



خرده‌روایتی از فراموشی فرهنگ غذایی ایرانی در جامعه

## سلطه پیتزا بر دیزی!

یوسف هاشمی

خبرنگار

سرمایه‌گذاران رستوران‌ها سراغ کپی‌کاری از کشورهای خارجی می‌روند و توجه ندارند که این رفتار فقط به شکست اقتصادی خودشان و ضربه‌زدن به فرهنگ کشور منجر می‌شود. حتی اگر این افراد به سود و ضرر خودشان بهتر فکر می‌کردند و موارد مشابهی مانند رونق گرفتن رستوران‌های محلی یا اقامتگاه‌های بوم‌گردی را مورد رصد قرار می‌دادند متوجه می‌شدند که با سرمایه‌گذاری روی فرهنگ همین مملکت می‌توانند موفقیت مالی بیشتری کسب کنند. تا یادم نرفته بگویم مشکل فقط از رستوران‌های تازه تاسیس نیست. در کنار سرمایه‌گذاران حوزه صنعت غذا باید سوزنی به سیاستگذاران فرهنگی و اقتصادی کشور در دوره‌های مختلف بزنیم. سیاستگذاران این عرصه‌ها در طول دهه‌های مختلف تلاشی برای تقویت فرهنگ غذایی نکرده‌اند و متأسفانه برخلاف سفره‌های رنگارنگی که در اقوام مختلف کشور وجود دارد صنعت گردشگری کشورمان در حوزه غذایی به شدت نابالغ مانده است. اگر سیاستگذاران سعی می‌کردند در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند شرایط اقتصادی کشور می‌توانست به شکل متفاوتی باشد؛ چرا که گردشگران خارجی همواره از غذاها و فرهنگ ما مردم ایران استقبال کرده‌اند، اما در داخل کشور نه تنها بستری برای عرضه این محصولات ایجاد نشده است، بلکه شرایط و قوانین به گونه‌ای است که سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند روی غذاهای خارجی و فست‌فودهای خارجی سرمایه‌گذاری کنند.

گاهی اوقات این رفتارها قابل چشم‌پوشی نیست. به طور خاص چندی پیش با آگهی یکی از همین اینفلوئنسرهای روبه‌رو شدم. تبلیغی که بلاگر مورد نظر سراغ رستورانی عجیب رفته بود. رستورانی که زندان خارجی را شبیه‌سازی کرده و همه کادر رستوران لباس‌هایی مانند پلیس، زندانی و... به تن داشتند.

این رستوران که در یکی از مناطق شمالی تهران واقع شده سعی کرده با ایجاد چنین فضایی مشتری را جذب کند اما به نظرم دلیل عدم موفقیتش و کمکی که از بلاگرها گرفته این است که مدیران و سرمایه‌گذاران این رستوران به هیچ‌وجه به نسبت فرهنگ مردم ایران و آن فضا دقت نکرده‌اند. به همین خاطر صرفاً در فکر کپی کردن فضای زندان بوده‌اند و این اتفاق نتیجه‌ای جز شکست در بر نداشته. شکستی که موجب شده سراغ تبلیغات گسترده در فضای مجازی بروند و همین چالش بزرگ‌تری را ایجاد کرده است. چالشی که شاید در کوتاه‌مدت دیده نشود، اما به شکل کلان و در بلندمدت باعث می‌شود ذائقه و فرهنگ مردم تغییر کند. آن هم مردم سرزمینی که در حوزه غذایی فرهنگی به‌شدت غنی دارند. هر استان این کشور پر از غذاهای مختلف و خوشمزه است که حتی توریست‌های خارجی هم عاشق آنها هستند.

هر کدام از این غذاهای محلی در قالبی خاص عرضه می‌شود با توجه به فرهنگ‌های مختلفی که در میان اقوام کشور وجود دارد، اما با همه این احوال به جای تقویت این مدل فرهنگ بومی

فعال‌های اینستاگرامی و سایر شبکه‌های اجتماعی در حال تغییر دادن ذائقه ما هستند. ذائقه‌ای که ریشه در فرهنگ و سنت ایرانی دارد. سنت ایرانی که چند صدسال وجود داشته و حالا به خاطر پول و تهاجم فرهنگی در حال تغییر است. رستوران‌هایی که سرمایه‌گذاری کلانی برای فروششان کرده‌اند و وقتی متوجه شدند به نتیجه نمی‌رسند از بلاگرها درخواست می‌کنند تا تبلیغشان کنند. بلاگرها هم پول نسبتاً زیادی دریافت می‌کنند و با تبلیغ یک رستوران یا مواردی مشابه سعی می‌کنند مردم را به سمتش روانه کنند. مساله اینجا است که در اکثر موارد دلیل شکست این گونه رستوران‌ها مشکلات تبلیغاتی نیست که با کمک چند فعال اینستاگرامی حل شود. بلکه ماجرا ریشه در مباحث دیگری دارد. برای مثال ممکن است غذاهای آن رستوران با طبع مردم ایران فرق داشته باشد یا مدل عرضه غذا و برخورد تیم مدیریت خوب نباشد یا حتی فضای رستوران با شرایط فرهنگی ما مطابقت نداشته باشد. همه این‌ها به اضافه کلی چالش دیگر می‌تواند باعث شکست رستوران‌ها و مکان‌های خدماتی شوند، اما سرمایه‌گذاران به جای رفع این ایرادات سراغ اینفلوئنسرهای می‌روند. البته این هم راهکاری است و شاید از نظر خیلی‌ها بد نباشد اما