٤؛ فولادیان و همکاران، ۱۳۹۷: ٦).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش از انواع تحقیقات کیفی از نوع تحلیل محتوا می باشد. 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 (شی یه و شانون[۲۷]، ۲۰۰۵: ۱۲۸۷). جامعهٔ آماری این پژوهش شامل تمامی توئیت‌های فارسی مرتبط با موضوع تورم است که در یک بازهٔ زمانی یک‌ساله، از مرداد ۱٤۰۱ تا تیر ۱٤۰۲، در شبکهٔ اجتماعی توئیتر منتشر شده‌اند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، هدفمند است. در این پژوهش، تمامی توئیت‌های مرتبط با تورم از بازهٔ زمانی مرداد ۱٤۰۱ تا تیر ۱٤۰۲ به صورت هدفمند با استفاده از کلیدواژهٔ "تورم" و از طریق مؤسسهٔ دانش بنیان لایف وب[۲۸] به تعداد ۲۹۲۰۲۹ جمع-آوری شد. در مرحلهٔ بعد، فرآیند کدگذاری بر اساس ترکیب هم‌زمان دو رویکرد شی یه و شانون (۲۰۰۵) و کوکارتز و رادیکر[۲۹] (۲۰۲۳) آغاز شد.

در مرحلهٔ 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 شی یه و شانون (۲۰۰۵)، (بدون پشتوانهٔ نظری و تحلیل غنی داده‌ها) فرایند تحلیل را ادامه دادند. در مرحلهٔ 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
[28] Life Web.
[29] Kokartz and Radeker

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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 شـده، مشابه و تکراری می‌شوند (کوربین[۳۰]، ۱۹۹۸: ۲۹۲). در نهایت، ۱۷٤ توئیت مرتبط با تجربهٔ زیستهٔ 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 نشان‌دهندهٔ 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 مرحلهٔ اول کدگذاری (کدگذاری اولیه) مفاهیمی به دست آمد که در جدول شمارهٔ ۱ و ۲ نشان داده شده است . این مفاهیم بیانگر درک و تفسیر کامنت‌های کاربران ایرانی توئیتر از تورم اقتصادی است .بعد از این مرحله، مفاهیم مشابه و نزدیک به هم از نظر معنایی در قالب مقوله‌های فرعی طبقه‌بندی شد. مرحلهٔ 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 شمارهٔ یک- مفاهیم اولیه، فرعی و تم نهایی تجربهٔ زیستهٔ توئیت‌های کاربران ایرانی توئیتر از تورم و آثار آن

مفاهیم اولیه	مقولات فرعی	تم

[30]. Corbin

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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 شمارهٔ دو-مفاهیم اولیه، فرعی و تم نهایی تجربهٔ زیستهٔ توئیت‌های کاربران ایرانی توئیتر از تورم و آثار آن

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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

احساس سالمندی در عین جوانی	سالخوردگی روانی	شکنجه نرم
مکیده شدن خون مردم	فرسایش عواطف	
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 تجربهٔ 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 شمارهٔ ۱ و ۲ مشاهده می‌شود، در مرحلهٔ اول کدگذاری، مفاهیم اولیه استخراج شد. سپس در مرحلهٔ دوم از ترکیب تشابه‌ها و تفاوت‌های مفاهیم اولیه ۷ مقولهٔ فرعی دسته‌بندی شد. در مرحلهٔ سوم کدگذاری، تم‌های نهایی پژوهش در قالب ۲ مقولهٔ عمده، تحت عنوان احساس مسخ‌شدگی و شکنجهٔ 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

تجربهٔ 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 شبکهٔ 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 دربارهٔ بحران‌های اقتصادی و تأثیر آن بر روابط اجتماعی و روانی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

خود در توئیت ها 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 تجربهٔ زیسته) یا کل افراد جامعه ایران (به عنوان تجربهٔ غیرزیسته) احساس می‌کنند که هیچ کنترلی 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 کاملا واضح است. تورم کمر مردم را شکسته. مشاغل زمین‌گیرشده‌اند. حدیث و روایت در این خصوص نداریم؟"

"مشکل پسرا سربازی و مهریه نیست. ۸۳ 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، تجربهٔ کاربران ایرانی توئیتر 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 توئیتر یا گروه‌های مختلف جامعه ایران، به دلیل افزایش شدید قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید، احساس می‌کنند که هیچ حمایت یا پشتیبانی از سوی نهادهای حکومتی و دولتی ایران دریافت نمی‌کنند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

"هیچ قشری به اندازه بازنشستگان کشوری در این تورم افسار گسیخته له نشد / کسی هم به فکر ماها نیست".

"ملت دارن زیر تورم دست و پا میزنن . خانواده‌ها از هم پاشیدن به خاطر گرانی. پدران شرمنده خانواده‌هاشون شدن بعد چطور انتظار داری افتخارآفرینی کنن؟ ۳۰۰ تمن یارانه می‌دید ٤۰۰ تمن فقط روغنه .. شکر خدا کار هم که نیست پس این ملت چیکار کنن ؟ خب به فکرشون نیستین".

زندگی نباتی

تجربهٔ احساس بی‌قدرتی و طردشدگی سیاسی، به تدریج موجب شکل‌گیری پدیده‌ای به نام "زندگی نباتی" در میان مردم و کاربران توئیتر در ایران شده است. این مفهوم به وضعیتی اشاره دارد که افراد، به دلیل تورم شدید و کاهش قدرت خرید، به حداقل‌های زندگی قانع می‌شوند و دیگر توانایی یا انگیزه‌ای برای رشد، پیشرفت یا مشارکت فعال در جامعه ندارند. کاربران توئیتر، به‌طور مداوم این احساس را بیان می‌کنند که هدف زندگی آن‌ها به بقا محدود شده است و تلاش برای تحقق اهداف بزرگ‌تر یا تغییر شرایط زندگی غیرممکن به نظر می‌رسد. در این وضعیت، افراد از خلاقیت، تحرک و تعاملات اجتماعی دور شده‌اند و در چرخه‌ای از رکود و بی‌تحرکی گرفتار می‌شوند. زندگی نباتی نه تنها امید به آینده را از بین می‌برد، بلکه افراد را به سمت انزوا و بی‌تفاوتی نسبت به جامعه و تغییرات آن سوق می‌دهد.

"در ایران تورم کشنده هست. این تورم ٤۰ ساله پدرمارودراورده وشدیم مردهٔ متحرک که برای نمردن داریم دست وپامیزنیم . تورم تولیدرو نابودکرده ودلالی روشکوفا کرده".

"از قدیم میگفتن مادر بچش میزنه همسایه حساب ببره از ابتدای سال دو بار تورم یکصدسال گذشته شکسته شده و گریه ۹۰٪ مردم بابت ناتوانی در خرید مایحتاج اولیه زندگی درامده، بازم بعضی‌ها دارن شعار میدن".

"مردم زیر بار ظلم و توحش و گرانی و تورم کمرشکن ، اجاره و ... نابود شدن و ارزوهاشون خاک کردن ، در این شرایط زندگی ، زنده بودن هم‌مردگی هس".

شکنجهٔ نرم

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

تجربهٔ "شکنجهٔ نرم" مردم ناشی از تورم اقتصادی نشان می‌دهد که افزایش پیوسته و مداوم قیمت‌ها به شکلی خزنده و تدریجی بر زندگی روزمرهٔ 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 چرخهٔ 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 توئیتر 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 جامعهٔ 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. تجربهٔ فرسایش تاب‌آوری مردم ایران نه تنها بر زندگی روزمرهٔ افراد تأثیر می‌گذارد، بلکه بر پیوندهای اجتماعی و روحیهٔ عمومی جامعه نیز اثرات منفی به‌جا می‌گذارد.

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

" نون‌کم‌داریم‌هموطنم ؟؟؟؟ کمرمون زیر بار گرونی و تورم‌شکسته .. به خدای یکتاقسم که دیگه این گرونی و تورم اجاره خونه تحمل کردنی نیس".

طلب مرگ

این تجربهٔ کاربران توئیتر 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 اولیهٔ 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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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 نشان‌دهندهٔ تجربهٔ 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 یه شرایط خوب به دنیا بیام ، این زندگی جز رنجو عذاب و حسرت چیزی نداشته".

سالخوردگی روانی

مقولهٔ "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 مسؤولیتی مسؤولان است".

فرسایش عواطف

مقولهٔ "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 جامعهٔ 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.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

فشار اقتصادی ناشی از تورم، نه تنها معیشت بلکه احساسات و روحیهٔ 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 افسار گسیخته نفسشون رو بریده، یک شعار معیشتی ندادند ! در برابر شخصیت مناعت طبع و اصالت این مردم باید سر تعظیم فرودآاورد !!!".

"ضعف نشون بدیم ؟ ایران شده شعب ابی طالب. قیمت مواد غذایی در ٤ 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 روزمرهٔ 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 تجربهٔ زیستهٔ 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 ۱۷٤ توئیت انتخاب، کدگذاری و مقوله‌بندی شد و تم‌های مرتبط با موضوع تورم استخراج گردید. یافته‌های پژوهش در ۲ مقولهٔ اصلی و ۷ مقولهٔ فرعی طبقه‌بندی شدند. مقولات اصلی تجربهٔ زیستهٔ کاربران ایرانی توئیتر از تورم را احساس مسخ‌شدگی و شکنجهٔ نرم تشکیل دادند.

با توجه به تحلیل محتوای توئیت های کاربران ایرانی در توئیتر، مقولهٔ اول "مسخ‌شدگی" است. پدیدهٔ مسخ شدگی 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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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 بیابند. این نتایج با یافته‌های پژوهش افراسیابی و بهارلوئی (۱۳۹۸) و حیدریان بروجنی (۱٤۰۱) 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 ازمهم‌ترین 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.

مقولهٔ دوم این پژوهش، شکنجهٔ نرم، به یکی از پیچیده‌ترین و در عین حال پنهان‌ترین فشارهای روانی و اجتماعی وارد بر جامعه ایران اشاره داشت. شکنجهٔ 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 غیرقابل‌مشاهده‌ای، روان و احساسات افراد را تحت فشار قرار می‌دهد. افراد مورد مطالعه در این پژوهش، بارها به فرسایش تاب‌آوری اشاره کرده‌اند؛ در کنار این، سالخوردگی 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 بهارلوئی (۱۳۹۹) هم‌خوانی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

دارد که نشان داد جوانان طبقهٔ 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 شکنجهٔ 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 روحیهٔ 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 نشان‌دهندهٔ 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 توئیت‌های کاربران ایرانی، بحران اقتصادی باعث احساس بی‌قدرتی و انزوای اجتماعی شده است که نشان‌دهندهٔ اثرات گسترده بحران‌های اقتصادی بر روان و هویت اجتماعی افراد است.

در نهایت یافته‌ها حاکی از آن بود که تورم در جامعهٔ ایران به‌طور تدریجی احساسات منفی مانند بی‌قدرتی، ناامیدی و طرد اجتماعی را در افراد تقویت کرده است. کاربران در توئیت‌های خود به کاهش شادمانی، تحلیل روانی و فرسایش تاب‌آوری اشاره کرده‌اند و این تغییرات را نتیجهٔ 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.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

منابع

۱. آذری، غلامرضا و تابان امیدوار (۱۳۹۱) «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایهٔ اجتماعی»، **فرهنگ ارتباطات**،۲(٦): ۱۸۱-۲۰۹.

۲. اعتمادی راد، حمید؛ جهانخش، اسماعیل و منصور حقیقیان (۱۳۹۸) «شناسایی عوامل اجتماعی اثرگذار بر تورم و نوسانات نرخ ارز»، **ماهنامهٔ جامعه‌شناسی سیاسی ایران**، ۲(٤): ۲٦۸۱-۲۷۰۲.

۳. اصغرپور ماسوله، احمدرضا و حدا داوری حدا (۱٤۰۳) «بازنمایی طبقهٔ متوسط جدید (بورژوازی جدید) در سه فیلم منتخب سینمای دههٔ نود ایران»، **رسانه**، ۳۵(٤): ۱۸۹-۱۷۱.

٤. افراسیابی حسین و مریم بهارلوئی (۱۳۹۹) «پیامدهای تورم در زندگی روزمرهٔ جوانان طبقهٔ پایین»،**جامعه‌شناسی کاربردی**، ۳۱(٤): ۲۳-٤٤ .

۵. افراسیابی، حسین و مریم بهارلوئی (۱۳۹۸) «تنگنای زیست‌جهان سالمندی، مطالعهٔ کیفی بازتاب تورم اقتصادی در زندگی روزمرهٔ بازنشستگان»، **برنامه‌ریزی رفاه توسعهٔ اجتماعی**، ۱۰(٤۰): ۳۳-٦۲.

٦. بهارلویی، مریم و حسین افراسیابی (۱٤۰۱) «تورم و زیست اقتضائی در جامعهٔ ایران: یک مطالعهٔ داده بنیاد»، **جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه**، ۱۱(۱): ۳۱-۵۷.

۷. حیدریان بروجنی، امیرمسعود (۱٤۰۱) «**بازنمایی نقش تورم و شرایط اقتصادی بر زندگی جوانان**»، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه آیت‌الله‌العظمی بروجردی (ره).

۸. حسین زاده، محمدصالح (۱٤۰۳) «بررسی و تحلیل فرآیند تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه (مطالعهٔ موردی آبان ماه ۹٦ و دی ماه ۹۸)»، **آفاق امنیت**، ۱۷(٦۳)، ۱۰۳-۱۳۳.

۹. رهگذر، منا (۱۳۸۹) «**بررسی رابطهٔ تورم و بیکاری با سرقت در ایران**»، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.

۱۰. صداقتی فرد، مجتبی (۱۳۹۰) «مطالعهٔ آنومی سیاسی در بین دانشجویان ایرانی» **مطالعات سیاسی**، ۳(۱۱): ۱۱۷-۱٤۲.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

۱۱. عطایی، زهرا (١٤٠١) «**بررسی پدیدار شناسی تجربهٔ زیستهٔ زنان سرپرست خانوار مشهد**»، دانشگاه پیام نور مشهد.

۱۲. علی اولاد، زهرا (۱۳۸۷)« **بررسی رابطهٔ بین تورم با بیکاری در اقتصاد ایران**» پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

۱۳. غفوری کله؛ معصومه و علیرضا محسنی تبریزی (۱۳۹۷) «سنجش رابطهٔ ابعاد پنج‌گانهٔ بیگانگی با رضایت از زندگی (مورد مطالعه شهروندان بالغ تهرانی)». **علوم اجتماعی**، ۱۲(٤٠)، ۹۷-۱۲٤.

١٤. فولادیان، مجید و حسن رضایی بحرآباد (۱۳۹۷) «تحلیل جامعه‌شناختی خودمداری ایرانیان (براساس داده‌های مطالعهٔ تجربی در شهر تهران)»، **مطالعات فرهنگی و ارتباطات**، ۱۹(٤٤): ۱-۲٦.

۱۵. فرهادی، محمد (۱۳۹۷) «سرمایه‌ها و مشارکت اجتماعی در فضای دانشجویی»، **جامعه-پژوهی فرهنگی**، ۹(۱): ۱۳۲-۱۰۱.

١٦. قاسمی‌پور قدرت؛ جوکار، منوچهر و زینب طاهریان (١٤٠١) «تجربهٔ زیسته؛ ماهیت، گونه‌ها و نقش آن در فرایند خلاقیّتِ ادبی»، **نقد ادبی**، ۱۵ (٦٠) :۱۷۵-۲۲۸.

۱۷. محمدخانی، مهرانگیز (١٤٠٢) «**کاوش کیفی فرایندهای آزار سایبری در میان زنان جوان**»، رسالهٔ دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

۱۸. محمدی, جمال؛ خالق پناه، کمال و الهه غلامی (۱۳۹۵) «تجربهٔ مصرف شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: شبکهٔ اجتماعی «بی‌تاک»)»، **تحقیقات فرهنگی ایران**، ۹(٤): ۵۹-۸۸.

۱۹. مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) (١٤٠١) «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)**»، پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد، دانشکدهٔ علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.

۲۱. مهدوی ، سارا (۱۳۹۸) «توییتر، قدرت و کنشگری در حوزهٔ عمومی»، **مطالعات رسانه‌های جدید**، شمارهٔ ۱۸ و ۱۹: ۱٤۷-۱۸۸.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

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

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

۲٤. یزدانی نسب، محمد (۱۳۹۹) «تجربهٔ زیستهٔ طبقات فرودست در مواجهه با ویروس کرونا (مورد مطالعه: کارگران روزمزد ساختمانی و نظافتی منطقهٔ ۱۷ تهران)»، **مطالعات اجتماعی ایران**، ۱٤(۲): ۱٦۰-۱۳۵.

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

۲٦. 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**.

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

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

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

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

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

۳۲. 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.

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

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

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

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]

۳٦. 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.

۳۷. 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.

۳۸. 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**.

۳۹. Seeman, M. (1959) «On the meaning of alienation». **American sociological review**, 783-791.

٤۰. Strauss.a, Corbin.J (1998) **Basic of Qualitative Research:Techniquest and procedures for developing Grounded Theory**, Sage publication,INC,second edition.

٤۱. Van Manen, M. (2016) **Researching Lived Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy**. Routledge.

٤۲. Willardt, R., & Schmid, P. C. (2024) «The threat of powerlessness: Consequences for affect and (social) cognition». **Journal of Experimental Social Psychology**, 111, Article 104576.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-05-20]