

Research Paper**The cultural factors related to nutritional lifestyle, with emphasis on take away food (A survey on Shiraz's residents)****Ehsan Hamidizadeh^{1*}, Mansour Tabiee,² Fatemeh Javanmardi³**

1- Assistant Professor, Sociology Department, Faculty of economy, management and Social Science, Shiraz University, Shiraz, Iran (Corresponding Author).

2- Assistant Professor, Sociology Department, Faculty of economy, management and Social Science, Shiraz University, Shiraz, Iran

3- M.A of Sociology, Sociology Department, Faculty of economy, management and Social Science, Shiraz University, Shiraz, Iran.

<https://doi.org/10.22034/scart.2024.63284>

Received: June 9, 2023

Accepted: September 28, 2023

Available Online: June 21, 2024

Keywords: lifestyle, nutrition, social factors, take away food, cultural capital.

Abstract

Maintaining and continuing a nutritional lifestyle in any culture as an identity component, is matter. The continuation of this culture also has a positive effect on food security and maintaining the health of the people of the society, the result can be the cultivation of healthy human beings and dynamic and efficient societies. The aim of this study is investigating the cultural factors related to a nutritional lifestyle (with emphasis on the consumption of takeaway food) among residents aged 18 and older in Shiraz. The method of this research is surveying with a quantitative approach and cross-sectional based on time criteria. Also, the method of collecting information is through field research and the tools used in that questionnaire. The statistical population of the present study includes residents aged 18 and over in Shiraz, which is estimated to be 1193693 till 2016. Data in this study were collected using stratified cluster sampling method. The sample size according to Cochran's formula is 420 people. In this study, cultural capital is in objective, visualized and institutional dimensions between different groups has been studied. The cultural capital variable had no significant relationship with nutritional lifestyle but viewed from an institutional point of view, cultural capital, which includes validated credentials in various skills, has had a meaningful relationship with the nutritional style; that is, the higher the qualifications the individuals held, the more their inclination has been towards outsourced nutritional style. Finally, it can be concluded that the take a way food style has not yet been able to become a common nutrition style.

Hamidizadeh, E., Tabiee, M., Javanmardi, F. (2024). The cultural factors related to nutritional lifestyle, with emphasis on take away food (A survey on Shiraz's residents). *Sociology of Culture and Art*, 6 (2), 78 – 97.

Corresponding author: Mansour Tabiee

Address: Department of Sociology, Faculty of economy, management and Social Science, Shiraz University, Shiraz, Iran.

Tell:091711171004

Email: mtabiee@rose.shirazu.ac.ir

Extended Abstract

1- Introduction:

Food not only uses the senses of taste, smell and sight, but also has the ability and power to arouse imagination and memory. The strongest writings about food rarely deal only with the qualities of a particular meal or meal, and almost always contain elements of nostalgia for other times, places, and things, as well as the anticipation of future pleasures (Smith, 1997: 334). Food plays an important role in determining family roles, rules and traditions. It helps us discover the attitudes, practices and rituals around food. Food illuminates our most basic beliefs about ourselves and others. When someone encounters food, the first thing that usually comes to a person's mind is: where does this food come from, how is it made, what ingredients are in it, why is it cooked and prepared in a certain way, what does it taste like? the answer to these questions goes beyond learning to cook. To answer these questions, we must refer to the cultural context of food. In fact, food shows the cultural approach in our lives (Stajic, 2013: 5).

Nutritional consumption style can also be aimed at meeting the needs of the body, paying attention to the growth and health of the person, or with the aim of seeking variety and gaining pleasure, and a suitable and healthy nutritional style is very important for the individual and the society. Every society needs healthy people for its growth and development, a healthy diet can prevent the occurrence of various physical diseases such as cardiovascular diseases, high blood pressure, overweight, etc. Also, a healthy nutritional style that fits the culture of each society plays an effective role in preserving and perpetuating the culture of that society. Iran is known as one of the countries that has a mosaic culture, and due to the presence of different geographical regions, tribes, clans and ethnicities, we see a variety of nutrition that has been formed under the influence of this culture. One of the notable features of Iranian nutritional style is the seasonality of foods, food health and safety, attention to natural balance in the selection of raw materials when cooking food, and availability and harmony with the environment.

The city of Shiraz, like other cities in Iran, has its own accent, customs and local foods, which are rooted in the ancient culture of this city. The existence of a rich historical background and extensive experiences of past generations, which has been reflected in local cuisine, has made this city have a useful and extensive nutritional style. Take-out food as a cultural product imported from America, which is presented in Shiraz in the form of one of the types of take-out food, can create cultural conflicts for individuals and society, as well as have obvious and hidden physical, psychological and social effects and make us from to separate his

native and authentic traditions and expose them to the foreseen and unforeseen damages of this cultural commodity. Also, traditional foods are another type of food presentation in the form of take-out, although this type of food is more compatible with the culture of our society, but the prevalence of consumption and the formation of a nutritional style based on them can break the chain of transmission of food culture to future generations and during Time brings the loss of traditional food culture.

In this research, an attempt has been made to investigate how the nutritional style of the people of Shiraz has changed due to the increase of take-out food centers in recent years, and what cultural factors have been effective in the formation of this type of nutritional. The present study was conducted with the aim of investigating the cultural factors related to the nutritional lifestyle (with an emphasis on the consumption of take-out food) among the residents of Shiraz city of 18 years and older.

2- Methods:

The research method in this research was carried out using a survey method with a quantitative approach for the size of the statistical population and it was cross-sectional based on the time criterion. Also, to prepare the theoretical framework of the research, the documentary (library) method, referring to the available scientific sources, has been used. The method of collecting information is through field research and the tool used in that is a questionnaire. The statistical population of the present study is the residents of Shiraz city aged 18 and older. According to the data of the Deputy Planning and Human Capital Development Organization of Shiraz city, the population of residents aged 18 and above is equal to 1193693 people until 2015. The data in this research were collected using the stratified cluster sampling method due to the scattered geographical distribution of the research subjects and also the unavailability of the community members. The sampling unit consists of clusters and geographical areas of Shiraz city, the sample size is estimated to be 420 people based on Cochran's formula. The instrument used in this research was a standardized questionnaire from Marzieh Sa'i's master's thesis.

3- Findings:

Based on the results, the Pearson correlation value of the respondents (R) is equal to 0.266. The coefficient of determination (R²) is equal to 0.071 and it indicates that these variables can explain about 7% of the variance of nutritional lifestyle. The coefficient of determination of the standard of all respondents (Adj.r²) is equal to 0.057, which indicates that these variables are able to determine about 5% of the variance of the dependent variable. Based on the findings, the institutional variable can

The cultural factors related to nutritional lifestyle, with emphasis on take away food (A survey on Shiraz's residents)

explain nutritional lifestyle significantly ($P < 0.05$). The value of B indicates the direction of positive influence in the institutional variable and the direction of negative influence in objectified and embodied variables. Also, the value of T in the institutional variable ($T = 4.217$) indicates a positive and significant relationship with nutritional lifestyle. The cultural capital variable has been omitted in this analysis.

4- Discussion & Conclusion:

Based on the results obtained from the present research, the nutritional style in Shiraz is still based on the consumption of homemade food, and the nutritional style of the group that consumes outside food has not changed yet and is still based on the consumption of homemade food, and more people due to busy work or creating the variety of consumers are take-out foods. According to Bourdieu's theory, people's performance is formed through their consumption choices, and consumption choices are influenced by social capital, cultural capital, and economic capital. From Bourdieu's point of view, cultural capital is defined as specific individual skills, personal taste,

educational qualifications, and the ways in which a person differentiates himself from others. Cultural capital in the institutional dimension, which includes valid degrees in various skill fields, has had a significant relationship with nutritional style, in such a way that the more valid degrees people have, the higher their tendency towards an out-based nutritional style. Therefore, the result of the research in the dimension of institutional capital is consistent with Bourdieu's theory.

5- Funding:

There is no funding support.

6- Authors' Contributions:

Mansour Tabiee, the corresponding author of this article, Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Economics, Management and Social Sciences, Shiraz University, Shiraz, Iran.

7- Conflict of Interests:

Authors declared no conflict of interest.

مقاله پژوهشی

عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان

شهر شیراز)

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

۱- استادیار بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول).

۲- استادیار بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

۳- کارشناسی ارشد بخش جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.


<https://doi.org/10.22034/scart.2024.63284>

چکیده

حفظ و تداوم سبک زندگی تغذیه‌ای در هر فرهنگ به عنوان یک مولفه هویتی از اهمیت خاصی برخوردار است. تداوم این فرهنگ همچنین تاثیر مثبتی در امنیت غذایی مردم جامعه دارد، که نتیجه‌ی آن می‌تواند پرورش انسان‌های سالم و جامعه‌ای کارآمد باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای (با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر) در بین ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز نگاشته شده است. این پژوهش به روش پیمایشی با رویکرد کمی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز بوده که تا سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۱۹۳۶۹۳ نفر برآورد شده است. داده‌ها در این پژوهش به کمک روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌ای جمع‌آوری شده‌اند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۴۲۰ نفر است. در این پژوهش، سرمایه فرهنگی در ابعاد عینیت‌یافته، تجسم‌یافته و نهادی مورد بررسی قرار گرفته است. متغیر سرمایه فرهنگی با سبک تغذیه‌ای ارتباط معناداری نداشته است. سرمایه فرهنگی در بعد نهادی، رابطه معناداری با سبک تغذیه‌ای داشته است. در نهایت می‌توان چنین نتیجه گرفت که در بین مردم شیراز سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر هنوز نتوانسته است به سبک رایج تغذیه‌ای تبدیل شود.

تاریخ دریافت: ۱۹ خرداد ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۶ مهر ۱۴۰۲

انتشار آنلاین: ۱ تیر ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی: سبک زندگی، سبک

زندگی تغذیه‌ای، سرمایه فرهنگی، غذای

بیرون‌بر

استناد: حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای

بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲)، ۷۸-۹۷.

* نویسنده مسئول: منصور طبیعی

نشانی: گروه جامعه‌شناسی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

تلفن: ۰۹۱۷۱۱۷۱۰۰۴

پست الکترونیکی: mtabiee@rose.shirazu.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

غذا پلی بین طبیعت و فرهنگ است؛ جایی است که عادات غذایی از طریق مفاهیم فرهنگی، غذاهای مناسب و نامناسب را مشخص می‌کند و از طریق روش‌های فرهنگی، آماده‌سازی و مصرف غذا صرف نظر از ارزش غذایی آموخته می‌شود (فیشلر^۱، ۱۹۹۸ به نقل از جرمو و ویلیامز^۲، ۱۳۹۴). غذا از عوامل ارتباطی میان فرد و جامعه است و همچون میراث فرهنگی پیوند دهنده‌ی گذشته، حال و آینده‌ی یک جامعه است. غذا نه تنها حواس چشایی، بویایی و بینایی را بکار می‌گیرد بلکه توانایی و قدرت برانگیختن تخیل و حافظه را دارا است. قوی‌ترین نوشته‌ها درباره غذا به ندرت فقط به کیفیت‌های غذا یا وعده غذایی خاص می‌پردازند و تقریباً همیشه حاوی عناصری از نوستالژی برای زمان‌ها، مکان‌ها و موارد دیگر و همچنین انتظار لذت‌های آینده است (اسمیت^۳، ۱۹۹۷: ۳۳۴ به نقل از جرمو و ویلیامز، ۱۳۹۴: ۲۳). غذا نقش مهمی در تعیین نقش‌ها، قوانین و سنت‌های خانواده دارد. این به ما کمک می‌کند تا نگرش‌ها، شیوه‌ها و آئین‌های مربوط به غذا را کشف کنیم، غذا اساسی‌ترین باورهای ما را در مورد خود و دیگران را روشن می‌کند. وقتی کسی با غذا مواجه می‌شود اولین چیزی که معمولاً به ذهنش می‌رسد این است که: این غذا از کجا آمده است، چگونه ساخته می‌شود، چه موادی در آن وجود دارد، چرا به روش خاص پخته و تهیه می‌شود، چه مزه و طعمی دارد و... پاسخ این سوالات فراتر از یادگیری آشنیزی است. برای پاسخ دادن به این سوالات باید به بافت فرهنگی غذا مراجعه کرد. در واقع غذا نوعی رویکرد فرهنگی در زندگی ما را نشان می‌دهد (استاجیک^۴، ۲۰۱۳: ۵).

جامعه‌شناسان باتوجه به تاثیرات فرهنگی غذا مطالعات جامعی را در ارتباط با غذا و فرهنگ دنبال کرده‌اند که نتیجه آن شکل‌گیری دانش جامعه‌شناسی تغذیه بوده است. مطالعات جامعه‌شناسی تغذیه، موضوعی بالنسبه جدید است، هرچند که مردم‌شناسان اجتماعی از مدت‌ها قبل به امر تغذیه و غذا توجه داشته‌اند. ممنوعیت‌ها و توصیه‌های مرتبط با غذا در جوامع گوناگون بشری ابزار مفیدی را در تجزیه و تحلیل تفاوت‌های فرهنگی در سطح جهان بدست می‌دهد. از سوی دیگر توجه جامعه‌شناسان به امر غذا و تغذیه بازتابی از اهمیت فزاینده فرهنگی غذا در جوامع نوین صنعتی است (مارچال^۵، ۱۹۹۶: ۱۸۳ به نقل از محسنی، ۱۳۹۹: ۳۶۵). همچنین انتخاب‌های تغذیه‌ای افراد هویت فردی آن‌ها را نمایش می‌دهد و وسیله‌ای است که افراد به کمک آن تعلقات گروهی و تمایزات گروهی خود را معرفی می‌کنند. غذا در فرهنگ‌های مختلف معانی متفاوتی دارد. سنت غذایی وابسته به فرهنگ است و ابزاری موثر برای فهم تفاوت‌های فرهنگی است. این امر در دنیای جهانی شده بیشتر نمود پیدا می‌کند. جهانی که نه تنها مواد غذایی و مواد اولیه، فرآوری می‌شود بلکه این مواد به کشورهای مختلف صادر و طریق رسانه‌های جمعی در سایر نقاط جهان تبلیغ می‌شود (استاجیک، ۲۰۱۳: ۱۳).

انتخاب شیوه تهیه و مصرف غذا موجب پدید آمدن سبک زندگی مصرفی بر مبنای غذا می‌شود، که متناسب با ویژگی خاص هر جامعه است و همچون میراث فرهنگی آن جامعه از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. انتخاب غذا در هر سبک تغذیه‌ای متأثر از شرایط اقتصادی، مواد اولیه در دسترس، اقلیم منطقه‌ای و فرهنگ مذهبی است. در خصوص شیوه تهیه‌ی غذا نیز می‌توان دو سبک تغذیه‌ای رایج را ذکر کرد: اول سبک غذایی با ترجیح سلامت و امنیت غذا و دوم سبک تغذیه‌ای فوری همراه با اصالت خوشمزگی و طعم. بررسی و تحلیل انتخاب و مصرف تغذیه‌ای افراد یک جامعه بدون توجه به مفاهیم موجود در فرهنگ آن جامعه ممکن نیست. هر غذایی ریشه در فرهنگی خاص دارد و می‌توان به عنوان یک عنصر فرهنگی از آن نام برد. در واقع از غذا می‌توان به عنوان یک محصول فرهنگی جامعه نام برد، که پذیرش و مصرف آن می‌تواند موجب باز تولید این فرهنگ شود. همانطور که فرهنگ یک جامعه، می‌تواند تولید کننده‌ی نوع خاصی از غذا باشد، غذای تولید شده نیز می‌تواند به عنوان یک عنصر فرهنگی حامل و عامل تبلیغ و گسترش فرهنگی باشد، که در آن تولید شده است. غذا به عنوان یک عنصر فرهنگی با توجه به بستر فرهنگی که در آن شکل می‌گیرد، دارای ویژگی و کیفیت‌های متنوعی است. بسیاری از ترجیحات ما نسبت به غذاها

¹.Fischler

². Germov & Williams

³.Smith

⁴. Stajcic

⁵. Marchall

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

متاثر از این پدیده است. در حقیقت، رفتارهای غذایی ارتباط بسیار نزدیکی با سایر ویژگی‌های فرهنگی دارند، به نظر می‌رسد این رفتارها به طور نظام‌مند با دیگر رفتارهای استاندارد شده در فرهنگ مرتبط هستند. که این رابطه در فرهنگ‌های مختلف قابل شناسایی است.

سبک مصرفی تغذیه‌ای نیز می‌تواند با هدف رفع نیازمندی‌های بدن، توجه به رشد و سلامت فرد و یا با هدف تنوع طلبی و کسب لذت باشد و سبک تغذیه‌ای مناسب و سالم برای فرد و جامعه از اهمیت زیادی برخوردار است. هر جامعه‌ای برای رشد و توسعه‌ی خود نیازمند انسان‌های سالم است، رژیم غذایی سالم می‌تواند از بروز بیماری‌های جسمی مختلف از قبیل بیماری‌های قلبی و عروقی، فشار خون بالا، اضافه وزن و غیره جلوگیری کند. همچنین سبک تغذیه‌ای سالم و متناسب با فرهنگ هر جامعه نقش موثری در حفظ و تداوم فرهنگ آن جامعه دارد. ایران از جمله کشورهای شناخته می‌شود که دارای فرهنگ موزائیکی است و به دلیل وجود مناطق جغرافیایی مختلف، قبیله‌ها، طوایف و قومیت‌های گوناگون شاهد تنوع تغذیه‌ای هستیم که تحت تاثیر این فرهنگ شکل گرفته است (حسنیان و همکاران، ۱۴۰۰). از ویژگی‌های قابل توجه در سبک تغذیه‌ای ایران می‌توان به فصلی بودن غذاها، سلامت و امنیت غذایی، توجه به تعادل طبع در انتخاب مواد اولیه هنگام طبخ غذا و در دسترس بودن و هماهنگی با محیط نام برد. مصرف میرزا قاسمی در شمال ایران، قلیه ماهی در جنوب کشور، آش شورا در شمال شرق کشور تایید کننده‌ی وجود فرهنگ‌های گوناگون در کشور ماست، که هر کدام با توجه به شرایط محیطی و اقلیمی، آداب و رسوم خاصی در طبخ غذا دارند و دارای غذاهای محلی و سنتی مخصوص به خود هستند. مصرف نوع خاصی از غذا ریشه در عوامل گوناگون فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، روانی و محیطی دارد، که طی سالیان متوالی از نسلی به نسل دیگر منتقل شده است.

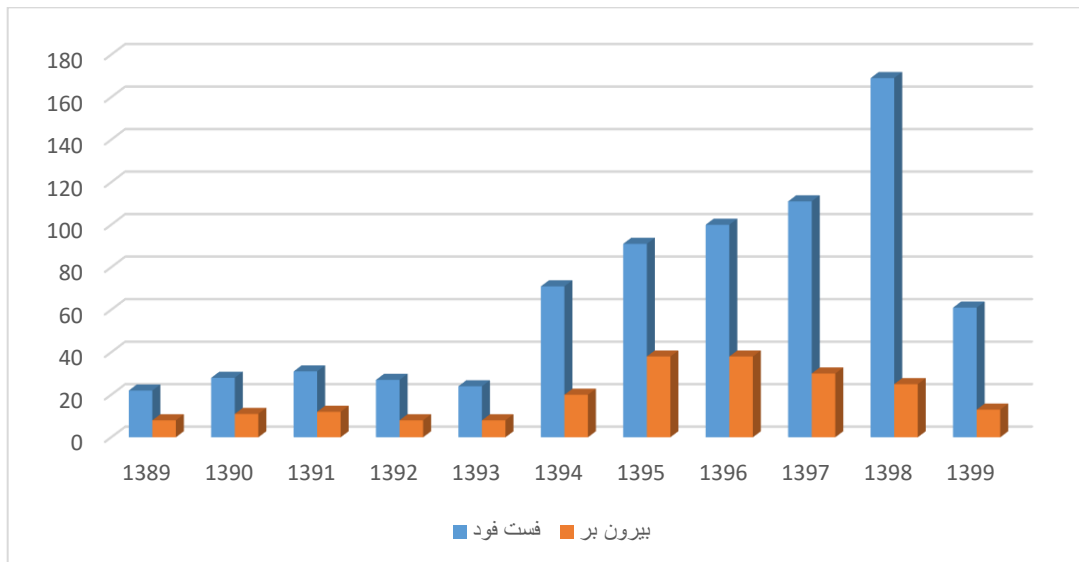
نظام غذا و تغذیه سنتی که در طول تاریخ و بعد از انقلاب کشاورزی شکل گرفته بود، مبتنی بر نظام‌های تولید، توزیع و مصرف غذا در سطح محلی و بومی بوده است. در این نظام، به دلیل نبود زیرساخت نظام‌های حمل و نقل انبوه و ارتباطات، غذا به طور عمده در همان محل تولید، مصرف می‌شده است. این محدودیت‌ها نظام‌های سنتی را به شدت محلی و فصلی می‌کردند. در چنین نظامی، از یک سو، انطباق و سازگاری انسان با محیط زیست، مبتنی بر استفاده بهینه و در نظر گرفتن منابع محدود بوده است، که تاثیرات زیست محیطی اندکی داشته است. از سوی دیگر، محلی بودن و فصلی بودن به شدت امنیت غذایی و دسترسی به غذا را، به خصوص در شرایط تغییر، تحت تاثیر قرار می‌داده. با انقلاب صنعتی، گسترش نظام‌های ارتباطی، رشد سرمایه‌داری، کالایی شدن، تجارت و بخصوص شتاب روز افزون جهانی شدن، نظام غذا و تغذیه تغییرات شگرفی را تجربه نموده است (عینی‌زیناب و سبحانی، ۱۳۹۶: ۱۵۱). کشور ایران همچون دیگر کشورهای جهان تحت تاثیر این تحولات وارد کننده‌ی سبک‌های زندگی متفاوت با فرهنگ خود بوده است. ورود سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف فست‌فود و غذاهای بیرون‌بر به ایران از جمله نتایج تحولات جهانی و ارتباط و تعامل ما با جهان غرب است. شهر شیراز نیز مانند سایر شهرهای ایران، دارای لهجه، آداب و رسوم و غذاهای محلی خاص خود است که ریشه در فرهنگ دیرینه‌ی این شهر دارد. وجود پیشینه‌ی تاریخی غنی و تجارب گسترده‌ی نسل‌های گذشته که در غذاهای محلی نمود پیدا کرده است، باعث شده که این شهر از سبک تغذیه‌ای مفید و گسترده برخوردار باشد. همچنین در این سبک تغذیه‌ای به طبع غذا، هماهنگی با محیط و تناسب غذا با فصول مختلف سال توجه شده است. حفظ و تداوم فرهنگ تغذیه‌ای شهر شیراز به عنوان یک مولفه‌ی هویتی از اهمیت خاصی برخوردار است. تداوم این فرهنگ همچنین تاثیر مثبتی در امنیت غذایی و حفظ سلامت مردم این شهر دارد، که نتیجه‌ی آن می‌تواند پرورش انسان‌های سالم و جامعه‌ای پویا و کارآمد باشد. وجود رستوران‌های بیرون‌بر و به خصوص فست‌فود و افزایش تدریجی آن‌ها طی سال‌های اخیر می‌تواند نشان دهنده تغییر سبک زندگی تغذیه‌ای در بین مردم شهر شیراز باشد.

براساس آمار دریافت شده از اداره‌ی اصناف شیراز و اتحادیه‌های مربوطه، 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^۶. 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

^۶ لازم به ذکر است که این آمار با مراجعه پژوهشگران به اداره اصناف شیراز بدست آمده است.

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

خارج از خانه موجب رشد سالیانه در واحدهای ارائه دهنده‌ی این غذاها بوده است. البته شیوع ویروس کووید ۱۹ در سال ۱۳۹۹ خللی در سیر رشد این مراکز ایجاد کرده است. در ادامه رشد کمی واحدهای ارائه دهنده غذای خارج از خانه طی ۱۰ سال گذشته در قالب نمودار در شکل شماره ۱ آورده شده است. البته در این پژوهش فقط بر روی مراجعه خانوارهای شیرازی به بیرون‌برها تمرکز شده است.



شکل ۱. نمودار رشد کمی واحدهای ارائه دهنده غذای خارج از خانه

غذای بیرون‌بر^۷ به عنوان یکی از برجسته‌ترین صادرات فرهنگی آمریکا به فیلم‌های هالیوود، شلوار جین و موسیقی پاپ پیوسته است. با این وجود برخلاف سایر کالاها، فست‌فودها و غذاهای بیرون‌بر، تماشا، خواننده، پخش یا پوشیده نمی‌شوند. بلکه وارد بدن انسان و بخشی از وجود مصرف‌کننده می‌شود. میلیون‌ها نفر هر روز بدون تامل زیاد، غذاهای بیرون‌بر را خریداری می‌کنند و از عواقب خریدهای خود اطلاعی ندارند. آن‌ها به ندرت در نظر می‌گیرند که این غذا از کجا آمده است، چگونه تولید و فرآوری شده است و چه اثری بر آنها و اجتماع‌شان می‌گذارد (شلوسر^۸، ۲۰۱۲: ۱۰). غذای بیرون‌بر به عنوان یک کالای فرهنگی وارد شده از غرب، می‌تواند تعارضات فرهنگی برای فرد و جامعه ایجاد کرده، همچنین اثرات جسمی، روانی و اجتماعی آشکار و پنهانی داشته باشد و ما را از سنت‌های بومی و اصیل خود جدا کند و ما را در معرض آسیب‌های پیش‌بینی شده و نشده‌ای از این کالای فرهنگی قرار دهد. غذاهای سنتی نیز که در قالب غذای بیرون‌بر ارائه می‌شود، اگر چه سازگاری بیشتری با فرهنگ جامعه ما دارد ولی رواج مصرف و شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای مبتنی بر آن‌ها می‌تواند باعث قطع زنجیره انتقال فرهنگ غذایی به نسل‌های آینده شود و در طول زمان از بین رفتن فرهنگ غذاهای سنتی را به همراه داشته باشد. با این توضیحات در این پژوهش تلاش شده است به این سؤال پاسخ داده 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 فرهنگی در شکل‌گیری این نوع سبک تغذیه‌ای موثر بوده است؟ پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای (با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر) در بین ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز انجام گرفته است. همچنین فرضیات اصلی این پژوهش عبارتند از: ۱- رابطه معناداری بین سرمایه فرهنگی و سبک تغذیه‌ای (با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر) مردم شیراز وجود دارد. ۲- رابطه معناداری بین عوامل زمینه‌ای و سبک تغذیه‌ای (با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر) مردم شیراز وجود دارد.

⁷ - take away food

¹ . Schlosser

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱: پیشینه تجربی

در این پژوهش تلاش شده است مطالعاتی که در حوزه جامعه‌شناسی تغذیه با موضوعات نزدیک به پژوهش حاضر در داخل و خارج از کشور انجام شده‌اند، گردآوری شوند. از جمله پژوهش‌هایی که در ادامه به مرور اجمالی آن‌ها می‌پردازیم با موضوعات تغذیه، عادات غذایی، سبک زندگی سلامت محور، رفتار تغذیه‌ای، مصرف غذایی و... و با اهداف بررسی علل گرایش و ترجیح به مصرف غذایی، تفاوت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی موثر در گرایش و انتخاب نوع خاصی از سبک غذایی، صورت گرفته‌اند. علی اکبری و تقوایی (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «نظر شهروندان نسبت به وضعیت فست‌فود و عوامل موثر بر توسعه آن» انجام داده‌اند. جامعه آماری این پژوهش شهروندان شهر اصفهان می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی ۳۸۴ نفر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. طبق نتایج پژوهش گسترش مراکز فست‌فود باعث آسیب به سنت‌های بومی و فرهنگی می‌شود به همین خاطر عامل فرهنگی مهم‌ترین عامل تاثیرگذار در تمایل افراد به غذاهای محلی شناخته شده است.

محمدی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی عادات‌واره‌های غذایی و عوامل مرتبط با آن» انجام داده‌اند. این پژوهش به روش مقطعی از نوع توصیفی-تحلیلی بوده است. جامعه آماری این پژوهش ساکنان بالای ۱۸ سال شهر سنج می‌باشد که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای ۵۷۶ نفر به عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین سرمایه اقتصادی و دو بعد ذهنی و عینی عادات‌واره غذایی رابطه‌ای مستقیم و معنادار وجود دارد به گونه‌ای که با افزایش سرمایه اقتصادی سطح عادات‌واره غذایی نیز افزایش می‌یابد. همچنین بین سن و عادات‌واره غذایی ارتباط معنادار و مستقیمی وجود داشته است به گونه‌ای که با افزایش سن میزان عادات‌واره غذایی شهروندان نیز افزایش می‌یابد.

ذکایی، و دادیهیر و خاشعی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «عوامل موثر بر انتخاب سبک زندگی سلامت محور شهروندان شهر تهران با تأکید بر مصرف رسانه‌ای» انجام داده‌اند. هدف این پژوهش بررسی سبک‌های زندگی سلامت محور مردم تهران بر اساس میزان مصرف رسانه‌ای و پایگاه اجتماعی-اقتصادی و همچنین بررسی و شناسایی میزان استفاده از اطلاعات ارائه شده توسط رسانه‌ها در اتخاذ رفتارهای سلامتی مردم تهران بوده است. در این پژوهش با کمک نظریه‌ی تاثیرات متقابل عاملیت و ساختار ویلیام کارهام^۹ و اضافه نمودن متغیر مصرف رسانه‌ای به این مدل نظری به این نتایج دست یافته‌اند که جنسیت، پایگاه اقتصادی و اجتماعی و مصرف رسانه‌ای از عوامل موثر بر سلامت هستند و در این میان مردان، افرادی که در پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتری قرار دارند و مخاطبان فعال برنامه‌های سلامت محور، سبک زندگی سالم‌تری دارند.

امانی و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان «بررسی وضعیت مصرف غذاهای فوری در شهرستان اردبیل» انجام داده‌اند. هدف این پژوهش تعیین وضعیت مصرف غذاهای فست‌فود در بین مردم شهر اردبیل بوده است. این پژوهش با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. ۲۰۰ نفر از افراد بین سنین ۴۷-۱۴ سال در نقاط مختلف شهر اردبیل به کمک نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند و اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. نتایج حاصله نشان داد، مردم شهری بیشتر از روستایی‌ها و کارمندان، محصلین و دانشجویان بیشتر از مردم عادی مصرف‌کننده غذاهای فوری بوده‌اند. نوع مصرف غذاهای آماده با تحصیلات و شغل ارتباط معناداری داشته است. طبق نتایج بدست آمده مصرف غذاهای آماده در تمامی مشاغل و افراد احتمالاً بیشتر به دلیل افزایش گرفتاری، کمبود وقت بوده است.

دادیپور و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان «عوامل مرتبط با مصرف غذاهای آماده در شهر بندرعباس» را با هدف تعیین دلایل گرایش مردم بندرعباس به مصرف غذاهای آماده انجام داده‌اند. این پژوهش مطالعه‌ای توصیفی-تحلیلی از نوع مقطعی بوده است که به منظور تعیین حجم نمونه از روش ترکیبی، تصادفی خوشه‌ای و در دسترس استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش مردم شهر بندرعباس بوده‌اند که پژوهش با انتخاب ۶۰۰ نفر از مصرف‌کنندگان غذای آماده انجام شده است. همچنین ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است، در افراد زیر ۲۵ سال مصرف غذاهای آماده بیشتر بوده است، همچنین افراد تحصیل کرده دانشگاهی بخاطر کمبود وقت بیشتر از سایر مقاطع تحصیلی

^۹William Cockerham

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر

(پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

مصرف‌کننده غذای آماده بوده‌اند، برخلاف زنان که به علت خاصیت چاق‌کنندگی غذاهای آماده تمایل کمتری به مصرف این نوع غذاها دارند. همچنین به امکان دخالت متغیرهای محل سکونت، تحصیلات و وضعیت شغلی در نوع مصرف غذاهای آماده و تکرار مصرف این غذاها اشاره نموده‌اند.

تصدی کاری (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان «الگوی تغذیه و هویت اجتماعی» را با هدف شناخت فعالیت‌های مصرفی مربوط به مصرف فست‌فودها و ارتباط آن با هویت اجتماعی در شهر رشت، انجام داده است. جامعه آماری این پژوهش افراد خانوارهای ساکن در شهر رشت از ۱۶ سال تا بالای ۶۰ سال بوده‌اند که ۶۴۳۸۰۴ نفر برآورد شده‌اند. این تحقیق به روش پیمایشی انجام گرفته است. همچنین به کمک روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای، حجم نمونه ۴۰۰ نفر از خانوارهای اهل و ساکن شهر رشت انتخاب شدند که از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده بافت شدند. رابطه بین متغیرهای سن، میزان تحصیلات و پایگاه اقتصادی و اجتماعی با مقدار مصرف فست‌فودها، نحوه استفاده از فست‌فودها، محل مصرف آن‌ها و نگرش مردم رشت به مصرف فست‌فود در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. در نهایت به این نتیجه اشاره می‌کند که بین این متغیرها رابطه‌ی معناداری وجود ندارد و غذاهای اصیل در کنار فست‌فودها با استقبال هم‌چون گذشته روبه‌رو هستند.

دیوانایی^{۱۰} (۲۰۱۶) پژوهشی با عنوان «عوامل موثر بر ترجیح رستوران‌های فست‌فود» انجام داده است. این پژوهش در منطقه مادورای هند با روش توصیفی-تحلیل به کمک مصاحبه و استفاده از داده‌های ثانویه همچون مجلات، وب سایت‌ها، روزنامه‌ها و کتاب‌ها انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش مردم منطقه مادورای هند بوده‌اند که ۶۰۰ نفر به کمک نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. 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 موثر بر انتخاب رستوران‌های فست‌فود و رضایت مشتریان هستند.

شارما و تیواری^{۱۱} (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «درک مصرف‌کنندگان نسبت به فست‌فود» انجام داده‌اند. در این پژوهش از بین مصرف‌کنندگان فست‌فود در بوپال که شامل شش منطقه است، ۱۰۰ نمونه به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی انتخاب شده‌اند و به منظور تکمیل داده‌ها با تأکید بر چارچوب نظری مقاله از مقالات، مجلات و روزنامه‌ها به عنوان داده‌های ثانویه استفاده شده است. طبق نتایج بدست آمده از این پژوهش زنان بیشتر از مردان به فست‌فود مراجعه می‌کنند، در ضمن اینکه زنان به نسبت مردان تمایل بیشتری دارند که با خانواده به مراکز فست‌فود بروند. دفعات مراجعه‌ی جوانان و دانشجوین در مقایسه با سایرین بیشتر بوده است. پژوهشگر در نهایت از عوامل اکتشافی موثر همچون قیمت و طعم، کیفیت و بهداشت، تصور ذهنی از نام فست‌فود، خدمات، راحتی و فضای فست‌فود در انتخاب فست‌فود نام می‌برد.

باگ (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان «مطالعه جوانان و فرهنگ غذاهای سریع» انجام داده است. هدف این پژوهش بررسی بازنمایی‌های نوجوانان و شیوه‌های مصرف فست‌فود در بین جوانان نروژی بوده است. در این پژوهش از روش کیفی و کمی استفاده شده است. پژوهشگر در زمینه کیفی دو مشاهده غیرمشارکتی در چهار مدرسه، استفاده از مستندات تصویری از ۱۶ دوربین، مصاحبه عمیق با ۴۰ دختر و پسر ۱۵ تا ۱۶ سال و همچنین مطالعه مجلات جوانان، مباحث و وبلاگ‌های آن‌ها در حین پژوهش و در زمینه کمی، استفاده از ۳۹۰۹ داده‌ی نظرسنجی سالیانه عادات غذایی از جوانان نروژی، انجام نظرسنجی جداگانه جهت بررسی جزئیات بیشتر عادات غذایی جوانان بر روی ۷۹۵ نفر از جوانان نروژی و همچنین بررسی الگوهای میان وعده بر روی ۱۴۴۵ نفر را انجام داده است. طبق نتایج بدست آمده جوانان تا حدودی ارزش‌های فرهنگی هژمونیک را منعکس کرده‌اند. دستیابی به ظاهری زیبا از جمله عوامل مهم در دریافت سبک غذایی سالم است. در واقع غذا نماد مهمی برای ابراز عقاید و خصوصیات جوانان است. در نهایت پژوهشگر هویت فرهنگی غذایی جوانان را تحت تاثیر جنسیت، محل زندگی، طبقه اجتماعی، تربیت، همسالان و رسانه بیان می‌کند. طبق تحقیقات بررسی شده، پژوهش‌های گسترده‌ای در ایران و کشورهای مختلف دنیا پیرامون غذا و تغذیه با محوریت بررسی عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی موثر بر مصرف غذایی با عناوین مختلف و در حوزه‌های مختلف از جمله جامعه‌شناسی تغذیه صورت گرفته است. متغیر غذا از دو جنبه‌ی کلی و در دو حیطه‌ی مصرف و سبک‌زندگی مورد بررسی قرار

¹⁰.Deivanai

¹¹.Sharm & Tiwari

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

گرفته است که پژوهش‌های داخلی ترکیبی از این دو زمینه را داشته و پژوهش‌های خارجی بیشتر جنبه‌ی مصرفی را در بر داشته است. عامل فرهنگی فاکتور اثرگذار و جامعی است، که می‌توان به عنوان فصل مشترک پژوهش‌های پیشین در حوزه سبک تغذیه‌ای و الگوی غذایی از آن‌ها نام برد. بنابراین این فاکتور جامعه‌شناختی در پژوهش حاضر به عنوان متغیر مستقل انتخاب شده‌است.

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 مولفه‌های جامع‌تری مورد مطالعه قرار گیرد. شیراز از جمله کلان شهرهایی است، که همراه با فرایند صنعتی شدن با افزایش مصرف روز افزون بیرون‌بر و فست‌فود روبرو است. با توجه به اینکه تحقیقی در سطح شیراز مبتنی بر نظریات جامعه‌شناسی تغذیه صورت نگرفته است، جامعه آماری در این پژوهش، کلان شهر شیراز قرار داده شده است، تا بتوان به نتایج قابل اتکا در مورد علل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای با تأکید بر مصرف بیرون‌بر دست یافت. همچنین متغیرهای زمینه‌ای درآمد، سن، جنسیت، تحصیلات و شغل نیز که در پژوهش‌های پیشین از عوامل موثر 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.

۲-۲: ملاحظات نظری

طبق نظر بورديو سلايقي که افراد متعلق به هر طبقه در زمینه‌های مختلف از جمله تغذیه دارند علاوه بر نمایش اختلاف طبقاتی، باعث شکل‌گیری سبک مصرفی خاص آن طبقه می‌شود. بورديو براساس درآمد و طبقه اقتصادی سه نوع سلیقه، تجمل (آزادی)، ضرورت و معتدل را مطرح می‌کند. از دیدگاه بورديو این سه سلیقه در یک طیف گسترده قرار دارند که افراد با توجه به مصرف‌های غذایی خود که در نتیجه طبقه اقتصادی آن‌ها است در نقطه‌ای از این طیف جای می‌گیرند.

از دیدگاه بورديو مصرف را باید همچون دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی به عنوان راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست، نه صرف به مثابه راهی برای بیان تفاوت‌های ناشی از عوامل اقتصادی بوجود آمده (باکاک^{۱۲}، ۱۳۹۸: ۹۶). بنابراین سلايقي مصرفی، وسیله‌ای است که افراد از طریق آن تعلق خود را به طبقه‌ای خاص و تمایزشان را از طبقات دیگر آشکار می‌سازند و این فرایند در شکل‌گیری هویت فردی اثرگذار است. مصرف‌کننده می‌تواند یک کنش‌گر فعال باشد و ضمن اینکه رفتار مصرفی فرد از فضای اجتماعی او تأثیر می‌پذیرد، می‌تواند به عنوان عاملی جهت تأثیر بر فضای اجتماعی موجود عمل کند. بنابراین براساس نظر بورديو سه عامل وضعیت اقتصادی، روابط گروهی و طبقه‌ی اجتماعی و همچنین سرمایه فرهنگی که همان طبیعت اولیه و ثانویه فرد است، شکل‌دهنده و معرف طبقه افراد بوده و بر انتخاب‌های تغذیه‌ای افراد اثرگذار هستند.

بورديو تأثیر قابل‌توجهی در پژوهش‌های جامعه‌شناسی در مورد ارتباط بین مصرف غذا، طبقه و فرهنگ داشته است. بورديو با مطالعه شیوه‌های مصرف فرانسوی‌ها در دهه ۱۹۶۰، به شواهد تجربی اشاره می‌کند، که نشان می‌دهد سلايقي طبقاتی - در هنر، ادبیات، فیلم‌ها و غذا - وسیله مهمی است، که از طریق آن‌ها اختلاف‌های طبقاتی تولید و حفظ می‌شود. در مورد مواد غذایی، بورديو اظهار داشت در حالی که طبقه کارگر فرانسه مصرف‌کننده‌ی غذاهای چرب و سنگین هستند، طبقه بالا متمرکز بر غذاهای سبک و سالم می‌باشند (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۸۵ به نقل از کارولان^{۱۳}، ۲۰۱۲: ۱۳۱). سلايقي که افراد متعلق به هر طبقه در زمینه‌های مختلف از جمله تغذیه دارند علاوه بر نمایش اختلاف طبقاتی، باعث شکل‌گیری سبک مصرفی خاص آن طبقه می‌شود. بورديو در کتاب تمایز خود، براساس درآمد و طبقه اقتصادی سه نوع سلیقه، تجمل (آزادی)، جبر و ضرورت و معتدل را مطرح می‌کند. او مبنای حقیقی تفاوت‌ها در حوزه مصرف را ناشی از وجود سلیقه تجمل‌پسند و ضرورت‌پسند می‌داند. دسته نخست شامل گروهی می‌شود که به علت دستیابی به امکانات و آزادی‌های ناشی از مالکیت سرمایه از انتخاب‌های جبری فاصله گرفته‌اند. دسته دوم معرف گروهی است که سلیقه آن‌ها ناشی از محرومیت و جبر می‌باشد که در واقع انتخابی تحمیلی است زیرا محصول شرایط است و شرایط محیطی هیچ انتخابی به غیر از سلیقه ضرورت‌پسند باقی نمی‌گذارد. سلیقه معتدل بیانگر افرادی است که

¹². Bocoek

¹³. Carolan

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

خرسندی‌های خود را به تعویق می‌اندازد و در نقطه مقابل ماده‌پرستی و زندگی در لحظه قرار دارد. در سلیقه معتدل گرایش به مقدم داشتن امیال آینده به امیال کنونی، به میزان معقول و موجه بودن این فداکاری بستگی دارد، یعنی به احتمال کسب خشنودی‌هایی در آینده که برتر و بالاتر از خشنودی‌های فدا شده فعلی باشد (بوردیو، ۱۳۹۹: ۲۵۴-۲۴۸). از دیدگاه بوردیو این سه سلیقه در یک طیف گسترده قرار دارند که افراد با توجه به مصرف‌های غذایی خود که در نتیجه طبقه اقتصادی آن‌ها است در نقطه‌ای از این طیف جای می‌گیرند.

ریتزر معتقد است تحت‌تأثیر فرایندهای جهانی شدن، فرهنگ‌های مختلف به سوی همانندی حرکت می‌کنند و با نوعی همگرایی فرهنگی روبرو هستیم. او اصطلاح مک‌دونالیزه شدن را به عنوان یکی از نیروهای جهانی شدن به ویژه در جهت همگرایی فرهنگی در نظر می‌گیرد. مک‌دونالیزه شدن فرایندی است که طی آن اصول رستوران غذای آماده به تدریج در جامعه آمریکا و دیگر نقاط جهان حاکم می‌شود. این اصول شامل: کارآمدی، محاسبه‌پذیری، پیش‌بینی‌پذیری، اعمال نظارت از طریق حاکمیت تکنولوژی و عنصر تناقض‌آمیزی نامعقولی عقلانیت می‌باشد (ریتزر، ۱۳۹۴: ۸۰۹-۸۰۸). از نظر ریتزر تحت‌تأثیر فرایند جهانی شدن، صنعتی شدن و رشد تکنولوژی همگرایی فرهنگی در بین جوامع بوجود آمده است که بر بروز مصرف‌گرایی موثر بوده است.

از نظر فیشلر غذا در احساس هویت ما نقش اساسی دارد. به این معنا که هویت هر فرد از نظر زیست‌شناختی، روانشناختی و اجتماعی توسط غذاهایی که انتخاب می‌کند، ساخته می‌شود. رابطه انسان و غذا به طور آشکار رابطه پیچیده‌ای است، که حداقل دو بعد مختلف را با هم ترکیب می‌کند. ابتدا نیازهای بیولوژیکی و عملکرد تغذیه‌ای را به فرهنگ و عملکرد نمادین پیوند می‌زند و سپس فرد را به جامعه و نیازهای روانی را با نیازهای اجتماعی مرتبط می‌سازد (فیشلر، ۱۹۸۸: ۲۷۵). از دیدگاه فیشلر فرهنگ بر مصرف غذایی جامعه اثرگذار و تعیین‌کننده است. فرهنگ با ایجاد تابوهایی در فرایند جامعه‌پذیری اعضاء خود غذا را متناسب با معیارهای خود تعریف می‌کند و برای مصرف غذاهای مختلف جواز و منع مقرر می‌دارد. فرهنگ به کمک فرایند ادغام و انزجار مصرف غذایی جوامع را کنترل می‌کند. همچنین در انتخاب غذا و شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای علاوه بر هنجارهای فرهنگی، هنجارهای مذهبی و معیارهای سلامتی که از طریق جامعه به فرد منتقل می‌شود، عوامل فردی نیز تعیین‌کننده هستند و فرد به وسیله نوع مصرف خود می‌تواند هویت و فرهنگ خود را نشان دهد. براساس نظریه فیشلر در گذشته انتخاب غذا پیوستگی بیشتری با هنجارهای مذهبی، فرهنگی و هنجارهای مرتبط با سلامت داشته است، ولی در سال‌های اخیر تحت‌تأثیر فرایند صنعتی شدن و تحولاتی که در حوزه مصرف غذا پدید آمده است، هماهنگی بین فرهنگ، مذهب، تامین سلامت و قوانین مرتبط با تغذیه از بین رفته است. همراه با کم رنگ شدن آگاهی افراد نسبت به فرایند تهیه غذا، ارتباط فرهنگ و انتخاب غذا نیز کاهش پیدا کرده است. در نتیجه آگاهی فرد پیش از مصرف غذای خاص از بین رفته است. بنابراین غذا دیگر مثل گذشته تعیین‌کننده هویت پیش‌بینی‌پذیری برای فرد نیست (همان: ۲۷۷). از جمله مثال‌های این نوع مصرف غذایی، مصرف غذای بیرون‌بر و فست‌فود است که بین فرد و آگاهی از فرایند تهیه غذا خلاء ایجاد کرده است. البته طبق نظر فیشلر کسب آگاهی، مطلع ساختن افراد از فرایند تهیه و تولید غذا و در نتیجه اتخاذ رژیم غذایی متعادل راه برون‌رفت از این بحران غذایی در ارتباط با هویت است.

وبلن از دو صورت نمایش ثروت، در دوره‌های یغماگری و صنعتی نام می‌برد. به عقیده او در دوران اولیه زندگی بشر به دلیل زندگی گروهی، نبود مازاد ثروت و نبود طبقه اجتماعی تمایلی نیز برای نمایش برتری در افراد وجود نداشته است. در ادامه همزمان با تولید مازاد ثروت، افراد به دنبال نمایش برتری خود نسبت به دیگران بودند. وبلن دو روش فراغت کاذب و مصرف کاذب را به عنوان شیوه‌های اصلی نمایش ثروت و برتری نام می‌برد. وبلن تن ندادن به کار و اوقات فراغت کاذب را به عنوان دو شاخصی که نمایان‌گر ثروتمند بودن افراد در جوامع پیشاصنعتی است را موجب شکل‌گیری طبقه تن‌آسا می‌داند. نظریه وبلن براساس روند تکاملی و تاریخی جوامع شکل گرفته است. طبق نظریه او طبقات اجتماعی در نتیجه تولید ثروت مازاد و نمایش تظاهری آن به شکل‌های مختلف و در دوران‌های گوناگون بوجود آمده است. بنابراین اصل اساسی تمایز اجتماعی از دیگه‌ها وبلن ثروت و نحوه بروز آن است (وبلن، ۱۳۸۳: ۶۴). دو شیوه اصلی نمایش ثروت از نظر وبلن، فراغت کاذب و مصرف کاذب است. فراغت کاذب در جوامع سنتی و کم‌تر توسعه‌یافته در قالب مصرف غیرمولد زمان توسط طبقات بالای نظام فئودالیسم ظهور پیدا می‌کند. درحالی که مصرف کاذب در جوامع مدرن و توسعه‌یافته در قالب مصرف غیرمولد کالا توسط طبقات متوسط و پایین در نظام

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

سرمایه‌داری بروز می‌یابد (همان: ۶۷). ویژگی‌های دو شیوه نمایش مصرف از دیدگاه ویلن به صورت خلاصه در جدول شماره ۱ آورده شده است.

از نظر ویلن طبقات بالای جامعه مخصوصاً زنان برای نمایش ثروت و پایگاه اقتصادی خود، زمان کمتری را صرف کارهای خانگی و پخت و پز می‌کردند تا از این طریق فراغت را به عنوان شاخصه ثروت به نمایش بگذارند. با شکل‌گیری جوامع مدرن، کاهش روابط اجتماعی و افول تعاملات پایدار، نمایش فراغت جای خود را به مصرف متظاهرانه داد. این مصرف متظاهرانه در ابعاد مختلف زندگی همچون خوراک، پوشاک، آموزش و... بروز یافته است. مصرف متظاهرانه در بعد خوراک خود را در شکل مصرف غذاهای غیرخانگی از جمله سرو غذا در رستوران یا در قالب استفاده از غذای بیرون‌بر که جلوه بیرونی دارد، نشان می‌دهد (همان: ۸۱).

جدول ۱. ویژگی‌های دو شیوه نمایش ثروت از دیدگاه ویلن	
فراغت کاذب	مصرف کاذب
۱. مصرف غیرمولد زمان	۱. مصرف غیرمولد کالا
۲. منطبق با اجتماعات کوچک‌تر و کم‌تر توسعه یافته و آشنا	۲. منطبق با اجتماعات بزرگ‌تر، توسعه یافته‌تر و افراد غریبه
۳. استراتژی طبقه بالا	۳. استراتژی طبقه متوسط و پایین
۴. ظهور در جامعه فئودالیسم	۴. ظهور در نظام سرمایه‌داری

۱ اقتباس از کاریگان^{۱۴}، ۱۹۹۸: ۲۶ به نقل از ذکایی، ۱۳۹۱: ۵۵

به نظر بودریار در جهان مدرن افراد از طریق مصرف کالاها با نشانه‌های مختلف هویت دلخواه خود را می‌سازند و به جامعه عرضه می‌کنند. در این فرایند کالایی که افراد مصرف می‌کنند اهمیتی ندارد بلکه خود مصرف است که نقش محوری در ساخت هویت ایفا می‌کند. به نظر می‌رسد غذای بیرون‌بر نیز به عنوان یکی از کالاهای مصرفی جهان امروز، ابزاری برای ساخت هویت دلخواه افراد به حساب می‌آید. همچنین از نظر داگلاس و ایشروود کالاهای مصرفی، نظام و ارتباطی نمادین را شکل می‌دهند. از این منظر، مصرف صحنه‌ای است که فرهنگ در آن مبارزه می‌کند و شکل می‌گیرد؛ به عبارتی، مصرف عرصه مبارزه و شکل‌گیری فرهنگ است (بهار، ۱۳۹۰: ۴۵). کالاهای مصرفی بستری را برای فرهنگ‌های مختلف فراهم می‌کنند تا از این طریق مفاهیم و پیام‌های خاص خود را انتقال دهند. غذا و مصرف غذایی همچون مقولات فرهنگی هستند که از طریق شناخت و ارزیابی آن‌ها در جوامع می‌توان به مفاهیم و معانی گسترده‌ای دست یافت. جوامع نیازمند مفاهیم ثابتی هستند که هرچند کوتاه مدت به قوام روابط اجتماعی و شکل‌گیری آن‌ها کمک نماید. غذاها به مثابه مقولات فرهنگی به شکل‌گیری این معانی ثابت کمک می‌کنند. غذاها، نشانگرهایی هستند که افراد به کمک مصرف آن‌ها خود را معرفی می‌کنند، با دیگران وارد روابط اجتماعی می‌شوند و مهم‌تر از همه باعث دوام و تثبیت فرهنگ جامعه‌ی خود می‌شوند.

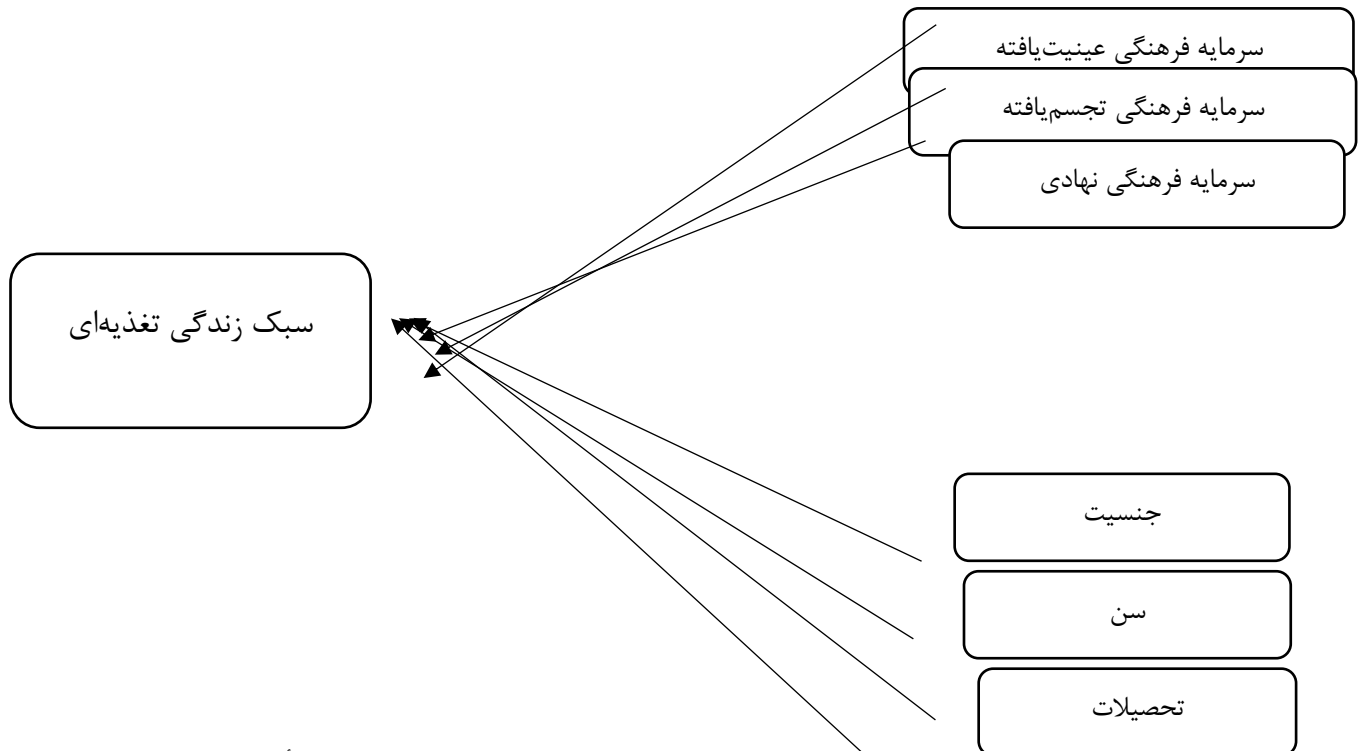
طبق نظر زیمل مد از یک شکل و چرخه اجتماعی تقلید و در عین حال تفاوت‌گذاری پیروی می‌کند. مد با دو تیپ از افراد جامعه سر و کار دارد: (۱) مقلد، کسی که از مد تبعیت می‌کند و سپس از آن لذت می‌برد، (۲) پیشتازان مد، یعنی کسی که دیگران را تحریک می‌کند تا نیازهای خود را همچون چیزهای نو تقلید کنند؛ بنابراین فرایند مد، یک عمل و فرایند اجتماعی است که گروه‌هایی را در حاکمیت خود در می‌آورد تا موقعیت اجتماعی خود را با تقلید از گروهی خاص تثبیت کند (بهار، ۱۳۹۰: ۴۱). در چرخه مد پیشتازان مد را طبقات بالای جامعه تشکیل می‌دهند که برای بیان تمایز و برتری خود از دیگران دست به ابداع مد می‌زنند و مقلدان مد را طبقات پایین جامعه تشکیل می‌دهد که به دنبال کسب هویت از طریق دنبال کردن مد هستند. بنابراین مد برای مقلدان پناهگاهی برای گریز از احساسات منفی مربوط به تضاد طبقاتی موجود در جامعه است. غذا و سبک تغذیه به

¹⁴. Carrigan

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

عنوان یک نیاز مصرفی نیز از این قواعد مستثنی نبوده است. در طول زمان‌های مختلف سبک تغذیه‌ای همچون دیگر نیازهای مصرفی درون این چرخه‌ی تمایز و همانندسازی قرار گرفته است و پیشنهادان مد به دنبال ایجاد سبک‌های تغذیه‌ای جدید برای تأکید بر تمایز طبقاتی خود با دیگران بوده‌اند و سایر طبقات هم با پیروی از آن‌ها به دنبال کسب هویت و همانندسازی بوده‌اند (همچون رواج سبک تغذیه‌ای گیاهخواری یا سبک تغذیه‌ای محصولات دریایی).

این واقعیت که در زمینه غذا تضاد اصلی (سرمایه اقتصادی) به طور 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 ساخت یافته است. معمولاً محققان و ناظران 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 (ماکارونی، غلات، ژامبون و...) رو به کاهش می‌رود. در حالی که فرد سهم فزاینده‌ای از بودجه خود را صرف گوشت بدون چربی و غذاهای سبک‌تر می‌کند (گوشت گاو، گوساله، گوسفند، میوه، سبزیجات ...). گرچه درآمد نقش مهمی در تعیین میزان فاصله از جبر و ضرورت 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 (یوسفی، ۱۴۰۱: ۱۵۲). عامل فرهنگی از فاکتورهای مهم و اثرگذار بر شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای معرفی شده است. طبق دیدگاه بوردیو، سلائق هر طبقه مختص آن طبقه است و باعث شکل‌گیری سبک مصرفی خاص آن طبقه می‌شود. از دیدگاه بوردیو عملکرد افراد از طریق انتخاب‌های مصرفی آن‌ها شکل می‌گیرد و انتخاب‌های مصرفی تحت تأثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی قرار دارد. سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو، مهارت‌های خاص فردی، سلیقه شخصی، مدارک تحصیلی و شیوه‌هایی که فرد به کمک آن‌ها خود را از دیگران متمایز می‌سازد، تعریف می‌شود. در این پژوهش تلاش شده است به کمک نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو تأثیر عوامل فرهنگی بر سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر در شیراز بررسی شود. در این جا با توجه به چارچوب نظری، که از سرمایه فرهنگی بوردیو بوده است، مدل پژوهش ارائه گردیده است. در این مدل سبک تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. متغیرهای مستقل نیز در این پژوهش سرمایه فرهنگی با ابعاد، عینیت یافته، تجسم یافته و نهادی هستند. همچنین متغیرهای زمینه‌ای جنسیت، سن، شغل، درآمد و تحصیلات با توجه به پژوهش‌های پیشین و نظریات پژوهش به عنوان متغیرهای مستقل انتخاب شده‌اند.



حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

نمودار ۲. مدل پژوهش

۳- روش پژوهش

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 است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام شده است. آماره‌های استفاده شده در این پژوهش عبارتند از: روش همبستگی پیرسون، آزمون T، تحلیل واریانس یک طرفه و تحلیل رگرسیون است. جامعه آماری پژوهش حاضر، ساکنین ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز می‌باشد. بر اساس داده‌های سازمان معاونت برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهر شیراز جمعیت ساکنین 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، به گونه‌ای که پاسخگویان موجود در یک منطقه به عنوان خوشه در نظر گرفته شده‌اند و سپس به کمک گزینش تصادفی به عنوان 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 کارشناسی ارشد مرضیه ساعی بوده است و آلفای کرونباخ این پرسشنامه ۰/۷۰ است (ساعی، ۱۳۹۳). که با توجه به متغیرهای مشترک استفاده شده است و همچنین محقق گویه‌های سبک زندگی تغذیه‌ای را به آن اضافه نموده است. در نهایت سوالات پرسشنامه تهیه شده در این پژوهش ساختار یافته به همراه یک پرسش تشریحی بوده است.

جدول ۲. جمعیت و حجم نمونه به تفکیک مناطق شهرداری

مناطق شهرداری شیراز	جمعیت بالای ۱۸ سال	حجم نمونه
منطقه یک	۱۳۶۴۴۴	۴۸
منطقه دو	۱۳۰۷۹۰	۴۶
منطقه سه	۱۰۴۷۶۵	۳۷
منطقه چهار	۱۹۶۳۸۹	۶۹
منطقه پنج	۱۱۵۹۹۵	۴۱
منطقه شش	۹۴۸۱۹	۳۳
منطقه هفت	۹۲۲۱۰	۳۲
منطقه هشت	۲۴۸۴۷	۹
منطقه نه	۱۰۳۱۹۳	۳۶
منطقه ده	۱۰۶۶۰۸	۳۸
منطقه یازده	۸۷۶۳۳	۳۱
مجموع	۱۱۹۳۶۹۳	۴۲۰

-تعریف متغیرها

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

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 تاثیر 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 نهادی است. متغیرهای زمینه‌ای، سن، جنسیت، تحصیلات، شغل و درآمد است. در ادامه تلاش شده است ابتدا تعریف مفهومی و سپس تعریف عملیاتی از متغیرها ارائه شود.

— سبک زندگی تغذیه‌ای

- تعریف مفهومی

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^{۱۵} 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 به عنوان فعالیتی که به بازتولید زندگی کمک می‌کند عرصه‌ای است که در صورت داشتن ویژگی‌های فوق می‌تواند سبک زندگی تغذیه‌ای تعریف شود.

- تعریف عملیاتی

برای مشخص کردن سبک زندگی تغذیه‌ای از گویه‌هایی با ۶ گزینه‌ی (کاملاً موافق، موافق، نسبتاً موافق، نسبتاً مخالف، مخالف و کاملاً مخالف) در زمینه رفتار تحقق یافته، انتخابی بودن و رفتار متمایز کننده استفاده شده است. ابعاد و گویه‌های سبک زندگی تغذیه‌ای به تفکیک در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. ابعاد و گویه‌های سبک زندگی تغذیه‌ای

الفای کرونباخ	گویه	ابعاد	
۰/۷۰	دفعات رفتن به بیرون بر (غذاخوری و فست فود)، تهیه غذای بیرون بر اولین گزینه پیشنهادی برای هر وعده غذایی (صبحانه، ناهار و شام)	رفتار تحقق یافته	سبک زندگی تغذیه‌ای
	ترجیح دادن صرف غذا بیرون بر نسبت به تهیه غذای خانگی با وجود وقت، ترجیح دادن صرف غذا بیرون بر نسبت به تهیه غذای خانگی با وجود مهارت، صرف هزینه برای تهیه غذای بیرون بر تاثیری در محدودیت بودجه مالی خانواده ندارد	انتخابی	
	آشپزی وظیفه خانواده نیست، اولویت قائل شدن برای علاقه‌مندی‌های فردی (ورزشی، دورهمی، هنری) نسبت به صرف زمان برای آشپزی	تمایزکننده	

- سرمایه فرهنگی

- تعریف مفهومی

¹⁵. Dobrianov

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از دانش‌هاست که در شکل کالاها و ابزارهای فرهنگی نیز ظاهر می‌شود. کالاهای فرهنگی جزء سرمایه فرهنگی شناخته شده است؛ چون این کالاها و ابزارها می‌توانند بر روابط متقابل اجتماعی و ایجاد شبکه‌های اجتماعی نقش داشته باشند یا حداقل بر آن تاثیر بگذارند (بوردیو، ۱۳۸۴: ۱۳۹ به نقل از ساعی، ۱۳۹۳: ۴۷-۴۸).

- تعریف عملیاتی

در این تحقیق برای اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی که دارای سه بعد تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادی می‌باشد از گویه‌هایی با طیف لیکرت شامل گزینه‌های (بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم، بسیار کم و اصلاً) استفاده شده است. سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته از طریق شاخص‌های میزان مهارت در رشته‌ی آشپزی، شیرینی‌پزی، شرکت در همایش‌های تغذیه و سلامت و... سنجیده شده است. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته از طریق میزان استفاده روزانه افراد از کتاب، روزنامه و مجله، عضویت در کتابخانه، رسانه‌هایی همچون تلویزیون، ماهواره، رادیو و اینترنت مورد مطالعه قرار گرفته شده است. همچنین سرمایه فرهنگی نهادی با شاخص‌هایی چون داشتن مدارک معتبر علمی سنجش شده است. گویه‌های مربوط به بعد عینیت‌یافته و تجسم‌یافته طبق طیف لیکرت با ۶ گزینه‌ی (بسیار زیاد، متوسط، کم، بسیار کم، اصلاً) طراحی شده است و گویه‌های مربوط به بعد نهادی دارای دو گزینه‌ی بله و خیر می‌باشد. (ساعی، ۱۳۹۳: ۴۸). ابعاد و گویه‌های سرمایه فرهنگی به تفکیک در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. ابعاد و گویه‌های سرمایه فرهنگی

نام متغیر	ابعاد	گویه های مورد سنجش	آلفای کرونباخ
سرمایه فرهنگی	عینیت‌یافته	میزان تماشای برنامه‌های تلویزیون (شبکه داخلی)، برنامه‌های ماهواره (شبکه خارجی)، مطالعه روزنامه/مجله، مطالعه کتاب غیردرسی، استفاده از اینترنت، گوش دادن به رادیو ایرانی، گوش دادن به رادیو خارجی، رفتن به کتابخانه	۰/۷۰
	تجسم‌یافته	داشتن مهارت در آشپزی سنتی (غذاهای محلی و ساده)، آشپزی مدرن (پیتزا، لازانیا، ناگت گوشت و مرغ و...)، سفره آرایی، شیرینی پزی (کیک، حلوا، بیسکویت، باقلوا، خاگینه، کاجی، مرباجات و...)، انواع دسر، پودینگ، کرم کارامل، کاستر، ژله و...، انواع ترشی‌جات، دیدار از نمایشگاه‌های بر پا شده در مورد غذاهای محلی و مدرن، شرکت در همایش‌های سلامت و تغذیه، پیگیری اخبار و رویدادهای علمی مربوط به سلامت و تغذیه	
	نهادی	داشتن مدرک معتبر در رشته آشپزی، داشتن مدرک معتبر در رشته شیرینی‌پزی، داشتن مدرک معتبر در رشته سفره‌آرایی، مسلط بودن به یک یا چند زبان خارجی.	

۴- تحلیل یافته‌ها

در بخش توصیفی پژوهش حاضر متغیرهای مستقل (جنسیت، سن، وضعیت اشتغال و درآمد) در مقایسه با متغیر وابسته (سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر)، مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. همچنین علت‌گرایی به مصرف بیرون‌بر در قالب سوال 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. همچنین در این قسمت تلاش شده است. فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی در ارتباط با میزان مصرف و نوع سبک زندگی تغذیه‌ای بررسی شود. براساس گویه‌های تعیین شده سبک زندگی تغذیه‌ای در شش سطح مورد بررسی قرار گرفته است که براساس نتایج پژوهش حاضر داده‌ها تنها در چهار سطح ابتدایی سبک زندگی تغذیه‌ای جای گرفته‌اند. طبق داده‌های بدست آمده نمره سبک زندگی تغذیه‌ای در چهار طیف دسته‌بندی شده است، به گونه‌ای که هر چه از سطح یک به سطح چهار نزدیک‌تر می‌شویم سبک غذایی به سمت مصرف بیرون‌بر حرکت می‌کند. بنابراین سطح یک شامل گروهی است که سبک تغذیه آن‌ها به سبک غذایی مبتنی بر

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

غذاهای خانگی نزدیک است و سطح چهار شامل گروهی است که سبک غذایی آن‌ها به سبک غذایی مبتنی بر بیرون‌بر نسبت به غذای خانگی نزدیک‌تر است.

جدول ۵. فراوانی سبک زندگی تغذیه‌ای به تفکیک جنسیت

جنسیت	سبک زندگی تغذیه‌ای					مجموع
	سبک یک	سطح دو	سطح سه	سطح چهار	مجموع	
مرد	فراوانی	۷۴	۱۸۲	۵۱	۱۳	۳۲۰
	درصد	۲۳	۵۷	۱۶	۴	۱۰۰
زن	فراوانی	۵۲	۳۷	۱۰	۱	۱۰۰
	درصد	۵۲	۳۷	۱۰	۱	۱۰۰
مجموع	فراوانی	۱۲۶	۲۱۹	۶۱	۱۴	۴۲۰
	درصد	۳۰	۵۲	۱۵	۳	۱۰۰

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. طبق جدول ۵ 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.

جدول ۶. فراوانی سبک زندگی تغذیه‌ای به تفکیک سن

سن	سبک زندگی تغذیه‌ای					مجموع
	سبک یک	سطح دو	سطح سه	سطح چهار	مجموع	
۱۸-۲۸	فراوانی	۴۴	۱۰۰	۱۵	۰	۱۵۹
	درصد	۲۸	۶۳	۹	۰	۱۰۰
۲۸-۳۸	فراوانی	۵۲	۷۷	۱۶	۱	۱۴۶
	درصد	۳۵	۵۳	۱۱	۱	۱۰۰
۳۸-۴۸	فراوانی	۳۵	۳۸	۴	۰	۷۷
	درصد	۴۶	۴۹	۵	۰	۱۰۰
۴۸-۵۸	فراوانی	۱۶	۱۱	۳	۰	۳۰
	درصد	۵۳	۳۷	۱۰	۰	۱۰۰
۵۸-۶۸	فراوانی	۱	۶	۰	۱	۸
	درصد	۱۲.۵	۷۵	۰	۱۲.۵	۱۰۰
مجموع	فراوانی	۱۴۸	۲۳۲	۳۸	۳	۴۲۰
	درصد	۳۵	۵۵	۹	۱	۱۰۰

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 موثر 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 ۵۸-۶۸ سال نشان داده شده است. طبق جدول ۶ 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.

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

جدول ۷. فراوانی سبک زندگی تغذیه‌ای به تفکیک وضعیت اشتغال

مجموع	سطح چهار	سطح سه	سطح دو	سطح یک	سبک زندگی تغذیه‌ای	
					شغل	سبک زندگی تغذیه‌ای
۱۷۰	۶	۲۸	۹۱	۴۵	فراوانی	شاغل تمام وقت
۱۰۰	۴	۱۶	۵۴	۲۶	درصد	
۸۲	۴	۱۵	۴۱	۲۲	فراوانی	شاغل نیمه وقت
۱۰۰	۵	۱۸	۵۰	۲۷	درصد	
۱۶	۱	۳	۷	۵	فراوانی	بیکار
۱۰۰	۶	۱۹	۴۴	۳۱	درصد	
۴۰	۱	۳	۱۲	۲۴	فراوانی	خانه‌دار
۱۰۰	۲/۵	۷/۵	۳۰	۶۰	درصد	
۲۲	۰	۲	۱۰	۱۰	فراوانی	بازنشسته
۱۰۰	۰	۹	۴۵/۵	۴۵/۵	درصد	
۷۱	۲	۸	۴۴	۱۷	فراوانی	دانشجو
۱۰۰	۳	۱۱	۶۲	۲۴	درصد	
۱۹	۰	۲	۱۴	۳	فراوانی	موارد دیگر
۱۰۰	۰	۱۰	۷۴	۱۶	درصد	
۴۲۰	۱۴	۶۱	۲۱۹	۱۲۶	فراوانی	مجموع
۱۰۰	۳	۱۵	۵۲	۳۰	درصد	

بیشترین فراوانی در سبک تغذیه‌ای را به ترتیب شاغلین تمام وقت با مجموع فراوانی ۱۷۰، شاغلین نیمه وقت 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 تمام وقت بوده‌اند بیشترین مراجعه کنندگان و همچنین افراد بیکار جزء کم‌ترین مراجعه کنندگان به مراکز تهیه غذای بیرون‌بر بوده‌اند. مطابق جدول ۷ افرادی که شغل تمام وقت 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.

جدول ۸. فراوانی سبک زندگی تغذیه‌ای به تفکیک میزان درآمد

مجموع	سطح چهار	سطح سه	سطح دو	سطح یک	نمره سبک زندگی تغذیه‌ای	
					درآمد	نمره سبک زندگی تغذیه‌ای
۴۰	۱	۶	۱۸	۱۵	فراوانی	۲ میلیون تومان و کمتر
۱۰۰	۲	۱۵	۴۵	۳۸	درصد	
۶۶	۳	۱۰	۳۵	۱۸	فراوانی	۴ تا ۲ میلیون
۱۰۰	۵	۱۵	۵۳	۲۷	درصد	
۹۶	۱	۱۰	۵۱	۳۴	فراوانی	۴ تا ۶ میلیون
۱۰۰	۱	۱۰	۵۳	۳۶	درصد	

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

۱۳۵	۳	۲۱	۷۲	۳۹	فراوانی	۶ تا ۱۰ میلیون
۱۰۰	۲	۱۶	۵۳	۲۹	درصد	
۸۳	۶	۱۴	۴۳	۲۰	فراوانی	بالای ۱۰ میلیون
۱۰۰	۷	۱۷	۵۲	۲۴	درصد	
۴۲۰	۱۴	۶۱	۲۱۹	۱۲۶	فراوانی	مجموع
۱۰۰	۳	۱۵	۵۲	۳۰	درصد	

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. طبق جدول ۸ 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. براساس داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش 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.

جدول ۹. فراوانی سبک زندگی تغذیه‌ای و علت مصرف بیرون‌بر

مجموع	سطح چهار	سطح سه	سطح دو	سطح یک	سبک زندگی تغذیه‌ای	
					فراوانی	درصد
۱۲۳	۱	۱۸	۷۷	۲۷	فراوانی	مشغله کاری
					درصد	
۱۰۰	۰/۸۲	۱۴/۶۳	۶۲/۶۰	۲۱/۹۵	فراوانی	تنوع و تفریح
۱۳۱	۰	۵	۶۶	۶۰	درصد	
۱۰۰	۰	۳/۸۲	۵۰/۳۸	۴۵/۸۰	فراوانی	خوشمزگی و طعم
۵۲	۰	۳	۳۰	۱۹	درصد	
۱۰۰	۰	۵/۷۷	۵۷/۷۰	۳۶/۵۳	فراوانی	درخواست فرزندان
۱۶	۰	۱	۴	۱۱	درصد	
۱۰۰	۰	۶/۲۵	۲۵	۶۸/۷۵	فراوانی	مجرد بودن
۱۱	۰	۶	۴	۱	درصد	
۱۰۰	۰	۵۴/۵۴	۳۶/۳۶	۹/۱	فراوانی	راحتی
۲۴	۰	۰	۱۵	۹	درصد	
۱۰۰	۰	۰	۶۲/۵	۳۷/۵	فراوانی	مجموع
۳۵۷	۱	۳۳	۱۹۶	۱۲۷	درصد	
۱۰۰	۰/۲۸	۹/۲۴	۵۴/۹	۳۵/۵۸		

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 تاثیرگذاری کم‌تری نسبت به سایر علل در گرایش به مصرف بیرون‌بر

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

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. مطابق جدول ۹ 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.

در ادامه به بررسی متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی) و زمینه‌ای پژوهش و ارتباط آن‌های با سبک تغذیه‌ای پرداخته شده است. براساس جدول ۱۰ از بین ۴۲۰ نفر نمونه مورد بررسی ۹۸ نفر دارای سرمایه فرهنگی بسیار کم، ۲۵۰ نفر دارای سرمایه فرهنگی کم، ۶۶ نفر دارای سرمایه فرهنگی نسبتاً کم و ۶ نفر دارای سرمایه فرهنگی نسبتاً زیاد بوده‌اند. همچنین ۱۸۵ نفر سرمایه عینیت یافته بسیار کم، ۲۱۳ نفر سرمایه عینیت یافته کم، ۲۰ نفر سرمایه عینیت یافته نسبتاً کم و ۲ نفر سرمایه عینیت یافته نسبتاً زیاد داشته‌اند. در خصوص سرمایه تجسم یافته، ۱۱۳ نفر به میزان بسیار کم، ۱۹۵ نفر به میزان کم، ۹۱ نفر به میزان نسبتاً کم و ۲۱ نفر دارای سرمایه تجسم یافته نسبتاً زیاد بوده‌اند. و در نهایت سرمایه نهادی ۳۶۴ نفر به میزان بسیار کم، ۳۵ نفر به میزان کم، ۱۹ نفر به میزان نسبتاً کم و ۱ نفر به میزان نسبتاً زیاد بوده است.

جدول ۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان در متغیرهای مستقل

مجموع	بسیار زیاد	زیاد	نسبتا		کم	بسیار کم	متغیر مستقل	
			نسبتا زیاد	نسبتا کم			فراوانی	درصد
۴۲۰	-	-	۶	۶۶	۲۵۰	۹۸	فراوانی	سرمایه فرهنگی
۱۰۰	-	-	۱/۴	۱۵/۷	۵۹/۵	۲۳/۳	درصد	
۴۲۰	-	-	۲	۲۰	۲۱۳	۱۸۵	فراوانی	عینیت یافته
۱۰۰	-	-	۰/۵	۴/۸	۵۰/۷	۴۴	درصد	
۴۲۰	-	-	۲۱	۹۱	۱۹۵	۱۱۳	فراوانی	تجسم یافته
۱۰۰	-	-	۵	۲۱/۷	۴۶/۴	۲۶/۹	درصد	
۴۲۰	-	۱	۱	۱۹	۳۵	۳۶۴	فراوانی	نهادی
۱۰۰	-	۰/۲	۰/۲	۴/۵	۸/۳	۸۶/۷	درصد	

طبق جدول ۱۱ بین سرمایه فرهنگی و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین طبق نتایج آزمون پیرسون بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سبک تغذیه‌ای نیز رابطه معناداری وجود ندارد. در واقع استفاده نرم افزاری و سخت افزاری افراد از رسانه (سرمایه عینیت یافته) تاثیری در شکل‌گیری سبک تغذیه‌ای آن‌ها نداشته است. براساس نتایج آزمون پیرسون بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد. در واقع میزان مهارت‌های فردی و حضور یافتن در همایش‌های تغذیه و نمایشگاه‌های غذایی (سرمایه تجسم یافته) تاثیری در انتخاب سبک تغذیه‌ای افراد نداشته است. همچنین طبق نتایج آزمون پیرسون بین سرمایه فرهنگی نهادی و سبک تغذیه‌ای رابطه معنادار و ضعیفی وجود دارد. به گونه‌ای که متغیر سرمایه فرهنگی نهادی قادر است کم‌تر از ۴ درصد متغیر سبک تغذیه‌ای را پیش‌بینی کند.

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

طبق نتایج آزمون پیرسون بین سن و سبک تغذیه‌ای رابطه معنادار، ضعیف و معکوسی وجود دارد. به گونه‌ای که متغیر سرمایه فرهنگی نهادی قادر است کم‌تر از ۴ درصد متغیر سبک تغذیه‌ای را پیش‌بینی کند. بنابراین با افزایش سن افراد تمایل آن‌ها به مصرف غذاهای بیرون‌بر کم شده و تمایل آن‌ها به سمت مصرف غذاهای خانگی می‌رود.

سبک زندگی تغذیه‌ای		ضریب پیرسون	سطح معناداری
سرمایه فرهنگی	-۰/۰۰۲		
عینیت‌یافته	-۰/۰۶۲	۰/۲۰۳	
تجسم‌یافته	-۰/۰۵۷	۰/۲۴۳	
نهادی	۰/۱۸۱	۰/۰۰۰	
سن	۰/۱۴۳	۰/۰۰۳	

طبق جدول ۱۲ 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.

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

براساس جدول ۱۳ طبق نتایج بین وضعیت اشتغال و سبک تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد. به این معنا که هرچه افراد زمان بیشتری را به فعالیت شغلی یا تحصیلی اختصاص می‌دهند گرایش آن‌ها به مصرف غذاهای بیرون‌بر و انتخاب سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بیشتر می‌شود. 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. براساس نتایج بین درآمد و سبک تغذیه‌ای رابطه معناداری وجود داشته است و درآمد افراد در انتخاب سبک تغذیه‌ای آن‌ها موثر بوده است. هر چه افراد درآمد بالاتری داشته‌اند سبک تغذیه‌ای آن‌ها بیشتری مبتنی بر مصرف غذاهای بیرون‌بر بوده است.

سبک زندگی تغذیه‌ای		سطح معناداری
F		
وضعیت اشتغال	۴/۰۵	۰/۰۰۱
سطح تحصیلات	۰/۶۷۶	۰/۶۴۲
درآمد	۳/۲۲	۰/۰۱۳

نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر سبک زندگی تغذیه‌ای در جدول ۱۴ نشان داده شده است. براساس نتایج مقدار همبستگی پیرسون پاسخگویان (R) برابر با ۰/۲۶۶ می‌باشد. مقدار ضریب تعیین (R²) حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۲): ۷۸ - ۹۷.

برابر ۰/۰۷۱ بوده و حاکی از آن است که این متغیرها می‌توانند حدود ۷ درصد از واریانس سبک زندگی تغذیه‌ای را تبیین نماید. 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 کند. براساس یافته‌ها متغیر نهادی می‌تواند به صورت معناداری ($P < ۰/۰۵$) به تبیین سبک زندگی تغذیه‌ای بپردازد. مقدار B نشان‌دهنده جهت تاثیر مثبت در متغیر نهادی و جهت تاثیر منفی در متغیرهای عینیت یافته و تجسم یافته است. همچنین مقدار T در متغیر نهادی ($T=۴/۲۱۷$) بیانگر یک نوع رابطه مثبت و معنادار با سبک زندگی تغذیه‌ای می‌باشد. متغیر سرمایه فرهنگی متغیر حذف شده در این تحلیل بوده است.

جدول ۱۴. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر سبک زندگی تغذیه‌ای

P-VALUE	T	BETA	B	
۰/۲۹۴	-۱/۰۵۱	-۰/۰۵۳	-۰/۰۷۹	عینیت یافته
۰/۱۰۲	-۱/۶۳	-۰/۰۸۷	-۰/۰۵۴	تجسم یافته
۰/۰۰۰	۴/۲۱۷	۰/۲۰۷	۰/۲۹۴	نهادی
Adj. $r^2=۰/۰۵۷$		$R^2=۰/۰۷۱$		
		$R=۰/۲۶۶$		
		$F=۵/۲۳$		
		$P-Value=۰/۰۰۰$		

۵- بحث و نتیجه گیری

براساس نتایج بدست آمده از پژوهش حاضر سبک تغذیه‌ای در شیراز همچنان مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی بوده است و سبک تغذیه‌ای گروهی که غذاهای بیرون‌بر 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 به مصرف‌کننده غذاهای بیرون‌بر هستند. همانگونه که ذکر شد در این پژوهش سبک زندگی تغذیه‌ای در شش سطح مورد پرسشگری قرار گرفته است. سطح یک، شامل سبک زندگی تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف غذاهای خانگی و سطح شش، شامل سبک زندگی تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بوده است. براساس داده‌های جمع‌آوری شده در این تحقیق مردم شهر شیراز بین سطوح یک تا چهار سبک زندگی تغذیه‌ای 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 زندگی تغذیه‌ای قرار گرفته‌اند به این معنا که سبک زندگی تغذیه‌ای نزدیک به مصرف غذایی مبتنی بر خارج از خانه داشته‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت سبک زندگی تغذیه‌ای در شهر شیراز مبتنی بر غذاهای خانگی است که این نتیجه با پژوهش تصدی‌کاری (۱۳۹۱) همخوانی داشته 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. بالاتر بودن نمره سبک زندگی تغذیه‌ای مبتنی بر غذاهای خانگی و سالم در زنان با نتیجه پژوهش ذکایی و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی داشته است. افرادی که شغل تمام وقت داشته‌اند در سطح چهارم و سطح سوم سبک تغذیه نزدیک‌ترین گروه به سبک زندگی تغذیه‌ای مبتنی بر مصرف بیرون‌بر بوده‌اند. بالا بودن مصرف غذای بیرون‌بر در بین گروهی که مشغله کاری داشته‌اند با نتیجه پژوهش امانی و همکاران (۱۳۹۳) و پژوهش دادپور و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی داشته است. براساس نظریه بوردیو عملکرد افراد از طریق انتخاب‌های مصرفی آن‌ها شکل می‌گیرد و انتخاب‌های مصرفی تحت تاثیر سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی قرار دارد. سرمایه فرهنگی از دیدگاه بوردیو، مهارت‌های خاص فردی، سلیقه شخصی، مدارک تحصیلی و شیوه‌هایی که فرد به کمک آن‌ها خود را از دیگران متمایز می‌سازد، تعریف می‌شود.

در این پژوهش، سرمایه فرهنگی در ابعاد عینیت یافته، تجسم یافته و نهادی در بین گروه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. براساس نتایج گروه‌های مختلف در شیراز میانگین نمره متوسط و نزدیک به هم داشته‌اند. متغیر سرمایه فرهنگی فقط در بعد نهادی که شامل مدارک معتبر در زمینه‌های مختلف مهارتی می‌شود، رابطه معناداری با سبک تغذیه‌ای داشته است به صورتی که هر چه افراد مدارک معتبر بیشتری داشتند میزان گرایش آن‌ها به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر بیرون‌بر بیشتر بوده است. بنابراین نتیجه پژوهش در بعد سرمایه نهادی با نظریه بوردیو همخوانی داشته است. پدیده فوق را شاید بتوان این چنین تحلیل کرد، حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر

آنچه موجب تلاش فرد برای کسب سرمایه نهادی و مدارک معتبر علمی شده است تمایل به تمایزبخشی است. انگیزه تمایزبخشی در سبک تغذیه‌ای تمایل به استفاده از روش‌های نوین تغذیه را رقم می‌زند. به گونه‌ای که هر چه افراد بیشتر به دنبال تمایزبخشی خود از دیگر گروه‌های اجتماعی از طریق کسب مدارک معتبر بوده‌اند به تبع آن به سمت داشتن سبک تغذیه‌ای تمایز بخش با دیگر طبقات اجتماعی در جامعه نیز حرکت کرده و سبک تغذیه‌ای نزدیک‌تری مبتنی بر مصرف غذاهای بیرون‌بر داشته‌اند. سرمایه اقتصادی از دیدگاه بورديو از عوامل موثر 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. به گونه‌ای که هر چه میزان درآمد افراد بالاتر بوده است، سبک تغذیه‌ای نزدیک‌تری به مصرف غذاهای بیرون‌بر داشته‌اند. همچنین بین وضعیت اشتغال و سبک تغذیه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد. به گونه‌ای که افرادی که مشغول به کار بوده‌اند بیشتر از سایر گروه‌ها سبک تغذیه‌ای نزدیک به مصرف غذاهای بیرون‌بر داشته‌اند. اشتغال جزء عوامل موثر در گرایش به سبک تغذیه‌ای مبتنی بر غذاهای بیرون‌بر شناخته شده است. با توجه به اینکه 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. تحقیق حاضر سرمایه فرهنگی را به علت محدودیت‌های پژوهشی در ابعاد محدودی تعریف و مورد بررسی قرار داده است به همین علت نمره سرمایه فرهنگی در بین گروه‌های مختلف نتیجه یکسانی داشته است، ممکن است اگر گویه‌های وسیع‌تری از سرمایه فرهنگی در شهر شیراز مورد بررسی قرار بگیرد نمره مردم شهر شیراز در سرمایه فرهنگی متفاوت شده و تاثیر آن بر سبک زندگی تغذیه‌ای روشن‌تر شود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد خانم فاطمه جوانمردی با عنوان «عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با سبک تغذیه‌ای (با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر) در بین ساکنان ۱۸ سال و بالاتر شهر شیراز» است. آقای منصور طبیعی به عنوان استاد راهنما و آقای احسان حمیدی زاده به عنوان استاد مشاور در این پایان نامه حضور داشته‌اند.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- امانی، فیروز؛ رحیمی، الناز؛ نعمتی، علی؛ فرضی‌زاده، فاطمه؛ دیده‌وری، المیرا؛ نصیرپور، فاطمه؛ احمدی، فاطمه؛ مهاجری، م.، تذکری، زهرا؛ محمدنیا، علیرضا؛ سوادپور، محمدتقی (۱۳۹۳). بررسی وضعیت مصرف غذاهای فوری (فست‌فودها) در شهرستان اردبیل. *مجله سلامت و بهداشت*، ۵(۲)، ۱۲۷-۱۳۷.
- امیدی، الهام؛ قاسمی، یارمحمد؛ سپیدنامه، محمد (۱۴۰۱). تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه نسلی مصرف موسیقی (میدان مطالعه ایل خزل در شهر ایلام). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴(۱)، ۱۹۵-۲۱۹.
- باکاک، رابرت (۱۳۹۸). *مصرف، ترجمه خسرو صبری*، تهران: شیرازه کتاب ما.
- بهار، مه‌ری (۱۳۹۰). *مصرف و فرهنگ*. تهران: سمت.
- حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶(۲): ۷۸ - ۹۷.

- تصدی‌کاری، علی (۱۳۹۱). الگو تغذیه و هویت اجتماعی (مطالعه تجربی فرهنگ مصرف فست‌فودها در شهر رشت). *فصلنامه توسعه اجتماعی*، (۱)۷، ۱۰۹-۱۳۴.
- جرموو، جان؛ ویلیامز، لورن (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی غذا و تغذیه اشتهای اجتماعی*. ترجمه هما زنجانی‌زاده، تهران: جامعه‌شناسان.
- حسینیان، غزاله؛ بنی‌هاشمی، سیدمحسن؛ سبحانی، عبدالرضا (۱۴۰۰). تقابل فرهنگی و دینی محتوای برنامه‌های غذایی ماهواره‌ای با اصول سبک زندگی تغذیه‌ای ایرانی-اسلامی. *دین و ارتباطات*، (۱)۲۸، ۹۱-۱۱۸.
- دادیپور، سکینه؛ مدنی، عبدالحسین؛ قنبرنژاد، امین؛ صفری مرادی، علی؛ امانی، فیروز؛ حسینی، مرضیه؛ یگانه، حمیده (۱۳۹۳). رفتار تغذیه‌ای عوامل مرتبط با مصرف غذاهای آماده در شهر بندعباس: یک مطالعه مبتنی بر جمعیت. *فصلنامه علمی-پژوهشی آموزش بهداشت و ارتقای سلامت*، (۲)۲، ۷۷-۸۶.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۱). *فراغت، مصرف و جامعه: گفتارهایی انتقادی*. تهران: نشر تیسرا.
- ذکایی، محمد سعید؛ داداهیر، ابوعلی و خاشعی، رضا (۱۳۹۵). عوامل موثر بر انتخاب سبک زندگی سلامت محور شهروندان شهر تهران با تأکید بر مصرف رسانه‌ای. *مجله جهانی رسانه*، (۱)۱۱، ۴۷-۶۵.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۴). *نظریه‌ای جامعه‌شناسی معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر نی.
- 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.
- علی اکبری، عطیه و تقوایی، مسعود (۱۳۹۹). نظر شهروندان نسبت به وضعیت فست‌فود و عوامل موثر بر توسعه آن (مورد مطالعه: شهروندان اصفهان). *مطالعات اجتماعی گردشگری*، (۱۵)۸، ۲۴۹-۲۷۶.
- عینی‌زیناب، حسن؛ سبحانی، سیدرضا (۱۳۹۶). رژیم‌های غذایی پایدار و غذاهای سنتی ابومی. *مجله علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران*، (۱)۱۲، ۱۵۱-۱۵۸.
- فاضلی، محمد (۱۳۹۸). *مصرف و سبک زندگی*. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۹۹). *جامعه‌شناسی پزشکی*. تهران: انتشارات طهوری.
- محمدی، پردین؛ محمدی‌بلبان‌آباد، امجد؛ پیروزی، بختیار؛ افخم‌زاده، عبدالرحیم؛ محمدی، حسین؛ ملکی، علی (۱۳۹۷). بررسی عادت‌واره‌های غذایی و عوامل مرتبط با آن (مورد مطالعه: ساکنان شهر سمنان). *فصلنامه سبک زندگی با محوریت سلامت*، (۳)۴، ۱-۹.
- یوسفی، رسول؛ زارع خلیلی، فتح‌الله؛ مقنی‌پور، مجیدرضا؛ غروی منجیلی، فریبا (۱۴۰۱). تاثیر طبقه و سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بر سلايق هنری (مورد مطالعه: شهر شیراز، سال ۱۳۹۸). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، (۱)۴، ۱۴۷-۱۶۷.

References

- Bugge, A. B. (2011). Lovin'it? A study of youth and the culture of fast food. *Food, Culture & Society*, 14(1), 71-89.
- Deivanai, P. (2016). Factors influencing to preference of fast-food restaurants. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(8), 20-25.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27:275-293.
- Schlosser, E. (2012). *Fast food nation: The dark side of the all-American meal*, Houghton Mifflin Harcourt.
- Stajcic, N. (2013). Understanding culture: Food as a means of communication. *Hemispheres. Studies on cultures and Societies*, (28), 77-87.
- 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), 258011.

حمیدی‌زاده، احسان؛ طبیعی، منصور؛ جوانمردی، فاطمه (۱۴۰۳). عوامل فرهنگی مرتبط با سبک زندگی تغذیه‌ای، با تأکید بر مصرف غذای بیرون‌بر (پیمایشی در بین ساکنان شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، (۲) ۶، ۷۸ - ۹۷.