پرسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اگوی مصرف تغذیه در میان شهرنشینان

پس از ۱۸ سال شهر اردبیل

علی جعفزی

چکیده

هدف از تحقیق حاضر پرسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اگوی مصرف تغذیه در میان شهرنشینان 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 نظریه تباثبی و نظریه تباثبی تست‌مردیستی کارکرد شبکه‌های اجتماعی به عنوان چارچوب نظری مناسب استفاده شده و جامعه آماری این تحقیق کلیه شهرنشینان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل است. که طبق آماری سرشماری تعداد آنها بیش از ١١۵۰۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد گردید و نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای جدید 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 تایمی از نمونه‌آماری، حداقل روزی یک ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند برای شبکه نلبیکم و اولویت بیشتری قابل همکاری. نتایج آمار استنباطی نشان داد که شبکه‌های اجتماعی بر اصلاح اگوی مصرف تغذیه در میان شهرنشینان شهر اردبیل تأثیر مثبت معناداری دارد و ۲۵% از تغییرات مربوط به اصلاح اگوی مصرف تغذیه شهرنشینان را پیش‌بینی می‌کند.

1-استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول).
Jafari.communication@gmail.com

2-کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.
b.zarpoosh@gmail.com

تاریخ وصول: ۹۸/۱۱/۱۵
همچنین شیوه‌های اجتماعی بر ابعاد مصرف غذایی به سبک طب سنتی و ایمنی غذا تأثیر مثبت معنادار و بر بعدها تأثیر منفی معناداری داشتند.

ویژه‌ای کلیدی: شیوه‌های اجتماعی، الگوی مصرف، سیک زندگی، شهرهولن دان اردبیل.

مقدمه
افرازیش شهرنشینی و صنعتی شدن در اغلب کشورها همراه با تغییرات رفتاری و تغذیه‌ای به سمت تغذیه‌با میران بالایی و نوزادان در کتاب مقدمه، باعث افزایش شیوع چاقی در جمع‌آوری شده است. در دو دهه اخیر به طور مشخص اضافه وزن و چاقی در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه رو به افزایش است. این وضعیت در ایران نیز این‌طور بوده است. ایران هم‌چون سایر کشورهای در حال توسعه، شاهد تغییر اپیدمی جهانی چاقی و عوارض ناشی از آن است (دریایی، 1394: 39).

براساس نقش‌های جهانی، غذایی انتی‌گذاری، کشورها در طیف بسیار پرخطر، با خطر متوسط و کم خطر قرار گرفته‌اند. بررسی‌های این تفسیرهای ایران در وضعیت پرخطر قرار دارد. عرضه‌های غذایی، نیازهای مصرفی روزانه امری است که تغییرات در طبقه‌بندی و تغییرات در طبقه‌بندی خانواده، در طبقه‌بندی و تغییرات در طبقه‌بندی خانواده، در طبقه‌بندی و تغییرات در طبقه‌بندی خانواده، در طبقه‌بندی و تغییرات در طبقه‌بندی خانواده، دارای تاثیر می‌باشند.

توانستن نیازهای بدن خود را به ریاضی‌ها اتمام کنند. بر همین اساس، خانواده‌ای اردبیلی از الگوی غذایی معقولی برخوردار نیستند. آنها بیشتر شکم خود را سیر می‌کنند و از مصرف عناصر ریز غذایی و مواد غذایی اساسی غالف هستند. شیر و لبنیات، تخم مرغ و سبزی مویه به ترتیب 25 درصد، 20 درصد و 25 درصد کمتر از مقدار توصیه شده در سبد غذایی مطلوب پیشنهادی است. به طور کلی شهرهولنادان اردبیلی 20 درصد آهسته مورد نیاز و 25 درصد از کلسیم مورد نیاز خود را از رژیم غذایی دریافت نمی‌کنند.

بررسی الگوی غذایی مواد غذایی در شهر اردبیل نشان دهنده نامتغییر بودن رژیم غذایی و عدم تنوع کافی آن است. همچنین مصرف قدی و شکر که یکینا ماده‌ای ارزی‌زاست بالا بوده و در حال افزایش یافته است. اردبیلی ها روزانه 15 گرم نمک
پرسی تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف غذایی در... / ۱۵۳

مصرف می‌کنند در حالی که میانگین جهانی ۶ گرم باشد. مصرف شیر و
فرآورده‌های آن بسیار کمتر از مقدار 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 (عبدو و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۳).

ظهور و گسترش فناوهی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی بیوزه کامپیوتر، اینترنت و ماهواره،
گسترش راه‌های ارتباطی و رشد شرکت‌های بی‌پایه‌ای اخیر هستند که به نظر می‌رسد
به تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد منجر شده
است (عبدو و همکاران، ۱۳۹۷: ۴). تحت تأثیر این دنده‌ای‌ها و گسترش فناوری‌های
نوین، تغییراتی در سیک زندگی و الگوی مصرف غذایی در میان شهروندان ایجاد شده
است.

با توجه به آمارها و کمپوده‌های موجود، اصلاح الگوی مصرف غذایی در میان
شهروندان اردبیلی ضروری به نظر می‌رسد و باید از همه‌ی راه‌ها و آموزش‌های موجود
برای بهبود این الگوی مصرف سود جست. بسیاری از کشورهای موفق در زمینه اصلاح الگوی مصرف، تویسته‌اند با بهره‌گیری از عوامل فرهنگی و اجتماعی از عهدی
این ممکن است. از جمله ابزارهایی که در دنبال یک‌تنی می‌تواند موجب ارتقای فرهنگی
در جامعه گردد، رسانه‌های افرانگی هستند. شیکه‌های اجتماعی با توجه به فراگیری‌ای که
در دنبال انرژه دارند یکی از راه‌ها و ابزارهای مؤثر در این زمینه هستند. نظر به
ارتباطات وسیعی که شیکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی در جامعه ایجاد می‌کنند؛ تویستایی
باید در رابطه با اصلاح مسئله‌های مضر و پره‌خطرسابقه‌های زندگی مدرن
دارند. از جمله‌ای این مسئله‌های مهم می‌توان به الگوی مصرف غذایی اشاره کرد.

با توجه به وضعیت پرخطر مصرف غذایی شهرشوندن اردبیلی و با در نظر گرفتن
فرصت‌هایی که شیکه‌های اجتماعی در این زمینه فراهم می‌کنند، به نظر می‌رسد که این
شیکه‌ها قادر باشند به عنوان یکی از عوامل اصلی در راستای اصلاح الگوی مصرف
غذایی در جامعه هدف ما قلیدند شوند. سوال اصلی مقاله‌ای حاضر این است که
شکل‌های اجتماعی چه تأثیری در مصرف غذای در میان شهرداران بلافا باید ۱۸ سال شهر ارائه داده؟

پژوهش تحقیق
آقای‌هی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق‌نامه با عنوان "مطالعه ارتباط تامایز طبیعی و دانش تغذیه‌ای با الگوی مصرف غذای غیرخانگی" که با روش پیامی و در میان شهرداران بالای ۱۵ سال شهر بپردازش انجام شد، به این نتیجه رسیدند که تامایز طبیعی، دانش تغذیه‌ای، پایگاه اقتصادی، اجتماعی و جنسی، رابطه معناداری با میزان مصرف غذاهای غیرخانگی داشته و تفاوت‌های اقتصادی، اجتماعی و رابطه معناداری، معنادار، وضعیت با تغییر به سلامت غذاهای غیرخانگی نشان داده است.

فحنی و جعفری (۱۳۹۶) تحقیق‌نامه با عنوان "رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی" به روش پیامی انجام داده‌اند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی رابطه وجود دارد. همچنین بین میزان مصرف رسانه‌ای دیجیتال با مصرف فرهنگی، مصرف مادی، رفتار سیاسی و دیداری همیستگی مستقیم وجود دارد. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نیز نشان داد که بین نوع رسانه و سبک زندگی رابطه معناداری وجود دارد. به‌طور کلی، تغییرات سبک زندگی در دانشجویانی که غالبا از ماهوواره استفاده می‌کنند پیشرو و در بین دانشجویانی که غالبا از اینترنت استفاده می‌کنند کمتر است. به عبارت دیگر مصرف ماهوواره بیشترین تغییر را در سبک زندگی دانشجویان ایجاد کرده است.

غلابی و همکاران (۱۳۹۵) تحقیق‌نامه با عنوان "تقسیم رسانه در فناوری‌های تغذیه‌ای و زمینه اجتماعی و مرتبط با آن (مورد مطالعه: شهرداران بالای ۱۵ سال شهر تبریز)" با روش پیامی انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، مهیابی ضریب همبستگی پیوند بین متغیر میزان تغذیه‌ای تبلیغات رسانه و رفتار تغذیه‌ای در محدوده آمیندان ۹۹ درصد معنادار و معکوس است. همچنین میزان ضریب همبستگی مهربانی شده بین متغیر میزان استفاده به تبلیغات رسانه و رفتار تغذیه‌ای در سطح اطمندان ۹۵ درصد معنادار و
بزرگی نظر شیوه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف غذای در

معکوس است. در مقایسه میزان همبستگی محاسبه شده بین متغیر میزان تنش، بر پایه میزان مختلف رسانه و رفتار تغذیه‌ای غیرمتناسب است. در بررسی میزان تفاوت رفتار تغذیه‌ای باسکوگیان از لحاظ متغیرهای زمینه‌ای (سن، وضعیت اقتصادی، سطح تحصیلات، وضعیت تعلیم و طبقه اقتصادی) می‌توان گفت رفتار تغذیه‌ای باسکوگیان

از لحاظ متغیرهای مذکور متفاوت و معنادار است.

باقري و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان «برزسی اثر عامل جهانی شدن بر دگرگونی الگوی تغذیه» با روش پیمایشی در میان دانشآموزان مقطع متوسطه‌های شهر بوشهر انجام داده‌اند. آنان به این نتیجه رسیدند که جهانی شدن بر تغییر الگوی تغذیه دانشآموزان مؤثر بوده و اغلب لحاظهای جهانی شدن از قبل میزان استفاده از اینترنت، تعداد رسانه‌های مدرک‌بندی، گروه همسایه‌ای با تغییر الگوی تغذیه رابطه‌ای معناداری دارد.

جمشیدی حسن آبادی و رضایی (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان «نقش شیوه‌های اجتماعی در اصلاح الگوی مصرف انرژی» انجام داده‌اند. تحقیق آنان با استفاده از روش پیمایشی در بین دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی انجام شده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که اثر پاسخگویان، شعاع‌های مدیریت مصرف انرژی مانند: توجه به برجسته انرژی، عدم استفاده از لوازم بر مصرف در ساعات اوج مصرف، استفاده از شیوه‌های دوجداره و غیره را، و سیاست ارتباط جمعی اعماق را، تلویزیون و در حال حاضر نیز نوع دیگری از اطلاعات ضروری برای شیوه‌های اجتماعی، حیثی بیشتر، شبکه‌های اجتماعی و تلویزیون در میان رسانه‌های دیگر، بیشتر به شعاع‌های مدیریت مصرف انرژی، پرداخته‌اند.

یانگ و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «شیوه‌های تغذیه و ازدواج و فرزندان در یک کشور در حال توسعه: یافته‌های تحقیق رژیم خانواده» به این نتیجه رسیدند که اندیشه خانواده، درآمد خانواده و وضعیت ورزش کودک به طور قابل توجهی شیوه‌های تغذیه والدین و فرزندان را تحت تأثیر قرار می‌دهند.
ویاز و همکاران (2011) تحقیقی با عنوان "زمینه‌بایی تماشای طبیعی اجتماعی با استفاده از تجارب غذایی و مصرف غذای خانواده" با استفاده از روش کیفی به روشت 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 کارگر از نظر تماشای غذایی بیشتری را نشان می‌دهند.

در بخشی از تحقیقات ارائه شده در بخش پیشینه، به بررسی تأثیر استفاده و مصرف رسانه به سبک زندگی افراد و یا زیر مجموعه‌های سبک زندگی برداشت‌های شده است. چنانچه فتحی و جعفری (1396) رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی دانشجویان، گلایی و همکاران (1395) نقش رسانه در رفتارهای تغذیه‌ای و زمینه‌ی اجتماعی مرتبط با آن و جمشیدی حسن آبادی و رضایی (1395) نقش شبکه‌های اجتماعی در اصلاح نگرش مصرف انرژی را بررسی کرده بودند که به صورت کلی شیب‌های 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 شبکه اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و میس بوک را بر مصرف تغذیه‌ی برسی می‌نماید و از طرفی تاکنون تحقیقی در مورد مولفه‌های 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 مطالعه قرار گرفته، عبارت است از تغییر رژیم غذایی سنی سرشمار از فیبر و توم‌ب مصرف دانه‌ها، میوه‌ها و سبزیجات به نوعی رژیم غذایی توأم با مصرف بالای چربی، شکر، نمک و سایر غذاهای فرآوری شده. باید بگذت که در الگوی تغذیه‌ی سنی، افراد براز رفع گرستگی به مصرف غذاهای روی می‌آورند ولی در الگوی تغذیه‌ی جدید، انتخاب نوع غذای افراد تحت تأثیر رسانه‌ها و عوامل فرهنگی مختلف مانند مهد است.
تغییرات مهمی که در گذار اقتصادی و جمعیتی اتفاق می‌افتد اثر بسیار مهمی در گذار تغذیه دارد. شهرنشینی، افزایش درآمدهمراه با تغییر در عوامل فرهنگی و رسانه‌ها، نقش مهمی در گذار تغذیه به شکل جدید دارد. الگوی تغذیه چهارپایه نامطلوبی مانند ابتلا به بیماری‌های مختلف (سکته، فشارخون، سرطان و ...) را در افراد به همراه داشته است. این نوع الگوی تغذیه بخصوص در کشورهای در حال توسعه که با افزایش شهرنشینی مواجته و در تلاش برای طی راه پیشرفت بکه بی‌گونه غربی هستند، بسیار نمایان است (افراسیبی، 1392: 32).

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 علائم بروز مشکوی و قدر غذایی، دوران گذار تغذیه‌ی نیز به سرعت در حال طی شدن است. نشان‌های هشداردهنده گسترش بیماری‌های متابولیک در پی گسترش شهرنشینی و تغییر شیوه‌ی زندگی، بیوژه در شهرهای بزرگ دیده می‌شوند. بررسی ملی سلامت و بیماری در سال 1378 نشان می‌دهد که در حدود 30 درصد مردان 15 تا 69 سال کشور و در حدود 45 درصد زنان همین گروه سنی دچار اضافه وزن و چاقی هستند. بیماری‌های قلبی- عروقی یکی از علل عمده‌ی مال و میر در ایران است به طوری که بالاترین علم مرگ و میر در سال 1380 مربوط به بیماری‌های قلبی- عروقی (5 درصد) بوده است.

تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی رفتار و اعتقادات مصرف بسیار بالاتست و بسیاری از مردم تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی، رفتار‌های خود را در زمینه‌ی خرید و مصرف مواد غذایی تغییر می‌دهند و شاید نتوانند خطرات واقعی تری را که در رسانه‌ها مطرح نشده‌اند در کنار خود احساس کنند؛ بسیاری از مردم (آگر نگوییم همچه) ظاهراً پیش داوری‌ها را جذب می‌کنند و به اساس عادات غذایی که از طریق شبکه‌های مجازی ترویج می‌شود و در اغلب موارد عادات غذایی ناسالم است، تغذیه می‌کنند.
به گفتگوی یکاکی عادات ما، تصمیمات ما برای خرید و رفتن مصرف کندگان، هر روزه در سطح ناخودآگاه تغییر پیدا می‌کند. ولی بر این بنا و این است که تبلیغات، تکنیک‌های دستکاری کننده و تأثیر پهناه بر مصرف کندگان دارند؛ بنابراین، می‌توانم است که تبلیغات تجاری، از طریق تأثیرگذاری بر سطح نیمه‌هشدار مصرف کندگان، سبب خلق تفنگی 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 حاصل گردد. توجه به الگوهای غذایی که پیچیدی‌های 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 و ابسته به تغذیه را شناسایی کنیم و برای آنها توصیه‌های تغذیه‌ای داشته باشیم. زیرا مردم در انتخاب غذاها به‌شکل صحیح، محتوای مواد غذایی آن توجه می‌کنند؛ به عبارتی، در نظر گرفتن تركیب غذاهای مختلف که مردم غالباً با یکدیگر مصرف می‌کنند، برای توصیه‌ها و راهنمایی رژیمی ضروری است. بنابراین، توجه به الگوهای غذایی و رژیم کارکردداری رسانه‌ها مرتبط با الگوهای تغذیه‌ای به ما کمک می‌کند تا بیانها و مفهوم‌های راهنمای رژیمی را به راحتی در قالب الگوهای غذایی برای جامعه بیان کنیم (امیری و گئویانی، ۱۳۹۳: ۳۱).

بر اساس رژیم کارکردداری، رسانه‌ها یکی از عناصر زیم‌جمع‌دهی نظام محسوب می‌شوند که بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌زند و ضمن تأمین نظم و یکپارچگی درون‌نی، نظیریکی پاسخ‌گویی آن را در مقوله‌ی سبک زندگی بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهند. اگرچه مانند ویر و جرج زیمل از جمله نقش‌بندی جامعه‌شناسی بودند که به مقوله‌ی سبک زندگی پرداختند، اما این مفهوم از دهه هشتاد به بعد تحت تأثیر نظریات آنتونی گیدنز و بویژه پیر بوربوهیو (۱۳۸۰) متداول شد.
بودیو، الگوی مصرف را اصلی ترین شکل بروز سیبکهای زندگی می‌داند. از نظر او همیشه برای کسب قدرت و منزلت در میان طبقات گوناگون جامعه کشمشی وجود دارد، این کشمشی‌ها در فضای اجتماعی رخ می‌دهد. از نظر او این کشمشی‌ها تناها به قدرت اقتصادی مربوط نمی‌شود، بلکه سلطه فرهنگی را نیز در می‌گیرد. طبق دیدگاه بودیو طبقه‌بندی سطح در جامعه بر فرهنگ قانونی، حق انحصاری و سلطه دارد، این را تعیین و تعیین می‌کند که چه ذائقه‌های بهتر و چه سیبکهایی از زندگی، غالب و حاکمند. در تئوری بودیو، توسیعی عادات و سیبک زندگی فردی فقط هنگامی قابل فهم است که درون یک زمینه‌ای اجتماعی خاص از روی دو قدرت متصور شود (افراسیابی، 1392: 45).

بر اساس آنچه ذکر شد، سیبکهای اجتماعی، کارکرد مهمی در اصلاح الگوی مصرف تغذیه‌ای شهرسازی و سیبک زندگی دارند که امکانات نظری فراوانی برای بودیو وضعیت و اصلاح الگوی سیبک زندگی و مصرف تغذیه‌ای شهرسازی ارتباطی را پیش پا گذاشته است. می‌توان از نظریه بودیو انواع سرمایه‌ای اقتصادی و فرهنگی را بیرون کشید. بودیو حجم و ترکیب این دو سرمایه را عامل مهمی در تعیین الگوی مصرف می‌داند. دیدگاه‌های پست‌مدرنیستی بیشتر بر نقش رسانه‌ها و برجسته کردن معانی نمادین کالاها در فرآیند مصرف تأکید دارد. بنابراین متغیر میزان استفاده از رسانه‌ها را می‌توان از این دیدگاه استخراج کرد. بر اساس این الگو نظری، فرضیه‌های زیر برای تحلیل ارائه می‌گردد:

شکیه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف تغذیه در میان شهرسازی بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

شکیه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سیبک طبیبی در میان شهرسازی بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

شکیه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهرسازی بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.
شبکه‌های اجتماعی بر اینمی غذا در میان شهرهندان 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، از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق پیمایشی است. جامعیت آماری این تحقیق کلیه شهرهندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل که طبق آخرين سرشماری و با توجه به اینکه تعداد آنها بیش از ۱۱۵۰۰۰ نفر است، با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه آماری برابر ۳۸۴ نفر برآورد گردید. نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری خوش‌خیاری جند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری خوش‌خیاری جند مرحله‌ای بدنی‌گونه انجام شد که می‌داند پژوهشی که در این تحقیق شهر اردبیل است به خوش‌خیاری متعددی که شامل مناطق و محلات مختلف شهری هستند، تقسیم شد و پرسشنامه در هر خوش‌خیاری توزیع گردید در داخل خوش‌خیاری اصلی نیز خوش‌خیاری فرعی تری نیز مشخص گردید که شامل افراد با جنسیت‌های متغیر و در سنین متغیر بوتند. روش نمونه‌گیری خوش‌خیاری

چندمرحله‌ای در شکل شماره ۱ نشان داده شده است:

شکل ۱ روش نمونه‌گیری خوش‌خیاری چندمرحله‌ای شهرهندان بالای ۱۸ سال باید اردبیلی
در این تحقیق از ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. به‌منظور اطمینان و با توجه به‌ماهیت و اهداف تحقیق اعتبار صوری، با نظرخواهی استادان، متخصصان و صاحب‌نظران انجام گرفت و پس از تایید پرسشنامه قابلیت اجرا کسب

۱۶۰ / فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی شهری، سال نهم، شماره دو و یکم، تابستان ۱۳۹۸
بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر المغز مصرف تغذیه در... / ۱۶۱

نمود. در این تحقیق از روش آلفای کروناخ 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 نمونه‌های آماری پخش شد و سپس تحلیل شدند. میانگین آلفای کروناخ متغیرهای تحقیق برابر با ۷۷ درصد بود که نشان از پایایی قابل قبولی دارد. نتایج آزمون آلفای کروناخ آنها در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱. پایایی سوالات مربوط به متغیرهای تحقیق

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>ضریب آلفای کروناخ</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</td>
<td>۰.۷۵۳</td>
</tr>
<tr>
<td>المغز مصرف تغذیه</td>
<td>۰.۸۲۳</td>
</tr>
<tr>
<td>طب سنتی</td>
<td>۰.۷۳۹</td>
</tr>
<tr>
<td>فست فود</td>
<td>۰.۸۰۲</td>
</tr>
<tr>
<td>اپنگ غذا</td>
<td>۰.۷۴۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

پژوهش حاضر پس از تکمیل پرسشنامه، داده‌های گردآوری شده، بر اساس مقياس‌های انداده‌گیری متغیرهای پدیده‌گذاری شده و با نرم‌افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شد. روش‌های مورد نظر برای تجزیه و تحلیل در پخش توصیفی شامل تجزیه و تحلیل توصیفی: معیارهای تمایل به مرکز و پراکندگی و درصد، فراوانی می‌باشد که برای طبقه‌بندی داده‌ها و نمايش آنها از طریق جداول فراوانی و نمودار استفاده گردید و در برخی استنباطات ابتدا با استفاده از آزمون کولموغروف - اسپیرنوف نرمال بودن توزیع داده تست شده است و به سبب نرمال بودن برای تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون آماری "گرسیون" و "پیرسون" استفاده شده است.

یافته‌ها

طبق نتایج به دست آمده از یافته‌های توصیفی تحقیق در مورد جنسیت شهرنشین مشاهده شد که از بین شهرنشینان نمونه‌آماری ۵۰.۵ درصد زن و ۴۹.۵ درصد مرد هستند. ۴۸.۷ درصد مجرد و ۵۱.۳ درصد متعال، ۱۷.۴ درصد ۱۸ تا ۲۵ سال، ۲۸.۴ درصد ۲۶ تا ۳۵ سال و ۱۶ تا ۱۸ سال.
162 / فصلنامه مطالعات جامعه شناختی شهری، سال نهم، شماره سی و یکم، تابستان 1398

الی ۳۳ ساعت، ۲۴ ساعت و نیز ۱۵.۴ از ۵۰ ساعت و بیشتر سن داشته‌اند. ۴۱.۳ از دیپلم، و فرق دیپلم، ۱۸.۵ درصد لیسانس، و نیز ۱۳.۲ درصد دکترا داشته‌اند. در مورد میزان استفاده شهروندان از شبکه‌ی اجتماعی تلگرام در شبانه‌روز مشاهده شد که از بین شهروندان نمونه‌ی آماری، ۴۴ درصد کمتر از ۱ ساعت در شبانه‌روز، ۴۸.۴ درصد ۱۲ ساعت، ۱۳ درصد ۳۰۰۱۲ ساعت، ۲۹.۹ درصد ۴۷ ساعت و نیز ۲۹.۹ درصد ۸ ساعت از اینستاگرام استفاده کرده است و کسی نیز بیش از ۸ ساعت در شبانه‌روز از شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام استفاده نمی‌کرده است. در مورد میزان استفاده شهروندان از شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک در شبانه‌روز، ۴۶.۱ درصد کمتر از ۱ ساعت، ۴۷.۳ درصد ۱۲ ساعت، ۱۳ درصد ۳۰۰۱۲ ساعت، ۹.۷ درصد ۴۷ ساعت و نیز ۲۱.۹ درصد ۷۲ ساعت 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 ویژه‌ای تحقیق پرداخته و با استفاده از روشهای آماری مناسب به‌آن‌ها پاسخ داده می‌شود. قبل از پرداختن به آزمون ویژه‌ها، به بررسی نرم‌افزاران یا نبودن متغیرهای تحقیق پرداخته شد. در این راستا آزمون کلمه‌گری و استمپرول معروف تین آزمونی است که مورد استفاده قرار می‌گیرد و در جدول زیر نتایج آن ارائه می‌شود.
جدول شماره 2. نتایج آزمون کلمنگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحت‌الیک

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>آماره</th>
<th>نرمال است</th>
<th>نرمال است</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>شیکه‌های اجتماعی</td>
<td>1.366</td>
<td>0.694</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اصلاح الگوی مصرف غذایی</td>
<td>0.999</td>
<td>0.271</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

سطح معاناداری موجود در جدول بالا همگی بیشتر از 0.05 هستند و با توجه به آن همه متغیرهای مورد مطالعه از توزیع نرمال بپیماید. استفاده از آمار پارامتریک لازم و کافی است. با توجه به توضیحات داده شده و جدول آزمون کلمنگروف-اسمیرنوف آزمون رگرسیون و پرسشنون انتخاب و از طریق آن به فرضیه‌ها پاسخ داده می‌شود.

برای بررسی فرضیه اصلی تحقیق (شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی) در میان شهرنشینان بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر معنی‌داری دارد. از آن‌گونه آماری رگرسیون تک متغیره استفاده شده است.

جدول شماره 3. مدل رگرسیون برای تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی

<table>
<thead>
<tr>
<th>ضریب تعین</th>
<th>ضریب تعین تعدل شده</th>
<th>ضریب تعین</th>
<th>ضریب همبستگی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>دورین واتسون</td>
<td>18.41</td>
<td>0.63</td>
<td>0.65</td>
</tr>
<tr>
<td>ضریب تعین تعدل شده</td>
<td>0.63</td>
<td>0.65</td>
<td>0.15</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شیکه‌های اجتماعی و اصلاح الگوی مصرف غذایی در میان شهرنشینان بالای 18 سال شهر اردبیل برای 0.255 ضریب همبستگی معانادار است و ضریب تعین برای 0.15 است. بنا به آماره اردبیل، عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته جود را توجه به اینکه آماری دورین واتسون برای 0.15 است، بنا براین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته می‌شود.
جدول شماره ۴. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه برای تاثیر شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معنایی داری</th>
<th>F</th>
<th>میانگین مقدار</th>
<th>درجه آزادی</th>
<th>مجموع مقدار</th>
<th>میانگین مقدار</th>
<th>درجه آزادی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>رگرسیون</td>
<td>2.196</td>
<td>۰.۰۸۳</td>
<td>۳۸۲</td>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>۰.۰۱۹</td>
<td>۳۸۲</td>
</tr>
<tr>
<td>بقیه مقدار</td>
<td>۲۶.۵۷۶</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td>کل</td>
<td>۳۳.۷۶۶</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معنایی داری خطای آزمون f برای سطح اطمینان ۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطي رگرسیون برای بررسی تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی در میان شهرشوندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متفاوت مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول شماره ۵. نتایج ضریب رگرسیون تک‌متغیری تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی

<table>
<thead>
<tr>
<th>P</th>
<th>T</th>
<th>ضرایب استاندارد</th>
<th>ضرایب غیر استاندارد</th>
<th>متغیر پیش‌بین</th>
<th>مقدار ثابت</th>
<th>شیکه‌های اجتماعی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BETA</td>
<td>SE</td>
<td>B</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>۴۵.۱۳۴</td>
<td>-</td>
<td>۰.۰۰۶</td>
<td>۲.۷۰۷</td>
<td>۰.۲۵۵</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>۵.۱۵۵</td>
<td>۰.۲۵۵</td>
<td>۰.۰۱۹</td>
<td>۰.۱</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معنایی خطای آزمون کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه اصلی تأیید می‌شود و شیکه‌های اجتماعی بر اصلاح الگوی مصرف غذایی در میان شهرشوندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر مثبت میاناداری دارد. همچنین ضریب با تا نشان می‌دهد که شیکه‌های اجتماعی از ۰.۲۵۵ از
تغییرات مربوط به اصلاح الگوی مصرف غذایی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

شیکه‌های اجتماعی بر مصرف غذایی به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل تأثیر متغیری دارد.

جدول شماره۲۰: خلاصه مدل رگرسیون بای تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر مصرف غذایی به سبک طب سنتی

<table>
<thead>
<tr>
<th>ضریب تعیین تعیین شده</th>
<th>ضریب تعیین</th>
<th>ضریب همبستگی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱۲۱۲</td>
<td>۱۶۲</td>
<td>۰.۰۴۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا ضریب همبستگی بین شیکه‌های اجتماعی و مصرف غذایی به سبک طب سنتی در میان شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل برای ۰.۴۰۵ (ضریب همبستگی معنادار است) و ضریب تعیین برای ۰.۱۶۲ است. چنانچه آماره‌های دوربین-واتسون در بیشتر قابل قبول بوده که عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره‌های دوربین واتسون برای ۱.۵۹۱۲ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته می‌شود.

جدول شماره۲۰: نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه برای تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر مصرف غذایی به سبک طب سنتی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معاناداری</th>
<th>F</th>
<th>میانگین مجزات</th>
<th>درجه آزادی</th>
<th>مجموع مجزات</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>۷۵.۰۹۱</td>
<td>۲۰.۲۸۹</td>
<td>۱</td>
<td>۲۰.۲۸۹</td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۰.۲۷۳</td>
<td>۳۸۲</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۱۰۴.۲۳</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۲۸۳</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>-</td>
<td>۱۲۴.۷۱۹</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون فرای سطح اطمینان ۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون برای بررسی تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر مصرف غذایی به سبک طب سنتی
در میان شهرهای شرودن بالای 18 سال شهر اردبیل بدون مناع است و یا به عنوان متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارند.

جدول شماره 8 نتایج ضریب رگرسیون تک متغیری برای تأثیر شیب‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی

<table>
<thead>
<tr>
<th>P</th>
<th>T</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>ضریب吉林 استاندارد</th>
<th>متغیر پیش‌بین</th>
<th>مقدار ثابت</th>
<th>شبکه‌های اجتماعی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2000</td>
<td>0.024</td>
<td>-0.19</td>
<td>0.119</td>
<td>0.183</td>
<td>0.035</td>
<td>شبکه‌های اجتماعی</td>
</tr>
<tr>
<td>2000</td>
<td>0.07</td>
<td>-0.055</td>
<td>0.035</td>
<td>0.135</td>
<td>0.305</td>
<td>شبکه‌های اجتماعی</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا، با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از 0.01 است، بازاریابی می‌تواند که رضایی فریب 1 تأیید شود و شبکه‌های اجتماعی بر مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی در میان شهرهای شرودن بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر مثبت معناداری دارد. همچنین ضریب بنا نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی از تغییرات مربوط به مصرف تغذیه‌ای به سبک طب سنتی شهرهای بالای 18 سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند. - شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فود‌ها در میان شهرهای شرودن بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر معناداری دارد.

جدول شماره 9. خلاصه‌ی مدل رگرسیون برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها

<table>
<thead>
<tr>
<th>ضریب همبستگی همبستگی</th>
<th>ضریب تعیین</th>
<th>ضریب تعیین تعیین شده</th>
<th>دوربن وانسون</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0.378</td>
<td>0.14</td>
<td>0.143</td>
<td>1.549</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا، ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و مصرف فست فودها در میان شهرهای شرودن بالای 18 سال شهر اردبیل برابر 0.378 (ضریب همبستگی معناداری 0.01).
است و ضریب تغییر پیش‌بینی 0.143 است. بنا به چنانچه آماره‌های دو نتیجه و اینکه آماره‌های دو نتیجه، می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می‌شود.

جدول شماره 10: نتایج تحلیل واریانس برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معناداری</th>
<th>F</th>
<th>مینکین</th>
<th>درجه‌ی آزادی</th>
<th>مجموع مجدورات</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>رگرسیون</td>
<td>20.995</td>
<td>1</td>
<td>20.995</td>
<td>0.12</td>
</tr>
<tr>
<td>باقیمانده</td>
<td>126.214</td>
<td>1</td>
<td>126.214</td>
<td>0.33</td>
</tr>
<tr>
<td>کل</td>
<td>147.21</td>
<td>2</td>
<td>147.21</td>
<td>0.01</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا و با توجه به اینکه سطح معناداری خطا هزینه آزمون آ برای سطح اطمینان 0.05 است بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها در میان شهرهای باز در شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول شماره 11: نتایج ضریب رگرسیون تک متغیره برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فودها

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>P</th>
<th>T</th>
<th>ضرایب استاندارد</th>
<th>ضرایب غیر استاندارد</th>
<th>متغیر پیش‌بینی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>BETA</td>
<td>3.714</td>
<td>-</td>
<td>0.12</td>
<td>3.714</td>
<td>مقدار ثابت</td>
</tr>
<tr>
<td>SE</td>
<td>0.12</td>
<td>-</td>
<td>0.12</td>
<td>0.039</td>
<td>شبکه‌های اجتماعی</td>
</tr>
<tr>
<td>B</td>
<td>0.39</td>
<td>-</td>
<td>0.378</td>
<td>0.308</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
طبق نتایج جدول بالا، با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون کمتر از 0.01 است، بنابراین می‌توان گفت که نتیجه فرایند ۲ تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فست فوودا در میان شهرنشینان بالای ۱۸ سال شهر ارزیابی ارتباط منفی معنی‌داری دارد. همچنین ضریب بتن نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در تغییرات مربوط به مصرف فست فوودا در میان شهرنشینان بالای ۱۸ سال شهر ارتبیل را پیش‌بینی می‌کند.

- شبکه‌های اجتماعی بر اینمی غذا در میان شهرنشینان بالای ۱۸ سال شهر ارتبیل تأثیر معناداری دارد.

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>دوربین واتسون</th>
<th>ضریب تعیین (شده)</th>
<th>ضریب همبستگی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱.۷۳۳</td>
<td>۰.۱۱۴</td>
<td>۰.۳۴۱</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا، ضریب همبستگی بین شبکه‌های اجتماعی و ایمنی غذا در میان شهرنشینان بالای ۱۸ سال شهر ارتبیل برابر ۰.۳۴۱ (ضریب همبستگی معنادار است) و ضریب تعیین برابر ۰.۱۱۴ است. پیشنهاد آماری دوربین-واتسون در پایدار قابل قبول ۱.۵ تا ۲.۵ قرار گیرد عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته می‌شود. با توجه به اینکه آماره دوربین واتسون برابر ۱.۷۳۳ است، بنابراین می‌توان گفت که عدم همبستگی بین خطاهای پذیرفته می‌شود.

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معناداری</th>
<th>F</th>
<th>درجه آزادی</th>
<th>مجموع مجدرورات</th>
<th>رگرسیون</th>
<th>پایش‌های</th>
<th>کل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۰.۰۰۰</td>
<td>۵۰.۱۳۲</td>
<td>۲۰.۲۶۴</td>
<td>۵۰.۲۶۴</td>
<td>۲۰.۲۶۴</td>
<td>۲۰.۲۶۴</td>
<td>۱۵۲.۴۱۱</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>۰.۴۳۳</td>
<td>۳۸۲</td>
<td>۳۸۲</td>
<td>۳۸۲</td>
<td>۳۸۲</td>
<td>۱۷۴.۷۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول بالا، با توجه به اینکه سطح معناداری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰.۹۹ کمتر از ۰.۰۱ است، بنابراین می‌توان گفت که استفاده از مدل خطی
بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف تغذیه در...

169

رگرسیون برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهرهولان بالای 18 سال شهر اردبیل بدون مانع است و یا به عبارتی متغیر مستقل توان پیش‌بینی متغیر وابسته را دارد.

جدول شماره 14. نتایج ضریب رگرسیون تک متغیره برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا

<table>
<thead>
<tr>
<th>P</th>
<th>T</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>ضریب غیر استاندارد</th>
<th>متغیر پیش‌بینی</th>
<th>مقدار ثابت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>14.88</td>
<td>-</td>
<td>2.26</td>
<td>0.133</td>
<td>0.3263</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>7.08</td>
<td>0.341</td>
<td>0.043</td>
<td>0.341</td>
<td>7.08</td>
</tr>
</tbody>
</table>

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح محتوا اکثریگری خطای آزمون کمتر از 0.01 است، بنابراین میتوان گفت که فرضیه فرعی 3 تأیید می‌شود و شبکه‌های اجتماعی بر ایمنی غذا در میان شهرهولان بالای 18 سال شهر اردبیل تأثیر مثبت ممکن دارد. همچنین ضریب بافت نیاز می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی 0.241 از تغییرات مربوط به ایمنی غذا در میان شهرهولان بالای 18 سال شهر اردبیل را پیش‌بینی می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

با استفاده از چهارچوب نظری تحقیق نیز می‌توان اینگونه نتایج کرد که بر اساس نظریه‌های کارکردی رسانه، شبکه‌های اجتماعی تلفن‌گرام، اینستراگرام و ویس بک توانسته‌اند ارزش‌ها و هنجاره‌های مشترک در رابطه با ارور تغذیه با رعایت ایمنی غذایی را به حمایت ترویج دهند و آن را بر اساس هنجره‌های کلی جامعه و سلامت جامعه جا بیاندازند. در ارتباط با نظریه‌ی سبک زندگی بوردوی بی نیز شبکه‌های اجتماعی تلفن‌گرام، اینستراگرام و ویس بک داشتن الغوهای غذایی ایمن را به عنوان امری که می‌تواند در ساختار جامعه تمازگا باشد، گسترده‌اند و کاربران آنها با انتخاب الغوهای غذایی ایمن، حس تماس باز بودن را در رابطه با امر تغذیه ایجاد کرده‌اند. نتایج این تحقیق با تحقیقات متعدد و
فصل ی هطالعات جاهزی ضریبیه اجتماعی تلغرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهرهولدن بالاتر 18 سال شهر ارتفاع افرازیش یابد، الگوی مصرف تغذیه شهروندان بهبود یافته و اصلاح می‌شود.

در رابطه با فرضیه فرعی 1 تحقیق و طبق نتایج به دست آمده، در نتیجه این فرضیه می‌تواند گفت که: هرچه مرتبه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلغرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهرهولدن بالاتر 18 سال شهر ارتفاع افرازیش یابد، مصرف فست فودهای در میان شهرهولدن کاهش می‌یابد. این افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهرهولدن با مضاربت فست فودهای آشنا شده و به واسطه مشغل خانواده کاری از فست فودهای استفاده نمی‌کند. از غذایی کنسرو شده کمتر استفاده می‌کنند. در برنامه غذایی خانواده هم‌واره سبزیجات، لیتو و میوه‌ها را قرار می‌دهند و نزدیک به غذایی خانگی بیشتر اعتماد پیدا می‌کنند.

در رابطه با فرضیه فرعی 2 تحقیق و طبق نتایج به دست آمده، در نتیجه این فرضیه می‌تواند گفت که: هرچه مرتبه استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلغرام، اینستاگرام و فیس بوک در بین شهرهولدن بالاتر 18 سال شهر ارتفاع افرازیش یابد، توجه به ایمنی غذایی در میان شهرهولدن افزایش می‌یابد. این افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهرهولدن یاد
پرسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف تغذیه در... / 171

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را بر اساس الگوهای مصرفی اصلاح شده و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را بر اساس الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را به دو دست از الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را به دو دست از الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را به دو دست از الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را به دو دست از الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.

پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی حوزه‌های فرهنگی و تغذیه‌ای با کاشت و کاربرد و ترویج الگوهای مصرف تغذیه‌ای مناسب و سالم در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و فیس بوک، سیب زنده‌گی افراد جامعه را به دو دست از الگوهای مصرفی مناسب و سالم شکل دهد.
منابع
_ افراصیابی، محمدصادق. (1392). مطالعات شیکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان. تهران: انتشارات سیمای شرق.
_ آقایاری هیر، ترکل؛ عباس زاده، محمد؛ محمدی، ابراهیم. (1397). مطالعه ارتباط تمایز‌طلبی و دانش تغذیه‌ای با گروه مصرف غذای غیرخانگی (مورد مطالعه: شهرهند 15 ساله و بالای شهر تبریز). مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، دوره 15، شماره 1، صص 112-79.
_ امیرپور، مهران و کرویونی، مریم. (1393). تأثیر شیکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان، فصلنامه دانش اجتماعی خراسان شمالی، دوره اول، شماره 3، صص 39-23.
_ باقری، معصومه؛ رضا دوست، کریم؛ اوینی، محمود؛ مولایی زاده، الهه. (1395). بررسی اثر عامل جهانی شدن بر دگرگونی گروه تغذیه، فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره 10، شماره 2، صص 66-79.
_ جمشیدی حسن آبادی، اسماعیل؛ رضایی، مصطفی. (1395). نقش شیک‌های اجتماعی در اصلاح گروه مصرف انرژی، درمین همایش ملی رسانه‌های ارتباط و آموزش‌های شهری.
_ عبده، فاطمه؛ عظیمی، کاشانی، زهرا؛ میرهباز، پروین؛ استکی، ترانه. (1394). بررسی و مقایسه الگوی مصرف غذایی در ایران و چین: یک مقاله مورری، مجله دانشگاه علوم پزشکی فسا، سال پنجم، شماره 2، صص 167-159.
_ عظیمی، لیلا؛ نامداری، مهرداد؛ پرهاش، محمد. (1397). تأثیر شیکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت ملی و هویت قومی شهرهند 15 ساله، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی شهرهند، سال 26، شماره 18، صص 25-1.
بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوی مصرف تغذیه در...

فتری، حبیب الله؛ جعفری، علی. (1396). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره سوم، شماره 9، صفحه 235-221.


جامعه‌شناسی کاربردی، دوره بیست و هفتم، شماره 1، صفحه 27-22.


فصل‌اهِ
ی هطالعات جاهعِ ضۢاختی ضْزی، سال نهم، شماره سی و پنجم، تابستان ۱۳۹۸/ فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی شهری، سال نهم، شماره سی و پنجم، تابستان ۱۳۹۸