



خلق خرده فرهنگی به نام «اربعین»

قدم قدم تا قلب فرهنگ ایرانی



درباره ابعاد مختلف سبک زندگی و اینکه هر کدام چطور می توانند در زندگی ما دیده شوند و ما را نشان دهند، با هم حرف زدیم اما وقت هایی هم هست که این ابعاد یکدیگر را نیز تقویت یا تضعیف کنند و از هم اثر بگیرند. مثلاً اگر دین شما اسلام باشد و شما آدم دینداری باشید، «ازدواج» (که انتخاب آن یکی از ابعاد سبک زندگی است) برای شما یک امر مهم خواهد بود. یا اگر هویت ملی برای شما اهمیت داشته باشد، تلاش می کنید که ادبیات و گفتار آن به زبان فارسی نزدیک باشد، یا از محصولات تولیدات داخلی بیشتر استفاده کنید. بنابراین بُعدی از سبک زندگی ابعاد دیگر سبک زندگی شما را تعریف کرده یا تغییر می دهد. در این اتفاق، یعنی ترکیب ابعاد با هم، ممکن است پدیده های جدیدی مانند «خرده فرهنگ» به وجود بیاید که به طور همزمان و منسجم یک تصویر هویتی از شما ارائه دهد. یعنی با قرار گرفتن در آن خرده فرهنگ، ابعاد مختلفی از سبک زندگی شما تعریف شده و در نسبت با یکدیگر قرار می گیرند و شما را نشان می دهند.

زندگی در خرده فرهنگی به نام «اربعین»

پیش از اینکه درباره اربعین بخواهم حرف بزنم، می خواهم خیلی کوتاه درباره خرده فرهنگ بگویم. این مفهوم متعلق به علم «انسان شناسی» است و ارزش ها و هنجارهای متفاوت با ارزش ها و هنجارهای گروه اکثریت در یک جامعه است که یک گروه از یک جامعه آن را دارند. شاید بعد از این تعریف از «خرده فرهنگ» برایتان این سؤال پیش بیاید که چرا و چطور می توان اربعین را یک خرده فرهنگ نامید؟! آن هم وقتی تمام مردم جهان با ارزش ها و هنجارهای مختلف از کشورهای مختلف در آن حضور دارند. پاسخ به این سؤال با کمک «سبک زندگی» ممکن می شود. هر کدام از ما با ویژگی های مختلف فرهنگی، جنسیتی، تحصیلی و غیره، در یک باز زمانی از یک سال، انتخاب می کنیم که به سفر اربعین برویم؛ سفری که مختصات ویژه و خاص خود را دارد و عملاً بخشی از عمر و زندگی ما در آن سفر خواهد بود.

چطور اربعین یک خرده فرهنگ شد؟

اینکه چرا سبک زندگی را عامل خرده فرهنگ شدن اربعین می دانم، دقیقاً به همین علت برمی گردد که به واسطه یکی از ابعاد سبک زندگی در پدیده پیاده روی و سفر اربعین، دیگر ابعاد سبک زندگی تغییر کرده و در مسیر همان بعد اصلی قرار می گیرند که اتفاقاً در تجانس با فرهنگ است؛ دین و دینداری. دینداری، علاقه و دلبستگی به اهل بیت (ع) و در مرکز آنها حضرت ابا عبدالله الحسین (ع)، انتخاب افراد مسلمان را در ابعاد مختلف سبک زندگی تغییر داد. در یک باز زمانی خاص تمام برنامه های زندگی مانند کار، تحصیل، خانواده، همسر، فرزندان و غیره معطوف به سفر اربعین می شود. خوراک، پوشش، مصرف، استفاده از رسانه ها، بهداشت و نظافت شخصی، هویت ملی و دینی، خواب و بیداری، فراغت و تفریح همگی در این سفر تعریف و مختصات متفاوتی به خود می گیرند که در عین حال برای تمام افرادی که انتخاب کرده اند راهی این سفر بشوند، پذیرفته شده است. در این خرده فرهنگ که افراد را با فرهنگ، زبان، نژاد و جنسیت مختلف از تمام جهان دور خود جمع می کند، فقط یک محور وجود دارد و آن محبت به اهل بیت (ع)، راه حق و ابا عبدالله الحسین علیه السلام است. محبت، خلوص و امنیت، سه عنصر اصلی این خرده فرهنگ هستند. این سه عنصر باعث می شوند که آدم ها به دور از تمام لحظات زندگی، رفتار، اخلاق و عادات مختلفی که در زندگی روزمره دارند، راهی این سفر شوند.

سبک زندگی، رسانه و خرده فرهنگ جهانی «اربعین»

در تبدیل سفر اربعین به یک خرده فرهنگ که فارغ از سفر بودن، برای بسیاری مانند تکلیف است و برای بسیاری دیگر، یک سفر زیارتی، رسانه اثرگذاری مهمی داشته است. رسانه های ارتباط جمعی توده مانند رادیو و تلویزیون با برنامه های خود در طول سال و همچنین در ماه محرم و همچنین رسانه ها و شبکه های اجتماعی با تبلیغات مختلف فردی در حوزه انتقال تجارب برای این سفر، همگی به خلق این خرده فرهنگ کمک کردند. نمایش تصویر زائرانی که از کشورهای مختلف راهی این سفر شدند، مستندهای مختلفی که مشخصاً درباره این سفر ساخته شده اند، مصرف خوراک و پوششی که در آنلین شاپ ها برای سفر اربعین تبلیغ می شوند،

همگی به واسطه این خرده فرهنگ شکل گرفته و آن را نیز تقویت می کنند. هشتگ های مختلفی چون «حب الحسین یجمعنا»، «شب جمعه است هوایت نکنم می میرم» و محتواهای تولید شده شخصی و عمومی کاربران درباره سفر اربعین از دیگر نمودهای رسانه ای هستند که روی انتخاب افراد برای تصمیم گرفتن و رفتن به این سفر، تأثیر داشته اند.

وقتی ایستگاه های صلواتی موبک شدند، زندگی هم اربعین شد

مفهوم «موبک» وقتی عمومیت پیدا کرد و جایگزین «ایستگاه صلواتی» شد، اگر چه از طرفی یک رویکرد مثبت برای این سفر خلق کرد، به این معنا که امکانات و فضایی امن و راحت و رایگان در طول مسیر برای زائران فراهم است، آنقدر که اسمال یکی از کاربران نوشتار نوشته بود: من این سال ها با یک بچه، بادو بچه، با دو بچه و یک در راهی، راهی سفر اربعین شده ام و اسمال هم با سه بچه می خواهم به سفر اربعین بروم اما یک رویکرد منفی نیز ایجاد کرد که در سال های اخیر، بسیاری از زائران فراموش کردند که این موبک همان «ایستگاه صلواتی» است. بدون توقع، بدون اتلاف وقت و بدون ایجاد زحمت بیشتر برای موبک داران، در مسیر سفرشان از موبک ها استفاده کنند. هر چند همین موبک داری از طرف دیگر یک میل و شاید حسرت بزرگ مثبت در زائران هر ساله هم ایجاد کرد که ای کاش ما هم موبک داشتیم و در راه ابا عبدالله (ع) به زائران کمک می کردیم. تمام این ارزش ها، نگرش ها و نتایج مثبت و منفی حاصل از مفهوم «موبک» به دلیل باز زمانی قابل توجه (موبک ها اغلب دوماه تمام در حال خدمت رسانی به زائران هستند)، باعث می شود به این نتیجه رسید که اربعین دیگر فقط یک سفر و موبک و فقط یک ایستگاه نیست، بلکه خرده فرهنگی است که زندگی در آن جریان دارد؛ چیزی که یکی از مداخله ها درباره آن چنین مدح کرده است: «مسیر خوب زندگی، مسیر اربعینه».

اربعین و خلق تصویر واقعی از دین

یکی از اتفاقاتی که خرده فرهنگ شدن اربعین بر شکل گیری و گسترش آن اثر داشت، رسیدن به یک باور هویتی جمعی درباره گردهمایی های دینی مانند «میهمانی ۱۰ کیلومتری غدیر» بود. شکل گیری این تصور ذهنی که برای اعیاد و رویدادهای مختلف دینی می توان یک برنامه دسته جمعی گسترده و با کمک خود مردم ایجاد کرد، چیزی بود که پیش از این خیلی ممکن دیده نمی شد اما گسترده شدن سفر اربعین و تبدیل شدن آن به یک خرده فرهنگ، در بعد سبک زندگی ابعاد مفاهیم فراغتی جدید را اضافه کرد. شادمانی های جمعی، عزاداری های جمعی، مراسم مختلف جمعی برای نكوداشت یا پاسداشت یک واقعه، همه بر مبنای باور جمعی اربعین شکل گرفت که اتفاقاً به مذاق نسل جدید خوش آمد. کودکان و نوجوانان در کنار خانواده و دوستان در این جشن ها شرکت کرده و فارغ از تجربه یک امر فراغتی جمعی، در لایه های زیرین شناختی تصورات واقعی مطلوبی از دین، زندگی و حضور جمعی در ذهن آنها شکل گرفت. همچنین در ایجاد اعتماد به نفس آنان درباره هویت ملی و دینی شان مؤثر شد؛ به طوری که در بسیاری از مراسم مذهبی جشن آنها را در حال خدمت رسانی، شعر خوانی و دیگر فعالیت ها می بینیم.

زندگی

هر آنچه که در رابطه با سبک زندگی می خواهید بدانید

گردشگری در فصل مدرسه

بگرد و ببخرد

عطیه عیار
نویسنده



با شروع مدارس فصل سفر هم تمام می شود. اما گردشگری و گردشگری در وقت تمام نمی شود. گردشگری فقط این نیست که مقصدی را انتخاب کنید، بار و بنه سفر را ببندید، بنشینید توی ماشین یا قطار یا هواپیما و به خانه ای اجاره شده یا هتل بروید و بعد چند روز برگردید. این فقط یکی از انواع و اشکال گردشگری است. در واقع هر بار که شما از خانه بیرون می روید می توانید آن را تبدیل به گردش کنید. تنها ملزومات این گردش هم کمی وقت آزاد، مقداری حوصله، دو چشم بینا، دو گوش شنوا و یک بینی آماده است. این گردشگری بهترین راه وقت گذرانی با فرزندان در همه فصول سال است.

کجا برویم؟

هر جایی در محله و شهرتان می تواند در این طرح گردشگری تفریحی و آموزشی به کار بیاید. توشه راه سبکی متناسب با سن و سال فرزندان بردارید، مثلاً یک بطری آب و یک خوراکی کوچک. حواستان به وضعیت آب و هوا هم باشد تا بتوانید تجهیزات احتمالی مناسب را همراه داشته باشید. حالا دست بچه یا بچه ها را بگیرید و دل به دریا کوچ و خیابان بزنید!

می توانید از قبل برنامه ریزی کنید که کجا بروید یا بداهه مقصدی را انتخاب کنید. بوستان های مختلف، پارک بازی، یک زمین خاکی، خانه های قدیمی، مغازه های محل، پاساژ ها یا هر جای دیگری بالقوه قابلیت این را دارد که یک سفر هیجان انگیز و اکتشافی را با بچه ها تجربه کنید. مثلاً می خواهید به پارک محل بروید. بسته به شرایط پارک می شود خاک بازی، آب بازی یا گل بازی کرد. برای این کارها احتیاج به تجهیزات خاصی هم نیست. فاشق های یکبار مصرف، بیلچه های پلاستیکی یا فلزی، لگن و سبدهای پلاستیکی کوچک، کاسه های فلزی یا پلاستیکی یا ملامین می تواند ساعت ها مشغولتان کند. در بیشتر موارد ذهن باز و خلاق بچه ها، خود وظیفه راهنما را به عهده می گیرد و شما کافی است همراه و مراقب آنها باشید.

می توانید لانه مورچه پیدا کنید یا درباره سن درخت ها حدس بزنید؛ حتی در صورت برنامه ریزی، می توانید از روی یک نقشه ساختگی دنبال گنج هم بگردید. آتش درست کردن، ساختن ذره بین برای دیدن حشره های ریز، جمع کردن برگ های رنگی و کار دستی درست کردن با آنها هم از دیگر هدف های است که می توان به این بهانه از خانه بیرون رفت. اگر در محله تان خانه ها یا ساختمان های قدیمی هست، می توانید نقبی به تاریخ بزنید و درباره زمان ساخت آن خانه با هم صحبت کنید. به مصالح مورد استفاده آن بنا توجه کنید. آجر، سنگ، چوب، شکل سقف، نحوه عایق بندی، شکل پنجره ها هر کدام دلیلی برای تعریف و گفت و گو و حتی خیال پردازی است. به علاوه، خانه های قدیمی نشانه های هویتی و فرهنگی ما هستند و پلی برای اتصال بچه ها با این گذشته.

می توانید یک روز را به گردشگری مشاغل اختصاص دهید. مغازه ای را انتخاب کنید و به سبک کار، نوع خدمات یا کالایی که می فروشد توجه کنید. اگر شغلی قدیمی باشد و از همین رهگذر به گذشته هم بروید که چه بهتر! مثلاً در محله تان یک مغازه نجاری است. در صورت رضایت آقا یا خانم نجار، بچه ها شاید بتوانند با چوب کمی کار کنند و چیزی هم بسازند.

فراموش نکنید که هدف اول ما از این گردشگری چه در صورت سفر به شهری دیگر و چه محله گردی، لذت بردن و تمدد فکر و اعصاب است. قرار است خوش بگذرانیم. حرص الکی نخوریم. ما صبوری، همراهی و همدلی با بچه ها را تمرین می کنیم. البته که وقتی بچه ها خاک بازی یا آب بازی می کنند، باید فقط لبخند زد و آن دندان ساییدن های مادرانه یا پدرانه را پنهان کرد!

بچه ها هم همزمان با تفریح، ناخواسته کلی نکته و اطلاعات جدید یاد می گیرند. به طبیعت دوست می شوند و علوم تجربی را واقعاً تجربه می کنند. به ارزش تجربیات گذشتگان خود پی می برند و از تأثیر تاریخ و جغرافیا بر شئون زندگی خبردار می شوند. این مصداق واقعی «گردش در زمین و دیدن عاقبت گذشتگان» و «طلب کردن علم حتی در چین» است. و حاصل این گشت و گذارها چه چیزی است جز دست یابی کودکان به مهارت خردورزی؟



بچه ها هم همزمان با تفریح، ناخواسته کلی نکته و اطلاعات جدید یاد می گیرند. به طبیعت دوست می شوند و علوم تجربی را واقعاً تجربه می کنند. به ارزش تجربیات گذشتگان خود پی می برند و از تأثیر تاریخ و جغرافیا بر شئون زندگی خبردار می شوند.

بچه ها هم همزمان با تفریح، ناخواسته کلی نکته و اطلاعات جدید یاد می گیرند. به طبیعت دوست می شوند و علوم تجربی را واقعاً تجربه می کنند. به ارزش تجربیات گذشتگان خود پی می برند و از تأثیر تاریخ و جغرافیا بر شئون زندگی خبردار می شوند.

بچه ها هم همزمان با تفریح، ناخواسته کلی نکته و اطلاعات جدید یاد می گیرند. به طبیعت دوست می شوند و علوم تجربی را واقعاً تجربه می کنند. به ارزش تجربیات گذشتگان خود پی می برند و از تأثیر تاریخ و جغرافیا بر شئون زندگی خبردار می شوند.



رسانه های ارتباط جمعی توده مانند رادیو و تلویزیون با برنامه های خود در طول سال و همچنین در ماه محرم و همچنین رسانه ها و شبکه های اجتماعی با تبلیغات مختلف فردی در حوزه انتقال تجارب برای سفر اربعین، همگی در خلق این خرده فرهنگ کمک کردند.