



تبیین جامعه شناختی مصرف نان (مورد مطالعه شهروندان ساکن در مناطق ۳، ۷ و ۱۹ شهر تهران)

بیژن زارع^۱، صلاح الدین قادری^۲، لیلا نوری^۳، محمدرضا سابقی^{۴*}

۱- دانشیار دانشگاه گروه جامعه شناسی دانشگاه خوارزمی.

۲- استادیار گروه جامعه شناسی دانشگاه خوارزمی.

۳- دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دامغان.

۴- دانشجوی دکتری رشته سیاستگذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی.

چکیده

اطلاعات مقاله

نان عنصری مهم و تأثیر گذار در فرهنگ تغذیه و سبک زندگی ما ایرانیان است. این مطالعه به تبیین جامعه شناختی مصرف این کالای اساسی در میان شهروندان تهرانی می پردازد. جامعه آماری آن را کلیه شهروندان تهرانی ساکن در مناطق ۳، ۷ و ۱۹ تشکیل می دهد. با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر انتخاب و داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. روش تجزیه و تحلیل داده ها مدل سازی معادله ساختاری به عنوان یکی از روش های چند متغیره کمی بوده است. داده های گردآوری شده از طریق نرم افزار Amos مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر این اساس یک مدل نظری برآورد شده است که در آن سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی (اعتماد اجتماعی) متغیرهای بیرونی و مستقل را تشکیل داده و متغیر مصرف نان نیز به عنوان متغیر درونی و وابسته به مدل وارد شده است. همچنین متغیر سبک زندگی نقش متغیر میانجی را در مدل ایفا می کند. مبنای شکل گیری این مدل نظری، نظریه پیوریدیو بوده است. یافته ها نشان می دهند که در کل داده های تجربی مدل نظری را پشتیبانی می کنند. یعنی مصرف نان در چارچوب مدل مورد نظر قابل تبیین است. از میان فرضیه های مختلف دو فرضیه که بیانگر ارتباط سبک زندگی و اعتماد اجتماعی با مصرف نان بوده اند مورد تأیید قرار گرفته اند. سایر متغیرها به طور مستقیم با مصرف نان ارتباط دارند اما این ارتباط ضعیف بوده و لذا فرضیه های مرتبط با آنها از نظر آماری قابل تأیید نیستند. البته دو متغیر سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی نیز ارتباط معناداری با متغیر سبک زندگی دارند. این امر می تواند به معنای اثرگذاری غیر مستقیم آنها بر متغیر مصرف نان باشد.

تاریخ های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

کلمات کلیدی:

مصرف نان،

سبک زندگی،

سرمایه اقتصادی،

اعتماد اجتماعی،

سرمایه فرهنگی.

DOI: 10.52547/fsct.18.119.275

* مسئول مکاتبات:

mohammad.reza.sabeghi@gmail.com

۱- مقدمه

نان علاوه بر اینکه به عنوان یک کالای استراتژیک همواره موضوع سیاستگذاری های دولت قرار داشته، در فرهنگ و سبک زندگی مردم نیز از جایگاه خاصی برخوردار است. از آنجایی که این دو عنصر پیوسته در حال تغییر هستند می توانند هرگونه رفتار انسان و از جمله مصرف و مصرف نان را تحت تأثیر قرار دهند. دگرگونی ها و تغییرات در یک فرآیند تاریخی رخ می دهند و به معنای جریان مداوم یک سری از حوادث، پدیده ها و کنش هایی هستند که در مجموع به تغییر اجتماعی می انجامند [۱] و این دگرگونی ها و تغییرات شامل سبک و شیوه زندگی افراد که مصرف بخش عمده ای از آن را شکل می دهد نیز می شود. در واقع طرز زندگی معمولاً از طریق ارزش ها و هنجارهای مصرف شناخته می شود که ناشی از تمایز فزاینده جوامع سرمایه داری پیشرفته است.

مانند همه جوامع در حال دگرگونی در دهه های اخیر، جامعه ایران نیز دچار دگرگونی در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... شده است. تغییراتی علاوه بر الگوی مصرف در ساختارهایی چون عقاید، ارزش ها و ایده آل ها و سبک زندگی به وجود آمده است. الگوی مصرف، وسایل خانگی، تزیینات منزل، خوراک، پوشاک، رفتارهای مرتبط با سلامت و بهداشت و... که می توان از آن ها به عنوان سبک زندگی نام برد، در این سال ها به شدت تغییر کرده است که این تغییرات در ابعاد مختلف زندگی قابل مشاهده است.

همانطور که پیشتر نیز اشاره شد یکی از مهمترین این ابعاد میزان و چگونگی مصرف نان است. در واقع مصرف به طور کل و مصرف نان به طور خاص را بایستی در بستر شیوه زندگی و به مثابه جزئی از آن مورد بررسی قرار داد. افراد در زندگی روزمره خود و در بستر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی کلان اجتماعی از جایگاه خاصی برخوردارند. در هر دوره ای به واسطه شرایط کلی حاکم بر جامعه این جایگاه نیز متفاوت خواهد بود. به همین خاطر می توان گفت که رفتار آنها به طور کل و رفتار مصرفی شان به ویژه نوع و میزان نان مصرفی بسیار تحت تأثیر این جایگاه قرار می گیرد.

در ایران هر سال به منظور تأمین امنیت غذایی آحاد مردم ایران مبالغ زیادی برای تأمین یارانه مصرفی نان در بودجه دولت لحاظ می شود به طوری که هرساله بیش از سایر کالاهای مصرفی یارانه به نان اختصاص می یابد. یارانه نان که نوعی پرداخت انتقالی از طرف دولت به مصرف کنندگان می باشد در تعدیل شکاف درآمدی گروه های کم درآمد و پردرآمد نقش موثری ایفا نموده است [۲]. برای مثال طبق آمار سال ۱۳۹۷ دولت ۳۳۰۰ میلیارد تومان برای خرید تضمینی گندم در تبصره ۱۴ لایحه پیش بینی کرده است. در بودجه امسال در مجموع ۵ هزار میلیارد تومان برای خرید تضمینی گندم گذاشته شد که ۱۷۰۰ میلیارد تومان یارانه برای خرید تضمینی گندم نیز در جدول ۹ لایحه بودجه پیش بینی شده است. چون خرید تضمینی گندم در واقع به نوعی پرداخت یارانه به نان است.

نوع سیاستگذاری دولت در زمینه نان به نوعی یکی از متغیرهای اصلی شکل دهنده سبک مصرف نان بوده و همچنین میزان مصرف و میزان ضایعات آن را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. بنابر این مصرف نان محصول سیاستگذاری های دولت از یک طرف و فرهنگ مصرف نان از سوی دیگر است. دولت سیاست های خاص خود را هرسال پیش می برد و بنابر این سیاستگذاری نان موضوع این پژوهش نیست و ممکن است در مطالعات دیگری به طور خاص بدان پرداخته شود. ما در اینجا قصد داریم به نقش موقعیت افراد به عنوان مصرف کنندگان نان در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی و همچنین فرهنگی پردازیم.

جایگاه انسان ها در ساختار سلسله مراتب اجتماعی و اقتصادی و حتی فرهنگی جامعه در زمان های مختلف و در جوامع گوناگون متفاوت است. بعلاوه در یک زمان مشخص و در یک جامعه معین نیز افراد از جایگاه متفاوتی در این ساختارها برخوردار هستند. این جایگاه را تا حدود زیادی ترکیب و حجم سرمایه افراد تعیین می کند. در واقع افراد از میزان و ترکیب متفاوتی از انواع سرمایه برخوردار هستند. آنها از نظر میزان برخورداری از سرمایه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در وضعیت متفاوتی به سر می برند. مصرف و به ویژه مصرف نان چه به صورت مستقیم و چه غیر مستقیم از این تفاوت ها تأثیر می پذیرد. زیرا این تفاوت ها به سبک ها و شیوه های زندگی

دامنۀ وسیعی از مطالعات فرهنگی را به هم مرتبط می‌کند [۴]. همچنین انتخاب نان برای مصرف، فقط بخاطر طعم نان، یا ارزش غذایی آن نیست؛ بلکه تحت تأثیر عوامل محیطی، پایگاه اجتماعی، فرهنگی و گرایش‌های دینی افراد شکل می‌گیرد. در این میان به ویژه میزان برخورداری افراد از سرمایه‌های مختلف می‌تواند در میزان و شیوه و نوع مصرف نان تفاوت ایجاد کند. با توجه به آنچه گفته شد پژوهش حاضر قصد دارد تا در یک کار تجربی با مطالعه میزان و نوع برخورداری مردم از انواع مختلف سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین میزان و شیوه و نوع نان مصرفی در خانواده‌های شهر تهران در منطقه سه، هفت و نوزده بتواند مصرف نان به عنوان بخشی از شیوه و سبک زندگی افراد را با نگاه جامعه‌شناختی تبیین کند.

در پی پاسخگویی به این سوال اصلی هستیم که آیا تفاوت در سرمایه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و در نتیجه تفاوت در سبک زندگی منجر به تفاوت در مصرف نان می‌شود. آیا پاسخگویانی که از میزان متفاوتی از انواع سرمایه برخوردارند دارای سبک زندگی متفاوتی نیز هستند. آیا کسانی که سبک زندگی متفاوتی دارند در مصرف نان نیز متفاوت هستند. در اینجا مصرف نان به مصرف نان‌های سنتی و مصرف نان‌های صنعتی تقسیم شده است. پس می‌خواهیم بدانیم آیا افزایش یا کاهش در متغیرهای مستقل یاد شده به افزایش یا کاهش مصرف نان سنتی یا صنعتی می‌شود.

هدف این است تا با شناخت بیشتر به راهکارهایی مناسب جهت ارتقاء کیفیت مصرف نان جامعه ایرانی و جلوگیری از اسراف آن دست یابد.

۲- مروری بر پیشینه تجربی و ادبیات نظری

یکی از قسمت‌های مهم تحقیق علمی، مرور تحقیقات پیشین است که به محقق کمک می‌کند بینش وسیع‌تری نسبت به موضوع مورد نظر خود به دست آورد. پیش از انجام این تحقیق مروری داشته‌ایم بر برخی از مطالعات داخلی و خارجی که خلاصه‌ای از آنها در جدول زیر آمده است.

متفاوتی می‌انجامد و نان عنصری ثابت در منظومه سبک زندگی ایرانیان است.

به واسطه تغییر و تحولات گسترده و عمیقی که به وجود آمده است، جامعه ایران و به ویژه شهر تهران همواره دربردارنده و پرورش دهنده فرهنگ‌های متنوع و گوناگونی بوده است. در هر فرهنگ یا خرده فرهنگ شیوه و سبک زندگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است [۳]. این شیوه‌های گوناگون نه تنها از زندگی، لذت و ارزش روایت‌های متفاوتی دارند که حتی از امور عینی رخ داده در گذشته نیز روایت‌های مختلفی دارند.

این شیوه‌های متفاوت زندگی، ناشی از برخورداری از میزان و ترکیب متفاوتی از انواع سرمایه است. شیوه‌های زندگی جهان‌های متفاوتی می‌سازد که در عین تفاوت‌های عمیق و بنیادی با یکدیگر در نهایت از جریان‌های موجود در یک جامعه نشأت می‌گیرند [۳].

به این ترتیب عادات غذایی، نوع پوشش، نوع رفتار اجتماعی، اهداف و مقاصد که افراد انتخاب می‌کنند، میزان پایبندی به قواعد جمعی، کار، شیوه‌های گذراندن اوقات فراغت و... در مجموع سبک زندگی هر کسی را بوجود می‌آورند. این سبک زندگی نیز برآیند میزان برخورداری از انواع مختلف سرمایه است. به عبارت دیگر افراد دارای انواع و میزان سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی متفاوت دارای سبک زندگی متفاوتی هستند. از آنجایی که مصرف و به ویژه مصرف نان جزوی از سبک زندگی به شمار می‌روند بنابر این می‌توان ادعا کرد که در صورتی که افراد از انواع سرمایه متفاوتی برخوردار باشند شیوه و نوع و میزان مصرف نان آنها نیز متفاوت خواهد بود. بنابراین ما می‌توانیم مصرف نان را در چارچوب سبک زندگی نگریسته و از این نگاه تبیین کنیم.

در تعریفی ساده و کلی می‌توان سبک زندگی را شیوه زندگی یا به نحو دقیق‌تر الگوها و شیوه‌های زندگی روزمره تعریف کرد که نه تنها شامل الگوهای فردی مطلوب از زندگی، بلکه شامل تمام عادات و روش‌هایی می‌شود که فرد یا اعضای یک گروه به آنها خو کرده یا عملاً با آنها سر و کار دارد. نان نیز می‌تواند بخشی از فرایند باشد. البته غذا در حقیقت یک واسطه است که

Table 1 A summary of external and internal research related research

Row	writer	year	subject	Statistical Society	Results
1	Minette Society	1988	Lifestyle in Britain	British Youth and Women	Paying where people go, where do they get money, spending money on the house and its necessities, the cost of food, drink and tobacco, spending on education and spending, personal expenses, travel expenses, health and education costs, The cost of insurance and retirement, savings, taxes, youth and lifestyle, women and lifestyle, the most important items and indicators
2	Blackstar	The four variables of lifestyle such as habits, patterns of smoking and alcohol, changing exercise and leisure activities in relation to the social status scales of respondents used to chart patterns of health expectations
3	Becker Demirtash et al	2018	Bread consumption habits and the amount of waste it consumes: A sample of Hataa Turkey	Bread consumer in downtown	The findings indicate that the amount of consumed bread per person is 278 grams per day and 7 percent of the whole family's bread consumption is lost without any consumption. It is also the most common type of traditional bread and plate. Bakers are the most common places to buy bread. Consumers usually buy bread twice a day, and the main considerations for consumers to buy bread is that the centers are managed in accordance with health requirements and quality materials are used in the bread production process.
4	Mohammad Reza Arsalan Bad and Moharram Mehrania	1379	Factors Affecting Bread Wastes: A Case Study in Urmia	Households living in Urmia	The findings of this research show that there is a direct correlation between household bread wastes with household income and daily consumption of people and households. But there is an inverse relationship between the waste of bread and the amount of education of the head of household. Also, there is a direct relationship between the amount of bread waste in the bakery and the amount of its flour quota, and there is a reverse relationship between bread waste and labor experience and fermentation time.
5	Khalil Heydari and Elham Ismaili Pur	1389	A survey of bread patterns in Iran	Iran	The results of this study indicate that bread is a necessary commodity for urban and rural households, which, given infinite subsidies, has a small share of household expenditure. Also, the distribution of bread consumption among the various income groups is almost balanced.
6	Amir Hossein Ali Beigi and colleagues	1390	Bread Waste Reduction Solutions Among Housewives in Kermanshah City	Kermanshah Housewives	Among the various income groups, women in high income and middle-income families of Kermanshah had the lowest and most attention to proper use of bread respectively.
7	Karim Naderi Mahdi and colleagues	1391	Investigating Factors Affecting Bread Wastes: a Case Study in Bahar	People visiting the bakeries of this city.	Descriptive results of Shanan show that the lack of monitoring of bakery work, the lack of realistic price of flour and the lack of skill and expertise of bakery workers from the perspective of respondents are among the most important factors. Increasing bread waste in the community.
8	Somayeh Nouri and Co-operation	1394	A Survey on the Satisfaction of Consumers with the Quality of Bread Modified by Additives: A Case Study of Alborz Province	Visitors to the barbarian bakery in Alborz province	Satisfaction of consumers with flavor, smell, appearance, color and glaze, quality, satisfaction with the purchase and quality of bread has been meaningful with the time of Barbie bread with all three types of additive (baking soda, water, and odor).

[Downloaded from fsct.modares.ac.ir on 2024-04-19]

[DOR: 20.1001.1.20088787.1400.18.119.3.3]

[DOI: 10.52547/fsct.18.119.275]

واقعیت این است که مطالعات جامعه‌شناختی به ویژه در داخل کشور در حوزه نان بسیار اندک است. معدود مطالعاتی هم که انجام گرفته است خارج از حوزه جامعه‌شناسی هستند. هرچند برخی از متغیرهای اجتماعی در آنها مد نظر قرار گرفته است با این حال نمی‌توان گفت که تبیین ارائه شده در این پژوهش‌ها تبیینی جامعه‌شناختی است. به همین خاطر وجود یک نوع خلأ مطالعاتی در این مورد احساس می‌شود. این پژوهش از این نظر نوآورانه بوده و تلاش خواهد کرد تا گوشه‌هایی از این خلأ مطالعاتی فرهنگی و جامعه‌شناختی را پر نماید.

۳- تعریف مفاهیم و چارچوب نظری تحقیق

نان یک کالای مصرفی است. از این جهت می‌توان در تبیین مصرف نان از نظریه‌های مختلف جامعه‌شناختی که به مصرف در معنای کلی آن می‌پردازند استفاده کرد. این دست از نظریات بیشتر در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی مطرح بوده و تبیینی فرهنگی از رفتارهای مصرفی ارائه می‌دهند. با این حال می‌توان مصرف نان را به عنوان کنشی اجتماعی در چارچوب نظریه‌های مختلف جامعه‌شناختی تبیین نمود. تأکید این مطالعه از یک طرف بر تأثیر مولفه‌های اجتماعی همچون اعتماد اجتماعی بر مصرف نان و از طرف دیگر استفاده از مولفه‌های سرمایه فرهنگی و سبک زندگی برای توضیح چگونگی مصرف نان در بین شهروندان تهرانی است.

درواقع منطق و مبنای نظری این مطالعه بر سبک زندگی و مصرف قرار دارد. می‌خواهیم از یک طرف ارتباطی برقرار کنیم بین سبک زندگی و جایگاه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی افراد و طرف دیگر بین خود سبک زندگی و مصرف نان. متغیر سبک زندگی نقش یک متغیر واسطه و میانجی را دارد. در این مورد نظریه پیر بوردیو بیشترین کمک را به تبیین موضوع می‌کند. بوردیو در کتاب تمایز بیشترین بحث‌های خود را به سبک زندگی اختصاص داده و کوشیده که بنیان نظری محکمی برای تحلیل مصرف پدید آورد. طبق نظر وی در دنیای جدید مردم همان اندازه که بر مبنای ظرفیت تولیدشان ارزیابی می‌شوند، بر حسب ظرفیت مصرفشان نیز ارزیابی می‌شوند (بوردیو، ۱۹۸۴: ۳۱۰) و مصرف را چیزی فراتر از خواسته‌های زیستی

انسان می‌داند و الگوهای مصرف را اصلی‌ترین بروز سبک‌های زندگی تلقی می‌کند [۵] علاوه بر این از دیدگاه بوردیو در تبیین ارتباط بین سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی)، سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی با مصرف نان سود خواهیم جست. بوردیو معتقد است که جایگاه و پایگاه اجتماعی افراد در ساختار طبقاتی جامعه را ترکیبی از انواع سرمایه مشخص می‌کند. او هر طبقه را ترکیبی از سه سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌داند که اعضای هر طبقه در هر میدان جایگاه مخصوصی دارند [۶] درواقع ساخت طبقاتی از طریق ترکیب انواع سرمایه و به وسیله گروه‌ها روشن می‌شود. البته لازم به ذکر است که ساخت طبقاتی یک سلسله مراتب ساده نبوده و در درون هر یک از این طبقات شاخه‌های گوناگونی وجود دارد که در درجه اول مربوط به ترکیب انواع سرمایه و در درجه دوم مربوط به منشأ سرمایه و مدت زمانی است که فرد این ترکیب را در اختیار دارد [۷]. بدین ترتیب مهمترین مفاهیم به کار رفته در این مطالعه عبارت است از سبک زندگی، سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی)، سرمایه فرهنگی، سرمایه اقتصادی و مصرف نان.

۳-۱- سبک زندگی

بوردیو در باره سبک زندگی بر این باور است که سه نوع تعیین اقتصادی انتخابهای افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این تعیین‌ها عبارتند از: ۱- نیازهای عینی و منابع فرد ۲- کلیت فرهنگ مادی ۳- قواعد اقتصاد سیاسی که توزیع عناصر فرهنگی رانیز تحت کنترل دارند. استدلال بوردیو این است که سبک‌های زندگی و سلیقه‌ها از طریق تعامل دائم با فرهنگ مادی ساختار می‌یابند. به علاوه آنکه قواعد اقتصاد سیاسی توزیع سرمایه فرهنگی در جامعه را تحت تأثیر قرار داده و باعث می‌شوند که سلیقه‌های متفاوتی شکل بگیرد. بنابر این از نظر وی سبک‌زندگی پیامد سلیقه یا سلیقه‌ها است [۸]. بوردیو معتقد است که فضای اجتماعی سبک‌های زندگی از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی تشکیل شده است. میدان سبک‌های زندگی در درون فضای اجتماعی و مهمترین عنصرمشکله آن است. در واقع این تحلیل وی بیانگر آن است که چگونه مردم با سرمایه‌های متفاوت، سبک‌های زندگی متمایزی را انتخاب می‌کنند [۹].

۳-۲- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی یکی دیگر از متغیرهای مورد نظر است. البته با توجه به نیاز این پژوهش صرفاً بر اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی تأکید شده است. معمولاً نظریه پردازان سرمایه اجتماعی آن را در سطح خرد به دو بعد شناختی و ساختاری تقسیم می‌کنند. بعد شناختی به بخش نامحسوس سرمایه اجتماعی مانند: ارزش ها، عقاید، نگرش ها، رفتارها و هنجارهای اجتماعی می‌پردازد. بعد ساختاری در زندگی اجتماعی دربرگیرنده ساختارها و شبکه هایی است که حاوی فرایندهای تصمیم گیری جمعی و روشن، رهبران پاسخگو و مسئولیت متقابل است [۱۰] در بعد شناختی سرمایه اجتماعی شامل اعتماد عمومی و نهادی می‌گردد و در بعد ساختاری به مشارکت اجتماعی پاسخگویان اشاره دارد. ما بنا بر ضرورت تحقیق از بعد مشارکت پرهیز کرده ایم و تنها بعد اعتماد را مد نظر قرار داده ایم.

۳-۳- سرمایه فرهنگی

بورديو برای سرمایه فرهنگی سه بعد ذهنی، عینی و نهادی قائل است. بعد ذهنی شامل مجموعه توانایی ها و دانایی های ذهنی و مهارت های عملی و تجربی و رفتاری است که در شیوه ها، ارزش ها و نگرش های خاص فرد تجلی پیدا می‌کند. بعد عینی در کالاهای فرهنگی یافت می‌شود که گروه‌های اجتماعی آنها را مصرف می‌کنند. مانند کتاب، نقاشی، عکس. و بعد نهادی که بیشتر در رابطه با فرآیندی که در آموزش و پرورش رخ می‌دهد مطرح می‌شود. مانند داشتن مدرک تحصیلی از یک دانشگاه معتبر [۱۱].

۴- فرضیه های پژوهش

۴-۱- فرضیه اصلی

فرضیه اصلی پژوهش این است که داده های تجربی گردآوری شده مدل نظری پژوهش را پشتیبانی کرده لذا مدل بر اساس شاخص های برازش در روش مدل سازی معادله ساختاری قابل قبول خواهد بود.

۴-۲- فرضیه های فرعی

فرضیه اول: بین میزان سرمایه های اقتصادی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و مصرف نان (شامل نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: بین میزان اعتماد اجتماعی (اعتماد به صنعت نان کشور) شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف نان (شامل نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: بین میزان سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف نان (شامل نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین میزان سرمایه اقتصادی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین میزان اعتماد اجتماعی (اعتماد به صنعت نان کشور) شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه ششم: بین میزان سرمایه های فرهنگی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

فرضیه هفتم: بین سبک زندگی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف نان (شامل نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد.

۵- روش شناسی

در این تحقیق برای توصیف داده‌ها از شاخص‌های حدوسط، پراکنندگی و توزیع و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنباط آماری از تحلیل چند متغیره مدل سازی معادلات ساختاری استفاده خواهد شد. بدین منظور از نرم افزارهای آماری SPSS و Amos Graphic استفاده می‌شود. نرم افزار آماری SPSS برای توصیف و تحلیل یک متغیره و نرم افزار آموس برای ارائه مدلی تبیینی و آزمون فرضیات به کار می‌روند. لازم به ذکر است که واحد مطالعه در این تحقیق را پاسخگویان تشکیل می‌دهند. همچنین میزان آلفای کرونباخ و تعریف عملیاتی متغیرها آنگونه که در گزارش مدل سازی معادله ساختاری

محلات منتخب با شروع تصادفی از هر سه خانه یکی برگزیده شده و با سرپرست و یا یکی از اعضای بالای ۱۸ سال ساکن آن خانه مصاحبه شده و داده های لازم از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. همچنین برای تعیین حجم نمونه از فرمول مشهور کوکران استفاده شده است. بر طبق این فرمول و با سطح خطای ۵ درصد حجم نمونه برای جامعه آماری مورد نظر برابرست با ۳۸۴ نفر. در جدول زیر جمعیت، تعداد خانوار ساکن در شهر تهران به تفکیک مناطق و نیز تعداد جمعیت به تفکیک جنسیت بر اساس سالنامه آماری شهر تهران در سال ۱۳۹۵ آمده است.

Table 2 The Population and number of households in Tehran divided by regions and according to the statistical journal of Tehran in 1395

Area	Total	household	sample size
3	330649	119052	146
7	312194	115930	142
19	261027	79515	96
Sum	903870	314497	384

مرسوم است در قالب جدولی در بخش یافته های تبیینی آمده است.

جامعه آماری این پژوهش عبارت است از کلیه شهروندان تهرانی بالای ۱۸ سال ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده. علت انتخاب این سه منطقه این است که نماد سه منطقه توسعه یافته، دارای توسعه متوسط و کم توسعه هستند. شیوه نمونه گیری در این پژوهش به روش تصادفی چند مرحله ای خوشه ای می باشد. در مرحله اول از هر منطقه به طور تصادفی یک یا چند ناحیه را انتخاب کرده سپس از میان ناحیه های هر منطقه منتخب یک محله را به صورت تصادفی انتخاب نموده و در مرحله نهایی در

همچنین میانگین سنی پاسخگویان $30/47$ و انحراف معیار آن $7/72$ است. جوان ترین پاسخگو ۱۸ و مسن ترین پاسخگو نیز ۶۲ سال سن دارد. هیچ فرد بیسوادی بین پاسخگویان وجود نداشته و تنها ۱٫۱ درصد از آنها اعلام کرده اند که سواد پایین تر از دیپلم دارند. همچنین سواد $42/6$ از پاسخگویان نیز دیپلم، فوق دیپلم و یا حوزوی است. $45/2$ درصد نیز در گروه افرادی قرار دارند که تحصیلات آنها لیسانس و یا حوزوی است. $11/2$ درصد نیز اعلام کرده اند که دارای تحصیلات دکتری یا فوق لیسانس هستند. از نظر تأهل نیز حدود ۵۹ درصد متأهل و ۲۷ درصد نیز مجرد هستند. همچنین ۱۰ درصد مطلقه بوده و حدود ۴ درصد نیز گفته اند که همسرشان فوت کرده است.

۶-۱- مصرف نان سنتی

منظور از نان های سنتی مصرف نان هایی مانند لواش، سنگک، تافتون و بربری است. همانطور که داده ها و اطلاعات جدول زیر نشان می دهد، همه پاسخگویان در هر سه منطقه ۳، ۷ و ۱۹ از نان های سنتی مصرف می کنند. حدود ۳۵ درصد گفته اند که مصرف نان های سنتی آنها زیاد است. نزدیک ۳۳ درصد نیز گفته اند که تاحدودی نان سنتی مصرف می کنند. اما در مجموع ۳۲ درصد پاسخگویان نیز کم و خیلی کم نان سنتی مصرف می کنند.

لازم به ذکر است که نظرهای متفاوتی در مورد تعداد نمونه مورد نیاز در روش چند متغیرهمدل سازی معادلات ساختاری وجود دارد. طبق دیدگاه دینگ، ویلسر و هارولد در روش مدل سازی معادلات ساختاری تعداد ۱۰۰ تا ۱۵۰ نمونه به عنوان حداقل حجم نمونه قابل قبول است. افراد دیگری نیز هستند که ۲۵۰ تا ۵۰۰ نمونه را کافی می دانند. [۱۲] بنا بر این تعداد نمونه ۳۸۴ نفری به نظر برای انجام مدل سازی معادله ساختاری در این مطالعه کافی است.

۶- یافته های تحقیق

از مجموع ۳۸۴ پرسشنامه گردآوری شده، بعد از پالایش داده ها ۳۷۰ پرسشنامه قابل استفاده در تبیین های آماری بود که یافته های تحقیق بر اساس اطلاعات آنها ارائه می شود. یافته های این تحقیق در دو بخش تنظیم شده است. یک بخش آن به تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق اختصاص یافته و بخش دوم تحلیل چندمتغیره یا تبیین رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته را شامل می شود.

یافته ها نشان می دهند که از مجموع کل پاسخگویان ۲۵۵ نفر یعنی حدود ۶۹ درصد مرد و ۱۱۵ نفر معادل ۳۱ درصد زن هستند.

مصرف نان های صنعتی تفاوت قابل توجهی با مصرف نان های سنتی دارد. در اینجا منظور از نان صنعتی هم انواع نان فانتزی است و هم نان های بسته بندی شده مانند «سه نان» و... درحالی که هیچ پاسخگویی نگفته بود که اصلاً نان سنتی مصرف نمی کند ۴۱ درصد گفته اند که اصلاً مصرف نان صنعتی ندارند. همچنین بیش از ۳۲ درصد آنها نیز گفته اند که کم و خیلی کم نان صنعتی مصرف می کنند. تنها ۱۱ درصد زیاد نان صنعتی مصرف می کنند. نزدیک ۱۷ درصد نیز تاحدودی این نوع نان را مصرف می

کنند. همچنین ۳۴/۴ درصد پاسخگویان اعلام کرده اند که اصلاً نان رژیمی مصرف ندارند. حدود ۳۹ درصد نیز کم و خیلی کم این نوع نان را مصرف می کنند. و تنها حدود ۲۸ درصد یعنی کمتر از یک سوم آنها گفته اند که نان رژیمی را تاحدودی و زیاد مصرف می کنند. همانطور که مشاهده می شود در جدول زیر اطلاعات به تفکیک مناطق نیز ارائه شده است. از این نظر یافته ها نشان می دهند که در کل مصرف نان های صنعتی و رژیمی در منطقه ۳ بیشتر از سایر مناطق است.

Table 3 The Distribution of respondents in terms of bread consumption and by region of the municipality of residence

variable	total			Area 19			Area 7			Area 3		
	diet	industrial	Traditional	diet	industrial	Traditional	diet	industrial	Traditional	diet	industrial	Traditional
Much	12	11.1	35.1	11.9	12.4	33	11.6	8.9	30.6	1.4	11.8	40.8
Somewhat	15.9	16.6	32.9	12.8	14.2	30.3	10.7	10.7	38.7	22.6	23.5	30
Low	18.2	21.1	26.6	12.8	15.9	28.4	17.9	24.1	27	22.6	22.8	24.6
very little	19.6	10.2	5.4	18.3	6.2	8.3	20.5	9.8	3.6	19.7	14	4.6
At all	34.4	41	0	44	51.3	0	39.3	46.4	0	22.6	27.9	0
total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

۶-۲- دلایل پایین بودن مصرف نان صنعتی

همانطور که در جدول قبل نشان داده شد به طور کل مصرف نان های صنعتی پایین تر از نان سنتی بوده و این تفاوت قابل ملاحظه است. سؤال دیگری که از پاسخگویان پرسیده شده این است که هر یک از عوامل ارائه شده در جدول زیر تا چه حد در این امر مؤثر است. تقریباً پاسخگویان همه عوامل مطرح شده را در پایین بودن مصرف نان صنعتی مؤثر می دانند اما برای آنها وزن یکسانی قابل نیستند. عدم تناسب نان صنعتی با ذائقه مردم بیشترین تأثیر

را دارد. حدود یک سوم (۳۳ درصد) پاسخگویان تأثیر این عامل در پایین بودن مصرف نان صنعتی را زیاد ارزیابی کرده اند. بعد از آن عامل آگاهی و سپس عامل سبک زندگی بیشترین تأثیر را در این مورد دارند. البته همانطور که مشخص است سایر عوامل نیز در این امر تأثیرگذار هستند اما نکته قابل توجه در اینجا اهمیت ذائقه و سبک زندگی است. به لحاظ نظری این موضوع با دیدگاه بوردیو در باره اهمیت این متغیرها در سبک زندگی قابل توضیح است.

Table 4 The Distribution of respondents according to their views on the reasons for their low consumption of industrial bread

variable	Non-compliance of industrial bread with lifestyle.		Low information and awareness of the difference between industrial bread and traditional bread		Industrial bread is less accessible to people		Industrial bread is expensive.		People don't like Industrial bread	
	percentages	Number	percentages	Number	percentages	Number	percentages	Number	percentages	Number
Much	27.1	102	31.7	118	23.7	89	26.3	99	32.7	122
Somewhat	35.9	135	36	134	30.3	114	39.6	149	39.4	147
Low	19.9	75	12.4	46	21.5	81	20.2	76	13.7	51
very little	11.2	42	18.3	68	19.7	74	9	34	8.3	31
At all	5.9	22	1.6	6	4.8	18	4.8	18	5.9	22

۷- یافته های بخش تبیینی

یافته‌ها در این بخش مبتنی بر روش مدل سازی معادله ساختاری است. در تعریف این روش آمده است که مدل سازی معادله ساختاری ترکیبی است از مدل های مسیر (روابط ساختاری) و مدل های عاملی تأییدی (روابط اندازه گیری). در واقع در این روش ما از طرفی به دنبال اندازه گیری مجموعه‌ای از متغیرهای پنهان با استفاده از مجموعه‌ای از معرف ها هستیم و از طرف دیگر روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهیم [۱۳].

متغیرهای پنهان همان متغیرهای اصلی تحقیق هستند. و متغیرهای مشاهده شده نیز شامل گویه هایی است که در پرسشنامه برای سنجش این متغیرها به کار برده ایم. برای مثال، مصرف نان به عنوان متغیر وابسته با متغیرهای مشاهده شده ای مانند میزان مصرف نان لواش، سنگک، نان فانتزی، صنعتی و... قابل سنجش است. این متغیر می تواند تحت تأثیر عوامل مختلفی باشد اما فرض ما این است که بخش قابل توجهی از واریانس آن از طریق

متغیرهای سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی) و سبک زندگی قابل تبیین است. در مدل ساختاری که در ادامه خواهد آمد متغیر سبک زندگی نقش متغیر میانجی را ایفا میکند. بنابر این متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اعتماد اجتماعی و سرمایه اقتصادی هم به طور مستقیم بر متغیر مصرف نان تأثیر می گذارند و هم به طور غیر مستقیم و از طریق متغیر سبک زندگی. در جدول زیر اجزای مدل معادله ساختاری متشکل از متغیرهای پنهان و آشکار آمده است. لازم به ذکر است که متغیر پنهان به متغیری گفته می شود که مستقیماً قابل اندازه گیری و سنجش نیست و باید از طریق متغیرهایی قابل سنجش اندازه گیری شود. برای مثال متغیر سرمایه فرهنگی یک متغیر پنهان است. یعنی در بیرون چیزی به نام سرمایه فرهنگی که بتوان نشان داد وجود ندارد. این متغیر از طریق متغیرهای دیگری که آشکار و قابل سنجش هستند سنجیده می شود. مثلاً برای سنجش آن از سطح تحصیلات، میزان مطالعه کتاب که متغیرهایی آشکار و قابل سنجش هستند استفاده می شود.

Table 5 The variables present in the structural equation model

Variable name	Variable Type	Reagent (observed variable)	Cronbach's alpha
Economic capital	Hidden outside	Approximate value of home appliances	0.26
		Monthly household income	0.85
		Approximate value of personal car	0.46
Social capital	Hidden outside	How much do you trust the Ministry of Agriculture's activities in terms of controlling and monitoring the process of agricultural production (such as wheat)?	0.57
		The extent to which fancy bread bakery meets hygienic standards in baking bread	0.75
		To what extent are traditional bakeries reliable and reliable in baking bread?	0.75
Social capital	Hidden outside	How are the industrial bread mills (for example, "three breads") reliable in the production of healthy and healthy bread?	0.44
		Level of foreign language acquaintance	0.56
		Study of the newspaper and magazine	0.57
		Having literary activity (poetry, fiction, novelty, etc.)	0.66
Cultural capital	Hidden outside	I check my heart rate during exercise	0.58
		I'm practicing activities during the day (such as using the stairs instead of the elevator, park the car at a location far away from work, and walking to that place ...)	0.66
		I participate in moderate to moderate physical activity (such as endurance walks 5 days a week, 30 to 40 minutes every day)	0.78
lifestyle	Hidden inside	Exercise at least 3 times a week for 20 minutes or more (such as running, biking, etc.)	0.67
		I set minutes for relaxation and loosening of muscles every day	0.68
		lavash bread consumption	0.47
		Burdock consumption	0.71

۸- تدوین، برآورد و آزمون مدل ساختاری

بنابر قاعده در برآورد مدل تدوین شده از روش دو مرحله‌ای استفاده شده است. یعنی ابتدا مدل‌های اندازه‌گیری به صورت جداگانه برآورد شده و بعد از اطمینان از قابل قبول بودن برازش آنها بر اساس شاخص‌های برازش مطلق، نسبی و مقتصد در مدل اصلی وارد شده‌اند. مدل کلی که برآیند چارچوب نظری تحقیق است به شکل زیر می‌باشد. این مدل در واقع مدل نهایی و اصلاح شده است. در فرایند برآورد آن برخی از متغیرهای

مشاهده به دلیل عدم تناسب با مدل حذف شده‌اند. از جمله اینکه از میان ابعاد متغیر اعتماد اجتماعی تنها اعتماد نهادی (اعتماد به نهادهای درگیر در تولید و توزیع نان) دارای برازش لازم برای ماندن در مدل نهایی بود. این امر در مورد سبک زندگی نیز صادق بوده و از سه بعد اسلام، تغذیه و ورزش صرفاً بعد ورزش برازش لازم برای ورود به مدل نهایی را کسب کرد. مدل برآورد شده بر اساس سه شاخص، برازش مطلق، نسبی و مقتصد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

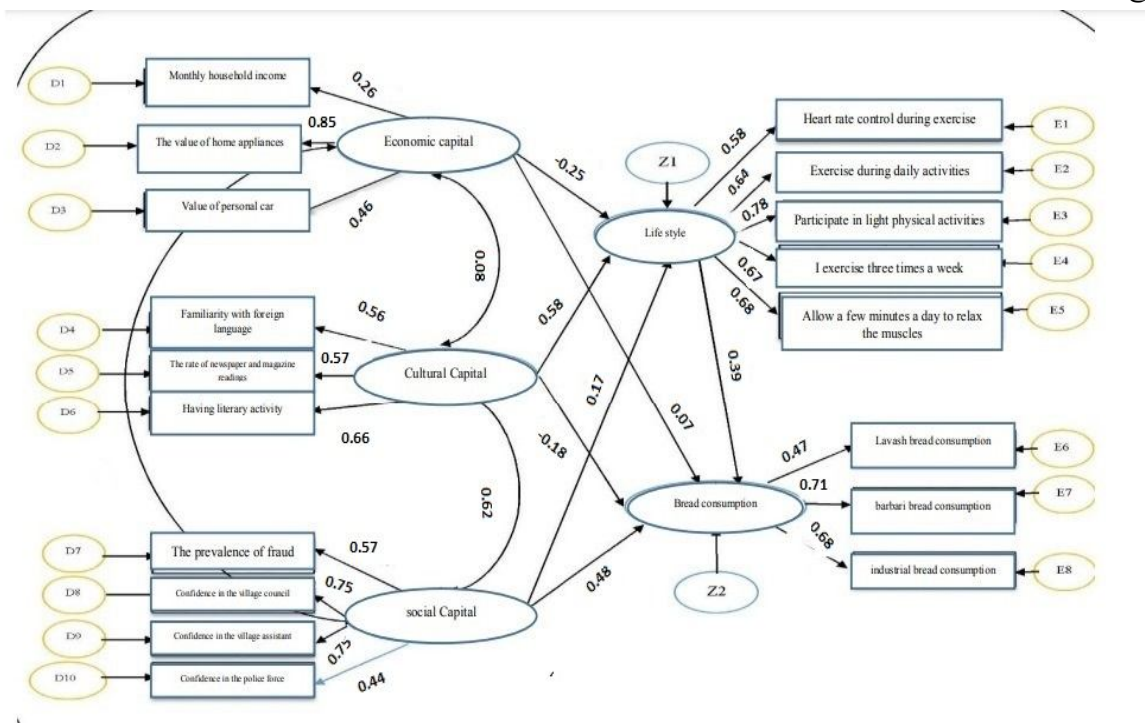


Fig 1 Total structural equation model

۸-۱- شاخص‌های برازش مطلق

این شاخص‌ها به ما کمک می‌کنند تا دریابیم آیا به طور کلی مدل تدوین شده توسط داده‌های تجربی حمایت می‌شود یا خیر. مقدار کای اسکور اولین شاخصی است که گزارش می‌شود اما این شاخص به هیچ عنوان به تنهایی نمی‌تواند نشان دهد که مدل قابل قبول است یا خیر [۱۴]. بر اساس داده‌های جدول مقدار کای اسکور ۲۰۰,۱۸۱ است. این شاخص با اطمینان ۰.۹۹ درصد معنادار است (p=0.0000). معنادار شدن p به معنای رد فرضیه صفر بوده و بدین ترتیب می‌توان گفت که تفاوت معنادار

بین ماتریس واریانس - کواریانس مدل و ماتریس واریانس کواریانس مشاهده شده وجود دارد. البته بر اساس نظر صاحب‌نظران اگر حجم نمونه بالا باشد این امر منجر به بالا رفتن مقدار کای اسکور و معنادار شدن آن می‌شود. در چنین حالتی اغلب بر اساس شاخص دیگری به نام کای اسکور نسبی در مورد مدل قضاوت می‌کنند.

نسبت کای اسکور به درجه آزادی (CMIN/DF) را کای اسکور نسبی می‌گویند. این شاخص به جهت قضاوت در باره مدل تدوین شده و حمایت داده‌ها از آن شاخص مناسب‌تری

اساس مقدار کای اسکوتر نسبی فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر اینکه داده های تجربی مدل تدوین شده را حمایت می کنند مورد تأیید است.

است. مقادیر ۱ تا ۵ برای این شاخص مطلوب و مقادیر بین ۲ تا ۳ بسیار خوب است. همانطور که مشاهده می شود این مقدار در مورد مدل برآورد شده ۱,۶۷ است که مورد قبول بوده و تا حدود زیادی خوب تلقی می شود. در واقع در اینجا می توان گفت که بر

Table 6 The Absolute fit indicators

Model	CMIN/DF	P	DF	CMIN	NPAR
Developed model	1.67	0.000	120	200.181	69
Saturated model	0	0.000	189
Independence model	11.312	0.000	153	1730.664	36

بالتر از ۰,۹۰، در اغلب منابع مقدار قابل قبولی تلقی می شود. داده های جدول زیر نشان می دهد که در همه این شاخص ها مقدار به دست آمده بالاتر از ۰,۹۰ است. بنابر این مدل از وضعیت مطلوبی برخوردار است.

۸-۲- شاخص های برازش نسبی

تجزیه و تحلیل مدل بر اساس شاخص های برازش تطبیقی یا نسبی یکی دیگر از راه های برازش مدل است. از این نظر کلیه شاخص های نسبی برای مدل تدوین شده در وضعیت مناسبی قرار دارند. مقدار این شاخص ها بین صفر تا یک است و مقدار

Table 7 The Relative fit indices

Model	CFI	TLI rho2	IFI Delta2	RFI rho1	NFI Delta1
Developed model	0.94	0.93	0.95	0.904	0.90
Saturated model	1	1	1	1	1
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

قابل قبول بودن مدل است. به عبارت دیگر نشان می دهند که محقق در آزاد گذاشتن پارامترها مقتصدانه عمل کرده است. در این مورد نتایج نشان می دهند که در هر سه شاخص عدد به دست آمده بالاتر از ۰,۶۰ بوده و لذا از وضعیت مطلوبی برخوردار است.

۸-۳- شاخص های برازش مقتصد

این شاخص ها نسبتی بین درجه آزادی مدل تدوین شده و درجه آزادی مدل استقلال را بیان می کنند. آنها نشان می دهند که محقق تا چه اندازه در آزاد گذاشتن پارامترها امساک به خرج داده است. مقادیر بالاتر از ۰,۵۰ و در برخی منابع بالاتر از ۰,۶۰ حاکی از

Table 8 the frugal fit indices.

Model	PCFI	PNFI	PRATIO
Developed model	0.74	0.69	0.78
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	0.000	0.000	1

باشد. برای این شاخص نقطه برش ۰,۵ است. یعنی مقادیر پایین تر از آن بیانگر قابل قبول بودن مدل است. عدد به دست آمده برای RMSEA برابر است با ۰,۰۴ که از وضعیت قابل قبولی برخوردار است.

۸-۴- شاخص ریشه دوم میانگین مربعات

باقیمانده

شاخص بین دو مقدار صفر و یک در تغییر است و به مثابه یکی از شاخص های بدی برازش شناخته می شود. بنابر این، بنابر این هرچه مقدار آن کمتر و به صفر نزدیکتر باشد قابل قبول تر می

Table 9 The Second root index of average remaining squares.

Model	PCLOSE	HI 90	LO 90	RMSEA
Developed model	0.904	0.052	0.031	0.04
Independence model	0.000	172	158	165

۵-۸- برآورد پارامترها

بعد از اینکه مدل از نظر انواع شاخص‌های برازش مورد بررسی قرار گرفت نوبت به برآورد پارامترها و آزمون فرضیات تحقیق می‌رسد. در ابتدا اثرات مستقیم استاندارد بین متغیرهای مستقل و وابسته برآورد می‌شوند. اثرات مستقیم عبارتند از ضرایب رگرسیونی یا ضرایب ساختاری. از طریق این پارامتر می‌توان نشان داد که با یک انحراف استاندارد تغییر متغیر مستقل، متغیر وابسته چه میزان تغییر می‌کند. داده‌های جدول زیر نشان می‌دهند که سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی و اعتماد اجتماعی به ترتیب ۰,۲۷، ۰,۵۸ و ۰,۱۷ درصد از تغییرات متغیر سبک زندگی را تبیین می‌کنند. این ارتباط‌ها مستقیم و مثبت است.

البته همانطور که گفته شد متغیر سبک زندگی در اصل شامل سه بعد بهداشت و سلامت، تغذیه و ورزش است. اما در فرایند برآورد مدل هیچ یک از ابعاد تغذیه و بهداشت و سلامت از برازش لازم برای ماندن در مدل نهایی برخوردار نبودند. بنابر این سبک زندگی در مدل نهایی بیشتر ناظر به بعد ورزش است. بنابر این می‌توان گفت ارتباط موجود نیز تا حدودی منطقی است. یعنی آنهایی که سرمایه اقتصادی بیشتری دارند بیشتر هم ورزش می‌کنند. البته برخی از ورزش‌ها ممکن است نیاز به سرمایه اقتصادی نداشته باشد اما وضعیت اقتصادی مناسب به فرد این

امکان را می‌دهد که بخشی از وقت خود را به ورزش اختصاص دهد. این در حالی است که افرادی که از وضعیت اقتصادی مناسبی برخوردار نیستند مجبورند وقت بیشتری را به کار و درآمد اختصاص دهند، لذا راحت‌تر ورزش را از اولویت‌های زندگی شان حذف می‌کنند. در مورد سرمایه فرهنگی نیز به همین صورت است. افرادی که از تحصیلات بیشتری برخوردارند، بیشتر مطالعه می‌کنند و دارای مهارت‌های هنری و فرهنگی هستند در سبک زندگی خود بیشتر به ورزش اهمیت می‌دهند. ارتباط اعتماد اجتماعی با سبک زندگی خیلی قوی نیست. همچنین یافته‌ها بیانگر آن است که ارتباط دو متغیر اعتماد اجتماعی و سبک زندگی با متغیر وابسته تحقیق یعنی مصرف نان قابل توجه است. این دو متغیر به ترتیب ۴۸ و ۳۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. در واقع اعتماد بیشتر به نهادهای درگیر در تولید و توزیع نان باعث می‌شود مردم بیشتر به سمت مصرف نان‌های صنعتی بروند. لازم به توضیح است که نمره گذاری متغیر مصرف نان از سستی به صنعتی به این صورت بوده است که مصرف نان صنعتی بیشترین و مصرف نان سستی کمترین نمره را دریافت کنند. البته این امر صرفاً جهت آسان کردن تحلیل مصرف نان به عنوان رفتاری متأثر از سایر ابعاد زندگی اجتماعی افراد بوده است.

Table 10 The Direct effects of standard independent variables on intermediate variables and dependent variables

Dependent variable	Independent variable			
	lifestyle	Social trust	Cultural capital	Economic capital
lifestyle	0.000	0.17	0.58	0.27
Bread consumption	0.38	0.48	0.19	0.08

اثر می‌گذارند. نان یکی از کالاهای مصرفی اصلی در زندگی روزمره افراد بوده و به همین خاطر جزئی اصلی از سبک زندگی آنها نیز به شمار می‌رود. همانطور که گفته شد خود سبک زندگی ۳۸ درصد از تغییرات مصرف نان را تبیین می‌کند. سایر متغیرهای مستقل نیز از طریق آن بخشی از تغییرات متغیر وابسته

اثرات غیر مستقیم بیانگر میزان تبیین متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل، از طریق متغیرهای میانجی است. در اینجا متغیر سبک زندگی در مدل معادله ساختاری نقش متغیر واسطه را دارد. به عبارت دیگر هر یک از متغیرهای مستقل علاوه بر اینکه بر مصرف نان تأثیر مستقیم دارند، از طریق سبک زندگی نیز بر آن

همچنین مثبت بودن رابطه نیز منطقی است. افراد دارای سرمایه فرهنگی بالا سبک زندگی سالم تری داشته و در نتیجه کمتر نان های سنتی مانند لواش و بربری مصرف می کنند که ممکن است برای سلامتی مفید نباشند. برای مثال نان های لواش و نان بربری برای بیماران دیابتی اصلاً توصیه نمی شود.

را تبیین می کنند. همانطور که یافته ها در جدول زیر نشان می دهند اثرات غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر مصرف نان ضعیف است. اعداد به دست آمده برای سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به ترتیب ۰،۱۰، ۰،۲۲ و ۰،۶۶ است. البته ارتباط سرمایه فرهنگی با مصرف نان تا حدودی قابل توجه است.

Table 11 The indirect effects of standard independent variables, through the intermediate variable on the dependent variable

Dependent variable	Independent variable			
	Economic capital	Economic capital	Economic capital	Economic capital
lifestyle	0.000	0.000	0.000	0.000
Bread consumption	0.000	0.066	0.22	0.10

درواقع هرچقدر افراد اعتماد بیشتر به سیستم تولید و توزیع نان داشته باشند بیشتر به سمت مصرف نان های صنعتی می روند. همچنین اثرات سرمایه های اقتصادی و فرهنگی کاهش داشته است. یعنی وقتی متغیر سبک زندگی را در نظر بگیریم اثرات این متغیرها بر مصرف نان بیشتر از زمانی است که سبک زندگی نیز در معادلات وارد می شود. بنابر این ممکن است افرادی دارای سرمایه فرهنگی بالا باشند اما از سبک زندگی سالمی برخوردار نباشند کمتر نان های غیر سنتی را مصرف می کنند.

در نهایت نوبت به برآورد اثرات کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته می رسد. در جدول زیر اطلاعات لازم در این باره آمده است. لازم به توضیح است که در مورد متغیرهایی که اثر غیر مستقیم بر متغیر وابسته ندارند اثر کل مساوی با اثر مستقیم است. از آنجایی که این اثرات پیش تر توضیح داده شده اند از تکرار آنها در اینجا خودداری می شود. یافته ها نشان می دهند که افزایش قابل توجهی در اثرات کل متغیر اعتماد اجتماعی به وجود آمده است. اثر کل این متغیر نشان می دهد که ۰،۵۵ درصد تغییرات مصرف نان را تبیین می کند.

Table 12 The effects of the entire standard of independent variables on the intermediate variables and dependent variable

Dependent variable	Independent variable			
	Economic capital	Economic capital	Economic capital	Economic capital
lifestyle	0.000	0.17	0.58	0.27
Bread consumption	0.38	0.55	0.41	0.19

مورد نظر از لحاظ آماری تأیید است. به طور کل نتایج نشان می دهد که از مجموع هفت فرضیه تحقیق چهار فرضیه تأیید و سه فرضیه نیز رد شده است. مصرف نان بیش از هرچیزی متأثر از سبک زندگی آنها و همچنین اعتمادشان به مجموعه نهادهای درگیر در تولید و توزیع نان در کشور است. و سرمایه فرهنگی نیز تنها از طریق سبک زندگی می تواند اثر معناداری بر مصرف نان داشته باشد.

۸-۶- آزمون فرضیات

اطلاعاتی در جدول زیر آمده است که بیانگر رد یا قبول فرضیه های تحقیق است. در این جدول شاخص های جزئی برازش نسبت بحرانی (C. R) و سطح معناداری (p) برای ضرایب ساختاری ارائه شده است. در اینجا چنانچه مقدار p از ۰،۰۵ کوچکتر باشد یعنی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ضرایب رگرسیونی محاسبه شده با صفر تفاوت معناداری داشته و فرضیه

به عبارت دیگر کسانی که از سرمایه اقتصادی بیشتری برخوردارند سبک زندگی سالم تری دارند. بر اساس یافته های جدول فوق این ارتباط معنادار است. یعنی اثر متغیر سرمایه اقتصادی بر متغیر سبک زندگی تفاوت معناداری با صفر دارد. بنابراین برای داشتن سبک زندگی سالم تر برخورداری از سرمایه ی اقتصادی لازم ضروری است. افرادی که توان مالی ضعیفی دارند کمتر در سبک زندگی خود به سلامتی اهمیت می دهند.

فرضیه پنجم: بین میزان اعتماد اجتماعی (اعتماد به صنعت نان کشور) شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و میزان سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد. یافته ها نشان می دهند که اثرات اعتماد اجتماعی بر سبک زندگی تفاوت معناداری با صفر ندارد. به عبارت دیگر اعتماد اجتماعی بالا یا پایین نمی تواند تغییری در سبک زندگی افراد به وجود آورد.

فرضیه ششم: بین میزان سرمایه های فرهنگی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد. بر اساس شاخص های برازش جزئی، یعنی سطح معناداری و نسبت بحرانی اثرات سرمایه فرهنگی بر سبک زندگی نیز دارای تفاوت معناداری با صفر بوده و به همین خاطر می توان نتیجه گرفت که از سرمایه فرهنگی بیشتری برخوردارند دارای سبک زندگی سالم تری نیز هستند.

فرضیه هفتم: بین سبک زندگی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف شامل (نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد. این فرضیه یکی از مهمترین فرضیات در پژوهش حاضر است. در واقع از ابتدا استدلال ما این بود که مصرف نان رفتار و کنشی است که تنها در منظومه سبک زندگی افراد قابل تبیین است. بر اساس شاخص های جزئی برازش ارتباط این دو متغیر معنادار است. در واقع اثرات متغیر سبک زندگی بر مصرف نان دارای تفاوت معناداری با صفر می باشد. پس می توان گفت سبک زندگی سالم تر به معنای مصرف کمتر نان های سنتی و جایگزین کردن آنها با نان های جدید تر است.

فرضیه اول: بین میزان سرمایه های اقتصادی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف نان شامل (نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد. منظور این است که پاسخگوییانی که دارای سرمایه اقتصادی بیشتری هستند بیشتر نان صنعتی و کمتر نان سنتی مصرف می کنند. آنگونه که یافته ها نشان می دهد طبق شاخص های جزئی برازش، یعنی نسبت بحرانی و سطح معناداری اثر سرمایه اقتصادی بر مصرف نان تفاوت معناداری با صفر ندارد. در واقع مصرف نان سنتی یا صنعتی ارتباطی با میزان سرمایه اقتصادی افراد ندارد. اینگونه نیست که افراد دارای سرمایه اقتصادی بیشتر نان صنعتی بیشتری مصرف کنند.

فرضیه دوم: بین میزان اعتماد اجتماعی (اعتماد به صنعت نان کشور) شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و مصرف نان شامل (نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد. این ارتباط معنادار است. یعنی بر اساس نسبت بحرانی و سطح معناداری به دست آمده اثر اعتماد اجتماعی بر مصرف نان تفاوت معناداری با صفر دارد. کسانی که به مجموعه نهادهای درگیر در تولید نان اعتماد بیشتری دارند، نان های صنعتی را بیشتر مصرف می کنند. در واقع تا زمانی که نان های صنعتی در میان مردم نتوانند اعتماد قابل قبولی کسب کنند نمی توانند جایگزین نان های سنتی شوند.

فرضیه سوم: بین میزان سرمایه های فرهنگی شهروندان و مصرف نان شامل (نان سنتی، نیمه صنعتی و صنعتی) آنان رابطه وجود دارد. همانطور که داده های جدول فوق نشان می دهد طبق شاخص های نسبت بحرانی و سطح معناداری اثر سرمایه فرهنگی بر مصرف نان دارای تفاوت معناداری با صفر نیست. بنابراین می توان گفت که سرمایه فرهنگی بالا به تنهایی نمی تواند باعث مصرف بیشتر نان های صنعتی در میان پاسخگویان شود.

فرضیه چهارم: بین میزان سرمایه های اقتصادی شهروندان تهرانی ساکن در مناطق سه، هفت و نوزده و سبک زندگی آنان رابطه وجود دارد.

Table 13 The Critical ratio and significance level of structural coefficients and test of research hypotheses

hypothesis	paths	P	C. R	S. E.
The first hypothesis	There is a relationship between the amount of economic capital of Tehran's citizens living in the three, seven and nineteenth regions and consumption of bread (traditional, semi-industrial and industrial bread).	0.256	1.115	0.000
The second hypothesis	There is a relationship between the amount of social trust (trust in the country's bread industry) and the residents of Tehran living in areas three, seven and nineteen and consumption of bread (traditional, semi-industrial and industrial bread).	0.000	4.146	0.233
The third hypothesis	There is a relationship between the amount of cultural capital of citizens and the consumption of bread (traditional, semi-industrial and industrial bread).	0.248	1.107	0.263
Fourth hypothesis	There is a relationship between the amount of economic capital of the citizens of Tehran living in the three, seven and nineteenth regions and their lifestyles.	0.000	3.376	0.000
The fifth hypothesis	There is a relationship between the level of social trust (confidence in the country's bread industry) and the citizens of Tehran living in the three, seven and nineteenth regions and their lifestyle.	0.153	1.431	0.163
Sixth hypothesis	There is a relationship between the amount of cultural capital of the citizens of Tehran living in the three, seven and nineteenth and their lifestyles	0.000	3.581	0.153
Seventh hypothesis	There is a relationship between the lifestyle of Tehrani citizens living in areas three, seven and nineteen and consumption (traditional, semi industrial and industrial bread).	0.005	2.798	0.202

۹- بحث و نتیجه گیری

در این مقاله مصرف نان به عنوان یک رفتار و کنش اجتماعی و به مثابه جزئی از منظومه سبک زندگی افراد در نظر گرفته شد. دلیل این کار به کمبود نگاه جامعه شناختی و فرهنگی در تبیین مصرف نان در مطالعات پیشین است. نان نه تنها برای دولت به عنوان یک کالای استراتژیک است بعلاوه در فرهنگ و سبک زندگی مردم از جایگاه خاصی برخوردار است. ما در این مقاله تلاش کردیم مصرف آن از دیدگاه و منظر اجتماعی و جامعه شناختی را مورد بررسی قرار دهیم. البته مصرف نان از منظرهای دیگری نیز قابل توضیح است. برای مثال اقتصاد می تواند آن را در قالب اقتصاد خانواده و یا حتی اقتصاد کل کشور از لحاظ میزان هزینه هایی اختصاصی برای تولید، توزیع و... مورد بررسی قرار دهد. اما نگاه اجتماعی به ما این امکان را می دهد تا در سیاستگذاری ها در مورد نان به عمق لایه های اجتماعی و فرهنگی این کالای

اساسی پی ببریم و سیاست های درست تری را در مورد آن به اجرا بگذاریم. در این تحقیق مشخص شد که نان در مدلی نظری متشکل از انواع سرمایه (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و سبک زندگی قابل توضیح و تبیین است. مصرف نان را در طیفی قرار دادیم که از مصرف سنتی به مصرف صنعتی نمره گذاری شده بود. از این نظر کنشی اجتماعی مانند مصرف نان حامل معنای خاصی است. زیرا در سیاستگذاری ها همیشه به دنبال راه حلی برای جلوگیری از ضایعات و دورریز نان گشته و می گردند. بارها صحبت از جایگزینی کامل نان های صنعتی به جای نان سنتی مورد بحث و بررسی سیاستگذاران قرار گرفته است. نان صنعتی کمترین ضایعات و پایین ترین دورریز را دارد. به همین خاطر به عنوان راه حلی برای جلوگیری از هدر رفتن منابع ملی برای تولید نان مورد نظر بوده است. این دغدغه از آنجا ناشی می شود که از یک

مصرف نان صنعتی در میان شان بیشتر است. پیوند دادن مصرف نان به سلامت و تندرستی باید یکی از برنامه های دولت در زمینه تبلیغات و فرهنگ سازی در زمینه نان باشد. مردم باید بدانند داشتن یک زندگی سالم منوط به مصرف نان های سالم نیز هست. بعلاوه میزان مصرف نان نیز در اینجا از اهمیت شایانی برخوردار است. کسانی که سبک زندگی سالم تری دارند از نان های سنتی کمتر استفاده می کنند. بنابر این در نهایت اگر این شیوه در میان اغلب مردم رواج پیدا کند به معنای کاهش مصرف کل در کشور و در نتیجه بار مالی دولت نیز هست. پیشنهاد می شود در برنامه هایی که جهت فرهنگ سازی در حوزه بهداشت و سلامت جامعه صورت می گیرد نان را نیز به عنوان یکی از عناصر مهم در این زمینه معرفی کنند. سبک زندگی سالم به معنای مصرف کمتر نان نیز هست. بسیار از انواع نان ها برای سلامت به ویژه ابتلا به دیابت و... مضر هستند.

از طرف دیگر ارتباط معنادار بین سرمایه های فرهنگی و اقتصادی با سبک زندگی نیز خود می تواند به طور غیر مستقیم در سیاستگذاری های دولت در زمینه نان مفید واقع شود. سبک زندگی سالم منوط به برخورداری از میزان قابل قبولی از سرمایه فرهنگی و اقتصادی است. به عبارت دیگر برای فرهنگ سازی در زمینه نان باید سطح رفاه اقتصادی و همچنین میزان سرمایه فرهنگی افراد را افزایش داد. در تحقیقات پیشین نیز بر عناصری از سرمایه فرهنگی مانند تحصیلات و ارتباط آن با میزان ضایعات نان تأکید شده بود. برای مثال ارسال بد و محرم مهرنیا در مطالعه خود نشان دادند که بین ضایعات نان و تحصیلات به عنوان جزئی از سرمایه فرهنگی رابطه معکوس دارد. بنابر این متغیر سرمایه فرهنگی متغیری تأثیرگذار در مصرف نان است.

درست است که چنین پیشنهاداتی در کوتاه مدت نتیجه ای فوری در بر نخواهد داشت اما یک نکته را نباید از نظر دور داشت. همه کنش های افراد در متن و بستر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی جامعه حک شده است. بدون ایجاد تغییرات اساسی در این بستر و زمینه برنامه ها و سیاستگذاری های دولت اگر به شکست نینجامد موفقیت شان بسیار دشوار خواهد بود. به نظر می رسد در حوزه مصرف نان این امر انکارناپذیر است. صدها سال است که نان به بخش اصلی سبک زندگی ما یا ایرانی ها تبدیل شده است. اصطلاحاتی مانند «نان آور خانه» بیانگر اهمیت نان در

طرف دولت سالانه میلیون ها ریال بابت یارانه نان هزینه می کند و از طرف دیگر توان واقعی کردن قیمت آن را ندارد. زیرا اقتصاد خانواده ها توان تحمل چنین گرانی را ندارد. گرانی نان به گواهی تاریخ تبعات سیاسی در پی خواهد داشت. نمونه هایی از شورش و بلوای نان در دوره های مختلف در تاریخ روایت شده است.

این پژوهش نیز با هدف تبیین موضوع مصرف نان و رسیدن به راه کارهایی برای ارائه برنامه ها و سیاستگذاری های بهتر در حوزه نان صورت گرفته است. نان یک کالای مصرفی و البته اجتماعی و فرهنگی است. بنابر این در هرگونه سیاستگذاری ای باید این مؤلفه ها را در نظر گرفت. نتایج و یافته های این مطالعه قابل توجه است. پیش از هرچیز نشان داد که نان را باید در بستر سبک زندگی افراد مورد توجه قرار داد. مصرف درست نان و به ویژه افزایش مصرف نان های صنعتی و جایگزینی آن با نان های سنتی نیازمند تغییر در سبک زندگی افراد است.

چند نکته در این مورد قابل توجه است. نخست، ارتباط معنادار و قوی بین مصرف نان و اعتماد اجتماعی است. این بخش از یافته ها با برخی از یافته های پژوهش های پیشین هماهنگ است. برای مثال بکر دمیرتاش و همکاران به این نتیجه رسیده بودند که کیفیت و بهداشت نان برای مصرف کنندگان از اهمیت زیادی برخوردار است. این امر به مسئله اعتماد آنها به صنعت نان اشاره دارد. در واقع باید اعتماد مصرف کننده نسبت به بهداشتی بودن، کیفیت بالا و ... نان جلب شود. در این پژوهش نیز مصرف نان با متغیر اعتماد اجتماعی که بر اعتماد به سیستم تولید و توزیع نان در کشور تأکید داشت ارتباط قوی داشت. تمامی سیاستگذاری های دولت برای موفقیت نیازمند مشارکت و همراهی مردم هستند. نتایج این تحقیق نشان داد که به میزانی که مردم به مجموعه درگیر در تولید و توزیع نان اعتماد داشته باشند بیشتر از مصرف نان های صنعتی استقبال می کنند. اعتماد و در نتیجه مشارکت مردم در برنامه های دولت لازمه همه سیاستگذاری ها است. از این رو یکی از پیشنهادات این مطالعه این است که دولت در زمینه تولید و توزیع نان تا سرحد امکان شفاف سازی، نظارت و کنترل داشته باشد. جلب اعتماد مردم می تواند ضامن موفقیت برنامه های دولت در این زمینه باشد.

دوم، ارتباط سبک زندگی و مصرف نان است. آنهایی که سبک زندگی سالم تری دارند نان های سنتی کمتری مصرف می کنند و

- [7] Momtaz. F, (2004), introducing the concept of class from the perspective of Bourdieu, Human Sciences Research, Vol. 41 and No. 42
- [8] Tavasoli. GH.A, and YM Qasemi, (2004) "Collective identities and globalization", Social Sciences Letters, No. 24, p. 1-26.
- [9] Lieberg, M. (1995): Public spase, lifestyles and collective identity. Sage publications.
- [10] Ghafari .Gh. R, (2011), Social Capital and Social Security, Tehran: Sociologists
- [11] Firoozjayan. A.A, M.Sharipour, and Farzam. N (1395), Sociological Study of the Influence of Cultural Capital on Interpersonal Relations with Emphasis on Social Tolerance, Studies of Communication Culture, autumn, 1395, Volume 17, Number 35, pp. 31-7
- [12] Schumacher. R, G. Lumex Translation: Ghassemi.V (2009). Introduction to Structural Equation Modeling, Tehran: Sociologists' Publishing.
- [13] Ghasemi.V (2013), Structural Equation Modeling in Social Research, Tehran, Sociologists, p.221
- [14] Ghasemi.V (2013), Structural Equation Modeling in Social Research, Tehran, Sociologists, p.199

فرهنگ این مردم است. تغییر این فرهنگ زمان بر بوده و نیازمند سیاستگذاری فرهنگی است.

۱۰- منابع

- [1] Azkia.M, and Gh. R, Ghaffari (2009), Development Sociology, Tehran, Kayhan Publishing
- [2] Heidari. Kh, and E. Esmailipour, (2010), A survey on the pattern of bread consumption in Iran, Journal of Commercial Reviews, April 20, 2010
- [3] Azadarmaki.T, and V. Shalchi. "Two Iranian Worlds: Mosque and Coffee Shop." Quarterly Journal of Cultural and Communication Studies 1, 4 (2005): 163-183.
- [4] Khazae.R, (2004), Anthropology of Feed and Body; Gender, Meaning and Power, Anthropology Letter, Volume I, No. 5, p. 248-255
- [5] Bourdieu.P, (1984) Distinction; A social Critique of the Judgement of Taste, London.
- [6] Baccat. R, (2002), Translated by Khosrow Sabri, Tehran: Shiraz Publications



Sociological Explanation of Bread Consumption: A Case Study of Citizens Living in Districts 3,7 and 19 of Tehran

Zare, B. ¹, Ghaderi, S. ², Noori, L. ³, Sabeghi, M. R. ^{4*}

1. Associate Professor, Department of Sociology, Kharazmi University.
2. Assistant Professor, Department of Sociology, Kharazmi University.
3. Associate Professor, Islamic Azad University, Damghan Branch.
4. PhD student in cultural policy setting, Kharazmi University.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History:</p> <p>Received 2019/ 02/ 13 Accepted 2020/ 10/ 05</p>	<p>Bread is an important and influential element in our Iranian culture of nutrition and lifestyle. This study addresses the sociological explanation of the consumption of this essential commodity among the citizens of Tehran. The statistical population consists of all the citizens of Tehran living in areas 3, 7 and 19. 184 people were questioned and data were collected through a questionnaire. Data analysis method is Structural equation modeling that has been one of the few multivariate methods. Data collected has been analyzed through the Amos software. Accordingly, a theoretical model is estimated in which economic, cultural and social capital (social trust) forms external and independent variables, and the bread consumption variable is also included as an internal variable dependent on the model. Also, the lifestyle variable plays the role of mediator variable in the model. The basis for the formation of this theoretical model has been Pierre Bourdieu. The findings show that, in general, experimental data supports theoretical model. That is, bread consumption can be explained within the framework of the model. Among the different hypotheses of the hypothesis that have shown the relationship of lifestyle and social trust with the consumption of bread have been confirmed. Other variables are directly related to the consumption of bread, but this relationship is weak and therefore their related hypotheses are not statistically valid. Of course, two variables of cultural capital and economic capital have a significant relationship with the variable of lifestyle. This could mean their indirect impact on the bread consumption variable.</p>
<p>Keywords:</p> <p>Bread consumption, Lifestyle, Economic capital, Social trust, Cultural capital.</p>	
<p>DOI: 10.52547/fsct.18.119.275</p> <p>*Corresponding Author E-Mail: mohammad.reza.sabeghi@gmail.com</p>	