**بسم الله الرحمن الرحیم**

موضوع:

عوامل مؤثر بر تحول سبك زندگي

خانواده‌هاي ايراني

استاد راهنما: جناب آقاي دكتر مومني

تهيه كننده: مريم كرمي

|  |
| --- |
| **عوامل مؤثر بر تحول سبك زندگي خانواده‌هاي ايراني** |
| درادبیات جامعه‌شناسی از مفهوم سبک زندگی دو برداشت و دو گونه مفهوم‌سازی متفاوت به عمل آمده است. در فرمول‌بندی نخست که سابقه آن به دهه 1920 باز می‌گردد، سبک زندگی، معرف ثروت و موقعیت اجتماعی بوده و غالبا به عنوان شاخصی برای تعیین «طبقه اجتماعی» به کار رفته است. در فرمول‌بندی دوم، سبک زندگی نه راهی برای تعیین طبقه اجتماعی بلکه شکل اجتماعی نوینی دانسته می‌شود که تنها در متن تغییرات فرهنگی مدرنیته و رشد فرهنگ مصرف‌گرایی معنا می‌یابد. در این معنا سبک زندگی راهی است برای تعریف ارزش‌ها و نگرش‌ها و رفتارها (هویت) افراد که اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روز به روز افزایش می‌یابد. اهمیت و رواج فزاینده مفهوم سبک زندگی در علوم اجتماعی، ظاهرا ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی‌های موجود نمی‌توانند تنوع و گوناگونی دنیای اجتماعی را توضیح دهند. (مجله شبکه هنر؛ شماره6، صفحه46).  سبك زندگي خانواده‌هاي ايراني در سال‌هاي اخير متحول شده است. بررسي علت اين تغيير و تحولات را بايد بسيار مهم دانست و يادآور شد، متأسفانه سياست‌گذاري‌ها در جامعه ما بدون مطالعه و بررسي و فاقد يك پيوست فرهنگي است، به اين معنا كه برنامه‌ريزي‌ها و سیاست‌گذاري‌ها در زمینه‌های مختلف در سطح جامعه ، بدون بررسي وضعيت موجود و درك شرايط، فقط با تكيه بر ذهنيات و تصورات شخصي طرح‌دهندگان و برنامه‌ریزان، اجراء می‌شوند. به عنوان نمونه به تغيير وضعيت پوشش بانوان در سطح جامعه اشاره مي‌شود. با وجود اين كه در اين زمينه تاكنون اقدامات فراواني در راستاي اصلاح وضعيت بدپوششي صورت گرفته اما اين اقدامات تأثير چنداني نداشته است و دليل آن اين است كه بدون مطالعه واقعيت‌هاي جامعه و بررسي ريشه‌هاي بدحجابي، برخي از سياست‌ها در سطح جامعه اجراء شده است در حالي كه بدون تحليل درست آسيب‌ها نمي‌توان تصميم خاصي را اتخاذ كرد. و اگر تصميمي گرفته شود نه تنها مؤثر نيست بلكه بر مشكلات هم مي‌‌افزايد.  اگر تحولاتي را كه خانواده ايراني درگذر زمان پشت سر گذاشته، مطالعه و ريشه‌يابي کرد، تحليل خانواده ايراني به سهولت صورت مي‌گيرد. شناسايي درست اين تحولات، تصويري از آينده خانواده ايراني پيش روي ما قرار مي‌دهد كه بر اساس آن مي‌توانيم با تحليلي عالمانه براي آينده برنامه‌ريزي كنيم.  **عوامل مؤثر بر تحول خانواده‌ها:**  **1- تقابل نظام اسلام و نظام سرمايه‌داري و تحول در خانواده‌ها:**  در كشور ما ذهنيتي كه از تقابل اسلام و كفر وجود دارد؛ صرفاً در عرصه‌های دینی و سياسی خلاصه شده و تصور می‌شود نبرد بين نظام اسلامي و نظام سرمايه‌داري فقط در عرصه دینی و سياسی معنا دارد. در حالي كه بررسي تغيير و تحولات نظام خانواده در ايران نشان مي‌دهد در سده‌هاي اخير نظام سرمايه‌داري از همه امكانات خود در هر عرصه‌اي بهره گرفته است و تقابل ما صرفاً سياسي يا اعتقادي نيست، بلكه ساحت درگيري و تقابل اين دو نظام فكري بسيار گسترده‌تر از عرصه‌ سياست است و زندگي روزمره و حريم خانواده‌هاي ما را در بر مي‌گيرد.  امروزه رفتارهاي شخصي مثل لباس پوشيدن، نوع غذا خوردن، راه رفتن و... ما هم تحت تأثير فرهنگ غرب قرار گرفته است و از طرفي متأسفانه حوزه خانواده از سوي كارشناسان جامعه اسلامي چندان جدی دنبال نمی‌شود. در حالي‌كه بررسي دقيق نوع و سبك زندگي خانواده‌هاي ايراني و غربي نشان مي‌دهد؛ سبك زندگي و زيست آن‌ها با يك‌ديگر متفاوت است و در مقابل هم قرار دارد. به نظر می‌رسد امروزه غربي‌ها سعی می‌کنند از جهات مختلف زندگي ملت‌های دیگر و به خصوص شرقی‌ها (و ایرانی‌ها) را مديريت ‌كنند و اين مسئله موجب شده تمايل خانواده‌هاي ايراني براي حفظ ارزش‌هاي اسلامي كم‌رنگ شود.  **2- فضاهاي فراغتي و تحول در خانواده‌ها:**  در مطالعات جديد فرهنگي، زندگي روزمره به‌‌خصوص عرصه فراغت زندگي مورد مطالعه قرار مي‌گيرد. در فضاهاي اداري و قانوني ما مجبوريم به گونه‌اي خاص زندگي و رفتار كنيم اما در فضاهاي فراغتي آن‌‌طوركه تمايل داريم زندگي و رفتار مي‌كنيم، به همين دليل توجه به عملكرد خانواده‌هاي ايراني در فضاهاي فراغتي اهميت مضاعف دارد زيرا در اين فضاها بهتر مي‌توان واقعيت‌هاي زندگي خانواده‌ها را مشاهده كرد و در صورت مطالعه با دو نوع رویکرد و جهت‌گیری مواجه می‌شویم. برای درک عمق این مطلب، نگاهی به برخی آثار سینمایی و رمان‌ها با مضمون اجتماعی سودمند است.  **3- نشريه‌هاي زرد و تحول در خانواده‌ها:**  در جامعه ايران ميزان مصرف محصولات مكتوب فرهنگي نسبت به بسياري از كشورهاي ديگر پايين است. از دهه 70 به بعد انتشار نوعي از اين محصولات فرهنگي مكتوب به نام نشريه‌هاي زرد به‌ ميزان گسترده‌ای در سطح جامعه اوج گرفت. درحال حاضر نيز شمارگان اين نشريه‌ها نسبت به ديگر نشريه‌ها خيلي بيش‌تر است و با قيمت پايين و به سهولت در اختيار خانواده‌ها قرار مي‌گيرد.  - در مورد رواج اين نشريه‌ها در سطح جامعه، توجه به این نكته ضروري است:  **آگهي‌هاي بازرگاني:** آگهي‌هاي بازرگاني در اين مجله‌ها موجب كاهش قيمت آن‌ها شده است. نگاهی به نوع و جهت‌گیری آگهي‌های تبلیغاتی که عمدتا حول و حوش زیبایی جسمی و اندام زنان و مردان دور می‌زند یا به حواشی زندگی خصوصی هنرمندان و ورزشکاران می‌پردازد باعث شده به نحو قابل توجهی ذائقه و سليقه خانواده‌های ايراني تغيير کند. آن‌چه دراين نشريه‌ها مطرح مي‌شود، تبليغ و ترويج لوازم آرايشي، پوششي، جراحي‌هاي زيبايي و... است.  **4- كتاب‌ها و كلاس‌هاي كمك‌آموزشي:**  كتاب‌ها و كلاس‌هاي كمك‌آموزشي به عنوان يكي از انواع محصولات فرهنگي در جامعه ايران مطرح است و ترويج كتاب‌هاي كمك‌آموزشي در سطح جامعه نشان‌دهنده تغيير ذائقه خانواده‌هاي ايراني است و نشان مي‌دهد كه رقابت‌هاي علمي و مدرك‌گرايي براي خانواده‌ها مهم شده است و آن‌ها متقاعد شده‌اند كه بخش قابل توجهی از درآمدشان را صرف حضور فرزندشان در كلاس‌هاي كمك‌آموزشي و خريد كتاب‌هاي كمك‌آموزشي كنند. اين تغيير ذائقه تأمل برانگيز است.  قابل ذكر است؛ در عصر مدرنيته متأخر، جوامع، دانش‌محور و اطلاعات‌محور شده‌اند و خانواده‌هاي ايراني هم تحت‌تأثير اين تحول قرار گرفته‌اند. اما مهم‌تر از آن، اين است كه خانواده‌هاي ايراني، فرزندشان را به‌ عنوان سرمايه‌ اجتماعي به شمار ‌آورده و تحصيل فرزندان براي خانواده دغدغه‌ محسوب مي‌شود اما وقتي مدارج علمي لازم را كسب مي‌كنند به دنبال شغل‌هايي مي‌روند كه تناسبي با رشته تحصيلي آن‌ها ندارد. بنابراين صِرف خود مدرك و كسب مدارج تحصيلي براي خانواده‌ها مهم شده است نه کاربردی بودن آنها.  **5- ميزان بالاي مصرف رسانه‌هاي تصويري:**  ميزان بالاي مصرف رسانه‌هاي تصويري در ايران به عنوان يكي ديگر از محصولاتي است كه خانواده‌ ايراني را تحت‌تأثير قرار داده است، ميزان مصرف رسانه‌هاي تصويري در ايران بسيار بالا است، به نحوي كه آمار نشان مي‌‌دهد جامعه‌ ايراني اوقات فراغت خود را بيش‌تر با دو چيز پر مي‌كنند:  - گشت‌وگذار در خيابان‌ها و مراكز خريد  - نشستن پاي تلويزيون، ماهواره و دي‌وي‌دي‌هاي خانگي.  اين است كه خانواده‌هاي ايراني برخلاف برخي ديگر از جوامع، نسبت به مسائل خانوادگي حساس است و اين حساسيت خانوادگي فرصت و زمينه تجاري خوبي را براي توليدكنندگان آثار هنري به وجود آورده است. به گونه‌اي كه توليدكنندگان آثار سينمايي دريافته‌اند كه فيلم‌هاي خانوادگي و مذهبي در ايران طرف‌داران فراواني دارد، به همين دليل اگر آثاري با اين موضوعات را توليد كنند، مشتريان فراواني خواهند داشت و از دریچه و قاب تصاویر می‌توانند نسبت به تغییر طرز تلقی و نگرش مخاطبان موفق شوند. این فرصتی است که هر دو طرف مبارزه یعنی جبهة فرهنگی انقلاب اسلامی و جبهة معارض انقلاب اسلامی از آن بهره می‌برند.  **القا استانداردهاي مطلوب رسانه‌ها و تحول خانواده‌ها:** اگر چه توجه به خانواده و حساسيت خانوادگي مطلوب است، اما نحوه بازنمايي خانواده توسط رسانه‌ها به گونه‌اي است كه سبك خاصي از خانواده به عنوان معيار در سطح جامعه مطرح مي‌شود. به طور عمده خانواده‌هايي كه اين رسانه‌ها مطرح مي‌كنند، خانواده‌هاي كم‌فرزند، مرفه، بدون مشكل يا حداقل با مشكلاتي هستند كه به راحتي مي‌توان آن‌مشكلات را حل كرد. به عنوان مثال؛ درباره خانواده‌هاي بدون فرزند یا کم فرزند در فيلم‌ها و سريال‌ها تبليغ بسياري مي‌شود و به نظر مي‌رسد؛ كه جامعه هنري ما استانداردهاي خود را به عنوان استانداردهاي مطلوب به خانواده‌ها القا مي‌كند.  **گسترش ماهواره و شبكه توزيع فيلم‌هاي خانگي و تحول در خانواده‌ها:**  گسترش شبكه‌هاي ماهواره و شبكه توزيع فيلم‌هاي خانگي در سال‌هاي اخير، يكي ديگر از عوامل تحول در خانواده‌هاي ايراني است. اين رسانه‌ها در سال‌هاي اخير خانواده ايراني را به سوی مصرف بیشتر سوق داده است و نوعي مرجعيت براي خانواده‌ها ايجاد كرده و موجب شده است كه توليدكنندگان اين آثار پيام‌هاي خودشان را بدون دغدغه و سانسور وارد خانواده‌هاي ايراني كنند. مسئله‌اي كه نگران‌كننده است؛ اين است كه اين سريال‌ها و فيلم‌ها در جمع خانوادگي مورد بحث و تجزيه و تحليل قرار مي‌گيرد. قبلاً خانواده براي فضاي خود حرمت قائل بود، حيا را در روابط خود مراعات مي‌كرد، محيط خانوادگي پر بود از مرزها و حريم‌ها، مرز ارتباط زن و شوهر و پدر و مادر با فرزندان رعايت مي‌شد، هر حرفي در فضاي خانواده گفته نمي‌شد، ولي در خانواده‌اي كه اعضاي آن تماشاگر اين سريال‌ها هستند؛ امكان صحبت و بحث درباره آن فيلم‌ها فراهم مي‌شود. به طور مثال؛ در برخي از فيلم‌ها تجربيات جنسي، روابط نامشروع و... مطرح شده و امكان بحث درباره اين موضوعات براي خانواده‌ها را فراهم مي‌كند، به خصوص دختران كه قبلاً در فضاي بسته امكان ديدن و بحث كردن درباره اين موضوعات را نداشتند حال به راحتي در معرض اين موضوعات قرار مي‌گيرند.  **اينترنت و تحول در خانواده‌ها:**  وارد شدن اينترنت به درون خانواده ايراني، يكي ديگر از عوامل تحول در خانواده‌ها است. متأسفانه خانواده‌ها گارد خود را نسبت به اين ابزار باز كرده‌اند و بچه‌ها در سنين نوجواني كه هنوز به پختگي فكري لازم نرسيده‌اند، وارد فضاهاي مجازي مي‌شوند. به همين دليل استفاده‌هاي غيرعلمي از اينترنت، عمده وقت كاربران ايراني را به خود اختصاص مي‌دهد و بسياري از كاربران از اينترنت براي سرگرمي از چت‌روم، كانون‌هاي دوست‌يابي و... ، استفاده مي‌كنند و خانواده‌ها هم نسبت به آسيب‌هاي اين امر دچار غفلت هستند.   **تحول در برگزاري مناسك مذهبي خانواده‌ها:**  مناسك مذهبي به عنوان يكي ديگر از موضوعات فرهنگي كه در گذر زمان در خانواده ايراني دچار تحول شده است در خانواده‌هاي ايراني يك سري مناسك مذهبي به شكل سنتي برگزار مي‌شد و افراد در قالب جمع خانوادگي در آن شركت مي‌كردند. به نظر مي‌رسد؛ در گذر زمان برپايي مناسك مذهبي در بين خانواده‌ها افزايش يافته است. حتي برگزاري اين مجالس از انحصار خانواده‌هاي سنتي و مذهبي خارج شده و خانواده‌هاي غيرمذهبي هم اين مناسك را برگزار مي‌كنند. تحليل مسئله اين است كه به نظر مي‌رسد؛ خانواده‌ها در سبك زندگي خود مادي‌گرا شده‌اند و مي‌خواهند فشار عصبي و رواني دور شدن از ارزش‌هاي ديني را در قالب برگزاري اين‌گونه مناسك مذهبي جبران كنند و ارتباط خود با دين را با اين وجه از دين، يعني؛ مناسك مذهبي برقرار كنند.  **آيين و آداب غذا خوردن و تحول در خانواده ايراني:**  در فرهنگ خانواده ايراني، رسمي به نام آيين سفره وجود داشت. در گذشته خوردن غذا در خانواده داراي آيين و آداب خاصي بود. سفره عاملي بود كه در يك زمان همه اعضاي يك خانواده را دور خود جمع مي‌كرد و محل تبادل عواطف و احساسات و حفظ حرمت‌ها بود. در خانواده ايراني اول پدر و مادر شروع به غذا خوردن مي‌كردند بعد فرزندان، حرمت‌ها در سفره شناخته مي‌شد، مثلاً؛ اگر پدر خانواده هنوز سر سفره نيامده بود بقيه منتظر مي‌شدند تا پدر بيايد و بعد آن‌ها غذا خوردن را شروع كنند، اما در نسل جديد و خانواده كنوني آيين سفره تغيير كرده است، حتي ذائقه‌ خانواده به فست‌فود (غذاهاي آماده و نيمه آماده) تغيير كرده است. رشد مصرف غذاهاي آماده و فست‌فودها، تغيير ذائقه‌ي غذايي خانواده ايراني را نشان مي‌دهد. يعني؛ ما به سبك غربي‌ها در غذا خوردن نزديك مي‌شويم و به فردگرايي گرايش پيدا مي‌كنيم. مثلاً؛ براي غذا خوردن در جمع خانواده نباشيم و با دوستان و همكاران در رستوان و... غذا را صرف كنيم.  **تغيير در استانداردهاي زيبايي در زنان ايراني:**  فيلم‌هاي هاليوود و شبكه‌هاي ماهواره‌اي استانداردهاي زيبايي را در زنان تغيير داده‌اند و اين مسئله موجب شده است؛ جراحي‌هاي زيبايي و مصرف مواد آرايشي افزايش پيدا كند. رژيم غذايي زنان تغيير پيدا كند. رژيم بگيرند تا مثل خانم‌هاي غربي لاغر و باريك‌اندام باشند. الگوي پوشش زنان نيز تغيير يافته است. يعني؛ داشتن پوشش زنان غربي در بين زنان، يعني داشتن پرستيژ اجتماعي.  **افزايش خانه‌هاي مجردي:**  تغيير سبك و روش ازدواج يكي ديگر از تغييرات مهم خانواده ايراي در سال‌هاي اخير است. علاوه بر افزايش سن ازدواج يك گروه از زنان و مردان هم به زندگي مجردي روي آورده‌اند. بنابراين فردگرايي و آزادطلبي موجب شده خانه‌هاي مجردي افزايش يابد. اين مسئله براي جوانان به خصوص براي خانم‌ها آسيب‌زا است. زيرا نظارت اجتماعي در اين مكان‌ها وجود نداشته و از طرفي به علت وجود خلاء عاطفي امكان بروز رفتارهاي ناسالم و فسادآلود در اين مكان‌ها افزايش مي‌يابد.  **نـتـيـجـه:** - انسان امروزي و مدرن، چنان به استفاده از وسايل جديد مانند: اتومبيل شخصي، دوربين عكاسي و فيلم‌برداري، گوشي‌هاي تلفن همراه، رايانه و اينترنت، آرايش در خيابان و مكان‌هاي عمومي، موسيقي پاپ، ساندويچ و فست‌فود، تكنولوژي‌‌هاي خانگي، تكنولوژي‌هاي بازي و سرگرمي كودكان و بزرگ‌سالان و ديگر محصولات و كالاها و روش‌هاي مدرن خو كرده و در آن غرق شده است كه یک نكته را از ياد برده و آن اين است كه هر يك از روش‌ها و تكنولوژي‌هاي فوق، تغييرات بنيادينی را در سبك زندگي، خانواده، احساس، تفكر، شيوه زيست و فرهنگي انسان امروزي به وجود آورده و مي‌آورد.  - فرهنگ مدرن یا عبور از بینش و اندیشه، بر روی سطحی‌ترین بخش از رفتار انسان متمرکز شده است یعنی رفتار جزئی و روزمره فرد تغییر می‌کند بدون آنکه قبلا روی تغییر بینش و اندیشه فرد کار جدی صورت گرفته باشد.  - سبک زندگی غربی برای انسان غربی حکم «تخدیر» دارد تا بتواند در «غفلت» از واقعیت‌ها به زندگی خود ادامه داده و به ظاهر، لذت ببرد. رواج این نوع سبک زندگی در زندگی ایرانی‌ها فاجعه‌آفرین است چراکه با مبانی دینی و فطری آنها مغایر است اما به دلیل لذت‌بخشی ظاهری، بسیار مورد توجه قرار گرفته است.  - مسئلة ما با سبک زندگی غربی بیش از همه به تفکر پشت آن یعنی تکیة آن به اندیشه و تفکر سکولار برمی‌گردد. اندیشه‌ای که قادر به فهم حقایق هستی نیست و انسان را در بعد حیوانی گسترش می‌دهد. در این صورت طبیعی است که اندیشة سکولار انسان را از سعادت حقیقی محروم کرده و بسیاری از رفتارهای سبک زندگی غربی درحیات انسان ظهور و بروز پیدا کرده و ارزش‌های قبلی به ضد ارزش تبدیل می‌شود.  **راه حل:**  راه حل اصلاح شیوه و سبک زندگی امروز ایرانیان، روی آوردن به سبک زندگی اسلامی است که سبک زندگی اسلامی تفاوت‌های بارزی با سبک زندگی غربی دارد. اخلاق و بخشی از شریعت اسلامی، سبک زندگی اسلامی را تشکیل می‌دهند. بر این اساس، ترویج اخلاق اسلامی و شریعت اسلامی مساوی با ترویج سبک زندگی اسلامی است. در اخلاق و شریعت اسلامی حتی بایدها و نبایدهای جزئی دربارة شکل و صورت زندگی مثل نحوه پوشش، نحوه غذا خوردن و سایر حرکات و سکنات انسان وجود دارد که تماما از منابع اصیل دینی استخراج شده است. به عنوان مثال برای دریافت یک الگوی سبک زندگی اسلامی می‌توان به کتاب سنن‌النبی(ص) مرحوم استاد علامه طباطبایی(ره) مراجعه کرد که تمام جزئیات رفتار پیامبر اکرم(ص) را به تعبیر قرآن مجید به عنوان «اسوة حسنه» معرفی کرده و تماما سبک زندگی اسلامی است. اخیرا نیز کتاب خوبی تحت عنوان «مفاتیح‌الحیات» از سوی استاد علامه جوادی آملی (حفظه‌الله) ارائه شده که شامل سبک زندگی اسلامی است. |