مهاجرفرستی دلیل اصلی کاهش نرخ رشد جمعیت در همدان

سپهرغرب، گروه اجتماعی – طاهره ترابی‌مهوش: در گفت‌وگو با استاد جمعیت‌شناسی دانشگاه بوعلی مشخص شد؛ مهاجرفرستی دلیل اصلی کاهش نرخ رشد جمعیت در استان همدان است.

چند سالی است که شاهد ثبت رکود حداقلی شاخص‌های جمعیت‌شناختی هستیم، متأسفانه این وضعیت هشداردهنده و نگران‌کننده در حوزه جمعیت همچنان تداوم دارد به‌طوری‌که نرخ رشد جمعیت کشور به کمتر ۰٫۷ درصد رسیده است که در طول تاریخ ایران بی‌سابقه بوده، یعنی نرخ باروری به کمتر ۶٫۱ درصد به ازای هر زن رسیده که اتفاق نگران‌کننده و کم‌سابقه در طول تاریخ است.

حال آنکه در بین استان‌های کشور پایین‌ترین نرخ رشد در استان‌های همدان، خراسان جنوبی و چند استان دیگر ثبت شده و سال به سال جمعیت کل در این استان‌ها کاهش یافته است. معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی همدان دکتر ترکمان اسدیدر گفت‌وگویی اردیبهشت ماه سال جاری اعلام کرد که بر اساس آخرین آمار، جمعیت استان همدان، یک میلیون و ۶۷۳ هزار و ۷۳ نفر است که ۶۴ و نیم درصد از آن را جمعیت شهری و ۳۵ و نیم درصد را جمعیت روستای تشکیل داده است. ۳۲٫۹ درصد جمعیت استان را زنان ۱۰ تا ۵۴ ساله، معادل ۵۵۱ هزار و ۴۸۴ نفر، تشکیل داده‌اند که ۶۱٫۶ درصد آن گروه سنی زنان همسردار معادل ۳۳۸ هزار و ۷۶۹ نفر هستند ۲۰٫۳ درصد از کل جمعیت استان را زنان همسردار در سنین باروری تشکیل داده اند. میزان باروری کلی در استان از ۲٫۷ فرزند به ازای هر زن در سال ۱۳۹۵، به ۱٫۵۷ فرزند در سال ۱۴۰۲(طبق اطلاعات سامانه سیب) رسیده است، این موضوع متأثر ازکاهش آمار ازدواج، بالارفتن سن ازدواج، افزایش فاصله ازدواج تا تولد اولین فرزند، افزایش فاصله بین فرزندان، رواج رو به رشد بی فرزندی و تک فرزندی در خانواده‌ها، افزایش سقط جنین، افزایش میزان ناباروری و در نتیجه کاهش موالید است، براساس سرشماری سال ۹۵، ۶۸۳ هزار و ۶۲۰ نفر معادل ۳۷٫۷درصد از جمعیت کل استان بوده است که هم اکنون با توجه به تعداد میانسالان ثبت نام شده در سامانه سیب درصد این گروه سنی ۴۵ درصد از جمعیت استان را تشکیل می‌دهد که بیانگر این است که استان همدان نیز در فرصت پنجره جمعیتی قراردارد.

این اعداد و ارقام خیلی دقیق و شفاف نشان می‌دهد همدان در آینده که خیلی هم دیر و دور نیست باید دست به عصا بشود بر این اساس با توجه به حاد بودن شرایط جمیعتی در استان همدان برآن شدیم تا در این باره و پیامدهای آن با دانش‌آموخته دکتری جمعیت‌شناسی و عضو هیئت‌علمی دانشگاه بوعلی گفت‌وگویی ترتیب دهیم که در ادامه می‌خوانید:

حاتم حسینی با ابراز اینکه نرخ رشد جمعیت استان همدان بر اساس آخرین سرشماری که داشتیم سال ۹۵ در همه شهرستان‌ها غیر از همدان و ملایر منفی بوده گفت: در شهرستان همدان چون مهاجرپذیر است رشد جمعیت مثبت بوده به طوری که عدد آن ۰٫۷ درصد و در شهرستان ملایر نیز ۰٫۰۵ درصد بود اما در بقیه شهرستان‌های استان بدون استثنا رشد منفی جمعیتی را شاهد بودیم.

وی با اشاره به اینکه در مقایسه مناطق شهری و روستایی نیز رشد جمعیت در تمام مناطق روستایی استان منفی است، عنوان کرد: طبق آمار سال‌های ۹۰ تا ۹۵ رشد جمعیت مناطق شهری استان همدان ۱٫۱ درصد بوده و در مناطق روستایی ۲٫۳ درصد منفی بوده، این بدان معنا است که در استان شاهد از دست دادن جمعیت روستایی هستیم.

وی با اشاره به اینکه طبق آمار استانی بر اساس آمارهای رسمی سال ۹۵ نرخ رشد جمیعیت استان همدان چنانکه گفته شد در کنار استان خراسان شمالی منفی بوده، اظهار کرد: این موضوع می‌تواند پیامدهای مختلفی در هر جمعیتی نه فقط در استان همدان داشته باشد که یکی از آن‌ها تسریع سالخوردگی جمعیت است.

این جمعیت‌شناس با اشاره به این نکته که همدان یک استان مهاجرفرست نیز هست و یکی از دلایل اصلی این رشد جمعیتی منفی در استان همین موضوع محسوب می‌شود گفت: کاهش موالید دلیل اصلی رشد منفی جمعیت استان همدان بلکه دلیل نخست آن مهاجرفرستی است.

حسینی اذعان کرد: بنده در این ارتباط مقاله‌ای نوشته‌ام که در انجمن جامعه‌شناسی ایران چاپ شده یعنی برخلاف آن چیزی که در آمارهای سرشماری گزارش شده که عنوان می‌کند از استان همدان بالغ بر ۳۲ هزار نفر تا سال ۹۵ مهاجرت کردند، من به روش‌های غیر به عددی بالغ بر ۱۳۲ هزار نفر رسیدم و بارها نیز به بهانه‌های مختلف بر لزوم توجه به این مسئله حتی در استانداری و شورای راهبردی جمعیت استان تأکید کردم.

وی ادامه داد: اما متأسفانه در بدو امر به‌عنوان دلیل اصلی بر باروری پایین در استان همدان تأکید می‌شود؛ البته کسی منکر این نیست که در تمام ایران نرخ باروی پایین آمده اما سؤال این است که به لحاظ شاخص‌های توسعه همدان که توسعه‌یافته‌تر از استانی همچون کردستان است و حتی دارای شرایط باروری مثل هم بوده و تفاوت آماری معنی‌داری با همدیگر ندارند، پس چرا رشد جمعیت در استان همدان منفی شده است؟

وی با بیان اینکه دلایل این مسئله را باید در این موضوع جستجو کرد که میزان مهاجرفرستی در استان همدان به‌مراتب بیشتر از استان کردستان و سایر استان‌ها است و همین باعث شده که رشد جمعیت آن منفی شود گفت: استمرار این وضعیت که استان همدان از سال ۱۳۹۵ با آن دست به گریبان است علاوه بر پیامدهایی همچون سالخوردگی جمعیت، کاهش حجم و رشد جمعیت در سن کار (جمعیت ۱۵ تا ۶۵ سال) را در پی دارد.

این استاد دانشگاه با اشاره به اینکه یکی دیگر از پیامدها، کاهش حجم جمعیت استان همدان است یعنی از حدود یک میلیون و ۷۰۰ نفر طبق آمار سال ۹۵ اگر این وضعیت ادامه پیدا کند، این رشد جمعیت کمتر می‌شود، این یک واقعیت انکارناپذیر است خاطرنشان کرد: البته در حال حاضر یکی از چالش‌هایی که در همه دنیا به‌ویژه کشورهای در حال توسعه ازجمله ایران وجود دارد، گسترش بی‌رویه جمعیت شهری است؛ یعنی اصلاً ما با پدیده‌ای به نام شهرنشینی در ایران مواجه نیستیم بلکه بیشتر شهرگرایی در ایران معنا پیدا می‌کند این در حالی است که زیرساخت‌های جامعه شهری ظرفیت لازم برای جذب جمعیت مهاجر و روستایی را ندارد اما مردم گرایش دارندکه در شهرها زندگی کنند.

حسینی با تأکید بر اینکه البته مسائل الحاق مناطق روستایی اطراف شهرها و افزایش جمعیت مناطق روستایی و تبدیل شدن آن‌ها به شهر را نمی‌توان در افزایش جمعیت شهری بی‌تأثیر دانست تصریح کرد: با این وجود به طور کلی شهرنشینی در جامعه ایران برنامه‌ریزی‌نشده است؛ یعنی به جای شهرنشینی باید از واژه شهرگرایی و گرایش به زندگی در جامعه شهری بدون توجه به زیرساخت‌های لازم برای زندگی مناسب نام برد.

وی ادامه داد: بنابراین من شخصاً بر این باورم که تعدیل رشد جمعیت مناطق شهری در تعادل‌بخشی بین حجم جمعیت شهری و به‌اصطلاح نیازهای ضروری و امکانات لازم برای تأمین رفاه و معیشت آن جمعیت در مناطق شهری کمک می‌کند.

این عضو هیئت‌علمی دانشگاه بوعلی سینا با ابراز اینکه صرفاً کاهش نرخ رشد در شهرها را نمی‌توان یک امر یا پدیده منفی و نامطلوبی دانست چراکه در این مسیر شاید فرصتی فراهم شود که بتوانیم جمعیت شهری را بازتوزیع کرده و از حجم جمعیت شهری بکاهیم به طوری که شاهد مهاجرت معکوس به روستاها باشیم گفت: امروز یکی از پیامدهای مهاجرت از روستا به شهر بایر شدن زمین‌های کشاورزی در مناطق روستایی است زیرا دیگر کسی نیست که بر روی آن زمین‌ها کشت و زرع کند.

حسینی با تأکید بر اینکه من کاهش نرخ جمعیت شهری را صرفاً نامطلوب نمی‌دانم گفت: رشد جمعیت بی‌رویه در شهرها مسائل و مشکلات بسیاری مثل آلودگی هوا ترافیک، گرانی مسکن و اجاره‌خانه و غیره را به‌دنبال داشته که نمونه آن را به‌وضوح می‌توان در شهری مثل همدان دید.

وی با اشاره به اینکه امروز حجم جمعیت شهری همدان متناسب با زیرساخت‌ها نیست تشریح کرد: در نظر بگیرید در کنار مهاجرفرستی شهر همدان مهاجرپذیر نیز هست و همین مسئله شرایط زیرساختی را با توجه به حجم جمعیت بغرنج‌تر کرده است.

وی یکی از پیامدهای افزایش جمعیت شهرها را رشد حاشیه‌نشینی اعلام کرد و گفت: مسلماً در پی نبود برنامه‌ریزی درست وقتی زیرساخت‌های شهری پاسخگوی حجم جمعیت نباشد ما شاهد شکل‌گیری پدیده‌ای همچون حاشیه‌نشینی خواهیم بود که در پی آن شاهد گسترش آسیب‌های اجتماعی روان‌شناختی و فرهنگی خواهیم بود.

این جمعیت‌شناس با تأکید بر اینکه افزایش و یا کاهش رشد جمیعتی به‌تنهایی منشأ تحول و رشد اقتصادی و اجتماعی و یا برعکس آن نیست، بلکه باید زیرساخت‌های لازم برای مدیریت این جمعیت در شهرها فراهم شود حال آنکه ما در بیشتر شهرها فاقد این مدیریت جمعیتی هستیم.

حسینی با اشاره به اینکه باید دید مدیران، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران چه برنامه راهبردی برای جمعیت و استفاده از توانایی‌های آن دارند پس صرف اینکه جمعیت زیاد شود نمی‌توان گفت که این امر منجر به توسعه خواهد شد و برعکس، عنوان کرد: نکته مهم اینکه مدیران باید بتوانند با برنامه‌ریزی درست از جمیعت به‌عنوان یک عامل توسعه بهره ببرند، بدان معنا که اگر برنامه‌ریزی و برنامه برای مدیریت جمعیت نداشته باشیم، حتی در مقیاس کم جمیعتی نیز این عامل آسیب‌زا خواهد.

بر اساس آنچه گفته شد باید به این نکته توجه کنیم اگر بخواهیم ایران جوان بماند دل خوش کردن به برنامه‌های کم عمق و گزارش‌کاری اگر نگوییم خیانت است حداقل اهمال کاری است چراکه هیچ کشوری زنده نمی ماند مگر به نیروی جوان و جایگزینی به موقع نسل جدید، کشورها برای رونق اقتصادی، پیشرفت علمی، در امان ماندن از دست‌اندازی کشورهای دیگر حتی برای سیر ماندن نیاز به نیروی جوان دارند لذا ما امروز وقت داریم که برای جوانی ایران کاری بکنیم و حتی لحظات هم باید مغتنم شمرده شود این یک واقعیت است نیروی کار جوان و سالم چرخ‌های توسعه و تولید ملی را به حرکت درآورده و درنهایت منجر به افزایش درآمد ملی خواهد شد. شاخص سالخوردگی از مهمترین شاخص‌های مرتبط با تحولات جمعیتی محسوب می‌شود که ازطریق نسبت سالمندان بالای ۶۵ سال به کودکان زیر ۱۵ سال محاسبه می‌شود و چنانچه این نسبت روند صعودی را در پیش گیرد، جامعه با انفجار سالمندی و کاهش شدید عرضه نیروی کار سالم مواجه شده و در شرایط بحرانی ناگزیر به واردات نیروی کار از کشورها دیگر خواهد شد که این موضوع خود چالش‌های فرهنگی و امنیتی فراوانی را به دنبال خواهد داشت بسیاری از میانسالان در خاطر دارند که روزگاری پزشکان در بیمارستان‌ها و درمانگاه‌ها هندی یا بنگلادشی بودند آن زمان به دلیل عقب‌ماندگی علمی با این مشکل مواجه بودیم و اگر جلوی کاهش جمعیت را نگیریم حتما به دلیل کمبود جمعیت باز با این مسئله مواجه خواهیم شد که البته تبعات بسیاری خواهد داشت.

البته در این میان باید به معضل کاهش فرزندآوری مهاجر فرستی ایران و به ویژه برخی استان‌ها را نیز درنظر گرفت استان‌هایی که نیروی جوان و پویای خود را به دلیل کمبود امکانات و فرصت پیشرفت راهی استان و حتی کشور دیگر می‌کند با دست خودش سرمایه خویش را به دیگری هدیه می‌کند از سوی دیگر نمی‌توان از مردم به ویژه جوانان انتظار داشت که برای بهره‌مندی از موقعیت‌های بهتر به مناطق جدید مهاجرت نکنند ما اگر هنرمند هستیم باید با کمک خود آن‌ها شرایط بهتری برای مردم ایجاد کنیم

سقوط تاریخی جمعیت

سپهرغرب، گروه اجتماعی: یک اتفاق بی‌سابقه و البته ترسناک در تاریخ جمعیتی ایران؛ نرخ سالانه تولد، امسال برای نخستین باربه زیریک میلیون نفر رسید! خبری که محمدرضا ظفرقندی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی آن را اعلام کرد وهشدار داد که اگر نرخ باروری اکنون از ۱٫۶۶ به ۱٫۱ برسد در چاله و چاه جمعیتی گرفتار می‌شویم.

آمارهای مؤسسه تحقیقات جمعیتی کشور نشان می‌دهد، تعداد تولدها در سال ۱۴۰۱ معادل یک‌میلیون و ۷۵ هزار و۲۳۱ مورد بوده که در سال ۱۴۰۲ به یک میلیون و ۵۷ هزار و ۹۵۸ مورد رسیده که این روند نشان‌دهنده کاهش ۱٫۶ درصدی (حدود ۱۷هزار نفری) است. وضعیت از جایی نگران‌کننده می‌شود که کاهش نرخ تولد را در کنار چالش‌های دیگری مثل سالمندی جمعیت، سقط جنین و برهم خوردن ساختار جمعیتی کشور در نظر بگیریم. چراکه در حال حاضر تقریباً ۱۰ درصد جمعیت ایران سالمند هستند اما با تداوم وضع فعلی، تا سه دهه آینده، ۳۰ درصد جمعیت در بازه سالمندی بالای ۶۰ سال قرار خواهند گرفت که منجر به ابر بحران پیری جمعیت در کشور خواهد شد.

در حال حاضر حال و روز ساختار جمعیتی کشور تعریفی ندارد. از یک سو براساس آخرین برآوردهای مرکز آمار ایران، در حال حاضر ۹ میلیون و ۵۲۱ هزار سالمند در کشور زندگی می‌کنند که پنج میلیون و ۸۹۷ هزار نفر آن‌ها در سنین بین ۶۰ تا ۷۰ سال، دو میلیون و ۶۵۸ هزار نفر در سنین بین ۷۰ تا ۸۰ سال و ۹۶۶ هزار نفر از سالمندان کشور نیز در سنین بالاتر از ۸۰ سال قرار دارند. از طرف دیگر براساس مطالعات انجام‌شده در کشور، به طور میانگین سالانه بین ۳۵۰ تا ۵۳۰ هزار سقط در کشور انجام می‌شود و تقریباً یک‌سوم تولدها در کشور از دست می‌رود که از این تعداد تنها حدود ۱۰ تا ۱۲ هزار سقط با مجوز قانونی و از سوی پزشکی قانونی انجام می‌شود. این در حالی است که بنابر اعلام بهرام عین‌اللهی، وزیر سابق بهداشت ۳٫۵ تا چهار میلیون نفر نیز در کشور نابارور هستند. این یعنی در عین حال که بخش زیادی از جمعیت ما روبه پیری می‌رود، جمعیت جدیدی هم با توجه به نرخ ناباروری و سقط جنین جایگزین آن نمی‌شود.

رئیس پژوهشکده مطالعات و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی با توضیحی درخصوص تله جمعیتی می‌گوید: تله جمعیتی زمانی اتفاق می‌افتد که تعداد بچه‌هایی که هر زن از ۱۵ تا ۵۰ سالگی یعنی طول دوره باروری به دنیا می‌آورد به کمتراز ۱٫۵ فرزند به ازای هر مادر برسد، در این صورت کشوروارد تله باروری پایین شده است. یعنی دیگر سیاست‌های جمعیتی در افزایش شاخص باروری کل، اثرگذاری خود را از دست می‌دهد و ساختارها و شرایط جامعه به گونه‌ای متحول شده که مشوق‌ها و کمک‌های اقتصادی، اثرگذار نیست. اگر هم اثرگذار باشد، بسیار ضعیف بوده و معنادار نخواهد بود.

محمود مشوق، مطرح می‌کند: در ایران میزان باروری کل در سال۱۴۰۱، ۱٫۶ بوده است و اکنون با کاهش این روند، در آستانه ورود به مرحله تله باروری هستیم. این استاد دانشگاه علت مسئله فوق را ساختار سنی جمعیت کشور دانسته و می‌گوید: به عبارت دیگر اکنون ظرفیت تجدید نسل و فرزندآوری در کشور ما در حال کاهش است، چون دوره باروری زنان در کشور ما معمولاً بین ۲۰ تا ۳۵ سال است و باتوجه به این‌که میانگین سنی زنان در سن باروری،درحال افزایش است، این افراد از لحاظ سنی از فرزندآوری خارج می‌شوند. نسل‌های بعدی که در جامعه‌شناسی نسل z نامیده می‌شوند، هم تعدادشان کمتر است و هم میل‌شان به ازدواج و فرزندآوری کم است و ارزش‌های آن‌ها متفاوت است.

وی با بیان اینکه یکی از مشکلات سیاست‌گذاری‌ها در کشور، این است که براساس معیارهای نسل‌های قبلی تدوین شده و از نظر اثربخشی نسل جدید را درنظر نگرفته است، ادامه می‌دهد: غیر از عدم اثربخشی سیاست‌گذاری‌ها، این روزها تغییر ساختار جمعیتی کشور نیز یک تحول اجتناب‌ناپذیر است و آنچه تحت عنوان سالخوردگی جمعیتی یا کاهش ضریب تجدید نسل از آن یاد می‌کنیم در حال بروز است. به همین دلیل سرمایه‌گذاری‌های دولت در این زمینه، قادر به تغییر ساختار فعلی جمعیت نیست و فقط می‌تواند در آینده اثرگذار باشد.

رئیس پژوهشکده مطالعات و سیاست‌گذاری اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی با بیان این‌که اگر قوانین به شکل کنونی ادامه پیدا کند، در آینده اثرگذار نخواهد بود، مطرح می‌کند: در تصویب و اجرای هر قانونی، باید اقتضائات زمانی را درنظر بگیریم و باتوجه به تغییرات جامعه، بازنگری صورت گیرد. در غیر این‌صورت تاخر قانونی باعث می‌شود برای چیزی قانون‌گذاری شود که وجود خارجی ندارد.

مشوق ادامه می‌دهد: حال سؤال این است آیا در قانون جوانی جمعیت، راهکارهای ارزیابی و سنجش اثربخشی قانون دیده شده است؟ خیر! بنابراین ما باید بسترشناسی کنیم و این را بدانیم که یک قانون کلی را نمی‌توانیم برای همه افراد و گروه‌ها اعمال کنیم. به همین خاطر باید سیاست‌گذاری‌ها باتوجه به تفاوت‌های قومی، اقلیمی و فرهنگی کشور هوشمندانه باشد.

*زهرا حامدی

هیجان خرید یا توهم نیاز؟

بِلک فرایدی چه بر سر ما می‌آورد؟

سپهرغرب، گروه اجتماعی: در شرایطی که تخفیف‌های بِلک فرایدی به وعده‌های بزرگ و جذاب تبدیل شده‌اند، یک جامعه‌شناس به نقش روان‌شناسی در رفتار خرید اشاره می‌کند: «این تخفیف‌ها اغلب یک بازی روانی هستند که با ایجاد احساس موفقیت و رضایت آنی، افراد را به خریدهایی تشویق می‌کنند که در واقع به نفعشان نیست. احساس فوریت و فریب درصدهای بالا، به راحتی افراد را به سوی خریدهای تکانشی می‌برد.»

بلک فرایدی دیگر فقط یک رویداد پرهیاهوی غربی نیست؛ امروز این فرهنگ جهانی، مرزها را پشت سر گذاشته و به ایران رسیده است. در روزهایی که شبکه‌های اجتماعی پر از تبلیغات وسوسه‌کننده و پیشنهادهای شگفت‌انگیز هستند، بسیاری از مردم ایران نیز درگیر تب‌وتاب خریدهای انبوه و استفاده از تخفیف‌ها می‌شوند. اما چه چیزی باعث شده این پدیده در جامعه‌ای با شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی همچون ایران تا این حد ریشه بدواند؟

برای پاسخ به این پرسش، با جامعه‌شناس و عضو رسمی گروه جامعه‌شناسی جنبش‌ها و تغییرات انجمن بین‌المللی جامعه‌شناسی گفت‌وگو کردیم. او به تحلیل نقش رسانه‌ها، تبلیغات، تغییر سبک زندگی و تأثیرات روانی و اقتصادی این رویداد پرداخته و به ما نشان می‌دهد که بلک فرایدی تنها یک روز تخفیف نیست، بلکه بازتابی از تحولات عمیق‌تر در رفتار مصرفی و جامعه‌شناسی اقتصادی ماست.

■ تأثیرات بلک فرایدی در ایران؛ از تغییر سبک زندگی تا سوگیری‌های اقتصادی

دکتر سمیه توحیدلو، معتقد است که بلک فرایدی به‌عنوان یک رویداد جهانی، بیشترین تأثیر خود را از رسانه‌ها و تبلیغات بین‌المللی می‌گیرد. پلتفرمی شدن خرید، مشابه آنچه در آمازون یا دیجی‌کالا و ترب دیده می‌شود، عامل مهمی در انتقال این فرهنگ به ایران است. اما این فقط نقش رسانه‌ها و تبلیغات نیست؛ تغییر سبک زندگی مصرفی، که با جهانی شدن همراه است، الگوهای خرید در ایران را نیز تغییر داده و مصرف‌گرایی و خریدهای انعطاف‌پذیر جایگزین خریدهای محدود و ثابت شده است.

وی از زاویه اقتصاد رفتاری به تحلیل این پدیده می‌پردازد و می‌گوید: ما در رفتارهای خرید بلک فرایدی شاهد پدیده‌هایی چون سوگیری زمان حال هستیم. این یعنی افراد در شرایطی که امید به آینده کم است یا ارزش پول ملی کاهش یافته، مزایای آنی را به منافع بلندمدت ترجیح می‌دهند. تورم و کاهش ارزش پول ملی افراد را به سمت خریدهای اضطراری و بدون نیاز سوق می‌دهد، زیرا باور دارند که خرید امروز بهتر از فرداست.

یکی دیگر از موضوعاتی که این جامعه شناس به آن اشاره می‌کند، توهم صرفه‌جویی و اثر چارچوب در تصمیم‌گیری‌های خرید است: تخفیف‌های بالا باعث می‌شود که افراد احساس کنند سود می‌کنند، اما در واقع این تخفیف‌ها اغلب با افزایش قیمت اصلی کالا همراه است. از طرفی، نمایش درصدهای بالا مثل ۷۰ درصد، یک چارچوب ذهنی ایجاد می‌کند که حتی اگر کالا نیازی نباشد، افراد را به سمت خرید سوق می‌دهد. این چارچوب‌ها، هرچند غیرواقعی، رفتار مصرف‌کنندگان را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند.

توحیدلو درباره رفتارهای تکانشی و اضطراری ناشی از تبلیغات توضیح می‌دهد: تبلیغات با محدود نشان دادن زمان و تعداد کالاها، حس فوریت را در افراد ایجاد می‌کند و آن‌ها را به تصمیم‌گیری سریع و تکانشی وامی‌دارد. در کنار آن، خرید با تخفیف در شرایط مالی تورمی، استرس ناشی از کاهش سرمایه را کاهش می‌دهد و حس کنترل بیشتری به افراد می‌دهد.

به گفته وی، شبکه‌های اجتماعی نیز نقش مهمی در گسترش فرهنگ بلک فرایدی در ایران دارند: تبلیغات و فشارهای فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی، افراد را به رقابت برای خرید بیشتر ترغیب می‌کند. این رقابت، حس پیروزی در خرید را تقویت کرده و خرید بیش از نیاز را رواج می‌دهد.

در نهایت، او به تأثیر تحریم‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: به‌دلیل کاهش دسترسی به کالاهای خارجی، تبلیغات پلتفرم‌ها روی این کالاها افزایش یافته و قیمت‌های به ظاهر مقرون‌به‌صرفه آن‌ها باعث جلب توجه بیشتری می‌شود.

■ بلک فرایدی؛ فرصت یا تهدید برای فرهنگ و اقتصادایرانی؟

رویدادهایی مانند بلک فرایدی در کنار فرصت‌های اقتصادی که ممکن است برای بخشی از جامعه ایجاد کنند، چالش‌های عمیق‌تری نیز به همراه دارند. این جامعه‌شناس در این باره می‌گوید: یکی از جدی‌ترین ایراداتی که می‌توان به بلک فرایدی وارد کرد، تقویت فرهنگ مصرف‌گرایی است. این رویداد افراد را به خریدهای انبوه، هیجانی و اغلب غیرضروری سوق می‌دهد، در حالی که فرهنگ سنتی ما بر قناعت و مدیریت منابع تأکید دارد. از سوی دیگر، بلک فرایدی ذاتاً پدیده‌ای غربی است و به نوعی، الگوهای مصرف غربی را به جامعه‌ای با ارزش‌های متفاوت وارد می‌کند. این تطبیق‌ناپذیری فرهنگی می‌تواند به مرور زمان باعث تضعیف باورهای اصیل در جامعه شود.

توحیدلو همچنین به چالش‌های اقتصادی این رویداد اشاره می‌کند: تخفیف‌های غیرواقعی و تبلیغات فریبنده از دیگر مسائلی است که بارها تجربه شده است. وقتی مردم متوجه این تناقض می‌شوند، اعتماد عمومی کاهش می‌یابد و نارضایتی اجتماعی افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این، خریدهای تکانشی و هیجانی باعث می‌شود مردم اغلب نیازهای واقعی خود را نادیده بگیرند و رقابت ناسالمی در جامعه شکل بگیرد.

از منظر اجتماعی، وی به نکات قابل توجهی اشاره می‌کند: یکی از پیامدهای جدی این رویداد، تشدید احساس نابرابری است. این تخفیف‌ها معمولاً دسترسی دهک‌های متوسط به بالا به کالاهای لوکس را تسهیل می‌کند، در حالی که طبقات پایین حتی با تخفیف‌های سنگین نیز قادر به خرید این کالاها نیستند. این احساس نابرابری می‌تواند به شکاف‌های طبقاتی دامن بزند و ناامیدی اجتماعی را تشدید کند.

این جامعه‌شناس همچنین نقش شبکه‌های اجتماعی را در بازنمایی خریدهای این دوره مورد نقد قرار می‌دهد: تبلیغات گسترده در شبکه‌های اجتماعی، نیازهای کاذب و توقعات فزاینده‌ای ایجاد می‌کند. مردم به این باور می‌رسند که برای زندگی بهتر باید به تمام این کالاها دسترسی داشته باشند، در حالی که تا پیش از این شاید حتی نیازی به آن‌ها حس نمی‌کردند. این نوع مصرف‌گرایی بی‌رویه یا ایجاد حس محرومیت، چه در صورت توانایی خرید و چه در صورت ناتوانی، بر روان افراد تأثیر منفی می‌گذارد.

به باور توحیدلو، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی این رویداد، تمایل به پس‌انداز و برنامه‌ریزی بلندمدت را در جامعه کاهش می‌دهد: در شرایط تورمی، افراد به جای تمرکز بر خرید کالاهای سرمایه‌ای یا ضروری، به خرید کالاهای مصرفی و اغلب غیرضروری روی می‌آورند. این رفتار، نه‌تنها منابع اقتصادی خانواده‌ها را به هدر می‌دهد، بلکه الگوهای اشتباه مصرفی را در جامعه رواج می‌دهد.

وی همچنین به نکته‌ای کمتر مطرح‌شده درباره بلک فرایدی اشاره می‌کند: این رویداد، نابرابری فضایی در خرید را نیز تقویت می‌کند. دسترسی به این تخفیف‌ها عمدتاً از طریق پلتفرم‌های آنلاین ممکن است که در شهرهای بزرگ متمرکز هستند. این شرایط، شهرها و مناطق محروم را بیشتر به حاشیه می‌برد.

او به مسئله‌ای کلیدی اشاره می‌کند: تبلیغات بلک فرایدی معمولاً بر کالاهایی مانند لوازم آرایشی، پوشاک و دیگر محصولات مصرفی که بیشتر مورد نیاز زنان هستند، متمرکز است. این مسئله کلیشه‌های جنسیتی را تقویت کرده و فشار روانی مضاعفی بر زنان وارد می‌کند تا در این عرصه نیز مطابق انتظارات عمل کنند. این نوع تبلیغات هم در غرب و هم در جامعه ما به وضوح دیده می‌شود.

این جامعه‌شناس درباره دلایل ایجاد حس فوریت در خرید بلک فرایدی می‌گوید: محدودیت زمانی و کالایی که در این رویدادها برجسته می‌شود، نخستین عاملی است که افراد را به خرید هیجانی سوق می‌دهد. این حس که ممکن است کالای مورد نظر تمام شود یا تخفیف از دست برود، ترس از محرومیت را در افراد تقویت می‌کند.

توحیدلو تأکید می‌کند: تبلیغات گسترده و فضای رسانه‌ای، با نمایش جمعیت‌هایی که برای خرید هجوم آورده‌اند، حس تأیید اجتماعی را برمی‌انگیزد. وقتی افراد می‌بینند که همه مشغول خرید هستند، این تصور ایجاد می‌شود که تصمیم آن‌ها نیز منطقی و درست است. در نتیجه، این روند به خریدهای تکانشی سرعت بیشتری می‌بخشد.

وی همچنین به حس رضایتی که پس از خرید ایجاد می‌شود اشاره دارد: این حس که افراد توانسته‌اند از تخفیف استفاده کنند، در شرایط تورمی یک حس موفقیت اقتصادی کوتاه‌مدت به همراه دارد، اما اغلب بدون توجه به نیاز واقعی و برنامه‌ریزی مالی است که همین امر می‌تواند برنامه‌ریزی‌های بلندمدت را مختل کند.

او توصیه می‌کند: برای خریدهای این‌چنینی، لازم است افراد از پیش نیازهای واقعی خود را ارزیابی کرده و از تصمیم‌های هیجانی پرهیز کنند.

■ چگونه در بلک فرایدی خریدی هوشمندانه و سودمند داشته باشیم؟

این جامعه‌شناس در خصوص مدیریت فرهنگ خرید در بلک فرایدی می‌گوید: نخستین گام، آموزش و آگاهی‌بخشی به افراد است. نباید با رویکرد نفی مطلق به مقابله با این رویدادها پرداخت، زیرا این نوع مواجهه در شرایط امروز جامعه ما ممکن است باعث افزایش توجه و اهمیت این نوع رویدادها شود.

توحیدلو تأکید می‌کند که فرهنگ‌سازی در مورد ترجیح کالاهای داخلی به وارداتی و آموزش سواد مالی و رسانه‌ای از سنین پایین می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی در مدیریت این نوع رفتارهای مصرفی داشته باشد. درک اهمیت مدیریت مصرف، بودجه‌بندی و پرهیز از خریدهای هیجانی باید از همان دوران نوجوانی به افراد آموزش داده شود.

وی با اشاره به نقش نسل جوان و کاربران فضای مجازی در این رویدادها افزود: بخش زیادی از خریدهای بلک‌فرایدی توسط جوانانی انجام می‌شود که معمولاً درآمدزا نیستند و تنها مصرف‌کننده‌اند. بنابراین، آگاهی‌بخشی به این نسل و خانواده‌های آنان اهمیت بالایی دارد.

این جامعه‌شناس به ضرورت نظارت و شفافیت در بازار نیز اشاره می‌کند: در بسیاری از مواقع تخفیف‌های اعلام‌شده واقعی نیستند و کالاها به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی‌شان فروخته می‌شوند. بنابراین، علاوه بر هوشیاری خریداران، نظارت جدی‌تر بر بازار و فروشگاه‌ها ضروری است.

توحیدلو در پایان خاطرنشان می‌کند: به جای مقابله با این رویدادها، باید افراد را به سمت خرید هوشمندانه و اقتصادی هدایت کرد و فضایی فراهم کرد که مصرف‌کنندگان به ترجیحات داخلی و خریدهای منطقی توجه بیشتری داشته باشند.