

بررسی میزان گرایش دانشجویان به فست فودها و عوامل مؤثر بر آن

کمال کوهی^۱

مرتضی مبارک بخشایش

رباب عبدی چایکندی

چکیده

در سال‌های اخیر مصرف فست فود به طور چشمگیری در بین نوجوانان و جوانان افزایش یافته است. تبعاتی که مصرف این نوع غذاها برای مصرف‌کننده و جامعه با خود به همراه دارد، موجب بروز برخی نگرانی‌های اجتماعی شده است. امروزه دانشجویان به خاطر شرایط تحصیلی یکی از مهمترین گروه‌های در معرض خطر می‌باشند تحقیق حاضر در نظر دارد با نگاهی جامعه‌شناختی گرایش دانشجویان به فست فودها را مورد بررسی قرار دهد. جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان دانشگاه تبریز تشکیل می‌دهند و نمونه آماری مشتمل بر ۳۷۲ نفر می‌باشد که از طریق فرمول کوکران به دست آمده است. روش نمونه‌گیری تحقیق به صورت تصادفی متناسب بوده، اطلاعات به دست آمده با تکنیک پیمایش، به صورت مقطعی و از طریق ابزار پرسشنامه گردآوری شده که روایی و اعتبار آن مورد تأیید قرار گرفت. طبق نتایج به دست آمده فرض اساسی تحقیق مبنی بر تأثیرپذیری گرایش به استفاده از فست فود، از متغیرهایی نظیر: سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، آگاهی‌های تبلیغاتی و دینداری مورد تأیید قرار گرفت. بر طبق نتایج تحقیق همبستگی معکوسی بین سرمایه اجتماعی و دینداری با گرایش به استفاده از فست فود وجود دارد. یافته‌های تحقیق رابطه بین سن و گرایش به استفاده از فست فود را مورد تأیید قرار نداد. نتایج تحلیل‌های چند متغیره نشان داد که، متغیرهای

۱. استادیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز،

ایران (نویسنده مسئول)

سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، آگهی‌های تبلیغاتی و دینداری در مجموع ۰/۲۲ از متغیر وابسته را مورد تبیین قرار می‌دهند.

واژگان کلیدی

فست فودها، دانشجوی، سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، دینداری، آگهی‌های تبلیغاتی

بررسی میزان گرایش دانشجویان به فست فودها و عوامل مؤثر بر آن

تغییر در سبک زندگی، یکی از دستاوردهای مدرنیته بوده که جامعه به ویژه جامعه شهری به آن دچار شده است. یکی از مواردی که دلالت بر تغییر سبک زندگی دارد، تغییر در شیوه تغذیه است. نمونه بارز آن رواج بیش از اندازه مصرف فست فودها در بین خانواده‌ها و افراد جامعه است. فست فودها مولود جامعه صنعتی و مدرن غرب‌اند که به سایر جوامع از جمله کشور ما نفوذ پیدا کرده است. بسیاری از کارشناسان بر این باورند که غذاهای فست فودی که در اغلب کشورها مورد علاقه نوجوانان و جوانان بوده و جایگزین بسیاری از وعده‌های اصلی غذایی در برنامه غذایی روزانه آنها شده‌اند نمادی از زندگی مدرن و ماشینی در دنیای امروز است. همان‌طور که از نام آن برمی‌آید فست فود یعنی غذایی که در حداقل زمان ممکن برای خوردن آماده شود. به عبارتی در جوامع صنعتی و مدرن به دلیل اشتغال تمام وقت افراد به کار، فرصت چندانی برای تهیه غذا به سبک سنتی برای آنان باقی نمی‌ماند و لذا برای سیر کردن خود و سایر افراد خانواده مجبور به تهیه غذایی هستند که در کمترین زمان برای سرو کردن آماده شود. به نظر می‌رسد یکی از علل رواج فست فودها در جوامع، همین موضوع یعنی اشتغال افراد خانواده به کار یا تحصیل است که مانع از آن می‌شود که همسر یا زن خانه فرصت کافی برای تهیه غذا داشته باشد. در محل کار و تحصیل نیز به دلیل محدودیت زمانی و مکانی شرایط برای تهیه غذا فراهم نیست لذا کارکنان، کارگران و حتی محصلان و دانشجویان مجبورند از غذاهایی که فست فود نام دارند استفاده کنند. این پدیده در جامعه ما نیز رواج پیدا کرده و روز به روز بر مصرف آن افزوده می‌شود و اگر این پدیده ادامه پیدا کند و تغییر یا اصلاحی در شیوه تغذیه خانواده‌ها رخ ندهد سلامت جامعه با خطر جدی مواجه خواهد شد (تقوی‌نژاد، ۱۳۹۱: ۱۴).

ارتقای بهداشت و تأمین سلامت افراد جامعه یکی از ارکان مهم پیشرفت جوامع می‌باشد امروزه ارتباط تغذیه و انتخاب غذا با سلامت افراد جامعه به‌طور کلی مورد تأیید و تأکید است. نوجوانی مرحله مهمی از رشد و تکامل به‌شمار می‌رود در حالی که به سال‌های جوانی به عنوان زمانی برای شروع بیماری‌های مزمن و به سال‌های میان‌سالی به عنوان زمان ظهور این بیماری‌ها توجه می‌شود. بروز بالای کمبودهای تغذیه‌ای و عادات غذایی نادرست در این دوران می‌تواند بیماری‌های مزمن و غیرواگیر نظیر چاقی، بیماری‌های قلبی-عروقی، سرطان، دیابت و غیره را به دنبال داشته باشد. براساس آمارهای سازمان بهداشت جهانی، کشورهای در حال توسعه در طی دو دهه ی آینده، با یک همه‌گیری بیماری‌های غیرواگیر مواجه خواهند شد. پیش‌بینی می‌شود که از سال ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۲۰ میلادی، مرگ‌ومیر ناشی از این بیماری‌ها به میزان ۷۷ درصد افزایش می‌یابد که بیشترین موارد آن در کشورهای در حال توسعه خواهد بود (برزویی و همکاران، ۱۳۸۹:۱۵۷-۱۵۸).

با اینکه ممکن است غذاهایی که در رستوران‌ها و یا فروشگاه‌ها عرضه می‌شوند، طعم خوبی داشته باشند اما نباید جای غذاهای خانگی را بگیرند، غذاهای آماده که در فروشگاه‌ها عرضه می‌شوند معمولاً نمک زیاد و مواد نگه‌دارنده دارند، غذای رستوران‌ها به‌خصوص انواع ساندویچ و پیتزا، علاوه بر اینکه چربی بالایی دارند، مواد مغذی آنها کمتر است و احتمال آلودگی بالایی نیز دارند، متخصصان تغذیه توصیه می‌کنند که همراه با ساندویچ و پیتزا، سالاد میل شود، زیرا سبزیجات آنتی‌اکسیدان‌های خوبی دارند و می‌توانند اثر نامطلوب مواد مضر این غذاها را کاهش دهند، در سوسیس و کالباس مواد مضر وجود دارد که در صورت مصرف زیاد می‌تواند احتمال ابتلا به سرطان را افزایش دهد، کوپایه‌یها معتقد

است، بیش از دوبار در ماه غذاهای غیرخانگی مصرف نشود (کوپایه ئیها، ۵۲:۱۳۸۷). با این توصیف می‌توان گفت که عادات غذایی ریشه در عوامل فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و مذهبی دارد، یکی از عوامل مؤثر در ایجاد بیماری‌های مزمن سبک زندگی و الگو و عادات غذایی است، در طول دهه‌های اخیر روش بسیاری از مردم دنیا به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته تغییر کرده است و افزایش اخیر در بیماری‌های مزمن در دنیا را مربوط با محیطی می‌دانند که سبب کم‌تحرکی، افزایش دریافت کالری و شیوه‌های ناسالم زندگی شده است، این تغییرات در شیوه‌ی زندگی دامن‌گیر کشورهای در حال توسعه از جمله ایران نیز می‌باشد، نوع روغن مصرفی، نمک، انواع ترشی‌ها، نوع روش پخت‌وپز، مصرف چای، استفاده از غذاهای آماده و غیره از جمله عادات غذایی روزانه هستند که در صورت شیوه مصرفی نادرست، زمینه‌ساز بسیاری از بیماری‌های مزمن و غیر واگیر می‌شود. با گسترش زندگی صنعتی، مصرف غذاهای آماده، غذاهای پرچرب و سرخ‌کردنی افزایش چشمگیری یافته است و میزان اسیدهای چرب ترانس موجود در این محصولات غذایی موجب افزایش شیوع بیماری‌های مزمن گردیده است (برزویی و همکاران، ۱۵۸:۱۳۸۹).

عادات نامطلوب غذایی در شیوه زندگی کشورهای در حال توسعه از جمله جامعه ما، علاوه بر اینکه تهدیدی برای سلامت کودکان و نوجوانان محسوب می‌شود، سایر افراد را نیز در معرض خطر ابتلا به بیماری‌های غیرواگیر قرار داده است. مشکل تغذیه از یک طرف ناشی از تقلید ناآگاهانه از فرهنگ غذایی غرب و از طرف دیگر حاکی از پیشرفت صنعت تهیه غذاهای فرآوری شده است. در دنیای امروز که کار و تحصیل بیش از پیش مورد توجه اقشار مختلف جامعه به‌ویژه زنان و جوانان قرار گرفته است، فرصت آشپزی سنتی را محدود کرده و

مصرف فست فودها را بیش از پیش در جامعه افزایش داده است. در حال حاضر مصرف نوشابه‌های گازدار و سایر نوشیدنی‌های شیرین نیز به‌ویژه در سنین مدرسه رو به افزایش است، به‌طوری که ۳۷ درصد نوجوانان و جوانان کشور هر روز این نوشیدنی را مصرف می‌کنند و تنها حدود ۱۰ درصد از این گروه سنی هیچ وقت نوشیدنی گازدار و شیرین مصرف نمی‌کنند (صادقی، ۱۳۹۱:۱۸).

به هر حال، عوارض و مضرات فست‌فود بسیار گسترده و طیف وسیعی از ارگان‌ها را دربر می‌گیرد از جمله مصرف زیاد فست‌فود اثرات زیان‌باری بر سیستم قلبی و عروقی، گوارشی و کبد، سیستم عصبی و ضریب هوشی داشته و منجر به بروز دیابت، نارسایی‌های بارداری و پوستی می‌شود. این نوع غذاها هر چند ظاهر و طعم جذاب دارند، اما عادت غذایی نادرستی مانند پرخوری، کم‌تحركی و سریع غذا خوردن ایجاد می‌کنند (صادقی، ۱۳۹۱:۱۸).

در دنیای امروز استفاده از فست فودها در خانواده‌هایی که زنان خانه‌دار هستند و فرصت کافی برای طبخ غذا دارند رواج یافته است. این موضوع حکایت از آن دارد که فست فود به جزء اصلی خوراک مردم تبدیل شده که حتی توسط زنان خانه‌دار نیز تهیه و در خانواده مصرف می‌شود. وضعیت موجود فست‌فودها در جامعه به‌ویژه در میان قشر نوجوان و جوان نشان می‌دهد، علیرغم اثرات زیان‌باری که این نوع از غذاها دارند به جزء اصلی سبد غذایی مردم تبدیل شده‌اند. امروزه شاهد هستیم که غذاهای رستورانی و به‌ویژه غذاهای فست‌فود تقریباً به‌عنوان یک غذای ثابت و شاخص خانواده‌ها به‌ویژه در شهرهای بزرگ درآمدی است. در نتیجه توصیه‌ها مبنی بر حذف کامل غذاهای رستورانی و به‌ویژه فست‌فودها از سبد خانوار کارساز نمی‌باشد، اگرچه اگر خانواده‌ای بتواند از این عادت غلط مصطلح وابستگی به غذاهای فست فود دست بشوید قطعاً سلامتی خود را تضمین می‌نماید

(تقوی نژاد، ۱۳۹۱: ۱۴). تحقیقات کمی در این زمینه صورت گرفته که به صورت عناوینی با قصد تحلیل هشدار فردی و اجتماعی در روزنامه‌ها و مجلات منتشر شده‌اند. صاحب‌نظران معتقدند که این نوع غذاها جایگزین مناسبی برای غذاهایی که در گذشته در سبد غذایی خانوارها قرار داشت، نیستند. با توجه به تبلیغات روز افزونی که از این نوع غذاها در رسانه‌ها و در داخل شهر فست فودها تقریباً به‌عنوان یک غذای به‌ویژه در شهرهای بزرگ درآمدی است. هرچند توصیه‌های لازم در خصوص مضرات فست‌فودها ارائه شده و ترک و حذف این نوع غذاها از سبد غذایی خانواده تضمین‌کننده سلامت شهروندان خواهد بود، ولی بازهم بعضی از خانواده‌ها و نوجوانان و جوانان آنها از این نوع غذاها استقبال می‌نمایند. تحقیق حاضر در نظر دارد، در راستای کمک به حل مشکل یاد شده و جلوگیری از بروز صدمات و لطمات وارده به خانواده‌ها و جامعه میزان گرایش دانشجویان به فست فودها و عوامل موثر بر آن را مورد شناسایی قرار دهد.

ادبیات نظری

بورديو معتقد است این واقعیت که در زمینه‌ی غذا، تضاد اصلی به‌طور کلی با تفاوت در درآمد مطابقت دارد، تضادهای ثانویه‌ای را پنهان کرده است که هم در طبقات متوسط و هم در طبقه‌ی بالا وجود دارد، یعنی تضاد گروه‌هایی که سرمایه‌ی فرهنگی بیشتر و سرمایه‌ی اقتصادی کمتری دارند، با کسانی که دارایی‌هایشان برعکس این گروه ساخت یافته است. معمولاً محققان و ناظران تأثیر صاف و ساده‌ی درآمد را در این واقعیت می‌بینند که هر قدر جایگاه فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی بالاتر باشد، بخش کمتری از درآمد خود را خرج غذا می‌کند، یا اینکه در بودجه‌ی غذایی، مبلغی که خرج غذاهای سنگین، پرچرب و

چاق کننده می‌شود و ارزان هم هستند - ماکارونی، سیب‌زمینی، غلات، ژامبون، گوشت خوک - رو به کاهش می‌رود، در حالی که سهم فزاینده‌ای از این بودجه خرج گوشت بدون چربی و غذاهای سبک‌تری (قابل هضم‌تری) می‌شود که چاق کننده نیستند (گوشت گاو، گوساله، گوسفند، بره و خصوصاً میوه‌ها و سبزیجات تازه). از آنجایی که اصل اساسی و واقعی ترجیح دادن‌ها چیزی جز سلیقه نیست، یعنی فضیلتی که زاده‌ی ضرورت است، نظریه‌ای که مصرف را تابع ساده‌ی درآمد می‌داند نیز هم‌ی‌ظواهر را مؤید این فرض می‌یابد، زیرا درآمد نقش مهمی در تعیین میزان فاصله از جبر و ضرورت ایفا می‌کند. مبنای حقیقی تفاوت‌هایی که در حوزه‌ی مصرف و حتی فراتر از آن دیده می‌شود تضاد بین سلیقه‌های ناشی از تجمل (یا آزادی) و سلیقه‌های ناشی از جبر و ضرورت است. دسته‌ی نخست، سلیقه‌های کسانی است که دست پرورده‌ی شرایط وجودی مادی‌ای هستند که براساس فاصله داشتن از جبر و ضرورت، آزادی‌ها و امکانات ناشی از مالکیت سرمایه تعریف می‌شود؛ دسته‌ی دوم، جلوه گاه ضرورت‌هایی‌اند که خود نیز محصول همین ضرورت‌ها می‌باشند. بنابراین می‌توانیم سلیقه‌ی عامیانه‌ای را که غذاهای «شکم پرکن» و ارزان را می‌پسندد، از ضرورت باز تولید توش و توان کار کردن با کمترین هزینه‌ی ممکن استنتاج کنیم، یعنی وضعیتی که به پرولتاریا تحمیل می‌شود و در واقع تعریف این طبقه نیز هست (بورديو؛ ۱۳۹۰: ۲۴۷-۲۴۸).

از بین این چهار نوع سرمایه مطرح در نظریه بورديو، چنین استنباط می‌شود که سرمایه‌ی اقتصادی که شاخص آن، درآمد و دارایی افراد می‌باشد نقش کلیدی در دانش غذایی افراد می‌تواند داشته باشد. همچنین سرمایه فرهنگی نیز با شاخص مدرک تحصیلی و انواع مهارت‌ها (که شامل مدارک سازمانی، پایان دوره‌های

کارآفرینی، گواهینامه‌های فنی) به نظر می‌رسد می‌تواند تأثیر بسزایی بر روی دانش غذایی افراد داشته باشد. علاوه بر این سرمایه اجتماعی که در حقیقت با موقعیتی که فرد با توجه به رابطه‌ای که با افراد در جامعه دارد تعریف می‌شود. فرد با توجه به موقعیت و رابطه با دیگر افراد دست به انتخاب می‌زند. بنابراین به نظر می‌رسد که بین سرمایه‌ی اجتماعی و دانش غذایی رابطه وجود داشته باشد (فیلد، ۱۳۸۶؛ زنجانی زاده، ۱۳۸۳).

پیشینه تجربی

تحقیقی با عنوان «ارتباط مصرف غذاهای آماده با سطح اضطراب در دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران» توسط محمود بختیاری، الهام احرام‌پوش، رضا راست‌منش، علی دل‌پیشه، فرید زائری و رضا همایون‌فر در سال ۱۳۸۹ انجام گرفته است. نمونه آماری این تحقیق ۴۸۸ نفر (۲۰۴ پسر و ۲۸۴ دختر) از دانشجویان بومی دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران می‌باشد که از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و وارد مطالعه گردیده‌اند. هدف از انجام تحقیق، بررسی ارتباط مصرف غذاهای آماده با سطح اضطراب دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران بود. نتایج به‌دست آمده از تحقیق نشان داد، مصرف بالای غذاهای آماده در دانشجویان پسر تقریباً دو برابر دانشجویان دختر بود. شانس قرار گرفتن دانشجویانی که اغلب اوقات غذاهای آماده مصرف می‌کنند در یکی از طبقات اضطراب آشکار متوسط یا شدید تقریباً هفت برابر همین شانس برای دانشجویانی بوده است که کمتر غذای آماده مصرف می‌کرده‌اند. بنابراین براساس نتایج کلی تحقیق میزان اضطراب دانشجویان با افزایش مصرف غذاهای آماده افزایش می‌یابد (بختیاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۲).

کوکب نمکین، غلامرضا شریف‌زاده، حسن مجنونی، فرزاد فیروزی و محمدرضا لطیفی تحقیقی را با عنوان «شیوع سوءتغذیه در دانش‌آموزان مناطق محروم استان خراسان جنوبی» انجام داده‌اند. نمونه آماری تحقیق ۱۲۱۱ نفر از دانش‌آموز ۷-۱۴ ساله (مدارس ابتدایی و راهنمایی) مناطق محروم استان خراسان جنوبی می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای از مناطق شهری و روستایی ۵ شهرستان تحت پوشش استان انتخاب شده بودند. براساس نتایج تحقیق، از ۱۲۱۱ دانش‌آموز ۷۰.۶ درصد دانش‌آموزان کم‌وزن، ۷۰٪ کوتاه‌قد و ۲۰٪ لاغر بودند، بیشترین موارد کم‌وزنی، کوتاه‌قدی و لاغری از نوع خفیف و کمترین موارد از نوع شدید بود، نتایج استنباطی حاکی از آن بود که شیوع کم‌وزنی و کوتاهی‌قد با افزایش سطح تحصیلات مادران به‌طور معناداری کاهش می‌یابد. در نتیجه درصد بالایی از دانش‌آموزان مناطق محروم از سوءتغذیه رنج می‌بردند (نمکین و همکاران، ۱۳۹۰).

براساس تحقیقی که توسط علی طریقت اسفنجانی، رضا مهدوی، جمال قائم مقامی و عبدالرسول صفائیان با عنوان مقایسه وضعیت تغذیه‌ای دانشجویان دختر خوابگاهی و غیرخوابگاهی دانشگاه علوم پزشکی اردبیل در سال ۱۳۷۸ انجام گرفته است. نتایج حاصله نشان داد، با وجود نارسایی‌هایی در دریافت بعضی از ریز مغذی‌ها، وضعیت تغذیه‌ای دانشجویان غیرخوابگاهی مطلوبتر از دانشجویان خوابگاهی است (طریقت اسفنجانی و همکاران، ۱۳۷۸).

فهیمة رضانی تهرانی، مریم فرهمند، پریسا امیری، نیلوفر پیکری، فریدون عزیزی تحقیقی را با عنوان «تبیین موانع اصلاح الگوی غذایی و عوامل مؤثر بر آن، از زاویه نگاه زنان» در سال ۱۳۸۸ طراحی و اجرا نموده‌اند. جامعه آماری مورد مطالعه زنان ۲۵-۶۵ ساله شرکت‌کننده در پژوهش قند و لیپید تهران بودند.

یافته‌های پژوهش نشان داد، موانع تغذیه سالم از دیدگاه زنان مشارکت‌کننده در مطالعه قند و لیپید تهران، «آموزش و فرهنگ‌سازی نامناسب»، «فقدان دسترسی» و «نوع ذائقه و علاقه‌ی شخصی» است و می‌تواند به‌عنوان منبعی ارزشمند در طراحی برنامه‌های پیشگیری از بیماری‌های غیرواگیر به کار آید (رضانی تهرانی و همکاران، ۱۳۹۰).

نتایج حاصل از تحقیق اعظم برزویی و لیلا آزادبخت با عنوان «توصیف عادات غذایی دختران جوان اصفهانی، وضعیت دریافت چای، غذاهای آماده و چربی‌ها» نشان داد، استفاده از غذاهای چرب و مصرف غذاهای آماده از عادات غذایی نادرست در دختران جوان بوده و بر این اساس، ضرورت اصلاح عادات غذایی و روش‌های پخت در قشر جوان کشور احساس می‌شود (برزویی و همکاران، ۱۳۸۹).

تحقیقی با عنوان «میزان مصرف غذاهای آماده و نقش آن بر کیفیت رژیم غذایی و شاخص‌های تن‌سنجی» توسط مهدیه گل‌زرنند، زهرا بهاداران، پروین میرمیران، فیروزه حسینی اصفهانی، فرهاد حسین‌پناه و فریدون عزیزی در سال ۱۳۹۰ انجام گرفته است. براساس نتایج به‌دست آمده از تحقیق مصرف بالای غذاهای آماده موجب افزایش دانستیه انرژی، افزایش دریافت چربی، چربی‌های اشباع، کلسترول و کاهش دریافت ریزمغذی‌های مورد نیاز بدن و همچنین افزایش خطر ابتلا به اضافه وزن و چاقی می‌گردد.

محمدباقر علیزاده اقدام تحقیقی را با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی» در سال ۱۳۸۹ انجام داده است. هدف از انجام تحقیق، مطالعه عوامل اجتماعی و ساختاری تأثیرگذار بر سبک غذایی شهروندان می‌باشد. نتایج به‌دست آمده از تحقیق نشان داد، سبک غذایی شهروندان برحسب وضعیت تاهل، جنسیت و وضعیت طبقه متفاوت بوده و سن، شاخص حجم بدن، سرمایه اجتماعی،

فرهنگی و اقتصادی به طرق مختلف بر سبک غذایی تأثیرگذار است. همچنین نتایج به دست آمده حاکی از آن بود که استراتژی سلامت‌محوری غالب شهروندان در زمینه سبک غذایی، بیشتر براساس پرهیز است تا استفاده از غذاهای سالم و در این زمینه عوامل اجتماعی بر انتخاب هر کدام از ابعاد تأثیرگذار است (علیزاده اقدم، ۱۳۸۹: ۲۸۵).

نتایج حاصل از تحقیق فرنچ^۱ و همکاران در سال ۲۰۰۰ حاکی از آن است که ارتباط نزدیکی بین میزان استفاده از غذاهای آماده رستورانی با دریافت کالری بالا، چربی اضافی و افزایش وزن وجود دارد و افزایش بیش از حد وزن جمعیت می‌تواند عامل خطر مهمی محسوب شود. اگرچه دریافت چربی در رژیم غذایی به عنوان درصدی از کل کالری دریافتی در جمعیت ایالات متحده در سال‌های اخیر ۱۹۷۷-۱۹۷۸ از ۴۰ درصد به ۳۳ درصد در ۱۹۹۴ کاهش یافته است، اما همچنان سطح دریافت چربی مجاز بیش از ۳۰ درصد می‌باشد (فرنچ، ۲۰۰۰: ۱۳-۵۳).

نتایج حاصل از تحقیق لی نشان داد، افزایش تراکم فروشگاه‌هایی که در محله غذاهای آماده عرضه می‌کنند با سبک زندگی ناسالم، پروفایل‌های روانی فقیرتر و افزایش خطر چاقی در بین افراد مسن ارتباط دارد (لی، ۲۰۰۹: ۲۰۳).

جکانوسکی و همکاران در تحقیقی در سال ۲۰۰۱ با عنوان «راحتی، قابلیت دسترسی و تقاضا برای غذاهای آماده» به بررسی افزایش تقاضا برای مصرف غذاهای آماده پرداخته‌اند. ایشان معتقدند، مشخصه متمایز غذاهای آماده سادگی آن است. در بازار فراگیر امروز، مصرف‌کنندگان دیگر نیاز ندارند که برای رفتن به فروشگاه غذاهای آماده مسیر طولانی را طی کنند. توانایی قابلیت دسترسی سریع به معنای کاهش در هزینه نهایی به دست آوردن یک وعده غذایی است که منجر به مصرف بیشتر می‌شود. یافته‌های این تحقیق نشان داد، افزایش قابلیت

دسترسی منجر به افزایش مصرف می‌شود. عدم احتساب این گونه تغییرات بازار می‌تواند منجر به استنتاج‌های نادرستی راجع به عوامل مسئول بر رشد صنعتی غذاهای آماده شود (جکانوفسکی، ۲۰۰۱: ۵۸).

چهارچوب نظری

در سال‌های اخیر مصرف غذاهای آماده به‌طور چشمگیری در بین نوجوانان و جوانان افزایش یافته است به‌طوری که بیشتر نوجوانان و جوانان کشورمان به‌طور روزانه غذاهای آماده مصرف می‌کنند. موضوع مورد مطالعه یکی از حوزه‌های جدیدی است که محققان را به خود مشغول کرده است. یکی از کسانی که به مطالعه موضوع فوق می‌پردازند، جامعه‌شناسان می‌باشند که تلاش کرده‌اند با استفاده از تئوری‌پردازی و انجام تحقیقات متعدد درصدد تبیین موضوع برآیند. تحقیق حاضر نیز در راستای تبیین موضوع در بین دانشجویان تلاش کرده با استفاده از تئوری وبر که در جهت پل زدن بین سبک‌های زندگی با پایگاه اجتماعی می‌باشد، تئوری مک دونالدیزه شده ریتزر که تلاش دارد با تاکید بر عقلانیت صوری استفاده از غذاهای آماده را تبیین کند، دیدگاه بوردیو مبنی بر اینکه هم جایگاه فرد در طبقه را تعیین‌کننده نوع مصرف می‌داند و هم نوع مصرف را معرف جایگاه فرد می‌داند و معتقد است، ذائقه یا سلیقه مصرف را جهت می‌دهد و با جهت‌گیری مصرف، سبک‌های زندگی متفاوت شکل می‌گیرد، دیدگاه گیدنز که از ارتباط جهت‌گیری جامعه‌شناسی معاصر به سمت پذیرش اهمیت رو به افزایش حوزه مصرف و فعالیت‌های سبک زندگی در شکل دادن به هویت شخصی و جمعی سخن می‌گوید و معتقد است، یک فرد با انتخاب مجموعه کالاها و خدمات در واقع، ابراز می‌دارد که چه کسی است، چه ماهیتی دارد، به چه

چیزی علاقه دارد و جزو کدام گروه از افراد شناخته و دسته‌بندی می‌شود و دیدگاه کاگر هام که بر تفاوت‌های سنی، جنسی و نژادی تأکید می‌کند، درصدد تبیین موضوع مورد مطالعه می‌باشد. همچنین پیشینه تجربی تحقیق نشان داد، مصرف بالای غذاهای آماده در دانشجویان پسر تقریباً دو برابر دانشجویان دختر بوده، وضعیت تغذیه‌ای دانشجویان غیرخوابگاهی مطلوب‌تر از دانشجویان خوابگاهی است. «آموزش و فرهنگ‌سازی نامناسب»، «فقدان دسترسی» و «نوع ذائقه و علاقه شخصی» در میزان استفاده از غذاهای آماده تأثیر دارد. سبک غذایی برحسب وضعیت تاهل، جنسیت و وضعیت طبقه متفاوت بوده و سن، شاخص حجم بدن، سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به طرق مختلف بر سبک غذایی تأثیرگذار است و ارتباط نزدیکی بین میزان استفاده از غذاهای آماده رستورانی با دریافت کالری بالا، چربی اضافی و افزایش وزن وجود دارد. همچنین افزایش تراکم فروشگاه‌هایی که غذاهای آماده عرضه می‌کنند و سادگی دسترسی به این نوع غذاها با میزان مصرف غذاهای آماده ارتباط دارد.

فرضیه‌ها

- ۱) بین سن دانشجویان و گرایش به فست فود رابطه وجود دارد.
- ۲) بین میزان سرمایه (سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی) و گرایش به فست فود رابطه وجود دارد.
- ۳) بین دینداری و گرایش به فست فود رابطه وجود دارد.
- ۴) بین آگاهی‌های تبلیغاتی و گرایش به فست فود رابطه وجود دارد.

روش

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش براساس هدف تحقیق، از نوع کاربردی است. منظور اینکه از این حیث، هدف، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه مورد خاص (گرایش به فست فود) می‌باشد. براساس نحوه گردآوری داده‌ها، روش تحقیق، پیمایشی است: به این معنی که توزیع ویژگی‌های جامعه آماری مدنظر بوده و هدف تبیین وضعیت موجود و شناسایی رابطه بین رویدادها بوده است. به عبارتی در این پژوهش توجه محقق به شناخت و مطالعه میزان تغییرات عوامل، اثر معنی‌داری کنش‌ها و واکنش‌های عوامل معطوف می‌باشد. لذا، این روش برای بررسی میزان تغییرات یک یا چند عامل دیگر به کار می‌رود. از ویژگی‌های عمده این روش می‌توان به مدل‌سازی، ترسیم مدل‌های علی، قابلیت تعمیم‌پذیری یافته‌ها، روابط و شدت رابطه بین متغیرها و جهت همبستگی بین آنها اشاره داشت. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه بسته پاسخ می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه، دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه تبریز به تعداد ۱۱۴۰۱ نفر در سال تحصیلی ۹۰-۹۱ بوده که از این تعداد، ۳۷۲ نفر با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز در این تحقیق از نمونه‌گیری طبق متناسب توام با تصادفی ساده استفاده شده است. لازم به ذکر است که تعداد نمونه اختصاص داده شده به هریک از دانشکده‌ها، متناسب با تعداد آنها می‌باشد. همچنین داده‌های حاصله نیز، با استفاده از نرم افزار Spss (آماده‌سازی داده‌ها، آزمون آماری r پیرسون) و Lisrel (انجام تحلیل مسیر)، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده طبق سطوح اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و از آمار استنباطی (تحلیل واریانس یک‌طرفه، ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

$$n = \frac{NT^2 pq}{Nd^2 + T^2 pq} = \frac{11401 \times 3.84 \times 0.5 \times 0.5}{11401 \times (.0/05)^2 + 3.84 \times 0.5 \times 0.5} = 371$$

سطح اطمینان ۹۹ درصد) = ۲/۵۸T

۰/۵P= (احتمال وجود صفت در جامعه آماری)

۰/۵q= (احتمال عدم وجود صفت در جامعه آماری)

D= ۰/۰۵ (حداکثر مقدار خطای قابل قبول در این تحقیق)

$$N = 11401$$

جدول شماره (۱): مشخصات جامعه و نمونه آماری بر حسب دانشکده و جنسیت

دانشکده	دانشجویان دانشکده‌ها		دانشجویان دختر		دانشجویان پسر	
	نمونه آماری	جامعه آماری	نمونه آماری	جامعه آماری	نمونه آماری	جامعه آماری
ادبیات فارسی و زبان‌های خارجه	۲۵	۷۴۶	۱۷	۵۳۱	۸	۲۱۵
ریاضی	۲۱	۶۳۷	۱۳	۴۰۲	۸	۲۳۵
شیمی	۲۱	۶۶۷	۱۲	۳۷۶	۹	۲۹۱
علوم انسانی و اجتماعی	۶۱	۱۸۴۳	۳۸	۱۱۵۲	۲۳	۶۹۱
علوم تربیتی و روانشناسی	۳۴	۱۰۴۵	۲۳	۶۹۴	۱۱	۳۵۱
علوم طبیعی	۲۶	۸۱۷	۱۸	۵۶۵	۸	۲۵۲
فیزیک	۱۴	۴۴۱	۷	۲۱۵	۷	۲۲۶
کشاورزی	۵۵	۱۶۸۶	۳۲	۹۸۷	۲۳	۶۹۹
مهندسی برق و کامپیوتر	۳۷	۱۱۲۸	۱۴	۴۱۶	۲۳	۷۱۲
مهندسی عمران	۳۱	۹۵۱	۸	۲۵۸	۲۳	۶۹۳
مهندسی مکانیک	۴۷	۱۴۴۰	۱۶	۴۸۰	۳۱	۹۶۰
جمع	۳۷۲	۱۱۴۰۱	۱۹۸	۶۰۷۶	۱۷۴	۵۳۲۵

برای بررسی اعتبار مقیاس‌های تحقیق حاضر از اعتبار محتوایی استفاده شده است. طبق این نوع اعتبار، اجماع نظر متخصصین امر نشان از اعتبار محتوایی گویه‌های موجود در پرسشنامه برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق دارد. نتایج حاصل از دیدگاه‌ها و نظرات تقریباً پنج نفر از صاحب‌نظران این حوزه در خصوص سؤال‌ها و گویه‌های مندرج در پرسشنامه بیان‌کننده وجود اعتبار محتوایی پرسشنامه بود.

گردآوری داده‌های تحقیق حاضر از طریق پرسشنامه انجام شده است. اغلب گویه‌های پرسشنامه به شکل طیف پنج و شش درجه‌ای به صورت بسته پاسخ طراحی شده بود. پایایی متغیرهای تحقیق یعنی سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دینداری، آگهی‌های تبلیغاتی و گرایش به فست فود به وسیله آلفای کرونباخ برآورد شده است. نتایج تحلیل پایایی گویه‌های متغیرها نشان می‌دهد، گویه تخصیص یافته برای اندازه‌گیری متغیرهای مذکور از پایایی بالایی برخوردار هستند. نتایج تحلیل پایایی گویه‌های متغیرها در جدول زیر منعکس شده است.

جدول شماره (۲): نتایج تحلیل پایایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	تعداد گویه	پایایی کل
سرمایه اجتماعی	۲۳	۰/۸۳
سرمایه اقتصادی	۵	۰/۷۹۴
دینداری	۱۵	۰/۹۰
آگهی‌های تبلیغاتی	۷	۰/۸۶
گرایش به فست فود	۲۲	۰/۸۷

یافته‌ها

نتایج به دست آمده از تحلیل توصیفی متغیرهای زمینه‌ای (جدول ۳) نشان‌دهنده این است که اکثریت دانشجویان مطالعه شده از لحاظ وضعیت جنسی، دختر، از حیث محل سکونت غیرخوابگاهی و از حیث وضعیت شغلی مادر، اغلب خانه‌دار بوده و میانگین سنی آنها نیز ۲۱/۲۷ برآورد شده است. بقیه اطلاعات در جدول زیر منعکس شده است.

جدول شماره (۳): معرفی خصوصیات جامعه مورد بررسی

متغیرها	توزیع فراوانی و درصد
جنس	دانشجویان دختر ۱۹۸ نفر (۵۳/۲ درصد) و دانشجویان پسر ۱۷۴ نفر (۴۶/۸ درصد)
سن	جوانترین پاسخگو ۱۹ ساله و بزرگسال ترین پاسخگو ۲۶ ساله بیشترین تکرار ۲۰ ساله و میانگین سنی ۲۱/۲۷
محل سکونت	خوابگاهی ۱۷۰ نفر (۴۵/۷ درصد) و غیرخوابگاهی ۲۰۲ نفر (۵۶/۳ درصد)
نوع شغل مادر	۸۳/۳ درصد خانه دار، ۱۲/۹ درصد کارمند و بقیه نیز به سایر گروه‌ها اختصاص دارد

نتایج حاصل از تحلیل توصیفی متغیرهای سرمایه اقتصادی، دینداری، سرمایه اجتماعی، آگهی‌های تبلیغاتی و میزان گرایش به فست‌فود نشان می‌دهد که مقدار میانگین به دست آمده برای متغیرهای سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی دانشجویان بالاتر از مقدار میانگین مطلوب می‌باشد. همچنین براساس یافته‌های جدول دانشجویان مورد مطالعه به لحاظ دینداری در وضعیت بهتری قرار دارند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که میزان مصرف فست‌فود در میان دانشجویان مورد مطالعه بالاتر از حد مورد انتظار بوده و قابل توجه می‌باشد.

جدول شماره (۴): آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

آماره‌ها	سن	دینداری	سرمایه اقتصادی	سرمایه اجتماعی	آگهی‌های تبلیغاتی	فست فود
تعداد نمونه	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲
میانگین	۲۱/۲۷	۶۶/۲۹	۱۷/۴۹	۸۶/۷۰	۱۵/۵۷	۶۷/۶۱
انحراف معیار	۱/۶	۱/۴۶	۶/۱۲	۱۴/۶۲	۶/۲۰	۱/۶۳
واریانس	۲/۵۸	۲۱۲/۹۷	۳۷/۴۷	۲۱۳/۸۱	۳۸/۴۸	۳/۲۶۴
حداقل	۱۹	۱۵	۵	۲۳	۷	۲۳
حداکثر	۲۶	۹۰	۳۰	۱۳۸	۳۵	۱۱۲
دامنه تغییرات	۷	۷۵	۲۵	۱۱۵	۲۸	۸۹

نتایج تحلیل همبستگی بین متغیر فست فود و متغیرهای سن، سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، دینداری و آگهی‌های تبلیغاتی در جدول شماره ۵ منعکس شده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که بین سرمایه اقتصادی و گرایش دانشجویان به فست فودها همبستگی معنادار و مثبتی وجود دارد. به بیان دیگر، دانشجویانی که از سرمایه اقتصادی بالایی برخوردار هستند، میزان استفاده از فست فود در میان آنها بیشتر است. همین شرایط برای آگهی‌های تبلیغاتی نیز حاکم است. یعنی کسانی که بیشتر در معرض آگهی‌های تبلیغاتی درباره فست فودها قرار دارند، به همان میزان از فست فودها بیشتر استفاده می‌کنند. هرچند همبستگی به دست آمده ضعیف می‌باشد. براساس یافته‌های جدول، متغیرهای سرمایه اجتماعی و دینداری همبستگی معنادار و معکوسی با گرایش دانشجویان به فست فود دارند. بدین معنا دانشجویانی که از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردار می‌باشند، از غذاهای فست فود به میزان کمتری استفاده می‌کنند. همچنین اطلاعات جدول نشان داد، دانشجویانی که میزان دینداری آنها قوی‌تر می‌باشد، کمتر از این

نوع غذاها استفاده می‌کنند. یعنی به هر میزان که دینداری دانشجویان بیشتر باشد، میزان استفاده آنها از غذاهای فست فود کاهش می‌یابد. یافته‌های تحقیق نشان داد، ارتباطی بین سن و میزان استفاده از فست فود وجود ندارد. در میان متغیرهای تحقیق، سرمایه اقتصادی و آگهی‌های تبلیغاتی تأثیر افزایشی و سرمایه اجتماعی و میزان دینداری تأثیر کاهشی بر میزان گرایش دانشجویان به فست فودها دارند.

جدول شماره (۵): نتایج تحلیل همبستگی متغیرهای تحقیق

سن	آگهی‌های تبلیغاتی	دینداری	سرمایه اجتماعی	سرمایه اقتصادی	ضریب همبستگی	فست فود
-۰/۰۰۲	۰/۲۳	-۰/۲۱	-۰/۱۲	۰/۲۳	سطح معناداری	
۰/۹۷۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۲۶	۰/۰۰۰	تعداد	
۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲	۳۷۲		

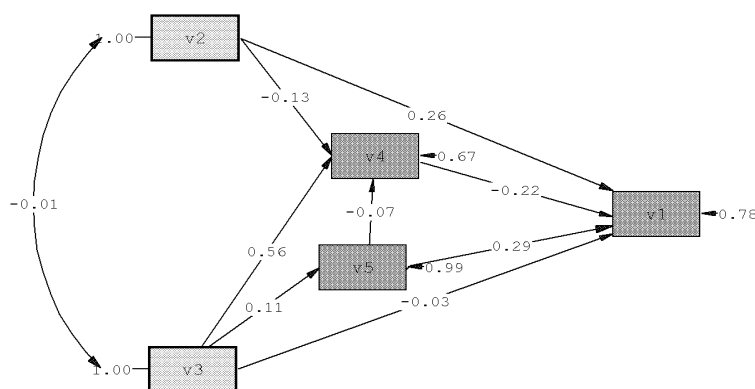
برازش مدل مسیر و معادلات ساختاری گرایش دانشجویان به مصرف غذاهای فست فود

در نهایت پس از تحلیل همبستگی متغیرها مقدمات لازم جهت آزمون مدل معادلات ساختاری نظری گرایش دانشجویان به فست فودها فراهم شد. مدل ساختاری برازش شده توسط داده‌های تحقیق در سطح مناسبی از نظریه‌ها و تحقیقات انجام شده حمایت کرده و مدل مناسبی برای گرایش دانشجویان به فست فودها محسوب می‌شود (جدول شماره ۶)؛ زیرا، اولاً، کای اسکوایر مدل معنادار نبوده و مقدار RMSEA نیز نزدیک صفر است. ثانیاً، AIC و CAIC مدل نسبت به مدل‌های مستقل و اشباع مقادیر کمتری دارند. ثالثاً، شاخص‌های برازش نسبی و برازش مطلق در سطح مناسب و قابل قبولی هستند. بنابراین می‌توان گفت که مدل

معادلات ساختاری برازش شده مدل مناسبی برای تبیین تغییرات گرایش دانشجویان به فست‌فودها محسوب می‌شود. در مجموع مدل نهایی و اصلاح شده، ۲۲ درصد از تغییرات گرایش دانشجویان به فست‌فودها را، متغیرهایی که در مدل اثر معناداری دارند تبیین می‌کنند و این مقدار تبیین نیز در سطح مناسب بوده و به لحاظ آماری معنادار می‌باشد.

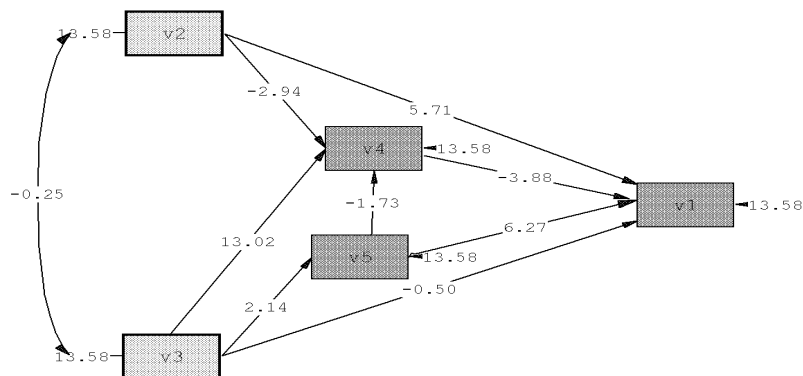
جدول شماره (۶): شاخص‌های برازش نیکویی مدل نهایی و اصلاح شده معادلات ساختاری گرایش دانشجویان به فست‌فود

شاخص‌های کلی		شاخص برازش نسبی		شاخص برازش مطلق		شاخص معیار اطلاعات	
ضریب تبیین	۰/۲۲	NFI	۱/۰	GFI	۱/۰	AIC مدل	۲۹/۰۱
R ²	۱۳/۵۸	NNFI	۱/۰	AGFI	۰/۹۸	AIC مدل مستقل	۲۶۰/۴۱
مقدار T	۱/۰۱	PNFI	۰/۱۰۰	PGFI	۰/۰۶۷	AIC مدل اشباع	۳۰/۰۰
کای اسکویر	۱	RFI	۰/۹۶			CAIC مدل	۹۷/۸۸
درجه آزادی			۰/۰۰۶			CAIC مدل مستقل	۲۸۵/۰۰
سطح معناداری RMSEA			۰/۳۱۴۵۴			CAIC مدل اشباع	۱۰۳/۷۸



Chi-Square=1.01, df=1, P-value=0.31454, RMSEA=0.006

مدل شماره (۱): مدل نهایی و اصلاح شده معادلات ساختاری گرایش دانشجویان به فست‌فود با ضرایب بتا



Chi-Square=1.01, df=1, P-value=0.31454, RMSEA=0.006

مدل شماره (۲): مدل نهایی معادلات ساختاری گرایش دانشجویان به فست فود با مقادیر T
 =V1= فست فود، V2= سرمایه اقتصادی، V3= سرمایه اجتماعی، V4= دینداری، V5= آگهی‌های تبلیغاتی

در مدل نهایی و اصلاح شده گرایش دانشجویان به فست فودها متغیرهای سرمایه اقتصادی و آگهی‌های تبلیغاتی اثر معنادار مستقیم و مثبت و متغیر دینداری نیز اثر مستقیم و منفی بر گرایش دانشجویان به فست فودها دارند، اما، در مدل مسیر سرمایه اجتماعی اثر مستقیم اش معنادار نیست. بررسی اثرات مستقیم متغیرهای مدل نشان می‌دهد که، به غیر از سرمایه اجتماعی که اثر غیرمستقیم‌اش بیشتر از اثر مستقیم‌اش بوده است، بقیه متغیرها اثر غیرمستقیم قابل توجهی بر گرایش دانشجویان به فست فودها ندارند.

در میان متغیرهای مدل آگهی‌های تبلیغاتی بیشترین اثر مستقیم داشته و کمترین اثر مستقیم نیز به متغیر سرمایه اجتماعی تعلق دارد. با توجه به اثرات کل متغیرهای مدل در مجموع می‌توان گفت که مهمترین متغیرهای تأثیرگذار بر گرایش دانشجویان به فست فودها به ترتیب آگهی‌های تبلیغاتی و سرمایه اقتصادی محسوب می‌شود. لازم به ذکر است که متغیرهای دینداری و سرمایه اجتماعی نیز

در گرایش دانشجویان به فست‌فودها نقش به‌سزایی دارند و نباید از نقش آنها غافل شد.

جدول شماره (۷): اثرات متغیرهای مدل معادلات ساختاری بر گرایش دانشجویان به فست‌فودها

متغیرها	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	اثرات کل	ضریب تبیین	مقدار T
سرمایه اقتصادی	۰/۲۶	۰/۰۳	۰/۲۹	۰/۲۲	۱۳/۵۸
سرمایه اجتماعی	-۰/۰۳	-۰/۰۹	-۰/۱۲		
دینداری	-۰/۲۲	۰	-۰/۲۲		
آگهی‌های تبلیغاتی	۰/۲۹	۰/۰۲	۰/۳۱		

نتیجه

در سال‌های اخیر مصرف غذاهای آماده به‌طور چشمگیری در بین نوجوانان و جوانان افزایش یافته است به طوری که بیشتر نوجوانان و جوانان کشورمان به طور روزانه غذاهای آماده مصرف می‌کنند. مصرف غذاهای آماده با اضافه وزن، رژیم غذایی کم ارزش، چاقی و ... در ارتباط می‌باشد. بر همین اساس، هدف اصلی مقاله حاضر مطالعه گرایش دانشجویان به فست فودها و عوامل مؤثر بر آن است.

پس از گردآوری داده‌ها نتایج نشان داد که دینداری از جمله عواملی است که نقش تعیین کننده در کاهش گرایش دانشجویان به فست فودها داشته است. یافته تحقیق حاضر با نظریه کاکرهام مطابقت دارد. به عبارت دیگر کاکرهام بر نقش عواملی چون اشتراک و نظرات دسته جمعی، شرایط زندگی، اختیارات زندگی و ... تأکید دارد. در رابطه با شرایط زندگی با روش‌های سالم زیستن، این رابطه دارای اهمیت است. مذهب و ایدئولوژی مثال‌هایی هستند برای نظرات دسته جمعی، که دخالت و ارتباط با اسلوب‌های سالم زیستن دارند. از عملکردهای یک انسان و یا یک گروه مذهبی که در انتخاب نوع غذا تأثیر می‌گذارند و آنان را از مصرف سیگار و الکل منع می‌کند و به ورزش و رعایت بهداشت ترغیب می‌کند، معلوم می‌شود که به اسلوب‌های مناسب سالم زیستن دست یافته اند، در تحقیق حاضر این فرضیه مورد تأیید قرار گرفته است، بدان معنا که می‌توان گفت، با توجه به اینکه همبستگی بدست آمده معکوس می‌باشد و با توجه به اینکه دینداران خود را مقید به استفاده از غذاهای سالم و خاصی می‌دانند، بنابراین کمتر تمایل دارند که از غذاهای فست فود استفاده کنند.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر گرایش دانشجویان به فست فودها سرمایه اقتصادی و اجتماعی تلقی می‌شود. سرمایه اقتصادی نقش تقویت کننده گرایش

دانشجویان به فست‌فودها را ایفا می‌نمایند و سرمایه اجتماعی نقش کاهنده و کاهشی دارد. برطبق نظر بوردیو سرمایه اجتماعی در حفظ سبک زندگی سالم یکی از مهمترین مولفه‌ها تلقی می‌شود. در تحقیق حاضر نیز سرمایه اجتماعی با گرایش دانشجویان به فست‌فودها همبستگی معکوسی داشته است. به عبارت دیگر دانشجویانی که سرمایه اجتماعی بالاتری داشتند کمتر به طرف فست‌فودها کشیده می‌شوند و دانشجویان با سرمایه اجتماعی پایین گرایش بیشتری به چنین غذاها دارند. در مقابل سرمایه اقتصادی موجب افزایش گرایش دانشجویان به فست‌فودها می‌شود. این یافته با نظر بوردیو نیز مطابقت دارد. وی بر این باور است که سرمایه اقتصادی، شامل عوامل مؤثر در تولید مثل زمین و مجموعه کالای اقتصادی، درآمد و کالای مادی است، می‌توان بیان داشت، سرمایه اقتصادی که شاخص آن، درآمد و دارایی افراد می‌باشد نقش کلیدی در دانش غذایی افراد می‌تواند داشته باشد. بدین معنا کسانی که از سرمایه اقتصادی بالایی برخوردار می‌باشند، احتمال اینکه به سوی غذاهای فست‌فود گرایش پیدا نکنند، در میان آنها زیاد است. لازم است چنین خانواده‌هایی مراقبت‌های ویژه‌ای از فرزندان خود داشته باشند. زیرا که احتمال دارد جوانان به خاطر شرایط سنی خاص خودشان در صورت داشتن منابع مادی لازم به طرف این نوع از غذاها گرایش پیدا کنند. همچنین آگهی‌های تبلیغاتی نیز همانند سرمایه اقتصادی بر گرایش دانشجویان به فست‌فودها تأثیر مثبت و مستقیمی دارد. به عبارت دیگر، آگهی‌های تبلیغاتی یکی از منابع اصلی گرایش دانشجویان به چنین غذاهایی تلقی می‌شود.

در مجموع می‌توان گفت که گرایش دانشجویان به فست‌فودها بالاتر از حد متوسط بوده و عواملی نظیر دینداری و سرمایه اجتماعی نقش کاهنده و آگهی‌های تبلیغاتی و سرمایه اقتصادی نقش افزایشی در گرایش دانشجویان به فست‌فودها

دارند. پس لازم است که یکی از عواملی که سلامت جوانان و جامعه را تهدید می‌کند و اثراتی نظیر، چاقی، دیابت، سرطان و... را به دنبال دارد راهکارهایی علمی اندیشیده شود. افزایش گرایش به فست‌فودها به‌عنوان زنگ خطری برای خانواده‌ها تلقی می‌شود که می‌توان با آگاه کردن فرزندان‌شان از مضرات چنین غذاهایی از ابتلاء آنها به مشکلات یاد شده جلوگیری نمود. هرچند در این مورد مسئولیت اصلی برعهده مسئولین اجتماعی می‌باشد که با نظارت دقیق بر این نوع غذاها از بروز بسیاری از هزینه‌های اجتماعی پیشگیری نمایند. زیرا که فست‌فودها امروزه چنان رشد یافته‌اند که دیگر امکان حذف کامل آنها از جامعه وجود ندارد. و تقریباً در همه جا قابلیت دسترسی دارند. چنانچه خانواده‌ها بتوانند سرمایه اجتماعی فرزندان خود را بالا ببرند و یا اینکه میزان دینداری فرزندان خود را تقویت کنند، راحت‌تر خواهند توانست از تبعات ناشی از مصرف این نوع از غذاها در امان باشند. علاوه بر آن جراید، روزنامه‌ها، تلویزیون همچنان که تبلیغات زیادی در خصوص گروه غذایی فست‌فودها انجام می‌دهند، برنامه‌ها و مطالبی را نیز در خصوص مضرات فست‌فودها تنظیم نمایند تا مردم به‌ویژه دانشجویان آگاه باشند که چه می‌خورند. این امر ممکن نیست مگر با همکاری پزشکان و متخصصین امر تغذیه و همکاری آنها با رسانه‌های گروهی.

پی‌نوشت‌ها

1. French

فهرست منابع

- بختیاری، محمود، احرام پوش، الهام، راست منش، رضا، دل پیشه، علی، زائری، فرید و همایون فر، رضا. (۱۳۸۹). ارتباط مصرف غذاهای آماده با سطح اضطراب در دانشجویان دانشگا‌های علوم پزشکی شهر تهران، مجله اصول بهداشت روانی، سال ۱۳، صص ۲۱۲ - ۲۲۱.
- برزویی اعظم، آزادبخت لیلا. (۱۳۸۹). توصیف عادات غذایی دختران جوان اصفهانی: وضعیت دریافت چای، غذاهای آماده، عادات غذایی، جوانان، غذاهای آماده، اسید چرب چربی‌ها، تحقیقات نظام سلامت، دوره ۶، شماره ۲.
- پی‌یر بوردیو. (۱۳۹۰). تمایز، نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر مرکز.
- تقوی نژاد، منیره. (۱۳۹۱). فست فودها تهدیدی برای سلامت جامعه، روزنامه رسالت، شماره ۷۵۱۹.
- دادخواه پیرآغاچ، منیره، امیدوار، نسربین و محرابی، یدا... (۱۳۸۵). مقایسه الگوی مصرف چربی دختران نوجوان دبیرستانی با والدینشان در منطقه ۶ آموزش و پرورش تهران، فصلنامه علوم تغذیه و صنایع غذایی ایران سال اول، شماره ۳، صص ۲۵ - ۳۲.
- رستمی، کیهان (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی سلامت، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه تبریز.
- رمضانی‌تهرانی، فهیمه، فرهمند، مریم، امیری، پریسا، پیکری، نیلوفر، عزیزی، فریدون. (۱۳۹۰). موانع تغذیه سالم از زاویه نگاه زنان: پژوهشی کیفی در شرکت کنندگان مطالعه قند و لیپید تهران، مجله غدد درون ریز و متابولیسم ایران، شماره ۵۵.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۸). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات گلرنگ یکتا، چاپ چهاردهم.
- زنجانی زاده، هما. (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی بوردیو، مجله‌ی علوم اجتماعی دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال اول، صص ۳۶ و ۳۷.
- صادقی، فرزانه. (۱۳۹۱). سلامتی را با غذاهای آماده به خطر نیندازیم، روزنامه کیهان، شماره ۵۳.
- طریقت اسفنجانی، علی، مهدوی، رضا، قائم مقامی، جمال و صفائیان، عبدالرسول. (۱۳۷۸). مقایسه وضعیت تغذیه‌ی دانشجویان دختر خوابگاهی و غیر خوابگاهی در دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، مجله دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، شماره ۹.

- علیزاده اقدم، محمدباقر. (۱۳۸۹)، تحلیل جامعه شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دوازدهم، شماره ۴۴.
- فیلد، جان. (۱۳۸۶)، سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران: انتشارات کویر.
- قاسمی، وحید، ربانی، رسول، خوارسنگانی، علی، علیزاده اقدم، محمد باقر. (۱۳۸۸)؛ تعیین کننده‌های ساختاری و سرمایه ای سبک زندگی سلامت محور، مسائل اجتماعی ایران، سال ۱۶، شماره ۶۳.
- کیوان آرا، محمود. (۱۳۸۶)، اصول و مبانی جامعه شناسی پزشکی، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه اصفهان.
- نمکین، کوکب، شریف زاده، غلامرضا، مجنوبی، حسن، فیروزی، فرزاد، لطیفی، مجید رضا. (۱۳۹۰)، شیوع سوء تغذیه در دانش آموزان مناطق محروم استان خراسان جنوبی، فصلنامه دانش و تندرستی، دوره ششم، شماره دوم
- French SA, Harnack L, Jeffery RW(2000), Fast food restaurant use among women in the Pound of Prevention study: dietary, behavioral and demographic correlates, *Int J Obes Relat Metab Disord*. 24(10):1353-9.
- French SA, Story M, Neumark-Sztainer D, Fulkerson JA and Hannan P(2001), Fast food restaurant use among adolescents: associations with nutrient intake, food choices and behavioral and psychosocial variables, *International Journal of Obesity*, 25, 1823–1833.
- Li F, Harmer P, Cardinal BJ, Bosworth M, Johnson-Shelton D(2009), Obesity and the built environment: does the density of neighborhood fast-food outlets matter? *Am J Health Promot*. 23(3):203-9. Doi: 10.4278/ajhp.071214133.
- Mark D. Jekanowski, James K. Binkley and James S. Eales(2001), convenience, accessibility, and the demand for fast food, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, vol. 26, issue 01.
- Paeratakul S, Ferdinand DP, Champagne CM, Ryan DH, Bray GA(2003),Fast-food consumption among US adults and children: dietary and nutrient intake profile, *Journal of THE AMERICAN DIETETIC ASSOCIATION*, Volume 103 Number 10.
- Pereira MA, Kartashov AI, Ebbeling CB, Van Horn L, Slattery ML, Jacobs DR Jr, Ludwig DS(2005), Fast-food habits, weight gain, and insulin resistance (the CARDIA study): 15-year prospective analysis, *Lancet*. 1-7;365(9453):36-42.

یادداشت شناسه مؤلفان

کمال کوهی: استادیار موسسه تحقیقات اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

نشانی الکترونیک: K.Koohi@tabrizu.ac.ir

مرتضی مبارک بخشایش: مربی موسسه تحقیقات اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

رباب عبدی چایکندی: دانش آموخته کارشناسی پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۴/۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۶/۵