

سنخ‌شناسی مواجهه فرهنگی غرب با سبک تغذیه در ایران معاصر

معصومه قاسم فام*

امیرمحسن عرفان**

چکیده

این مقاله به بررسی شگردهای غرب در تغییر فرهنگ تغذیه در ایران پرداخته است. استحاله الگوی غذایی مردم ایران و اقامه فرهنگ تغذیه مغرب زمین، در زمره اهدافی است که استعمارگران غربی جهت براندازی نظام جمهوری اسلامی ایران و اضمحلال باورها و سنت‌های اصلی و بنیادین جامعه ایران نشانه گرفته‌اند. آنها از طریق وسایل ارتباطی و رسانه‌های جمعی به مثابه پرقدرتمندترین و نافذترین ابزار تهاجم فرهنگی در تدارک الگوهای ناسالم و غیراسلامی به ایران هستند. نوشتار حاضر به روش تحلیلی به گوشه‌هایی از شگردها و ترفندهای فرهنگی کشورهای غربی در این باب نظر افکنده است که عبارتند از: تحقیر فرهنگ بومی و اسلامی در عرصه سبک تغذیه، تصویرسازی کاذب از میراث فرهنگی اسلام در عرصه سبک تغذیه، فرهنگ آرای سبک تغذیه غربی، حمایت از مروجان سبک تغذیه غربی، هنجارسازی کاذب فرهنگی در عرصه سبک تغذیه، سلطه‌گری فرهنگی در عرصه دیپلماسی غذایی.

واژگان کلیدی

غرب، فرهنگ، سبک تغذیه، ایران معاصر، مواجهه فرهنگی، سبک زندگی.

*. دانشجوی دکتری مدرسی معارف اسلامی، گرایش مبانی نظری اسلام، دانشگاه معارف اسلامی، قم (نویسنده مسئول).
mghwelcome.1400@gmail.com

amir.m.erfan62@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۵

** استادیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی، دانشگاه معارف اسلامی، قم.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

مقدمه

با عنایت به آیه شریفه: «وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ وَلَا يَزَالُونَ يَقَاتِلُونَكُمْ حَتَّى يَرُدُّوكُمْ عَنْ دِينِكُمْ إِنِ اسْتَطَاعُوا» (بقره / ۲۱۷) هدف اصلی دشمنان اسلام و استعمارگران غربی، سنت‌های پویای اجتماعی و اعتقادات عمومی جامعه است. در این آیه شریفه مراد از فتنه عبارت است از سلب حیات معنوی و اعتقادات دینی مردم. (جوادی آملی، ۱۳۸۹: ۱۹۲) آنها به علت ناکامی در مقابله و جنگ سخت با ایران متوسل به جنگ نرم شده‌اند. یعنی ابتدا سنت‌های ایستا و غیرپویا از جمله سبک زندگی را هدف هجوم خود قرار داده‌اند؛ زیرا حمله به این سنت‌ها و تغییر آنها چندان حساسیتی در جامعه ایجاد نمی‌کند. سپس بعد از محکم کردن جاپای خود، سنت‌های اجتماعی پویا را مورد حمله قرار می‌دهند.

طبق بیان مقام معظم رهبری، دشمنان اسلام به‌خوبی می‌دانند که با حمله نظامی و جنگ نرم نمی‌توان ایران را تسخیر کرد. از این رو درصدد هستند که با ترویج فرهنگ و ادبیات غربی، سبک زندگی غربی و تربیت آمریکایی، موجبات واگرایی مردم ایران را نسبت به دین و فرهنگشان فراهم سازند و آنها را به نظام و حکومت اسلامی بدبین کنند. (ر.ک: بیانات رهبری در دیدار جوانان و دانشجویان سیستان و بلوچستان، ۱۳۸۱/۱۲/۶) در چنین مواقعی اگر فرهنگ مورد هجوم نتواند در این مرحله از هویت و موجودیت خود دفاع نماید، و تحت تأثیر فرهنگ بیگانه قرار بگیرد، با خطر بی‌هویتی فرهنگی روبرو می‌شود؛ چراکه اگر ملتی از لحاظ فکری و ظاهری همانند جامعه مهاجم فکر کرد و رفتار نمود، دیگر مشکلی برای ارتباط و تسلط بر آنها وجود ندارد. چنان‌که حضرت امام علیه السلام می‌فرمایند:

اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ مخالف باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند، و بالأخره در آن مستهکک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد. (امام خمینی، ۱۳۷۲: ۱۵ / ۲۴۳)

ملتی را رفت چون آئین ز دست
مثل خاک اجزای او از هم شکست
(شادروان، ۱۳۸۲: ۵)

فرایند مواجهه فرهنگی، نفوذ و تأثیرگذاری بر «افکار»، «عواطف»، «تمایلات» و در نهایت، «رفتار» مخاطبان است و غرب با همین ترفند رسانه‌ای به‌منظور رسیدن به اهداف مورد نظر خویش، فرهنگ مسلمانان را مورد تهاجم قرار داده و به‌دنبال تغییر اصول و ارزش‌های فرهنگی آنان است. خصوصاً فرهنگ ایرانی اسلامی که مورد تهدید و تحریک رسانه‌های غربی است و با ترفندهای موزیانه خود درصدد براندازی فرهنگ ایرانی هستند و سعی دارند فرهنگ سبک‌مآبانه غربی را در ایران ترویج کنند. چنان‌که دیوید کیو، مأمور سازمان سیا در دیدار با برخی عناصر ضد انقلاب می‌گوید:

مهم‌ترین حرکت در جهت براندازی جمهوری اسلامی، تغییر فرهنگ جامعه فعلی ایران است و ما مصمم به آن هستیم. (نگارش، ۱۳۸۰: ۱۸۴)

تغییر در فرهنگ یعنی استحاله فرهنگی یک کشور در زبان، افکار، عقاید، پوشش، تغذیه و آنچه در این نوشتار، محل بحث است، تغییر در فرهنگ غذایی ایران معاصر از ناحیه غرب است. میان فرهنگ و غذا ارتباط خاصی وجود دارد. بدیهی است که وقتی سبک تغذیه اکثریت افراد جامعه و ذائقه‌ها عوض شده و به سمت تغذیه غربی متمایل گردد، ضریب اقبال از فرهنگ و تمدن غربی نیز سر به فلک می‌گذارد. هرچند تغییر فرهنگ غذایی الزاماً به استحاله فرهنگ جامعه نمی‌انجامد، ولی عوامل زمینه‌ساز و بسترهای شتاب‌زایی برای ورود و نفوذ بیگانگان است.

متأسفانه در ایران بعد از انقلاب، الگوی تغذیه به سمت فرهنگ تغذیه غربی تغییر یافته است. گرچه شاید در ظاهر تغییر فرهنگ غذایی امری ساده به‌نظر برسد، اما تقلید از الگوی غذایی غرب، نه‌تنها به جهت عدم برخورداری فرهنگ غرب از سلامت تغذیه‌ای و عادت‌های نادرست غذایی، افراد جامعه را با انواع بیماری‌ها مواجه می‌سازد، بلکه نماد پذیرش سبک زندگی آمریکایی، ترویج مظاهر تمدن غربی و به حاشیه راندن ارزش‌های اسلامی است.

مقام معظم رهبری شیوع بیماری‌های صعب‌العلاج و مرگ‌ومیرهای ناگهانی و سخته را نتیجه دوری از اصول تغذیه اسلامی و سبک زندگی دینی می‌داند. به باور ایشان، بسیاری از انحرافات اخلاقی غیر قابل کنترل نیز می‌تواند حاصل دوری از اصول اساسی تغذیه در مکتب اسلام باشد، که باید هزینه‌های سنگین آن را بپردازیم ... (بیانات رهبری در دیدار جوانان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۷/۲۳)

اهتمام مقاله حاضر بر این است که برخی از ترفندها و شگردهایی را که غرب از طریق امپریالیسم رسانه‌ای در جهت تغییر فرهنگ تغذیه در ایران به‌کار گرفته است، مورد کاوش و بررسی قرار دهد.

پیشینه پژوهش

با جستجو در سایت‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی و اینترنتی و کتابخانه‌ای، مقاله حاضر فاقد پیشینه اخص بوده و منبعی با این عنوان و مشابه آن یافت نگردید، البته سابقه پژوهشی این نوشتار را می‌توان در سه دسته مطرح کرد:

دسته اول: در ارتباط با موضوع سبک تغذیه با رویکرد فرهنگی تحقیقاتی صورت گرفته است که می‌توان به منابع ذیل اشاره نمود:

- بررسی فرهنگ تغذیه در اسلام و تأثیر آن بر اخلاق فردی و اجتماعی از ساناز دانش.

- طراحی سبک تغذیه بر پایه قرآن و روایات با رویکرد آسیب‌شناسانه به سبک تغذیه موجود از جاسم دریس.
دسته دوم: در زمینه تغییر و تحولات فرهنگ تغذیه در ایران نیز پژوهش‌های بسیاری به نگارش درآمده که هر یک از نویسندگان از منظر خاصی به این موضوع پرداخته‌اند. از جمله این منابع عبارتند از:
 - بررسی جامعه‌شناختی تحولات تغذیه در جوامع معاصر از مهرداد نوابخش و ابوذر مثنی.
 - بررسی گذار تغذیه‌ای در بین نسل‌ها و زمینه اجتماعی مرتبط با آن از فاطمه گلابی، توکل آقایی و هیر و مرضیه ساعی.

- بررسی اثر عامل جهانی‌شدن بر دگرگونی الگوی تغذیه از دکتر معصومه باقری، دکتر کریم رضادوست، محمود آوینی و الهه موالی‌زاده.

مقالات فوق و نظائر آن، حاکی از زنگ هشدار و چراغ قرمزی است که سبک تغذیه در ایران در بین نسل جوان بر مرکب الگوی تغذیه‌ای ناسالمی سوار است.

دسته سوم: برخی از تحقیقات، ادوات و ابزارهایی را نشانه گرفته‌اند که غرب از آنها برای عملیاتی کردن اهداف، ترفندها و شگردهای خود در راستای تغییر فرهنگ غذایی ایران به کار می‌گیرد. از قبیل:

- تأثیر اینستاگرام بر سبک زندگی: تصویر بدن، اختلال در تغذیه و مد (مورد مطالعه: زنان ۲۰ تا ۷۰ سال ساکن تبریز) از مهرداد احمدی و یاسمین مولانا، نشریه پژوهش‌های ارتباطی.

- تبیین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه: جوانان شهر اردبیل) از تقی اکبری، جواد هاشمی، سلیم کاظمی، مرتضی جاویدپور و مریم متولی کسمایی.

در این مقاله به این مسئله پرداخته شده که بین شبکه‌های مجازی و سبک زندگی جوانان (سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان‌شناختی، سلامت معنوی، سلامتی اجتماعی، اجتناب از داروها و مواد مخدر و پیشگیری از حوادث) رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. تمایز آثار یادشده با مقاله حاضر در این است که هدف اصلی این نوشتار، کاوش و بررسی ترفندها و شگردهایی است که غرب از طریق تهاجم فرهنگی در جهت تغییر فرهنگ تغذیه در ایران به کار گرفته است.

ضرورت‌شناسی پژوهش

۱. به لحاظ کاربردی

منشأ بسیاری از مشکلات و بیماری‌های جسمی و روحی انسان، سبک نادرست تغذیه است. تغذیه در خلق و خوی انسان‌ها تأثیر انکارناپذیری دارد. نوع تغذیه و خوراک، صفات قابل‌توجهی را در انسان‌ها پدید می‌آورد. روزی حلال راه طغیانگری، گناه، قساوت قلب، تحریک شهوت و غضب، جرم، سرقت و دیگر مفاسد و ناهنجاری‌های اخلاقی و رفتاری را مسدود می‌کند و برعکس، خوراک حرام زمینه تسلط شیطان

را بر انسان فراهم می‌نماید. معطوف به این مهم، از آنجاکه با سبک تغذیه غربی، فرهنگ تغذیه اسلامی به حاشیه رانده شده و سلامت معنوی و جسمی انسان به مخاطره می‌افتد، برای رستن از این دامی که دشمنان اسلام گسترده‌اند، پژوهش در باب نوع مواجهه غرب با سبک تغذیه و شگردهای آنان در این راستا ضروری می‌نماید.

۲. از جهت راهبردی

بروز انقلاب اسلامی، اولین گام در شکل‌دهی تمدن اسلامی در عصر جدید است. مطرح کردن شعارهایی مانند: کرامت انسان، عدالت اجتماعی، معنویت و امت اسلامی در عرصه جهانی و بین‌المللی و تغییر ادبیات سیاسی حاکم و وارد کردن واژگانی همچون مبارزه با ظلم، مستضعف و مستکبر خبر از تغییر نظام حساسیت‌ها و تمایلات اجتماعی می‌دهد. همه این تحولات در تمایلات اجتماعی، اولین گام در تحقق تمدن اسلامی است، اما گام بعدی تولید نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای تمدنی متناسب با تغییر تمایلات و گرایش‌های اسلامی است.

اگر انقلاب اسلامی نتواند متناسب با اهداف و شعارهای خود، سخت‌افزارها، نمادها و فرآورده‌های فرهنگی و تمدنی خود را تولید و بازسازی کند، هیچ‌گاه نمی‌تواند به تحقق تمدن اسلامی در عرصه جهانی امیدوار باشد. شناخت هرچه بیشتر و عمیق‌تر فرهنگ و تمدن به‌طور عام و نیز رویکرد فرهنگی و تمدنی به مقوله سبک تغذیه، ما را به قدرت معرفتی و علمی لازم برای صیانت از هویت فرهنگی انقلاب اسلامی مجهز می‌سازد. اگر غایت بلند انقلاب اسلامی، بنای تمدنی جدید بر مدار تفکر دینی است، اساساً این پرسش مطرح می‌شود که رسالت تمدنی این انقلاب چه پاسخی در مواجهه فرهنگی غرب در عرصه سبک تغذیه دارد؟

۳. از حیث نظری و بنیادی

هدف نهایی انسان، رسیدن به سعادت و کمال است و قرب الهی به‌عنوان مصداق تام سعادت، امری تشکیکی است. به‌میزان کسب فضائل بیشتر و نزع رذائل اخلاقی، زمینه برای رسیدن به مراتب بالاتر قرب الهی حاصل می‌گردد. از آنجاکه نیل به فضائل و دفع رذائل اخلاقی، رابطه تنگاتنگی با امر تغذیه دارد، بنابراین برای وصول به قرب الهی هم باید در امر تغذیه اهتمام ورزید. در سیره معصومین غذا خوردن با هدف کسب توان برای طاعت و عبادت بوده است. فلسفه خوردن و آشامیدن در نگاه اولیای دین، صرف تأمین نیازهای جسمانی نیست، بلکه جسم، نقش آلی برای روح و حقیقت انسان دارد. برای اینکه روح بتواند مسیر کمال‌یابی خود را طی کند باید نیازهای جسم به‌عنوان مرکب و ابزار روح تأمین شود. در این نگاه، انسان با تأمین نیازهای جسم در پی تأمین هدفی بس والا است. در روایات به نقش ایزاری خوردن در راستای انجام فرایض دینی اشاره شده

است. در روایتی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله چنین به خداوند عرضه می‌دارد: «اللهم بارک لنا فی الخبز و لا تُفرِّق بیننا و بینته فلولاً الخبز ما صلینا و لا صُمنا و لا اَدینا فرائض ربنا». (کلینی، ۱۴۳۹: ۱۲ / ۳۴۷)

با توجه به تغییراتی که در فرهنگ غذایی جامعه ایران به وجود آمده و سبک تغذیه اسلامی به زردی گراییده است، رسانه‌های غربی بیش از پیش در این راستا تأثیرگذار بوده‌اند و به انحاء مختلف از هیچ تلاشی در جهت تخریب فرهنگ غنی و اصیل اسلامی از جمله فرهنگ تغذیه در ایران فروگذار نکرده و نمی‌کنند. هدف اصلی آنها سست کردن پایه‌های اعتقادی مردم ایران، ترویج سکولاریسم و در نهایت براندازی نظام جمهوری اسلامی ایران است و به خوبی می‌دانند که با تحریم و جنگ کاری از پیش نمی‌برند. بنابراین در پیشبرد اهداف خود به اقدامات فرهنگی متوسل می‌شوند. از این رو شناخت شگردهای رسانه‌ای غرب در تغییر فرهنگ تغذیه در ایران بسیار ضروری است و به دنبال آن، باید در خنثی‌سازی رگبارهای رسانه‌ای غربی تلاش‌های بی‌وقفه‌ای انجام بگیرد. در غیر این صورت با توجه به رشد فناوری و تکنولوژی لگام گسیخته مدرن غربی، روند تغییر فرهنگ غذایی در جوامع اسلامی نیز از جمله ایران در سال‌های آتی دچار دگرگونی‌های ژرف مخاطره‌آمیزی خواهد بود.

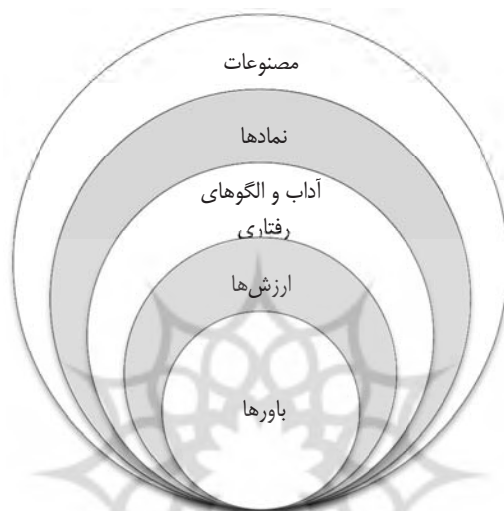
ساحت‌شناسی تغییر فرهنگی در سبک تغذیه در ایران عصر انقلاب

پدیده انتقال تغذیه یا به عبارتی گذار تغذیه به‌عنوان پدیده‌ای جهانی به‌صورت گسترده در بین جوامع مختلف به انحاء مختلف کمی و کیفی سال‌ها بروز و ظهور داشته است. انتقال تغذیه یعنی رژیم غذایی سنتی سرشار از فیبر و توأم با مصرف دانه‌ها، میوه‌ها و سبزیجات به‌نوعی رژیم غذایی توأم با مصرف بالای چربی، شکر، نمک و سایر غذاهای فرآوری‌شده. در الگوی تغذیه سنتی، افراد برای رفع گرسنگی به مصرف غذاها روی می‌آوردند ولی در الگوی تغذیه جدید، انتخاب نوع غذای افراد، تحت تأثیر رسانه‌ها و عوامل فرهنگی مختلف تغییر یافته است. این نوع الگوی تغذیه - که برگرفته از الگوهای بیگانه غربی است - در کل خاورمیانه و از جمله در ایران به سرعت در حال تغییر است.

تأثیر رسانه‌ها در شکل‌دهی به فرهنگ غذایی مردم بسیار بالاست و بسیاری از مردم تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای، رفتارهای خود را در زمینه خرید و مصرف مواد غذایی تغییر می‌دهند و شاید نتوانند خطرات واقعی‌تری را که در رسانه‌ها مطرح نشده‌اند در کنار خود احساس کنند. بسیاری از مردم ظاهراً پیش‌دواری‌ها را جذب می‌کنند و براساس عادات غذایی که از طریق رسانه‌ها تبلیغ می‌شود و در اغلب موارد، عادت غذایی ناسالم است، تغذیه می‌کنند. (سیل، ۱۳۸۷: ۳۴۳)

برخی از فرهنگ‌پژوهان همچون ادگار شاین اذعان دارند که مؤلفه‌ها یا عناصر فرهنگ، لایه‌های مختلفی دارند. برخی از آنان این لایه‌ها را به دو بخش اصلی تقسیم کرده‌اند: «هسته فرهنگ تغذیه» و

«محیط فرهنگ تغذیه». فرهنگ‌ها دارای یک هسته و یک محیط‌اند. هسته، محدوده‌ای است که فرهنگ در پناه آن، هویت خود را حفظ می‌کند. عناصر هسته‌ای فرهنگ تغذیه فرسایش و دگرگونی نمی‌یابند و به‌نحوی زنده می‌مانند و در برابر فرهنگ جهانی مقاومت می‌کنند. اگر فرهنگ را نظام‌واره‌ای از باورهای اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا، نمادها و مصنوعات بدانیم، پنج لایه فرهنگ تغذیه را می‌توانیم از آن استخراج کنیم.



نمودار جایگاه و نسبت مؤلفه‌های مختلف فرهنگ

درهم آمیختگی فرهنگ اسلامی و فرهنگ غربی در عرصه تغذیه با تفاوت در شدت و ضعف، واقعیتی انکارناپذیر است که با نسبت‌های مختلف، آسیب تلقی می‌شود. میزان تغییر فرهنگی در عرصه سبک تغذیه را می‌توان در چهار سطح اختلاط فرهنگی، ترکیب فرهنگی، التقاط فرهنگی و استحاله فرهنگی طبقه‌بندی کرد. (ذوعلم، ۱۳۹۷: ۳۲۰)



نمودار ساحت‌های تغییرات فرهنگی در عرصه سبک تغذیه

«اختلاط فرهنگی» کمترین نوع آسیب در عرصه تغییرات فرهنگی است. در این ساحت تغییر فرهنگی در نمادها و رفتارها، افرادی که تابع فرهنگ غربی‌اند در عرصه سبک تغذیه و افرادی که تابع فرهنگی اسلامی‌اند، قابل تشخیص‌اند. سبک زندگی غربی نقد و طرد می‌شود، گرچه در عمل لایه‌هایی از آن پذیرفته شده است. اختلاط فرهنگی پدیده‌ای فراگیر در سطح کشور است، ولی درجات آن متفاوت است. «ترکیب فرهنگی» در عرصه سبک تغذیه به معنای تلفیق نمادها و سبک تغذیه اسلامی و غربی است. به عبارتی، در این ساحت تغییر سبک تغذیه اسلامی و غربی متعارض تلقی نمی‌شوند. «التقاط فرهنگی» در سبک تغذیه به این معنا است که تفکیک ارزشی بین فرهنگ اسلامی و غربی مشاهده نمی‌شود. در سبک تغذیه رنگ و لعاب اسلامی مشاهده می‌شود ولی براساس نگرش فرهنگی غربی. «استحاله فرهنگی» به معنای دریافت کامل فرهنگ مدرنیته در سبک تغذیه است. سبک تغذیه اسلامی و سنتی متروک می‌شود و به یک امر بدون معنا و مفهوم درآمده و اجرا می‌شود. (همان: ۳۱۶)

نگاهی به وضعیت سبک تغذیه در کشور ما نشان می‌دهد که این آسیب‌ها در سطوح مختلف چهارگانه وجود دارد؛ اما تحلیل دقیق این وضعیت به بررسی‌های گسترده نیاز دارد. آنچه در این زمینه مهم به نظر می‌رسد، درک عمیق ابعاد و لایه‌ها و سطوح این آسیب برای پیشگیری و چاره‌اندیشی است.

ردیف	عنوان تغییر	مصادیق
۱	حاکمیت تجمل‌گرایی در فرهنگ تغذیه	استفاده فراوان از دسر و مخلفات متعدد
		مصرف فراوان نوشابه‌های گازدار
		سفره‌آرایی‌های کاذب و بی‌فایده
		ارزش‌یابی تعدد غذا در یک وعده
۲	تضعیف فرهنگ آشپزی	مصرف فراوان غذای منجمد
		استفاده از غذاهای آماده و بسته‌بندی شده
		گرایش به غذاهای فوری
۳	عدم اهتمام به ارزش کیفی غذا	عدم توجه به اقتضائات زمانی در تغذیه
		عدم توجه به اقتضائات مکانی در تغذیه
		مصرف بیش از اندازه مواد شیمیایی در تغذیه
		بی‌توجهی به تبعات روحی و جسمانی غذا
۴	عدم محوریت خانه در تغذیه	تحقیر فرهنگ آشپزی در خانه
		مصرف فراوان غذا در رستوران‌ها و ...
		فردی غذا خوردن و دوری از جمع

جدول تغییرات فرهنگی در عرصه سبک تغذیه

نباید از نظر دور داشت که میزان تغییرات فرهنگی در سبک تغذیه در میان اقشار و مناطق مختلف ایران اسلامی یکسان نیست و متغیرهایی نظیر: جنسیت، نوع نگرش مذهبی، تمایزات قومی، تحصیلات و جغرافیا در آن تأثیرگذار هستند.



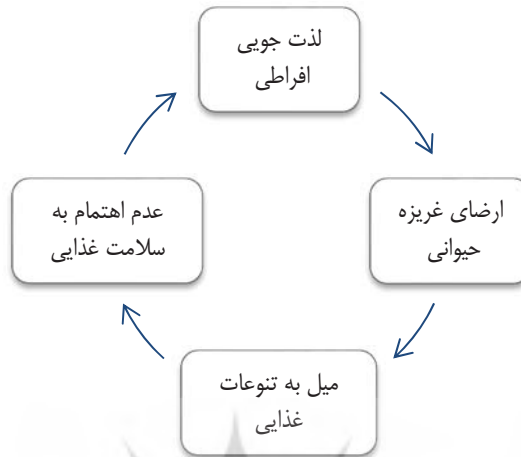
نمودار متغیرهای دخیل در تغییرات فرهنگی در عرصه سبک تغذیه

تمایزشناسی سبک تغذیه در فرهنگ اسلامی و غرب

فرهنگ‌ها مبتنی بر الگوها و مأموریت‌هایی که دارند جهت‌گیری‌هایی را در سطح جامعه تجویز می‌کنند. از این‌رو برای استنباط دیدگاه فرهنگ اسلام و غرب در عرصه مهندسی سبک تغذیه باید رسالت فرهنگی در این زمینه بازنمایی شود.

در فرهنگ غربی، تغذیه براساس «لذت‌طلبی» هویت پیدا می‌کند. در این نوع از سبک غذایی، تنها غریزه حیوانی ارضا می‌شود و در آن تنوعات غذایی و لذت‌جویی، هدف نهایی است. چنان‌که در دنیای غرب، تغذیه برای تأمین نیازهای جسمی انسان نیست، بلکه به لحاظ کارکردی، نوعی تلذذ است و بر همین اساس نیز محصولات غذایی تولید می‌شوند. محصولات آنی که ذائقه را به شدت تحریک می‌کند؛ گاه از داغی می‌سوزاند و گاه از تندی و گاه از سردی به درد می‌آورد. تولید این محصولات صرفاً با تعریف خوردن برای لذت، قابل توجیه است. از این‌رو منتخبان چنین سبکی نمی‌اندیشند که چه باید بخورند، چگونه بخورند و چه اندازه بخورند، بلکه هر چیزی که مزه بهتری دارد، به هر اندازه که میل دارند و به هر شکلی مصرف می‌کنند و به همین خاطر گرفتار انواع بیماری‌ها می‌شوند. علی‌علیه می‌فرماید: «مَنْ غَرَسَ فِي نَفْسِهِ مَحَبَّةَ أَنْوَاعِ الطَّعَامِ، اجْتَنَى ثِمَارَ فُنُونِ الْأَسْقَامِ». (تمیمی‌آمدی، ۱۴۱۰: ح ۹۲۱۹)

در فرهنگ شهوانی و نفسانی، مبنا و انگیزه و معیار همه فعالیت‌ها، لذت‌های جسمی، شهوانی و شخصی است.



نمودار شاخصه‌های الگوی سبک تغذیه در فرهنگ غربی

در دین مبین اسلام انسان، بیهوده و برای خوردن و خوابیدن خلق نشده است، بلکه هدف از خلقت او یک سفر تکاملی و سازنده است. اسلام برای هریک از بخش‌ها و زیرمجموعه‌های زندگی بشر از جمله سبک تغذیه برنامه چیده است. رهنمودهای اسلام درباره خوردن، افزون بر تأمین سلامت جسم، سلامت روح انسان‌ها را نیز تأمین می‌کند. (ابهری، ۱۳۹۳: ۹۱) در فرهنگ اسلامی تغذیه براساس هدف متعالی، رشد و تکامل فکری، روانی و رفتاری انسان مهندسی می‌شود.

از نگاه اسلام در نظام آفرینش، «خوردن» ابزاری برای زندگی است؛ نه آنکه زندگی، ابزاری برای خوردن باشد. چنان‌که حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «لَا تَطْلُبُ الْحَيَاةَ لِتَأْكُلَ، بَلْ أَطْلُبُ الْأَكْلَ لِتَحْيَا». (ابن‌ابی‌الحدید، ۱۴۰۴: ۲۰ / ۳۳۳)

متأسفانه الگوی غذایی جامعه اسلامی ما از آرمان اصلی‌اش فاصله گرفته، فرهنگ تغذیه ما ایرانی‌ها عوض شده و تحت تأثیر انواع رسانه‌های جمعی به سمت الگوی غربی حرکت می‌کنیم و بدون دقت و توجه، هرگونه غذایی تولید، توزیع و مصرف می‌کنیم. بیشتر غذاهای مصرفی ما مصنوعی، شیمیایی و زیان بارند و جسم و جان ما را تهدید می‌کنند و بیشتر بیماری‌ها معلول چنین اغذیه‌ای هستند، زیرا خوراکی‌های مصنوعی و شیمیایی فقط با افزودن اسانس‌ها، آرایش ظاهری و طعم و مزه مصنوعی به فروش می‌رسند، اما از نظر ارزش غذایی و کیفیت، فقیرند.

سنخ‌شناسی مواجهه فرهنگی غرب با سبک تغذیه

جالب توجه است که از یک‌سو، استعمار غرب در رسیدن به آرمان‌های شوم خود تلاش می‌کند از طریق وسایل ارتباطی و رسانه‌ای، فرهنگ و الگوی غذایی ایران را تحت چنبره خود اداره نماید و در این راستا از هیچ کاری فروگذار نکرده و نمی‌کند و از دیگرسو، متأسفانه در بین مردم کشور ما نه‌تنها توجه چندانی به وضعیت فرهنگ تغذیه نمی‌شود، بلکه بیشتر مردم، خوردن خوراکی‌های غیربومی و فست فودها را به منزله تغییر عادی ذائقه و مدرن شدن می‌دانند!

موارد زیر را می‌توان از جمله ترفندهای رسانه‌ای کشورهای غربی در به هم ریختگی فرهنگ تغذیه‌ای

ایران برشمرد:



نمودار سنخ‌شناسی مواجهه فرهنگی غرب با سبک تغذیه ایرانی - اسلامی

۱. تحقیر فرهنگ بومی و اسلامی در عرصه سبک تغذیه

همواره یکی از راه‌های تسلط بر انسان‌ها در طول تاریخ سبک شمردن ایشان توسط دشمنانشان بوده است. راه‌های استضعاف نیز متفاوت است. روش‌ها و شیوه‌های استخفاف در یک چیز اشتراک دارند؛ آن‌هم قوی و بزرگ و آقا جلوه دادن خود و بالعکس خوار، خفیف و ضعیف جلوه دادن طرف مقابل است. قرآن مجید جریان تسلط فرعون بر قومش را این‌چنین بیان می‌دارد: «فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَطَاعَوْهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ». (زخرف / ۵۴)

وقتی قوم فرعون باور کردند که هیچ نیستند و خود را در برابر فرعون هیچ دیدند، آنگاه فرعون توانست بر آنها غلبه کند و قوم فرعون نیز مطیع او شدند تا جایی که فرعون بنا به فرمایش قرآن این ادعای بزرگ را کرد: «فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى». (نازعات / ۲۴)

فرعون تاریخ برای استضعاف مردم آن عصر و تسلط بر آنها وسایل محدودی در اختیار داشت، اما فرعونیان امروز این عصر با استفاده از انواع وسایل ارتباطی و رسانه‌های جمعی، به استخفاف عقول ملتها می‌پردازند تا در بی‌خبری کامل فرو روند و از آنها اطاعت کنند. ایران نیز از این تضعیف و تحقیر آنها در امان نبوده و نیست. آنان به این نتیجه رسیده‌اند که اگر بخواهند مردم ایران را تابع خود کنند، ابتدا باید به آنها بقبولانند که هیچ‌اند. اگر در این کار موفق شدند و باورشان شد که هیچ‌چیز از خود ندارند، بلکه هرچه هست از جانب ابرقدرتها و کشورهای غربی است، برتری آنها را می‌پذیرند و در همه‌چیز از آنها تبعیت می‌کنند. (فیروزی، ۱۳۸۹: ۹۰)

بدین ترتیب خودبه‌خود زمینه پذیرش فرهنگ بیگانه به‌عنوان فرهنگ جایگزین، فراهم و تقلید از فرهنگ و ارزش‌های بیگانه به‌عنوان ارزش، مطرح شده و ارزش‌ها و باورهای بومی به‌عنوان ضد ارزش پذیرفته می‌شود. متأسفانه این طرز نگرش و باور در بین برخی از افراد جامعه تسری یافته و غرب را به‌مثابه کشوری برتر قلمداد می‌کنند و فرهنگ غربی و سبک زندگی غربی را فرهنگی تمام‌عیار می‌دانند و در همه امور اعم از علم، مسکن، معاشرت، پوشش و ... حتی در خوراکشان از آنها تقلید می‌کنند و کالاهای وارداتی غربی را بها می‌دهند. غافل از اینکه امیرمؤمنان علی علیه السلام می‌فرماید: «لَا تَزَالُ هَذِهِ الْأُمَّةُ يَخِيرُ مَا لَمْ يَلْبَسُوا لِبَاسَ الْعَجَمِ وَ يَطْعَمُوا أَطْعِمَةَ الْعَجَمِ، فَإِذَا فَعَلُوا ذَلِكَ ضَرَبَهُمُ اللَّهُ بِالذُّلِّ». (برقی، ۱۳۷۱: ۲ / ۴۱۰) علامه جوادی آملی واژه «عجم» را در این حدیث به «بیگانگان» تفسیر کرده و می‌فرماید:

مقصود این روایت، پیروی نکردن از فرهنگ غیراسلامی در سبک زندگی مانند خوراک، پوشاک و مانند آنها است که در آن دوران در میان غیرعرب‌ها رواج داشت. (جوادی آملی، ۱۳۹۶: ۱۶۴)

در راستای تحقیر فرهنگ بومی در عرصه سبک تغذیه از تکنیک «قاعده همراهی متن و زمینه» استفاده می‌شود. این قاعده در بسیاری از مسائل فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌شود و در جنگ روانی جایگاهی مهم دارد. برای نمونه در عرصه سبک تغذیه، حامیان سبک تغذیه سنتی و دینی را تاجرگرایان معرفی می‌کنند. مخاطب وقتی این دو را در کنار هم قرار می‌دهد یک برداشت تلفیقی از متن و زمینه خواهد داشت. در جنگ روانی، زمینه‌ها بسیار مهم هستند و توفیق با کسی است که این زمینه‌ها را شناسد و متن‌های مناسب‌تری را برای تلفیق با این زمینه‌ها فراهم آورد.

«ایجاد نیاز کاذب غذایی» یکی دیگر از ترفندها در تحقیر فرهنگ بومی در سبک تغذیه است. همان‌طور که در ایجاد و تغییر نگرش‌های فردی، به نیازهای فرد توجه کرده و آنها را به‌عنوان ابزار و مکانیزم‌هایی برای اثرگذاری به‌کار می‌گیریم، در جامعه نیز این‌گونه است. در تبلیغات غربی نیز آنچه مهم است احساس نیاز کاذب به غذای غربی است. در فرهنگ عمومی جامعه، اگر نیازی احساس شد دیگران ملزم می‌شوند که به آن پاسخ دهند. سوگمندان احساس نیاز غذایی ایرانیان به غذای غیر مفید و غربی تعلق گرفته شده است. (ر. ک: سمیعی، ۱۳۹۵: ۱۲۴)

۲. تصویرسازی کاذب از میراث فرهنگی اسلام در عرصه سبک تغذیه

الگوی عملیات روانی که دشمنان اسلام به‌ویژه آمریکا در حال حاضر علیه جمهوری اسلامی ایران به‌کار گرفته‌اند، در قالب پروژه تحریف دنبال می‌شود که مبتنی بر تصویرسازی غلط و منفی از نظام جمهوری اسلامی برای مردم ایران و برای دیگران است. رهبر معظم انقلاب می‌فرمایند:

اینکه شما فهم درستی از واقعیت‌های کشورهای کشورتان داشته باشید، به ضرر آنها است. با این مخالفند، با این مبارزه می‌کنند. با چه ابزاری؟ با ابزار بسیار خطرناک رسانه، به‌خصوص رسانه‌هایی که امروز نوپدید است. با تصویرسازی غلط سعی می‌کنند افکار ملت ایران را منحرف کنند؛ هم تصویر غلط درباره ایران، هم تصویر غلط درباره خودشان، هم تصویر غلط درباره اوضاع منطقه». (بیانات مقام معظم رهبری در همایش ۱۰۰ هزار نفری بسیجیان در ورزشگاه آزادی، ۱۳۹۷/۷/۱۲)

به فرموده معظم له:

[دشمنان اسلام به‌گونه‌ای] حرف می‌زنند برای اینکه بنده و جنابعالی که خودمان در این فضا داریم تنفس می‌کنیم، چیز دیگری فرض کنیم، غیر از آن واقعیتی که وجود دارد. (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار نخبگان و استعدادهای برتر علمی، ۱۳۹۷/۷/۲۵)

دشمنان و رقیبان جمهوری اسلامی، تصویرسازی علیه ایران و نقطه ضعف نشان دادن نقاط قوت میراث فرهنگی اسلامی ایران را با جدیت بیشتری دنبال کرده و می‌کنند. در این معادله، تصویری را از ایران و فرهنگ اصیل اسلامی آن در سطح افکار عمومی دنیا و بلکه در اذهان خود ملت ایران ترویج می‌کنند که ایران، کشوری عقب‌مانده و غرق در مسائل لاینحلی است که از میراث فرهنگی غنی در

تمامی عرصه‌ها از جمله سبک تغذیه نیز تهی است. آنان دین‌داری مردم ایران و پابندی به اسلام و ارزش‌های اسلامی را نقطه ضعف ایران به تصویر می‌کشند که این ملت با پذیرش چنین مذهبی، در خوردن و نوشیدن که نیاز اولیه و اساسی هر انسانی است، باید اسیر حکم اسلام و زندگی به کامشان تلخ باشد؛ چراکه مداخله‌جویی‌های اسلام، مدام در سبک زندگی مردم مسلمان ایران حتی در سبک تغذیه‌شان نیز نمود دارد که ثمره‌اش سلب آزادی از ملت ایران است. چه دایه مهربان‌تر از مادر شده‌اند! آنها با برشمردن خواص بی‌شماری در شراب، (Anfindsen, 2015) گوشت خوک، (Arnarson, 2019) خرچنگ (Patnaik, 2022) و دیگر اغذیه‌هایی که اسلام آنها را حرام کرده، سعی در تصویرسازی کاذبی از سبک تغذیه اسلامی دارند تا اذهان عمومی و افکار ملت ایران را به این سمت سوق دهند که بسیاری از اموری که در چارچوب دین عرضه می‌شود، عقلانی نیست. چرا ما باید خود را از خوردن و نوشیدن چنین اغذیه‌ای محروم کنیم؟ مشروبات الکلی در بسیاری از کشورهای جهان که یکی از اجزای سفره غذایی مردم است، چرا باید برای مسلمانان ممنوع و حرام باشد؟ اگر این اغذیه و اشربه، واقعاً سلامتی انسان را به خطر می‌اندازند، چرا میلیون‌ها انسان در سراسر دنیا گوشت خوک می‌خورند و شراب می‌نوشند، اما در سلامتی کامل به سر می‌برند و هزاران مسلمان هم هستند که از آنها تغذیه نمی‌کنند و در عین حال با بیماری‌های مختلفی دست‌وپنجه نرم می‌کنند؟ این همان «مغالطه توسل به اکثریت» است که دنیای غرب برای از بین بردن قبح یا حرمت یک مسئله و عادی‌سازی آن به کار می‌گیرد. چنان‌که می‌بینیم در بعضی از مناطق کشورمان این ترفند غربی‌ها به بار نشسته است و از مصرف اغذیه حرام هیچ ابایی ندارند. فقط کافی است که سری بزنییم به بعضی هایپرمارکت‌ها و سوپرمارکت‌های لوکس ایرانی که قفسه‌هایشان را پر کرده‌اند از اجناس خارجی و وارداتی؛ فروشگاه‌هایی که در آنها از شیر مرغ تا جان آدمیزاد را می‌توان یافت. علاوه بر فروش این نوع مواد غذایی حرام در برخی فروشگاه‌ها، رستوران‌ها نیز انواع خوراک با مواد غذایی حرام را سرو می‌کنند. گوشت کوسه و سرو هشت‌پا و خرچنگ و ... در منوی برخی از رستوران‌های ایران به چشم می‌خورد و با تبلیغات گسترده در حال معرفی این محصولات هستند. در صفحه اینستاگرامی خود نیز آزادانه به تبلیغ سرو این غذاهای حرام می‌پردازند.

۳. بزرگ فرهنگی سبک تغذیه غربی

تبلیغات متنوع غذایی و خوراکی با ظاهری جذاب و خواستنی بر نوع تغذیه مخاطبان تأثیری غیر قابل انکار دارد و این قدرت را دارد که عادت غذایی مردم را عوض کند؛ به‌ویژه چاشنی ترکیب صدا و تصویر در تبلیغات و همچنین به‌کارگیری تکنیک‌های تبلیغاتی، اثر مستقیم بر اذهان عمومی می‌گذارد و می‌تواند تحول عظیمی در

صنعت مصرف به وجود آورد. همان‌گونه که در کشور خودمان تنها قدرت تبلیغات بود که توانست مصرف انواع خوراکی‌ها و نوشابه‌ها را جزو فرهنگ غذایی مردم کند، مصرف انواع غذاهای آماده نیز جز با تبلیغات پرطمطراق گسترش نیافت. غرب در اثر تبلیغات گسترده، متنوع و جذاب مواد غذایی و خوراکی و در نتیجه، دایر کردن مؤسسات خدماتی خود در ایران مانند: پیسی، کوکاکولا، مک دونالد و ... موفق شده است تا حدودی از مصرف غذاهای سالم و سنتی افراد جامعه بکاهد و ذائقه آنها را به سمت غذاهایی ناسالم چون پیتزا، لازانیا و ... انواع چیپس، پفک و شکلات‌هایی با بسته‌بندی‌های فریبنده، شکیل و ملون سوق دهد.

باید به این امر اهتمام داشته باشیم که در پس همه فرآورده‌های کشورهای غربی، توطئه‌هایی در کمین است؛ زیرا کشورهای غربی، مسلمان نیستند و به حلیت و حرمت آنچه تولید می‌کنند توجهی ندارند. هرچند بنا به مصالحی به حکم دین مبین اسلام هر آنچه که در بازار مسلمین به فروش می‌رسد، از حلیت برخوردار است، ولی نمی‌توان انکار کرد که در تولید بسیاری از بسته‌های مواد غذایی و خوراکی خوش آب و لعاب، قرص‌ها، کپسول‌ها، شربت‌های خوراکی و ... از مواد افزودنی حرام استفاده نکرده باشند. از این رو ما ناخودآگاه در معرض عوارض جبران‌ناپذیر این افزودنی‌های حرام بر سلامتی جسم و روح خود مواجه هستیم.

مهم‌ترین رده سنی برای فرهنگ‌سازی در عرصه سبک تغذیه، کودکان می‌باشند. کودکان برخلاف بزرگسالان به آن‌درجه از بلوغ فکری و تجربی نرسیده‌اند که پیام‌های تجاری تبلیغات در عرصه تغذیه را به صورت منطقی ارزیابی کنند؛ بنابراین خیلی زود تحت تأثیر قرار می‌گیرند. در بزرگسالی سبک تغذیه غربی محور مهندسی فرهنگی، «کودکان» می‌باشند. زیرا همان‌گونه که جنبه عاطفی بر نخستین طرح‌های ذهنی کودک حاکم است، بر نخستین طبقه‌بندی‌های ذهنی او نیز تسلط دارد. برای مثال، آنچه بتواند منبع لذت و ارضای امیال باشد، به نظر او «مهربان» است و آنچه او را برنجاند یا مانع رسیدن او به امیالش باشد، «مودی» است. (کاوینی، ۱۳۹۲: ۱۷۷)

نباید از نظر دور داشت که «شرطی‌سازی کلاسیک»^۱ یکی از ترفندهای رسانه‌ای غرب در بزرگسالی در فرهنگ تغذیه است. منظور از شرطی‌سازی این است که حضور رفتاری، به رفتار دیگر وابسته شود. پس از اینکه شناسایی شد کدام رفتار با کدام رفتار دیگر به صورت طبیعی وابسته است، می‌توان دخل و تصرف‌هایی کرد، یعنی بعضی رفتارها را به صورت غیرطبیعی، به هم وابسته ساخت. (همان: ۱۴۸) اگر تاکنون با مزه یا بوی غذا، بزاق دهان ترشح می‌شد، اکنون می‌توان کاری کرد که با دیدن یک بازیگر خاص، باز هم بزاق دهان ترشح شود و آن در صورتی رخ خواهد داد که چند بار، غذایی خاص مبتنی بر فرهنگ غربی با تصویر آن بازیگر همراه شود، پس از مدتی خواهیم دید که اگر تصویر آن بازیگر به

1. classical conditioning.

نمایش گذاشته شود و غذایی هم در کار نباشد، باز هم بزاق دهان ترشح خواهد شد، در این صورت تصویر بازیگر «محرک شرطی»^۱ و آن ترشح بزاق را «پاسخ شرطی»^۲ می‌نامیم. در ایران نیز شرکت‌های تهیه سس از این ترفند استفاده می‌کنند. در شرطی‌سازی کلاسیک، سبک غذای غربی، مساوی با تجدد و پیشرفت دانسته می‌شود و سبک تغذیه سنتی، مساوی با کلیشه و کهنگی معرفی می‌شود.

هنوز در ایران تحقیق دقیقی به عمل نیامده است که فیلم‌های غربی تا چه اندازه در ایجاد و تشدید خودکم‌بینی‌ها و نفرت و فرار از سبک تغذیه ایرانی و اسلامی و تقلید کورکورانه از ظواهر تمدن غرب، سهیم‌اند.

۴. حمایت از مروجان سبک تغذیه غربی

استعمار غرب چون حضور مستقیم و بی‌واسطه خود را در ایران مقدور نمی‌بیند، درصدد دلسرد کردن مردم کشورمان؛ ایران نسبت به میراث غنی فرهنگی‌شان است و در داخل کشور افرادی را تربیت کرده و می‌کنند که زبان گویای آنان در ترویج فرهنگ غربی باشند و مردم با استماع سخنان به‌ظاهر فرهیخته جامعه علمی - هنری ایران از فرهنگ اسلامی خود دست شسته و به فرهنگ و سبک زندگی غربی در همه زمینه‌ها از جمله فرهنگ تغذیه غربی ترغیب شوند. غرب‌گرایان خودباخته ایرانی نیز در این حرکت ضد ملی خود تا آنجا پیش رفتند که به صراحت اعلام نمودند برای رهایی از وضعیت موجود و رسیدن به ترقی و تجدد باید از سر تا به پا غربی شویم.

قرآن کریم استفاده از سخنان فریبنده و خوش‌ظاهر، اما بی‌باطن و بی‌مغز را کار شیاطین می‌داند: «وَكذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَاطِينَ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا». (أنعام / ۱۱۲) فیض کاشانی در کتاب *الوافی*، مراد از شیاطین جن و انس را منحرفان از حق برمی‌شمرد: «من لم يجعله الله من أهل صفة الحقّ، فاولئك هم شياطين الإنس و الجنّ». (فیض کاشانی، ۱۴۰۶: ۲۶ / ۱۰۷) به فرموده مقام معظم رهبری:

روشنفکران غربزده که خیلی از آنها در دستگاه‌های حکومت ظالم حضور داشتند، با حرف خودشان و با عمل خودشان به مردم این جور تفهیم کرده بودند که شما عرضه هیچ کاری را ندارید؛ باید تقلید کنید. در علم تقلید کنید، در صنعت تقلید کنید، در فرهنگ تقلید کنید، در لباس تقلید کنید، در خوراک تقلید کنید، در حرف زدن تقلید کنید ... (بیانات مقام معظم رهبری در مراسم بیستمین سالگرد رحلت امام خمینی علیه السلام)

از همین‌جا می‌توان به انگیزه قدرت‌های بزرگ در فراخوانی متعدد رسانه‌ای دانشجویان کشورمان و

1. conditional stimulus.
2. conditioned response.

تقبل هزینه‌های تحصیلی آنان واقف گشت؛ چراکه از این راه می‌توانند ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی خود را بر آنان تحمیل کنند و برای آینده آماده سازند.

اعطای جوایز بین‌المللی و تشکیل کنفرانس‌ها اقدامی دیگر در راستای وصول به خواسته‌های امپریالیستی است که با اعطای وجهت اعتباری، از اشخاص مورد نظر بت‌هایی در جهت نشر هر چه بیشتر فرهنگ جهانی می‌سازد و با تحت فشار قرار دادن حکومت‌ها از نظر سیاسی و اقتصادی به همراه تبلیغات جنجالی نظرات خود را به حکومت‌ها تحمیل می‌کنند تا بدان‌جا که صندوق‌های بین‌المللی پول و بانک جهانی همواره یکی از شروط پرداخت وام‌های خود را اعطای آزادی مورد نظر خود به مجامع روشنفکر ملل وام‌گیرنده اعلام می‌دارند و از این به بعد این مجامع داخلی هستند که به‌عنوان سفیران کشورهای غربی سعی در اضمحلال فرهنگ دینی و بسط فرهنگ جهانی دارند. (فیروزی، ۱۳۸۹: ۱۰۶ و ۱۰۷)

ترویج سبک تغذیه غربی توسط سلبریتی‌ها در همین راستا انجام می‌گیرد. یکی از مهم‌ترین زمینه‌های فرهنگی که تبلیغ در آن صورت می‌پذیرد، افکار عمومی است. این پدیده، با پویایی قوی و جدی خود، سرنوشت جامعه‌ها را رقم می‌زند و همانند موتوری است که چرخ‌های ماشین اجتماع را به حرکت در می‌آورد، ماشین را می‌سازد، تخریب می‌کند، تند می‌رود و نیز گاهی خاموش می‌شود. (لازار، ۱۳۹۲: ۱۲) به‌کارگیری سلبریتی‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی در سبک تغذیه است. در این زمینه سعی شده است حامیان تفکرات غربی به مثابه نمایندگان توده مردم ایران معرفی شوند. از سویی، با برجستگی شخصیت آنان و حادث کردن پیامشان درصدد هستند تا جلب توجه کرده و افراد بی‌شماری را به سمت آنان سوق دهند. تسطیح پیام رسانه‌ای آنان در این زمینه مهم می‌نماید. به عبارتی، سعی می‌کنند پیام رسانه‌ای آنان را مختصر، ساده و قابل درک به مخاطبان منتقل کنند. (آلپورت و دیگران، ۱۳۷۲: ۲۰)



نمودار ترفندشناسی رسانه‌ای حمایت از غرب‌گرایان در عرصه سبک تغذیه

در هدایت افکار عمومی در عرصه تغذیه باید نیازهای اطلاعاتی جامعه در این عرصه شناخته شود. برای مثال لازم است بدانیم که مخاطبان ما به صورت جمعی یا فردی در چه مرحله‌ای از مراحل پذیرش پیام در عرصه فرهنگ تغذیه قرار دارند آگاهی؟ جلب توجه و علاقه‌مندی؟ ارزیابی پیام؟ آزمایش و تجربه؟ یا پذیرش و پی‌گیری؟

«شناخت هویت شخصی افراد در رویکرد به تغذیه» و «کشف رابطه متغیرهای جمعیت‌شناختی در تغذیه» (جنس، سن، ملیت، مذهب و سطح تحصیلات) نیز از دیگر مؤلفه‌های دخیل در این زمینه است. ایجاد گرایش به تغذیه ایرانی - اسلامی در مرحله اول و تبدیل گرایش به نگرش در جامعه و در نهایت تبدیل نگرش به رفتار در جامعه نیز در این زمینه مهم می‌نماید. (عرفان، ۱۳۹۵: ۱۶۶)



نمودار مؤلفه‌های دخیل در هدایت افکار عمومی در عرصه تغذیه

۵. هنجارسازی کاذب فرهنگی در عرصه سبک تغذیه

تا باور و ارزش‌های مردم یک جامعه رنگ نبازد، آن جامعه از فرهنگ بیگانه تأثیر نمی‌پذیرد. از این رو قدرت‌های استعمارگر غربی در این زمینه سرمایه‌گذاری بسیاری نموده و بر آن بوده‌اند که شالوده فرهنگ غرب را در افکار مردم ایران نیز بذرافشانی کنند.

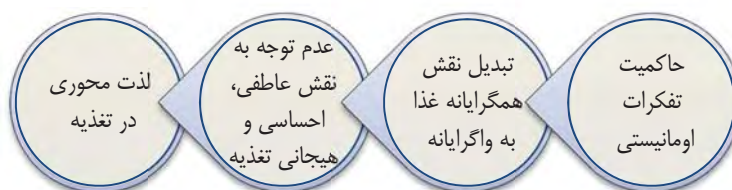
در تفکر اومانیستی، انسان محور همه‌چیز است نه خدا. اندیشه اومانیستی در حوزه‌های هستی‌شناسی، معرفت‌شناختی، ارزش‌شناختی، سیاست و فرهنگ، عقل انسان را ملاک و معیار می‌داند؛ از ابزار عقل و حس استفاده می‌کند و از این جهت نه تنها با خداگرایی ناسازگار است، بلکه در آن، انسان جایگاه خدا

را می‌گیرد. (بیات، ۱۳۸۱: ۳۸) در این مکتب، همه موجودات عالم، خادم انسان هستند، اما انسان، خود خادم هیچ موجود دیگری حتی خدا نیست. (ر. ک: گنون، ۱۳۷۲: ۱۰۴ - ۸۲) خدا در زندگی انسان هیچ نقشی ندارد و انسان با آزادی تمام در سرنوشت خود حاکم است. (رنال، ۱۳۵۳: ۱ / ۷۰) براساس مکتب اومانیسیم، اراده و خواست بشر نه تنها ارزش‌های اساسی است، بلکه منبع ارزش‌گذاری محسوب شده و ارزش‌های دینی که در عالم اعلی تعیین می‌شوند، تا سرحد اراده انسانی سقوط می‌کند. (آربلاستر، ۱۳۶۷: ۱۴۰) لذت‌گرایی نیز به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر تفکر اومانیستی است که نخست با ترویج عشق زمینی و فرهنگ برهنگی در نقاشی و مجسمه‌سازی ظهور کرد و به تدریج تمام شئون حیات علمی و عملی اروپای غربی را دربرگرفت و امروزه به‌عنوان یکی از پایه‌های فرهنگ غرب تثبیت شده است. (زیبایی‌نژاد، ۱۳۸۲: ۲۰) با این اوصاف، اومانیسیم مکتبی است که به شکل افراطی با اندیشه متافیزیکی در تضاد است و انسان را از حوزه تدین به الحاد می‌کشاند.

امروزه مکتب اومانیسیم و آموزه‌های برخاسته از آن از جمله پرخطرترین زیرساخت‌های فرهنگی جهان غرب علیه مطلق دین‌داری و به‌خصوص دین مقدس اسلام به حساب می‌آید و مادامی که مسلمانان به‌ویژه ملت ایران از عقیده و آیین خود دست برندارند و با آنها همراه نشوند، از پا نخواهند نشست. تلاش آنها برای بی‌هویت کردن ما است و به کمتر از آن راضی نمی‌شوند. همان‌طور که خداوند در قرآن کریم می‌فرماید: «وَكُنْ تَرْضَىٰ عَنْكَ الْيَهُودُ وَكَالِ النَّصَارَىٰ حَتَّىٰ تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ» (البقره / ۱۲۰) پذیرش و اعتقاد به چنین اصلی که انسان را معیار همه‌چیز می‌داند، مستلزم این است که در حوزه فرهنگ و الگوی غذایی نیز لذت‌گرایی و میل انسانی، ملاک قرار بگیرد.

اغلب افراد جامعه خود را که در نظر بگیریم می‌بینیم مهم‌ترین منظر و مواجهه ما با غذا از زاویه مزه است. وقتی که ملاک و شاخص ارزیابی و انتخاب غذا بر مدار مزه می‌چرخد، می‌توان فهمید که محور رابطه ما با غذا، لذت بردن است. مصرف مواد غذایی مختلف مانند نوشابه‌های گازدار، پیتزا، سس‌های مختلف، چیپس و بسیاری دیگر از محصولات که به وفور تولید، توزیع و مصرف می‌شود، صرفاً در چنین فضایی قابل تحقق است و بر همین اساس است که در اینکه در کدام ماه از سال هستیم و در چه شهر و منطقه‌ای زندگی می‌کنیم، تأثیر چندانی بر نوع خوردن و آشامیدن ما ندارد. تقریباً در تغذیه رایج خود، همه خوراکی‌هایی را که در اسفند ماه مصرف می‌کنیم، در یازده ماه دیگر نیز استفاده می‌کنیم و به الگوی تغذیه‌ای هر فرد متناسب با مزاج او نیز نگاه سردی داریم؛ غافل از اینکه هر فصلی محصولات غذایی مناسب خود را به‌بار می‌آورد، و غذای هر اقلیمی برای مردم همان اقلیم مناسب است. گسترش تفکرات اومانیستی به بسط فرهنگ «فردگرایی در تغذیه» کمک شایانی کرده است.

جمع‌گیری در تغذیه، نقش مستقیمی در دوری روانی و عاطفی اعضای خانواده از یکدیگر دارد. در سایه تفکرات اومانیستی، فرهنگ تغذیه که عاملی برای «همگرایی» در خانواده بوده را به عاملی برای «واگرایی» تبدیل کرده است. به عبارتی سبک تغذیه، فاقد بار «عاطفی»، «احساسی» و «هیجانی» شده است.



نمودار فرآیندشناسی تأثیر تفکرات اومانیستی بر تغذیه

۶. سلطه‌گری فرهنگی در عرصه دیپلماسی غذایی

غذا عنصر حیاتی در روند تکامل مادی و معنوی است. این اساسی‌ترین نیاز بشری، فراتر از رزق و روزی او به یک مؤلفه قدرت نرم، تحت عنوان «غذا و سیاست خارجی» یا «دیپلماسی غذایی» در روابط انسانی و خارجی مبدل شده است. از جمله اهداف راهبردی دیپلماسی غذایی، تغییر سبک زندگی ایرانیان با واردات محصولات غذایی غربی است. دیپلماسی غذایی به ساده‌ترین بیان، به دست آوردن ذهن و قلب مردم از طریق اشتها و علاقه آنها به غذا است. در واقع دیپلماسی غذایی، نوعی از دیپلماسی عمومی است که در آن، غذا به عنوان ابزاری برای تفاهم میان فرهنگی و به امید بهبود تعاملات و همکاری‌ها در سطحی بالاتر که همان سطح دولت به دولت است، مورد استفاده قرار بگیرد. آمریکایی‌ها یک اصل معروفی در دیپلماسی عمومی دارند: «با ما آشنا شوید، ما را دوست خواهید داشت. (love to is us know to)» اما تایلندی‌ها و کره‌ای‌ها به عنوان پیش‌تازان دیپلماسی غذایی در آسیا این اصل را کمی تغییر داده‌اند: «ما را بچشید، ما را دوست خواهید داشت. (us love to is us taste to)».

بیتزا نمونه آشنای دیپلماسی غذایی است، همچنان که اسپاگتی دیگر غذای شناخته شده در سطح جهانی است که خاستگاه ایتالیایی دارد. ایالات متحده از سال‌ها قبل به واسطه صدور سبک زندگی مطبوع خود در کنار تبلیغ موسیقی، پوشش، عقاید فلسفی، فرهنگ و آداب و رسومش غذای متناسب با این سبک از زندگی را نیز مشخص و برای همگان تعریف کرده است. به تفکیک خوردنی‌ها و نوشیدنی‌ها. همبرگر مک دونالد و مرغ‌های کی. اف. سی در کنار نوشابه‌های کولاکولا و پپسی مدت‌هاست در سراسر جهان گسترش یافته و ذائقه مردم نقاط مختلف زمین از جمله ایران را تغییر داده است.

نمونه دیگر به‌کارگیری دیپلماسی غذایی برنامه تلویزیونی «بفرمائید شام» (Me With Dine Come) است، برنامه‌ای که تا به حال در بیش از ۳۰ کشور پخش شده است. نسخه فارسی‌زبان این برنامه نیز از اکتبر ۲۰۱۰ و از شبکه من و تو پخش گردید. البته برنامه «بفرمائید شام» نه تنها اغذیه و اشربه غربی را ترویج می‌کند، بلکه اساساً یک کلاس درس آموزش سبک زندگی غربی است. (<https://article.tebyan.net>)

نتیجه

مهم‌ترین دروازه ورود سبک تغذیه غیر اصیل و غربی، رسانه‌های غربی هستند. هدف اصلی مهاجمان غربی از تغییرات مادی و صوری در فرهنگ تغذیه ایران، رخنه زیرزمینی در سنت‌های پویا و غیر ایستای جامعه اسلامی ایران است. فرهنگ و الگوی غذایی ما متأثر از فرهنگ مغرب زمین دچار بحران و دستخوش تغییرات بسیاری شده است و درحقیقت، آمیخته‌ای آشفته از بقایای تغذیه بومی و تغذیه مدرن است که این تغییرات، اثرات نامطلوبی بر سلامت ایرانیان گذاشته است.

ما در برابر تغییرات تغذیه‌ای مقاومت و تدبیر جدی نداشتیم و بدون اینکه تأملی کنیم و به ضررها و فواید و اقتضائات سبک جدید تغذیه فکر کنیم، آن را پذیرفته‌ایم؛ بدون اینکه فکر کنیم که شاید این محصولات بومی اروپاییان و متناسب با اقلیم آنها باشد و با مزاج و اقلیم ما سازگار نباشد، همه را تقلید کرده‌ایم. الگوی تغذیه غربی به‌خودی‌خود به‌قدری آسیب‌زا است که جای نگرانی شدید نسبت به سلامت و فرهنگ جامعه از ناحیه تغذیه غربی وجود دارد و حتی‌المقدور باید از فرآورده‌های غذایی کشورهای غربی اجتناب کرد. ازجمله ترفندهای رسانه‌های کشورهای استعمارگر غربی در تغییر فرهنگ تغذیه در ایران عبارت است از: تحقیر فرهنگ بومی و اسلامی در عرصه سبک تغذیه، تصویرسازی کاذب از میراث فرهنگی اسلام در عرصه سبک تغذیه، فرهنگ‌آرایی سبک تغذیه غربی، حمایت از مروجان سبک تغذیه غربی، هنجارسازی کاذب فرهنگی در عرصه سبک تغذیه، سلطه‌گری فرهنگی در عرصه دیپلماسی غذایی. آشنایی با غذاهای مردم نقاط مختلف جهان اگر به شکل اصولی بوده و منافاتی با ذائقه ایرانی نداشته باشد، امر مذمومی نیست. آنچه که بحث‌برانگیز است، برتری جلوه‌دادن غذاهای خارجی و آب‌وتاب دادن به آنها در مقابل غذاهای وطنی است.

در پایان می‌سزد مسائل قابل‌تأمل در پیوندهای دوسویه تهاجم فرهنگی و سبک تغذیه به علاقمندان کاوش در این زمینه ارائه شود. امید داریم که در روزگاری نه‌چندان دور، سرانجام در بررسی‌های دیگر محققان ابعاد دیگر این مسئله را به شکلی محققانه و از چشم‌اندازهای گوناگون مورد ملاحظه دهند.

ردیف	عنوان
۱	نقش مهندسی فرهنگی در مواجهه با هویت‌جویی‌های کاذب در عرصه سبک تغذیه در ایران معاصر
۲	خودباوری فرهنگی و نقش آن در پاسداشت از میراث تمدنی در عرصه سبک تغذیه
۳	الزامات و بایسته‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در عرصه سبک تغذیه
۴	الزامات و بایسته‌های برنامه‌ریزی و پشتیبانی فرهنگی در عرصه سبک تغذیه
۵	ترفندشناسی رسانه‌ای غرب در مواجهه با فرهنگ تغذیه در اسلام
۶	سنجش بازتاب فرهنگ غربی در سبک تغذیه در ایران عصر انقلاب
۷	نقش سبک تغذیه در انتقال پیام اثربخش فرهنگی
۸	بررسی نقش نمادپردازی فرهنگی در اثربخشی سبک تغذیه ایرانی
۹	خلاقیت‌شناسی فرهنگی مسلمانان در عرصه سبک تغذیه
۱۰	سنجش بازتاب تربیتی سبک تغذیه غربی بر جوانان در ایران عصر انقلاب

منابع و مأخذ

قرآن کریم

۱. آلپورت، گرودون و دیگران، ۱۳۷۲، *روان‌شناسی شایعه*، ترجمه ساعد دبستانی، تهران، سروش.
۲. آربلاستر، آنتونی، ۱۳۶۷، *ظهور و سقوط لیبرالیسم*، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر مرکز.
۳. ابن ابی‌الحدید، محمد، ۱۴۰۴ ق، *شرح نهج البلاغه*، تحقیق محمد ابوالفضل ابراهیم، قم، کتابخانه آیت‌الله العظمی مرعشی نجفی.
۴. امام خمینی، سید روح‌الله، ۱۳۷۲، *صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی (بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها)*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
۵. ابهری، مجید، ۱۳۹۳، *تغییر سبک زندگی؛ خطر سقوط نسل آینده*، تهران، پایگاه عمارنامه.
۶. برقی، احمد بن محمد بن خالد، ۱۳۷۱ ق، *المحاسن*، قم، دارالکتب الاسلامیه.
۷. بیات، عبدالرسول، ۱۳۸۱، *فرهنگ واژه‌ها*، تهران، مؤسسه اندیشه و فرهنگ دینی.
۸. تمیمی‌آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ ق، *عمر الحکم و درر الکلم*، قم، دارالکتب الاسلامیه.
۹. جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹، *فلسفه حقوق بشر*، ویرایش سید ابوالقاسم حسینی، قم، إسرائ.
۱۰. جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۹۶، *مفاتیح الحیاة*، قم، إسرائ.
۱۱. خامنه‌ای، سید علی، پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری:

۱۲. ذوعلم، علی، ۱۳۹۷، *فرهنگ ناب اسلامی*، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۳. رندال، هرمن، ۱۳۵۳، *سیر تکامل عقل نوین*، ترجمه ابوالقاسم پاینده، تهران، انتشارات علمی فرهنگی.
۱۴. زیبایی‌نژاد، محمدرضا، ۱۳۸۲، *درآمدی بر شخصیت زن در اسلام: بررسی مقایسه‌ای دیدگاه اسلام و غرب*، قم، نصایح.
۱۵. سیل، کلاویو، ۱۳۸۷، *رسانه و سلامتی*، ترجمه ناصر بلخ، تهران، طرح آینده.
۱۶. سمیعی، محمد، ۱۳۹۵، *خانواده در بحران؛ در کشاکش الگوهای سنت و نوگرایی*، تهران، اطلاعات.
۱۷. شادروان، حسن، ۱۳۸۲، *فلسفه خودی و رموز بیخودی*، علامه اقبال لاهوری، تهران، راه دانش.
۱۸. فیروزی، عباس، ۱۳۸۹، *مبانی جنگ نرم و ریشه‌یابی آن در تهاجم فرهنگی*، قم، شکوفه یاس.
۱۹. فیض کاشانی، محمدمحسن، ۱۴۰۶، *الوافی*، اصفهان، کتابخانه امام امیرالمؤمنین علی علیه السلام.
۲۰. عرفان، امیرمحسن، ۱۳۹۵، *رسانه و آموزه مهدویت*، تهران، بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود علیه السلام.
۲۱. کاویانی، محمد، ۱۳۹۲، *روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۲۹ ق، *الکافی*، قم، دار الحدیث.
۲۳. گنون، رنه، ۱۳۷۲، *بحران دنیای متجدد*، ترجمه ضیاءالدین دهشیری، تهران، امیرکبیر.
۲۴. لازار، ژودیت، ۱۳۹۲، *افکار عمومی*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۲۵. نگارش، حمید، ۱۳۸۰، *هویت دینی و انتقاطع فرهنگی*، قم، نمایندگی ولی فقیه در سپاه.
26. Anfindsen, Shannon Morgan, 2015 , *The Health Benefits of Consuming Red Win* , May.
27. Patnaik, Varsha, 2022, *Health Benefits Of Crab*, Nutrition, And Popular Recipes, April 7.
28. Arnarson, Atli, 2019, *Pork 101: Nutrition Facts and Health Effects*, March 28.
29. <https://article.tebyan.net>



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی