

The Social Determinants of Nutritional Lifestyle: The Study of Takeaway Food Consumption Patterns among Adults in Shiraz, Iran

Mansour Tabiee^{1*}, Ehsan Hamidizadeh², Fatemeh Javanmardi³

1. Assistant Professor of Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran (Corresponding Author); mtabiee@rose.shirazu.ac.ir
2. Assistant Professor of Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran; ehamidi@shirazu.ac.ir
3. M.A. of Sociology, Shiraz University, Shiraz, Iran; yasaman2405@gmail.com

Original Article

Abstract

Background and Aim: Food, while fulfilling biological needs, acts as a pivotal element in social and cultural identities. It is around the act of eating and nutrition that social interactions and communications are cultivated and reinforced within families, kinship circles, and friendly groups. Similarities in dietary and nutritional habits can also lead to a homogeneity among distinct social groups and subcultures. This study aims to examine the social determinants influencing lifestyle choices, particularly focusing on the consumption patterns of takeaway food among Shiraz city residents aged 18 and above.

Methods and Data: This study was conducted through a quantitative survey approach, utilizing a cross-sectional design. Data were collected through a survey questionnaire. A stratified cluster sampling technique was employed to gather data among 420 people aged 18 and above in Shiraz city.

Findings: The study revealed a significant and inverse relationship between the social capital and lifestyle choices in terms of nutritional patterns. Based on the results, with the decrease of social capital, the desire for a style of takeaway food increased. Results also show that the social capital scores were consistently moderate to high across various groups, showing little variation. The findings further suggest that social participation plays a more pivotal role than other aspects of social capital.

Conclusion: The research indicates that various social groups in Shiraz, endowed with a relatively high level of social capital, maintain a firm commitment to the city's traditional nutritional lifestyle. This contrasts sharply with the nutritional changes often associated with development and industrialization processes.

Keywords: Life style choices, Nutritional behaviours, Eating habits, Fast food, Takeaway Food Consumption

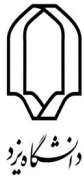
Key Message: With the proliferation of take-out food establishments, identifying the key factors influencing this dietary habit is essential to minimize its negative impacts and limit its expansion. The study suggests that the diverse social groups in Shiraz, underpinned by strong social capital, adhere to the traditional dietary lifestyle that is prevalent in the city, showing resistance to the nutritional changes that are often associated with ongoing development and industrialization.

Received: 18 May 2023

Accepted: 31 October 2023

Citation: Tabiee, M., Hamidizadeh, E., & Javanmardi, F. (2023). The Social Determinants of Nutritional Lifestyle: The Study of Takeaway Food Consumption Patterns among Adults in Shiraz, Iran. *Journal of Social Continuity and Change*, 2(2), 415-434. <https://www.doi.org/10.22034/JSCC.2023.20115.1078>





عوامل اجتماعی مرتبط با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف غذای بیرون‌بر در بین ساکنان ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز

منصور طبیعی^{۱*}، احسان حمیدی زاده^۲، فاطمه جوانمردی^۳

۱- استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول): mtabiee@rose.shirazu.ac.ir

۲- استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران؛ ehamidi@shirazu.ac.ir

۳- دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران؛ yasaman2405@gmail.com

مقاله پژوهشی

چکیده

زمینه و هدف: غذا علاوه بر قابلیت رفع نیازهای زیستی، پدیده‌ای اجتماعی و فرهنگی است. به طوری که تعاملات و ارتباطات اجتماعی در زمینه‌های مختلف، حول محور غذا و تغذیه در درون خانواده، گروه‌های خویشاوندی، گروه‌های دوستانه و ... شکل گرفته و استحکام می‌یابد. همچنین، همسانی در الگوهای مصرف غذایی و تغذیه می‌تواند به مشابهت گروه‌های مختلف اجتماعی و خرده فرهنگ‌ها منجر می‌شود. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف غذای بیرون‌بر در بین ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز نگاشته شده است.

روش و داده‌ها: این پژوهش به روش پیمایشی با رویکرد کمی انجام شده است. داده‌ها، به کمک روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای در بین نمونه ۴۲۰ نفری از ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز جمع‌آوری شده است.

یافته‌ها: در این پژوهش، ارتباط متغیر سرمایه اجتماعی با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای، معنادار و معکوس است و میانگین نمره سرمایه اجتماعی در بین گروه‌های مختلف متوسط رو به بالا و نزدیک به هم بوده است. براساس نتایج، مشارکت اجتماعی اثرگذاری بیشتری نسبت به سایر ابعاد سرمایه اجتماعی داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری: برپایه یافته‌های پژوهش می‌توان چنین نتیجه گرفت که گروه‌های مختلف در شیراز به علت برخورداری از سرمایه اجتماعی نسبتاً بالا پایبندی بیشتری نسبت به سبک زندگی تغذیه‌ای رایج و سنتی شیراز داشته و در مقابل تغییرات تغذیه‌ای که در نتیجه فرایند توسعه و صنعتی شدن در حال وقوع است مقاومت بیشتری از خود نشان داده‌اند و سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر هنوز نتوانسته است به سبک رایج تغذیه‌ای تبدیل شود.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، سبک زندگی، سبک زندگی بر الگوی تغذیه‌ای، عوامل اجتماعی، فست فود، مصرف غذای بیرون‌بر

پیام اصلی: با توجه به افزایش مراکز تهیه غذای بیرون‌بر در سال‌های اخیر، شناخت عوامل اثرگذار بر گرایش به این نوع سبک تغذیه‌ای می‌تواند در کنترل آسیب‌ها و مهار افزایش استفاده از آن مؤثر باشد. طبق نتایج این پژوهش، گروه‌های مختلف اجتماعی در شیراز، بواسطه برخورداری از سرمایه اجتماعی بالا، نسبت به سبک زندگی تغذیه‌ای رایج و سنتی پایبندی دارند و در مقابل تغییرات سبک‌های تغذیه‌ای که در نتیجه توسعه و صنعتی شدن در حال وقوع است مقاومت نشان داده‌اند.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۸

ارجاع: طبیعی، منصور؛ حمیدی‌زاده، احسان و جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۲). عوامل اجتماعی مرتبط با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف غذای بیرون‌بر در بین ساکنان ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز، *تداوم و تغییر اجتماعی*، ۲(۲)، ۴۳۴-۴۱۵.

<https://www.doi.org/10.22034/JSCC.2023.20115.1078>



مقدمه و بیان مسأله

غذا یک پدیده اجتماعی است و حول محور غذا و تغذیه در درون خانواده، گروه‌های خویشاوندی، گروه‌های دوستانه و ... تعاملات و ارتباطات اجتماعی در زمینه‌های مختلف شکل گرفته و استحکام می‌یابد. همچنین به همسانی و مشابهت گروه‌های مختلف اجتماعی و خرده فرهنگ‌ها منجر می‌شود. بنابراین غذا علاوه بر قابلیت رفع نیازهای زیستی و فیزیولوژیکی، پدیده‌ای اجتماعی است.

جامعه‌شناسان در رفتار انسان به دنبال کشف الگوهایی هستند و برآورد می‌کنند که این الگوها تا چه اندازه محصول محیط اجتماعی است. در الگوی اجتماعی مصرف غذا، رابطه بین فردی و اجتماعی، رابطه‌ای معنادار است (جرموو و ویلیامز، ۱۳۹۴: ۲۳). جامعه‌شناسان باتوجه به تأثیرات اجتماعی و فرهنگی غذا مطالعات جامعی را در ارتباط با غذا و فرهنگ دنبال کرده‌اند که نتیجه آن شکل‌گیری دانش جامعه‌شناسی تغذیه بوده است.

غذا برای ساخت و حفظ روابط اجتماعی در همه فرهنگ‌ها استفاده می‌شود. مصرف غذا رویدادی اجتماعی به همراه اعضای خانواده است که به منظور غذا خوردن دورهم جمع می‌شوند. فرهنگی وجود ندارد که تنها غذا خوردن را ترویج کند. غذا ابزار اجتماعی بسیار ارزشمندی برای انسان‌هاست، زیرا کنش متقابل اجتماعی را ترویج می‌کند (Rozin 1996: 244). انسان‌ها از غذا برای ایجاد روابط بین خود و دیگران استفاده می‌کنند. غذا نقش مؤثری در کمک به ایجاد روابط مثبت و پایدار میان افراد و اعضای خانواده و تحکیم بنیان خانواده دارد.

تعارف غذا از طریق یک فرد یا گروه به دیگری عموماً نشانی از دوستی تلقی می‌شود. غذا معمولاً برای ایجاد و استحکام دوستی‌ها و روابط خانوادگی در فرهنگ‌های مختلف بکار می‌رود. این کار باعث ایجاد روابط سودمند دو طرفه با دیگران است، فرایندی که در میان مردم به‌عنوان شبکه‌سازی شناخته می‌شود (جرموو و ویلیامز، ۱۳۹۴: ۲۴۱).

غذا نقطه ثقلی است که مناسبت‌های اجتماعی در اطراف آن شکل می‌گیرد. شناخت آنچه که می‌خوریم به ما کمک می‌کند، به فهم عمیقی نسبت به چرخه‌ای که در آن قرار گرفته‌ایم برسیم. در واقع از غذا می‌توان به‌عنوان یک محصول فرهنگی و اجتماعی جامعه نام برد، که پذیرش و مصرف آن می‌تواند موجب باز تولید فرهنگ شود.

تغذیه از ابعاد مهم بهداشت عمومی است و هدف آن فراهم کردن شرایط جسمی و روانی لازم از نظر رشد و تکوین ارگانیسم، تحرک و کارایی انسان‌ها در زندگی اجتماعی است. تغذیه انسان از یکسو با عوامل متعددی نظیر شرایط محیط طبیعی، رشد فنی، ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی، عوامل فرهنگی و سابقه ملت‌ها و از سوی دیگر با ساخت زیستی بدن در ارتباط است (نوابخش و مثنی، ۱۳۸۹: ۳۴).

انتخاب سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای خاص جهت مصرف، انتخاب یک نوع غذایی مصرفی بدون تأثیرپذیری از این عوامل نیست. تهیه غذای خارج از خانه به‌عنوان کالای وارداتی فرهنگ غرب علاوه بر تأثیری که در صنعت تغذیه کشور ما داشته است، در قالب یک کالای مصرفی بر جنبه‌های فردی و اجتماعی زندگی مصرف‌کنندگان خود اثرگذار بوده است. بارزترین تأثیری که مصرف غذای خارج از خانه بر زندگی انسان‌ها داشته است، اثرهای مخرب آن بر جسم است که باعث بروز بیماری‌های مختلفی است. طبق آمار سازمان جهانی بهداشت ۶۵ درصد از مرگ‌ومیرها تا سال ۲۰۲۰ با بیماری‌های مرتبط با تغذیه در ارتباط بوده است (نوابخش و مثنی، ۱۳۸۹: ۳۴).

بر اساس آمار سازمان کشاورزی آمریکا، تغذیه صحیح می‌تواند مرگ‌ومیر ناشی از بیماری‌های قلبی را ۲۵ درصد، بیماری‌های تنفسی و عفونی را ۲۰ درصد، سرطان را ۲۰ درصد و بیماری‌های قندی را ۵۰ درصد کاهش دهد. مبالغی که سالانه صرف پیشگیری و درمان این بیماری‌ها می‌شود، در حدود میلیون‌ها دلار برآورد شده است (حلم‌سرشت و دل‌پیشه، ۱۳۸۹: ۶).

به نظر می‌رسد طبقه اقتصادی و امکان دستیابی به مواد غذایی می‌تواند عاملی جهت انتخاب و مصرف نوع خاصی از یک ماده غذایی باشد و عادات غذایی را تحت تأثیر خود قرار دهد. این تأثیرگذاری دوطرفه است، به گونه‌ای که علاوه بر این که طبقه اقتصادی هر فرد می‌تواند عاملی جهت انتخاب این نوع سبک زندگی تغذیه‌ای باشد، صرف هزینه زیاد به منظور مصرف مواد غذایی خارج از خانه، که به نسبت غذایی که درون خانه طبخ می‌شود ارزش غذایی پایین‌تری دارد، می‌تواند اقتصاد خانواده را تحت تأثیر قرار دهد و در سطحی کلان‌تر، این تغییر سبک زندگی تغذیه‌ای می‌تواند به جنبه تولیدی، اقتصاد یک جامعه نیز ضربه وارد کند.

سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای بیرون‌بر، بر ویژگی‌های اجتماعی افراد جامعه تأثیر می‌گذارد. فرهنگ هر جامعه میراث نسل‌های پیشین است که باید در حفظ و انتقال آن امانت‌دار بود. تغذیه نیز یکی از جنبه‌های این میراث است که بر ابعاد مختلف روابط اجتماعی اثرگذار است. بنابراین تغییر سبک زندگی تغذیه‌ای می‌تواند موجب بروز تعارض‌های فرهنگی و اجتماعی در جامعه ایران شود. حفظ و تداوم فرهنگ تغذیه‌ای به‌عنوان یک مولفه هویتی از اهمیت خاصی برخوردار است. تداوم این الگوی تغذیه‌ای همچنین تأثیر مثبتی در امنیت غذایی و حفظ سلامت مردم جامعه دارد که نتیجه آن می‌تواند پرورش انسان‌های سالم و جامعه‌ای پویا و کارآمد باشد.

بر اساس آمار دریافت شده از اداره اصناف شیراز، نرخ رشد بیرون‌برها و فست‌فودها طی ده سال گذشته روند صعودی داشته است. طبق آخرین آمار بدست آمده تعداد کل فست‌فودهای در حال فعالیت ۹۵۵ واحد و تعداد کل بیرون‌برهای مشغول به کار ۲۲۹ واحد می‌باشد. تطبیق آماری تعداد کل فست‌فود و بیرون‌برها در سال ۱۳۹۹ با تعداد خانوارهای شهر شیراز نشان می‌دهد که به ازای هر ۴۰۹ خانوار یک واحد بیرون‌بر یا فست‌فود وجود دارد. افزایش تقاضای مصرف غذاهای خارج از خانه موجب رشد سالیانه در واحدهای ارائه‌دهنده این غذاها بوده است. البته شیوع ویروس کووید ۱۹ در سال ۱۳۹۹ خللی در سیر رشد این مراکز ایجاد کرده است.

در این پژوهش تلاش شده است به بررسی این امر پرداخته شود که با توجه به افزایش مراکز تهیه غذای بیرون‌بر در سال‌های اخیر، سبک تغذیه‌ای مردم شیراز چه تغییری داشته است و به دنبال آن چه عوامل اجتماعی در شکل‌گیری این نوع سبک تغذیه‌ای مؤثر بوده است. شناخت عوامل اثرگذار بر گرایش به این نوع سبک مصرف می‌تواند ما را در کنترل آسیب‌ها و مهار افزایش استفاده از آن یاری دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف غذای بیرون‌بر در بین ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز انجام گرفته است.

مرور پیشینه پژوهش

طبق تحقیقات بررسی شده، پژوهش‌های گسترده‌ای در ایران و کشورهای مختلف دنیا پیرامون غذا و تغذیه با محوریت بررسی عوامل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مؤثر بر مصرف غذایی با عناوین مختلف و در حوزه‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی تغذیه صورت گرفته است. متغیر غذا از دو جنبه کلی و در دو حیطه مصرف و سبک‌زندگی مورد بررسی قرار گرفته است که پژوهش‌های داخلی ترکیبی از این دو زمینه را داشته و پژوهش‌های خارجی تنها جنبه مصرفی را در بر داشته است. در ادامه به بررسی جدیدترین پژوهش‌ها در این حوزه پرداخته می‌شود.

آقایاری هیر، عباسزاده و محمدپور (۱۳۹۶) پژوهشی با هدف بررسی جامعه‌شناختی ارتباط تعامل و تأثیر اجتماعی با مصرف غذاهای غیرخانگی در شهر تبریز انجام داده‌اند. طبق نتایج بدست آمده، افزایش تعامل اجتماعی و به‌ویژه تأثیر اجتماعی، باعث می‌شود تا افراد به میزان بیشتری از غذاهای غیرخانگی استفاده نمایند.

رضایی (۱۳۹۶) پژوهشی با هدف بررسی فراوانی و نگرش به مصرف فست‌فود در یاسوج، به زبان انگلیسی انجام داد است که توسط محقق به زبان فارسی ترجمه شده است. طبق نتایج پژوهش طعم غذا، تهیه سریع غذا، تمایل فرهنگی خانواده، صرفه اقتصادی و تبلیغات به ترتیب علل اصلی گرایش به مصرف فست‌فود شناخته شده‌اند.

گلایی، آقایاری هیر و ساعی (۱۳۹۵) پژوهشی با هدف بررسی گذار تغذیه‌ای در بین نسل‌ها و زمینه اجتماعی مرتبط با آن در شهر تبریز انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین نسل‌های مختلف از لحاظ رفتار تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد به این شکل که با افزایش سن، گرایش افراد به رفتار سالم تغذیه‌ای افزایش پیدا می‌کند و جوانان تمایل بیشتری به انجام رفتارهای تغذیه‌ای ناسالم دارند. الگوهای غذایی پاسخگویان از لحاظ متغیر محل تولد و سطح تحصیلات در نسل میانسال و از نظر متغیر طبقه اقتصادی در نسل جوان و میانسال متفاوت و معنادار است و در مجموع فاکتورهای اثرگذار بر رفتار تغذیه‌ای جوانان را مصرف‌گرایی، دینداری، سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی و در نسل میانسال، عوامل اثرگذار را تماشای تبلیغات رسانه، سرمایه اجتماعی و مصرف‌گرایی تشکیل می‌دهند و در نهایت در میان بزرگسالان، دینداری و تماشای تبلیغات رسانه از عوامل اثرگذار شناخته شده‌اند.

قوچانی و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با هدف بررسی عوامل تأثیرگذار بر نگرش مصرف‌کنندگان ایرانی نسبت به مصرف فست‌فود به زبان انگلیسی انجام داده‌اند که توسط محقق به زبان فارسی ترجمه شده است. طبق نتایج پژوهش بین در دسترس بودن، آگاهی و دانش بهداشتی، اعتماد به رعایت اصول بهداشتی و هنجارهای ذهنی مربوط به درک فرد از فشار اجتماعی برای انجام رفتار تغذیه‌ای خاص با مصرف فست‌فود رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود داشته است.

حسن و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای توضیحی-ترکیبی، تحقیقی با هدف بررسی عوامل مؤثر بر الگوی مصرف مواد غذایی و شیوه‌های غذایی دختران نوجوان انجام داده‌اند. در ابتدا با تأکید بر روش کمی ۴۷۰ پرسشنامه به صورت کامل پر شده است. در این قسمت وضعیت اقتصادی و اجتماعی، ترجیحات غذایی و شیوه‌ها غذایی مورد بررسی قرار گرفته است. بعد از تحلیل داده‌های کمی، به کمک روش کیفی با تأکید بر روش گروه متمرکز، ۴۲ دختر در ۵ گروه زیر نظر ۲ فرد به‌عنوان ناظر و کاتب تقسیم شدند. طبق نتایج بدست آمده جوانان در همه طبقات اقتصادی تمایل به مصرف فست‌فود داشتند ولی افراد در طبقات پایین اقتصادی توانایی خرید نداشتند. افراد با درآمد بالا، بیشتر، مصرف‌کننده غذاهای سرخ‌کردنی بودند. در فرهنگ پاکستان بخاطر وجود افسانه‌هایی در مورد مصرف گوشت، خانواده‌های معتقد به صورت محدود مصرف‌کننده غذاهای گوشتی بودند. خانواده‌های گسترده دارای رژیم متنوع و سالم بودند، درحالی‌که خانواده‌های هسته‌ای زمان مشخصی برای مصرف وعده غذایی داشتند. به خاطر مردسالاری بودن جامعه پاکستان، مردان تعیین‌کننده نوع وعده غذایی هستند. در نهایت، تنبلی، بی‌انگیزگی و انتخاب غذای راحت را از عوامل مؤثر در انتخاب فست‌فود می‌توان نام برد.

دیوانایی^۲ (۲۰۱۶) پژوهشی با موضوع «عوامل مؤثر بر ترجیح رستوران‌های فست‌فود» انجام داده است. طبق نتایج پژوهش، کیفیت محصول، کیفیت خدمات، محیط داخلی و خارجی مرکز تهیه غذا، قیمت، طعم و مزه محصول، عوامل مکانی، تنوع محصول و همکاری کارکنان از عوامل مؤثر بر انتخاب رستوران‌های فست‌فود و رضایت مشتریان هستند.

1. Hassan et al.

2. Deivanai

شارما و تیواری^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی با موضوع «درک مصرف‌کنندگان نسبت به فست‌فود» انجام داده‌اند. طبق نتایج بدست آمده از این پژوهش زنان بیشتر از مردان به فست‌فود مراجعه می‌کنند، در ضمن این که زنان به نسبت مردان تمایل بیشتری دارند که با خانواده به مراکز فست‌فود بروند. دفعات مراجعه جوانان و دانشجویان در مقایسه با سایرین بیشتر بوده است. پژوهشگر در نهایت از عوامل اکتشافی مؤثر همچون قیمت و طعم، کیفیت و بهداشت، تصور ذهنی از نام فست‌فود، خدمات، راحتی و فضای فست‌فود در انتخاب فست‌فود نام می‌برد.

میورا، تورل و گیسکز^۲ (۲۰۱۱) پژوهشی با هدف بررسی تفاوت‌های اقتصادی و اجتماعی در مصرف غذای بیرون‌بر در بزرگسالان انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد درآمد ارتباط کمی با مصرف غذای بیرون‌بر سالم و غیرسالم دارد. بدین صورت که افراد با درآمد پایین، مصرف‌کننده غذای بیرون‌بر با کالری کم‌تر بودند. ضمن این که تحصیلات با مصرف غذای بیرون‌بر رابطه معکوسی داشته است.

با این اوصاف، براساس مرور ادبیات پژوهشی مرتبط می‌توان عوامل اجتماعی را فاکتور اثرگذاری در حوزه سبک تغذیه‌ای و الگوی غذایی دانست. این فاکتورهای جامعه‌شناختی در پژوهش حاضر به‌عنوان متغیر مستقل انتخاب شده‌اند. در پژوهش حاضر بر خلاف پژوهش‌های پیشین تلاش شده است با دیدگاه جامعه‌شناختی از مصرف غذایی افراد تعریف دقیقی در قالب سبک تغذیه‌ای ارائه کرد تا کنش مصرفی در حوزه تغذیه با توجه به جنبه‌ها و مؤلفه‌های جامع‌تری مورد مطالعه قرار گیرد.

شیراز از جمله کلان‌شهرهایی است که همراه با فرایند صنعتی شدن با افزایش مصرف روز افزون بیرون‌بر و فست‌فود روبرو است. با توجه به خلأ تحقیقات مبتنی بر نظریات جامعه‌شناسی تغذیه در شهر شیراز، جامعه آماری در این پژوهش، کلان شهر شیراز قرار داده شده است، تا بتوان به نتایج قابل اتکا در مورد علل اجتماعی مرتبط با سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف بیرون‌بر دست یافت.

مبانی و چارچوب نظری

این واقعیت که در زمینه غذا، تضاد اصلی (سرمایه اقتصادی) به‌طور کلی با تفاوت در درآمد مطابقت دارد، تضادهای ثانویه‌ای را پنهان کرده است که هم در طبقات متوسط و هم در طبقات بالا وجود دارد، یعنی تضاد گروه‌هایی که سرمایه فرهنگی بیشتر و سرمایه اقتصادی کمتری دارند با کسانی که دارایی‌هایشان بر عکس این گروه ساخت‌یافته است. معمولاً محققان تأثیر صرف درآمد را در این واقعیت می‌بینند که هر قدر جایگاه فرد در سلسله مراتب اجتماعی بالاتر باشد، مبلغی که خرج غذاهای ارزان، سنگین، پرچرب و چاق‌کننده می‌شود رو به کاهش می‌رود. درحالی که فرد سهم فزاینده‌ای از بودجه خود را صرف گوشت بدون چربی و غذاهای سبک‌تر می‌کند. گرچه درآمد نقش مهمی در تعیین میزان فاصله از جبر ایفا می‌کند با این حال توجه صرف به سرمایه اقتصادی در روشن ساختن سبک مصرفی کافی نیست و نمی‌تواند مواردی که درآمدهای مساوی به الگوهای مصرف سرپا متفاوتی منجر می‌شود را تبیین کند (بورديو، ۱۳۹۹: ۲۴۷).

همچنین از نظر بورديو، موقعیت ساختاری و رویه‌های فرهنگی همچون مصرف و مصرف‌گرایی، متغیرهایی مستقل هستند. بنابراین مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به‌عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست، نه

1. Sharma & Tiwari

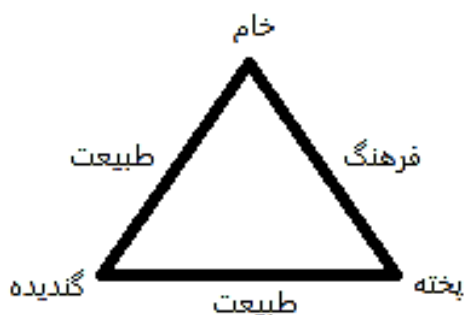
2. Miura, Turrell & Gisskes

صرف به مثابه راهی برای بیان تفاوت‌های ناشی از عوامل اقتصادی بوجود آمده است (باکاک، ۱۳۹۸: ۹۶). بنابراین آنچه به تبیین همه‌جانبه الگوی مصرف کمک می‌کند توجه به سرمایه فرهنگی و اجتماعی در کنار سرمایه اقتصادی است (فاضلی، ۱۳۹۸: ۲۵). بنابراین بر اساس نظر بوردیو سه عامل وضعیت اقتصادی، طبقه اجتماعی و همچنین سرمایه فرهنگی شکل‌دهنده و معرف طبقه افراد بوده و بر انتخاب‌های تغذیه‌ای افراد اثرگذار هستند.

طبق نظر فیشر (۱۹۸۸) غذای انتخابی انسان فرصتی است، برای ایجاد تمایز بین گروه خود با گروه‌های دیگر و همچنین عضویت فرد در یک فرهنگ یا گروه خاص را مشخص می‌سازد. غذاها بخشی از پیوند بنیادی بین خود و جهان، فرد و جامعه، عالم خرد و عالم بزرگ هستند. بنابراین روشن است که سیستم‌های آشپزی تحت جهان‌بینی خاصی شکل می‌گیرند و با قراردادن غذا در یک پیوستگی در معنابخشیدن به انسان و جهان اثرگذار می‌باشند. انتخاب غذا را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از طبقه‌بندی‌ها که توسط یک فرهنگ، مذهب، تأمین سلامت و قوانین مرتبط با آن‌ها انجام می‌شود، درک کرد. در سطح اول، تحول‌های انجام شده توسط مواد غذایی کاملاً مادی نیستند، مواد اولیه غذایی توسط انسان از طبیعت به فرهنگ منتقل می‌شوند و در یک طبقه‌بندی کلی، فرهنگ، جهان را به آنچه غذا است و آنچه غذا نیست تقسیم می‌کند. سطح دوم طبقه‌بندی، که گاه مذهبی نامیده می‌شود، در مورد مواد غذایی که قبلاً به این ترتیب طبقه‌بندی شده‌اند اعمال می‌شود. اگر یک غذا ممنوع نباشد، منع آن هیچ معنایی ندارد. مواد غذایی طبقه‌بندی شده هم به‌عنوان خوراکی و هم به‌عنوان حق غذا خوردن تابع قوانین مناسب هستند. هیچ غذایی برای همه در هر زمان، در هر شرایطی، به هر مقدار مناسب نیست. سلامتی یکی دیگر از معیارهای مهم سازماندهی مواد غذایی است. بسیاری از فرهنگ‌ها غذاها را براساس فضایل اساسی آنها طبقه‌بندی می‌کنند. علاوه بر معیارهای حاکم بر این قوانین ویژگی‌های افرادی که غذا می‌خورند: سن، جنس، طبقه و نقش اجتماعی آن‌ها نیز از جمله عوامل مؤثر در انتخاب غذا شناخته می‌شوند (Fischler, 1988: 278-282).

از نظر دورف در انتخاب نوع تغذیه جدا از شرایط فیزیولوژیکی، معیارهای اجتماعی از جمله قواعد، دستورالعمل‌ها، اختراعات، ممنوعیت‌ها و ترویج غذایی در شکل‌گیری رفتارهای تغذیه‌ای مؤثر هستند. همچنین شرایط اقتصادی و امکان دستیابی به مواد غذایی، عادات غذایی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. انسان در فاصله نیاز گرسنگی و ارضاء خوردن و نوشیدن کل نظام فرهنگی خود را به کار می‌گیرد. تمامی عوامل طبیعی و اجتماعی، فرهنگی میان یکدیگر به صورت یک شبکه و نیز در ارتباط با انسان تغذیه‌کننده به گونه‌ای به یکدیگر پیوسته‌اند که قابل تشخیص بوده و نیز به صورت ثابت می‌باشد، در عین حال، از قابلیت رشد و انهدام نیز برخوردار است (نوابخش و مثنی، ۱۳۸۹: ۴۳). دورف دو مفهوم گرسنگی و اشتها را از هم متمایز می‌سازد. در گرسنگی معیارهای جسمانی نقش مؤثرتری دارند ولی در اشتها نقش معیارهای اجتماعی و عوامل فرهنگی برجسته‌تر است. در واقع اشتها به کمک عوامل بیرونی جهت می‌گیرد و در جوامع مختلف بر اساس فرهنگ‌های مختلف، متفاوت است.

به زعم لوی اشتراوس، غذا مداوماً مرزهای میان فرهنگ و طبیعت را در می‌نوردد. با توجه به این‌که لوی اشتراوس استدلال می‌کند که پخت‌وپز به‌عنوان یک عملیات حیاتی تلقی می‌شود، در حوزه غذا خوردن، پخت‌وپز چیزی است که طبیعت مواد اولیه را به فرهنگ غذای قابل قبول برای انسان تبدیل می‌کند. این ایده‌ها را با توجه به اصطلاح مثلث آشپزی خود فرموله می‌کند. غذای خام، در اوج مثلث، از طریق تحول فرهنگی به غذای پخته تبدیل می‌شود. با این حال، غذای پخته شده ممکن است به واسطه تغییر شکل طبیعی دچار پوسیدگی شده و در ادامه بازیابی شود. مطمئناً، غذای خام تازه، خود می‌تواند از طریق فرایند پوسیدگی، دوباره به چرخه طبیعت و حالت طبیعی دیگر تبدیل شود، همانطور که در مثلث آشپزی نشان می‌دهد (Beardsworth & Keil, 2002: 61). فرهنگ عامل مهمی در چرخه غذایی است که علاوه بر پذیرش خاص برخی مواد خام، شیوه تبدیل غذای خام به پخته را نیز تعریف می‌کند. در شکل شماره ۱، مثلث آشپزی لوی اشتراوس ترسیم شده است.



شکل ۱- مثلث آشپزی لوی اشتراوس

لوی اشتراوس غذا را همچون زبان وسیله‌ای برای ایجاد ارتباط می‌داند این ارتباط هم از جهت سهمیم کردن دیگران در غذا و هم به‌عنوان وسیله‌ای برای شناساندن هویت شخصی فرد استفاده می‌شود. درباره انسان این قراردادهای اجتماعی هستند که تعیین می‌کنند، که چه چیز غذا است و چه چیز غذا نیست، چه نوع خوراکی را و در چه زمانی باید بخوریم (ودادهیر، ۱۳۹۶: ۱۴۵).

سرمایه اجتماعی از دیدگاه پاتنام، عبارت است از خصایصی از زندگی اجتماعی - شبکه، هنجار و اعتماد- که کنشگران را قادر می‌سازند تا همراه با هم به شکل مؤثرتری برای دنبال کردن اهداف مشترک عمل کنند (Putnam, 2000:19 به نقل از فاضلی، ۱۳۹۸: ۱۰۹). سرمایه اجتماعی موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. از نظر او اعتماد متقابل و وجود ارتباط بین اعضاء در شبکه منابعی هستند که در کنش‌های اعضاء جامعه یافت می‌شود. همچنین سرمایه اجتماعی می‌تواند با تسهیل کنش‌های هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشد (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۵۸ به نقل از تنهایی‌حسین و حضرتی‌صومعه، ۱۳۸۸: ۴۶). در واقع وجود سرمایه اجتماعی در جوامع از مؤلفه‌های مؤثر برای ایجاد تعامل‌های سازنده بین اعضاء جامعه و یک منبع اصلی برای دستیابی جامعه به اهدافش شناخته می‌شود. پاتنام از سه خصوصیت محوری، شبکه، هنجار همیاری و اعتماد برای شناخت میزان سرمایه اجتماعی نام می‌برد که طبق نظر او شبکه خاستگاه دو مؤلفه هنجار همیاری و اعتماد است و بین این سه خصیصه روابط پیچیده و هماهنگی برقرار است. شبکه از نظر پاتنام روابط اجتماعی بین افراد و تعاملات آنان با یکدیگر است و این خصیصه بنیادی‌ترین جزء سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۶ به نقل از منصوریان و قدرتی، ۱۳۸۸، ۱۹۶).

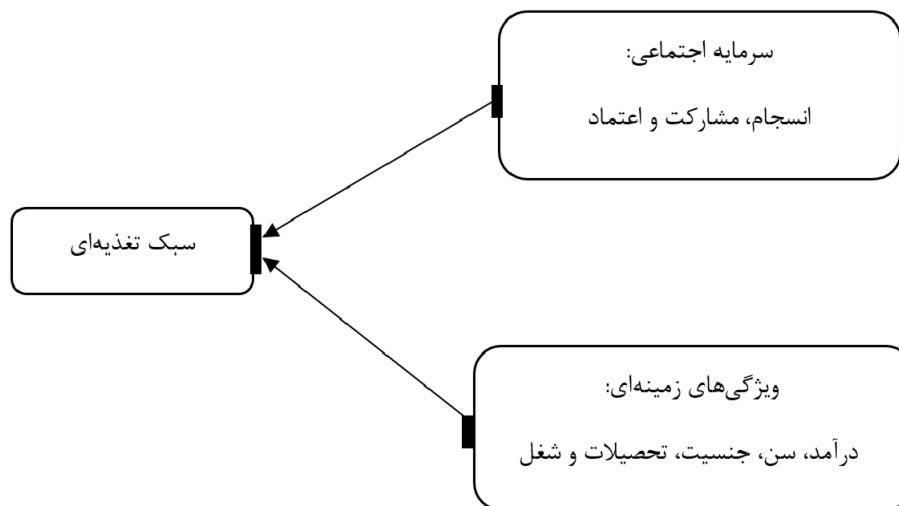
پاتنام، مشخصاً تأکید بسیاری بر نقش فعالیت‌های انجمنی دارد که مکرراً اقوام و آشنایان دور را به صورت رودررو، گرد هم می‌آورند و از این طریق، عادات همکاری، همبستگی و نشاط عمومی را که او به‌عنوان منشاء اعتماد و بده‌بستان اجتماعی فراگیر می‌بیند، نهادینه می‌کند (هابز و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۶).

همچنین پاتنام معتقد است که افراد برخوردار از منابع نسبت به افراد فاقد منابع، از اعتماد بیشتری برخوردارند. به نظر وی تقریباً در همه جوامع ندارها کمتر از ثروتمندان اعتماد می‌کنند و شاید به این خاطر که دیگران با افراد دارای منابع، با صداقت و احترام بیشتری رفتار می‌کنند (وثوقی و آرام، ۱۳۸۸: ۱۴۳).

وبر، نقش نظام فرهنگی و ارزش‌ها و هنجارهای مورد تأکید این نظام را بر کنش‌های افراد، مهم و اساسی ارزیابی می‌کند. از دیدگاه وی، انتخاب‌های افراد در جامعه و به تبع آن کنش‌های آنان، متأثر از معنای ذهنی است که افراد تحت تأثیر فرهنگ برای کنش‌های خود قائل‌اند. براساس مدل وبر تعامل تمایل‌ها و منابع، کنش یا به تعبیری انتخاب‌های افراد یا جمع را پدید می‌آورد که به الگو یا مجموعه حاصل از آن، سبک زندگی می‌گوییم. به بیانی مشروح‌تر، فرد یا جمع، جهت کنش را تعیین و منبع در دسترس - که در پیوند با عوامل ساختاری، فرصت‌های زندگی فرد یا جمع را پدید می‌آورند - بستر بروز کنش را فراهم می‌کنند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۱۹ به نقل از ساعی، ۱۳۹۳: ۲۹).

در میان نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی تغذیه، پاتنام نیز ضمن بیان سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل مؤثر در شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای، تأکید می‌کند که سرمایه اجتماعی دارای سه مؤلفه شبکه اجتماعی، هنجار همیاری و اعتماد است. از دیدگاه او، سرمایه اجتماعی نقش اساسی در شکل‌گیری و تغییر سلیقه افراد جامعه دارد. افرادی که سرمایه اجتماعی بالایی دارند، در مواجهه با سبک‌های زندگی مختلف مقاومت بیشتری نشان می‌دهند و افراد با سرمایه اجتماعی ضعیف امکان تأثیرپذیری بیشتری دارند. طبق تعاریف پاتنام جهت بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی تغذیه‌ای، لازم است هر سه خصیصه سرمایه اجتماعی بررسی شود. در این پژوهش تلاش شده است به کمک نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام، تأثیر عوامل اجتماعی بر سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف بیرون‌بر در شیراز بررسی شود.

در این پژوهش با توجه به چارچوب نظری سرمایه اجتماعی پاتنام، مدل پژوهش (شکل ۲) ارائه گردیده است. در این مدل سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف بیرون‌بر به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. متغیرهای مستقل نیز در این پژوهش سرمایه اجتماعی با ابعاد، انسجام، مشارکت و اعتماد هستند. همچنین متغیرهای زمینه‌ای با توجه به پژوهش‌های پیشین و نظریات تحقیق به‌عنوان متغیرهای مستقل جنسیت، سن، شغل، درآمد و تحصیلات انتخاب شده‌اند.



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش

روش و داده‌های تحقیق

روش پژوهش در این تحقیق، به جهت وسعت جامعه آماری با استفاده از روش پیمایشی با رویکرد کمی انجام شده است و بر اساس معیار زمان از نوع مقطعی بوده است. همچنین برای تهیه چارچوب نظری پژوهش از روش اسنادی (کتابخانه‌ای) یعنی رجوع به منابع علمی موجود استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات از طریق پژوهش میدانی و ابزار مورد استفاده در آن پرسشنامه می‌باشد.

جامعه آماری پژوهش حاضر باتوجه به قابل دسترس بودن و داشتن استقلال مالی ساکنان ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز انتخاب شده‌اند. بر اساس داده‌های سازمان معاونت برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهر شیراز، جمعیت ساکنان ۱۸ سال و بالاتر این شهر تا سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۱۹۳۶۹۳ نفر است.

داده‌ها در این پژوهش به دلیل توزیع جغرافیایی پراکنده افراد مورد پژوهش و همچنین در دسترس نبودن افراد جامعه به کمک روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای جمع‌آوری شده‌اند. واحد نمونه‌گیری مشتمل بر خوشه‌ها و مناطق جغرافیایی شهر شیراز قرار گرفته است، به‌گونه‌ای که پاسخگویان موجود در یک منطقه به‌عنوان خوشه در نظر گرفته شده‌اند و سپس به کمک گزینش تصادفی به‌عنوان نمونه انتخاب گردیده‌اند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۴۲۰ نفر برآورد شده است. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه استاندارد شده از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مرضیه ساعی بوده است (ساعی، ۱۳۹۳). که با توجه به متغیرهای مشترک استفاده شده است و همچنین محقق گویه‌های سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای را به آن اضافه نموده است. در نهایت، سوالات پرسشنامه تهیه شده در این پژوهش ساختاریافته به همراه یک پرسش تشریحی بوده است.

همچنین متغیرهای زمینه‌ای درآمد، سن، جنسیت، تحصیلات و شغل نیز که در پژوهش‌های پیشین از عوامل مؤثر بر سبک غذایی شناخته شده‌اند در این پژوهش نیز انتخاب شده است تا تأثیر این متغیرهای در بین مردم شهر شیراز بررسی شده و بدین روش بتوان به پژوهشی جامع با استفاده از تجربه پژوهش‌های پیشین در حوزه جامعه‌شناسی تغذیه در شهر شیراز دست یافت.

در این قسمت متغیرهای مستقل و وابسته به دو صورت مفهومی و عملیاتی تعریف شده‌اند. متغیرهای تحقیق با کمک چارچوب نظری مشخص شده‌اند. هدف تحقیق حاضر، بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و فرهنگی بر سبک زندگی تغذیه‌ای با تأکید بر مصرف بیرون‌بر بوده است. از این رو، متغیر وابسته در این پژوهش، سبک زندگی تغذیه‌ای می‌باشد. همچنین متغیرهای مستقل، سرمایه فرهنگی در ابعاد عینیت‌یافته، تجسم‌یافته و نهاد، سرمایه اجتماعی در ابعاد انسجام، مشارکت و اعتماد و متغیرهای زمینه‌ای، سن، جنسیت، تحصیلات، شغل و درآمد می‌باشند. در ادامه تلاش شده است ابتدا تعریف مفهومی و سپس تعریف عملیاتی از متغیرها ارائه شود.

سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای: سبک زندگی عبارت است از طیف رفتاری‌ای که اصلی انسجام‌بخش بر آن حاکم است و عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و زاینده انتخاب‌های مردم در میان محدودیت‌های ساختاری‌شان است (فاضلی، ۱۳۹۸: ۸۴). طبق نظر فاضلی، هر عرصه‌ای از زندگی که دارای این ویژگی‌ها باشد را می‌توان، سبک زندگی در آن عرصه معرفی کرد. دوبریانوف^۱ یک نمونه تقسیم‌بندی عرصه‌های مختلف زندگی را ارائه کرده است. یکی از عرصه‌هایی که نام برده است، عرصه زندگی روزمره و فعالیت بازتولید زندگی (حفظ و بازتولید نیروهای حیاتی) است (فاضلی، ۱۳۹۸: ۶۷). بنابراین، تغذیه به‌عنوان فعالیتی که به بازتولید زندگی کمک می‌کند عرصه‌ای است که در صورت داشتن ویژگی‌های فوق می‌تواند سبک

^۱. Dobrianov

زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای تعریف شود. در پژوهش حاضر، برای مشخص کردن سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای، از گویه‌های محقق ساخته با ۶ گزینه (کاملاً موافق، موافق، نسبتاً موافق، نسبتاً مخالف، مخالف و کاملاً مخالف) در ابعاد رفتار تحقق یافته، انتخابی بودن و رفتار متمایزکننده با توجه به تعریف دکتر فاضلی در قسمت تعریف مفهومی مقاله استفاده شده است. ابعاد و گویه‌های سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای به تفکیک در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱- ابعاد و گویه‌های سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای (فاضلی، ۱۳۹۸: ۸۴)

ابعاد	گویه	
رفتار تحقق یافته	دفعات رفتن به بیرون بر (غذاخوری و فست فود)، تهیه غذای بیرون بر اولین گزینه پیشنهادی برای هر وعده غذایی (صبحانه، ناهار و شام)	سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای
انتخابی	ترجیح دادن صرف غذا بیرون بر نسبت به تهیه غذای خانگی با وجود مهارت، صرف هزینه برای تهیه غذای بیرون بر تأثیری در محدودیت بودجه مالی خانواده ندارد	
تمایزکننده	آشپزی وظیفه خانواده نیست، اولویت قائل شدن برای علاقه‌مندی‌های فردی (ورزشی، دورهمی، هنری) نسبت به صرف زمان برای آشپزی	

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی هر جامعه ناشی از وضعیت فرهنگی و اجتماعی موجود است. در واقع سرمایه اجتماعی یکی از شاخص‌های مهم وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه است. سرمایه اجتماعی بیشتر روی شبکه روابط، اعتماد و مشارکت در اجتماع محلی و همکاری‌های گروهی در قالب گروه‌ها و تشکل‌های مدنی و مردمی تأکید دارد. پاتنام معتقد است اعتماد به معنای وجود حلقه مطمئن از روابط میان افراد و گروه‌هاست که این حلقه‌ها هنجارها را تعیین و انتظارات را بین افراد به وجود می‌آورند (Putnam 2000). به نقل از ساعی، ۱۳۹۳: ۴۸). برای اندازه‌گیری میزان سرمایه اجتماعی از گویه‌هایی با ۶ گزینه (کاملاً موافق، موافق، تا حدی موافق، مخالف و کاملاً مخالف) در زمینه مشارکت در کارهای گروهی، اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی استفاده شده است (ساعی: ۱۳۹۳، ۴۹). ابعاد و گویه‌های سرمایه اجتماعی به تفکیک در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲- ابعاد و گویه‌های سرمایه اجتماعی

نام متغیر	ابعاد	گویه‌های مورد سنجش
سرمایه اجتماعی	انسجام	تلاش در کمک به افراد نیازمند، داشتن روابط صمیمی با اطرافیان، داشتن دوستانی از سایر اقوام و زبان‌ها، داشتن حمایت عاطفی از سوی فامیل و بستگان در صورت به وجود آمدن مشکلات.
	مشارکت ورزشی	شرکت در هیئت‌های عزاداری، مشارکت در جمع‌آوری اعانه به افراد نیازمند، شرکت در فعالیت‌های ورزشی
	اعتماد	قرض دادن پول به افراد نیازمند، عدم اعتماد به افراد در این دوره و زمانه، عدم اعتماد به افراد دیگر به غیر از خانواده

یافته‌ها

(۱) یافته‌های توصیفی

در بخش توصیفی پژوهش حاضر متغیرهای مستقل (جنسیت، سن، تحصیلات، وضعیت اشتغال و درآمد) در مقایسه با متغیر وابسته (سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای مصرف بیرون‌بر)، مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. همچنین علت گرایش به مصرف بیرون‌بر در قالب سؤال تشریحی مورد پرسشگری قرار گرفته است و نتایج آن در شش بخش (مشغله کاری، تفریح و تنوع، خوشمزگی و طعم، درخواست فرزندان، زندگی مجردی و راحتی) با متغیر وابسته پژوهش و گویه اصلی متغیر وابسته مورد ارزیابی و مقایسه قرار گرفته است.

طبق نتایج بدست آمده بیشترین میزان مصرف غذای بیرون‌بر در میان مردان و زنان، به صورت هفتگی و کمترین میزان مصرف غذای بیرون‌بر در بازه زمانی بیشتر از چندماه یکبار صورت گرفته است. همچنین طبق نتایج، ۷۶/۲ درصد پاسخگویان مرد و ۲۳/۸ درصد آن‌ها زن بوده‌اند. سن پاسخگویان بین ۱۸ تا ۶۸ سال بوده است. مردان بیشتر از زنان جهت تهیه غذای بیرون‌بر مراجعه کرده‌اند. به نظر می‌رسد تجرد و مهارت پایین مردان در آشپزی در مراجعه بیشتر آن‌ها به مراکز تهیه غذای بیرون‌بر مؤثر بوده است. همچنین با توجه به نوع تقسیم کار در جامعه ما تهیه و خرید غذای خارج از خانه بیشتر یک وظیفه مردانه تعریف شده است به همین علت جمعیت مردان در جامعه نمونه بیشتر از زنان است.

بالاترین میزان مراجعه به مراکز تهیه غذای بیرون‌بر مربوط به سنین بین ۱۸-۲۸ سال بوده است. همچنین کمترین میزان مراجعه مربوط به سنین ۶۸-۵۸ سال نشان داده شده است. بیشترین مراجعه‌کنندگان به مراکز تهیه غذای بیرون‌بر به ترتیب سطح تحصیلات، دارای مدرک لیسانس، مدرک دیپلم، مدرک فوق لیسانس و بالاتر، فوق دیپلم و زیر دیپلم بوده‌اند. همچنین افراد با مدرک زیر دیپلم، بیشتر به صورت ماهانه و بقیه گروه‌ها بیشتر به صورت هفتگی مصرف‌کننده غذای بیرون‌بر بوده‌اند.

بیشترین فراوانی در سبک تغذیه‌ای را به ترتیب شاغلان تمام وقت با مجموع فراوانی ۱۷۰، شاغلان نیمه‌وقت با فراوانی ۸۲ و دانشجویان با فراوانی ۷۱ داشته‌اند. همچنین فراوانی ۱۶ سبک تغذیه‌ای مخصوص گروهی بوده است که فاقد شغل بوده‌اند. بنابراین افرادی که دارای شغل تمام‌وقت بوده‌اند بیشترین مراجعه‌کنندگان و همچنین افراد بیکار، جزء کمترین مراجعه‌کنندگان به مراکز تهیه غذای بیرون‌بر بوده‌اند.

افراد با درآمدی بین ۶ تا ۱۰ میلیون تومان بیشترین میزان مصرف غذای بیرون‌بر را داشته‌اند. همچنین افراد با درآمد ۲ میلیون تومان و کم‌تر به نسبت سایر گروه‌های درآمدی، مصرف پایین‌تری داشته‌اند. همه گروه‌های درآمدی بیشترین نوع مصرف‌شان در بازه زمانی هفتگی بوده است.

تنوع، تفریح و مشغله کاری علت اصلی گرایش افراد به مصرف غذاهای بیرون‌بر بوده است و مشغله کاری اصلی‌ترین علت مصرف روزانه بیرون‌بر بیان شده است. همچنین زندگی مجردی تأثیرگذاری کم‌تری نسبت به سایر علل در گرایش به مصرف بیرون‌بر داشته است. افرادی که به علت مشغله کاری، خوشمزگی، طعم، درخواست فرزندان و راحتی، بیرون‌بر مصرف می‌کنند بیشتر به صورت هفتگی، افرادی که به علت تنوع، تفریح و زندگی مجردی بیرون‌بر مصرف می‌کنند بیشتر در بازه زمانی ماهانه مصرف‌کننده بیرون‌بر بوده‌اند.

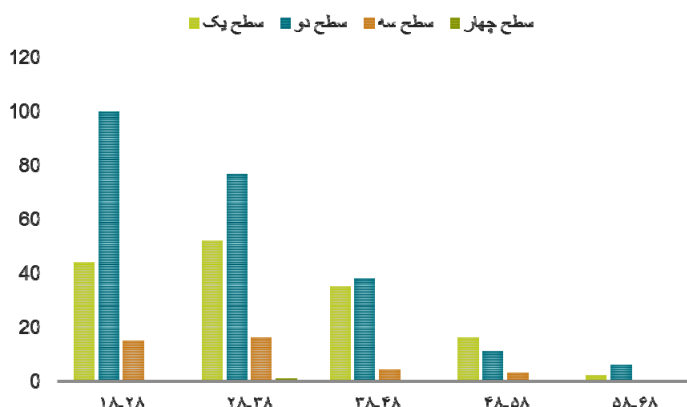
در این پژوهش، سبک تغذیه‌ای در شش سطح مورد پرسشگری قرار گرفته است. سطح یک، شامل سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی و سطح شش، شامل سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بوده است. بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در این تحقیق، مردم شهر شیراز بین سطوح یک تا چهار سبک تغذیه قرار داشته‌اند. ۵۲ درصد از جمعیت نمونه در سطح دوم تغذیه قرار گرفته‌اند و تمایل نزدیک به سبک غذایی مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی داشته‌اند. همچنین تنها ۳ درصد در سطح چهارم سبک تغذیه‌ای قرار گرفته‌اند به این معنا که سبک تغذیه‌ای نزدیک به مصرف غذایی مبتنی بر خارج از خانه داشته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت سبک تغذیه‌ای در شهر شیراز مبتنی بر غذاهای خانگی است.

زنان در سطح یک تغذیه‌ای مبتنی بر غذای خانگی درصد بالاتری نسبت به مردان و مردان در سطح دوم تغذیه‌ای فراوانی بیشتری نسبت زنان داشته‌اند.



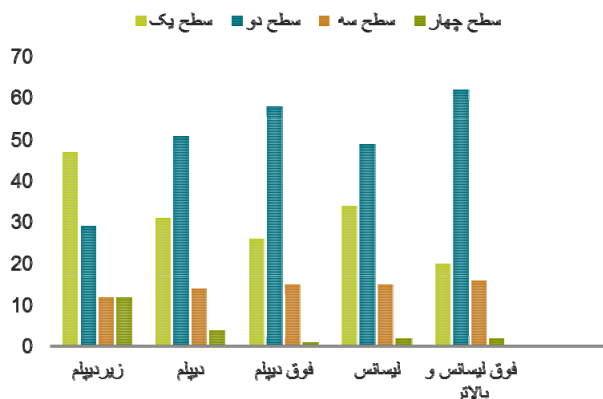
شکل ۳- فراوانی سبک تغذیه‌ای به تفکیک جنسیت

گروه سنی بین ۲۸-۳۸ سال بیشترین فراوانی را در سطح سوم و نزدیک به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر داشته‌اند. همچنین گروه سنی ۵۸-۶۸ کمترین فراوانی را در سطح یک و نزدیک به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذای خانگی داشته‌اند.



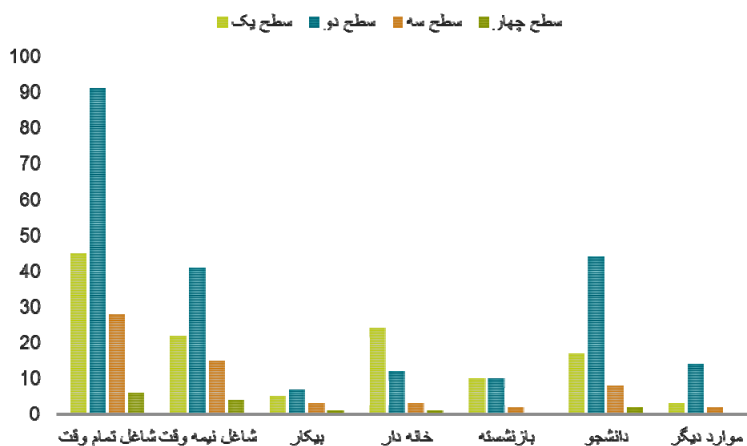
شکل ۴- فراوانی سبک تغذیه‌ای به تفکیک سن

افراد با سطح تحصیلات دیپلم در سطح چهارم و سوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر بوده‌اند. همچنین افراد با سطح تحصیلات فوق دیپلم در سطح اول و دوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذای خانگی بوده‌اند.



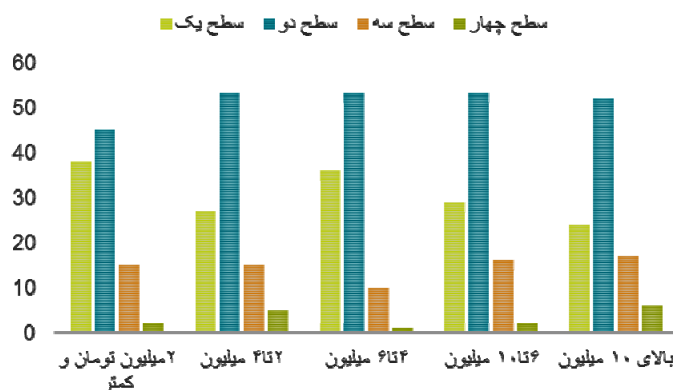
شکل ۵- فراوانی سبک تغذیه‌ای به تفکیک تحصیلات

افرادی که شغل تمام‌وقت داشته‌اند در سطح چهارم و سطح سوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر بوده‌اند. همچنین افراد بازنشسته در سطح اول و دوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذای خانگی بوده‌اند.



شکل ۶- فراوانی سبک تغذیه‌ای به تفکیک اشتغال

افرادی که درآمدشان بالای ۱۰ میلیون تومان بوده است در سطح چهارم و سوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر بوده‌اند. همچنین افراد بازنشسته در سطح اول و دوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذای خانگی بوده‌اند.



شکل ۷- فراوانی نسبی سبک تغذیه‌ای به تفکیک درآمد

فراوانی افرادی که به علت مشغله کاری بیرون‌بر مصرف می‌کنند در سطح تغذیه‌ای سه و چهار بیشتر از سایر گروه‌ها است و همچنین درصد افرادی که به علت درخواست فرزندان بیرون‌بر مصرف می‌کنند در سطح تغذیه‌ای یک بیشتر از سایر گروه‌ها می‌باشد. بنابراین افرادی که به علت مشغله کاری بیرون‌بر مصرف می‌کنند سطح نزدیک‌تر به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر دارند و کسانی که به علت درخواست فرزندان بیرون‌بر مصرف می‌کنند سبک تغذیه‌ای مبتنی بر غذاهای خانگی دارند.

۲) یافته‌های تحلیل دومتغیری

در ادامه به بررسی متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) و زمینه‌ای پژوهش و ارتباط آن‌ها با سبک تغذیه‌ای پرداخته شده است. طبق جدول ۳، از بین ۴۲۰ نفر نمونه مورد بررسی، ۲ نفر دارای سرمایه اجتماعی بسیار کم، ۱۶ نفر دارای سرمایه اجتماعی کم، ۶۰ نفر دارای سرمایه اجتماعی نسبتاً کم، ۱۷۴ نفر دارای سرمایه اجتماعی نسبتاً زیاد، ۱۵۶ نفر دارای سرمایه اجتماعی زیاد و ۱۲ نفر دارای سرمایه اجتماعی بسیار زیاد بوده‌اند. همچنین ۵ نفر انسجام اجتماعی بسیار کم، ۳۴ نفر انسجام اجتماعی کم، ۱۳۳ نفر انسجام اجتماعی نسبتاً کم و ۲۴۸ نفر انسجام اجتماعی نسبتاً زیاد داشته‌اند. در خصوص مشارکت اجتماعی، ۵۶ نفر به میزان بسیار کم، ۱۶۵ نفر به میزان کم و ۱۹۹ نفر به میزان نسبتاً کم دارای اعتماد اجتماعی بوده‌اند و در نهایت، اعتماد اجتماعی ۹۳ نفر به میزان بسیار کم، ۲۲۵ نفر به میزان کم و ۱۰۲ نفر به میزان نسبتاً کم بوده است.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان در متغیرهای مستقل

مجموع	بسیار زیاد	زیاد	نسبتاً زیاد	نسبتاً کم	کم	بسیار کم	متغیر مستقل	
۴۲۰	۱۲	۱۵۶	۱۷۴	۶۰	۱۶	۲	فراوانی	سرمایه اجتماعی
۱۰۰	۲/۹	۳۷/۱	۴۱/۴	۱۴/۳	۳/۸	۰/۵	درصد	
۴۲۰	-	-	۲۴۸	۱۳۳	۳۴	۵	فراوانی	انسجام
۱۰۰	-	-	۵۹	۳۱/۷	۸/۱	۱/۲	درصد	
۴۲۰	-	-	-	۱۹۹	۱۶۵	۵۶	فراوانی	مشارکت
۱۰۰	-	-	-	۴/۴	۳۹/۳	۱۳/۳	درصد	
۴۲۰	-	-	-	۱۰۲	۲۲۵	۹۳	فراوانی	اعتماد
۱۰۰	-	-	-	۲۴/۳	۵۳/۶	۲۲/۱	درصد	

طبق نتایج آزمون پیرسون بین سرمایه اجتماعی و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود. به این معنا که به هر میزان که نمره سرمایه اجتماعی افراد بالاتر بوده است، سبک تغذیه‌ای از مصرف غذاهای بیرون‌بر فاصله داشته و به سمت مصرف غذاهای خانگی گرایش داشته است.

طبق نتایج جدول ۴ بین انسجام اجتماعی و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد. در واقع شبکه روابط اجتماعی (انسجام اجتماعی) افراد، تأثیری در انتخاب سبک تغذیه‌ای آن‌ها ندارد. براساس نتایج آزمون پیرسون بین مشارکت اجتماعی و سبک تغذیه‌ای رابطه معنادار، ضعیف و معکوسی وجود دارد. به‌گونه‌ای که متغیر مشارکت اجتماعی قادر است کم‌تر از ۴ درصد متغیر سبک تغذیه‌ای را پیش‌بینی کند. بنابراین با افزایش مشارکت اجتماعی و حضور فعال در اجتماعات محلی، گروهی و تشکل‌های مدنی، افراد از سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر فاصله گرفته و به سمت مصرف غذای خانگی می‌روند. همچنین طبق نتایج آزمون پیرسون بین اعتماد اجتماعی و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد.

طبق نتایج آزمون پیرسون بین سن و سبک تغذیه‌ای رابطه معنادار، ضعیف و معکوسی وجود دارد. به‌گونه‌ای که با افزایش سن افراد تمایل آن‌ها به مصرف غذاهای بیرون‌بر کم شده و تمایل آن‌ها به سمت مصرف غذاهای خانگی می‌رود.

جدول ۴- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای

سبک زندگی با تأکید بر الگوی تغذیه‌ای		
سطح معناداری	ضریب پیرسون	
۰/۰۵	-۰/۰۹۵	سرمایه اجتماعی
۰/۸۷۰	۰/۰۰۸	انسجام اجتماعی
۰/۰۰۵	-۰/۱۳۷	مشارکت اجتماعی
۰/۱۲۴	-۰/۰۷۵	اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۳	۰/۱۴۳	سن

طبق نتایج جدول ۵ براساس آزمون T نمونه مستقل فرض برابری واریانس‌ها تأیید می‌شود به این معنا که بین مردان و زنان در سبک تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد. با توجه به میانگین نمره سبک تغذیه‌ای، سبک تغذیه‌ای مردان به سمت سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر نزدیک‌تر از زنان است.

جدول ۵- آزمون T نمونه مستقل

جنسیت	تعداد	میانگین	درجه آزادی	مقدار T	سطح معناداری
مرد	۳۲۰	۲۱	۴۱۸	۴/۸۶۵	۰/۰۰۰
زن	۱۰۰	۱۸			

طبق جدول ۶ براساس نتایج بین وضعیت اشتغال و سبک تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد. به این معنا که هرچه افراد زمان بیشتری را به فعالیت شغلی اختصاص می‌دهند گرایش آن‌ها به مصرف غذاهای بیرون‌بر و انتخاب سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بیشتر می‌شود.

جدول ۶- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بین سبک زندگی تغذیه‌ای و وضعیت اشتغال

وضعیت اشتغال							متغیر وابسته	
موارد دیگر	دانشجو	بازنشسته	خانه‌دار	بیکار	شاغل نیمه وقت	شاغل تمام وقت	میانگین	سبک زندگی تغذیه‌ای
۲۰/۵۷	۲۰/۳۸	۱۷/۶۸	۱۶/۸۰	۲۰/۶۹	۲۰/۵۴	۲۰/۸۶		
مقدار آزمون $F = ۴/۰۵$ ؛ سطح معناداری = ۰/۰۰۱								

طبق نتایج، بین تحصیلات و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد. به این معنا که مدرک تحصیلی افراد تأثیری در انتخاب نوع سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر نداشته است.

جدول ۷- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بین سبک زندگی تغذیه‌ای و سطح تحصیلات

سطح تحصیلات					متغیر وابسته	
فوق لیسانس و بالاتر	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	زیردیپلم	میانگین	سبک زندگی تغذیه‌ای
۲۱/۴۹	۲۰/۰۲	۲۰/۲۰	۲۰/۱۶	۲۰/۱۲		
مقدار آزمون $F = ۰/۷۶۷$ ؛ سطح معناداری = ۰/۶۴۲						

بر اساس نتایج، بین درآمد و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود داشته است و درآمد افراد در انتخاب سبک تغذیه‌ای آن‌ها مؤثر بوده است. هرچه افراد درآمد بالاتری داشته‌اند سبک تغذیه‌ای آن‌ها بیشتری مبتنی بر مصرف غذاهای بیرون بر بوده است.

جدول ۸- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بین سبک زندگی تغذیه‌ای و میزان درآمد خانوار

درآمد خانوار (تومان)					متغیر وابسته	
بالای ۱۰ میلیون	۶ تا ۱۰ میلیون	۴ تا ۶ میلیون	۲ تا ۴ میلیون	۲ میلیون و کمتر	سبک زندگی	تغذیه‌ای
۲۲/۰۰	۲۰/۳۳	۱۸/۸۸	۲۰/۶۶	۱۹/۸۷	میانگین	
مقدار آزمون F = ۳/۲۲ ؛ $P = ۰/۰۱۳$ = سطح معناداری						

۳) یافته‌های تحلیل چندمتغیری

نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر سبک زندگی تغذیه‌ای در جدول ۷ نشان داده شده است. بر اساس نتایج مقدار همبستگی پیرسون پاسخگویان (R) برابر با ۰/۲۶۶ می‌باشد. مقدار ضریب تعیین (R^2) برابر ۰/۰۷۱ بوده و حاکی از آن است که این متغیرها می‌توانند حدود ۷ درصد از واریانس سبک زندگی تغذیه‌ای را تبیین نمایند. مقدار ضریب تعیین استاندارد کل پاسخگویان ($Adj.R^2$) برابر ۰/۰۵۷ که بیانگر آن است که این متغیرها قادر هستند حدود ۵ درصد از واریانس متغیر وابسته را تعیین کنند. بر اساس یافته‌ها متغیرهای انسجام و سرمایه اجتماعی می‌توانند به صورت معناداری ($P < ۰/۰۵$) به تبیین سبک زندگی تغذیه‌ای بپردازند. مقدار B نشان‌دهنده جهت تأثیر مثبت در متغیرهای انسجام و اعتماد و جهت تأثیر منفی در متغیر سرمایه اجتماعی است. همچنین مقدار T در متغیر سرمایه اجتماعی نشان‌دهنده یک نوع رابطه منفی و معنادار با سبک زندگی تغذیه‌ای می‌باشد. متغیر مشارکت اجتماعی متغیر حذف شده در این تحلیل بوده است.

جدول ۹- نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر سبک زندگی تغذیه‌ای

P-VALUE	T	BETA	B	
۰/۰۰۶	۲/۷۴۰	۰/۲۴۱	۰/۴۰۷	انسجام
۰/۵۲۴	۰/۶۳۷	۰/۰۴۷	۰/۰۸۸	اعتماد
۰/۰۱۳	-۲/۴۸۷	-۰/۲۷۹	-۰/۲۲۶	سرمایه اجتماعی

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر، سبک تغذیه‌ای در شیراز همچنان مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی بوده است و سبک تغذیه‌ای گروهی که غذاهای بیرون بر مصرف می‌کنند هنوز تغییر نکرده است و همچنان مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی می‌باشد و افراد بیشتر به علت مشغله کاری و یا ایجاد تنوع مصرف‌کننده غذاهای بیرون بر هستند.

بر اساس نظریه پاتنام، سرمایه اجتماعی عامل مؤثری در شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای افراد جامعه است. از دیدگاه او، سرمایه اجتماعی نقش اساسی در شکل‌گیری و تغییر سلیقه افراد جامعه دارد. افرادی که سرمایه اجتماعی بالایی دارند، در مواجهه با سبک‌های زندگی متفاوت با فرهنگ خود، مقاومت بیشتری نشان می‌دهند و افراد با سرمایه اجتماعی ضعیف امکان تأثیرپذیری بیشتری دارند.

بر اساس نتایج این پژوهش میانگین نمره سرمایه اجتماعی در بین گروه‌های مختلف متوسط رو به بالا و نزدیک به هم بوده است. همچنین متغیر سرمایه اجتماعی با ابعاد تعریف شده در این پژوهش با سبک تغذیه‌ای ارتباط معنادار و معکوسی داشته است. به‌گونه‌ای که با کاهش سرمایه اجتماعی در افراد تمایل آن‌ها به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بیشتر می‌شود.

همچنین با افزایش مشارکت اجتماعی افراد در اجتماعات محلی و گروهی و تشکلهای مدنی گرایش آن‌ها به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر کم می‌شود. در واقع می‌توان چنین نتیجه گرفت که اجتماعات محلی و گروهی در شیراز هنوز به‌عنوان عناصری اجتماعی پایبندی خود را به فرهنگ سنتی حفظ کرده‌اند و به نیرویی در جهت تقویت سبک زندگی اصیل و سنتی و در سطح خرد، سبک تغذیه‌ای سنتی تبدیل شده‌اند. به‌طور کلی براساس نتایج پژوهش حاضر چنین به نظر می‌رسد که مشارکت اجتماعی اثرگذاری بیشتری نسبت به سایر ابعاد سرمایه اجتماعی داشته است.

بنابراین نتایج پژوهش در زمینه سرمایه اجتماعی با چارچوب نظری همخوانی داشته است و گروه‌های مختلف در شیراز به علت برخورداری از سرمایه اجتماعی نسبتاً بالا، پایبندی بیشتری نسبت به سبک تغذیه‌ای رایج و سنتی شیراز داشته و در مقابل تغییرات تغذیه‌ای که در نتیجه فرایند توسعه و صنعتی‌شدن در حال وقوع است، مقاومت بیشتری از خود نشان داده‌اند. به بیان دیگر، به علت بالابودن سرمایه اجتماعی در بین مردم شیراز، سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر هنوز نتوانسته است به سبک رایج تغذیه‌ای تبدیل شود.

سرمایه اقتصادی از دیدگاه بورديو از عوامل مؤثر در انتخاب مصرفی افراد و شکل‌دهی به عادت‌واره‌های غذایی است. در این پژوهش، سرمایه اقتصادی در قالب دو فاکتور مجزا، وضعیت اشتغال و میزان درآمد مورد بررسی قرار گرفته است. بین درآمد و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود داشته است. به‌گونه‌ای که هرچه میزان درآمد افرادی بالاتر بوده است، سبک تغذیه‌ای نزدیک‌تری به مصرف غذاهای بیرون‌بر داشته‌اند. همچنین بین وضعیت اشتغال و سبک تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد. به‌گونه‌ای که افرادی که مشغول به کار بوده‌اند بیشتر از سایر گروه‌ها سبک تغذیه‌ای نزدیک به مصرف غذاهای بیرون‌بر داشته‌اند. اشتغال جزء عوامل مؤثر در گرایش به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر غذاهای بیرون‌بر شناخته شده است.

بر اساس یافته‌های مطالعه حاضر، می‌توان پیشنهادهایی را برای پژوهش‌های آینده در این حوزه مطرح نمود. با توجه به این که تقسیم کار در جامعه ما همچنان بر پایه تقسیم کار سنتی قرار دارد و در اغلب خانوارهای ایرانی مسئولیت آشپزی و تغذیه خانواده بر عهده زنان واقع شده است، به نظر می‌رسد تغییرات در سبک زندگی تغذیه‌ای در ابتدا از جانب زنان رخ می‌دهد. بنابراین بهتر است پژوهشی خاص با هدف قرار دادن جامعه آماری زنان صورت پذیرد تا سبک زندگی تغذیه‌ای خانوارها بهتر شناخته شود. همچنین، با توجه به نتایج پژوهش حاضر، علت مصرف، شرایط زندگی و سبک زندگی تغذیه‌ای در گروه‌های سنی مختلف متفاوت بوده است. بنابراین بهتر است در تحقیق‌های آینده گروه‌های سنی به صورت جداگانه مورد مطالعه قرار گیرند تا تفاوت‌های بین نسلی نیز روشن‌تر شود.

منابع

آقاباری‌هیر، توکل، عباس‌زاده، محمد و محمدپور، ابراهیم (۱۳۹۶). مطالعه جامعه‌شناختی ارتباط تعامل و تأثیر اجتماعی با مصرف غذاهای غیرخانگی، *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، ۶(۱۰)، ۸۵-۱۰۸. <https://doi.org/10.22084/csr.2017.11949.1199>

- اکران، طیبیه و گلی، مهرناز (۱۳۹۶). سبک تغذیه در سلامت انسان از دیدگاه آیات و روایات، *مطالعات قرآنی*، ۸(۳۲)، ۱۵۹-۱۷۶.
<https://sanad.iau.ir/journal/qsf/Article/659663?jid=659663>
- باکاک، رابرت (۱۳۹۸). *مصرف*، (ترجمه خسرو صبری)، تهران: شیرازه کتاب ما.
- بورديو، پير (۱۳۹۹). *تمايز*، (ترجمه حسن چاوشیان)، چاپ ششم، تهران: انتشارات ثالث.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی*، (ترجمه محمدتقی دلفروز)، تهران: جامعه‌شناسان.
- جرموو، جان و ویلیامز، لورن (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی غذا و تغذیه اشتهای اجتماعی*، (ترجمه هما زنجانی‌زاده)، تهران: جامعه‌شناسان.
- حضرتی‌صومعه، زهرا، تنهایی‌حسین، ابوالحسن (۱۳۸۸). بررسی نظری پژوهش‌های سرمایه اجتماعی در جامعه ایران، *علوم رفتاری*، ۱(۱)، ۲۹-۵۲.
<https://www.sid.ir/paper/190418>
- حلم سرشت، پیروش و دل پیشه، اسماعیل (۱۳۸۹). *اصول تغذیه و بهداشت مواد غذایی*، تهران: نشر چهر.
- ساعی، مرضیه (۱۳۹۳). "بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با رفتارهای تغذیه‌ای بین نسلی (مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز)"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- فاضلی، محمد (۱۳۹۸). *مصرف و سبک زندگی*، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- گلابی، فاطمه، آقایی‌هیبر، توکل و ساعی، مرضیه (۱۳۹۵). بررسی گذار تغذیه‌ای در بین نسل‌ها و زمینه اجتماعی مرتبط با آن، *پایش*، ۱۵(۳)، ۲۲۱-۲۲۳.
<http://dorl.net/dor/20.1001.1.16807626.1395.15.3.1.5>
- منصوریان، محمد کریم، قدرتی، حسین (۱۳۸۸). اعتماد اجتماعی و تعیین‌کننده‌های آن: رهیافت نهاد محور یا رهیافت جامعه محور؟ مطالعه موردی: شهر سبزوار، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۰(۲)، ۱۸۹-۲۱۵.
https://jas.ui.ac.ir/article_18185.html
- مهدوی‌کنی، محمدسعید (۱۳۸۷). *دین و سبک زندگی*، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- نوابخش، مهرداد و مثنی، ابوذر (۱۳۸۹). بررسی جامعه‌شناختی تحولات تغذیه در جوامع معاصر، *علوم تغذیه*، ۹(۱)، ۳۳-۴۸.
<https://www.sid.ir/paper/143349>
- وثوقی، منصور، آرام، هاشم (۱۳۸۸). بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهر خلخال استان اردبیل، *پژوهشنامه علوم اجتماعی*، ۳(۳)، ۱۵۴-۱۳۳.
<http://ensani.ir/fa/article/229758>
- ودادهیر، ابوعلی (۱۳۹۶). غذا و طریقت‌های غذایی به‌مثابه میراث فرهنگی، *علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران*، ۱۱۲(۱)، ۱۴۳-۱۵۰.
<https://nsft.sbm.ac.ir/article-1-2630-en.pdf>
- هابز، گراهام، شافر، نیکول (۱۳۸۷). *مبانی مفهومی سرمایه اجتماعی*، (ترجمه محمد مهدی شجاعی باغینی و همکاران)، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- Beardsworth, T., & Keil, A. (1996). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. Taylor & Francis Group.
- Deivanai, D. P. (2016). Factors influencing to Preference of Fast-Food Restaurants. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(8), 20–25. <https://doi.org/10.9790/487x-1808042025>.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Sciences Information. Information Sur Les Sciences Sociales*, 27(2), 275–292. <https://doi.org/10.1177/053901888027002005>
- Ghoochani, O. M., Torabi, R., Hojjati, M., Ghanian, M., & Kitterlin, M. (2018). Factors influencing Iranian consumers' attitudes toward fast-food consumption. *British Food Journal*, 120(2), 409–423. <https://doi.org/10.1108/bfj-12-2016-0612>
- Hassan, F., Kalsoom, S., Sheikh, N. H., & Humayun, A. (2020). Factors affecting food consumption patterns and dietary practices of adolescent girls: an explanatory sequential mixed method study. *Annals of King Edward Medical University*, 26(1), 9-18. <https://doi.org/10.21649/akemu.v26i1.3296>
- Miura, K., Giskes, K., & Turrell, G. (2012). Socio-economic differences in takeaway food consumption among adults. *Public Health Nutrition*, 15(2), 218-226. <https://doi.org/10.1017/S136898001100139X>
- Rezaei, S. M. A. (2017). Frequency and attitudes to fast food consumption in Yasuj, Southwestern Iran. *International Journal of Nutrition Sciences*, 2(2), 92–96. https://ijns.sums.ac.ir/article_43405.html
- Rozin, P. (1996). Socioiocultural influences on human food selection. In E. D. Capaldi (Ed.), *Why we eat what we eat: The psychology of eating* (pp. 233–263). American Psychological Association.
- Sharma, B. K., Jain, M., & Tiwari, D. (2015). Students perception towards social media—with special reference to Management Students of Bhopal Madhya Pradesh. *International Journal of Engineering and Applied Sciences*, 2(1), 30-34.
- Zhong, C.-B., & Devoe, S. E. (2010). You are how you eat: fast food and impatience: Fast food and impatience. *Psychological Science*, 21(5), 619–622. <https://doi.org/10.1177/0956797610366090>