

مطالعه ارتباط تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای با الگوی مصرف غذای غیرخانگی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۵ ساله و بالاتر شهر تبریز)

توکل آفایاری هیر (دانشیار جمعیت‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران، نویسنده مسئول)

t.aghayari@tabrizu.ac.ir

محمد عباس زاده (استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

m-abbaszadeh@tabrizu.ac.ir

ابراهیم محمدپور (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

e.mohammadpour70@gmail.com

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی ارتباط بین متغیرهای تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای با الگوی مصرف (میزان و نگرش به سلامت) غذاهای غیرخانگی نگاشته شده است. روش تحقیق از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل تمامی شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز است که ۴۰۹ نفر از آن‌ها به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای براساس مناطق ده‌گانه شهر تبریز برای مطالعه انتخاب شده‌اند. بر اساس یافته‌های تحقیق، تمایزطلبی (به شکل مثبت)، دانش تغذیه‌ای (به شکل منفی)، پایگاه اقتصادی-اجتماعی (به شکل مثبت) و جنس (به نفع مردان) رابطه معناداری با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته و تنها پایگاه اقتصادی-اجتماعی رابطه منفی، معنادار و ضعیفی با نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی نشان داده است. نتایج حاصل از برازش مدل مسیر حاکی از آن است که هر چهار متغیر مستقل تحقیق (شامل؛ تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و جنس) تأثیرات کل معناداری بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته و در مجموع ۲۲ درصد از تغییرات آن را تبیین کرده‌اند. در ارتباط با نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی، فقط پایگاه اقتصادی-اجتماعی دارای تأثیر معنادار در تحلیل‌های چندمتغیره بوده که توانسته بخش کوچک و در عین حال معناداری از واریانس نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی را تبیین نماید.

کلیدواژه‌ها: الگوی مصرف غذای غیرخانگی، تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه

اقتصادی - اجتماعی.

۱- مقدمه

هر موجود زنده‌ای برای بقا، تداوم حیات و حفظ سلامت، پیوسته نیاز به دریافت غذا، انرژی و مواد مغذی دارد (لیوی باچی^۱، ۲۰۰۸، ص. ۲۳). غذا و تجارب غذایی در کنار نقش زیستی، با توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی متعددی که در دوران معاصر و در زندگی مدرن شهری پیدا کرده، به‌عنوان مسئله‌ای مهم برای متخصصان و محققان حوزه تغذیه و جامعه مطرح شده تا جایی که موجب شده در سال‌های اخیر، برخی از شکل‌گیری حوزه مطالعاتی جدیدی با عنوان جامعه‌شناسی غذا و تغذیه^۲ صحبت کنند (مکینتاش^۳، ۱۹۹۶، ص. ۱).

انقلاب صنعتی ضمن ایجاد دگرگونی‌های کمی و کیفی بسیار در عموم تجارب بشری، تغییر و تحولات گسترده‌ای را در رفتارهای مرتبط با تغذیه نیز به وجود آورده است (کوهی و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۱۵۹) که رواج مصرف غذاهای غیرخانگی یکی از نمونه‌های بارز این دست از تغییرات به‌شمار می‌رود. به عبارتی دیگر، شهرنشینی و صنعتی‌شدن، در کنار تغییرات پدیده دیگری که در سازمان کار، زندگی خانوادگی و سازمان اجتماعی به وجود آورده، (جوکار، ۱۳۹۳، ص. ۵۱)، موجب شده تا اشکال جدیدتری از سبک غذاخوردن نیز ظهور پیدا کنند. از همین رو، غذاهای غیرخانگی به یکی از دغدغه‌های مهم و روزمره ساکنان عموماً پرمشغله شهرهای بزرگ امروزی تبدیل شده و نقش مهمی در تجارب غذایی افراد یافته است (آکسویدان^۴، ۲۰۰۷، ص. ۳۰۱؛ لاجات و همکاران^۵، ۲۰۱۲، ص. ۳۳۲؛ بیزرا

-
1. Livi-Bacci
 2. Sociology of food and Nutrition
 3. McIntosh
 4. Aksoydan
 5. Lachat et al

و سیچیری^۱، ۲۰۰۹، ص. ۶۵؛ دادزیو، تورینی، کاپاچی و سابا^۲، ۲۰۱۴، ص. ۲؛ آدامز و همکاران^۳، ۲۰۱۵، ص. ۲).

هرچند براساس جست‌وجوهای صورت گرفته توسط نگارندگان مقاله حاضر، در مجموع در ارتباط با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی اطلاعات رسمی دقیق و منتشرشده‌ای در کشور در دسترس نیست، با این حال، شواهد موجود حاکی از مصرف میزان بالای غذاهای آماده (یا فست‌فودها به‌عنوان بخشی از غذاهای غیرخانگی) دست‌کم در بین برخی از اقشار نظیر دانشجویان (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۰) است. همچنین سهم هزینه غذای غیرخانگی در کل هزینه‌های خوراکی خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۱ در حدود ۴/۷ درصد برآورد شده است (فرازمند و همکاران، ۱۳۹۴).

در شهر تبریز نیز، براساس اطلاعات دریافتی از اتحادیه‌های صنفی مربوطه (رستوران، اغذیه‌فروشان و چلوکبابی‌ها و غذاخوری‌ها)، تعداد واحدهای ارائه‌کننده غذاهای آماده (پیتزا و ساندویچ) از ۴۰۰ واحد در سال ۱۳۹۰ به ۶۰۰ واحد در سال ۱۳۹۶ افزایش یافته است. براساس همین اطلاعات، تعداد رستوران‌ها در همین فاصله زمانی با ۱۵ درصد افزایش به عدد ۵۰۰ واحد رسیده است. تعداد واحدهای تهیه و عرضه غذاهای غیرخانگی شامل؛ چلوکبابی‌ها و غذاخوری‌های شهر تبریز نیز با دوبرابرشدن در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶، به حدود ۵۰۰ واحد افزایش یافته است (اتحادیه اصناف تبریز، ۱۳۹۶). افزایش تعداد مکان‌های آماده‌سازی، عرضه و توزیع غذاهای آماده در سال‌های اخیر می‌تواند نشانی از گرایش بالای ساکنان این شهر به سمت مصرف غذاهای غیرخانگی نیز باشد.

غذاهای غیرخانگی^۴ به همه غذاهای آماده‌شده در خارج از خانه (صرف‌نظر از محل مصرف آن‌ها) که به‌عنوان یک وعده غذایی مصرف شوند، اطلاق می‌شود (راولیو^۵، ۲۰۱۱،

1. Bezerra and Sichieri
2. D'Addezio, Turrini, Capacci, and Saba
3. Adamz et al
4. Food away from home
5. Raulio

ص. ۱۶). از چندین زاویه می‌توان به تجارب غذایی غیرخانگی نگرینست که میزان مصرف (یا دفعات مصرف) و سلامت خود-ارزیابی شده غذاهای غیرخانگی مصرفی (این که با توجه به برخی ویژگی‌ها از جمله پرچرب یا پرنمک‌بودن غذاهای غیرخانگی توسط پاسخ‌گویان تا چه حدی سالم یا کمتر سالم طبقه‌بندی می‌شوند) از جمله آن‌ها است.

مثل هر تجربه دیگر انسانی، عوامل بسیاری در سطوح و ابعاد مختلف می‌توانند بر الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی تأثیر بگذارند که در تحقیق حاضر سعی شده تأثیر تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای در کنار تأثیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی و جنس که از مهم‌ترین عوامل اجتماعی و ساختاری مرتبط با مصرف غذاهای غیرخانگی محسوب می‌شوند (پادوک^۱، ۲۰۱۵؛ ویلز، باکت میلبورن، رابرتز و لاوتون^۲، ۲۰۱۱؛ مکگی و همکاران^۳، ۲۰۰۹؛ هالشوف، بروسارد، کروئیزینگا، تلمن و لوویک^۴، ۲۰۰۳؛ پیروزنیا^۵، ۲۰۰۱) بر الگوی مصرف (میزان و نگرش به سلامت) غذاهای غیرخانگی بررسی شوند.

بنابر مطالعات موجود، امروزه افراد و خانوارها تجارب و ترجیحات غذایی خود را برای تعیین و تعریف جایگاه اقتصادی و اجتماعی خود و در معنای عام کلمه، برای ایجاد تمایز بین خود و دیگران تنظیم می‌کنند (ویلز، باکت میلبورن، رابرتز و لاوتون، ۲۰۱۱، ص. ۷۲۵). در این راستا، غذا و انتخاب‌های غذایی حتی می‌توانند به‌عنوان تجربه‌ای هویت‌بخش نیز در نظر گرفته شوند (آلمریکو^۶، ۲۰۱۴). این مسئله تاجایی اهمیت یافته که حتی کاپلان^۷ (۱۹۹۷، ص. ۱) از زاویه نگاه مردم‌شناسان ساختارگرا به غذا، آن را به‌عنوان یک نظام فرهنگی در نظر گرفته و معتقد است که ذائقه (اعم از ذائقه‌های غذایی) به شکل فرهنگی شکل یافته و به شکل اجتماعی مدیریت و کنترل می‌شود.

-
1. Paddock
 2. Wills, Backett-Milburn, Roberts, and Lawton
 3. McGee et al
 4. Hulshof, Brussaard, Kruizinga, Telman, and Löwik
 5. Pirouznia
 6. Almerico
 7. Caplan

هرچند تمایزطلبی به‌عنوان یک متغیر اجتماعی فرهنگی این قابلیت را دارد که تجارب مربوط به غذای غیرخانگی را تحت تأثیر قرار دهد، به نظر می‌رسد تأثیر این متغیر خود می‌تواند تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای از جمله پایگاه اقتصادی-اجتماعی، جنس و همچنین اطلاعات و دانسته‌های غذایی و تغذیه‌ای افراد تعدیل شود. از آنجایی که تجارب غذایی اغلب به‌عنوان راهی برای تأمین نیازهای زیستی نیز بوده و در عمل تبعات انتخاب‌های غذایی روی سلامت و شرایط زیستی افراد نیز مهم هستند، از این رو، انتظار می‌رود نه صرفاً تمایزطلبی، بلکه متغیرهایی مانند سواد تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، و جنس که هم امکان و زمینه تمایزطلبی و هم شرایط انتخاب‌های غذایی را شکل می‌دهند، به‌عنوان متغیرهای تعدیلی، نیازمند دقت و توجه باشند.

باتوجه به مطالب پیش‌گفته، در مقاله حاضر، تمایزطلبی و سواد تغذیه‌ای به همراه پایگاه اقتصادی-اجتماعی و جنس، به‌عنوان متغیرهای اصلی از مجموعه متغیرهای اجتماعی و فرهنگی که توانایی شکل‌دادن به ترجیحات غذایی، و از جمله ترجیحات غذای غیرخانگی را دارند برای مطالعه انتخاب شده‌اند. بر این اساس سؤالات تحقیق به شکل زیر قابل طرح هستند:

- الگوی مصرف غذای غیرخانگی در بین شهروندان تبریزی به چه شکل است؟
- آیا تمایزطلبی، سواد تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی اجتماعی و جنس افراد می‌تواند الگوی غذای غیرخانگی (شامل میزان مصرف و نگرش به سلامت) آن را تحت تأثیر قرار دهد؟

۲. پیشینه و مبانی نظری

در سطح تحلیل کلان و در نگاهی کلی می‌توان از چهار رویکرد نظری در ارتباط با مصرف غذا و تغذیه در علوم اجتماعی سخن به میان آورد (لهسایی زاده، ۲۰۰۱). این

رویکردها عبارت‌اند از رویکرد فرهنگی^۱ که شامل رویکرد انسان‌شناسانه به مسائل غذا و تغذیه است؛ رویکرد اقتصادی^۲ که بیشتر به نقش جهانی‌سازی و شرکت‌های چندملیتی در فرایندهای جدید تولید، توزیع و مصرف غذا می‌پردازد؛ رویکرد سیاسی^۳ که روی ابعاد سیاسی غذا تأکید دارد و رویکرد اجتماعی^۴ که در پی فراهم‌آوردن تبیین‌های اجتماعی برای تحولات غذا و تغذیه است. رویکرد اخیر، بیشتر متوجه فرایندهای اجتماعی است که منجر به تحول در کم و کیف تغذیه، الگوهای غذایی و مصرف غذا می‌شوند. تبیین‌های ارائه‌شده توسط طرفداران این رویکرد در پی آن هستند که نشان دهند چگونه خانواده‌ها، طبقات اجتماعی و نهادهای اجتماعی مرتبط با تولید، توزیع و مصرف مواد غذایی در تحولات غذایی نقش بازی می‌کنند.

بحث‌های وبلن^۵ و بوردیو^۶ درباره مصرف، نقطه آغاز بحث‌های جامعه‌شناسانه درباره الگوهای مصرف غذا نیز می‌تواند باشد (دیماگیو^۷، ۱۹۹۴، ص. ۴۸۵). وبلن (۱۸۹۹) در کتاب خود با عنوان «نظریه طبقه مرفه^۸»، که تحلیلی است از کارکردهای پنهانی مصرف‌نمایی، معتقد است که طبقه مرفه گروهی از مردم هستند که با توجه به درآمد زیاد خود، همواره در این سودا هستند که از اوقات فراغت خود لذت ببرند. افراد این طبقه، صرفاً قصد ارضای نیازهای فیزیکی، روانی و روشن‌فکرانه خود را نداشته بلکه همواره کالاهایی را برای خودنمایی و نه رفع نیاز، مصرف می‌کند. این نوع مصرف را وبلن، «مصرف‌نمایی^۹» می‌نامد (به نقل از پاداش، ۱۳۸۵، ص. ۸۰).

-
1. Cultural Approach
 2. Economic Approach
 3. Political Approach
 4. Social Approach
 5. Veblen
 6. Bourdieu
 7. Dimaggio
 8. The Theory of Leisure Class
 9. Conspicuous Consumption

مصرف نمایشی غذا نیز همیشه به‌عنوان معرفی برای نشان دادن جایگاه اجتماعی اقتصادی افراد دارای اهمیت بوده است. به نظر فاکس^۱ (۲۰۱۷، صص. ۵-۴)، افراد نه تنها خودشان را با مصرف غذاهای نوع خاص معرفی می‌کنند، بلکه نحوه مصرف غذا (مانند محل مصرف، کیفیت مصرف و نظایر این‌ها) نیز برای همین منظور استفاده می‌شود. از این نظر، در مجموعه رفتاری آدمی، کم و کیف غذا خوردن، در دسترس‌ترین و راحت‌ترین وسیله انتقال پیام‌های وی به دیگران می‌تواند باشد. هر غذا، نقش یک پیام را دارد و این که کجا غذا می‌خوریم به اندازه این که چه چیزی می‌خوریم، در انتقال پیام ما به دیگران مهم است.

بورديو (۱۹۸۴) نیز در کتاب «تمایز^۲» شیوه‌هایی را تحلیل کرده است که گروه‌های هم‌رده و هم‌طبقه، خود را به وسیله آن‌ها، از گروه‌های دیگر متمایز می‌کنند. بورديو نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های خاص، به‌ویژه طبقات اقتصادی اجتماعی، از میان انواع کالاهای مصرفی، روش‌های لباس پوشیدن، غذا خوردن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل و نظایر این‌ها، انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی منحصر به فرد خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند (به نقل از حمیدی و همکاران، ۱۳۸۶، ص. ۷۳). از نظر بورديو در جامعه‌ای که مصرف اهمیت فراوانی دارد، با رشد و تغییر الگوهای مصرف، فهم جامعه و تمایز موجود در آن بیشتر از آنکه با مفاهیمی همچون طبقه فهم پذیر باشند، با کمک مفاهیمی چون میدان، عادت‌واره، ذائقه و بخصوص سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی و تولید و بازتولید فرهنگ مصرف نابرابرانه درک می‌شوند. بر این اساس، بورديو معتقد است که هر طبقه اجتماعی الگوی منحصر به فردی از ذائقه را دارد که با ترکیب خاصی از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی شکل می‌گیرد (به نقل از گنجی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۸۶). در حقیقت ذائقه مبنایی برای ایجاد تمایز میان گروه‌های اجتماعی و اقتصادی بالا و پایین است (بورديو، ۲۰۱۰، به نقل از کامفوئیس، جانسن، مکینباخ و ون لنته^۳، ۲۰۱۵، ص. ۳).

1. Fox

2. Distinction

3. Kamphuis, Jansen, Mackenbach, & Van Lenthe

براساس مطالب پیش گفته، بوردیو (۱۹۸۴) ذائقه را به نوعی آگاهی از طبقه و جایگاه اجتماعی و در نتیجه روحیات زیبایی‌شناختی و گرایش‌های مصرفی تعبیر می‌کند. بوردیو، ضمن لحاظ نوعی دیدگاه ثابت طبقه‌ای و ساختاری در ارتباط با مفهوم ذائقه، معتقد است که هر یک از طبقات اجتماعی، ذائقه خاص خود را داشته و هرگونه تغییر و تحول در ذائقه منوط به شرایط طبقه‌ای است (به نقل از گنجی و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۷-۸۶). براساس نظر بوردیو، هرچند در گذشته روش‌های تمایز اجتماعی بیشتر براساس طبقه بوده، اما امروزه مسائل مربوط به غذا و تغذیه و تمایزات ناشی از عادت‌های غذایی، که تحت تأثیر شکل‌های گوناگون عضویت گروهی است، آن را تحت تأثیر خود قراردادده است (به نقل از علیزاده اقدم، ۱۳۸۹، ص. ۲۹۰).

چنان که پیش‌تر نیز اشاره شد، هرچند تمایزطلبی می‌تواند تجارب غذای بیرون از خانه را تحت تأثیر خود داشته باشد، با این حال، این تأثیر می‌تواند تحت شرایطی تعدیل شود. از جمله متغیرهایی که براساس ادبیات تجربی تحقیق، می‌تواند تأثیر ناشی از تمایزطلبی بر الگوی غذای غیرخانگی را تعدیل کند، پایگاه اقتصادی اجتماعی افراد است. به نظر می‌رسد افراد برای تمایزطلبی، بایستی جایگاه بالایی را در نردبان اقتصادی اجتماعی جامعه دارا باشند. مبتنی بر ادبیات موجود نیز انتظار می‌رود این تجربه (تمایزطلبی) در بین افراد متعلق به طبقات بالای اجتماعی (و عموماً با به‌کارگیری مد)، بیشتر رواج داشته باشد (زیمل^۱، ۱۹۵۷، ص. ۴۵۴). می‌توان گفت پایگاه افراد خواهد توانست ضمن تأثیر مستقیم خود روی تجارب غذایی، آن را از طریق تأثیرگذاری بر تمایزطلبی نیز به شکل غیرمستقیم، و در عین حال مثبت، تحت تأثیر قرار دهد.

براساس مطالعات صورت گرفته در زمینه سبک زندگی سلامت‌محور، جامعه و ساختارهای اجتماعی و اقتصادی آن می‌توانند شانس‌های زندگی^۲ افراد و از این طریق، انتخاب‌های زندگی^۳

-
1. Simmel
 2. Life chances
 3. Life choices

(و از جمله انتخاب‌های غذایی) آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهند (کاکرهام^۱، ۲۰۰۰). در واقع، بحث از تفاوت‌های طبقاتی و جایگاه اجتماعی در حوزه‌ی تغذیه، یکی از مباحث مهم در نظریات بوردیو بوده است (به نقل از پیسکوپو^۲، ۲۰۰۴، ص. ۳۳). از نظر بوردیو (۱۹۸۴، ص. ۷۹) برای درک کامل انتخاب‌های غذایی، مجموعه‌ی پیچیده‌ای از عوامل باید مورد توجه قرار گیرند. به نظر وی، سبک غذایی که افراد دوست دارند در پیش بگیرند، بی‌تردید معرف مناسبی برای ارائه تصویر دلخواه، یا ممانعت از ارائه تصویر غیردلخواه، از خویش به دیگران است و از این رو، ترجیحات غذایی می‌تواند انعکاسی سیستماتیک از موقعیت فرد در سلسله مراتب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در نظر گرفته شوند.

از طرف دیگر، سواد تغذیه‌ای به‌عنوان ظرفیت افراد برای به دست‌آوردن، پردازش و فهم اطلاعات تغذیه‌ای و مهارت‌های مورد نیاز را به منظور تصمیم‌گیری برای انتخاب مواد غذایی مناسب (زولنر، کانل، باندز، کروک و یادریچ^۳، ۲۰۰۹، ص. ۱) نیز می‌توان از عوامل دیگر تعدیل‌کننده تأثیر تمایزطلبی بر تجارب غذای غیرخانگی در نظر گرفت. از آن‌جایی که سواد تغذیه‌ای می‌تواند تبدیل به رفتار تغذیه‌ای مناسب شود (دالونجویل، مارکوس، کاتل، بینگام و آمویل^۴، ۲۰۰۰، ص. ۳۲) و نیز این قابلیت را دارد که تجارب غذای غیرخانگی را تحت تأثیر قرار دهد (هو و همکاران^۵، ۲۰۱۶) قادر است تأثیر مثبت ناشی از تمایزطلبی بر تجارب غذای بیرون از خانه را تعدیل کند. به ویژه، چنان که وندروین^۶ (۲۰۰۳، ص. ۴۲۰) نیز بحث کرده، برخلاف جوامع گذشته که عموماً کمیت غذا به‌عنوان عاملی برای ایجاد تمایز اجتماعی به‌کار گرفته می‌رفته، در جوامع پیچیده‌ی امروزی، بیشتر کیفیت (شامل محتوا و ترکیبات) و سبک غذایی به‌عنوان عوامل تمایز اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرند.

1. Cockerham

2. Piscopo

3. Zoellner, J., Connell, C., Bounds, W., Crook, L., & Yadrick

4. Dallongeville, Marecaux, Cottel, Bingham, & Amouyel

5. Hu et al

6. Van der Veen

ناگفته پیدا است که در چنین فرایندی از انتخاب غذا، می توان تأثیر ناشی از سواد تغذیه ای بر تجارب غذایی به طور عام، و همچنین الگوی غذای غیرخانگی به طور خاص، را مفروض دانست. دانش تغذیه ای بیشتر می تواند انتخاب عقلانی و منطقی غذا را در پی داشته باشد (تاراباشکینا، کوئستر، و کروچ^۱، ۲۰۱۶، ص. ۱۴۶). بررسی های مروری انجام شده در حوزه تغذیه نیز نشان می دهند که دانش تغذیه ای تأثیر مثبت و معناداری بر رفتارهای تغذیه ای گذاشته و نقش اساسی در اتخاذ عادات غذایی سالم دارد (اسپرانک، کولن، بوردن، و اُکنار^۲، ۲۰۱۴، ص. ۱۷۲۲).

در کنار رویکردهای نظری مذکور در زمینه تبیین الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی، در ادامه به طور اجمالی اطلاعات عمومی و نیز خلاصه یافته های برخی مطالعات تجربی قبلی که در داخل و یا خارج از کشور در ارتباط با موضوع مورد بررسی انجام شده اند، پرداخته می شود.

پادوک (۲۰۱۵) تحقیقی را با عنوان «موقعیت یابی فرهنگ های غذایی: غذای جایگزین به عنوان عمل تمایزبخش برای مصرف کننده» برای بررسی نقش متمایزکننده غذا در ولز^۳ با استفاده از روش کیفی انجام داده است. این مطالعه با مصاحبه نیمه ساخت یافته از ۲۰ نفر در دوره ای دو ساله انجام شده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که افراد مورد مطالعه از غذا و تجارب مربوطه به آن برای ایجاد تفاوت و تمایز میان خود و دیگران و به عنوان ابزاری برای بالابردن شأن و منزلت خود و ایجاد مرزی میان خود و دیگران استفاده می کنند.

ویلز، باکت میلبورن، رابرتز و لاوتون (۲۰۱۱) پژوهشی را با عنوان «زمینه یابی تمایزات طبقه اجتماعی با استفاده از تجارب غذایی و مصرف غذای خانواده» با استفاده از روش کیفی به رشته تحریر درآورده اند. اطلاعات این پژوهش از طریق مصاحبه با جوانان ۱۳ تا ۱۵ ساله (۳۰ نفر از طبقه کارگر و ۳۰ نفر از طبقه متوسط)، با هدف مقایسه تجارب دو طبقه گردآوری شده است. نتایج تحقیق نشان داد که بین تغذیه نوجوانان طبقه متوسط با طبقه

1. Tarabashkina, L., Quester, P., & Crouch
2. Spronk, Kullen, Burdon, & O'Connor
3. Wales

کارگر تفاوت وجود دارد و جوانان طبقه متوسط خود را با استفاده از غذا، از نوجوانان طبقه پایین تر متمایز می‌کنند.

مکگی و همکاران در سال ۲۰۰۹ پژوهشی با عنوان «تأثیر نگرش‌ها و باورها بر مصرف غذای غیرخانگی در می‌سی‌سی‌پی» ایالات متحده آمریکا با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر مصرف غذای غیرخانگی در میان ساکنان این ایالت به روش پیمایشی به انجام رسانده‌اند. نمونه آماری این تحقیق ۱۶۰۲ نفر از آمریکایی‌های آفریقایی و قفقازی تبار بودند. نتایج نشان داد که هم آمریکایی‌های آفریقایی تبار و هم قفقازی تبار به طور متوسط در طول هفته سه وعده غذای غیرخانگی مصرف می‌کنند و میزان مصرف غذای غیرخانگی در بین قفقازی تبارها بیش تر از آفریقایی تبارها است. همچنین براساس نتایج، کسانی که معتقد بودند غذاهای غیرخانگی فیبرکافی، چربی زیاد، نمک زیاد و مواد معدنی کمتری دارند، این نوع غذاها را کمتر مصرف کرده‌اند. نتایج حاصل از تحلیل‌های رگرسیونی نشان داد که در کنار سایر عوامل، دانش تغذیه‌ای، تحصیلات و درآمد بر مصرف غذای غیرخانگی تأثیر گذاشته‌اند.

هالشوف، بروسارد، کروئیزینگا، تلمن و لوویک (۲۰۰۳)، پژوهشی را با عنوان «وضعیت اقتصادی اجتماعی، رژیم غذایی و روند ۱۰ ساله آن: پیمایش ملی مصرف غذا در هلند» با هدف مطالعه تغییرات صورت گرفته در رژیم غذایی بزرگسالان (بالای ۱۹ سال) براساس وضعیت اقتصادی اجتماعی در طول زمان، با استفاده از داده‌های سه پیمایش در سال‌های ۱۹۸۷، ۱۹۹۲ و ۱۹۹۷ نگاشته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که در هر سه مقطع زمانی، پاسخ‌گویانی که پایگاه اقتصادی اجتماعی پایینی داشتند، غذاهایی با کیفیت کمتر (پرچرب، با فیبر کمتر و پروتئین کمتر) مصرف کرده بودند و همچنین افرادی که متعلق به پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالاتر بودند، غذاهای با کیفیت بالا (کم چرب و دارای فیبر و پروتئین بیشتر) مصرف کرده‌اند.

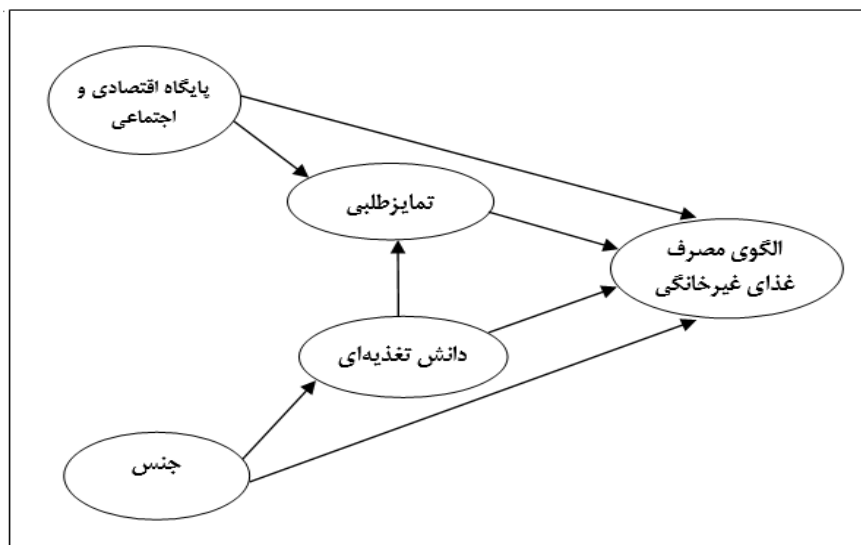
دالونجویل، مارکوس، کاتل، بینگام و آمویل (۲۰۰۰) در مقاله خود با عنوان «ارتباط بین سواد تغذیه‌ای و دریافت غذایی در میان مردان میان‌سال مناطق شمالی فرانسه» با مطالعه تجارب غذایی حدود ۳۶۱ مرد ۶۴-۴۵ ساله به روش پیمایشی، دریافتند که افراد دارای سواد تغذیه‌ای بالا، عموماً افراد دارای تحصیلات و درآمد بالا نیز هستند و همچنین مشخص شد که با کنترل اثر سایر متغیرها (مانند سن، شاخص توده بدن، استعمال دخانیات، تحرک بدنی و نظایر آنها)، سواد تغذیه‌ای همچنان تأثیر معناداری بر تجارب غذایی سالم (و رفتارهای تغذیه‌ای) افراد دارد.

آکسلون، فدرلین، و برینبرگ^۱ (۱۹۸۵) نیز در فراتحلیل مطالعات انجام‌گرفته در زمینه بررسی رابطه بین آگاهی (سواد)، نگرش و رفتارهای تغذیه‌ای که با جمع‌بندی و تحلیل یافته‌های ۹ مطالعه قبلی در این ارتباط انجام شده، دریافتند که ارتباط مثبتی بین سواد و نگرش تغذیه‌ای با رفتارهای تغذیه‌ای وجود دارد. بررسی‌های بیشتر نشان داد گرچه این تأثیرات به لحاظ آماری معنادار هستند، به هر حال، اندازه تأثیر به‌طور نسبی کوچک است. پیروزی پژهشی با عنوان «ارتباط بین دانش تغذیه‌ای و رفتار غذا خوردن دختران و پسران نوجوان در آمریکا» در سال ۲۰۰۱ را به روش پیمایشی به انجام رسانیده است. نمونه آماری این تحقیق را ۵۳۲ نفر از دانش‌آموزان ایالت اوهایو^۲ که بصورت تصادفی انتخاب شده‌اند، تشکیل می‌دهد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که دختران اطلاعات تغذیه‌ای بیشتری نسبت به پسران در پایه‌های هفتم و هشتم دبیرستان داشته و رابطه بین دانش تغذیه‌ای و رفتارهای تغذیه‌ای فقط در بین دختران پایه‌های هفتم و هشتم مثبت و معنادار بوده است. در میان پسران پایه‌های هفتم و هشتم نیز رابطه معناداری بین دانش تغذیه‌ای و انتخاب غذای سالم‌تر به شکل مثبت مشاهده شده است.

1. Axelson, Federline, & Brinderg

2. Ohio

براساس مباحث نظری و نیز مرور پیشینه تجربی، می‌توان ارتباط بین متغیرهای مورد استفاده در تحقیق حاضر را در قالب مدل تحلیلی تحقیق (شکل ۱) ارائه کرد:



شکل ۱- مدل تحلیلی تحقیق

براساس روابط موجود در مدل تحلیلی، فرضیه‌های تحقیق می‌تواند به شکل زیر صورت‌بندی شود:

- بین الگوی مصرف (میزان و نگرش به سلامت) غذاهای غیرخانگی و تمایزطلبی در بین شهروندان تبریزی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی و دانش تغذیه‌ای در بین شهروندان تبریزی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی در بین شهروندان تبریزی رابطه معناداری وجود دارد.

- الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی به تفکیک جنس در بین شهروندان تبریزی تفاوت معناداری دارد.

همچنین براساس مدل تحلیلی تحقیق، متغیرهای مستقل نیز با هم رابطه داشته و به صورت غیرمستقیم الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی را تحت تأثیر قرار می دهند. بر این اساس، پایگاه اقتصادی- اجتماعی (به عنوان متغیر زمینه‌ای) می تواند بر تمایزطلبی تأثیر گذاشته و از این مسیر، به شکل غیرمستقیم الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی را تحت تأثیر قرار دهد. جنس نیز می تواند به شکل مستقیم و به شکل غیرمستقیم (از طریق دانش تغذیه‌ای) الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین دانش تغذیه‌ای نیز تمایزطلبی را تحت تأثیر قرار داده و علاوه بر تأثیر مستقیم، می تواند تأثیر غیرمستقیمی از همان مسیر، بر الگوی مصرف غذاهای غیرخانگی داشته باشد.

۳. روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس هدف آن، جزو تحقیقات کاربردی بوده و از انواع تحقیقات پیمایشی محسوب می شود. همچنین، مطالعه حاضر از لحاظ عمق، پهنانگر و با توجه به معیار زمان، مطالعه‌ای مقطعی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده و جامعه آماری تحقیق را تمام افراد ۱۵ سال به بالای مناطق ده گانه شهر تبریز که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد آن‌ها ۱۱۹۴۰۴۹ نفر بوده، تشکیل داده است. از میان آن‌ها، با استفاده از رابطه نمونه‌گیری کوکران، ۴۰۹ نفر به روش طبقه‌ای مبتنی بر سهم از مناطق ده‌گانه شهر تبریز به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. در ادامه، به تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق پرداخته شده است.

الگوی غذای غیرخانگی (متغیر وابسته): غذای غیرخانگی به لحاظ مفهومی به عنوان «تمام غذاهای آماده‌شده در رستوران‌ها و سایر مکان‌های خدمات غذایی، بدون در نظر گرفتن

مکانی که غذا در آن سرو یا مصرف شده» تعریف شده است (گاتری، لین، و فرازائو^۱، ۲۰۰۲، ص. ۱۴۱). مطابق با همین تعریف، غذای غیرخانگی در تحقیق حاضر شامل همه غذاهای تهیه شده از رستوران‌ها، رستوران‌های غذای سریع و سایر محل‌های آماده‌سازی غذا، صرف نظر از محل مصرف آن‌ها، که به‌عنوان یک وعده غذایی کامل از آن‌ها استفاده شود، در نظر گرفته شده و از دو منظر به الگوی غذای غیرخانگی توجه شده است؛ اولی میزان مصرف (یا دفعات مصرف انواع مختلف غذاهای غیرخانگی به‌عنوان وعده غذایی کامل) و دومی، نگرش به سلامت غذای غیرخانگی (این که بر اساس نظر خود پاسخ‌گویان غذای غیرخانگی مصرفی آن‌ها تا چه حدی دارای ویژگی‌های سالم بودن است).

میزان مصرف غذای غیرخانگی به لحاظ عملیاتی، با استفاده از دفعات مصرف غذاهای: انواع پیتزا، انواع ساندویچ، غذاهای آماده، انواع غذاهای کنسروی، انواع چلو با گوشت قرمز، انواع چلو با گوشت سفید، انواع خوراک گوشت قرمز بدون چلو، انواع خوراک گوشت سفید بدون چلو، غذاهای عمومی (نظیر؛ نیمرو، املت، انواع کوکو، دیزی، کله پاچه و نظایر آن‌ها) و انواع آش در طیف‌های ۸ درجه‌ای شامل؛ اصلا، ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷ بار و بیش‌تر در یک ماه اخیر مورد سنجش قرار گرفته است. میانگین‌گیری از نمرات گویه‌های مذکور، شاخص میزان مصرف غذای غیرخانگی در سطح فاصله‌ای را ایجاد کرده است. نگرش به سلامت غذای غیرخانگی با استفاده از گویه‌های (منفی)؛ پرچرب بودن، پرنمک بودن، حجیم و پرکالری (سنگین) بودن و حاوی طعم‌دهنده بودن غذاهای غیرخانگی، همگی در قالب طیف لیکرت ۶ درجه‌ای سنجیده شده و در ادامه پس از ترکیب (میانگین‌گیری) از نمرات گویه‌های مذکور، شاخص مربوطه در سطح فاصله‌ای ایجاد شده است.

دانش تغذیه‌ای: به لحاظ مفهومی، سواد تغذیه‌ای در تعریف کاربردی به‌عنوان «مجموعه توانایی‌های لازم برای درک اهمیت تغذیه مناسب برای سلامت» در نظر گرفته شده است

(لیبرگ^۱، ۲۰۰۸، ص. ۷۳۱). به لحاظ عملیاتی، دانش تغذیه‌ای با استفاده از گویه‌های؛ میزان انرژی روزانه لازم در حدود ۳۰۰۰ کیلو کالری برای یک فرد عادی (-)^۲، تأمین شدن حدود ۵۰ درصد انرژی از چربی‌ها برای یک رژیم غذایی متعادل (-)، دچار نشدن افراد لاغر به بیماری چربی خون (-)، اطلاع از تأثیر آرامش‌بخش بودن چای و قهوه، حاوی «روی» بودن گوشت و تخم مرغ، مؤثر بودن میوه‌هایی مانند گریپ‌فروت برای کاهش وزن و سوزاندن چربی‌های اضافی، منبع اصلی بودن مرکبات برای تأمین ویتامین ث، لازم بودن حدود ۶ تا ۸ لیوان آب برای هر فرد معمولی در هر روز، مفید بودن گوشت قرمز از گوشت سفید برای تأمین سلامتی بدن (-)، ضرورت نداشتن مصرف سبزیجات در صورت مصرف سایر منابع غذایی (-) و مطلوب (نرمال) بودن حدود ۱۵۰ میلی‌گرم/دسیلیتر میزان قندخون برای یک فرد سالم به صورت ناشتا (-)، همگی در قالب طیف لیکرت ۶ درجه‌ای سنجدیده شده‌اند و در ادامه پس از ترکیب نمرات گویه‌ها، شاخص مربوطه در سطح فاصله‌ای ایجاد شده است.

تمایزطلبی: به لحاظ مفهومی، تمایزطلبی به معنی جداشدن، متفرق شدن و باهم تفاوت داشتن است (عمید، ۱۳۸۹). از نظر حالت^۳ (۲۰۰۷، ص. ۱۱۸۹) تمایز، معرف عواقب اجتماعی ذائقه است. زمانی که افراد مصرف می‌کنند، اعمال مصرفی آن‌ها به عنوان ابزاری برای ابراز ذائقه به کار گرفته می‌شود و ذائقه‌ها عموماً نیت‌مند هستند، در مقابل، چیستی و چگونگی مصرف می‌تواند نوعی مکانیزم تولید اجتماعی در نظر گرفته شود. بنابراین، ابراز ذائقه، تا اندازه‌ای که برای بازتولید تفاوت‌های طبقاتی اجتماعی استفاده شده یا به این امر کمک کنند، به عنوان ابزاری برای ایجاد تمایز کاربرد پیدا می‌کنند. به لحاظ عملیاتی، متغیر تمایزطلبی با استفاده از گویه‌های؛ ترجیح دادن رستوران‌های باکلاس، سفارش دادن غذای متفاوت در رستوران در جمع دوستان، انتخاب لباس‌ها و پوشاکی که مشابهش نباشد، داشتن

1. Laberge

۲. گویه‌هایی که مقابل‌شان علامت منفی وجود دارد، به صورت منفی طراحی شده‌اند.

3. Holt

ژست‌های خاص خود از دید دوستان، انجام‌دادن کارها به شکل متفاوتی از دیگران، استفاده از عطر یا ادکلن‌های متفاوت، استفاده از عبارات و کلمات متفاوت در صحبت‌کردن، انتخاب مدل موهای متفاوت از دوستان، سعی در جزء اولین‌ها بودن در هر کاری، سعی در انتخاب دوستان از میان افراد منحصر به فرد، گوش‌دادن به موسیقی و آهنگ‌هایی که آشنایان کمتر گوش دهند، سعی در شناخته‌نشدن به‌عنوان فردی متمایز نسبت به اطرفیان (-)، انجام‌دادن کارها شبیه دیگران (-) و شناخته‌شدن به‌عنوان فردی منحصر به فرد، همگی در قالب طیف لیکرت ۶ درجه‌ای سنجیده شده که در ادامه با ترکیب نمرات گویه‌ها، شاخص مربوطه در سطح فاصله‌ای ایجاد شده است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی: پایگاه اقتصادی - اجتماعی به‌عنوان ارزیابی ترکیبی از موقعیت اقتصادی و اجتماعی فرد در جامعه تعریف شده و عموماً در جامعه‌شناسی به‌عنوان سازه نهفته‌ای متشکل از تحصیلات، درآمد و شغل و یا معرف‌های مربوط به آن‌ها در نظر گرفته می‌شود (بیکر^۱، ۲۰۱۴). به لحاظ عملیاتی، متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با استفاده از اطلاعات مربوط به؛ وضعیت فعالیت، وضعیت فعالیت پدر، متوسط درآمد ماهیانه خانواده، تعلق ذهنی طبقاتی، قیمت تقریبی هر متر واحد مسکونی نوساز در همسایگی، میزان تحصیلات، میزان تحصیلات پدر، رتبه شغلی و رتبه شغلی پدر پاسخ‌گو سنجیده شده و در ادامه با ترکیب نمرات استاندارد سؤال‌های مربوطه، شاخص پایگاه در سطح فاصله‌ای ایجاد شده است.

جنس: جنس که به ویژگی‌های جسمانی معینی که مرد و زن را از هم مشخص و متمایز می‌سازد اطلاق می‌شود (تقوی، ۱۳۸۷، ص. ۶۵)، که در تحقیق حاضر در دو طبقه زن یا مرد بودن، به‌عنوان یک متغیر اسمی دوحالتی مورد سنجش قرار گرفته است.

برای ارزیابی اعتبار ابزار اندازه‌گیری، از اعتبار محتوایی (نوع صوری) و برای ارزیابی پایایی شاخص‌های تمایزطلبی و سواد تغذیه‌ای از آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار

آلفای کرونباخ برآورد شده برای دو شاخص اصلی تمایزطلبی (۱۴ گویه) و دانش تغذیه‌ای (۱۱ گویه) به ترتیب در حدود ۰/۷۱ و ۰/۶۳ بوده که در سطح پذیرفته شده بوده‌اند. برای ارزیابی کفایت شاخص‌های میزان مصرف غذاهای غیرخانگی، نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی و پایگاه اقتصادی اجتماعی، به دلیل اینکه از معرف‌های عینی برای سنجش آن‌ها استفاده شده و نیز معرف برای ارزیابی کفایت شاخص‌های مورد استفاده براس سنجش آن‌ها دارای سطوح و واحدهای اندازه‌گیری متنوعی بوده است، از آماره KMO و آزمون بارتلتز استفاده شده است. مقدار KMO برآورد شده برای شاخص‌های میزان مصرف غذاهای غیرخانگی (۱۰ گویه) در حدود ۰/۸۴، نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی (۵ گویه) حدود ۰/۸۰ و پایگاه اقتصادی اجتماعی (۹ گویه) برابر با ۰/۸۱ بوده و در همه موارد، آماره بارتلتز مربوطه به هر سه شاخص در سطح بسیار بالایی (Sig= 0.000) معنادار بوده است. آماره KMO در حدود ۰/۶۰ یا بالاتر نشان از کفایت و امکان شاخص‌سازی با استفاده از گویه‌های مربوطه به آن شاخص (هاف^۱، ۲۰۱۲، ص. ۳) و معناداری آزمون بارتلتز نشان از معناداری آماری کلی همبستگی‌های موجود بین مجموعه‌ای از معرف‌ها یا گویه‌ها (فیلد^۲، ۲۰۱۳) دارد و حاکی از امکان ایجاد شاخص مربوطه از آن گویه‌ها است.

۴. یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۱ توزیع پاسخ‌گویان برحسب جنس را ارائه کرده است. براساس اطلاعات این جدول، ۲۲۰ نفر از افراد مورد مطالعه (معادل ۵۳/۸ درصد) را مردان و ۱۸۹ نفر (معادل ۴۶/۲ درصد) را زنان به خود اختصاص داده‌اند.

1. Hof
2. Field

جدول ۱- توزیع پاسخ گویان بر حسب جنس

جنس پاسخ گویان	مرد	زن	کل
تعداد	۲۲۰	۱۸۹	۴۰۹
درصد	۵۳/۸	۴۶/۲	۱۰۰

براساس اطلاعات جدول شماره ۲، که آماره‌های توصیفی متغیرهای مورد استفاده در تحقیق را ارائه کرده است، دامنه تغییرات شاخص میزان مصرف غذاهای غیرخانگی (که با میانگین گیری از ۱۰ گویه دفعات مصرف غذاهای غیرخانگی مختلف ایجاد شده) بین ۰ و ۴/۸۳ با میانگین ۱/۴۸ (معادل ۳۰/۶ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) با انحراف استاندارد ۱/۰۳ است. دقت در آماره‌های چولگی و کشیدگی و خطای استاندارد مربوط به آن‌ها حاکی از این است که توزیع مقادیر این شاخص نزدیک به یک توزیع نرمال است. همچنین دامنه تغییرات نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی بین ۱ و ۶ با میانگین ۲/۹۶ (معادل ۳۹/۲ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) است که با توجه به دامنه تغییرات طیف مربوطه، پایین تر از حد وسط طیف قرار دارد. نزدیک بودن توزیع مقادیر این متغیر به یک توزیع نرمال نیز با توجه به آماره‌های چولگی و کشیدگی و انحراف استانداردهای مربوطه تأیید می‌شود. مطابق اطلاعات جدول ۱، دامنه تغییرات شاخص تمایزطلبی بین ۱/۴۵ و ۵/۵۵ قرار دارد و میانگین آن ۳/۹۸ (معادل ۶۱/۷ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) با انحراف استاندارد ۰/۸۵۳ می‌باشد. نمره تمایزطلبی پاسخ گویان با توجه به دامنه تغییرات طیف مربوطه، بالاتر از حد وسط طیف است. براساس اطلاعات، شکل توزیع مقادیر این متغیر تا حد زیادی نزدیک به یک توزیع نرمال است.

جدول ۲- آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای مورد استفاده در تحقیق

متغیرها	کمینه	میانگین		بیشینه	انحراف استاندارد	چولگی		کشیدگی	
		SE	آماره			SE	آماره	SE	آماره
میزان مصرف غذای غیرخانگی	۰/۰۰	۰/۰۵۱	۱/۴۸	۴/۸۳	۱/۰۳	۰/۱۲۱	۰/۷۷۷	۰/۲۴۱	-۰/۰۴۸

ادامه جدول ۲

متغیرها	کمینه	میانگین		بیشینه	انحراف استاندارد	چولگی		کشیدگی	
		SE	آماره			SE	آماره	SE	آماره
نگرش به سلامت غذای غیرخانگی	۱/۰۰	۰/۰۵۸	۲/۹۶	۶/۰۰	۱/۱۹	۰/۵۷۴	۰/۱۲۱	-۰/۲۳۶	۰/۲۴۱
تمایزطلبی	۱/۴۵	۰/۰۴۲	۳/۹۸	۵/۵۵	۰/۸۵۳	-۰/۴۳۶	۰/۱۲۱	-۰/۲۵۴	۰/۲۴۱
دانش تغذیه‌ای	۲/۰۹	۰/۰۳۲	۳/۹۵	۵/۶۴	۰/۶۶	-۰/۲۱۰	۰/۱۲۱	-۰/۰۱۰	۰/۲۴۱
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	۰/۰۰	۰/۰۲۹	۱/۴۵	۳/۱۲	۰/۵۹۰	۰/۰۴۲	۰/۱۲۱	-۰/۴۵۹	۰/۲۴۱

دامنه تغییرات متغیر دانش تغذیه‌ای بین ۲/۰۹ و ۵/۶۴ با میانگین ۳/۹۵ (معادل ۵۲/۳ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) با انحراف استاندارد ۰/۶۶ است که نشان می‌دهد نمره دانش تغذیه‌ای پاسخ‌گویان با توجه به دامنه تغییرات طیف مربوطه، در حد وسط قرار دارد. توزیع مقادیر این متغیر نیز به یک توزیع نرمال کاملاً نزدیک است. همچنین، دامنه تغییرات شاخص پایگاه اقتصادی-اجتماعی بین ۰ و ۳/۱۲ با میانگین ۱/۴۵ (معادل ۴۶/۴۷ در یک مقیاس ۰-۱۰۰) با انحراف استاندارد ۰/۵۹۰ می‌باشد که حاکی از پایگاه متوسط اندکی پایین‌تر از حد وسط طیف برای پاسخ‌گویان می‌باشد. توزیع مقادیر این متغیر نیز نرمال بوده است.

جدول شماره ۳ تفاوت میانگین میزان مصرف غذاهای غیرخانگی و نگرش پاسخ‌گویان در مورد سلامت این نوع غذاها به تفکیک جنس را (با استفاده از آزمون t با دو گروه مستقل) نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که میانگین نمرات پاسخ‌گویان مرد و زن در میزان مصرف غذاهای غیرخانگی با هم متفاوت است و میانگین مصرف غذاهای غیرخانگی پاسخ‌گویان مرد (۱/۶۷۴) بیش‌تر از میانگین مصرف این نوع غذاها در بین پاسخ‌گویان زن (۱/۲۶۶) است. با توجه به سطح معنی‌داری t به دست آمده با فرض برابری واریانس‌ها (۰/۰۰۰)، تفاوت بین دو گروه جنسی به لحاظ آماری معنادار است.

جدول ۳- نتایج آزمون مقایسه میانگین میزان مصرف و نگرش نسبت به سلامت غذاهای غیرخانگی

بر حسب جنس

سطح معناداری	درجه آزادی	کمیت t	انحراف معیار	میانگین	تعداد		
۰/۰۰۰	۴۰۷	۴/۰۳۸	۱/۰۵۹	۱/۶۷۴	۲۲۰	مرد	میزان مصرف
			۰/۹۷۳	۱/۲۶۶	۱۸۹	زن	غذاهای غیرخانگی
۰/۸۲۵	۴۰۷	-۰/۲۲۱	۱/۰۴۲	۲/۹۰۸	۲۲۰	مرد	نگرش به سلامت
			۱/۱۵۸	۲/۹۳۲	۱۸۹	زن	غذاهای غیرخانگی

اطلاعات جدول شماره ۳ در مورد میانگین نگرش نسبت به سلامت غذاهای غیرخانگی، حاکی از نداشتن تفاوت میانگین مردان و زنان است. چنان که انتظار هم می رفت، نتایج آزمون t و سطح معناداری مربوطه (۰/۸۲۵) نیز عدم تفاوت معنادار دو گروه را نشان می دهد.

جدول شماره ۴، نتایج مربوط به ضرایب همبستگی پیرسون و اطلاعات تکمیلی آنها بین متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته را ارائه کرده است. طبق اطلاعات این جدول، همبستگی بین تمایزطلبی و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی با توجه به اینکه سطح معناداری ضریب مربوطه کوچک تر از ۰/۰۵ است به لحاظ آماری معنادار است. با این حال، همبستگی بین این دو متغیر به نسبت ضعیف و مثبت (۰/۲۷۳) است، یعنی هر چه قدر افراد مورد مطالعه تمایزطلب باشند، میزان مصرف غذاهای غیرخانگی در میان آنها افزایش می یابد. در مقابل، رابطه بین تمایزطلبی و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی از نظر آماری معنادار نشده است.

جدول ۴- نتایج آزمون همبستگی میزان مصرف و نگرش به غذاهای غیرخانگی و متغیرهای مستقل تحقیق

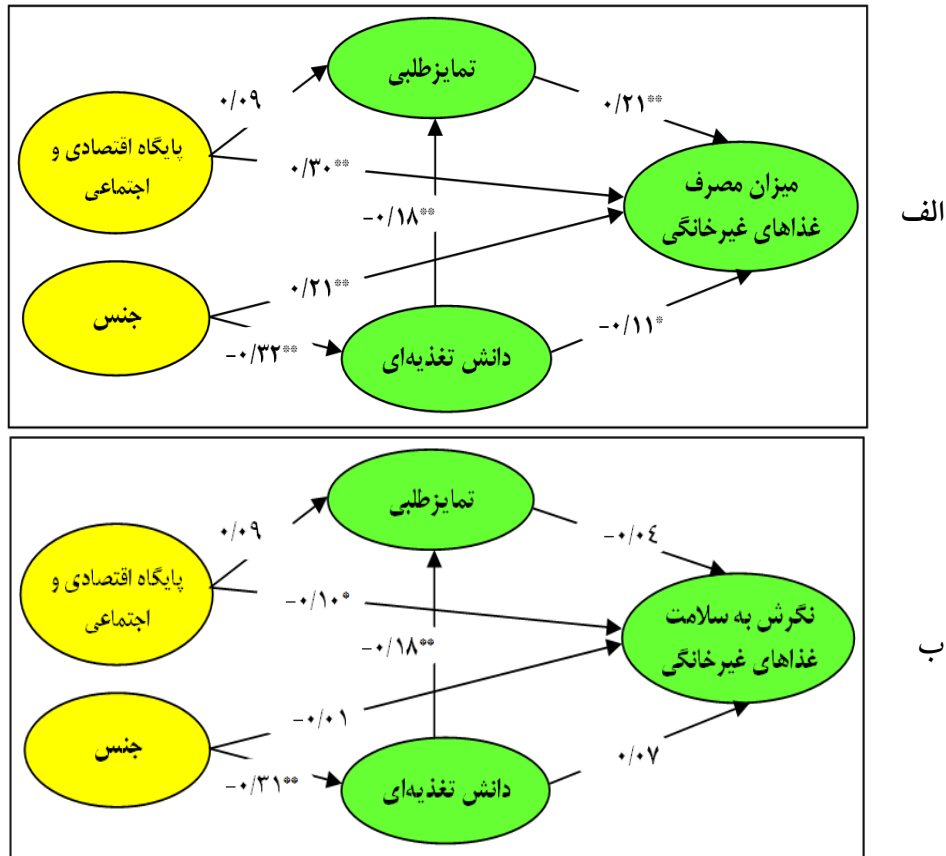
پایگاه اقتصادی اجتماعی	دانش تغذیه‌ای	تمایزطلبی		
۰/۳۱۰	-۰/۲۰۶	۰/۲۷۳	ضریب همبستگی	میزان مصرف
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	غذاهای غیرخانگی

ادامه جدول ۴

پایگاه اقتصادی اجتماعی	دانش تغذیه‌ای	تمایز طلبی		
-۰/۱۰۰	۰/۷۸	-۰/۰۶	ضریب همبستگی	نگرش به سلامت
۰/۰۴۴	۰/۱۱۷	۰/۲۲۵	سطح معنی داری	غذاهای غیرخانگی
۴۰۹			تعداد پاسخ‌گویان	

بر اساس نتایج، رابطه بین دانش تغذیه‌ای و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی با توجه به سطح معناداری ضریب مربوطه (۰/۰۰۰) به لحاظ آماری معنادار است. همبستگی بین این دو متغیر ضعیف (-۰/۲۰۶) و به صورت معکوس است، بدین معنی که با بالارفتن دانش تغذیه‌ای، میزان مصرف غذای غیرخانگی در میان پاسخ‌گویان کاهش می‌یابد. اما رابطه بین دانش تغذیه‌ای و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی، با توجه به این که سطح معناداری ضریب پیرسون مربوطه بیش‌تر از ۰/۰۵ است، به لحاظ آماری معنادار نشده است.

همبستگی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی نیز در سطح آماری بالا (۰/۰۰۰) و با شدت به نسبت متوسط (۰/۳۱۰) به لحاظ آماری معنادار است، بدین معنی که هر قدر پایگاه اقتصادی-اجتماعی پاسخ‌گویان بالاتر باشد میزان مصرف غذاهای غیرخانگی در بین آن‌ها نیز بیش‌تر می‌شود. به خلاف دو متغیر مستقل قبلی، همبستگی بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و نگرش به سلامت غذای غیرخانگی (ارزیابی افراد از سلامت این غذاها) از نظر آماری معنادار بوده است. شدت رابطه بین دو متغیر (۰/۱۰۰-) ضعیف و منفی است و سطح معناداری آن ۰/۰۴۴ بوده است، یعنی هر چه پایگاه اقتصادی-اجتماعی پاسخ‌گویان بالاتر بوده، آن‌ها غذاهای غیرخانگی مصرفی خود را به‌طور نسبی، ناسالم طبقه‌بندی کرده‌اند. لازم به ذکر است که بررسی‌های بیشتر در زمینه رابطه هر یک از اجزاء شاخص پایگاه (از جمله تحصیلات) با متغیرهای وابسته، حاکی از الگوی یکسان آن‌ها با متغیرهای وابسته تحقیق بوده است.



* نشان‌دهنده معناداری ضریب در سطح کم‌تر از $0/05$ و ** نشان‌دهنده معناداری ضریب در سطح کم‌تر از

$0/01$ می‌باشند.

شکل ۱- مدل‌های مسیر میزان مصرف و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی (برآوردهای استاندارد)

شکل شماره ۲، مدل‌های مسیر و ضرایب استاندارد میزان مصرف (بخش الف) و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی (بخش ب) را ارائه می‌کند. متغیرهای مستقل موجود در مدل‌ها تمایز طلبی، دانش تغذیه‌ای و پایگاه اقتصادی-اجتماعی و متغیرهای وابسته نیز میزان مصرف و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی هستند.

جدول شماره ۵، ضرایب تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته تحقیق را خلاصه کرده است. در ارتباط با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی، متغیر تمایزطلبی توانسته تنها بصورت مستقیم تأثیر معنادار و مثبتی (با ضریب ۰/۲۱) بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته باشد. تأثیر کل دانش تغذیه‌ای (با تأثیر مستقیم ۰/۱۱- و غیرمستقیم ۰/۰۴- از طریق تمایزطلبی و در مجموع در حدود ۰/۱۵-) بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی معنادار و منفی است. همچنین، پایگاه اقتصادی- اجتماعی توانسته در مجموع با ضریب ۰/۳۲ (۰/۳۰ به صورت مستقیم و ۰/۰۲ غیرمستقیم) بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی تأثیر معنادار و مثبتی بگذارد. جنس نیز تأثیر کل معناداری به نفع مردان (با تأثیر مستقیم ۰/۲۱ و غیرمستقیم ۰/۰۴ از طریق دانش تغذیه‌ای و در مجموع با ضریب ۰/۲۵) بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی دارد. لازم به گفتن است که تأثیر غیرمستقیم پایگاه اقتصادی- اجتماعی از مسیر تمایزطلبی، به تنهایی جزو تأثیرات معنادار نبوده است. متغیرهای مستقل تحقیق توانسته‌اند در مجموع ۲۲ درصد از تغییرات متغیر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی را تبیین کنند.

جدول ۵- تأثیرات استاندارد متغیرهای مستقل بر میزان مصرف و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی

متغیرهای وابسته	متغیرهای مستقل	تأثیرات مستقیم	تأثیرات غیرمستقیم	تأثیرات کل	ضریب تبیین
میزان مصرف غذاهای غیرخانگی	تمایزطلبی	۰/۲۱**	-	۰/۲۱**	۰/۲۲
	دانش تغذیه‌ای	-۰/۱۱**	-۰/۰۴**	-۰/۱۵**	
	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۰/۳۰**	۰/۰۲	۰/۳۲**	
	جنس	۰/۲۱**	۰/۰۴**	۰/۲۵**	
نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی	تمایزطلبی	-۰/۰۴	-	-۰/۰۴	۰/۰۲
	دانش تغذیه‌ای	۰/۰۷	۰/۰۱	۰/۰۸	
	پایگاه اقتصادی- اجتماعی	-۰/۱۰*	۰/۰۰	-۰/۱۰*	
	جنس	-۰/۰۱	-۰/۰۱	-۰/۰۲	

* نشان دهنده معناداری در سطح کم‌تر از ۰/۰۵ و ** نشان دهنده معناداری در سطح کم‌تر از ۰/۰۱ می‌باشند.

در ارتباط با نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی، تنها متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و آن هم فقط به شکل ضعیف، مستقیم و منفی ($-0/10$) توانسته تأثیر معناداری بر متغیر وابسته داشته باشد و تأثیر سه متغیر مستقل دیگر (تمایز طلبی، دانش تغذیه‌ای و جنس)، با توجه به اینکه کمیت t مربوط به آن‌ها کمتر از $1/96$ (معادل با سطح معناداری $0/05$ در تحقیقات اجتماعی) می‌باشد، معنادار ارزیابی نشده است. پایگاه اقتصادی- اجتماعی به تنهایی فقط حدود ۲ درصد از تغییرات نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی را تبیین کرده است. لازم به توضیح است که به دلیل اولویت برآورد تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای موجود در مدل‌ها و همچنین به دلیل سازگاری عمومی مدل با داده‌ها که منجر به مشاهده معیارهای برازش مدل در مقادیر حداکثری شده است، نیازی به ارائه و ارزیابی آماره‌های مربوط به برازش عمومی مدل‌های ساختاری نبوده است.

هرچند بر اساس مدل مفهومی اولیه، انتظار می‌رفت که روابط ساختاری و تأثیرات تقدمی و تأخیری درخور ملاحظه‌ای بین متغیرهای بررسی شده وجود داشته باشد و به همین جهت از مدل لیزرل جهت برازش مدل انتخابی استفاده شد؛ با این وجود، بررسی دقیق‌تر مدل‌های ساختاری نشان داد که تأثیرات از نوع غیرمستقیم متغیرها در مدل انتخابی درخور ملاحظه نیستند. به همین دلیل، نتایج مدل‌های رگرسیونی جهت مقایسه با نتایج حاصل از مدل‌های ساختاری در بخش ضمیمه مقاله ارائه شده است که در کل تفاوت آن‌چنانی با نتایج مدل‌های ساختاری نشان نمی‌دهد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تجارب غذایی غیرخانگی (به‌عنوان بخشی از تجارب عمومی تغذیه‌ای انسان) در متن زندگی امروزین شهری، نقش به‌سزایی را ایفا می‌کند. در واقع شرایط زندگی امروزی، موجب شده تا بسیاری از افراد در زمینه تجارب غذایی خود تجدیدنظر کرده و بیش‌تر به‌سمت مصرف غذاهای غیرخانگی کشیده شوند. در شهر تبریز نیز به‌عنوان یکی از

کلان شهرهای کشور، براساس اطلاعات دریافتی از اتحادیه اصناف تبریز^۱، تعداد رستوران‌ها، مراکز غذای سریع، غذاخوری‌ها و سایر مکان‌های آماده‌سازی غذا در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ به شکل درخور ملاحظه‌ای رو به افزایش بوده و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی رشد چشم‌گیری داشته است. تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر برخی عوامل (شامل؛ تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و جنس) بر میزان مصرف و نیز نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی به رشته تحریر درآمده است.

براساس یافته‌های تحقیق حاضر، بین تمایزطلبی و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد، بدین نحو که با بالارفتن میزان تمایزطلبی، مصرف غذاهای غیرخانگی نیز بیشتر می‌شود. این یافته مطابق با نتایج تحقیقات پادوک (۲۰۱۵) و ویلز، باکت میلیورن، رابرتز و لاوتون (۲۰۱۱) است که به رابطه بین تمایزطلبی و مصرف غذا اذعان کرده‌اند. براساس مبانی نظری تحقیق، وبلن نیز معتقد است افرادی که از قدرت مالی و منزلت اجتماعی بالایی برخوردار هستند، سعی می‌کنند از طریق مصرف چشم‌گیر و متظاهرانه، طبقه اجتماعی خودشان را به رخ دیگران بکشند و خود را متمایز از آن‌ها جلوه دهند. همچنین بوردیو معتقد است که گروه‌های اجتماعی و اقتصادی بالا، از طریق مصرف کالاهای لوکس، از جمله غذاهای گران‌قیمت، سعی می‌کنند جایگاه خودشان را بالاتر از سایر افراد جامعه نشان دهند. به عقیده بوردیو (۱۹۸۴) نیز، این افراد از طریق ذائقه منحصر بفردشان، خود را از دیگران متمایز می‌کنند. به نظر می‌رسد شواهد تجربی در ایران نیز حاکی از آن است که افراد دارای گرایش‌های تمایزطلبانه از غذای غیرخانگی به‌عنوان ابزاری برای ایجاد فاصله اجتماعی بین خود و دیگران استفاده می‌کنند.

دانش تغذیه‌ای رابطه معنادار و معکوسی با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی دارد. با بالارفتن میزان سواد تغذیه‌ای، میزان مصرف غذاهای غیرخانگی کاهش می‌یابد. این یافته با

۱. جهت اطلاع از آمارهای مربوطه به بخش بیان مسئله مراجعه شود.

یافته‌های تحقیقات مک‌گی و همکاران (۲۰۰۹) و پیروزنیا (۲۰۰۱) همسو است که بر رابطه معکوس بین دانش تغذیه‌ای و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی (یا رابطه مثبت بین دانش تغذیه‌ای و رفتارهای تغذیه‌ای سالم) اذعان کرده‌اند. همچنین براساس مبانی نظری تحقیق حاضر، می‌توان گفت که دانش تغذیه‌ای تأثیر قابل توجهی بر رفتارهای تغذیه‌ای، به‌ویژه مصرف غذاهای غیرخانگی، داشته و نقش به‌سزایی در اتخاذ عادت‌های غذایی سالم دارد. در واقع افرادی که دانش تغذیه‌ای بالایی دارند در مورد مصرف کردن یا مصرف نکردن غذاهای غیرخانگی عقلانی عمل می‌کنند و همین مسئله موجب تحت تأثیر قرارگرفتن انتخاب آنان در مصرف غذاهای غیرخانگی می‌شود (تاراباشکینا، کوئستر، و کروچ، ۲۰۱۶). در مطالعه حاضر نیز به نظر می‌رسد با توجه به اینکه غذاهای غیرخانگی عموماً به‌عنوان غذاهای غیرسالم (ناسالم) طبقه‌بندی می‌شوند، دانش تغذیه‌ای بالا موجبات کاهش مصرف چنین غذاهایی را فراهم آورده است.

پایگاه اقتصادی - اجتماعی رابطه معنادار و مثبتی با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی دارد و با بالا رفتن پایگاه اقتصادی - اجتماعی، میزان مصرف غذاهای غیرخانگی نیز بیشتر می‌شود. مک‌گی و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیق‌شان رابطه مشابهی را مشاهده کرده‌اند. همچنین براساس مبانی نظری تحقیق، تقریباً هر جنبه‌ای از زندگی ما انسان‌ها، از جمله رفتارهای تغذیه‌ای، با جایگاه اقتصادی اجتماعی ما در سلسله مراتب اجتماعی مان مرتبط است و پایگاه اقتصادی - اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل اجتماعی تأثیرگذار در زمینه رفتارهای تغذیه‌ای، نقش به‌سزایی در انتخاب غذا و میزان مصرف غذاهای غیرخانگی دارد. همچنین مردان نسبت به زنان به مقدار بیشتری از غذاهای غیرخانگی استفاده کرده‌اند.

نتایج مدل مسیر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی نشان داد که تأثیر متغیرهای تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و جنس بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی معنادار است که براساس میزان تأثیرگذاری در بین متغیرهای مستقل، پایگاه

اقتصادی- اجتماعی بیشترین تأثیر را بر میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته و پس از آن به ترتیب جنس، تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای قرار گرفته‌اند.

همچنین براساس یافته‌های تحقیق حاضر، نتایج آزمون فرضیه‌ها (در تحلیل‌های دو متغیره) حاکی از آن است که از میان متغیرهای مستقل تحقیق (شامل؛ تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و جنس)، تنها رابطه پایگاه اقتصادی اجتماعی با نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی معنادار است و سه متغیر دیگر (تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای و جنس) رابطه معناداری با کیفیت غذاهای غیرخانگی ندارند. مغایر با یافته‌های تحقیقات قبلی، مانند هالشوف، بروسارد، کروئیزینگا، تلمن و لوویک (۲۰۰۳)، رابطه بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی در تحقیق حاضر به شکل معکوس مشاهده شده است، بدین صورت که با بالارفتن پایگاه اقتصادی- اجتماعی، نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی مصرفی توسط پاسخ‌گویان کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج تحقیق که بر تأثیر مثبت پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر افزایش نگرش به سلامت غذاهای غیرخانگی اذعان کرده بودند، یافته‌های تحقیق حاضر مغایر با نتایج تحقیق محققان نام‌برده است. از آنجایی که به جای ارزیابی مستقیم سلامت غذاهای مصرف شده غیرخانگی، در تحقیق حاضر از خود پاسخ‌گویان در مورد برخی ویژگی‌های مرتبط با سلامت غذاهای غیرخانگی مصرفی‌شان و نگرش آن‌ها به این نوع غذاها پرسیده شده است، رابطه معکوس بین پایگاه و نگرش به سلامت غذاها توضیح‌دانی است. به نظر می‌رسد افراد دارای پایگاه بالا انتظار کیفیت و سلامت بالاتری از غذاهای بیرون از خانه و مراکز سرو آن‌ها داشته باشند، بنابراین در واکنش به این انتظار بالای خود، بیشتر از افراد متعلق به پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین، سلامت غذاهای غیرخانگی مصرفی خود را ناسالم ارزیابی کرده‌اند.

هرچند بر اساس مطالعات قبلی (آکسلون، فدرلین، و برینبرگ، ۱۹۸۵؛ دالونجویل، مارکوس، کاتل، بینگام و آمویل، ۲۰۰۰) ارتباط بین سواد تغذیه‌ای و نگرش به سلامت غذاهای مصرفی رابطه معناداری وجود داشته است، به هر ترتیب در مطالعه حاضر، چنین

تأثیری مشاهده نشده است. در متن مورد مطالعه، می‌توان دو توضیح برای عدم ارتباط بین سواد تغذیه‌ای و نگرش به سلامت غذای غیرخانگی در نظر گرفت. اول اینکه، به نظر می‌رسد برای اندازه‌گیری سلامت غذا نیاز به بررسی‌های دقیق محتوا و کیفیت غذای مصرفی است که شاید نیازمند آزمایش‌های بالینی در نوع خود باشد که در مطالعه حاضر، با توجه به اهداف و زمینه تخصصی مقاله، چنین روشی مورد استفاده قرار نگرفته است و تنها به خودارزیابی پاسخ‌گویان از غذای غیرخانگی مصرفی بسنده شده است. دوم این که به نظر می‌رسد در متن مورد مطالعه، سواد و آگاهی‌های تغذیه‌ای افراد هنوز به شکل کامل به‌عنوان عامل تأثیرگذار بر رفتارهای تغذیه‌ای آن‌ها عمل نمی‌کند. هرچند به نظر می‌رسد افراد مورد مطالعه از سواد تغذیه‌ای به نسبت بالایی برخوردارند، اما این سواد (که بحثی مربوط به آگاهی و نگرش است) هنوز در سطح رفتار (یا عملکرد) محقق نشده است.

بر اساس یافته‌های تحقیق برخی پیشنهادات کاربردی قابل طرح است. از آنجایی که تجربه غذای غیرخانگی در بین بخش بزرگی از پاسخ‌گویان تجربه شده است، توجه به سلامت و کیفیت این غذاها، که از مسیر نظارت کامل بر فرایند تهیه و توزیع آن‌ها می‌گذرد، از ضرورت‌های اصلی در حوزه برنامه‌ریزی و مدیریت این تجربه است. تمایزطلبی از متغیرهایی بوده که زمینه مصرف بالاتر غذاهای غیرخانگی را فراهم آورده است. بر این اساس، فرهنگ سازی در این ارتباط می‌تواند برای کاستن از مصرف غذای غیرخانگی در میان افراد تمایزطلب مؤثر باشد. تلاش برای بالابردن سواد تغذیه‌ای، با توجه به تأثیر معکوس آن بر میزان مصرف غذای غیرخانگی، می‌تواند یکی از مصادیق کارهای فرهنگی و آموزشی برای کاستن از میزان مصرف غذای غیرخانگی باشد. این آموزش‌ها بایستی به سمت کاستن از میزان مصرف غذاهای غیرخانگی و توصیه در زمینه مصرف غذاهای غیرخانگی سالم (در صورت اجتناب ناپذیر بودن مصرف آن‌ها) جهت‌گیری کنند. با توجه به یافته‌ها، این آموزش‌ها به‌طور ویژه برای افراد دارای پایگاه اقتصادی-اجتماعی بالا (که مقادیر بالاتری از غذای غیرخانگی مصرف می‌کنند) در اولویت قرار دارد. همچنین بر اساس نتایج، مردان به دلیل

حضور پررنگ تر در محیط بیرون از خانه، چنان که انتظار هم همین می‌توانست باشد، بیشتر از زنان از غذاهای غیرخانگی استفاده کرده‌اند. به همین دلیل مردان بیشتر از زنان در معرض مشکلات ناشی از مصرف این دست غذاها می‌توانند قرار داشته باشند که به‌عنوان گروه پرخطر در این زمینه، لازم است شرایط غذایی آن‌ها بیشتر در مداخلات و تنظیمات مربوط به کم و کیف غذا مد نظر قرار گیرد.

کتاب‌نامه

۱. اتحادیه اصناف تبریز (۱۳۹۶). اطلاعات واحدهای دارای پروانه و بدون پروانه تهیه، عرضه و توزیع مواد غذایی آماده. تبریز: اتحادیه‌های رستوران، اغذیه فروشی‌ها و چلوکبابی‌ها و غذاخوری‌های شهر تبریز.
۲. بختیاری، م؛ احرام پوش، ا؛ عنایتی، ن؛ راست منش، ر؛ دل پیشه، ع؛ زائری، ف؛ همایون‌فر، ر. (۱۳۹۰). ارتباط مصرف غذاهای آماده با سطح اضطراب در دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران. *مجله اصول بهداشت روانی*، (۱۳) ۳، ۲۲۱-۲۱۲.
۳. پاداش، ح. (۱۳۸۵). ارزیابی محتوای تطوری آرای تورستین ویلن (با تأکید بر داروینیسیم). *فصلنامه علمی تخصصی تکاپو*، ۱۵ و ۱۶، ۸۵-۶۹.
۴. تقوی، ن. (۱۳۸۷). *مبانی جمعیت‌شناسی*. چاپ نهم، تبریز: انتشارات آیدین.
۵. جوکار، م. (۱۳۹۳). مدرنیته، تغییر سبک زندگی و کاهش جمعیت در ایران. *پژوهش‌نامه اسلامی زنان و خانواده*، ۲(۲)، ۶۹-۳۹.
۶. حمیدی، ن. و؛ فرجی، م. (۱۳۸۶). سبک زندگی و پوشش زنان در تهران. *مجله تحقیقات فرهنگی*، ۱، ۹۲-۶۵.
۷. علیزاده اقدم، م. (۱۳۸۹). تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی. *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، (۱۲) ۴۴، ۳۱۸-۲۸۵.
۸. عمید، ح. (۱۳۸۹). *فرهنگ عمید*. تهران: امیرکبیر.
۹. فرازمنند، ح؛ حلافی، ح. (۱۳۹۴). تقاضای غذای خارج از خانه خانوارهای ایرانی: کاربردی از الگوی دابل-هاردل با تبدیل باکس-کاکس. *فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی*، (۹) ۴، ۸۵-۶۵.

۱۰. کوهی، ک؛ مبارک بخشایش، م. و عبدی چایکندی، ر. (۱۳۹۲). بررسی میزان گرایش دانشجویان به فست‌فودها و عوامل مؤثر بر آن. *فصلنامه اخلاق زیستی*، (سال ۳، شماره ۸)، ۱۸۵-۱۵۷.
۱۱. گنجی، م؛ حیدریان، ا. (۱۳۹۳). سرمایه فرهنگ و اقتصاد فرهنگ (با تاکید بر نظریه‌های پیر بوردیو و دیوید تراسبی). *فصلنامه راهبرد*، (۲۳)، ۷۷-۹۷.
12. Adams, J., Goffe, L., Brown, T., Lake, A. A., Summerbell, C., White, M., ... & Adamson, A. J. (2015). Frequency and socio-demographic correlates of eating meals out and take-away meals at home: Cross-sectional analysis of the UK national diet and nutrition survey, waves 1-4 (2008-12). *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1), 1-9.
13. Aksoydan, E. (2007). Hygiene factors influencing customers' choice of dining-out units: Findings from a study of university academic staff. *Journal of Food Safety*, 27(3), 300-316.
14. Almerico, G. M. (2014). Food and identity: Food studies, cultural, and personal identity. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 8(1), 1-8.
15. Axelson, M. L., Federline, T. L., & Brinberg, D. (1985). A meta-analysis of food and nutrition-related research. *Journal of Nutrition Education*, 17(2), 51-54.
16. Baker, E. H. (2014). Socioeconomic status, definition. In W. C. Cockerham, R. Dingwall, & S. R. Quah (Eds.), *The Wiley Blackwell encyclopedia of health, illness, behavior, and society* (1st ed.) (pp. 2210-2214). New York: John Wiley & Sons, Ltd.
17. Bezerra, I. N., & Sichieri, R. (2009). Eating out of home and obesity: A Brazilian nationwide survey. *Public Health Nutrition*, 12(11), 2037-2043.
18. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge: Harvard University Press.
19. Caplan, P. (1997). Approaches to the study of food, health and identity. In P. Caplan (Ed.), *Food, health, and identity* (pp.1-31). London: Routledge.
- D'Addezio, L., Turrini, A., Capacci, S., & Saba, A. (2014). Out-of-home eating frequency, causal attribution of obesity and support to healthy eating policies from a cross-European survey. *Epidemiology, Biostatistics and Public Health*, 11(4), 1-13.
20. Dallongeville, J., Marécaux, N., Cottel, D., Bingham, A., & Amouyel, P. (2000). Association between nutrition knowledge and nutritional intake in middle-aged men from northern France. *Public Health Nutrition*, 4(1), 27-33.

21. DiMaggio, P. (1994). Social stratification, life style, and social cognition. In D. B. Grusky (Ed.), *Social stratification in sociological perspective: Class, race, and gender* (pp. 829-847). Boulder: Westview Press.
22. Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). California: Sage Publications.
23. Fox, R. (2017). *Food and eating: An anthropological perspective*. Retrieved from <http://www.sirc.org/publik/foxfood.pdf>.
24. Guthrie, J. F., Lin, B. H., & Frazao, E. (2002). Role of food prepared away from home in the American diet, 1977-78 versus 1994-96: Changes and consequences. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(3), 140-150.
25. Hof, M. (2012). *Questionnaire evaluation with factor analysis and Cronbach's Alpha*. Retrieved from <http://www.let.rug.nl/nerbonne/teach/rema-stats-meth-seminar/student-papers/MHof-QuestionnaireEvaluation-2012-Cronbach-FactAnalysis.pdf>.
26. Holt, D. B. (2007). Distinction. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell encyclopedia of sociology* (pp. 1189-1191). USA: Blackwell Publishing Ltd.
27. Hu, P., Huang, W., Bai, R., Zhang, F., Sharma, M., Shi, Z., ... & Zhao, Y. (2016). Knowledge, attitude, and behaviors related to eating out among university students in china. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(13), 696-707.
28. Hulshof, K. F. A. M., Brussaard, J. H., Kruizinga, A. G., Telman, J., & Löwik, M. R. H. (2003). Socio-economic status, dietary intake and 10 y trends: The Dutch national food consumption survey. *European Journal of Clinical Nutrition*, 57(1), 128-137.
29. Kamphuis, C. B., Jansen, T., Mackenbach, J. P., & Van Lenthe, F. J. (2015). Bourdieu's cultural capital in relation to food choices: A systematic review of cultural capital indicators and an empirical proof of concept. *Plos One*, 10(8), 1-19.
30. Laberge, M. (2008). Nutrition literacy. In L. Jacqueline, & Longe, J. L. (Eds.), *The Gale encyclopedia of diets: A guide to health and nutrition* (pp. 731-736). Michigan, US: The Gale Group.
31. Lachat, C., Huynh, T. T. T., Verstraeten, R., Nago, E., Roberfroid, D., & Kolsteren, P. (2011). Factors associated with eating out of home in Vietnamese adolescents. *Appetite*, 57(3), 649-655.
32. Lahsaeizadeh, A. (2001). Sociological analysis of food and nutrition in Iran. *Nutrition and Food Science*, 31(3), 129-135.
33. Livi-Bacci, M. (2008). *Population and nutrition: An essay on European demographic history* (T. Croft-Murray, Trans.). Cambridge: Cambridge University Press.

34. McGee, B. B., Gossett, J. M., Simpson, P. M., Johnson, G. S., Bardell, K., Richardson, V., ... & Bogle, M. L. (2009). Attitudes and beliefs affect frequency of eating out in the lower Mississippi Delta. *Race, Gender and Class, 16*(3/4), 19-30.
35. McIntosh, W. M. A. (1996). *Sociologies of food and nutrition*. New York: Springer.
36. Paddock, J. (2016). Positioning food cultures: 'Alternative' food as distinctive consumer practice. *Sociology, 50*(6), 1039-1055.
37. Pirouznia, M. (2001). The association between nutrition knowledge and eating behavior in male and female adolescents in the US. *International Journal of Food Sciences and Nutrition, 52*(2), 127-132.
38. Piscopo, S. (2004). *Socio-ecological factors influencing food choices and behaviors of Maltese primary schoolchildren* (Unpublished doctoral dissertation). University of Birmingham, England.
39. Raulio, S. (2011). *Lunch eating patterns during working hours and their social and work-related determinants: The study of Finnish employees* (Unpublished doctoral dissertation). University of Helsinki, Finland.
40. Simmel, G. (1957). Fashion. *American Journal of Sociology, 62*(6), 541-558.
41. Spronk, I., Kullen, C., Burdon, C., & O'Connor, H. (2014). Relationship between nutrition knowledge and dietary intake. *The British Journal of Nutrition, 111*(10), 1713-1726.
42. Tarabashkina, L., Quester, P., & Crouch, R. (2016). Exploring the moderating effect of children's nutritional knowledge on the relationship between product evaluations and food choice. *Social Science and Medicine, 149*, 145-152.
43. Van der Veen, M. (2003). When is food a luxury? *World Archaeology, 34*(3), 405-427.
44. Wills, W., Backett-Milburn, K., Roberts, M. L., & Lawton, J. (2011). The framing of social class distinctions through family food and eating practices. *The Sociological Review, 59*(4), 725-740.
45. Zoellner, J., Connell, C., Bounds, W., Crook, L., & Yadrick, K. (2009). Peer reviewed: Nutrition literacy status and preferred nutrition communication channels among adults in the lower Mississippi Delta. *Preventing Chronic Disease, 6*(4), 1-11.

ضمیمه: نتایج تحایل رگرسیونی

خلاصه نتایج برازش مدل رگرسیون خطی چند متغیره الگوی مصرف غذاهای غیر خانگی

مدل رگرسیون خطی میزان مصرف غذاهای غیر خانگی					
سطح معنی داری	t	Beta	ضرایب غیر استاندارد		متغیرهای مستقل
			انحراف معیار	B	
۰/۴۲۷	۰/۷۹۵	-	۰/۴۱۵	۰/۳۳۰	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۶/۶۸۳	۰/۲۹۷	۰/۰۷۸	۰/۵۲۳	پایگاه اقتصادی اجتماعی
۰/۰۰۰	۴/۷۷۸	۰/۲۱۶	۰/۰۵۵	۰/۲۶۳	تمایز طلبی
۰/۰۰۱	۳/۴۳۲	۰/۱۵۷	۰/۰۹۵	۰/۳۲۷	جنس
۰/۰۰۴	-۲/۸۷۱	-۰/۱۳۳	۰/۰۷۳	-۰/۲۱۰	دانش تغذیه ای
R²= 0.209 Adj. R²= 0.201 F= 43.14 Sig. F= 0.000					
مدل رگرسیون خطی نگرش به سلامت غذاهای غیر خانگی					
سطح معنی داری	t	Beta	ضرایب غیر استاندارد		متغیرهای مستقل
			انحراف معیار	B	
۰/۰۰۰	۲۰/۸۰۹		۰/۱۵۶	۳/۲۵۵	ضریب ثابت
۰/۰۴۴	-۲/۰۱۹	-۰/۱۰۰	۰/۱۰۰	-۰/۲۰۱	پایگاه اقتصادی اجتماعی
R²= 0.01 Adj. R²= 0.007 F= 4.075 Sig. F= 0.044					