



وقتی زندگی دیگر تابع فرمول نیست

واکاوای جامعه شناختی تغییر الگوی مصرف در جنگ ۴۰ روزه





جنگ ۴۰ روزه به مثابه یک شوک بیرونی به سیستم حک‌شدگی موجود ضربه زد. تنگه هرمز (کاهش بیش از ۹۰ درصدی تردد شناورها) زنجیره‌های تأمین جهانی را مختل کرد و «تورم انرژی» را همزمان در ایران، آمریکا و اروپا افزایش داد. با قطع اینترنت، مصرف دیجیتال و اطلاعات در ایران شدیداً تحت تأثیر قرار گرفت.

این مقاله با کاربست نظریه حک‌شدگی (embeddedness) مارک گرانووتر، نشان می‌دهد که تغییر الگوی مصرف در جنگ ۴۰ روزه هرگز یک پدیده صرفاً عقلانی و اقتصادی نبوده، بلکه عمیقاً در شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اعتماد و بی‌اعتمادی و حافظه تاریخی ایرانیان حک شده است.



پیش از جنگ؛ زندگی در کمبود مزمن

پیش از جنگ، مصرف‌کننده ایرانی تورم مزمن را تجربه کرده بود (نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه ۴۸/۶ درصد)، سهم خوراک از بودجه خانوار برای دهک‌های پایین حدود ۴۵ درصد بود و در دهه منتهی به جنگ، مصرف سرانه گوشت و لبنیات کاهش یافته بود، بنابراین پیش‌زمینه حک‌شدگی الگوی مصرف در وضعیت عادی را شاهد بودیم. از دیدگاه گرانووتر، کنش اقتصادی در شبکه‌های اجتماعی و نهادهای مشخص حک می‌شود. در جامعه ایران، این حک‌شدگی سه لایه داشت: **اول** حک‌شدگی نهادی-ساختاری؛ دهه‌ها تحریم بین‌المللی (قطع از سوئیفت، محدودیت صادرات نفت و کمبود کالاهای بین‌المللی) الگویی از «کمبود، جانشینی و اقتصاد بقای مزمن» را نهادینه کرده بود،

دوم حک‌شدگی هنجاری-ارزشی؛ مصرف کالای ایرانی به هنجاری سیاسی با عنوان «حمایت از تولید داخلی در برابر جنگ اقتصادی» تبدیل شده بود،

سوم حک‌شدگی شبکه‌ای-مذهبی؛ در مناسبت‌هایی مانند ماه رمضان و محرم، الگوی مصرف (افطاری و نذری) در شبکه‌های همبستگی مذهبی و محلی تعریف می‌شد. این حک‌شدگی، یک «حافظه تاریخی حک شده در شبکه‌های اجتماعی» ایجاد کرده بود که به محض بروز شوک جنگی، «خود تحریمی اقتصاد جنگی» را خودبه‌خود فعال می‌کند.



شوک جنگی؛ گسست یا بازتولید حک‌شدگی؟

جنگ ۴۰ روزه به مثابه یک شوک بیرونی به سیستم



دکتر مینا شیروانی ناغانی
پژوهشگر جامعه‌شناسی اقتصادی



جنگ ۴۰ روزه آمریکا و رژیم صهیونیستی با ایران (۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۱۹ فروردین ۱۴۰۵) برخلاف جنگ تحمیلی دهه ۶۰، الگوی مصرف را نه از طریق مدیریت داخلی و اخلاق جمعی، بلکه از کانال «شوک‌های برون‌زا و شبکه‌ای» دگرگون کرد. در اقتصاد کلاسیک، مصرف تابعی از قیمت، درآمد و سلیقه با فرض ثبات سایر متغیرها است. اما در شرایط جنگی اخیر، عواملی مانند زمان، مکان، جابه‌جایی جمعیت، شایعات، قطع اینترنت و حافظه تاریخی تحریم‌ها چنان بر کنش مصرف‌کننده سلطه یافتند که منحنی‌های سنتی تقاضا معکوس شدند.





حک شدگی موجود ضربه زد. تنگه هرمز (کاهش بیش از ۹۰ درصدی تردد شناورها) زنجیره‌های تأمین جهانی را مختل کرد و «تورم انرژی» را همزمان در ایران، آمریکا و اروپا افزایش داد. با قطع اینترنت، مصرف دیجیتال و اطلاعات در ایران شدیداً تحت تأثیر قرار گرفت؛ اما نکته کلیدی این است که کنشگران اقتصادی در همان شبکه‌های حک شده قبلی واکنش نشان دادند:

■ **بازتولید حک شدگی تحریمی:** افزایش قیمت نان، برنج و کنسرو باعث کاهش مصرف نشد (برخلاف تئوری کلاسیک)، بلکه تجربه تاریخی کمبود، مردم را به خریدهای اضطراری در شبکه‌های خویشاوندی و همسایگی سوق داد. این همان پدیده «تقاضای اکتسابی اضطراری» در بستر شبکه‌ای است؛ به طوری که کالاها با افزایش قیمت به دلیل کاهش درآمد واقعی با افزایش تقاضا مواجه می‌شود،

■ **جایگزینی شبکه‌ای اطلاعات:** با قطع اینترنت، الگوی مصرف اطلاعات از رسانه‌های رسمی به «پیوندهای قوی» (خانواده، دوستان و همسایگان) و ابزارهایی مانند رسانه‌های ماهواره‌ای منتقل شد. برخی کاربران از طریق فیلترشکن‌ها (که خود در شبکه‌های دیجیتال حک شده‌اند) به منابع خارجی دسترسی پیدا کردند. بنابراین عدم دسترسی به اینترنت به علاوه کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی پیش از جنگ شرط لازم آن بود تا ماهواره، همکاران و فامیل جایگزین شبکه‌های اجتماعی و اطلاعات دست‌اول شوند؛ به طوری که اطلاعات این شبکه‌های غیررسمی از طریق «پیوندهای ضعیف» (همکاران و آشنایان) وارد شبکه خانوادگی و همسایگی «پیوندهای قوی» شد و الگوی مصرف اطلاعات و حتی کالاها را تغییر داد.

■ **نقش دیاسپورا به عنوان پیوند ضعیف:** طبق نظریه گرانووتر، پیوندهای ضعیف در سطح بین‌المللی -مانند ایرانیان دیاسپورا در آمریکا و اروپا- به عنوان رابط بین شبکه

مصرف‌کنندگان داخلی و واقعیت‌های جهانی عمل کردند. آن‌ها توانستند هنجارهای جدید مصرف (مثل تحریم شرکت‌های حامی جنگ) را به شبکه‌های داخل آمریکا و از آنجا به ایران وارد کنند.



دوگانه زمان و مکان؛ وقتی شب و روز

عوض می‌شود

جنگ نه فقط «چه می‌خریم» و «چقدر می‌خریم»، بلکه «کی می‌خریم» را نیز دگرگون ساخت. ریتم شبانه‌روزی مصرف تابع «لجستیک ترس» (ترس از بمباران، قطعی برق، گرانی و شایعات) شد. خریدهای سحرگاهی و تغییر ساعات مراجعه به فروشگاه‌ها نماد این «جامعه‌شناسی شوک زمانی» است.



اطمینان را در جوامع منطقه به اوج رساند.



دگرگونی عجیب سبد خرید؛ از ماهی تا کنسرو و اقتصاد بقا

در جنگ اخیر، مصرف‌کننده ایرانی که تورم ناشی از مشکلات ساختاری و اصلاحات اقتصادی دی‌ماه ۱۴۰۴ را پشت سر گذاشته بود، الگوی مصرف خود را به سمت کالاهای اساسی سوق داد. برخلاف تابع تقاضای رایج:

● **پدیده «تقاضای اکتسابی اضطراری» مشاهده شد؛**

قیمت نان افزایش یافت، اما مصرف آن رشد کرد. قیمت کنسرو حبوبات افزایش یافت و مصرف آن نیز افزایش یافت،

● **کالای عادی به کالای لوکس بدل شد؛** قیمت گوشت

قرمز افزایش یافت و مصرف آن بیش از ۵۰ درصد کاهش

یافت. جالب‌توجه‌ترین مورد گوشت ماهی بود. با آنکه

قیمت آن کاهش یافت، مصرف آن نیز کاهش یافت. از طرفی

در شرایط اقتصاد بقا، هزینه مبادله تقاضا برای خرید گوشت

ماهی به‌صرفه نبود و تقریباً از سبد مصرفی خانوار خارج شد.

کاهش درآمد واقعی مصرف‌کننده به دلیل تورم و شرایط

جنگی، «نقد شدگی» برخی کالاها را برای پوشش ریسک

جنگی رقم زد. در این شرایط، تورم نقش تعدیل‌کننده

ایفا کرد. اگر تورم پیش از جنگ وجود نداشت، افزایش

تقاضای روانی منجر به کمبود شدید عرضه می‌شد؛

بنابراین قیمت به‌عنوان عامل تعدیل‌کننده از بروز

کمبود کالا جلوگیری کرد.



پیامدهای پس از پایان جنگ؛ صلح فقیرانه و زندگی در فرسایش

آتش‌بس ۱۹ فروردین ۱۴۰۵ اگرچه حملات را متوقف کرد، اما

زخم‌های عمیق اقتصادی و اجتماعی بر بیکر جامعه ایران

و تا حدی آمریکا باقی گذاشت. برآورد اولیه خسارت‌های

رسمی جنگ غیر از بخش نظامی تاکنون ۲۸/۵ میلیارد



از سوی دیگر، عامل مکان تأثیری مستقیم بر الگوی مصرف گذاشت. نقل مکان و سفرهای گسترده به مناطق دور از درگیری (شمال، شرق و روستاها) باعث شد:

● مصرف مواد خوراکی در شهرهای کوچک و روستاها افزایش یابد و در مقابل، تقاضا در مراکز استان‌های درگیر جنگ تعدیل شود،

● تقاضا برای مسکن موقت، بوم‌گردی و حتی خرید املاک در شهرهای کوچک افزایش یابد که خود موجب رشد قیمت در این مناطق شد،

● در سطح جهانی، بسته شدن تنگه هرمز به‌عنوان مرکز ثقل شوک بر زنجیره‌های تأمین جهانی اثر گذاشت و تورم انرژی را در آمریکا و اروپا افزایش داد و عدم



تاب‌آوری اجباری؛ یعنی جامعه نه فرومی‌پاشد و نه بهبود می‌یابد، بلکه فرسایش تدریجی را تجربه می‌کند. «زمان جنگ» و «زمان صلح» از هم قابل تشخیص نیستند.



«جهانی‌شدن زنجیره شوک» است. در دهه ۶۰، تغییر الگوهای مصرف درون‌زا، جیره‌بندی دولتی و مبتنی بر همبستگی ملی بود و بازیابی الگوی مصرف چندین سال طول کشید، اما در جنگ ۴۰ روزه، تغییرات ناشی از شوک‌های برون‌زا و شبکه‌ای بود و هزینه جنگ هم‌زمان در پمپ‌بنزین‌های آمریکا، سفره نان در تهران و قبض انرژی کشورهای اروپایی احساس شد.

از منظر جامعه‌شناسی اقتصادی و بر اساس نظریه حک‌شدگی گرانووتر، تغییر الگوی مصرف در جنگ ۴۰ روزه هرگز یک پدیده صرفاً عقلانی و اقتصادی نبود، بلکه در شبکه‌های اعتماد و بی‌اعتمادی و تاریخی حک‌شده است. همچنین حافظه تحریم به‌عنوان یک ساختار اجتماعی نهفته، خودبه‌خود در بحران فعال می‌شود. پیوندهای ضعیف (دیاسپورا، آشنایان با فیلترشکن) می‌توانند هنجارهای مصرفی جدید را وارد شبکه‌های قوی کنند. زمان و مکان (ریتیم ترس و جابه‌جایی جمعیت) خود به متغیرهای مستقیم مصرف تبدیل می‌شوند.

برای ایران، این جنگ بازتولید «اقتصاد محاصره و فرسایش» و آزمونی جدی برای زیستن در شرایط ابهام، اقتصاد بقا و تاب‌آوری اجباری بود. برای آمریکا، تبدیل شدن به «اقتصاد تورمی بخش انرژی ناشی از تنگه هرمز» و برای جهان، هشدار روشن در قرن بیست‌ویکم که هیچ جنگی «محلی» نیست و هیچ هزینه جنگی «محدود» نمی‌ماند.

منابع:

- مرکز آمار ایران.
- وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی.
- آکسفورد اکونومیکس. (۲۰۲۶، ۱۸ آوریل). چشم‌انداز اقتصادی پس از جنگ: ایران و پیامدهای جهانی. آکسفورد.

دلار تخمین زده‌شده که مستقیم به اقتصاد ایران لطمه زده است. از طرفی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی آماری ارائه داده است که حاکی از آن است که به‌طور مستقیم یک میلیون شغل و به‌طور غیرمستقیم دو میلیون شغل در این مدت ازدست‌رفته است. همچنین خانه کارگر اعلام کرد که ۱۳۰ هزار شغل مستقیم و ۶۰۰ هزار شغل به‌طور غیرمستقیم با بمباران واحدها بیکار شدند و این امر به‌طور قطع بر تغییر الگوی مصرف جامعه کارگری و بیکاران ناراضی از جنگ تأثیر مستقیم خواهد گذاشت، چراکه این امر با اقتصاد معیشت و زندگی روزمره آنان گره‌خورده است.

پیامدهای پایدار جنگ عبارتند از:

● **صلح فقیرانه:** بازسازی زیرساخت‌های انرژی به دلیل تحریم‌های طولانی‌مدت و فقدان فناوری روز تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد. «اقتصاد بقا» همچنان پابرجاست و خانوارها به جای برنامه‌ریزی برای آینده، صرفاً نگران تأمین نیازهای فوری هستند که اقتصاد روزمرگی را به دنبال دارد نه توسعه.

● **تاب‌آوری اجباری؛** یعنی جامعه نه فرومی‌پاشد و نه بهبود می‌یابد، بلکه فرسایش تدریجی را تجربه می‌کند. «زمان جنگ» و «زمان صلح» از هم قابل تشخیص نیستند.

● **کاهش اعتماد اجتماعی؛** زایش شایعه، کاهش امنیت اقتصادی-روانی و تأثیرات رسانه‌ای، تحلیل و برنامه‌ریزی آینده را برای جامعه دشوار ساخته است. در شرایط پیچیدگی و ابهام، شایعات اجتماعی جایگاه خاص و مؤثری بر مصرف و تقاضا پیدا می‌کنند.



یک مقایسه تلخ؛ جنگ ۸ ساله بود

اما این جنگ ۴۰ روزه تمام ناشدنی

تفاوت اساسی جنگ ۴۰ روزه با دوران دفاع مقدس در

