

خانواده ایرانی و تغییر سبک زندگی ; تغییر در ذائقه غذایی

خانواده رکن اصیل جامعه است که هر گونه تغییری در آن ، جامعه را متاثر می سازد . دنیای معاصر ، دنیای تغییرات سریع و گسترده در همه ابعاد زندگی بوده است . خانواده از مهمترین حوزه اجتماعی هست که تغییرات وسیع و گسترده هم در ساختار آن و هم در کارکردها و اهدافش به وقوع پیوسته است . یکی از مسائل عمده پیشروی خانواده ها در این شرایط ورود سبکهای مختلف زندگی به حریم خانواده بوده است که گاه با بروز تناقضها و بهنجارهایی همراه بوده است .

تغییر ذائقه و تغییر عادات غذایی یکی از مصادقهایی مهم این تغییر در سبک زندگی بوده است . هدف این مقاله بررسی تغییرات ذائقه غذایی در بین خانواده های ایرانی در بین طبقات مختلف اجتماعی می باشد.

پرسش اصلی این پژوهش عبارت است از اینکه ، ذائقه خانواده های ایرانی چه تغییراتی را دچار شده است ؟ روش مورد استفاده در این پژوهش روش نظریه بنیانی (گراندد تئوری) است که با استفاده از شیوه نمونه گیری هدفمند و نظری به جامعه هدف رجوع کرده و اطلاعات مورد نیاز جمع آوری گردیده است . نتایج این پژوهش گرایش ذائقه ایرانی به سمت غذاهای آماده (فست فود) را نشان می دهد .

در ساخت تغییر خانواده ، اشتغال زنان در بیرون از خانه ، افزایش انواع متعدد خانواده ، ورود تکنولوژی به آشپزخانه های ایرانی ، تبلیغات و تغییر در سایر حوزه های زندگی اجتماعی و رسانه از عوامل موثر در تغییر سبک زندگی خانواده های ایرانی و تغییر در ذائقه آنان بوده است .

کلید واژه های :

خانواده ، سبک زندگی ، ذائقه غذایی ، تغییرات اجتماعی

چگونه ذائقه ایرانی‌ها تغییر کرد؟



نسل آبگوشت منقرض می‌شود؛ این شاید بدیهی‌ترین تاثیر رواج بی‌رویه فست‌فود در ایران باشد .

به گزارش جی پلاس، طی دهه گذشته، گسترش فست‌فود در ایران، ذائقه غذایی ایرانی‌ها را تغییر داده است. نسل‌های جدید دیگر رغبتی به دیزی و آبگوشت و حتی کباب ندارند و ترجیحشان انواع و اقسام پیتزاهایی است که تعدادشان هر روز بیشتر می‌شود. اینکه از گوشتی باشد یا خمیر مرغ، فرقی نمی‌کند. توجیه عاشقان فست‌فود در ایران ثابت است؛ چرا؟ چون خوشمزه است. ...

ماجرای کجا شروع شد؟

همه چیز برای ایرانی‌ها از انقلاب کمونیستی شوروی آغاز شد. سال ۱۹۱۷ بود که عده زیادی از ارمنیان روسیه و روس‌ها که مخالف انقلاب بودند، به ایران آمدند. رهاورد ساکنان تازه ایران، کالباس، سوسیس و ژامبون بود که از مواد غذایی مورد علاقه آنها به شمار می‌رفت.

مهاجران مخالف روسی در گیلان و مازندران و استرآباد و تهران مستقر شدند و تهیه کالباس و سوسیس و ژامبون را آغاز کردند. آرزومان و میکاییلیان دو نفر از ارمنیان مهاجری بودند که اقدام به تاسیس کارگاه‌هایی در این زمینه در گیلان و تهران کردند و تولید کالباس و سوسیس و ژامبون از همین زمان آغاز شد.

اروپاییان مقیم تهران که این مواد گوشتی را به صورت کنسروهایی که از اروپا می‌آمد، مصرف می‌کردند، به این تولیدات توجه نشان دادند و به زودی کارگاه‌های این دو ارمنی به کارخانه‌هایی بزرگ تبدیل شد. آوازه کالباس و سوسیس و ژامبون ایران به حدی رسید که در جنگ جهانی دوم پس از اشغال ایران، انگلیسی‌ها طی نامه‌ای درخواست موافقت با صدور چند تن کالباس و سوسیس ایران به خارج از ایران کردند تا نیاز سربازان انگلیسی در آفریقا و خاور نزدیک را هم برطرف کنند.

خیلی طول نکشید تا سر و کله ساندویچ هم در ایران پیدا شد. در دوران جنگ جهانی دوم و پس از آن، اولین ساندویچ فروش‌ها در تهران آغاز به کار کردند و در طول ۱۰ سال در شهرستان‌ها نیز مغازه‌هایی این چنینی افتتاح شد. محبوبیت این غذای تازه‌وارد به حدی رسید که حدود سال‌های دهه ۴۰ تعداد کارگران ساندویچ‌فروشی‌ها تنها در شهرستان رشت به ۱۶ هزار نفر می‌رسید. دهه ۴۰ اما تنها دهه شکوفایی هنر در ایران نبود، چراکه ششم بهمن ۱۳۴۷، رضا رئیسی، فارغ‌التحصیل کشاورزی از دانشگاه پلی‌تکنیک ایالت کالیفرنیا در سنت‌لوئیس ایسیپو، اقدام به تاسیس اولین پیتزافروشی ایران به نام پیتزا پنتری در خیابان ویلا کرد. پیتزاها در این رستوران به ابعاد و قیمت‌های متفاوتی ارائه می‌شدند که بزرگ ۱۸ تومان، متوسط ۱۶ تومان و کوچک ۱۴ تومان قیمت داشت.

در تهران و فاصله سال‌های ۱۳۳۰ تا ۱۳۵۰ تعداد ساندویچ‌فروشی‌ها از مرز ۱۰ هزار مغازه گذشت و اوایل دهه ۱۳۴۰، همبرگر نیز خودش را در بازار غذای ایران نشان داد.

وقتی آمارها خبر می‌دهند نیازی نیست در رسانه‌ها جست‌وجو کنید تا درباره گسترش فست‌فودها در ایران مطلبی پیدا کنید. گوگل را هم رها کنید، چراکه نیازی به این غول جست‌وجوگر هم ندارید؛ کافی است همین فردا که راهی محل کارتان می‌شوید، چشم‌چشم کنید تا ببینید چه تعداد اغذیه‌فروشی بین خانه و محل کارتان می‌بینید. حتی می‌توانید این تعداد را با شمارش دوباره در ماه بعد مقایسه کنید. به همین سادگی.

اسدالله احمدی شه‌ریور، رئیس اتحادیه اغذیه‌فروشان تهران، تعداد واحدهای مجاز را در تهران، حدود ۳۰۰۰ واحد عنوان می‌کند و به جام‌جم می‌گوید: تعداد واحدهای مجاز در حال فعالیت در دهه گذشته چندان تفاوتی نکرده است، اما اگر به چشم‌هایمان هم اعتماد داشته باشیم می‌توانیم متوجه بشویم طی ده سال گذشته در تنوع و تعداد اغذیه‌فروشان تفاوت‌های بسیاری مشاهده می‌شود.

براساس آمار بانک مرکزی دو سال پیش، کم‌درآمدترین قشر جامعه سالانه ۳۵ هزار تومان برای رستوران و هتل هزینه کرده است. این هزینه برای طبقه متوسط جامعه نیز کمتر از ۵۰۰ هزار تومان در سال نبوده است.

اما رستوران و فست‌فود بین خانواده‌های ثروتمند ایرانی هزینه‌های بالایی را به خود اختصاص داده است و به طور متوسط سالانه بین ۹۰۰ هزار تومان تا ۳ میلیون تومان برای رستوران رفتن خرج می‌کنند. اگر هزینه طرفداران رستوران و فست‌فود ایرانی را با هزینه‌های این موضوع در آمریکا مقایسه کنیم، با نهایت تعجب مشاهده می‌کنیم در ایران بمراتب بیشتر از آمریکا برای غذاهای خارج از خانه هزینه می‌شود.

طبق آمار بانک مرکزی، در سال ۹۴ ایرانی‌ها سالانه بیش از ۱۱ هزار میلیارد تومان برای غذاهای آماده مصرف کرده‌اند. تا پایان سال ۹۰ هر خانوار ایرانی، سالانه ۳۸۰ هزار تومان صرف خرید فست‌فود کرده‌اند. شاخص بهای گروه غذاها و خوراکی‌های آماده و آشامیدنی‌ها در سال ۹۱ نسبت به سال ۹۰، معادل ۷/۳۹ درصد افزایش یافته است.

با در نظر گرفتن هزینه متوسطی که خانواده‌های ایرانی برای رستوران و هتل می‌پردازند و محاسبه میزان تورم و سایر هزینه‌های مربوط به واردات مواد اولیه می‌توان نتیجه گرفت، در حال حاضر ایرانی‌ها سالانه حدود ۳/۱۶ هزار میلیارد تومان برای فست‌فود هزینه می‌کنند.

امسال هم روزنامه دیلی میل از وسوسه شرکت‌های بزرگ خارجی به ورود به بازار غذای آماده در ایران نوشته بود. وسوسه‌ای پرسود؛ چراکه به نوشته این روزنامه ایرانی‌ها برای فست‌فود در سال حدود ۷ میلیارد دلار (۲۶ هزار میلیارد تومان) می‌پردازند.

منفعت‌طلبان به دنبال تغییر ذائقه غذایی

فرهنگ غذایی ایران، آنقدر غنی هست که نیازی به ورود غذاهای غربی در ایران نباشد، اما چه دلایلی باعث شده طی دو دهه اخیر ذائقه غذایی ایرانی‌ها از آبگوشت و دیزی و بزباش به سمت پیتزا و سوسیس و کالباس بچرخد؟

دکتر کورش جعفریان، عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران می‌گوید: الگوی غذایی جامعه ایران، از سبک سنتی خود خارج شده و به سمت الگوی غربی حرکت می‌کند. او به جام‌جم می‌گوید: سبک غذایی هر قوم یا جامعه براساس شرایط محیطی، جغرافیایی، نوع زندگی، روابط اجتماعی و سنتی آن جامعه تعیین و تبدیل به یک الگوی غالب می‌شود. امروزه نیز با پیشرفت تکنولوژی و انواع نقل و انتقالات در دنیا، شبکه‌های بزرگ و زنجیره‌ای توزیع مواد غذایی در جوامع ایجاد شده که دسترسی به انواع مواد و محصولات غذایی غیربومی و غیرسنتی را تسهیل کرده است. جامعه ما نیز در گذر زمان بر اثر همین تحولات، غذاهای محلی خود را که محصول شرایط محیطی و جغرافیایی است، به فراموشی سپرده و الگوهای جدید را وارد سفره غذایی خود کرده است.

این عضو هیات علمی دانشگاه تهران معتقد است، مهم‌ترین دلیل تغییر ذائقه ایرانی‌ها اعمال سیاست‌های کلان در این حوزه است. او می‌گوید: نکته نگران‌کننده این است که یک سری نهادها و شرکت‌های بین‌المللی، عرضه خدمات با اعمال فشار بر افراد یک جامعه، باعث می‌شود ذائقه غذایی جامعه‌ای مثل ایران به سمتی تغییر کند که آنها تعیین می‌کنند.

این فوق تخصص تغذیه با بیان این که ذائقه غذایی جامعه ایران به سمت الگوهای غربی در حال حرکت است، گفت: اگرچه امروزه الگوهای غذایی متعددی در جامعه ایران رایج است، اما متأسفانه الگوهای غذایی غربی به دلیل قیمت پایین، پخت سریع و دسترسی راحت مردم، در جامعه ما بخصوص در میان جوانان و نوجوانان به الگوی غالب تبدیل شده است، در حالی که این نوع غذاهای صنعتی نظیر سوسیس و کالباس به دلیل نمک فراوان، افزودنی‌های شیمیایی زیاد و چربی بالا از لحاظ ریز مغذی‌های تغذیه‌ای بسیار ناچیز اما از لحاظ درشت مغزی‌های بی کیفیت بسیار غنی هستند.

البته نباید همه تقصیرات را محدود به این عوامل دانست، چراکه بی‌اعتمادی مردم به مواد غذایی داخلی حداقل در چند سال اخیر، دلیل مهمی برای گرایش آنها به غذاهای غربی است.

دکتر جعفریان می‌گوید: شنیدن خبرهایی مثل وجود روغن پالم در لبنیات و دیگر خبرهای این چنینی باعث می‌شود، مردم دیگر به سازمان‌های دولتی در خصوص کیفیت و ارزش مواد غذایی اعتماد نکنند.

سبک زندگی غربی، تغییر ذائقه ایرانی (بخش دوم)

در ادامه مقاله قبل درباره تغییر ذائقه ایرانیها، به علل این تغییر پرداختیم که در ادامه به بررسی بیشتر آن می‌پردازیم :

نتایج یک پژوهش در زمینه گرایش ذائقه ایرانی به سمت غذاهای آماده نشان می‌دهد که تغییر در ساختار خانواده، اشتغال زنان بیرون از خانه، ورود تکنولوژی به آشپزخانه‌های ایرانی، تبلیغات و تغییر در سایر حوزه‌های زندگی، اجتماعی و رسانه از عوامل مؤثر بر تغییر سبک زندگی خانواده‌های ایرانی و تغییر در ذائقه آنان بوده است.

یکی دیگر از عوامل این تغییر این است که تا سالها قبل این همه مواد غذایی مختلف با شکل‌ها و طعم‌های مختلف در دسترس مردم نبود و مردم انتخاب‌های محدودتری داشتند. همچنین همان‌طور که اشاره شد تبلیغات رسانه‌ها و صحنه‌هایی از فیلم‌ها و سریال‌هایی که نمایش داده می‌شود همگی می‌توانند در ایجاد این الگوی غذایی غلط تأثیرگذار باشند.

دکتر کوروش جعفریان، عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران در این زمینه می‌گوید: «**الگوی غذایی** جامعه ایران **از سبک سنتی خود** خارج شده و به **سمت الگوی غربی** حرکت می‌کند. وی در ادامه می‌گوید: **سبک غذایی هر قوم یا جامعه براساس شرایط محیطی، جغرافیایی، نوع زندگی، روابط اجتماعی و سنتی آن جامعه تعیین و تبدیل به یک الگوی غالب می‌شود.** امروزه نیز با **پیشرفت تکنولوژی و انواع نقل و انتقالات در دنیا، شبکه‌های بزرگ و زنجیره‌ای توزیع مواد غذایی** در جوامع ایجاد شده که دسترسی به انواع مواد و محصولات **غذایی غیربومی و غیرسنتی را تسهیل** کرده است. جامعه ما نیز در گذر زمان بر اثر همین تحولات، غذاهای محلی خود را که محصول شرایط محیطی و جغرافیایی است به فراموشی سپرده و **الگوهای جدید را وارد سفره غذایی خود کرده است.**

این عضو هیئت علمی دانشگاه معتقد است **مهمترین عامل تغییر ذائقه ایرانی‌ها، اعمال سیاست‌های کلان در این حوزه است. او می‌گوید:** «**نکته نگران کننده این است که یکسری نهادها و شرکت‌های بین‌المللی عرضه خدمات، با اعمال فشار بر افراد یک جامعه، باعث می‌شوند ذائقه غذایی جامعه‌ای مثل ایران به سمتی تغییر کند که آنها تعیین می‌کنند.**

نکته قابل توجه دیگر در این زمینه این است که این روزها **غرب برای تحقق اهداف خود** در زمینه نفوذ در کشورها و جوامع مختلف، **ابتدا سنت‌های اجتماعی ایستا و پویا** را مورد هجوم قرار می‌دهد. زیرا حمله به این سنت‌ها و تغییر آن حساسیت چندانی در جامعه ایجاد نمی‌کند و به نحوی سبب حضور تدریجی فرهنگ غرب می‌شوند. به عنوان مثال می‌توان به تغییراتی که در نحوه و آداب غذا خوردن (روی میز غذا خوردن به جای پهن کردن سفره روی زمین) و یا مصرف غذاهای آماده و حضور کمرنگ در آشپزخانه اشاره کرد. وقتی که فرهنگ مهاجم به نحوی در فرهنگ مورد نظر حضور می‌یابد و حضور آن امری عادی تلقی می‌گردد، مرحله بعدی تهاجم آغاز می‌شود. در این جاست که مهاجم سنت‌های اجتماعی پویا را مورد حمله قرار می‌دهد. سنت‌هایی که هویت فرهنگی جامعه به وجود آنها وابسته است.



چند نمونه از تغییراتی که غربی‌ها در فرهنگ غذایی ایران به وجود آوردند!

همه چیز برای ایرانی‌ها از انقلاب کمونیستی شوروی آغاز شد. سال ۱۹۱۷ بود که تعداد زیادی از ارمنیان روسیه و روس‌ها که مخالف این انقلاب بودند به ایران آمدند که رهاورد این ساکنان تازه ایران، کالباس، سوسیس و ژامبون بود که از مواد غذایی مورد علاقه آنها به شمار می‌رفت.

آنچه تاریخ در اختیارمان قرار داده نشان می‌دهد که **سابقه تهیه سوسیس و کالباس و تبدیل آن از حالت دستی به کارخانه‌ای به سال ۱۳۰۷** خورشیدی مربوط است که بانی آن **فردی روسی به نام افوناسو** بوده است. جرقه‌ی کسب و کار او در آن سال در **بندر انزلی** زده شد که **دو سال بعد یک تبعه روسی** دیگر کار او را ادامه داد و روزی ۴۰ تا ۵۰ کیلو سوسیس و کالباس درست می‌کرد که در نهایت این صنعت آنقدر دست به دست شد که به دست فردی به نام **آروزمان آوانسیان** رسید و کارش به اینجا رسید که حالا کمتر کسی می‌تواند ادعا کند حتی یک لقمه از این خوراکی‌ها را نچشیده است [4].

از دیگر نمونه‌های این تغییرات می‌توان به تأسیس رستوران و امثال آن اشاره کرد که اروپائی‌ها برای ما سوغات آوردند و تأثیری شگرف بر تغییر ذائقه ایرانی‌ها داشت.

جعفر شهری در کتاب طهران قدیم در این‌باره می‌نویسد: «**رستوران نیز از واردات اروپا بود که علاءالدوله ابتدای آن خیابان ویلا** در برای خارجیان و فرنگی‌ماب‌ها و در دگرگونی حکومت قاجاریه در روی کار آمدن دولت پهلوی رو به شیوع نهاده در چند نقطه شهر به وجود آمده به جلب مشتری پرداخت. پیش از آن محل غذا خوری به صورت همان چلو پلوهای سنتی بود که مردم باید روی زمین یعنی سکو نشسته در سینی و مجمعه و با دست غذا بخوردند تا با پیدایش رستوران که مردم به میز و صندلی و نشستن پشت میز و قاشق و چنگال آشنا شدند و همچنین جایی که غذا را به فرم جدید و با آداب و رسوم فرنگی‌ها بخوردند و جلوشان موزیک **صدا** بدهد.

با توجه به مطالب بیان شده به **جرأت می‌توان گفت که فرهنگ غذایی ما ایرانی‌ها غنی بوده و از پیشینه و قدمتی طولانی برخوردار است**. اما رفته رفته با نفوذ غرب در لایه‌های زیرین جامعه، دستخوش تغییرات بسیاری شده است. آنچنانکه کمتر کسی از نسل امروز است که با این فرهنگ غنی آشنایی کامل داشته باشد. شایسته است که متولیان امر و همه‌ی کسانی که دغدغه کار فرهنگی در جامعه دارند و تمام پدرها و مادرهایی که در جهت اصلاح **سبک زندگی** خود و فرزندانشان تلاش می‌کنند این فرهنگ از دست رفته را به سفره‌های غذایی امروزی برگردانند.

پی‌نوشت:

۱- خانواده ایرانی و تغییر سبک زندگی؛ تغییر در ذائقه ایرانی، شهناز کریمی، ششمین کنگره ملی آسیب‌شناسی خانواده

[www.jamaran.ir/fa/tiny/news714499-۲]

۳- برای مطالعه بیشتر رجوع شود به مقاله تهاجم فرهنگی و سنت‌های اجتماعی، عزیز حزب‌اوی، نشریه دانشگاه اسلامی، شماره ۳، ص ۲۹

[www.hidoctor.ir/198-4]

خانواده ایرانی و تغییر سبک زندگی؛ تغییر در ذائقه ایرانی

شهناز کریمی، ششمین کنگره ملی آسیب‌شناسی خانواده

تنظیم: یوسف هدایی

۹۸/۰۷/۱۴