

موسسه آموزش عالی رسام
غیر دولتی - غیر انتفاعی

معرفت

سال دوم شماره سه فروردین ۹۸

● تاریخچه ی نوروز

● سواد رسانه ای

● آداب صرف غذا



باسم اللّٰه العزیز الرحیم



فهرست مطالب

۳ سخن سردبیر
۴ تاریخچه ی نوروز
۶ سواد رسانه ای
۹ آداب صرف غذا



موسسه آموزش عالی رسام
غیردولتی - غیرانتفاعی



نشریه فرهنگی معرفت با حمایت های
معاونت دانشجویی _ فرهنگی دانشگاه رسام
منتشر میشود.

طراح و صفحه آرا: غزاله فرهنگ

ارتباط با ما:

rasamuniversity.info@gmail.com

www.rasam.ac.ir

سردبیر سخن

به لطف پروردگار و تلاش همکاران عزیز
موجبات تهیه ی شماره ی سوم نشریه فرهنگی
نیز فراهم شد. در این شماره سعی ما در بخش
ارائه محتوا بیشتر بر این بود که اطلاعاتی
کاربردی و مفید را در اختیار شما عزیزان قرار
دهیم. که ترجیحا کمتر به آن پرداخته
شده و یا حتی یادآوری آن ها نیز
مفید و مهم باشد.

تاریخچه نوروز

به مناسبت عید نوروز ۱۳۹۸

ازدواج مقدس) و (اکیتو) شد که بعدها این دو جشن در آغاز سال نو به شکل یک جشن واحد در بین النهرین برگزار می شده است.

اما چنانچه در این بخش از فرهنگ و هنر نمناک اشاره کرده ایم در نجد ایران کماکان تا دوره اسلامی به شکل ۲ جشن مستقل خود را حفظ کردند بنابراین می توان نتیجه گرفت جشن "مهرگان"، "نوروز" و "سده" جزوه جشن های مذهبی نیستند و بیشتر در زمره اعیاد ملی ایرانی قرار گرفتند.



تاریخچه عید نوروز با بررسی داستان های قبل و بعد اسلام

در آثار الباقیه از ابوریحان بیرونی آورده شده است که برگزاری جشن و سرور در فرهنگ سرزمین ایران جایگاه والایی داشته است جالب است بدانید هر روز نام خاصی در گاه شماری باستانی ایرانیان دارا بود و در همه ماه ها روزی که هم نام همان ماه می شد آن روز را به جشن و شادمانی می پرداختند بنا براین جشن های متنوعی همچون آبانگان تیرگان، مردادگان، مهرگان و ... در طول سال ها برگزار می شد.

البته به غیر از این جشن ها مراسم های دیگری همچون یلدا، گاهنبارها، سده و ... برگزار می شده که یکی از مهمترین آن ها می توان به جشن نوروز اشاره کرد که اکنون پیشینه و تاریخچه ای سه هزار ساله به خود اختصاص داده و یکی از کهن سال ترین عیدهای ملی در جهان محسوب می شود.

تاریخچه عید نوروز به زبان ساده

جشن عید نوروز که از کهن ترین و مهم ترین جشن های ایرانی محسوب می شود به گفته پژوهشگران بنیاد ایرانی و هندی ندارد بلکه به احتمال زیاد به اقوام بومی ایران قبل از مهاجرت و آریایی ها نسبت داده شده است.

راه یابی دو جشن نوروز و مهرگان به بین النهرین نیز توسط سومریان انجام شده است و موجب پدید آمدن دو جشن

نوروز قبل از اسلام :

تقریباً هر چهار یا پنج سال یک بار به جای اینکه تعداد روزهای سال ۳۶۵ روز باشد ۳۶۶ روز در نظر گرفته شود. شروع این گاه شماری از سال ۳۹۲ می باشد.

در اسلام نگاهی خجسته به نوروز شده و تاکید بسیاری به گرمی داشتن آن شده است به طوری که از دیدگاه آن روز ظهور امام زمان روز نوروز است. امام صادق (ع) در حدیثی فرموده است:

«روز نوروز همان روزی است که خداوند در آن از بندگانش پیمان گرفت که او را پرستش کنند و هیچ چیزی را شریک او ندانند و این که به پیامبران و اولیایش ایمان بیاورند و آن نخستین روزی است که خورشید در آن طلوع کرده، و باد های باردار کننده در آن وزیده است و گل ها و شکوفه های زمین آفریده شده است.»

نخستین پادشاهی که موجب رسمیت پیدا کردن نوروز شد کوروش کبیر بود. وی قبل از میلاد و در سال ۵۳۸ دستور پاکسازی محیط زیست، ترفیع نظامیان، عفو مجرمان را به این روزها موکول کرد.

البته ناگفته نماند قبل از اینکه کوروش بابل را فتح کند در آنجا نوروز را جشن گرفته بود این را هم باید بدانید نوروز در زمان های ساسانیان و اشکانیان نیز عزیز و گرمی شمرده می شد.

زمان برگزاری جشن نوروز در دوران ساسانیان حداقل ۶ روز به طول می انجامید و تقسیم به دو دوره یا بخش نوروز کوچک و بزرگ میشد که در ادامه توضیحات بیشتری در این باره خواهیم داد.

جایگاه نوروز در دوره هخامنشی

در دوره ساسانی ۲۵ روز قبل از شروع بهار با برپایی ۱۲ ستون خشت خام با کاشت انواع غلات و حبوبات از جمله نخود، گندم، لوبیا، جو، برنج و ارزن تا شانزدهمین روز فروردین در انتظار بارور شدن گیاهان می نشستند چرا که این عقیده را داشتند که هرچه گیاهان بارورتر شوند در آن سال محصولات بهتر و بیشتری خواهند دید.

همچنین در این دوران رایج بود که مردم در بامداد نوروز به سمت یکدیگر آب پاشی کنند و نیز آتش روشن کردن در شب نوروز از زمان هرمز اول مرسوم شد و از دوره هرمز دوم دادن سکه به عنوان هدیه و عیدی در نوروز رایج شد.

نوروز پس از اسلام :

به دستور جلال الدین ملکشاه سلجوقی در دوران سلجوقیان برای بهسازی گاه شمار ایرانی چندین ستاره شناس ایرانی از جمله خیام گرد هم در آمدند، این گروه جایگاه نوروز را در یک بهار هنگام وارد شدن آفتاب به برج حمل ثابت کردند.

بنابراین طبق گاه شمار معروف به تقویم جلالی برای اینکه نوروز در شروع بهار ثابت بماند قرار بر این شد که



جامعه و امروز نیاز پیشرفت

مفاهیم کلیدی در سواد رسانه‌ای

برای شرح فرضیات انتقادی و رای آموزش رسانه در زیر مفاهیم کلیدی بسط داده شده است.

درکانادا سواد رسانه ای بخشی از برنامه آموزش مهارت‌های زبانی (مهارت‌های دوازدهگانه آموزش زبان) می‌باشد. این مفاهیم یک پایه نظری برای همه برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای فراهم می‌کند و همچنین به معلمان زبان رسانه‌ای و چارچوب آن را برای بحث و گفتگو ارائه می‌دهد.

۱. همه رسانه‌ها ساختارمند هستند.

رسانه با دقت ساختارهای زیرکانه‌ای ارائه می‌کند که بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و نتایج را از عوامل تعیین کننده منعکس کنند. بیشتر دیدگاه ما نسبت به واقعیت بر مبنای پیام‌های رسانه‌ای است که پیش‌ساخته هستند و حاوی نگرش‌ها، تفسیرها و نتایجی است که تقریباً شکل گرفته است. رسانه تا اندازه زیادی برداشتهایی از واقعیت برای ما ارائه می‌کند. زمان تحلیل یک متن رسانه‌ای به این نکات توجه می‌کنیم: این پیام چگونه شکل گرفته است؟ و چگونه واقعیت را بازنمایی می‌کند؟

۲. همه افراد پیام‌ها را به

سختی تفسیر می‌کنند. کسانی که برنامه تلویزیونی یا وبسایت مشابه ای می‌بینند اغلب تجربه مشابه ندارند یا با برداشتهای مشابه مواجه نمی‌شوند. هر کسی می‌تواند یک پیام را با توجه به سن، فرهنگ، تجربیات زندگی، ارزش‌ها و عقاید

ضرورت مطالعه رسانه، به سبک انتقادی و منسجم در سال‌های اخیر بدیهی شده است، زیرا رسانه‌ها موقعیت مرکزی زندگی فرهنگی و سیاسی ما را در بر گرفته‌اند.

در واقع ما درباره جهان فراتر از تجربیات مستقیم که از طریق رسانه دریافت می‌کنیم، می‌دانیم. در حقیقت رسانه، بیرون از برنامه آموزشی مدرسه مانده است و گاهی اوقات رسانه‌ها به بسیاری از ابعاد جامعه و آگاهی فردی ما غالب می‌شود، همین امر موجب می‌شود تا رسانه‌ها با قدرتشان بر ابعاد ناآگاه زندگی ما تأثیر بگذارند. تعجب‌آور نیست که ما می‌خواهیم رسانه را مطالعه کنیم؛ بلکه این تعجب‌آور است که گام بلندی برای شروع مطالعه برداشتیم.

سواد رسانه‌ای به رویه‌های درک رسانه‌های جمعی و کاربرد آن می‌پردازد. و همچنین به دانشجویان کمک می‌کند تا درکی آگاهانه و انتقادی درباره ماهیت رسانه‌های جمعی، فنون استفاده از آن و توسعه این فنون داشته باشند. به ویژه هدف آموزش سواد رسانه‌ای افزایش درک دانشجویان از چگونگی کار رسانه، تولید معنا، ساماندهی و ساخت واقعیت از سوی رسانه است. اساساً آموزش سواد رسانه‌ای باید با هدف آموزش دانشجویانی که درکی از رسانه نظیر دانش درباره نقاط قوت و ضعف رسانه، رسانه متعصب و ضروری، نبوغ هنری و حيله-گری درباره رسانه و دانش درباره تأثیرگذاری و تأثیرپذیری رسانه داشته باشد.



نکات توجه می‌کنیم: چه سبک زندگی، ارزش‌ها و دیدگاه- هایی از این پیام بازنمایی یا چشم پوشی شده است؟ لازم است که پیام‌های رسانه‌ای درباره موضوعاتی نظیر ماهیت سبک زندگی، واقعیت مصرف‌گرایی، نقش زنان، پذیرش اقتدار و میهن پرستی محض رمزگشایی شود.

۵. هر رسانه‌ای زبان، سبک، تکنیک، اخلاق، باور و اصول هنری خاص خود را دارد.

هر رسانه‌ای معنایی خلق می‌کند که به صورت متفاوتی از واژگان، تکنیک‌ها و سبک‌ها یا اخلاقیات و باورهای خاصی استفاده می‌شود.

در یک فیلم یا برنامه تلویزیونی، زمانی که تصویر محو می‌شود، آن پیامی از زمان را نشان می‌دهد. لینکهای داغ یا دکمه‌های جهت‌یابی نشان می‌دهد که چیزی را که نیاز دارید در وب سایت پیدا کنید. یک داستان نویس باید از کلمات خاصی برای خلق فضا و شخصیت‌ها استفاده کند، در حالی که رسانه از تصویر، متن و صدا استفاده می‌کند. در هر زمان، ما ابزار تکنیکی را درک می‌کنیم. ما در درک زبان رسانه‌های مختلف روان و سلیس شدیم و می‌توانیم کیفیت هنری آنها را درک کنیم. هنگام تحلیل یک متن رسانه‌ای توجه می‌کنیم به: چه تکنیکی و چرا استفاده شده است؟ توسعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای ما را قادر می‌سازد نه تنها متون رسانه‌ای را درک و رمزگشایی کنیم، بلکه از اصول هنری منحصر به فرد هر یک از آنها متمتع شویم. تمتع ما از رسانه با آگاهی از چگونگی خلق اشکال و تأثیرات خوشایند افزایش می‌یابد.

به صورت‌های مختلف تفسیر یا قبول کند. زمان تحلیل یک متن رسانه‌ای توجه می‌کنیم به: چگونه دیگران پیام- ها را به صورت متفاوتی درک می‌کنند؟

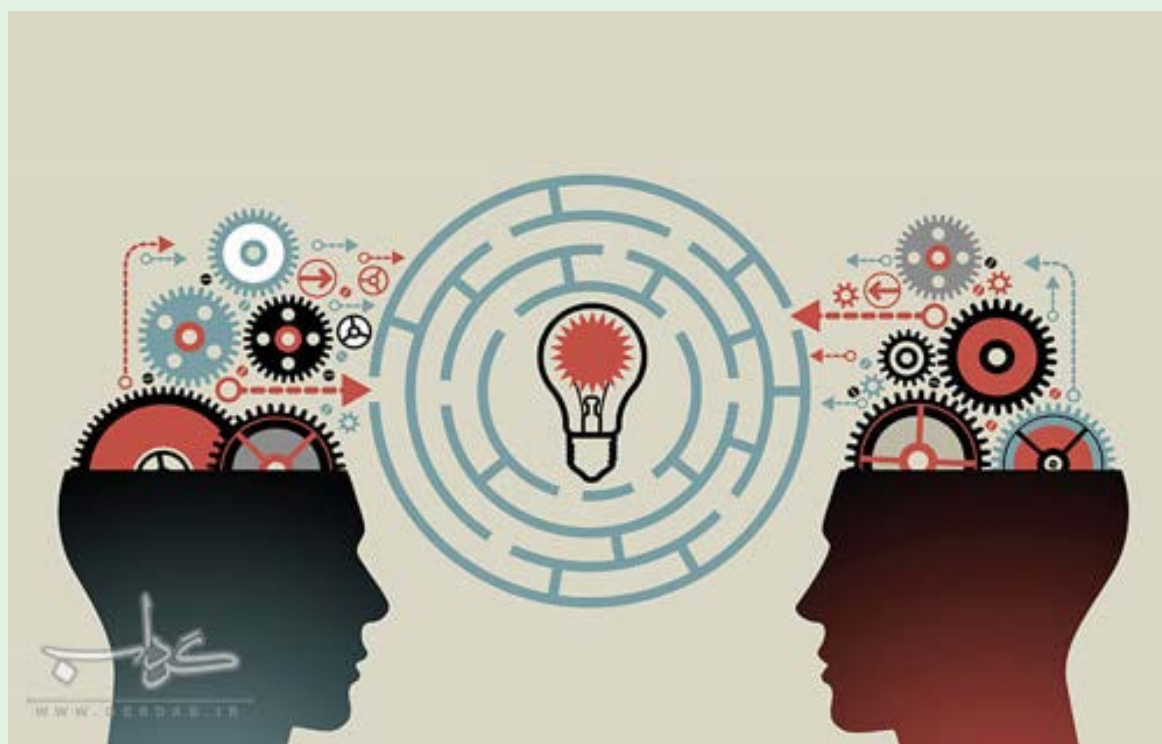
۳. رسانه منافع تجاری دارد.

بیشتر رسانه‌ها برای سود ایجاد شده‌اند. عموماً تبلیغات بزرگترین منبع درآمدی است.

آگهی‌های تجاری بدیهی‌ترین ابزار تولید درآمد هستند، اگرچه پیام‌های تبلیغاتی شکل‌های زیادی دارد که شامل بر تبلیغ کالا (به طور مشخص کالایی را در برنامه‌ها و فیلم‌ها نشان می‌دهند)، حمایت کنندگان، جوایز، تبلیغات سه بعدی و پیمایش در اینترنت، حمایت‌های اشخاص مهم یا نام‌نویسی برای استادیوم یا تئاتر. در تحلیل این متن رسانه‌ای توجه می‌کنیم به: چه کسی و چرا متن رسانه‌ای را تولید می‌کند؟ اگر پیام اقبال عمومی یافت چه کسی سود و چه کسی ضرر می‌کند؟

۴. رسانه پیام‌های ایدئولوژیک و ارزشی دارد.

تولیدکنندگان پیام‌های رسانه‌ای عقاید، ارزش‌ها، باورها و تعصب‌هایی دارند. این عوامل می‌توانند بر اینکه چه چیزی و چگونه گفته شود تأثیر گذارد. تولیدکنندگان باید چیزی که شامل متون رسانه‌ای باشد یا نباشد انتخاب کنند، بنابراین هیچ پیام بی طرف یا عاری از ارزش وجود ندارد. از آنجا که این پیام‌ها اغلب از سوی بینندگان زیادی دیده می‌شود، می‌تواند تأثیر اجتماعی و سیاسی زیادی بر روی افراد داشته باشد. در تحلیل یک متن رسانه‌ای به این



۶. رسانه معانی تجاری دارد.

سواد رسانه‌های بر آگاهی از پایه‌های اقتصادی تولیدات رسانه‌های جمعی مبتنی است. شبکه‌ها دنبال مخاطبانی هستند که از آنها حمایت مالی کنند. دانش در این زمینه به دانشجویان اجازه می‌دهد تا درک کنند که چگونه محتوای برنامه، مخاطبان را هدف تبلیغات خودشان کرده‌اند و چگونه بینندگان را در گروه‌های بازاری ساماندهی کرده‌اند. موضوع مالکیت و کنترل اهمیت حیاتی دارد در زمانی که انتخاب‌های زیادی در این زمینه وجود دارد ولی با این حال باورهای کمی وجود دارد (نود درصد از روزنامه‌ها، مجلات، ایستگاه‌های تلویزیونی و شرکت‌های نرم‌افزار کامپیوتری جهان در مالکیت هفت شرکت ادغام شده می‌باشد).

۷. رسانه معانی اجتماعی و سیاسی دارد.

یک بعد مهم از سواد رسانه‌های آگاهی از گستره تأثیرات اجتماعی و سیاسی ناشی از رسانه می‌باشد. تغییر ماهیت زندگی خانوادگی، استفاده از اوقات فراغت و نتایج مباحثات سیاسی تلویزیونی سه نمونه از این موارد هستند. رسانه‌های جمعی تلاش می‌کنند تا ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی را منطقی نشان دهند. رسانه همچنین نقش بزرگی در رسانه‌های کردن حوادث و مسائل جهانی از حقوق مدنی تا تروریسم دارد.

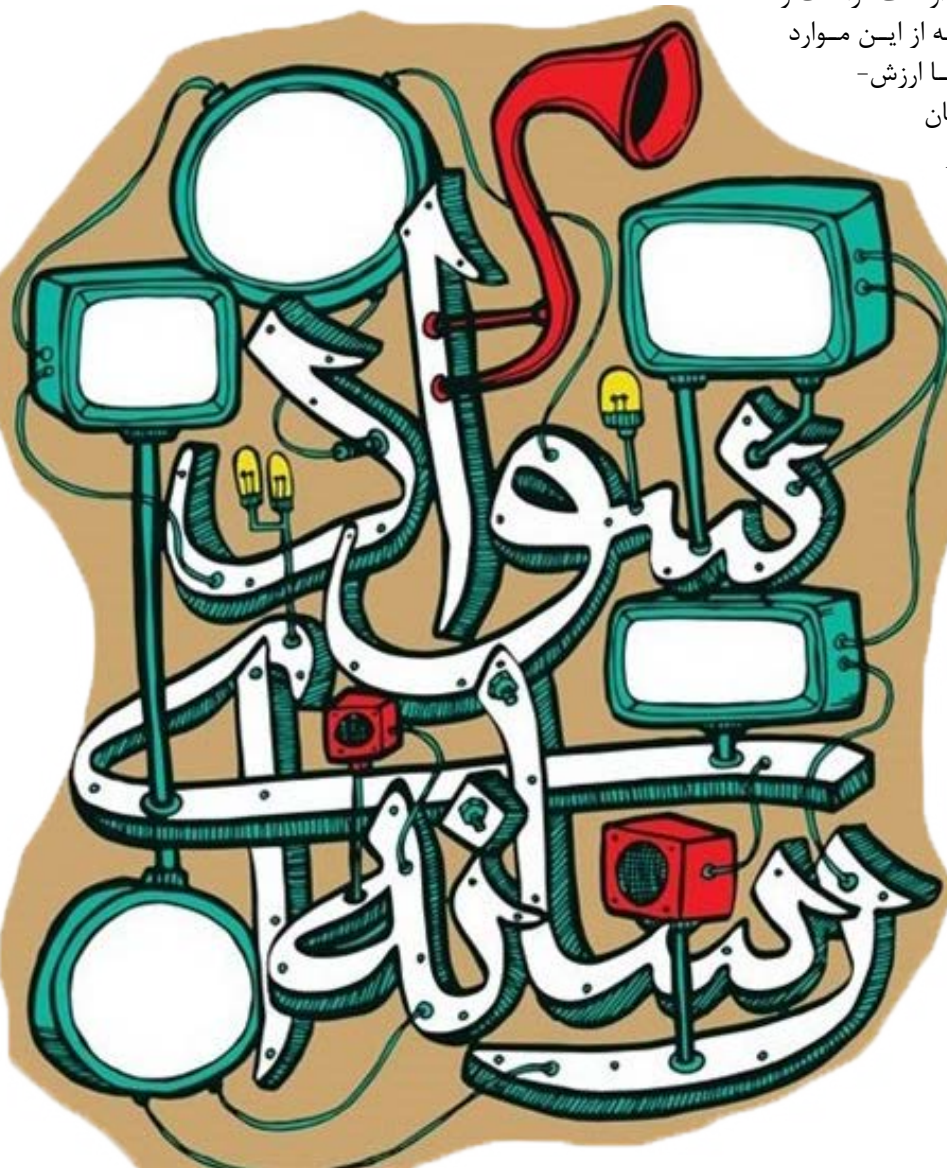
۸. در رسانه شکل و محتوا مرتبط با هم هستند.

رابطه شکل و محتوا مرتبط با مقاله مارشال مک لوهان با عنوان «رسانه پیام است» می‌باشد. یعنی هر رسانه‌ای برنامه و جهت‌گیری‌های تکنیکی خاص خود را دارد و واقعیت را در شیوه‌های منحصر به فردی رمزگذاری می‌کند. بنابراین رسانه‌های مختلف ممکن است حادثه مشابهی گزارش کنند ولی برداشت‌ها و پیام‌های متفاوتی ایجاد کنند.

سواد رسانه‌ای؛ ظرفیتی برای تبدیل تهدید به فرصت: عضو شورای عالی فضای مجازی کشور در همایش سواد رسانه‌ای، سواد اینترنتی را ظرفیتی برای تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها عنوان کرد و گفت: باید با استفاده صحیح و افزایش سواد رسانه‌ای، نهایت بهره‌برداری را از این فضا داشته باشیم.

همایش فعالان سواد فضای مجازی سراسر کشور با حضور سید مرتضی موسویان (مشاور وزیر ارشاد و رییس مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال)، دکتر حسن خجسته (رییس پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات)، گیتا علی آبادی (رییس دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها)، محمد خدای (مدیر عامل ایرنا)، محمد حسین فرهنگی (عضو هیات ریسه مجلس شورای اسلامی) و جمعی از فعالان فضای مجازی کشور در مجموعه فرهنگی باغ زیبا وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار شد.

حجت الاسلام سیدرضا عاملی در همایش فعالان سواد فضای مجازی سراسر کشور اظهار کرد: موضوع سواد رسانه‌ای را با تاخیر شروع کردیم ولی خوشبختانه به سرعت رشد کرد و حرکت این مهم در کشور رو به جلو است.



آداب صرف غذا

در ایران غذا بسیار مورد احترام است و سفره، یعنی جایی که غذا رویش سرو می‌شود حرمت دارد. در فرهنگ غذایی ایرانیان باور عمومی بر این است که مواد غذایی نعمات خدا هستند. از این رو بی‌احترامی به غذا معادل بی‌احترامی به خالق به شمار می‌رود. افزون بر این، سفره به عنوان محلی که افراد خانواده سه بار در روز پیرامون آن قرار می‌گیرند و با همدیگر به تعامل می‌پردازند، در فرهنگ غذایی ایرانیان بسیار ارزشمند محسوب می‌شود و غذا خوردن به صورت تکی نوعی بی‌احترامی به اعضای خانواده و نشانه‌ای از نابه‌سامان بودن ارتباطات خانوادگی به شمار می‌رود.

مقوله خوراک و فرهنگ آشپزی هر جامعه برآمده از فضای تاریخی - جغرافیایی آن جامعه است و عوامل متعددی در شکل‌گیری آن دخالت دارند.

بنابراین خوراک‌ها و فرهنگ غذایی هر جامعه‌ای می‌تواند شیوه‌های رفتاری، باورها و پنداشت‌ها و انگاره‌های دینی - مذهبی مردم را بازگو کند.

آشپزی ایرانی بر پایه طب سنتی

ایرانی‌ها آشپزهای قابل‌هستی هستند. تنوع غذایی‌شان بالاست و از با ارزش‌ترین مواد غذایی و سالم‌ترینشان برای پختن خوراک سنتی استفاده می‌کنند. در مکتب طب سنتی ایرانی که بخشی از فرهنگ غذایی ایرانیان به شمار می‌رود، همه خوردنی‌ها از نظر طبیعت به ۴ دسته مرطوب، خشک، گرم و سرد تقسیم می‌شوند.

بر همین اساس ایرانیان اعتقاد دارند در مصرف مواد غذایی گوناگون باید تعادل را رعایت کنند. در غیر این صورت جسم و روح، دچار ناخوشی و بیماری می‌شود.

مصلح چیست

به مواد غذایی که طبع همدیگر را متعادل می‌کنند، مصلح (تعديل کننده) می‌گویند. این نکته در فرهنگ غذایی ایرانیان اهمیت زیادی

انسان شناسان عادات غذایی را به عنوان کلیتی پیچیده از فعالیت‌های آشپزی، تمایل‌ها و تنفرها، آگاهی جمعی، اعتقادات، تابوها، موهومات وابسته با تولید و تهیه و مصرف غذا و در یک کلام یک مفهوم فرهنگی بزرگ می‌نگرند. به عنوان یک مفهوم فرهنگی بزرگ، غذا را در مواجهه و ارتباط با بسیاری از مفاهیم فرهنگی دیگر می‌بینند.

غذا به عنوان یک فعالیت معنی‌دار بر روابط اجتماعی تأکید دارد، اعتقادات و دین را تصویب می‌کند، بسیاری از الگوهای اقتصادی را معین می‌کند و ناظر بر بخش بزرگی از گردش روزانه‌ی زندگی است. به عبارت دیگر همانگونه که سیستم‌های پزشکی در بیماری و ارتقای سلامت نقش دارند، عادات تغذیه‌ای نیز نقش اجتماعی اساسی‌تری فراتر از تغذیه‌ی بدن انسان بازی می‌کنند.

از این رو هرچند انسان شناسان فرهنگی اذعان دارند که غذا یک ضرورت حیاتی است و در نهایت یک پدیده‌ی فیزیولوژیک است فرهنگ غذایی ایرانیان بخش جذاب و جالبی از مناسبات فرهنگی آنان به شمار می‌رود.



کوتاهی آماده نمی‌شوند و شاید دلیل این همزمانی در چنین نکته‌ای نهفته باشد.

غذاهای ممنوعه

در فرهنگ غذایی ایرانیان استفاده از برخی مواد غذایی ممنوع است و به طور کل جایی در آداب غذایی سنتی ندارد. گوشت خوک و کلیه فرآورده‌های جانبی آن یکی از این موارد است که دلیل ممنوعیتش به ارزش‌های مذهبی باز می‌گردد. همچنین انواع نوشیدنی‌های الکلی در ایران ممنوع است و خرید و فروش، تولید و استفاده از آن‌ها جرم محسوب می‌شود. خوردن انواع حشرات و غذاهای دریایی به صورت خام نیز خارج از دایره فرهنگ غذایی ایرانیان است و مطابق ذائقه اکثریت شهروندان نیست.

چای و فرهنگ غذایی ایرانیان

ایرانی‌ها نیز مانند دیگر مردم جهان دو نوع نوشیدنی سرد و گرم دارند. چای، محبوب‌ترین نوشیدنی گرم ایرانیان به شمار می‌آید. ایرانیان از چای سیاه استفاده می‌کنند و به صورت سنتی، از مواد طعم‌دهنده طبیعی مانند گلبرگ‌های گل‌سرخ یا بهارنارنج و چوب دارچین برای خوش‌عطر شدنش استفاده می‌کنند. چای در ایران همراه با شیرینی‌جات سنتی مانند گز، پولکی، نقل و نبات استفاده می‌شود. حبه قند نیز در دسترس‌ترین شیرینی برای مصرف چای به شمار می‌آید. چای یکی از ارکان اصلی فرهنگ غذایی ایرانیان به شمار می‌رود.

نوشیدنی و دمنوش های ایرانی

در بعضی مناطق جنوبی نیز قهوه خوردن مرسوم است. دوغ نیز نوشیدنی سنتی خنک محسوب می‌شود که همراه با وعده‌های اصلی غذایی میل می‌شود و با عرق یا پودر نعنا، پودر گل‌سرخ و حتی پودر گلپر، طعم‌دار شده، مورد مصرف قرار می‌گیرد. انواع عرقیجات گیاهی نیز در حالی که با آب و شکر مخلوط شده‌اند به عنوان شربت مورد استفاده قرار می‌گیرند. به طور کلی می‌توان گفت که نوشیدنی‌های سنتی و دمنوش‌ها بخش مهمی از فرهنگ غذایی ایرانیان را به خود اختصاص داده‌اند.



دارد و غذاهای سنتی از دیرباز تاکنون با مصلح با تعدیل‌گر خودشان مصرف می‌شوند. به عنوان مثال در مکتب طب سنتی ایرانی، برنج طبع سرد دارد و سبزیجاتی مانند نعناع، تره، ترخون و ریحان و ... طبعشان گرم است.

از این رو سبب سبزی خوردن که شامل چندین نوع متفاوت سبزی با طبع گرم است، اغلب روی سفره ایرانی‌ها دیده می‌شود و به بخش جدایی‌ناپذیری از فرهنگ غذایی ایرانیان تبدیل شده است.

تجهیزات غذاخوری در ایران

در فرهنگ غذایی ایرانیان، سفره به جای میز غذاخوری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سفره‌ها اغلب از پارچه‌های ایرانی مانند قلمکار هستند؛ در مرکز قالی گسترانده می‌شوند؛ ظروف غذا رویش قرار می‌گیرد، اعضای خانواده دورت دور آن می‌نشینند و وعده‌های غذایی اصلی را در کنار همدیگر میل می‌کنند. طی چند سال گذشته استفاده از سفره‌های پلاستیکی و یک‌بارمصرف نیز رایج شده. امروزه به دلیل تغییر در سبک زندگی، استفاده از میز غذاخوری نیز هم‌پای سفره مرسوم شده است و تنها در میهمانی‌های پرجمعیت فامیلی از سفره استفاده می‌شود.



ابزارهای غذاخوری ایرانی

ایرانی‌ها با قاشق و چنگل غذا می‌خورند و فرهنگ غذایی ایرانیان به صورتی است که نیاز به استفاده از کارد، به ندرت پیش می‌آید. بعضی غذاها نیز ابتدا در نان پیچیده می‌شوند که در اصطلاح به آن لقمه می‌گویند. لقمه‌ها با دست خورده می‌شوند. بعضی از غذاها از جمله آبگوشت و آش، بدون استفاده از چنگال و تنها با قاشق مصرف می‌شوند. اغلب غذاها در بشقاب سرو می‌شود. انواع آش، کله پاچه و آبگوشت نیز در کاسه‌های نسبتاً بزرگ مورد استفاده قرار می‌گیرند.

اتحاد غذایی

برخلاف فرهنگ غربی که پیش‌غذا، غذای اصلی و دسر در فواصل زمانی معینی به روی میز آورده می‌شوند، در فرهنگ غذایی ایرانیان انواع غذاها به صورت همزمان روی سفره یا میز چیده می‌شود. خوراک اصلی، مکمل، پیش‌غذا، دسر و نوشیدنی در فرهنگ غذایی ایرانیان به یکباره سر میز یا سفره قرار می‌گیرند و افراد به ترتیب از آن‌ها استفاده می‌کنند.

غذاهای ایرانی اغلب زمان بر هستند و مانند فست‌فودها در مدت زمان