

## بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل

علی جعفری<sup>۱</sup>، بهروز زرپوش<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل است. از لحاظ هدف، تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات پیمایشی است. در این پژوهش از نظریه‌ی سبک زندگی پیر بردیو و نظریه‌ی پست‌مدرنیستی کارکرد شبکه‌های اجتماعی به عنوان چارچوب نظری منتخب استفاده شده و جامعه آماری این تحقیق کلیه‌ی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل است که طبق آخرین سرشماری تعداد آنها بیش از ۱۱۵۰۰۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد گردید و نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته و برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. طبق نتایج توصیفی به دست آمده از تحقیق، به طور میانگین نیمی از نمونه‌آمار، حداقل روزی یک ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند برای شبکه تلگرام و اولویت بیشتری قائل هستند. نتایج آمار استنباطی نشان داد که شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان شهر اردبیل تأثیر مثبت معناداری دارد و ۰/۲۵۵ از تغییرات مربوط به اصلاح الگوی مصرف تغذیه شهروندان را پیش‌بینی می‌کند.

<sup>۱</sup>-استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران(نویسنده مسئول).

Jafari.communication@gmail.com

<sup>۲</sup>-کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

b.zarpoosh@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۸

تاریخ وصول: ۹۷/۱۱/۱۵

همچنین شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی و ایمنی غذا تأثیر مثبت معنادار و بر بُعد مصرف فست فودها تأثیر منفی معناداری داشتند. **واژه‌های کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی، الگوی مصرف، سبک زندگی، شهروندان اردبیل.

### مقدمه

افزایش شهرنشینی و صنعتی شدن در اغلب کشورها همراه با تغییرات رفتاری و تغذیه‌ای به سمت تغذیه با میزان بالای چربی و انرژی در کنار کم‌تحرکی، باعث افزایش شیوع چاقی در جوامع شده است. در دو دهه‌ی اخیر به طور مشخص اضافه وزن و چاقی در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. بین چاقی، افزایش ناتوانی و مرگ، ارتباط نزدیکی وجود دارد. ایران همچون بسیاری از کشورهای در حال توسعه، شاهد تجربه اپیدمی جهانی چاقی و عوارض ناشی از آن است (دریایی، ۱۳۹۴: ۳۹).

براساس نقشه‌ی جهانی امنیت غذایی، کشورها در طیف بسیار پرخطر، با خطر متوسط و کم خطر قرار گرفتند. بر مبنای این تقسیم‌بندی ایران در وضعیت پرخطر قرار دارد. عرضه‌ی غذا در کشور از نظر کمی جوابگوی نیازهای مصرف است ولی ترکیب سفره‌ی آنان تناسبی با نیازهای سلولی نداشته و اعضای خانوار فقط از طریق پرخوری توانستند نیازهای بدن خود را به ریزمغذی‌ها تأمین کنند. بر همین اساس، خانوارهای اردبیلی از الگوی تغذیه‌ی معقولی برخوردار نیستند. آنها بیشتر شکم خود را سیر می‌کنند و از مصرف عناصر ریزمغذی و مواد غذایی اساسی غافل هستند. شیر و لبنیات، تخم مرغ و سبزی و میوه به ترتیب ۲۵ درصد، ۲۰ درصد و ۲۵ درصد کمتر از مقادیر توصیه شده در سبد غذایی مطلوب پیشنهادی است. به طور کلی شهروندان اردبیلی ۲۰ درصد آهن مورد نیاز و ۳۵ درصد از کلسیم مورد نیاز خود را از رژیم غذایی دریافت نمی‌کنند. بررسی الگوی تغذیه‌ی مواد غذایی در شهر اردبیل نشان دهنده‌ی نامتعادل بودن رژیم غذایی و عدم تنوع کافی آن است. همچنین مصرف قند و شکر که صرفاً ماده‌ای انرژی‌زاست بالا بوده و در حال افزایش یافتن است. اردبیلی‌ها روزانه ۱۵ گرم نمک

مصرف می‌کنند در حالی که میانگین جهانی باید ۶ گرم باشد. مصرف شیر و فرآورده‌های آن بسیار کمتر از مقادیر متعارف توصیه شده برای گروه‌های سنی مختلف است و سهم انواع گوشت از کل انرژی با وجود افزایش مصرف سرانه، از متوسط جهان و حتی کشورهای در حال توسعه کمتر است (عبدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۳).

ظهور و گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی بویژه کامپیوتر، اینترنت و ماهواره، گسترش راه‌های ارتباطی و رشد شهرنشینی پدیده‌های اخیر هستند که به نظر می‌رسد به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده است (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴). تحت تأثیر زندگی شهری و گسترش فناوری‌های نوین، تغییراتی در سبک زندگی و الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان ایجاد شده است.

با توجه به آمارها و کمبودهای موجود، اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان اردبیلی ضروری به نظر می‌رسد و باید از همه‌ی راه‌ها و پتانسیل‌های موجود برای بهبود این الگوی مصرف سود جست. بسیاری از کشورهای موفق در زمینه‌ی اصلاح الگوی مصرف، توانسته‌اند با بهره‌گیری از عوامل فرهنگی و اجتماعی از عهده‌ی این مهم برآیند. از جمله ابزارهایی که در دنیای کنونی می‌تواند موجب ارتقای فرهنگی در جوامع گردد، رسانه‌های فراگیر هستند. شبکه‌های اجتماعی با توجه به فراگیری‌ای که در دنیای امروزه دارند یکی از راه‌ها و ابزارهای مؤثر در این زمینه هستند. نظر به ارتباطات وسیعی که شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی در جامعه ایجاد می‌کنند؛ توانایی بالقوه‌ی زیادی در رابطه با اصلاح مؤلفه‌های مضر و پرخطر سبک‌های زندگی مدرن دارند. از جمله‌ی این مؤلفه‌های مهم می‌توان به الگوی مصرف تغذیه اشاره کرد.

با توجه به وضعیت پرخطر مصرف تغذیه‌ای شهروندان اردبیلی و با در نظر گرفتن فرصت‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در این زمینه فراهم می‌کنند، به نظر می‌رسد که این شبکه‌ها قادر باشند به عنوان یکی از عوامل اصلی در راستای اصلاح الگوی مصرف تغذیه در جامعه هدف ما قلمداد شوند. سؤال اصلی مقاله‌ی حاضر این است که

شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری در الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل دارند؟

### پیشینه‌ی تحقیق

آقایاری هیر و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «مطالعه‌ی ارتباط تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای با الگوی مصرف غذای غیرخانگی» که با روش پیمایشی و در میان شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز انجام شد، به این نتیجه رسیدند که تمایزطلبی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و جنس، رابطه‌ی معناداری با میزان مصرف غذاهای غیر خانگی داشته و تنها پایگاه اقتصادی- اجتماعی رابطه‌ی منفی، معنادار و ضعیفی با نگرش به سلامت غذای‌های غیرخانگی نشان داده است.

فتحی و جعفری (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان «رابطه‌ی مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)» به روش پیمایشی انجام داده‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی رابطه وجود دارد. همچنین بین میزان مصرف رسانه‌های دیجیتال با مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی و دینداری همبستگی مستقیمی وجود دارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نیز نشان داد که بین نوع رسانه و سبک زندگی رابطه‌ی معناداری وجود دارد، به‌گونه‌ای که تغییرات سبک زندگی در دانشجویانی که غالباً از ماهواره استفاده می‌کنند بیشتر و در بین دانشجویانی که غالباً از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر است. به عبارت دیگر مصرف ماهواره بیشترین تغییر را در سبک زندگی دانشجویان ایجاد کرده است.

گلابی و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان «نقش رسانه در رفتارهای تغذیه‌ای و زمینه‌ی اجتماعی مرتبط با آن (مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز)» با روش پیمایشی انجام داده‌اند، نتایج تحقیق نشان می‌دهد محاسبه‌ی ضریب همبستگی پیرسون بین متغیر میزان تماشای تبلیغات رسانه و رفتار تغذیه‌ای در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار و معکوس است. همچنین میزان ضریب همبستگی محاسبه شده بین متغیر میزان اعتماد به تبلیغات رسانه و رفتار تغذیه‌ای در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار و

معکوس است. در مقابل میزان همبستگی محاسبه شده بین متغیر میزان تماشای برنامه‌های مختلف رسانه و رفتار تغذیه‌ای غیرمعنادار است. در بررسی میزان تفاوت رفتار تغذیه‌ای پاسخگویان از لحاظ متغیرهای زمینه‌ای (سن، وضعیت اشتغال، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل و طبقه اقتصادی) می‌توان گفت رفتار تغذیه‌ای پاسخگویان از لحاظ متغیرهای مذکور متفاوت و معنادار است.

باقری و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان «بررسی اثر عامل جهانی شدن بر دگرگونی الگوی تغذیه» با روش پیمایشی در میان دانش‌آموزان مقطع متوسطی شهر بوشهر انجام داده‌اند. آنان به این نتیجه رسیدند که جهانی شدن بر تغییر الگوی تغذیه‌دانش‌آموزان مؤثر بوده و اغلب مؤلفه‌های جهانی شدن از قبیل میزان استفاده از اینترنت، تبلیغات رسانه‌ای، مدگرایی، گروه همسالان با تغییر الگوی تغذیه رابطه‌ی معناداری دارد.

جمشیدی حسن آبادی و رضایی (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در اصلاح الگوی مصرف انرژی» انجام داده‌اند. تحقیق آنان با استفاده از روش پیمایشی در بین دانشجویان دانشکده‌ی مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی انجام شده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که اکثر پاسخگویان، شعارهای مدیریت مصرف انرژی مانند: توجه به برچسب انرژی، عدم استفاده از لوازم پر مصرف در ساعات اوج مصرف، استفاده از شیشه‌های دوجداره و غیره را، از وسایل ارتباط جمعی اعم از رادیو، تلویزیون و در حال حاضر نیز نوع دیگری از اطلاع‌رسانی یعنی شبکه‌های اجتماعی، دیده یا شنیده‌اند. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی و تلویزیون در میان رسانه‌های دیگر، بیشتر به شعارهای مدیریت مصرف انرژی، پرداخته‌اند.

یانگ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان «شیوه‌های تغذیه‌ی والدین و فرزندان در یک کشور در حال توسعه: یافته‌های تحقیق رژیم خانواده» به این نتیجه رسیدند که اندازه‌ی خانواده، درآمد خانواده و وضعیت وزن کودک به طور قابل توجهی شیوه‌های تغذیه‌ی والدین و فرزندان را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

ویلز و همکاران (۲۰۱۱) تحقیقی با عنوان «زمینه‌یابی تمایزات طبقه‌ی اجتماعی با استفاده از تجارب غذایی و مصرف غذای خانواده» با استفاده از روش کیفی به رشته تحریر در آورده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که بین تغذیه‌ی نوجوانان طبقه‌ی متوسط با طبقه‌ی کارگر تفاوت وجود دارد و جوانان طبقه‌ی متوسط خود را با استفاده از غذا، از نوجوانان طبقه‌ی پایین‌تر متمایز می‌کنند.

در برخی از تحقیقات ارائه شده در بخش پیشینه، به بررسی تأثیر استفاده و مصرف رسانه بر سبک زندگی افراد و یا زیرمجموعه‌های سبک زندگی پرداخته شده است. چنانچه فتحی و جعفری (۱۳۹۶) رابطه‌ی مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی دانشجویان، گلابی و همکاران (۱۳۹۵) نقش رسانه در رفتارهای تغذیه‌ای و زمینه‌ی اجتماعی مرتبط با آن و جمشیدی حسن آبادی و رضایی (۱۳۹۵) نقش شبکه‌های اجتماعی در اصلاح الگوی مصرف انرژی را بررسی کرده بودند که به صورت کلی شبیه هدف اصلی این تحقیق بودند. تفاوت تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین در این است که تحقیق حاضر نقش شبکه‌های اجتماعی و به طور خاص سه شبکه‌ی اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک را بر مصرف تغذیه بررسی می‌نماید و از طرفی تاکنون تحقیقی در مورد مؤلفه‌های مصرف تغذیه‌ای (طب سنتی، فست فود و ایمنی غذا) انجام نگرفته است.

### چارچوب نظری تحقیق

در سال‌های اخیر شاهد پدیده‌ای با عنوان «انتقال تغذیه» یا به عبارتی «گذار تغذیه» در بین جوامع مختلف بوده‌ایم. این پدیده که به عنوان پدیده‌ای جهانی به صورت بسیار گسترده مورد مطالعه قرار گرفته، عبارت است از تغییر رژیم غذایی سنتی سرشار از فیبر و توأم با مصرف دانه‌ها، میوه‌ها و سبزیجات به نوعی رژیم غذایی توأم با مصرف بالای چربی، شکر، نمک و سایر غذاهای فرآوری شده. باید گفت که در الگوی تغذیه‌ی سنتی، افراد برای رفع گرسنگی به مصرف غذاها روی می‌آوردند ولی در الگوی تغذیه جدید، انتخاب نوع غذای افراد تحت تأثیر رسانه‌ها و عوامل فرهنگی مختلف مانند مد است.

تغییرات مهمی که در گذار اقتصادی و جمعیتی اتفاق می‌افتد اثر بسیار مهمی در گذار تغذیه دارد. شهرنشینی، افزایش درآمد همراه با تغییر در عوامل فرهنگی و رسانه‌ها، نقش مهمی در گذار تغذیه به شکل جدید دارند. الگوی تغذیه‌ی جدید خود پیامدهای نامطلوبی مانند ابتلا به بیماری‌های مختلف (سکته، فشارخون، سرطان و...) را در افراد به همراه داشته است. این نوع الگوی تغذیه بخصوص در کشورهای درحال توسعه که با افزایش شهرنشینی مواجهند و در تلاش برای طی راه پیشرفت با تکیه بر الگوهای بیگانه غربی هستند، بسیار نمایان است (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۲۳).

از سوی دیگر، الگوی تغذیه در کل خاورمیانه و از جمله در ایران به سرعت در حال تغییر است. از نظر بیماری‌های مزمن مرتبط با تغذیه، تحلیل وضعیت تغذیه‌ی جامعه‌ی ایران حاکی از آن است که در حال حاضر علاوه بر سوء تغذیه و فقر غذایی، دوران گذار تغذیه‌ای نیز به سرعت در حال طی شدن است. نشانه‌های هشداردهنده‌ی گسترش بیماری‌های متابولیک در پی گسترش شهرنشینی و تغییر شیوه‌ی زندگی، بویژه در شهرهای بزرگ دیده می‌شوند. بررسی ملی سلامت و بیماری در سال ۱۳۷۸ نشان می‌دهد که در حدود ۳۰ درصد مردان ۱۵ تا ۶۹ سال کشور و در حدود ۴۵ درصد زنان همین گروه سنی دچار اضافه وزن و چاقی هستند. بیماری‌های قلبی-عروقی یکی از علل عمده‌ی مرگ و میر در ایران است به طوری که بالاترین علل مرگ و میر در سال ۱۳۸۰، مربوط به بیماری‌های قلبی - عروقی (۳۷/۵ درصد) بوده است.

تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی رفتار و اعتقادات مردم بسیار بالاست و بسیاری از مردم تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی، رفتارهای خود را در زمینه‌ی خرید و مصرف مواد غذایی تغییر می‌دهند و شاید نتوانند خطرات واقعی‌تری را که در رسانه‌ها مطرح نشده‌اند در کنار خود احساس کنند؛ بسیاری از مردم (اگر نگوییم همه) ظاهراً پیش‌داوری‌ها را جذب می‌کنند و بر اساس عادات غذایی که از طریق شبکه‌های مجازی ترویج می‌شود و در اغلب موارد عادت غذایی ناسالم است، تغذیه می‌کنند.

به گفته‌ی پاکارد عادات ما، تصمیمات ما برای خرید و رفتار مصرف‌کنندگان، هر روزه در سطح ناخودآگاه تغییر پیدا می‌کند. وی بر این باور است که تبلیغات، تکنیک‌های دستکاری کننده و تأثیری پنهان بر مصرف‌کنندگان دارند؛ بنابراین وی مدعی است که تبلیغات تجاری، از طریق تأثیرگذاری بر سطح نیمه‌هشیار مصرف‌کنندگان، سبب خلق تقاضا در آن‌ها می‌شود.

رژیم غذایی و نحوه تغذیه نقش بسیار مهمی در زندگی و سلامتی انسان از بدو تولد تا زمان مرگ دارد. انسان با انتخاب غذا می‌تواند سلامتی خود را در معرض خطر قرار دهد یا موجب ارتقای آن گردد. توجه به الگوهای غذایی که پیچیدگی‌های دریافت‌های غذایی را در بر می‌گیرد، تصویر مناسبی از رژیم غذایی و عادات تغذیه‌ای افراد جامعه را به ما می‌دهد و به ما کمک می‌کند تا افراد در معرض خطر بیماری‌های مزمن وابسته به تغذیه را شناسایی کنیم و برای آن‌ها توصیه‌های تغذیه‌ای داشته باشیم زیرا مردم در انتخاب غذاهایشان کمتر به محتوای مواد مغذی آن توجه می‌کنند؛ به عبارتی، در نظر گرفتن ترکیب غذاهای مختلف که مردم غالباً با یکدیگر مصرف می‌کنند، برای توصیه‌ها و راهنماهای رژیمی ضروری است. بنابراین، توجه به الگوهای غذایی و رویکرد کارکردگرایی رسانه‌ها مرتبط با الگوهای تغذیه‌ای، به ما کمک می‌کند تا پیامدها و مفهوم راهنماهای رژیمی را به راحتی در قالب الگوهای غذایی برای جامعه بیان کنیم (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۳: ۳۱).

بر اساس رویکرد کارکردگرایی، رسانه‌ها یکی از عناصر زیرمجموعه‌ی نظام محسوب می‌شوند که بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازند و ضمن تأمین نظم و یکپارچگی درونی نظام، ظرفیت پاسخ‌گویی آن را در مقوله‌ی سبک زندگی بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهند. اگرچه ماکس وبر و جرج زیمل از جمله نخستین جامعه‌شناسانی بودند که به مقوله‌ی سبک زندگی پرداختند، اما این مفهوم از دهه هشتاد به بعد تحت تأثیر نظریات آنتونی گیدنز و بویژه پیر بوردیو (۱۳۸۰) متداول شد.



بورديو، الگوی مصرف را اصلی‌ترین شکل بروز سبک‌های زندگی می‌داند. از نظر او همیشه برای کسب قدرت و منزلت در میان طبقات گوناگون جامعه کشمکشی وجود دارد، این کشمکش‌ها در فضای اجتماعی رخ می‌دهد. از نظر او این کشمکش‌ها تنها به قدرت اقتصادی مربوط نمی‌شود، بلکه سلطه‌ی فرهنگی را نیز در بر می‌گیرد. طبق دیدگاه بورديو طبقه‌ی مسلط در جامعه بر فرهنگ قانونی، حق انحصاری و سلطه دارد، آن را تعریف و تعیین می‌کند که چه ذائقه‌های بهتر و چه سبک‌هایی از زندگی، غالب و حاکمند. در تئوری بورديو، توسعه‌ی عادات و سبک زندگی فردی فقط هنگامی قابل فهم است که درون یک زمینه‌ی اجتماعی خاص از روابط قدرت متصور شود (افراسیابی، ۱۳۹۲: ۴۵).

بر اساس آنچه ذکر شد، شبکه‌های اجتماعی، کارکرد مهمی در اصلاح الگوی مصرف تغذیه‌ای شهروندان و سبک زندگی دارند که امکانات نظری فراوانی برای بررسی وضعیت و اصلاح الگوی سبک زندگی و مصرف تغذیه‌ای شهروندان اردبیلی را پیش پای ما می‌گذارند. می‌توان از نظریه‌ی بورديو انواع سرمایه‌ی اقتصادی و فرهنگی را بیرون کشید. بورديو حجم و ترکیب این دو سرمایه را عامل مهمی در تعیین الگوهای مصرف می‌داند. دیدگاه‌های پست‌مدرنیستی بیشتر بر نقش رسانه‌ها و برجسته کردن معانی نمادین کالاها در فرایند مصرف تأکید دارند بنابراین متغیر میزان استفاده از رسانه‌ها را می‌توان از این دیدگاه استخراج کرد. بر اساس این الگوی نظری، فرضیه‌های زیر برای تحلیل ارائه می‌گردد:

شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معنا داری دارد.

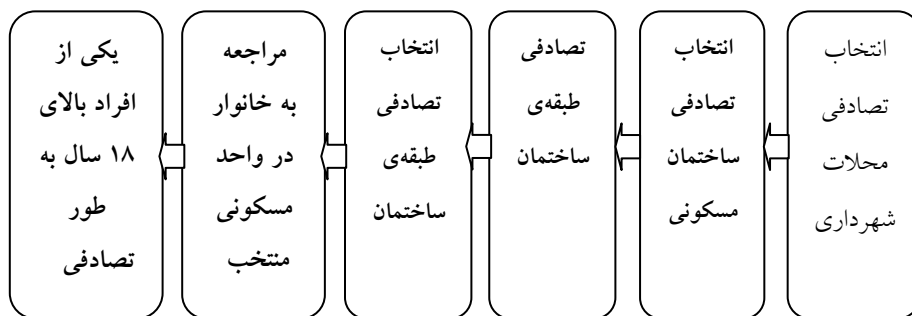
شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معنا داری دارد.

شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معنا داری دارد.

شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معنا داری دارد.

### روش تحقیق

از لحاظ هدف، تحقیق از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق پیمایشی است. جامعه‌ی آماری این تحقیق کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل که طبق آخرین سرشماری و با توجه به اینکه تعداد آنها بیش از ۱۱۵۰۰۰ نفر است. با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه‌ی آماری برابر ۳۸۴ نفر برآورد گردید. نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بدینگونه انجام شد که؛ میدان پژوهشی که در این تحقیق شهر اردبیل است به خوشه‌های متعددی که شامل مناطق و محلات مختلف شهری هستند، تقسیم شد و پرسشنامه در هر خوشه توزیع گردید در داخل خوشه‌های اصلی نیز خوشه‌های فرعی تری نیز مشخص گردید که شامل افراد با جنسیت‌های متفاوت و در سنین متفاوت بودند. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در شکل شماره‌ی ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای شهروندان ۱۸ سال به بالای اردبیلی

در این تحقیق از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. به منظور اطمینان و با توجه به ماهیت و اهداف تحقیق اعتبار صوری، با نظرخواهی استادان، متخصصان و صاحب‌نظران انجام گرفت و پس از تأیید پرسشنامه، قابلیت اجرا کسب

نمود. در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شده است؛ به این صورت که قبل از پخش کردن پرسشنامه‌ها، ابتدا برای بررسی پایایی آنها، ۳۰ پرسشنامه در بین نمونه‌ی آماری پخش شد و سپس تحلیل شدند. میانگین آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق برابر با ۷۷ درصد بود که نشان از پایایی قابل قبولی دارد. نتایج آزمون آلفای کرونباخ آنها در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱. پایایی سؤالات مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
استفاده از شبکه های اجتماعی	۰.۷۵۳
الگوی مصرف تغذیه	۰.۸۲۳
طب سنتی	۰.۷۳۹
فست فود	۰.۸۰۲
ایمنی غذا	۰.۷۸۵

پژوهش حاضر پس از تکمیل پرسشنامه، داده‌های گردآوری شده، بر اساس مقیاس‌های اندازه‌گیری متغیرها کدگذاری شده و با نرم افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شد. روشهای مورد نظر برای تجزیه و تحلیل در بخش توصیفی شامل: تجزیه و تحلیل توصیفی: معیارهای تمایل به مرکز و پراکندگی و درصد، فراوانی می باشد که برای طبقه‌بندی داده‌ها و نمایش آنها از طریق جداول فراوانی و نمودار استفاده گردید و در بخش استنباطی ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده تست شده است و به سبب نرمال بودن برای تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون آماری «رگرسیون» و «پیرسون» استفاده شده است.

### یافته‌ها

طبق نتایج به دست آمده از یافته‌های توصیفی تحقیق در مورد جنسیت شهروندان مشاهده شد که از بین شهروندان نمونه‌آماری ۵۰.۵ درصد زن و ۴۹.۵ درصد مرد هستند. ۴۸.۷ درصد مجرد و ۵۱.۳ درصد متأهل، ۱۷.۴ درصد ۱۸ تا ۲۵ سال، ۲۸.۶ درصد ۲۶

الی ۳۳ سال، ۲۲.۷ درصد ۳۴ تا ۴۱ سال، ۱۵.۹ درصد ۴۲ تا ۴۹ سال و نیز ۱۵.۴ درصد ۵۰ سال و بیشتر سن داشته‌اند. ۳۱.۳ درصد کمتر از دیپلم، ۴۱.۱ درصد دیپلم و فوق دیپلم، ۱۸.۵ درصد لیسانس، ۷.۸ درصد فوق لیسانس و نیز ۱.۳ درصد دکترا داشته‌اند. در مورد میزان استفاده‌ی شهروندان از شبکه‌ی اجتماعی تلگرام در شبانه‌روز مشاهده شد که از بین شهروندان نمونه‌ی آماری، ۴۴ درصد کمتر از ۱ ساعت در شبانه‌روز، ۲۸.۴ درصد ۱ الی ۲ ساعت، ۱۳ درصد ۳ الی ۴ ساعت، ۹.۹ درصد ۵ الی ۶ ساعت و نیز ۴.۷ درصد ۷ الی ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌ی اجتماعی تلگرام استفاده می‌کنند و کسی بیش از ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌ی اجتماعی تلگرام استفاده نمی‌کرده است. در مورد میزان استفاده شهروندان از شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام در شبانه‌روز مشاهده شد که ۳۱ درصد کمتر از ۱ ساعت در شبانه‌روز، ۲۹.۴ درصد ۱ الی ۲ ساعت، ۱۹ درصد ۳ الی ۴ ساعت، ۱۷.۷ درصد ۵ الی ۶ ساعت و نیز ۲.۹ درصد ۷ الی ۸ ساعت از اینستاگرام استفاده کرده است و کسی نیز بیش از ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده نمی‌کرده است. در مورد میزان استفاده‌ی شهروندان از شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک در شبانه‌روز، ۴۶.۱ درصد کمتر از ۱ ساعت، ۲۹.۲ درصد ۱ الی ۲ ساعت، ۱۳ درصد ۳ الی ۴ ساعت، ۹.۶ درصد ۵ الی ۶ ساعت و نیز ۲.۱ درصد ۷ الی ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه اجتماعی فیس بوک استفاده می‌کنند. کسی نیز بیش از ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه اجتماعی فیس بوک استفاده نمی‌کرده است. به نظر می‌رسد که بیشتر شهروندان از میان شبکه‌های اجتماعی برای تلگرام اولویت بیشتری قائل هستند.

در این قسمت به تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق پرداخته و با استفاده از روش‌های آماری مناسب به آن‌ها پاسخ داده می‌شود. قبل از پرداختن به آزمون فرضیه‌ها به بررسی نرمال بودن یا نبودن متغیرهای تحقیق پرداخته شد. در این راستا آزمون کلموگروف-اسمیرنوف معروف‌ترین آزمونی است که مورد استفاده قرار می‌گیرد و در جدول زیر نتایج آن ارائه می‌شود.

جدول شماره ۲. نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	آماره	متغیر
نرمال است	۰.۰۹۴	۱.۳۶۶	شبکه‌های اجتماعی
نرمال است	۰.۲۷۱	۰.۹۹۹	اصلاح الگوی مصرف تغذیه

سطح معناداری موجود در جدول بالا همگی بیشتر از ۰.۰۵ هستند و با توجه به آن همه متغیرهای مورد مطالعه از توزیع نرمال تبعیت می‌کنند و استفاده از آمار پارامتریک لازم و کافی است. با توجه به توضیحات داده شده و جدول آزمون کلموگروف- اسمیرنوف آزمون رگرسیون و پیرسون انتخاب و از طریق آن به فرضیه‌ها پاسخ داده می‌شود. برای بررسی فرضیه‌ی اصلی تحقیق ( شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تاثیر معناداری دارد.) از آزمون آماری رگرسیون تک‌متغیره استفاده شده است.

جدول شماره ۳. خلاصه‌ی مدل رگرسیون برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰.۲۵۵	۰.۰۶۵	۰.۰۶۳	۱.۸۴۱

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل برابر ۰.۲۵۵ (ضریب همبستگی معنادار است) و ضریب تعیین برابر ۰.۰۶۵ است. چنانچه آماره‌ی دوربین- واتسون در بازه قابل قبول ۱.۵ تا ۲.۵ قرار گیرد، عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره‌ی دوربین واتسون برابر ۱.۸۴۱ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره ۴. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه برای تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی

مصرف تغذیه

سطح معنا داری	F	میانگین مجذورات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	
۰.۰۰۰	۲۶.۵۷۶	۲.۱۹۶	۱	۲.۱۹۶	رگرسیون
-	-	۰.۰۸۳	۳۸۲	۳۱.۵۷	باقیمانده
-	-	-	۳۸۳	۳۳.۷۶۶	کل

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معنا داری خطای آزمون  $F$  برای سطح اطمینان ۰.۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارند.

جدول شماره ۵. نتایج ضریب رگرسیون تک‌متغیره‌ی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی

مصرف تغذیه

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش‌بین
		BETA	SE	B	
۰.۰۰۰	۴۵.۱۳۴	-	۰.۰۶	۲.۷۰۷	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۵.۱۵۵	۰.۲۵۵	۰.۰۱۹	۰.۱	شبکه‌های اجتماعی

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه‌ی اصلی تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تاثیر مثبت معناداری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی ۰.۲۵۵ از

تغییرات مربوط به اصلاح الگوی مصرف تغذیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

- شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

جدول شماره ۶. خلاصه مدل رگرسیون برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک

طب سنتی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰.۴۰۵	۰.۱۶۴	۰.۱۶۲	۱.۶۱۲

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل برابر ۰.۴۰۵ (ضریب همبستگی معنادار است) و ضریب تعیین برابر ۰.۱۶۲ است. چنانچه آماره‌ی دوربین-واتسون در بازه قابل قبول ۱.۵ تا ۲.۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره‌ی دوربین واتسون برابر ۱.۶۱۲ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره ۷. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به

سبک طب سنتی

مجموع مجذورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
۲۰.۴۸۹	۱	۲۰.۴۸۹	۷۵.۰۹۱	۰.۰۰۰
۱۰۴.۲۳	۳۸۲	۰.۲۷۳	-	-
۱۲۴.۷۱۹	۳۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰.۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی

در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارند.

جدول شماره ۸. نتایج ضریب رگرسیون تک‌متغیره برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای

به سبک طب سنتی

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش‌بین
		BETA	SE	B	
۰.۰۰۰	۲۰.۰۲۴	-	۰.۱۰۹	۲.۱۸۳	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۸.۶۶۵	۰.۴۰۵	۰.۰۳۵	۰.۳۰۵	شبکه‌های اجتماعی

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه‌ی فرعی ۱ تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر مثبت معناداری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی ۰.۴۰۵ از تغییرات مربوط به مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

- شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

جدول شماره ۹. خلاصه‌ی مدل رگرسیون برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰.۳۷۸	۰.۱۴۳	۰.۱۴	۱.۵۴۹

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل برابر ۰.۳۷۸ (ضریب همبستگی معنادار



است) و ضریب تعیین برابر ۰.۱۴۳ است. چنانچه آماره‌ی دوربین- واتسون در بازه‌ی قابل قبول ۱.۵ تا ۲.۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره‌ی دوربین واتسون برابر ۱.۵۴۹ است، می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره ۱۰. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست

فودها

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	
۰.۰۰۰	۶۳.۵۴۴	۲۰.۹۹۵	۱	۲۰.۹۹۵	رگرسیون
-	-	۰.۳۳	۳۸۲	۱۲۶.۲۱۴	باقیمانده
-	-	-	۳۸۳	۱۴۷.۲۱	کل

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۰.۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارند.

جدول شماره ۱۱. نتایج ضریب رگرسیون تک‌متغیره برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست

فودها

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش‌بین
		BETA	SE	B	
۰.۰۰۰	۳۰.۹۶۱	-	۰.۱۲	۳.۷۱۴	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	-۷.۹۷۱	-۰.۳۷۸	۰.۰۳۹	-۰.۳۰۸	شبکه‌های اجتماعی

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه فرعی ۲ تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر منفی معنی داری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی ۰.۳۷۸ - از تغییرات مربوط به مصرف فست فودها در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

- شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

جدول شماره ۱۲. خلاصه‌ی مدل رگرسیون برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون
۰.۳۴۱	۰.۱۱۶	۰.۱۱۴	۱.۷۳۳

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل برابر ۰.۳۴۱ (ضریب همبستگی معنادار است) و ضریب تعیین برابر ۰.۱۱۶ است. چنانچه آماره‌ی دوربین- واتسون در بازه‌ی قابل قبول ۱.۵ تا ۲.۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره دوربین واتسون برابر ۱.۷۳۳ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره ۱۳. نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا

مجموع مجذورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
۲۰.۲۶۴	۱	۲۰.۲۶۴	۵۰.۱۳۲	۰.۰۰۰
۱۵۴.۴۱۱	۳۸۲	۰.۴۰۴۳۳	-	-
۱۷۴.۶۷۵	۳۸۳	-	-	-

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون  $f$  برای سطح اطمینان ۰.۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی

رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول شماره ۱۴. نتایج ضریب رگرسیون تک‌متغیره برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش‌بین
		BETA	SE	B	
۰.۰۰۰	۱۶.۷۸	-	۰.۱۳۳	۲.۲۲۶	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۷.۰۸	۰.۳۴۱	۰.۰۴۳	۰.۳۰۳	شبکه‌های اجتماعی

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین میتوان گفت که فرضیه‌ی فرعی ۳ تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر مثبت معناداری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی ۰.۳۴۱ از تغییرات مربوط به ایمنی غذا در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

با استفاده از چهارچوب نظری تحقیق نیز می‌توان اینگونه تبیین کرد که بر اساس نظریه‌ی کارکردهای رسانه، شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک توانسته‌اند ارزش‌ها و هنجارهای مشترک در رابطه با امر تغذیه با رعایت ایمنی غذایی را به خوبی ترویج دهند و آن را بر اساس هنجارهای کلی جامعه و سلامت جامعه جا بیاندازند. در ارتباط با نظریه‌ی سبک زندگی بورديو نیز شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک داشتن الگوهای غذایی ایمن را به عنوانی امری که می‌تواند در ساختار جامعه تمایز باشد، گسترده‌اند و کاربران آنها با انتخاب الگوهای تغذیه‌ای ایمن، حس متمایز بودن را در رابطه با امر تغذیه ایجاد کرده‌اند. نتایج این تحقیق با تحقیقات فتحی و

جعفری (۱۳۹۶) و گلابی و همکاران (۱۳۹۵)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳) و شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳) همسوست.

در رابطه با فرضیه‌ی اصلی تحقیق و طبق نتایج به دست آمده می‌توان گفت که؛ هرچقدر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل افزایش یابد، الگوی مصرف تغذیه شهروندان بهبود یافته و اصلاح می‌شود.

در رابطه با فرضیه‌ی فرعی ۱ تحقیق و طبق نتایج به دست آمده، در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که؛ هرچقدر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل افزایش یابد مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهروندان بهبود یافته و اصلاح می‌شود؛ یعنی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان با مزایای گیاهان دارویی آشنا شده و به استفاده از طب سنتی در کنار طب مدرن و زیر نظر کارشناس و متخصص آن بیشتر ترغیب می‌شوند.

در رابطه با فرضیه‌ی فرعی ۲ تحقیق و طبق نتایج به دست آمده، در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که هرچقدر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل افزایش یابد، مصرف فست فودها در میان شهروندان کاهش می‌یابد یعنی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان با مضرات فست فودها آشنا شده و به واسطه‌ی مشغله‌ی کاری از فست فودها استفاده نمی‌کنند، از غذاهای کنسرو شده کمتر استفاده می‌کنند، در برنامه غذایی خانواده همواره سبزیجات، لبنیات و میوه‌ها را قرار می‌دهند و نیز نسبت به غذاهای خانگی بیشتر اعتماد پیدا می‌کنند.

در رابطه با فرضیه‌ی فرعی ۳ تحقیق و طبق نتایج به دست آمده، در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که هرچقدر استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل افزایش یابد، توجه به ایمنی غذایی در میان شهروندان افزایش می‌یابد؛ یعنی با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان یاد

می‌گیرند که قبل از شکل و تزئینات غذا به سلامت آن اهمیت دهند و از اطلاعات ارائه شده در فضای مجازی برای آشنایی با غذاهای سالم و ایمن استفاده می‌کنند. با توجه به نتایج فرضیه‌های تحقیق، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سبک زندگی افراد جامعه را براساس الگوهای مصرفی اصلاح شده و سالم شکل دهند.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای سنتی سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سبک زندگی افراد جامعه را بر اساس الگوهای مصرفی سنتی و سالم شکل دهند.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج مضرات الگوهای مصرف فست فودی در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سبک زندگی افراد جامعه را به دور از الگوهای مصرفی فست فودی شکل دهند.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزان حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج محسنات الگوهای مصرفی مبتنی بر ایمنی غذا در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سبک زندگی افراد جامعه را براساس الگوهای مصرفی ایمن و سالم شکل دهند.

## منابع

- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۲). *مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان*. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- آقایاری هیر، توکل؛ عباس زاده، محمد؛ محمدپور، ابراهیم. (۱۳۹۷). مطالعه‌ی ارتباط تمایزطلبی و دانش تغذیه‌ای با الگوی مصرف غذای غیرخانگی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۵ ساله و بالاتر شهر تبریز)، *مجله‌ی علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، دوره‌ی ۱۵، شماره‌ی ۱، صص ۱۱۲-۷۹.
- امیرپور، مهناز و گریوانی، مریم. (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان، *فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی*، دوره اول، شماره ۳، صص ۳۹-۲۳.
- باقری، معصومه؛ رضا دوست، کریم؛ آوینی، محمود؛ موالی زاده، الهه. (۱۳۹۵). بررسی اثر عامل جهانی شدن بر دگرگونی الگوی تغذیه، *فصلنامه‌ی توسعه‌ی اجتماعی (توسعه‌ی انسانی سابق)*، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی ۴، صص ۷۶-۵۹.
- بوردیو، پی‌یر. (۱۳۸۰). *نظریه‌ی کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه‌ی مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- جمشیدی حسن آبادی، اسماعیل؛ رضایی، مصطفی. (۱۳۹۵). نقش شبکه‌های اجتماعی در اصلاح الگوی مصرف انرژی، *دومین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش‌های شهروندی*.
- دریایی، محمد. (۱۳۹۴). *الگوی صحیح تغذیه*، تهران: انتشارات سفیراردهال.
- عبدی، فاطمه؛ عطاردی کاشانی، زهرا؛ میرمیران، پروین؛ استکی، ترانه. (۱۳۹۴). بررسی و مقایسه‌ی الگوی مصرف غذایی در ایران و جهان: یک مقاله مروری، *مجله‌ی دانشگاه علوم پزشکی فسا*، سال پنجم، شماره‌ی ۲، صص ۱۶۷-۱۵۹.
- عظیمی، لیلا؛ نامداری، مهرداد؛ پرهام، محمد. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهروندان شهرستان نورآباد دلفان، *فصلنامه‌ی مطالعات جامعه‌شناختی شهری*، سال هشتم، شماره‌ی ۲۸، صص ۲۵-۱.

\_\_ فتحی، حبیب اله؛ جعفری، علی. (۱۳۹۶). رابطه‌ی مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی). فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره‌ی سوم، شماره‌ی ۹، صص ۲۵۵-۲۲۱.

\_\_ گلابی، فاطمه؛ آقایی هیر، توکل؛ ساعی، مرضیه. (۱۳۹۵). نقش رسانه در رفتارهای تغذیه‌ای و زمینه‌ی اجتماعی مرتبط با آن مورد مطالعه: شهروندان بالای ۱۵ سال شهر تبریز، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، دوره‌ی بیست و هفتم، شماره‌ی ۱، صص ۴۲-۲۷.

- Bourdieu, P.(1996).The Rules of Art , Translated By Susan Emanuel, Polity Press.
- 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.
- Yang, WY., Burrows, T., MacDonald-Wicks, L., Williams, LT., Collis, CE., & Chee WSS. (2018). Parent-child feeding practices in a developing country: Findings from the Family Diet Study. Research Support, Non-U.S. Gov't, 1;125:90-97.

