

## مطالعه کیفی دلالت‌های معنایی غذا و تناول آن نزد زنان

امید قادرزاده\*<sup>۱</sup>، احمد غلامی<sup>۲</sup>

### چکیده

تناول غذا در کنار ابعاد فیزیولوژیک، کارکردهای تمایزبخشی دارد و همین مسئله تناول غذا را از یک نیاز جسمی به مسئله‌ای بنیادین در بیان هویت اجتماعی مبدل کرده است که افراد به تناظر آن به بیان روایتی خاص از جایگاه و هویت اجتماعی خود می‌پردازند. در همین زمینه، مسئله اصلی نوشتار حاضر این است که زنان چگونه، به میانجی یک امر زیستی و بیولوژیک، جایگاه اجتماعی خود را بازسازی معنایی می‌کنند. روش‌شناسی مطالعه حاضر کیفی است و روش مردم‌نگاری برای انجام‌دادن عملیات میدانی و برای تحلیل داده‌ها از نظریه مبنایی استفاده شده است. نتایج حاصله از مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با ۳۰ نمونه زن، نشان از تغییر در رویکرد زنان متعلق به جایگاه‌های مختلف اجتماعی نسبت به غذا و تناول آن دارد. برای زنان مورد مصاحبه، غذا و تناول آن دلالت‌های معنایی سیرشکمی، ساده‌گرایانه، کارکردگرایانه، زیبایی‌شناسانه، و سبک‌بخشی دارد.

### کلیدواژگان

اجتماعات ذائقه، زنان، غذا، مدیریت بدن، مراقبت غذایی، هویت غذایی

### مقدمه و طرح مسئله

غذا و پیوند دیالکتیکی آن با جایگاه اجتماعی در زمره موضوعاتی است که مورد توجه جامعه‌شناسان معاصر نظیر بوردیو (۱۹۸۷)، فیشلر (۱۹۸۸)، و ساتون (۲۰۰۱) قرار گرفته است. در مطالعات جامعه‌شناختی، عادت‌های غذایی و نقش محیط اجتماعی در تولید و مصرف مواد غذایی بررسی می‌شود. مفهوم این گفته به منزله آن نیست که انتخاب‌های فردی و ذائقه‌های شخصی هیچ اهمیتی ندارد، بلکه تبیین جامعه‌شناختی الگوهای اجتماعی عادت‌های غذایی، تعیین‌کننده‌های اجتماعی چگونگی غذاخوردن، و سبک‌های انجام‌دادن این کار را برای ما مشخص می‌کند. این‌گونه رفتارها اشتباهات اجتماعی<sup>۳</sup> را مشخص می‌سازد [۶].

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان  
o.ghaderzadeh@uok.ac.ir

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان  
gholami17548@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۴/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۱۹

در دوران معاصر، غذاها تکوین و تطور هویت‌ها را بیش از پیش از پیش نمادین ساخته است و همین مسئله به ما کمک می‌کند بفهمیم چگونه عادت‌های غذایی، بهتر از شاخص‌های قومی و دیگر تعلقات فرهنگی، معرف هویت افراد است. عادت‌های غذایی روابط دوستی، همسایگی، خویشاوندی، و... را پرشورتر می‌کند و به‌مثابه ابزاری برای ایجاد روابط نوین، احساسات خرده‌فرهنگی، و ویژگی‌های ذهنی و روحی به کار می‌رود [۱۴]. هم‌غذایی<sup>۱</sup> موجب شکل‌گیری روابط دوستی، رقابت، و خلق هویت‌های نوین یا ماندگار شدن هویت‌های پیشین می‌شود. غذا هویت‌هایی بر بنیان ملی، قومی، طبقاتی، و جنسیتی خلق می‌کند [۲۵].

بحث از تغذیه، سلامتی، و لذت امروزه بیش از هر زمانی با تحولات اجتماعی و آنچه نوربرت الیاس<sup>۲</sup> «فرایند مدرن‌شدن» می‌نامد عجین شده و تغذیه و تحولات آن به مبحثی بنیادی در مطالعات فرهنگی و زندگی روزمره مبدل گشته است. مطالعات فرهنگی، به دلیل اهمیتی که برای جنسیت، مصرف فعالانه، لذت، تنوع، و تکرار در زیست‌جهان‌ها و هویت دارد، می‌تواند به بهترین شکل مصرف غذا را معنا کند [۱۶].

طی چند دهه اخیر، توجه عمومی به سلامتی و مدیریت بدن موجب شده برنامه‌های غذایی، به همراه حجم عظیمی از کتب، تولیدات، برنامه‌های تلویزیونی، و... در زمینه آشپزی و تغذیه، در رأس امور خانواده‌ها قرار گیرد. در جامعه ایران نیز، تمایلی عمومی برای تناول و مصرف این برنامه‌ها و تولیدات آغاز شده است که ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی آن درخور توجه است. رشد سریع رستوران‌ها در شهرها، برنامه‌های تلویزیونی، و کتاب‌ها و مجلات آشپزی نشان از گرایش عمومی خانواده‌ها به این مسئله دارد. همین امر امکانات اجتماعی لازم را برای مطالعه ارتباط تغذیه و شکل‌گیری و تثبیت هویت‌های اجتماعی و اجتماعات غذایی در اختیار محققان قرار می‌دهد. با توجه به تحولات اجتماعی اخیر و گسترش حساسیت عمومی، ضرورت دارد تا مطالعه غذا و ارتباط آن با هستی اجتماعی و ساختار هستی‌شناختی مصرف‌کنندگان، بیش از پیش، در سرلوحه مطالعات اجتماعی قرار گیرد.

زنان نقش اساسی در شکل‌گیری فرهنگ تغذیه در خانواده ایفا می‌کنند. حتی در جوامع مدرن، تهیه، تولید، و توزیع غذا در خانواده‌ها در تداوم نقش‌های جنسیتی زنان به‌شمار می‌رود [۱۱]. بر مبنای نتایج پیمایشی، که در سال ۱۹۹۵ مجله سینسبوری<sup>۳</sup> بر روی ۴۳ هزار خانواده انجام داد، زنان (حتی زنان شاغل تمام‌وقت) عمدتاً مسئول خرید (۶۲ درصد) و پخت‌وپز (۷۵ درصد) بودند [۲۶].

این مقاله، با تأکید بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی غذا و تناول آن، درصدد است دریابد چه تفاسیر و دلالت‌های ذهنی و معنایی در پس غذا و تناول آن در بین زنان وجود دارد و این

1. commensality  
2. Elias  
3. Sainsbury

کنش چگونه جایگاه اجتماعی زنان را بازتاب می‌دهد؟ اگرچه بخشی از داده‌های این پژوهش به دلیل آنکه منابع هویت‌ساز زنان عمدتاً تحت‌الشعاع جنسیت یا خاستگاه اجتماعی همسرانشان قرار دارد می‌تواند در بین دو جنس مشترک و تعمیم‌پذیر باشد، واضح است که در چند دهه اخیر، به دلیل ارتقای سطح سواد و مهارت‌های حرفه‌ای و تخصصی زنان، جایگاه اجتماعی زنان دستخوش تغییر شده است [۴]. در این نوشتار تمرکز بر تجربه‌های زنانه است.

## مروری بر ادبیات تجربی

در زمینه بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی تغذیه، در دو دهه اخیر، مطالعات عدیده‌ای انجام شده است که در ذیل به پاره‌ای از آن‌ها اشاره می‌شود. جیلیف (۱۹۶۷)، در بیان ارتباط و پیوند غذا و هستی اجتماعی، با ارائه مجموعه‌ای از مقوله‌های عام، به تقسیم‌بندی و سنخ‌شناسی الگوهای غذایی در فرهنگ‌های مختلف پرداخته است. این الگوها عبارت‌اند از: غذاهای برتر فرهنگی<sup>۱</sup>، مربوط به رده‌های بالای جامعه؛ غذاهای منزلتی<sup>۲</sup>، که مصرف آن به زمان‌های خاص یا گروه‌هایی از اقشار بالا اختصاص دارد؛ غذاهای تصویر بدن<sup>۳</sup>، غذایی که به شکل مستقیم با سلامتی و شادابی بدن در ارتباط است؛ غذاهای جادویی احساس همدلانه<sup>۴</sup>، مصرف غذاهایی که در بین عامه مردم از نوعی عمومیت برخوردار بوده و نوعی احساس و خاطره جمعی را بازنمایی می‌کند؛ و غذاهای گروه فیزیولوژیک<sup>۵</sup>، غذاهایی که ماهیت اقتضایی داشته و با در نظر گرفتن ویژگی‌ها و زمینه‌هایی نظیر جنسیت، سن، وضعیت جسمانی، حاملگی، و... مصرف می‌شوند [۱۶]. اوچ، پونتکر، و فاسلو (۱۹۹۶) در مطالعه «ذائقه اجتماع‌پذیر» با تفکیک دو مفهوم ذائقه ضروری و ذائقه لوکس/آزاد، به بررسی تمایز سفره نهار و میز غذاخوری در میان اقشار متوسط قفقازی‌های ساکن آمریکا و خانواده‌های ایتالیایی پرداخته‌اند. بر مبنای نتایج تحقیق، قفقازی‌های آمریکایی بیشتر بر ذائقه ضروری و بُعد تغذیه کودکان و خود توجه دارند و ایتالیایی‌ها بیشتر بر ابعاد لوکس غذا و لذت غذا و شکل و شمایل آن تأکید نموده‌اند [۲۲].

والنتاین (۱۹۹۹) با بررسی رابطه غذا و هویت خانوادگی و هویت جنسی افراد خانواده، بر تأثیر رویدادهای زندگی بر انتخاب و مصرف غذا و ارتباط زندگی اجتماعی و غذا پرداخته است [۲۶]. موسیو، آرنولد، و پرایس (۲۰۰۴) در مطالعه «مادران و بازار، برساخت هویت خانواده به میانجی آشپزی خانگی» به بررسی نقش غذاهای خانگی در بازسازی هویت خانواده پرداخته‌اند.

1. cultural superfoods
2. prestige foods
3. body-image foods
4. sympathetic magic foods
5. physiologic group foods

آن‌ها به ارتباط میان پخت غذا در منزل و تهدیدهای پخت غذا در فروشگاه‌ها و رستوران‌ها و در نهایت تأثیر آن بر ساخت هویت خانواده پرداخته‌اند؛ اینکه چگونه عواطف و روابط درون خانواده به تناظر غذاهای بیرون از خانه دچار دگرگونی می‌شود و مثلث بازار، عاطفه، و غذا را جایگزین خانه، عاطفه، و غذا می‌کند [۲۱].

به نظر سوئل و دیگران (۲۰۰۴) زنان اغلب غذاها را برحسب ارزش‌های رژیمی ارزیابی می‌کنند و غذاها را به دو دسته رژیمی، یعنی خوب، و چاق‌کننده، یعنی بد، تقسیم می‌کنند. تلاش برای مدیریت و تنظیم بدن برای بیشتر افراد باعث شده لذت‌بردن از خوردن همزاد با احساس گناه باشد [۶].

در میان پژوهش‌ها و مطالعات داخلی، عمدتاً از منظر پزشکی به تغذیه پرداخته شده و سهم مطالعات جامعه‌شناختی بسیار اندک است. بر مبنای نتایج مطالعه اسنادی رضا قدیمی و همکاران با عنوان «نقش تغذیه در ارتقای بُعد تربیتی و معنوی انسان از منظر قرآن کریم»، غذا ابزاری برای آزمایش، تفکر و تعقل، تشکر، تعبد و تقوا، زمینه‌ساز سوگند و شفا، عامل تبشیر و انذار، کرامت انسان در رزق طیب، انجام‌دادن عمل صالح و ناصالح، عامل سقوط و هبوط، صدور احکام الهی، و عامل شقاوت اخروی است. غذا و تغذیه، علاوه بر آثار جسمانی، پیامدهای باطنی و معنوی در حوزه اخلاق و تربیت و رفتار آدمی دربردارد [۷].

نوابخش و مثنی، در پژوهش «بررسی جامعه‌شناختی تحولات تغذیه در جوامع معاصر»، به مطالعه رابطه غذا و ساخت طبقاتی، درآمد خانوار، فرهنگ مصرف، سواد تغذیه‌ای، و در عین حال تحول تاریخی مفهوم تغذیه و نوع گفتمان‌های حاکم بر آن پرداخته‌اند. هرچند طرح مسئله معطوف به تحول تاریخی مطالعات تغذیه است، توجه به توزیع مواد غذایی، اماکن تناول غذا، و پایگاه طبقاتی مصرف‌کنندگان از جمله ابعاد تحلیلی است که جایگاه جامعه‌شناختی تغذیه و روابط تنگاتنگ فرهنگی و اجتماعی آن را نشان می‌دهد [۱۱]. علیزاده‌ا قدم در مطالعه پیمایشی «تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی» نشان داده است رفتارهای سالم شهروندان در زمینه سبک غذایی از دو بعد تغذیه سالم و پرهیز از تغذیه ناسالم تشکیل یافته است. بر مبنای نتایج تحقیق، سبک غذایی شهروندان بر حسب وضعیت تأهل، جنسیت، و وضعیت طبقه متفاوت بوده و سن، شاخص حجم بدن، و سرمایه اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی به طرق مختلف بر سبک غذایی تأثیر می‌گذارد [۶]. بر مبنای نتایج مطالعه پیمایشی نوغانی و همکاران، با عنوان «شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر بر اختلالات تغذیه در دانشجویان دختر دانشگاه فردوسی مشهد»، تلاش برای دستیابی به بدن ایده‌آل و باریک‌اندازی، بیماری اختلال تغذیه (رژیم غذایی، پرخوری، و اشتغال ذهنی به غذا و مهار دهانی) را در میان دختران جوان تقویت نموده است. بر مبنای نتایج، تقریباً اکثر دختران به نظارت بر خوردوخوراک خود می‌پردازند و نوعی انضباط نامرئی و خودکنترلی را بر بدن اعمال می‌کنند [۱۲].

## مروری مفهومی بر رابطه غذا و جایگاه اجتماعی

بردزورث و کیل (۱۹۹۷) در کتاب *جامعه‌شناسی منو: دعوت به مطالعه غذا و جامعه*، با بیان اینکه «غذا»، در همه‌جا، به شکلی پرشور مورد توجه مردم قرار گرفته است، الا نزد جامعه‌شناسان، بحث از جامعه‌شناسی غذا و رابطه آن را با هستی اجتماعی به‌عنوان ضرورتی نظری به جامعه‌شناسان گوشزد می‌کنند. این اثر را می‌توان به‌منزله دعوتنامه‌ای برای مطالعات جامعه‌شناسی غذا و تغذیه به حساب آورد [۱۶]. چنین دیدگاهی مبین این ادعاست که غذا بیش از آنکه در رابطه با ساختار فیزیولوژیک و زیستی بدن معنا و مفهوم پیدا کند، امری است نمادین و اجتماعی. این مسئله را مینل<sup>۱</sup> (۱۹۸۵)، با تفکیک دو مفهوم گرسنگی<sup>۲</sup> و اشتها<sup>۳</sup>، مورد توجه قرار داده است. گرسنگی، به‌مثابه پدیده‌ای روان‌شناختی و فیزیولوژیک، از مفهوم اشتها، به‌مثابه مفهومی جامعه‌شناختی - که ریشه در فرایند جامعه‌پذیری و هویت‌یابی دارد - متمایز است. تکوین و تغییر اشتها، افراد و گروه‌های مختلف متأثر از تجربیات اجتماعی آن‌هاست. از این‌رو، به تاسی از تجربیات اجتماعی، غذا دلالت‌های معنایی خاصی برای افراد و گروه‌های مختلف دارد. این دلالت‌ها ممکن است آن‌ها را به سوی بعضی از غذاها سوق دهد یا با تغییراتی روبه‌رو کند و موجب فرایند غذایی متمایز و نوینی شود. در اینجا، نوعی «مراقبت غذایی» شکل می‌گیرد که نیازهای بدنی و انتظارات فرهنگی موجب پدیدایی تغییراتی در رژیم و منوی غذایی افراد می‌شود [۱۶].

مراقبت غذایی بنیادی اساسی برای شکل‌گیری «هویت‌های غذایی» است. فیلیپس، در بررسی رابطهٔ بساخت هویت و تکوین فرصت‌های انتخاب غذا و تغییر در اولویت‌های غذایی در طی مراحل زندگی، بر اهمیت غذا و امکانات غذایی در تکوین هویت فرد در درون خانواده تأکید می‌کند. به زعم وی، غذا هویت ملی و قومیتی و در عین حال اجتماعی و فردی افراد را بازنمایی می‌کند [۲۳]. مفهوم مدیریت بدن و مراقبت از آن اساسی‌ترین الگوی شکل‌گیری هویت‌های جدید غذایی بوده است. به‌زعم گرونو، دگردیسی در وعده‌ها و رژیم‌های غذایی و گرایش به رژیم سالم‌تر<sup>۴</sup> موجب تغییر در مدهای غذایی در عصر مدرن شده است [۱۹].

لونشتاین با توجه به تحولات اخیر در علوم تغذیه و در عین حال فردگرایی و تمایزپذیری عصر مدرن معتقد است ذائقه به‌تنهایی راهنمای آن چیزی نیست که باید خورده شود و لذتی که شخص می‌برد دلیل مصرف و خوردن آن نیست و همچنین ترکیبات غذایی نه دیده می‌شوند و نه چشیده می‌شوند، بلکه ذائقه فقط در آزمایشگاه‌های علمی تشخیص داده می‌شود و اینکه علوم تجربی نقش‌های تغذیه را چنان ایجاد کرده که مانع بیماری و در عین حال عامل طول عمر بشر خواهد بود [۲۰].

1. Mennell
2. hungry
3. appetite
4. healthier diet

به‌زعم گیدنز، بدن‌های مدرن به‌مثابه شکلی از خودمُدسازی<sup>۱</sup> بازتابنده عمل می‌کنند. رژیم‌های ویژه بدنسازی و توجه به آراستگی و نظافت جسم در دوران اخیر بدن را در برابر گرایش‌های بازتابی مداوم تأثیرپذیر کرده است. هم برنامه‌ریزی و تنظیم زندگی و هم پدیدآمدن گزینه‌هایی برای انتخاب شیوه زندگی اساساً با رژیم‌های غذایی درهم آمیخته‌اند. رواج پدیده بی‌اشتهایی عصبی، که ناشی از نوعی وسواس بیمارگونه به ظواهر بدن و سلامت جسمانی است، بر همین مسئله دلالت دارد. این پدیده که عمدتاً در میان زنان و دختران جوان رواج دارد، با ظهور نخستین «برنامه‌های غذایی» و «خوراک‌های طبی» از حدود سال‌های دهه ۱۹۲۰ آغاز شد و تا امروز ادامه یافته است. این واقعیت که پدیده بی‌اشتهایی عصبی ارتباط نزدیک با تفکیک جنسیت دارد، بدون تردید ناشی از نوعی آمیختگی بین رژیم‌گرفتن و تغییر ارزش‌های مربوط به نمای ظاهری بدن است. ارتباط قدیمی موجود بین هیکل فربه و توانگری و رفاه عملاً در اواخر دهه دوم یا سوم قرن بیستم از بین رفت. زنان کم‌کم شروع کردند به واری بیشتر وزن و قواره خود، ولی در بیشتر موارد مردان هنوز چندان توجهی به این امر نشان نمی‌دادند. از این دوره برای نخستین بار رژیم غذایی، به معنای وسیع این اصطلاح، با تنظیم وزن و کنترل تندرستی شخص ارتباط پیدا کرد. به‌زعم گیدنز، بی‌اشتهایی و خودداری از پرخوری را باید به‌منزله علل موجه نوعی نیاز و مسئولیت فرد برای ایجاد و حفظ نوعی هویت متمایز در نظر گرفت. در روزگار کنونی، روش‌های افراطی برای تنظیم رژیم‌های غذایی عملاً به صورت یکی از ویژگی‌های همگانی زندگی روزمره در آمده است [۹].

بورديو در کتاب تمایز<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که چگونه گروه‌های خاص، به‌ویژه طبقات اجتماعی-اقتصادی، از میان انواع کالاهاى مصرفی، لباس‌پوشیدن، غذاخوردن، آرایش کردن، مبلمان و تزئین داخلی، و... انتخاب‌هایی را انجام می‌دهند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص و خود را از دیگران متمایز کنند [۸، ص ۲۲]. بورديو، بیش از هر متفکری، بنیان طبقاتی غذا و سبک‌های ذائقه را مورد توجه قرار داده است. از نظر بورديو، طبقه کارگر غذا را متعلق به دنیای وجود و ماده به حساب می‌آورد؛ درحالی‌که بورژوازی با نفی تمایز میان درون و بیرون یا خانه و بیرون خانه، عادی و فوق‌عادی، فرم و ظاهر را وارد غذا می‌کند [۳]. طبقات اجتماعی، به میانجی سلیقه‌ها و ذائقه مصرفی، خود را از دیگر طبقات متمایز می‌کنند. معلمان، که سرمایه فرهنگی آنها بیش از سرمایه اقتصادی‌شان است، به دنبال مصرف زاهدانه بوده و اصالتی را می‌جویند که کمترین هزینه اقتصادی را داشته باشد. درحالی‌که سلیقه متخصصان حرفه‌ای یا مدیران ارشد، سلیقه عامیانه را نفی کرده و آن را

1. self-fashioning

2. Distinction

علاقه به غذاهای سنگین و چرب و علاقه به غذاهای کمیاب و اشرافی ناظر به آشپزی سنتی می‌داند [۳]. براساس رویکرد بوردیو، سلیقه‌های غذایی به ایده‌هایی که هر طبقه از بدن و تأثیر غذا بر بدن دارد بستگی دارد؛ یعنی به نیرو و سلامتی و زیبایی بدن و به مقوله‌هایی که هر طبقه برای ارزیابی این تأثیرات به کار می‌گیرد. از این رو، طبقات پایین به جای فرم غذاها، بیشتر به دنبال نیروی بدنی و مردانگی بوده و طالب غذاهای ارزان و مغذی‌اند، ولی متخصصان حرفه‌ای و طبقات بالا در پی غذاهایی هستند که طعم و مزه خوب داشته باشد و سلامت‌زا و سبک بوده و چاق‌کننده نباشد [۳].

### روش‌شناسی پژوهش

روش‌شناسی تحقیق حاضر از نوع کیفی است و در بین روش‌های مختلف کیفی از روش اتنوگرافی بهره گرفته است. در روش مردم‌نگاری، به صورت میدانی و با روحیه طبیعی‌گرایانه<sup>۱</sup> و زمینه‌مند<sup>۲</sup> پدیده‌ها را در بستر طبیعی‌شان مطالعه کرده و محقق با زاندیش به ارائه توصیفی ضخیم<sup>۳</sup> از موضوع مورد مطالعه و جوانب مختلف آن اقدام می‌کند [۱۰، ص ۲۱۵]. در کلی‌ترین مفهوم، مردم‌نگاری روشی است که شیوه‌های زندگی نوع بشر را توصیف می‌کند. مردم‌نگاری، توصیف عینی صرف نیست، زیرا هرگونه مواجهه با موضوع مستلزم فهم و تفسیری از آن است و هرگونه توصیف نیز بر مبنای رویکردهای مفهومی ضمنی و صریح انجام می‌گیرد. مردم‌نگاری فعالیتی است که هدف آن ارائه قابل فهم و واضح موضوعات از راه فراهم کردن «زمینه‌ای روشنگر<sup>۴</sup>» و گویا برای آن‌هاست [۱۸، ص ۱۵۲].

**نمونه‌گیری و جمعیت نمونه:** در این تحقیق، به دلیل فرض متکثربودن سبک‌های زندگی و جایگاه‌های اقتصادی و اجتماعی زنان و برای به دست آوردن نتایج بهتر و کامل‌تر، از نمونه‌گیری با حداکثر تغییرات استفاده شده است. در نمونه‌گیری با حداکثر تغییرات، محیط‌ها، فعالیت‌ها، رویدادها، و افراد مطلع عمداً طوری انتخاب می‌شوند که وضعیت‌های هرچه متفاوت‌تر و متنوع‌تر را در دسترس پژوهشگر قرار دهند [۱۳، ص ۱۸۱]. بر این اساس، میدان مورد مطالعه و مصاحبه ۳۰ نمونه از زنان متأهل ساکن شهر بوکان (واقع در استان آذربایجان غربی) است که دارای تفاوت و تنوع وضعیت اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی هستند. اطلاعات و مشخصات کلی زنان مورد مصاحبه با لحاظ کردن میزان بهره‌مندی از سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی در جدول ۱ آمده است.

1. naturalistic
2. contextual
3. thick Description
4. informing context

جدول ۱. مشخصات کلی زنان مورد مصاحبه

قشر بالا	قشر متوسط	قشر پایین	
۷	۱۱	۱۲	تعداد مصاحبه‌شوندگان
۳۵-۴۵ سال	۳۳-۴۲ سال	۳۸-۴۶ سال	رده سنی
بالای ۲,۰۰۰,۰۰۰	۱,۴۰۰,۰۰۰-۱,۷۰۰,۰۰۰	۴۰۰,۰۰۰-۷۰۰,۰۰۰	درآمد ماهیانه (تومان)
مدیر خانه‌دار، معلم، مدیر	معلم، کارمند، پرستار	خانه‌دار، قالی‌باف	شغل
فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس	فوق دیپلم، لیسانس	کمتر از سیکل و دیپلم	سطح سواد
دندانپزشک، مهندس، مدیر بانک، تاجر، کارخانه‌دار	مدیر دبیرستان، مدیر اداره	مغازه‌دار، کارگر ساختمانی، دستفروش محلی، راننده	شغل همسر
زیاد	کم	به‌ندرت	میهمانی‌ها و سور دادن
بلی	بلی	خیلی کم	دسترسی به تکنولوژی‌های جدید آشپزی
بلی	کم	خیر	گذراندن دوره‌های آشپزی و سفره‌آرایی
بلی	بله	خیر	پیگیری برنامه‌های آشپزی در ماهواره
بلی	بلی	خیر	جست‌وجوی اطلاعات تغذیه‌ای در اینترنت
بلی	تا حدودی	خیر	استفاده از VCD و DVD آشپزی
بلی	بلی	خیر	خواندن مجله‌های آشپزی

گردآوری داده‌ها و سؤالات مصاحبه

در این پژوهش، برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته بهره گرفته شده است. بر مبنای حساسیت نظری به دست آمده از مرور ادبیات نظری و تجربی و انجام دادن چند مصاحبه مقدماتی، محورهای کلی مشاهده و سؤالات پژوهش صورتبندی شد. در ادامه، به چند نمونه از این سؤالات اشاره می‌شود:



- احساس خود را به غذا و تناول آن بیان کنید؟
- چه نوع غذایی را دوست دارید؟
- چه نوع غذایی را بیشتر طبخ می‌کنید؟
- چقدر به تزئین غذا و سفره‌آرایی بها می‌دهید؟
- سفره‌آرایی را از کجا یاد گرفته‌اید؟
- غذا برای شما چه معنایی دارد؟
- چه نوع غذایی را بیشتر مصرف می‌کنید؟
- در انتخاب غذا و صرف آن بیشتر به چه معیارهایی توجه می‌کنید؟
- در میهمانی‌ها چه غذاهایی را تدارک می‌بینند؟
- بیشتر به چه ملاک‌ها و معیارهایی توجه می‌کنید؟

## تحلیل داده‌ها و کدگذاری

در چارچوب نظریهٔ مبنایی، پس از مصاحبه، فرایند کدگذاری در دو مرحلهٔ کدگذاری باز و محوری انجام شد. در مرحلهٔ کدگذاری باز ابتدا با برچسب‌زدن مفهومی به پاسخ‌های واقعی مصاحبه‌شوندگان یک سلسله مفاهیم استخراج شدند. نام‌گذاری مفاهیم هم مستلزم نزدیکی آن‌ها به متن است و هم سطحی از انتزاعی‌بودن، تا بتواند چند پدیدهٔ مشابه را در همان مصاحبه یا دیگر مصاحبه‌ها پوشش دهد. در ادامه، با مفاهیم استخراجی گروه‌بندی، به سطح بالاتری از انتزاع رسیدیم. در مرحلهٔ کدگذاری محوری، با مراجعه به داده‌ها و ادغام همهٔ تعبیر و تفاسیر انجام‌شده، ربط منطقی بین خرده‌مقولات و مقولات برقرار و با سیر مدام بین تفکر قیاسی و استقرایی روابط مقولات با یکدیگر کشف شد [۱].

## داده‌ها و یافته‌ها

براساس سازه‌های نظری نوشتار حاضر، غذا ماهیتی پیچیده، چندبعدی، سیال، کیفی، و اقتضایی دارد. در این مطالعه، گروه‌بندی‌ای که از طریق پنج مقولهٔ مورد بررسی انجام می‌گیرد نشان از این دارد که زنان با سطوح مختلف سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی به تناظر غذاها، تنوع آن‌ها، و مکان‌های تناول آن از همدیگر متمایزند. بنابراین، غذا فقط کارکرد رفع نیازهای زیستی را مرتفع نمی‌کند، بلکه خود بخشی از هویت فردی و اجتماعی است که به‌ویژه پس از تحولات عصر مدرن و دگرگونی در حوزهٔ فردیت و مدیریت بدن شکل گرفته است. یافته‌های مقالهٔ حاضر در قالب ۳۸ مفهوم و ۱۲ مقوله- ۵ مقولهٔ محوری و یک مقولهٔ هسته- دسته‌بندی و به شرح ذیل بیان می‌شود:

جدول ۲. مفاهیم و مقوله‌های عمده استخراج شده

ردیف	مفاهیم	مقولات	مقوله محوری	مقوله هسته
۱	رفع گرسنگی، سرپا نگه داشتن، توان بخشی، غذاهای نشاسته‌ای، غذاهای آبکی، مصرف نان‌های پرخمیر، حجیم بودن به جای کیفیت، محدودیت منابع غذایی	سیرکنندگی، نیروزایی	سیرشکمی	
۲	صرفه جویی، ساده بودن سفره، تک غذایی، سویه مذهبی غذا، تنوع زدایی غذایی، فرعی بودن غذا، غذا به مثابه رفع حاجت، سریع الطبخ بودن	صرفه جویی، سادگی، تک غذایی	ساده گرایی	
۳	اهمیت غذایی، آگاهی غذایی، تغذیه سالم، برنامه غذایی، خوراک‌های طبی، سلامت جسمانی، تناسب غذایی	برنامه غذایی، رژیم غذایی، سواد تغذیه‌ای	کارکردگرای	هویت بخشی غذایی
۴	سفره آرای، شکل و شمایل غذا، غذا به مثابه تابلو نقاشی، لذت بخشی، اهمیت ظاهر غذا، درخشندگی غذا، تزئین غذا	طراحی غذا، سفره آرای	زیبایی شنا سی	
۵	مد روز بودن، سبک غذایی باکلاس، مد بودن غذا، تمایز بخشی، منزلت بخشی، تنوع غذایی، مدرن بودن غذا	سبک غذایی، تمایز بخشی	سبک بخشی	

## یافته‌های تحلیلی: دلالت‌های معنایی غذا

### دلالت سیرشکمی

غذا و تناول آن از دیرباز در همه جوامع و نزد افراد متعلق به گروه‌های مختلف اجتماعی، ریشه در نیازهای زیستی و جسمی داشته و به مثابه شرط لازم برای بقا و فعالیت اجتماعی قلمداد شده است. از این رو، جنبه زیستی و سیرشکمی به مثابه اصلی ترین کارکرد غذا در نظر گرفته شده است. دلالت‌های معنایی غذا در میان زنان با سرمایه اقتصادی پایین در وهله اول معطوف به جنبه زیستی، سیرشکمی، و قوت بخشی آن است. برای این دسته از زنان، غذا معنایی فراتر از سیرشدن و سرپا نگه داشتن فرد ندارد.

«ن» یک زن قالی باف ۴۴ ساله، که همسرش کارگر ساختمان است، در پاسخ به این سؤال

که چه نوع غذایی را بیشتر طبخ می‌کنید؟ این‌گونه پاسخ می‌دهد: «شوهر من کارگره. اون باید سیر بخوره و بره سر کارش. من بیشتر دوست دارم غذاش آبکی باشه، توش نون بریزه و سیر بشه. یک شوربای پُرملاط که تا شب نگهش داره.»

«ع» یک زن ۴۵ ساله خانه‌دار، که همسرش مغازه‌بقالی دارد، در این باره می‌گوید: «من عدسی و سوپ درست می‌کنم. بچه‌هام هم همیشه سالم و سرحال‌اند. آدم که با پیتزا و این‌جور چیزا سیر نمی‌شه.»

«ک» ۳۵ ساله نیز می‌گوید: «سیب‌زمینی و ماکارونی و شوربا دوست دارم. با این‌ها بیشتر سیر می‌شم.»

غذا و دستورالعمل‌های غذایی زنان با سرمایه اقتصادی پایین، به‌طور مستقیم در رابطه با وضعیت شغلی و معیشتی آنان قرار دارد. کار سنگین، فعالیت شبانه‌روزی، و نیاز به قدرت و توان کافی موجب شده برنامه‌های غذایی و سفره غذایی آنان محدود شود و در عین حال حول غذاهای سیرکننده و نیروبخش باشد. اظهار نظر «ر» زنی ۳۸ ساله، که همراه شوهرش روی زمین کشاورزی دیگران کار می‌کند، مؤید این موضوع است: «یه چیزی نمی‌خوریم که بدنمون رو سنگین کنه و نتونیم کار کنیم. ما باید کار کنیم. سر زمین مردمیم. اونجا هم که چیزی نمی‌دن سیرمون کنن.»

«ل» نیز، که به کار قالی‌بافی مشغول است، در این باره می‌گوید: «از صبح تا شب استراحت نداریم. باید یه چیزی بخورم که بتونم سرپا و ایسم.»

غذاهای این دسته از زنان بیشتر بر بنیاد غذاهای نشاسته‌دار و قند بالا بوده که با نان تناول می‌شود. از این‌رو، استفاده از نان‌های پرخمیری چون سنگک و لواش بیش از نان‌های فانتزی و تُست نزد آن‌ها رواج دارد.

### دلالت ساده‌گرایانه

اینکه غذا باید ساده و کم‌تنوع باشد بیش از هرچیزی ریشه در سویه‌های نظری و هستی‌شناختی مصرف‌کنندگان آن دارد. در میان بسیاری از مذاهب و رویکردهای فرهنگی، غذا به‌مثابه نفس‌پروری و مانع تعالی فردی تلقی شده و راه رستگاری فرد خالی نگه‌داشتن درون از طعام است [۷]. در میان زنان متعلق به قشرهای پایین، زنان با سرمایه فرهنگی متوسط (معلمان و کارمندان)، و زنانی با سویه‌های مذهبی و اعتقادی با اذعان به اینکه غذا چه لذت‌بخش باشد و چه نباشد، بعد از هضم بر انسان سنگینی می‌کند، ساده‌گرایی در غذا راهی برای دوری از امراض بدن و در عین حال جلوگیری از ریخت‌وپاش و اسراف تلقی می‌شود.

«ت» ۴۳ ساله و زن یک دست‌فروش محلی، در پاسخ به این سؤال که تا چه اندازه به تزئین غذا و سفره‌آرایی بها می‌دهید؟ نظرش را این‌گونه بیان می‌کند: «وقتی سر سفره صد نوع غذا

می‌دارن، آدم یادش می‌ره که آخه این غذا بعد از خوردن کجا می‌ره. من خودم دوست دارم سفره‌م ساده باشه. اون‌ی که سر سفره مهمه غذا نیست، روابط و صمیمیته اهالی سفره‌ست. سفره هرچی ساده‌تر باشه، صمیمیت هم بیشتره. اینکه غذا کتاب می‌خواد و کلاس و برنامه و... داره، برمی‌گرده به فخر فروشی و تجمل‌گرایی.»

«گ» زن ۴۶ ساله خانه‌دار، که همسرش راننده است، نظر خود را این‌گونه بیان می‌کند: «من هم دوست ندارم هرچی شوهرم پول درمی‌آره بدم غذا بخورم. همه‌چی که شکم نیست. شکم رو اگه بگیری، یه مشتته. اگه ولش کنی، یه دشته. غذا رفع حاجته. چه بوالهوسی بکنی، چه پرخوری، همه‌ش فضولات می‌شه می‌ره.»

«م» زن ۴۵ ساله خانه‌دار، که همسرش روحانی است، درباره «پخت‌وپز غذاهای متنوع بر سر یک سفره» می‌گوید: «ساده‌زیستی صفت اولیای خداست. اون‌ها که غذاهای رنگارنگ و عجیب و غریب می‌خورن، روشن رو از همه‌چیز برگردوندن.»

«ف» معلم ۴۰ ساله که همسرش نیز فرهنگی است، این‌گونه نظر خود را بیان کرده است: «از غذا مهم‌تر هم هست. همش که نباید بخیریم و بریزیم توی شکمون.»

در میان این دسته از زنان، غذا نقش حاشیه‌ای و نوعی رفع حاجت محسوب شده و توجه به دسرها، غذاهای جدید، و برنامه‌های غذایی متنوع کمتر دیده می‌شود. این افراد سفره‌آرایی را بوالهوسی دانسته و بر ساده‌زیستی و طبخ غذاهای ساده، کم‌تنوع، و سریع‌الطبخ تأکید می‌کنند. در بسیاری موارد، بعضی از سالادها و پیش‌غذاهایی چون عدسی و سوپ برای آن‌ها نقش غذای اصلی را داشته و کمتر به‌عنوان پیش‌غذا سرو می‌شود.

## دلالت کارکرد گرایانه

موضوع کارکردگرایی و سودمندگرایی غذاها به قابلیت‌ها و توانایی غذاها در تأمین کالری‌های لازم و مفید بدن برمی‌گردد. امروزه، تحت‌تأثیر برنامه‌های تلویزیونی آشپزی، رژیم‌های تغذیه، کتاب‌ها، و دستورالعمل‌های غذایی، توجه خاصی به ارتباط تغذیه و سلامتی شده است. «ن» دبیر ۳۵ ساله، که همسرش مدیر دبیرستان است، «ملاک‌ها و معیارهای انتخاب مواد غذایی» را این‌گونه بیان می‌کند: «سبزیجات و میوه‌ها رو از روی میزان اهمیتشون مصرف می‌کنیم. کدو، کلسیم داره و پرتقال ویتامین C، سبزیجات رنگی هم به خاطر آنتی‌اکسیدانش. هیچ غذایی رو بدون توجه به اهمیت و تأثیرگذاری‌ش تهیه نمی‌کنم.»

«ن» پرستار ۴۲ ساله، که همسرش دندانپزشک است، بر ارزش غذایی مواد غذایی تأکید می‌کند و در این‌باره می‌افزاید: «غذاهای پرچرب دارای روغن‌های کلسترول‌دار و غذاهای پرنشاسته، اسیدی، و دارای کربن بالا از یک‌طرف موجب افزایش حجم معده، چاقی، و افزایش چربی می‌شن و از طرف دیگه کبد و کلیه و قلب رو هم از بین می‌برن.»

در میان زنانی که از سرمایه اقتصادی متوسط و سطح تحصیلات بالایی برخوردار بوده‌اند، توجه به برنامه‌های غذایی سودمند از طرفی موجب کاهش هزینه‌های مالی و از طرف دیگر موجب افزایش میزان سلامت شده است. آن‌ها به مصرف عدسی، آش‌ها، خوراک ماهی، گوشت‌های کم‌چرب، غذاهای گیاهی، و... به دلیل بالابردن میزان کالری، گلاژن‌ها و آلاستین‌ها، فیبرها، و همچنین کاستن از کلسترول و اسیدهای اوریک توجه بیشتری می‌کنند.

### دلالت زیبایی‌شناسانه

آرایش غذا و سفره‌آرایی را از لحاظ زیبایی‌شناسی می‌توان بخشی از فرایند طراحی و تزئین غذا تلقی کرد که در دوران معاصر بیشتر مورد توجه خانواده‌ها قرار گرفته است. حضور برنامه‌های غذایی نوین، استفاده از ابداعات و دستورالعمل‌های دیگر فرهنگ‌ها، استفاده از تنوع رنگ‌ها، اشکال، و الگوهای نوین در طراحی و تولید غذاها، صنعتی‌شدن غذاها، و... موجب شده غذا بیش از هر زمانی ساختی زیبایی‌شناختی به خود بگیرد. این امر غذا را بیش از هر زمانی به یک کالای صنعتی مبدل کرده است.

«س» پرستار ۳۶ ساله، که همسرش مدیر یکی از شعب بانکی است، این‌گونه در باب سفره‌آرایی اظهار نظر می‌کند: «وقتی سفره رو با رنگ‌های جوراجور و با غذاهای زیبا و تزئین‌شده و دسرها و پیش‌غذاهای خوش رنگ و لعاب پهن می‌کنم، خودم احساس لذت می‌کنم. آدم با دیدن این ترکیب‌ها لذت بیشتری از غذا می‌بره».

در میان زنان با سطوح بالای سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی (میزان بالای معاشرت‌های اجتماعی، شرکت در میهمانی‌ها، و...)، توجه به تزئین غذا و سفره‌آرایی، استفاده از رنگ‌های غذایی، گل‌آرایی و تزئین سالادها و دسرها، و... به امری رایج مبدل شده است.

«ه» ۳۵ ساله و خانه‌دار، که همسرش مهندس عمران است، در خصوص سفره‌آرایی می‌گوید: «قبلاً می‌گفتن سفره رو پهن کن، الان می‌گن سفره رو بچین. از اسمش مشخصه. سفره رو باید چید. باید اون رو آرایش داد، مثل یه ویتترین تا اهالی سفره از همه‌چیزش لذت ببرن. من بیشتر وقت‌ها توی آشپزخونه دارم روی غذا و سالاد رو تزئین می‌کنم یا تربچه‌ها و گوجه‌ها رو به شکل گل درمی‌آرم. این جوری خودم می‌فهمم خانواده با لذت بیشتری غذا رو می‌خورن».

حرف‌های «م» پرستار بیمارستان در این خصوص شنیدنی است: «غذا مثله یه تابلوی نقاشیه. باید با سبک خاص خودت طراحی‌ش کنی. باید از دور بدرخشه. غذا که فقط طعمش نیست، رنگ و طبعش هم لازمه. به نظر من اگه یه غذای باکلاس هم درست کرده باشی ولی نتونی با ترکیب سفره و وسایل سر سفره هماهنگ و ست کنی، مثله اینه که اصلاً کاری انجام ندادی».

## دلالت سبک‌بخشی

بوردیو، در بحث از تفاوت‌های فرهنگی و طبقاتی صرف غذا، مفهوم سبک‌بخشی<sup>۱</sup> را در برابر مفهوم لذت‌بخشی قرار می‌دهد و در این خصوص معتقد است که پای‌بندی به فرم و سبک غذا به جای بُعد کارکردی و لذت‌گرایانه آن، به‌خصوص در میان طبقات، قابل مشاهده است [۵، ص ۲۱۰]. طبقات بالای جامعه با تحقیر مادیت و کارکرد صرف تغذیه‌ای<sup>۲</sup> غذا سعی دارند منزلت اخلاقی بالاتری کسب کنند؛ بر همین اساس، هرچه یک عمل یا سبک زندگی معنوی و انتزاعی‌تر باشد، آن عمل توانایی سبک‌بخشی بالاتری دارد و به لحاظ اخلاقی و زیبایی‌شناختی در سطح بالاتری قرار می‌گیرد.

«ر» ۳۲ ساله و خانه‌دار، که همسرش طلا‌ساز است، در پاسخ به این سؤال که «غذا و پخت‌وپز برای وی چه معنا و مفهومی دارد»، نظرش را این‌گونه بیان می‌کند: «به نظر من، می‌شه از روی سبک‌وسایق پخت‌وپز و سفره فهمید اون خانواده کی هستن و چه جوری دارن زندگی می‌کنن. خیلی‌ها پول هم دارن، اما هنوز سبک زندگی‌شون قدیمیه. برای من سفره و رسم‌ورسومات سر سفره خیلی مهمه.»

«س» ۳۵ ساله، که همسرش کارخانه‌دار است، درخصوص «تنوع غذایی»، بر این باور است: «پلوخورشت یا قورمه‌سبزی و... خیلی تکراری شدن. بیشتر دوست دارم یه غذایی بخورم که باهاش وربرم و مزه‌های متفاوتی بهم بده. غذاهای مد روز رو زود یاد می‌گیرم. دوست دارم سبک غذایی باکلاسی داشته باشم.»

«ص» ۴۱ ساله و خانه‌دار، که همسرش به کار تجارت برون‌مرزی اشتغال دارد، نظر خود را درخصوص «تزئینات غذایی» این‌گونه بیان می‌کند: «هرچی روی غذا ریزه‌کاری بیشتری بشه و تزئینات بیشتر باشه، حس جالبی بهم دست می‌ده. غذاهای جدید یه لطافت خاصی دارن. وقتی سفره رو می‌چینم، سعی می‌کنم با بقیه فرق داشته باشه. متفاوت بودن رو دوست دارم. سبک غذایی نشون می‌ده اون خانواده از چه تیپی هستن.»

«د» ۴۷ ساله، که مدیر یکی از شعب بانکی است، نظرش را این‌گونه بیان می‌کند: «مهمون‌های ما بیشتر همکارای بانکان. من سعی می‌کنم چیزی بپزم که یه جورایی من رو نشون بده. هر گروهی یه جور خلق‌وخوی غذایی داره. من دوست دارم غذاهام با گروه‌های دیگه متفاوت باشه.»

## نتیجه‌گیری

رابطه غذا و رژیم‌های غذایی با جایگاه اجتماعی افراد، بنیانی جامعه‌شناختی و هستی‌شناختی به مفهوم غذا و تناول آن بخشیده است که از آن با عنوان «رژیم‌های هویتی» یاد می‌شود. این

1. stylization  
2. foodness

رویکرد، تناول غذا را از یک رابطه صرف «مراقبت غذایی» مجزا کرده است. در چارچوب جامعه‌شناسی غذا، غذا و تناول آن فقط امری فیزیولوژیک و زیستی دانسته نمی‌شود و تنوع و تلون آن متأثر از سرمایه‌های اقتصادی، فرهنگی، و اجتماعی افراد است. دارندگان این سرمایه‌ها در انتخاب غذا، نقش و طراحی آن، و... باهم تفاوت‌های تأمل‌برانگیزی دارند که همین مسئله دارابودن سرمایه‌ها و هویت‌های غذایی افراد را مشخص می‌کند [۳، ۲۳، ۲۵، ۲۶].

بر مبنای نتایج حاصل از مصاحبه‌های کیفی، زنان با سرمایه‌های اقتصادی پایین، که جزء اقشار کم‌برخوردارند، از امنیت غذایی لازم برخوردار نبوده و برای آن‌ها غذا بیش از هرچیزی رابطه تنگاتنگی با رفع گرسنگی و سرپا نگه‌داشتن دارد.

برای بخشی از زنان متعلق به قشرهای پایین، زنان با سرمایه فرهنگی متوسط (معلمان و کارمندان) و زنانی با سویه‌های مذهبی و اعتقادی، تناول غذا امری اخلاقی و البته دینی تلقی می‌شود و بُعد غیرجسمانی غذا اهمیت درخور توجهی دارد.

دلالت‌های معنایی غذا در نزد زنان با سرمایه اقتصادی متوسط و سرمایه فرهنگی بالا (قشر متوسط) کاملاً متفاوت است. این دسته از زنان، به دلیل برخورداری از سواد تغذیه‌ای، با دورشدن از رهیافت‌های زیستی و کمی‌گرایانه، بر ابعاد کیفی و کارکردگرایانه غذا تأکید دارند. هرچند این اصل را می‌توان با توجه به رشد رویکرد عمومی جامعه نسبت به مدیریت بدن فراتر از این قشر اجتماعی در نظر گرفت، به‌طور کلی موضوع عملکردگرایی غذایی به تناظر رویکرد و سرمایه فرهنگی قشر متوسط بیشتر در میان این دسته از زنان مشهود است. تأکید بر سلامت غذایی مستلزم صرف هزینه و دسترسی به منابع اطلاعاتی است. این رویکرد یادآور مفاهیم «مراقبت از بدن» و «افزایش قدرت بدنی» به میانجی برنامه‌ها و رژیم غذایی و «بی‌اشتهایی عصبی» است [۹]. همچنین، نتیجه مذکور به نوعی مؤید نتایج مطالعه تجربی علیزاده‌ا قدم مبنی بر رابطه معنادار میان سرمایه اقتصادی و فرهنگی افراد با سبک غذایی سالم است [۶].

در زنان با سرمایه اقتصادی و اجتماعی بالا، سویه‌ها و دلالت‌های سبک‌بخشی و زیبایی‌شناختی غذا بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. توجه به غذاهای جدیدتر، که سویه‌های زیبایی‌شناختی بالاتری دارند، طراحی و تزئین غذا، متفاوت‌بودن آن، و... از جمله مواردی است که می‌تواند به سبک‌بخشی رویکرد آن‌ها نسبت به جایگاه و پایگاه طبقاتی آن‌ها کمک کند. لذت این میل به مسلط‌بودن از حیث جایگاه اجتماعی بسی بیشتر از میل زیستی و فیزیولوژیکی آن‌ها به تنوع غذاهایشان است. بهره‌مندی این دسته از زنان از سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی بالا، امکان حضور در میهمانی‌ها، برخورداری از تکنولوژی‌های جدید آشپزی، شرکت در دوره‌های آشپزی و سفره‌آرایی، دسترسی به اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای آشپزی، VCD و DVD، و مجله‌های آشپزی را به‌منزله ابعاد سرمایه فرهنگی مهیا نموده است. بازسازی معنایی تجربه زنان از غذا و تناول آن نشان از تکوین اجتماع ذائقه، رسانه‌شدگی غذا، و هویت‌بخشی غذایی در میان زنان با سطوح مختلف سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، و

فرهنگی دارد. آگاهی به تناول و مصرف غذاها، سبک‌بخشی و در عین حال انقلاب در برنامه‌های غذایی، و رشد مصرف غذاهای جدید متأثر از افزایش مصرف کلاس‌ها و کتب آشپزی و تبادل تجربیات آشپزی است. این دسته از زنان با توجه به عادت‌واره و درک تفسیری خود از هستی اجتماعی و جایگاه طبقاتی خود، غذا را بیش از هر دوره‌ای از ریشه‌های زیستی آن رها کرده و ساختی فرهنگی و اجتماعی به آن بخشیده‌اند. ترسیم و آرایش سفره‌ها، برنامه‌های غذایی و تأکید بر سفره غذا به مثابه یک کلیت ساختاری از طرفی سویه‌های مصرف‌گرایانه‌ای به مفهوم غذا بخشیده است و از طرف دیگر، نشانه‌های یک گسست غذایی را در پی دارد؛ گسستی که هرچه بیشتر الگوها و انتخاب‌های غذایی طبقات و اقشار بالاتر را از اقشار پایین متمایز می‌کند. هویت‌های غذایی در حال حاضر رو به سوی این گسست دارد؛ گسستی که اجتماعات ذائقه و هویت‌های غذایی نوین را از اجتماعات و هویت‌های پیشین و سنتی‌تر متمایز نموده است.

## منابع

- [۱] استراس، آنسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۸۵). *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنايي، رویه‌ها و شیوه‌ها*، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- [۲] ایمان، محمدتقی (۱۳۸۹). *مبانی پارادایمی روش‌های کمی و کیفی تحقیق در علوم انسانی*، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- [۳] بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰). *تمایز، نقد اجتماعی و قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث.
- [۴] ساروخانی، باقر؛ رفعت‌جاه، مریم (۱۳۸۳). «عوامل جامعه‌شناختی مؤثر در بازتعریف هویت اجتماعی زنان»، *پژوهش زنان*، ش ۱، ص ۷۱-۹۱.
- [۵] سیدمن، استیون (۱۳۸۸). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- [۶] علیزاده‌اقدم، محمدباقر (۱۳۸۹). «تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی»، *رفاه اجتماعی*، ش ۴۴، ص ۲۸۵-۳۱۸.
- [۷] قدیمی، رضا؛ کامرانی، منیرالسادات؛ دیگران (۱۳۹۱). «نقش تغذیه در ارتقای بُعد تربیتی و معنوی انسان از منظر قرآن کریم»، *مجله دانشگاه علوم پزشکی بابل*، ش ۱، ص ۳۴-۳۹.
- [۸] فاضلی، محمد (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، تهران: صبح صادق.
- [۹] گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نی.
- [۱۰] محمدپور، احمد (۱۳۸۹). *روش در روش: درباره ساخت معرفت در علوم انسانی*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- [۱۱] نوابخش، مهرداد؛ مثنی، ابوذر (۱۳۹۰). «بررسی جامعه‌شناختی تحولات تغذیه در جوامع معاصر»، *مجله علوم غذایی و تغذیه*، ش ۱، ص ۳۳-۴۹.
- [۱۲] نوغانی، محسن؛ خراسانی، محمدمظلوم؛ محمودآبادی، زینب (۱۳۹۱). «شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر بر اختلالات تغذیه در دانشجویان دختر دانشگاه فردوسی مشهد»، *فصلنامه زن در توسعه و سیاست*، ش ۳، ص ۱۲۵-۱۴۳.



[۱۳] ویمر، راجر؛ دومینیک، جوزف (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی، ترجمه کاووس سیدامامی، تهران: سروش.

- [14] Abercrombie, N and Loughurst, B. (2007). *Dictionary of Media Studies*, London: Penguin Reference Library.
- [15] Asekegaard, S and Madsen, T. K. (1995). "European Food Cultures: an exploratory analysis of Food Related Preference and Behaviour in European Regions". MAPP: Working Paper Nr 26. The Aarhus school of Business, Aarhus Denmark.
- [16] Beardsworth, A and Keil, T. (1997). *Sociology on the Menu, an Invitation to the Study of Food and Society*. London: Routledge.
- [17] Fischler, C. (1988). "Food, Self and Identity". *Social Science Information*, 27 (2):92-275.
- [18] Geertz, C. (1983). "The Way We Think Now: Toward an Ethnography of Modern Thought". In *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books.
- [19] Gronow, J. (1997). *The Sociology of Taste*. New York and London: Routledge.
- [20] Levenstein, H. (1988). *Revolution at the Table, The Transformation of the American Diet*. New York and Oxford: Oxford University Press.
- [21] Moisio, R., Arnould, E. J. and Price, L. (2004). "Between Mothers and Markets Constructing family identity through homemade food". *Journal of Consumer Culture*, 4 (3): 361-384.
- [22] Ochs, E., Pontecorvo, C. and Fasulo, A. (1996) "Socializing Taste". *Ethnos*, 61: 7-46.
- [23] Philips, C. (2003). *How do consumers express their identity through the choice of products that they buy?*. University of Bath, London: Working Paper Series.
- [24] Southerton, D. (2001). "Consuming Kitchens, Taste, context and identity formation". *Journal of Consumer Culture*, 1 (2): 179-203.
- [25] Sutton, D. E. (2001). *Remembrance of Repasts. An Anthropology of Food and Memory*. Oxford: Berg
- [26] Valentine, G. (1999). "Eating in: Home, Consumption and Identity". *Sociological Review*, 47 (3): 491-524.