دور قنوات الطهى الفضائية المصرية والعربية فى التثقيف الغذائى لدى المرأة المصرية: دراسة تحليلية ميدانية

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

أ.م.د/ حازم أنور البنا

أستاذ الإذاعة والتليفزيون المساعد كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

سـارة محمـد يونـس

مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة

ملخص

تهدف الدراسة إلي التعرف على :

1- شكل ومضمون قنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية وبرامجها .

الأدوات والأساليب التى اعتمدت عليها قنوات الطهى الفضائية فى تقديم الموضوعات والقضايا المختلفة 0

رصد أنماط تعرض جمهور المرأة عينة الدراسة لقنوات الطهى الفضائية المتخصصة، وأهم وسائل التواصل المختلفة بين هذه البرامج بقنوات الطهى الفضائية وبين جمهور المرأة المصرية مثل ( التليفونات – البريد الالكترونى e-mail – الرسائل ، مواقع التواصل الاجتماعى ) 0

درجة تناول قنوات الطهى الفضائية لموضوعات الثقافة الغذائية المختلفة عبر برامجها ،مثل ( امراض سوء التغذية ،السمنة ، النحافة ، فقر الدم )

واشتملت أدوات البحث علي: أدوات الدراسة :

تقوم هذه الدراسة بإستخدام عدة أدوات لجمع البيانات :

إستمارة الإستبيان .

مقياس التثقيف الغذائى .

إستمارة تحليل المضمون .

مجتمع الدراسة :

يتمثل فى ناحيتين هما :

1- برامج الطهى المقدمة عبر برامج الطهى الفضائية باختلاف أنواعها 0

2- العينة البشرية وهى ممثلة فى المرأة المصرية 0

نوع ومنهج الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد علي منهج المسح الإعلامي

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها :

إعتماد قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) على مقدمى برامج من الاناث أكثر من الذكور ، فقد بلغت نسبة اعتماد قناة cbc سفرة على الاناث 86.5% مقابل 13.5% من الذكور ، وبالنسبة لقناة فتافيت جاءت بنسبة 100% فى كافة البرامج 0

أن أكثر التخصصات التى اعتمدت عليها قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة) فى تقديم برامجها جاء استشارى تغذية فى الترتيب الأول بالنسبة لقناة cbc سفرة وبنسبة 53.3% ، أما بالنسبة لقناة فتافيت جاء شيف فى الترتيب الأول وبنسبة 83.3%.

تصدرت ( السعرات الحرارية والعناصر الغذائية الموجودة بالأطعمة ) قائمة موضوعات وقضايا التثقيف الغذائى التى تم تناولها بقناة cbc سفرة وبنسبة 31.2% يليه(الدايت) بنسبة 13.6% ، وفى المرتبة الثالثة جاء موضوع ( توعية الأطفال بالأغذية الهامة والمحببة لهم بنسبة 11.7% ) ، وبالنسبة لقناة فتافيت فقد تصدر موضوع ( استخدام الأعشاب والمكونات الغذائية الطبيعية وطرق الطهى الصحى للحوم المختلفة ) قائمة قضايا التثقيف الغذائى بنسبة 17.8% 0

The Role of Egyptian and ArabCooking Space Channels in Nutrition Edification for the Egyptian Woman- An Analytical and field study

Abstract

The study aims at identifying:

1- Form and Content of the Egyptian and Arab satellite cooking channels.

2- Tools and techniques these satellite cooking channels depend on to present various topics and issues.

3- Observing patterns of exposure of women crowds/public, sample of study to specialized satellite cooking channels, and the most important different means of communication among these programs in satellite cooking channels and the Egyptian woman public/crowds, such as telephones – e-mail messages and social communication sites.

4- The degree to which (How far) these satellite cooking channels tackle topics of various food education in their programs such as I malnutrition diseases, obesity, thinness and anemia.

Tools of the Study:

This study uses a big number of tools to collect data:

1- Questionnaire form.

2- Food education meter/scale.

3- A form of content analysis.

Type and Method of Study:

This study is regarded one of the descriptive studies that depend on the methodology of media survey.

The study reached many results most important of which are:

1- That satellite cooking channels, sample of study, depended on program presenters of females more than males. The rate/percentage of the dependence of cbc sufra on females was 86% VS 13.5% of males. Concerning Fatafeet channel, the rate/ percentage was 100% in all programs.

2- The most specializations that satellite cooking channels, sample of study depended on in presenting their programs a nutrition counselor was in the first position as for cbc sufra channel with a rate/ percentage of 53.3%, but as far as Fatafeet channel is concerned, the chief came first with a rat/ percentage of 83.3%.

3- Calories and food elements in foods was at the head of topics and issues of food education dealt with in cbc sufrah channel with a rate/ percentage of 31.2% following by (Diet) with 13.6% and in the third place came the topic (Educating children in important and favourite foods with a rate/ percentage of 11.7%. As for Fatafeet channel the topic of using herbs and natural food components and healthy cooing ways of various meats came to the front.

مقدمه الدراسة :

تعتبر التغذية أساساً لنمو الإنسان ويظهر تأثيرها جلياً ليس فقط فى النمو الجسمى بل يتعداها إلى النمو العقلى والعاطفى ، كما يعد علم التغذية من العلوم الحديثة فى المجتمعات العلمية ، وقد عرف كعلم قائم بذاته وذلك فى عام 1934عن طريق المعهد الأمريكى للتغذية.(1)

وقد أصبحت التغذية تحتل مركز الصدارة كعامل رئيسى فى بعض الأمراض المزمنة كالسرطانات و السمنة والنحافة وغيرها ، وبذلك تتضح العلاقة بين التغذية والصحة فالغذاء ضرورى لحياة الإنسان ونموه وحيويتة ونشاطة ومقاومته لكثير من الأمراض التى يتعرض لها ، وأيضاً هناك علاقة وثيقة بين سوء التغذية والأمراض المختلفة (أمراض سوء التغذية ) فقد يمرض الإنسان نتيجة لنقص أو زيادة عنصر غذائى أو أكثر فى الطعام اليومى ، او نتيجة لتلوث الطعام ، أو يرجع للطرق الخاطئة فى إعداد الوجبات وطرق طهيها .(2)

ومن الملاحظ أن القنوات الفضائية بدأت فى الإتجاة نحو التخصص، وهذا الإتجاه بدأ فى الظهور وذلك عندما تم أطلاق قناة mbc2 المتخصصة فى بث الأفلام الأجنبية فى عام 2002 وفى عام 2004 أطلقت المجموعة قناة mbc3 وهى متخصصة فى برامج الأطفال وتوالت بعدها الكثير من القنوات المتخصصة سواء فى أفلام ، مسلسلات ، كوميديا ، أخبار ، أغانى. وأخيرا قنوات الطهي والتى انتشرت فى الآونة الأخيرة واتجهت العديد من الشبكات التليفزيونية بإنشاء قنوات متخصصة فى فنون الطهي فقام مركز تليفزيون العاصمة cbc باطلاق قناة سى بى سى سفرة هى قناة متخصصة لفنون الطبخ .. تبث على مدار 24 ساعة لمصر والعالم العربى 0

ومع انشغال المرأة فى العمل بدأت مرحلة جديدة فى حياة المرأة ، وهى كتب " طبخ الطعام " لتعلم فنون الطهى ، ولعل أشهر هذه الكتب كتاب " أصول الطهى " لأبلة نظيرة ، وهو الكتاب الأشهر والأول فى عالم الطهى ، ومع إطلاق القنوات المتخصصة فى فنون الطهي بدأت ربات البيوت الاستغناء عن شراء كتب الطهى وقراءتها بمتابعة قنوات التليفزيون المتخصصة فى معالجة شئون المطبخ والتغذية وتقديم كل مايهم الأسرة المصرية فى النواحى التغذوية

ومن أشهر القنوات الفضائية المتخصصة فى فنون الطهى هى قناة cbc سفرة وهى أول قناة مصرية يتم إطلاقها لتقديم برامج طهى على مدار 24 ساعة ، ويليها قناة فتافيت Fatafeat وهى اول قناة عربية ، وهناك أيضا (بيتى TV ، سميرة الجزائرية ، فييرا Veria وهى قناة هندية مترجمة للعربية ، وقناة ست البيت وهى ثانى قناة مصرية يتم اطلاقها لتنافس cbc سفرة ، والكثير من القنوات والتى تبث على مدار 24 ساعة 0

وتعتبر المرأة بوجه عام أهم شرائح المجتمع فهى نصف المجتمع ان لم تكن المجتمع كله ، لأنها هى الحاضنة والمربية والمعلمة ، وهى العامل الأساسى والفعال فى تكوين الشخصية وغرس المبادىء (3) ، بالتالى فإن وعى المرأة بالغذاء السليم وثقافة الغذاء يؤدى إلى تحسين المستوى الصحى للأسرة فضلا عن أن الأطفال يكتسبون من الوالدين كل الأنماط والسلوكيات ومن بينها النمط الغذائى والثقافة الغذائية والوعى بكيفية إختيار الغذاءالسليم ، فالأطفال هم شباب المستقبل وأمهات الغد وبذلك فإن نقص الوعى الغذائى يعتبر من العوامل المؤثرة على الصحة الغذائية للطفل ، فلا نكتفى بقدرة الأم على توفير الغذاء ولكن يجب أن يكون هناك وعى بأسس إعداد الوجبات وإختيار الأغذية المناسبة لإحتياجات طفلها اليومية بما يتلائم مع حالته الصحية وملرحلتة العمرية .(4)

ومما لا شك فيه أن الاتصال يلعب دورا هاما فى تخطيط وتنفيذ برامج التثقيف الغذائى من خلال صياغة الأهداف وتحديد الحاجات والاهتمامات والمشاكل التغذوية للناس ، وتحقيق التفاعل اللازم بين الجمهور والأفراد المسئولين عن هذه البرامج ، والتثقيف الغذائى بمفهومه يشير الى اعتباره مجموعة من الأنشطة التى تهدف الى تغيير ممارسات وعادات مجموعة من الأفراد والمساهمة فى تحسين حالاتهم الغذائية من خلال إتباع سلوك غذائى سليم وذلك لتحقيق التغذية المثلى التى لا تقتصر على اكتشاف معلومات جديدة ، بل تتعداها لتصل الى حيز تبنى هذه المعلومات وترجمتها الى ممارسات عملية (5) ، وهذا ما نلاحظه الآن بالنسبة لقنوات الطهى المتخصصة وبرامجها والتى يتابعها عدد غير مكيل من جمهور المرأة المصرية حيث يقمن بتبنى الأفكار الجديدة المقدمة للطهى وطرق إعدادها والأدوات المستخدمة وتطبيقها فعليا فى المنزل 0

ويكمن دور الإعلام فى التثقيف التغذوى السليم وتوعية المجتمع ، وتقديم الدعم التقنى من أجل وضع سياسات وبرامج تؤدى إلى زيادة وعى الجمهور بأهمية التناول الجيد للأغذية الصحية ، وتحسين العادات الغذائية التى تمكن من إختيار الأغذية الصحية ، وبناء قدرات المؤسسات والأفراد من أجل إعتماد الممارسات الغذائية التى تعزز التمتع بصحة جيدة ، وتنمية دور القنوات الفضائية المتخصصة فى الطهى فى نشر الثقافة الغذائية من خلال ماتقدمة برامجها ذات المشاهدة العالية.)6 (

كما أكدت نتائج دراسة تجريبية بعنوان " تأثير برامج الطهى التليفزيونية على الطلبة الجامعيين والذين يقيمون خارج الحرم الجامعى " على أن البرامج التليفزيونية المتخصصة فى الطهى والتغذية لها دورا مؤثرا فى تغيير الوعى المعرفى بأسس التغذية السليمة لدى الطلاب ، وأيضا له تأثير بسيط على السلوكيات الغذائية (7) 0

ونظرا لأهمية الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام الجماهيرية وخاصة التليفزيون والقنوات الفضائية العربية فى حياة كل فرد فى عالمنا المعاصر سواء كمصدر للمعرفة أو الترفيه أوكأداة لتشكيل الإتجاهات والسلوكيات ، وفى ظل تزايد عدد القنوات المتخصصة فى برامج الطهى ، والتى تتناول كافة الموضوعات المتعلقة بالتغذية السليمة والتثقيف الغذائى فقد إرتبط هذا المضمون بموضوع المعرفة باسس التغذية السليمة والتعرف على العناصر الغذائية الهامة الموجودة بأنواع الطعام المختلفة وفوائدها لكل الفئات العمرية المختلفة ومن هنا ينبع موضوع هذه الدراسة والمتمثل فى محاولة التعرف على دور قنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية فى إمداد المرأة المصرية بالمعلومات الخاصة بالتثقيف الغذائى ، ودرجة إعتماد المرأة على هذه القنوات فى اكتساب معلومات عن الثقافة الغذائية ومدى وجود فروق معرفية بين فئات المشاهدات وفقا لأغراض الدراسة.

مشكلة الدراسة :

فى ظل اتساع ظاهرة عولمة إمداداتنا الغذائية ، أصبح من الواضح أكثر فأكثر أنه يلزم تعزيز نظم السلامة الغذائية فى جميع البلدان وفيما بينها ، ولهذا السبب تشجع منظمة الصحة العالمية الجهود المبذولة من أجل تحسين السلامة الغذائية من المزرعة الى الصحن ( وفى كل المراحل التى تفصل بينهما ) فى يوم الصحة العالمى فى 7 نيسان / ابريل 2015 (8) 0

وفى ضوء أهمية الدور الذى تلعبه التغذية السليمة فى المحافظة على الصحة العامة للفرد وحول المفهوم الجديد للصحة " أنها لا تعنى فقط مجرد عدم اصابة الفرد وانما الحالة الحيوية العامة للفرد أصبح يطلق عليها الصحة الايجابية بواسطة التغذية المناسبة والحياة فى ظروف مناخية ملائمة خالية من التلوث والبعد على السلوكيات الغذائية غير الصحيحة ويتم التخلص من معظم الأمراض دون الحاجة الى دواء (9) 0

ومع الانتشار المكثف لقنوات الطهى التليفزيونية والتى تعتبر برامجها من البرامج الجاذبة للمرأة من مختلف الفئات العمرية ومختلف المستويات الثقافية حيث أصبحت برامج الطهى من البرامج الأساسية لأى قناة تليفزيونية تسعى الى كسب أكبر عدد من المشاهدين ، نتيجة لما تقدمه هذه القنوات من مضامين بهدف الوصول الى التغذية المثلى من خلال الاستعانة بخبراء التغذية وعلوم الأطعمة فى معظم برامجها 0

وفى ظل التطور المستمر لمثل هذه القنوات المتخصصة فى الطهى حيث أنه تم اصدار مجلة شهرية باسم القناة نفسها مثل " مجلة فتافيت " وهى تصدر عن قناة فتافيت العربية ، ومجلة "زعفران وفانيلا "وهو اسم لأحد البرامج على قناة cbc سفرة المصرية ، بالاضافة لوجود صفحات على مواقع التواصل الاجتماعى لكل قناة طهى ، وأيضا يوجد تطبيقات على الهواتف المحمولة لقنوات الطهى الفضائية وبرامجها المختلفة ، و بعد إطلاع الباحثة على العديد من البحوث العربية والأجنبية فى هذا المجال ، لم تجد سوى دراسات قليلة جدا تتحدث عن الموضوع ، بالإضافة الى الاختلاف فى آلية التطبيق بالمنهجية التى سوف تستخدمها الدراسة الحالية 0

ولمزيد من التحديد للمشكلة البحثية قامت الباحثة بدراسة استطلاعية على عينة قوامها (40) مفردة بشكل عشوائى من المجتمع الأصلى للدراسة وهى المرأة المصرية، وتوصلت لعدة نتائج هامة كانت هى المنطلق لتحديد مشكلة وعينة الدراسة وتوجهاتها ومن أبرز هذه النتائج مايلى :

1- 70% من العينة الاستطلاعية يشاهدن قنوات الطهى الفضائية المتخصصة بصورة دائمة 0 وهو الأمر الذى يؤكد أهمية القيام بمشروع الدراسة الحالية 0

2- 80% من العينة يشاهدن قناة cbc سفرة يليها قناة فتافيت ثم قناة ست البيت 0

3- كان من أهم أسباب مشاهدة هذه القنوات فى المرتبة الأولى هو اتباع العادات السليمة فى الطهى الصحى يليها التعرف على كيفية التنوع فى إعداد الوجبات المختلفة يليها التعرف على الأطعمة الصحية وتجنب الأطعمة الضارة ، وكلها أسباب تؤكد الدوافع وراء حرص المبحوثات على متابعة هذه القنوات للاستفادة 0

كما أن قضية التثقيف الغذائي وما يتفرع عنها من موضوعات تعتبر هامة جدا وجديرة بالدراسة حيث أن الدراسات الاعلامية لم تتطرق لهذا الموضوع ولم يتم ربطه بوسيلة اعلامية وخاصة فى الدراسات العربية ، بالإضافة إلى حداثة هذة القنوات وإنتشارها بصورة كبيرة فقد أصبحت تفجر قضايا كثيرة فى موضوع التثقيف الغذائى .

وعليه يمكن تحديد مشكلة البحث فى "رصد وتحليل قنوات الطهى الفضائية المتخصصة والتعرف على المضامين الصحية والغذائية المقدمة فيها ، إلى جانب دراسة أنماط تعرض جمهور المرأة المصرية لقنوات الطهى وبرامجها ودراسة العلاقة بين مشاهدة المرأة المصرية لهذة القنوات ودرجة التثقيف الغذائى لديها ، إضافة إلى دراسة المتغيرات الوسيطة التى يمكن أن ترفع أو تخفض من درجة التثقيف الغذائى ."

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إالى التعرف على كلاً من :

شكل ومضمون قنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية وبرامجها .

الأدوات والأساليب التى اعتمدت عليها قنوات الطهى الفضائية فى تقديم الموضوعات والقضايا المختلفة 0

درجة تناول قنوات الطهى الفضائية لموضوعات الثقافة الغذائية المختلفة عبر برامجها ،مثل ( امراض سوء التغذية ،السمنة ، النحافة ، فقر الدم )

رصد أنماط تعرض جمهور المرأة عينة الدراسة لقنوات الطهى الفضائية المتخصصة، وأهم وسائل التواصل المختلفة بين هذه البرامج بقنوات الطهى الفضائية وبين جمهور المرأة المصرية مثل ( التليفونات – البريد الالكترونى e-mail – الرسائل ، مواقع التواصل الاجتماعى ) 0

أسباب ودوافع تعرض جمهور المرأة المصرية عينة الدراسة لبرامج وقنوات الطهى المتخصصة .

فوائد وإشباعات تعرض جمهور المرأة المصرية عينة الدراسة لقنوات الطهى المتخصصة .

رصد أهم مصادر الحصول على المعلومات الغذائية .

العلاقة بين كلا من ( السن – المستوى الاجتماعى والاقتصادى – التعليم ) ودرجة التثقيف الغذائى للمرأة المصرية 0

دراسة الفروق بين الفئات المختلفة لجمهور المرأة المصرية عينة الدراسة فى ( تعرضهم ، دوافعهم ، إشباعاتهم ودرجة التثقيف الغذائى ) .

رؤية المرأة المصرية عينة الدراسة لأوجه القصور التى تعانى منها البرامج المقدمة بقنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية فيما تقدمه من تثقيف غذائى للمرأة المصرية.

رؤية المرأة المصرية عينة الدراسة المستقبلية لتفعيل دور قنوات الطهى الفضائية فى عملية التثقيف الغذائى والتغذية السليمة ولكل فئات المجتمع .

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية القيام بمشروع الدراسة الحالية مما يلى :

1- الانتشار المكثف لقنوات الطهى الفضائية خاصة فى الآونة الأخيرة سواء العربية ، المصرية ، اللبنانية ، الجزائرية والأجنبية مع اقتراب مضامينها باختلاف ثقافة كلا منها ، ومن ثم فإننا فى حاجة الى التغلغل داخل هذه القنوات ، ورصد ايجابيتها وسلبيتها ، ودراسة المضامين المختلفة التى تقدمها خاصة فى ضوء المنافسة الشديدة بين هذه القنوات والتى نشأت عن كثرة عددها وتباين الجهات المالكة لها 0

2- كما تتزايد أهمية الدراسة فى ظل انتشار أمراض سوء التغذية وخاصة فى هذا العصر الذى تعيش فيه كأمراض فقر الدم ، النحافة ، السمنة ، أمراض القلب ، السرطانات ، تزايد نسبة الدهون فى الدم وغيرها من الأمراض والتى تتعلق بالطرق الخاطئة فى إعداد وتناول وشراء الغذاء ، وتقدم هذه القنوات فى معظم برامجها ما يفيد الأسرة والطفل المراهق وكبار السن ومختلف الفئات العمرية من خلال ما تستعين به من معلومات صحيحة موثوق بها من خلال الاستعانة بخبراء متخصصين فى هذا المجال 0

3- ضعف إهتمام البحوث والدراسات وخاصة البحوث العربية بدراسة قنوات الطهى الفضائية المتخصصة وربطها بمتغير التثقيف الغذائى ، وماله من أثار كبيرة على المجتمع المصرى.

4- الوقوف على مستوى الثقافة الغذائية للمرأة المصرية وما يتعلق بها من معلومات عن الغذاء السليم والطهى الصحى والعناصر الغذائية المفيدة للجسم كونها بالفعل معنية بهذا الأمر فهى اما مقبلة على الزواج أو أم أو لديها مسئولية كبيرة تجاه بناء أسرة ، كما لاحظت الباحثة ندرة الدراسات الأجنبية التى تناولت المرأة كعينة للدراسة ،وهذا شجع الباحثة على إختيار المرأة المصرية عينة للدراسة الحالية .

إهتمام الدراسات الأجنبية بهذه النوعية من القنوات المتخصصة فى الطهى وبرامجها ، حتى أن هناك دراسة أجنبية قائمة بذاتها على برنامج واحد فقط متخصص فى الطهى وهو برنامج ( ماستر شيف ) Masterchef المشهور بالدول الاوروبية وهو برنامج مسابقات فى الطهى يجمع بين مجموعة من الشيفات والطهاة المختلفين ،ولأهمية وشهرة هذا البرنامج نجد أنه تم انتاج برنامج "ماستر شيف العرب "ويذاع على القنوات العربية (10)

الدراسات السابقة :

- تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي توضيح المفاهيم النظرية والمنهجية محل الدراسة والعلاقات القائمة بينهما ، بما يسهم بشكل إيجابي فى البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية ، وبالاطلاع على التراث العلمي الخاص لموضوع الدراسة ( دور قنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية فى التثقيف الغذائي لدى المرأة المصرية ) ، وفى حدود علم الباحثة لم تتحدث أياً من الدراسات السابقة العربية والأجنبية حول علاقة متغيرات الدراسة بعضها بالبعض الآخر.

(1) دراسة يون فونج Yuonne Fong (2016) (11) بعنوان " تأثير عروض الطهى التليفزيونية على أفضليات الطعام " 0

استهدفت الدراسة تقويم أثر عروض الطهى التليفزيونية على أفضليات الطعام لدى الجمهور ، وتقديم معلومات غذائية ، وطبقت الدراسة على عينة من طلبة جامعة ولاية كاليفورنيا ما يزيد أعمارهم عن 18 سنة وإستخدمت عينة تحليلية ، وهم من عروض الطهى التليفزيونية ،

واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لتجميع المعلومات ، والمنهم شبه التجريبي ، وقد توصلت

الدراسة الى عدة نتائج أهمها : أن برامج الطهى التليفزيونية لا تركز على الصحة أو التغذية كما أن وصفاتها الغذائية لا تتماشى مع التوصيات الغذائية لمنظمة الصحة العالمية 0

(2) دراسة وتنى ، مارتن Wei, T., Martine, F. ،(2105) (12) : بعنوان : " عروض الطهى التليفزيونية بعد الحرب فى تايوان "

استهدفت الدراسة تقديم استكشاف نقدى للعلاقات المعقدة بين عروض الطهى الاعلامية الشهيرة وسياقاتهم الاجتماعية والصناعية ، وتعد الدراسة هى دراسة حالة استخدمت أسلوب تحليل المضمون حيث قامت بإجراء تحليلات نصية لعروض الطهى التليفزيونية التايوانية عبر ثلاث مراحل تاريخية مختلفة ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها : تحول عروض الطهى من كونها تعليمية الى ثقافية ثم الى ترفيهية ، ولكن فى الوقت نفسه تم الابقاء على الوظيفة التربوية لتعليم مهارات الطبخ واخلاقيات الحياة خلال مراحل مختلفة 0

(3) دراسة ليران كرستين وآخرون Liran Christine shan, and Others ،(2015)(13) بعنوان : " التواصل النشط مع الجمهور : الاستكشاف النوعى لاستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية من خلال منظمات الصحة والغذاء "

استهدفت الدراسة التعرف على تأثير وسائل الاعلام الاجتماعية على الاتصالات بين المستهلكين والمؤسسات العامة فى مجال سلامة الغذاء والتغذية ، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية ، حيث استخدمت أسلوب المقابلات شبه المنظمة فى المملكة المتحدة وايرلندا ، على حوالى ستة عشر من المهنيين فى حوالى 5 منظمات وطنية والتى لها دور فى التواصل حول قضايا سلامة الغذاء والتغذية الصحيحة من خلال التحليل الموضوعى، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها :

أن وسائل الاعلام الاجتماعية اخترقت وجلبت فرص جديدة للتفاعلات مع منظمات الأغذية والجمهور وخاصة مع زيادة استخدام الجمهور لوسائل الاعلام الاجتماعية 0

(4) دراسة فيلانى ، ايجان وآخرون Villani, A.M., Egan, T., Keogh, and Others (2015) (14) بعنوان : " اتجاهات ومعتقدات الاستراليين نحو برامج الطهى الواقعية ومشاهير الطهاة "

\* استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الناس ومعتقداتهم حول برامج الطهى التليفزيونية الشعبية والطهاة المشاهير، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية حيث استخدمت الدراسة الاستبيان عبر الانترنت كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (203) مفردة من الذكور والاناث الذين يشاهدون برامج الطبخ التليفزيونية ،وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها :

أن أغلبية المستخدمين يتابعون برامج الطهى التليفزيونية بحد أقصى 30 دقيقة فى اليوم، و أن نسبة حوالى 74% ثلاثة أرباع المشتركين جربوا الوصفات مع ابتكار أفكار جديدة للطهى 0

(5) دراسة جوليا والفسون وآخرون Julia A. Walfson, et al (2016) (15).

بعنوان " توجهات ورؤى خاصة بشأن مهارات الطهى والدعم العام لسياسات التعليم الخاصة بالطهى فى الولايات المتحدة ".

هدفت الدراسة الى التعرف على كيفية تعلم الأمريكان لمهارات الطهى وما يتعلق به من تعليم الأطفال أيضا كيف يطبخون ، وتم استخدام أداة الاستبيان والجماعات المركزة النوعية لجمع المعلومات من خلال (7) مجموعات مركزة فى مدينة ( بلتيمور ) خلال عامي نوفمبر 2014 ويناير 2015 ، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها : أن الأمريكان يتعلمون مهارات الطهى من الآباء والأمهات ، كتب الطهى ومواقع الوصفات ومشاهدة قنوات الطهى التليفزيونية ، و حوالى ثلثي الأمريكان فى حاجة لتعلم مهارات للطبخ من خلال تعليم صحى وثقافة ومناهج أساسية خلال التعليم المدرسي 0

(6) دراسة كيرى ماتويك KERI MATWICK (2016)(16 ) بعنوان " التحليل اللغوى والوسائط المتعددة لبرامج الطهى التليفزيونية "

استتهدفت الدراسة التحليل النصى واللغوى وتحديد عنصر السر ببرامج الطهى التليفزيونية والتعرف على البنية السردية لعروض الطهى ، وإستخدمت فى ذلك منهج تحليل الخطاب لمجموعة من عروض الطهى التليفزيونية من الفترة 2010 إالى 2015، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من اهمها : أن وسائل الإعلام هى التى تعطى الشعبية والسلطة للطهاة المشاهير وأكدت الدراسة على ان برامج الطهى تقوم على تعزيز عنصر الوسائط المتعددة من خلال الجذب البصرى بإستخدام التصوير الخارجى بالحدائق والتفاعل مع جميع أفراد الأسرة والمجتمع أثناء تصوير البرامج .

)7) دراسة ليندا لارسين Linda Larsin (2016) (17) بعنوان " الممارسات الغذائية الآمنة ببرامج الطهى الفضائية ".

استهدفت الدراسة تقييم سلامة الأغذية فى برامج الطهى T.V لاكتشاف إذا ما كانوا يقدمون نماذج إيجابية أو سلبية ،واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان وتحليل المضمون لمجموعة من برامج الطهى التليفزيونية ، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها : أن 73% من عينة الدراسة يحصلون على معلومات على سلامة الأغذية من التليفزيون ، 22% يستخدمون برامج الطهى التليفزيونية كمصدر أساسى للمعلومات

(8) دراسة محمد صالح Mohd Salehuddin (2014) (18) بعنوان " ممارسات الطهى المنزلية لدى المرأة العاملة ".

إستهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة على ممارسات الطهى لدى النساء العاملات ، وإعتمدت الدراسة على المنهج الوصفى من خلال دراسة المقطع العرضى ، وطبقت اداة الإستبيان على عينة من المرأة العاملة أعمارهم تتراوح من ( 25 – 50 سنه ) ، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها : أن من العوامل المؤثرة على ممارسات الطهى لدى النساء العاملات :

الوقت

النظام الإقتصادى

النظام الغذائى

(9) دراسة جنج ما jing ma (2014) (19) بعنوان " دور وسائل الإعلام فى تحسين سلامة الغذاء "

إستهدفت الدراسة التعرف على تأثير وسائل الإعلام نقل معلومات حول سلامة الغذاء ودور المستهلك فى البحث عن المعلومات حول سلامة الغذاء عبر الإنترنت والأمراض التى تنتقل عن طريق الاغذية وطرق الطهى ، وإستخدمت الدراسة اداة الإستبيان عن طريق الإنترنت ( الإستبيان الإلكترونى) ، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها :

أن الإنترنت من أكثر وسائل الإتصال تفضيلا للبحث عن المعلومات عن الأمراض المتعلقة بالغذاء.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة :

1- أوجه الاتفاق :

أ ) استخدام بعض الدراسات الأجنبية لبرامج وعروض الطهى 0

ب) استخدام أداة تحليل المضمون ولكن فى قليل من الدراسات 0

ج) دراسة وسائل التواصل والمشاركة داخل برامج الطهى مثل ( الرسائل – التليفونات – المناقشة – القصص ،وغيرها ) .

2- أوجه الاختلاف :

أ ) اعتمدت معظم عينات الدراسات السابقة على ( الأطفال – الأسر – الكبار – الشباب الجامعى – الطهاة ) ولكن لم تستخدم المرأة 0

ب) لم تقوم الدراسات السابقة بتناول قناة كاملة متخصصة فى الطهى ، ولكن تناولت عينة سوءا برنامج واحد أو مجموعة من الطهاة وأقامت الدراسة عليهم 0

تساؤلات الدراسة :

أولاً : تساؤلات الدراسة التحليلية :

1- ما وسائل وأدوات التثقيف الغذائى المستخدمة فى هذه القنوات ؟

2– ما هى القوالب الفنية المستخدمة فى تقديم البرامج بقنوات الطهى الفضائية ؟

3- ما هى أشكال مشاركة المرأة (عينة الدراسة) المقدمة فى هذة القنوات ؟

4-ما هى عناصر الإبراز المستخدمة فى تقديم المضمون ولجذب اهتمام الجمهور عبر هذه القنوات ؟

ما هى أساليب العادات الغذائية السليمة والمتبعة فى قنوات الطهى الفضائية ؟

ثانيا : تساؤلات الدراسة الميدانية : وتشمل :

ما معدل مشاهدة المرأة المصرية لقنوات الطهى الفضائية المتخصصة ؟

-ما قنوات الطهى المفضلة لدى عينة الدراسة ؟

ما أسباب ودوافع عينة الدراسة للتعرض لقنوات الطهى الفضائية ؟

ما أوجه استفادة عينة الدراسة من البرامج المقدمة عبر قنوات الطهى التليفزيونية ؟

ما درجة الثقة فيما تقدمه هذه القنوات من معلومات عن التغذية المثلى ؟

ما درجة اعتماد المبحوثات على هذه القنوات فى الحصول بالمعلومات الخاصة بالثقافة الغذائية والغذاء الصحى ؟

ما مصادر التثقيف الغذائى الأخرى لدى المرأة عينة الدراسة ؟

ما درجة اهتمام عينة الدراسة بالموضوعات والقضايا المتعلقة بالثقافة الغذائية ؟

ما أوجه القصور التى تعانى منها البرامج المقدمة بقنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية فيما تقدمه من تثقيف غذائى من وجهة نظر المرأة المصرية عينة الدراسة ؟

ما الرؤية المستقبلية المقترحة لتفعيل دور قنوات الطهى الفضائية فى عملية التثقيف الغذائى والتغذية السليمة ولكل فئات المجتمع من وجهة نظر المرأة المصرية عينة الدراسة؟

فروض الدراسة :

تقوم الدراسة باختبار مجموعة من الفروض وهى :

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين كثافة تعرض المرأة المصرية عينة الدراسة لقنوات الطهى الفضائية ودرجة التثقيف الغذائى .

توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين اتجاهات المرأه نحو القضايا والموضوعات الخاصة بالتثقيف الغذائى ودرجة الثقافة الغذائية المكتسبة عبر هذة القنوات .

توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثات على قنوات الطهي كمصدر للتثقيف الغذائى وجوانب استفادتهم من مشاهدة تلك القنوات .

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين اعتماد المرأة المصرية عينة الدراسة على التليفزيون كمصدر للمعرفة الغذائية ومستوى معرفتها بأسس التغذية السليمة 0

تختلف درجة التثقيف الغذائى لدى المرأة المصرية باختلاف المتغيرات الديموجرافية التالية:

( السن – محل الاقامة - مستوى التعليم – المستوى الاقتصادى والاجتماعى ) 0

توجد فروق ذات دلالة احصائية فى درجة التثقيف الغذائى طبقا لكثافة التعرض لقنوات الطهى التليفزيونية 0

متغيرات الدراسة :

تتحدد متغيرات الدراسة الحالية فيما يلى :

1- المتغير المستقل : هو المراد قياس تأثيره على المتغير التابع ويتمثل هنا فى ( كثافة التعرض لقنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية ) 0

2- المتغير التابع : هو المتغير المراد قياسه ومدى تأثيره بالمتغير المستقل ويتمثل فى درجة التثقيف الغذائى لدى المرأة المصرية 0

المتغيرات الوسيطة : وهى المتغيرات التى يريد الباحث دراسة أثرها حتى لا تؤثر فى الظاهرة محل الدراسة وهى ( السن – محل الاقامة – المستوى الاقتصادى والاجتماعى -مستوى التعليم ) 0

حدود الدراسة : تتمثل حدود الدراسة فيما يلى :

\* حدود موضوعية : تتمثل فى موضوع الدراسة وهو دراسة التثقيف الغذائى وأشكاله وعناصره وآلياته ومحاوره والتى يتم تقديمها عبر قنوات الطهى الفضائية ومدى استفادة المرأة المصرية من هذه المعلومات الغذائية المقدمة 0

\* حدود زمنية : تقتصر الدراسة الحالية على تحليل مضمون برامج قنوات الطهى التليفزيونية

( عينة الدراسة ) بواقع ثلاث برامج لكل قناة باختلاف دورية الاذاعة وذلك لمدة دورية تليفزيونية كاملة لكل قناة ومدتها 3 شهور فى الفترة من 1/1/2017 وحتى 30/3/2017.

\* حدود مكانية : تم تطبيق الدراسة على المرأة المصرية بثلاث محافظات وهى : القاهرة (العاصمة) – الدقهلية (كوجه بحرى ) – سوهاج (كوجه قبلى) وذلك لتغطية خصائص وصفات المرأة المصرية فى معظم المحافظات المختلفة بإختلاف عاداتها وتقاليدها .

الاجراءات المنهجية للدراسة :

نوع الدراسة ومنهجها :

نوع الدراسة : تنتمى الدراسة الحالية الى البحوث الوصفية ، والتى تهدف الى وصف خصائص مجتمع معين من خلال جمع البيانات والمعلومات عنه وتحليلها وتفسيرها ، وتهدف الدراسة الراهنة ، الى وصف وتشخيص عادات وأنماط هذه المرأة المصرية عينة الدراسة لقنوات الطهى التليفزيونية ودرجة التثقيف الغذائى المقدمة من خلال التعرض لهذه القنوات 0

منهج الدراسة : سوف تستخدم الدراسة المناهج التالية :

1- منهج المسح : والذى يركز على وصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع معين أو موقف معين أو جماعة أو فرد ، لذا فان تلك الدراسة الحالية تسعى الى وصف درجة الثقافة الغذائية المقدمة عبر قنوات الطهى التليفزيونى والتعرف على أنواعها وخصائصها وأدوارها ومدى فاعليتها ، لمعرفة الى أى مدى تقدم قنوات الطهى التليفزيونية العربية والمصرية ثقافة غذائية وذلك لدى المرأة المصرية عينة الدراسة (20) 0

- وإعتمدت الباحثة فى إطار منهج المسح على أسلوب المسح الاعلامى ، والذى يعتبر جهدا منظما للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة من خلال جانبين هما :

أ – أسلوب المسح بالعينة : للتعرف على الخصائص والسمات الأساسية التى يتميز بها جمهور المرأة المصرية والتعرف على أنماط وعادات تعرضهم لقنوات الطهى التليفزيونية ودور ذلك فى التثقيف الغذائى للمرأة المصرية 0

ب – أسلوب تحليل المضمون : لتحليل مضمون البرامج على قنوات الطهى الفضائية ومعرفة المعلومات الغذائية الصحية المقدمة .

2- المنهج المقارن : إعتمدت الدراسة على المنهج المقارن فى مقارنة نتائج الدراسة التحليلية بكل قناة طهى فضائية للتعرف على درجات الاختلاف والتشابة بين برامج كل قناة من حيث المضامين الغذائية المقدمة وأشكال تقديمها والقوالب المستخدمة فى التقديم وطرق عرضها .

مجتمع الدراسة : يتمثل فى ناحيتين هما :

1- برامج الطهى المقدمة عبر برامج الطهى الفضائية باختلاف أنواعها 0

2- العينة البشرية وهى ممثلة فى المرأة المصرية 0

عينة الدراسة : وتتمثل عينة الدراسة فيما يلى :

\* العينة التحليلية : تتمثل فى عينه من البرامج المقدمة عبر قنوات الطهى الفضائية وهى قناتى (cbc سفرة المصرية – وقناة فتافيت Ftafeat ) وقد قامت الباحثة بتحليل مضمون بعض البرامج التى تم عرضها على القناتين ولمدة ثلاثة أشهر أى دورة تليفزيونية كاملة من 1/1/2017 وحتى 30/3/2017 ، وقد تم إختيار ثلاث برامج من كل قناة بإختلاف دوريه الاذاعة ، فمن قناة cbc سفرة تم تحليل ( برنامج حلو وحادق – زعفران وفانيلا – نص مشكل ) ، ومن قناة فتافيت

( برنامج مشاوى – عروستنا – حورية المطبخ ).

العينة الميدانية : تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من المرأة المصرية من سن (21 / 50 عام ) بحيث يمثلون كافة متغيرات الدراسة ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (440) مفردة

أدوات الدراسة : إعتمدت الباحثة على الأدوات التالية فى جمع البيانات :

إستمارة الإستبيان .

مقياس التثقيف الغذائى .

إستمارة تحليل المضمون .

استمارة استبيان : ( من إعداد الباحثة ) إعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات عن عينة الدراسة من (21 سنه – 50 سنة ) ، للتعرف عى آراءهم وإتجاهاتهم نحو قنوات الطهى الفضائية وبرامجها وما تقدمة من ثقافة غذائية وقضايا تغذوية ، حيث تعد إستمارة الإستبيان أنسب الأساليب لجمع البيانات لموضوع البحث ، كما أنها من أكثر الوسائل شيوعا واستخداما فى المنهج الوصفى وذلك لامكانية استخدامها فى جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون فى مكان

واحد (21)، وقد مرت الإستمارة بجميع الخطوات العلمية لإعدادها فى شكلها النهائى .

2- إستمارة تحليل المضمون : ( من إعداد الباحثة ) ومن خلالها تسعى الباحثة الى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها – من حيث الشكل والمضمون – لتلبية الاحتياجات البحثية المصاغة فى تساؤلات الدراسة وفروضها طبقا للتصنيفات الموضوعية التى يحددها الباحث ، وذلك بهدف استخدام تلك البيانات بعد ذلك فى وصف المواد الاعلامية التى تعكس السلوك الاتصالى للقائمين بالاتصال (22) .

ويعتبر تحليل المضمون الأداة الأساسية للكشف عن الشكل والمضمون ، ولذلك تم إستخدامها لمعرفة أكثر القضايا والموضوعات التغذوية بروزاً فى قنوات الطهى الفضائية العربية والمصرية (عينة الدراسة) لمعرفة مدى مشاهدة المرأة المصرية لهذة الموضوعات ومدى الإستفادة منها ، إلى جانب معرفة اهم الاشكال الفنية التى قُدمت من خلالها هذة الموضوعات.

3-مقياس التثقيف الغذائى : ( من إعداد الباحثة ) وتم تصميم هذا المقياس لكى يتلاءم مع الدراسة وقد مرت الباحثة بالخطوات والمراحل العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها فى صورتها الأولية ومراجعتها منهجيا وعلميا من خلال الاستعانة بمجموعة من الخبراء والمحكمين فى مجالات الاعلام ومناهج البحث والاقتصاد المنزلى وأخصائيين واستشاريين التغذية .

مصطلحات الدراسة :

تتحدد مصطلحات الدراسة فيما يلى :

1- التثقيف الغذائى (23) : هى العملية التى يتم بواسطتها نقل الأفكار المفيدة الى الراغبين مع حثهم على تطبيقها وتبنيها، و هى مجموعة من الأنشطة التى تهدف الى تغيير ممارسات وعادات مجموعة من الأفراد للمساهمة فى تحسين حالاتهم الغذائية 0

وتعرفه الباحثة اجرائياً :

بأنه مجموعة من السلوكيات والاتجاهات المتعلقة بالغذاء والتغذية السليمة والتى يترجمها الافراد الى أنماط سلوكية تدفعه الى التفكير فيما ياكل وإختيلر الطعام المتكامل من العناصر الغذائية والمناسب لاحتياجات جسمه ليحمى نفسه من امراض سوء التغذية وتغيير العادات الغذائية الخاطئة .

2- قنوات الطهى الفضائية المتخصصة :

وتعرفها الباحثة اجرائيا على أنها : قنوات فضائية متخصصة فى فنون الطهى ، تبث على مدار 24 ساعة لمصر والعالم العربى ، تهدف الى تعريف مشاهدى القنوات التليفزيونية العربية بقوائم وأطباق الطعام المختلفة والفوائد الغذائية منها بهدف الوصول للتغذية المثلى 0

3- برامج الطهى :

فى هذا المفهوم لاحظت الباحثة أنه لا توجد كتب عربية ولا دراسات سابقة تناولت تعريفاتة ولذلك لجأت الباحثة لاحد الدراسات الاجنبية والتى تناولت تعريفة على النحو التالى : (24)

هى برامج لايف ستايل "life style" يتم انتاجها من أجل تحقيق احتياجات الجمهور وخدمة أهدافه مع تحقيق مصالحه الخاصة 0

وتعرفها الباحثة اجرائياً :

بانها هى برامج ثقافية ، تعليمية ، ترفيهية واجتماعية تهدف الى تعريف المشاهد بانواع الطعام المختلفة وطرق اعداها بأساليب متنوعة تبعا لتنوع الثقافات فى مختلف البلدان ، ومعرفة العناصر الغذائية والفوائد الصحية الموجودة فى انواع الطعام المختلفة وفوائدها لكل المراحل العمرية من فئات المجتمع المختلفة 0

الإطار النظرى للدراسة :

إستندت الدراسة الحالية فى بناءها البحثى وتفسير نتائجها على إطار نظرى تكاملى يجمع بين عدة نظريات هى الاعتماد على وسائل الاعلام وفجوة المعرفة والغرس الثقافى 0

نظرية الغرس الثقافي : ترى نظريه الغرس الثقافي أن التليفزيون هو عنصر من عناصر التنشئة الإجتماعية ، وتحاول معرفة ماإذا كان الجمهور يعتقد أن كل مايراه فى التليفزيون

هو جزء من واقعه فى الحياة ، ويؤكد "غربنر وزملاؤه" أن التليفزيون له تأثير كبير فى تبنى المواقف والأحكام . (25)

وتهدف هذه النظرية الى قياس تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام وأثر تكرار المشاهدة والتشابه فى المضامين المعروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعى الحقيقى والواقع الاجتماعى الصورى الذى تقدمه وسائل الاعلام (26)

ولقد صاغ جرنبر الغرض الرئيسى لهذه النظرية وهو أن أولئك الذين يقضون وقتا طويلا فى مشاهدة التليفزيون ( كثيف المشاهدة ) heavy viewers ، يكونوا أكثر عرضة لادراك العالم الحقيقى بالطريقة التى تعكسها لهم التليفزيون الأكثر انتشارا وتكرارا عن أولئك الذين يقضون وقتا أقل فى المشاهدة ( منخفض المشاهدة ) Light viewers (27) 0

- أوجه الاستفادة من النظرية فى الدراسة الحالية : وقد تبنت الباحثة هذه النظرية وذلك لتطابق هدف البحث الرئيسى مع فرض النظرية الرئيسى ، وهو كلما زاد تعرض المرأة المصرية لقنوات الطهى الفضائية زادت فرصتها فى نسبة التثقيف الغذائى والحصول على معلومات عن الغذاء الصحى السليم ، وزاد مستوى معرفتها بالنواحى التغذوية ، وذلك أكثر من غيرها الأقل تعرضا قنوات الطهى الفضائية وبالتالى يهدف البحث الحالى خلال فرض النظرية الى معرفة – هل كثيرو مشاهدة قنوات الطهى الفضائية تتكون لديهم درجة تثقيف غذائى أعلى من قليلى المشاهدة ؟

وطبقاً لهذة النظريه يمكن القول أن قنوات الطهى الفضائية بما تقدمة من قضايا ثقافة غذائية مختلفة من خلال العديد من الادوات والوسائل المستخدمة لتقديم هذة الموضوعات تجعل المرأة المصرية تتـأثر بما تقدمه من رسائل متنوعه ورغبتها فى تقليد مايتم تقديمه من وصفات غذائية متنوعة وإقتناء مايتم عرضه من الأدوات والوسائل المختلفة للطهى ، وأيضاً تثبيت وتعزيز المعتقدات التعليمية والثقافية والسلوكية فضلا عن قدرته على تغييرها.

2- نظرية فجوة المعرفة

تقوم هذة النظرية على فكرة التباين بين الافراد والجماعات فى المعرفه وأثر التعرض لوسائل الإتصال الجماهيرى فى زيادة هذا التباين أو خلق هذا التباين ، حيث ساد الاعتقاد لفترة طويلة بفاعلية وسائل الاعلام الكبيرة فى نقل المعلومات الى الجمهور إلا أن بعض الدراسات التى أجريت فى الأربيعينيات بدأت تشكك فى صحة هذا الإعتقاد ، وقد ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت الى أن قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن فى الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة (28) .

وتعتمد النظرية على الفرض الرئيسى التالى :

" يؤدى تدفق المعلومات من وسائل الاعلام داخل النظام الاجتماعى الى جعل فئات الجمهور ذات المستوى الاقتصادى والاجتماعى المرتفع يكتسبون هذه المعلومات أسرع من الفئات ذات المستوى الاقتصادى والاجتماعى المنخفض "

ويمكن الاستفادة من النظرية فى الدراسة الحالية :

من خلال تطبيق الفرض الرئيس على الدراسة ، حيث يمكن التعرف على درجة المعلومات المكتسبة من البرامج المقدمة عبر قنوات الطهى الفضائية عن التثقيف الغذائى بالنسبة للمرأة ذات المستوى الاقتصادى والاجتماعى المرتفع وهل تختلف عن المرأة ذات المستوى المنخفض أم لا ؟ وهل يرجع ذلك لاختلاف الامكانيات والأدوات المستخدمة داخل برامج الطهى ؟

كما تفيد النظرية فى التعرف على تأثير مستوى تعرض المراة المصرية لقنوات الطهى الفضائية كأحد المتغيرات التى تفسر حدوث فجوة بين المبحوثات .

وتفيد النظريه فى التعرف على تأثير عمليه المتابعة لموضوعات الثقافة الغذائية بقنوات الطهى الفضائية على معارف ومعلومات المبحوثات تبعاً للمتغيرات الديموغرافية ومستوى التعليم ودرجه الإهتمام والتعرض.

الإستفادة من النظرية فى معرفه دوافع الإهتمام ومستوياته لدى المرأة المصرية بموضوعات الثقافه الغذائية المقدمة عبر قنوات الطهى الفضائية.

3- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام Dependency Theory

تعتبر نظرية الاعتماد من النظريات البيئية والتى تنظر الى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا وهى تبحث فى كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية ، ثم تحاول تفسير سلوك هذه الأجزاء والمفترض أن يكون وسائل الاعلام جزءا هاما من هذا النسيج الاجتماعى ، ولذلك فهى تبحث فى العلاقة بين وسائل الاعلام والنظام الاجتماعى والجمهور ، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الاعلام جميعها ، أو مع أحد أجزاءها مثل الصحف – المجلات – الراديو – التليفزيون(29).

وتقوم النظرية على عدة فروض (30) منها :

1- يزداد الاعتماد على وسائل الاعلام عندما تكون قدرة تلقى المعلومات من مصادر الاتصال الشخصى مقيدة 0

درجة اعتماد أعضاء المجتمع على وسائل الاعلام ليست متساوية ، حيث تتدخل متغيرات مثل ( التعليم – السن – الدخل – النوع ) فى تحديد درجة الاعتماد على وسيلة معينة

أوجه الاستفادة من هذه النظرية فى الدراسة الحالية :

1- يمكن الاستفادة من هذه النظرية من خلال توظيف فرض النظرية الرئيس الذى يبحث العلاقة بين وسائل الاعلام ( التليفزيون ) والجمهور ( المرأة المصرية ) ، ونركز فى هذا على إجابة التساءل الآتى : لماذا تتابع المرأة المصرية قنوات الطهى الفضائية ؟

2- الاستفادة منها من خلال معرفة درجة اعتماد عينة الدراسة ( المرأة المصرية ) على قنوات الطهى الفضائية ، وهل تختلف درجة الاعتماد باختلاف متغيرات معينة مثل ( السن – التعليم – المستوى الاجتماعى والاقتصادى ) 0

أيضا الاستفادة من هذه النظرية فى التعرف على ما إذا كانت درجة الاعتماد للمرأة المصرية على قنوات الطهى تزداد أو تقل بوجود مصادر أخرى غير التليفزيون تعتمد عليها المرأة فى الحصول على التثقيف الغذائى والمعلومات عن التغذية المثلى 0

نتائج الدراسة :

أولاً : النتائج العامة للدراسة التحليلية :

(1) إعتماد قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) على مقدمى برامج من الاناث أكثر من الذكور فقد بلغت نسبة اعتماد قناة cbc سفرة على الاناث 86.5% مقابل 13.5% من الذكور ، وبالنسبة لقناة فتافيت جاءت بنسبة 100% فى كافة البرامج 0

(2) أن أكثر التخصصات التى اعتمدت عليها قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) فى تقديم برامجها جاء استشارى تغذية فى الترتيب الأول بالنسبة لقناة cbc سفرة وبنسبة 53.3% ، أما بالنسبة لقناة فتافيت جاء شيف فى الترتيب الأول وبنسبة 83.3% 0

(3) حظيت الفترة المسائية ( 5 – 10 م ) وفترة الظهيرة ( 10 – 5 م ) بأعلى معدل لعرض البرامج على مستوى قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) 0

(4) أكدت نتائج الدراسة على إعتماد قناة cbc سفرة على التصوير الداخلى ( داخل الاستوديو ) فى بث برامجها بنسبة 100% ، أما عن قناة فتافيت فقد اعتمدت على التصوير الخارجى بنسبة 4ر48% 0

(5) أوضحت الدراسة أن نسبة 65.8% من برامج قناة cbc سفرة استخدمت اللغة العامية ، وأن قناة فتافيت اعتمدت برامجها على اللغة العربية الفصحى بنسبة 100% 0

(6) إرتفاع نسبة مشاركة الجمهور بقنوات الطهى الفضائية حيث بلغت نسبة مشاركة الجمهور ببرامج قناة cbc سفرة 5ر46% 0

(7) جاءت الاتصالات الهاتفية فى مقدمة أشكال مشاركة الجمهور بقنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) بنسبة 58.3% ، بينما جاء حضور الحلقات بنسبة 100% بالنسبة لقناة فتافيت 0

(8) أوضحت الدراسة أن هدف مشاركة الجمهور فى برامج قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) فى المقام الأول هو الاستفسار عن طريقة وصفة غذائية معينة بنسبة 40.2% يليها شكر الشيف على الجهد المبذول بنسبة 23% يليها تعلم مهارات وأسس الطهى الصحى بنسبة 16% 0

(8) أوضحت الدراسة أن هدف مشاركة الجمهور فى برامج قنوات الطهى الفضائية ( عينة الدراسة ) فى المقام الأول هو الاستفسار عن طريقة وصفة غذائية معينة بنسبة 40.2% يليها شكر الشيف على الجهد المبذول بنسبة 23% يليها تعلم مهارات وأسس الطهى الصحى بنسبة 16% 0

ثانياً : النتائج العامة للدراسة الميدانية :

أن نسبه مشاهدة المرأه المصرية عينه الدراسة لقنوات الطهى الفضائية وقد وزعت على المشاهدة الدائمة بنسبه ( 8.5 %) والمشاهدة أحيانا بنسبه ( 41.8%) والمشاهدة نادرا بنسبه ( 45.8 %) ، فيما بلغت نسبه عدم المشاهدة ( 4 % ) من اجمالى العينة .

2 – جاءت اكثر الفترات التى تفضل فيها المرأه المصرية عينة الدراسة مشاهدة القنوات الطهى الفضــائية هى فترة المساء ( 5- 10 م) بنسبه (45.8 %) تليها فترة الظهيرة بنسبه ( 41.7%) تليها فترة الصباح (6 - 10 ص ) بنسبه ( 3.9 % ) وأخيرا فترة السهرة (10- 1 م ) بنسبه ( 3.9 % ) من اجمالى العينة .

3 – وحول أسباب تفضيل المبحوثات لهذه الفترة ( الفترة المسائية ) جاءت عبارة هذه الفترة مناسبة للتفرغ لمشاهدة البرنامج فى المرتبة الاولى نسبه ( 41.1 %) يليها عبارة انها مناسبة لاعادة عرض البرنامج لعدم رؤيتى له فى عرضة الاول بنسبه ( 21.9 % ) يليها فى المرتبة الثالثة عبارة أن هذه الفترة تعرض فيها البرامج المفضلة لى بنسبة ( 20.1 % ) فى المرتبة الاخيرة .

4 – وحول عدد ايام المشاهدة اسبوعا جاء فى المقدمة من يفضلن المشاهدة يوم واحد فى الاسبوع فى المقدمـة بنسبه (31 % ) يليه من يفضلن المشاهدة أقل من ثلاثة أيام فى الترتيب الثانى بنسبه (28.4%) الترتيب الثالـث جاء من يفضلن المشاهدة من ثلاثة الى سته أيام بنسبة ( 22.1 % ) وفى الترتيب الاخير من يفضلن المشاهدة يوميا بنسبه ( 18.5 % ) من اجمالى العينة .

5 – تشاهد المرأه المصرية قنوات الطهى الفضائية بكثافـة وجـاء فى المقدمــة من يشاهدن من ساعـه الى أقل من ساعتين يوميا بنسبه ( 50 % ) وجاءت من يفضلن المشاهدة أقــل مـن ساعــة يوميــا فى المرتبة الثانيــة بنسبه ( 40.9 % ) وفى الترتيب الأخير من يفضلن المشاهدة ساعتين فأكثر بنسبه ( 9.1 % ) من اجمالى العينة .

6 – وحول أسباب تفضيل المبحوثات لقنوات الطهى الفضائية جاءت" لمعرفة وصفات جديدة ومختلفة يمكن تقديمها فى العزومات العائلية " فى المرتبة الأولى بنسبه ( 69 % ) ويليها " لمتابعة الجديد فى مجال الطهى والتغذية " وفى المرتبة الثانية بنسبه ( 66.4 % ) ، ويليها فى المرتبة الثالثة " لتقديمها الطعام بأساليب وأفكار مختلفة للتزيين وبطرق جذابة بنسبه ( 63.5 % ) ، وفى المرتبة الرابعة" لزيادة ثقافتى الغذائية " جاءت بنسبة ( 61.5 % ) يليها لاهتمامها بالطرق الصحية فى تغذية الاطفال بنسبه ( 44 % ) .

وحول ترتيب قنوات الطهى الفضائية المصرية والعربية التى تفضل المبحوثات مشاهدتها احتلت قناة c bc ) سفرة ) المرتبة الاولى بنسبه ( 92.2 % ) يليها فى المرتبة الثانية قناة ( فتافيت ) بنسبه ( 39.8 %) ثم قناة ( ست البيت ) بنسبه ( 26.8 % ) يليها فى المرتبة الرابعة قناة ( بانوراما فوود ) بنسبه ( 22.1%).

وحول اكثر الطهى التى تفضل المرأه المصرية مشاهدتها على قنوات الطهى الفضائية جاء برنامج ( على قد الايد ) فى المرتبة الأولى يليها فى المرتبة الثانية برنامج (حورية المطبخ) ، يليها فى المرتبة الثالثة برنامج ( زعفران وفانيلا ، يليه برنامج (حلو وحاذق ) ، وفى المرتبة الخامسة برنامج ( عروستى ) .

ثالثاً : توصيات الدراسة :

تشير نتائج الدراسة النظرية حول ( دور قنوات الطهى الفضائية المصرية والعربية فى التثقيف الغذائى لدى المرأة المصرية ) والواقع التحليلى لبعض قنوات الطهى التليفزيونية الى عدد من التوصيات :

1- ضرورة استخدام مقدموا البرامج بقنوات الطهى الفضائية لغة بسيطة وسهلة لمخاطبة المرأة المصرية على اختلاف مستوياتها ، وخاصة فى قنوات الطهى المصرية والتى غالبا ما تستخدم لهجات مختلفة وغالبا ما تكون صعبة الفهم .

2- مراعاة الامكانات المادية والاقتصادية للمرأة المصرية من خلال ما يتم تقديمه من وصفات غذائية ، فلا يجب المغالاة فى نوعية المكونات المطلوبة ، حتى لا يقلل من استفادة الجمهور من مشاهدة هذه البرامج ، وإذا لم يتوفر عنصر غذائى معين يمكن أن يذكر الشيف بدائله حتى لا يسبب عجز للجمهور .

3- تشجيع مقدمى برامج الطهى على الدراسة والبحث فى كل ما هو جديد فيما يخص الغذاء الصحى والتغذية ليكون لديه القدرة على الرد على جميع تساؤلات المشاهدين والجمهور 0

4- ضرورة الاستزادة من المتخصصين والأطباء وخبراء التغذية بقنوات الطهى الفضائية وعدم الاكتفاء بالشيفات أو ربات المنازل اللاتى يقدمن البرامج فقط ، لكى يتم جذب المشاهدين ، وتزيد من ثقته فيها 0

5- الاهتمام والتركيز على كل فئات المجتمع فى تقديم مضامين برامج قنوات الطهى ، ومراعاة تقديم وجبات غذائية وموضوعات تغذوية ملاءمة لكل فئة عمرية وتراعى احتياجاتها ومتطلباتها حتى تستطيع أن تجذب أكبر عدد من الجمهور ، ولأن قنوات الطهى الفضائية تعتبر هى المستقبل التغذوى القادم 0

هوامش الدراسة :

() ر.ف. موترام ، ترجمة :امال الشامى ومنى خليل ." التغذية الصحية للإنسان " ط1، (القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2015) ،ص15.

(2) عزة عبد الجواد وإيمان خضر. " تعديل بعض سلوكيات الصحة الغذائية لدى طفل الروضة باستخدام برنامج مسرحى " ، بحث منشور ، المؤتمر السنوى العربى الثامن- الدولى الخامس ، (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، إبريل 2013) ،ص801.

(3) ريهام عز الدين ." العلاقة بين التعرض لبرامج المرأة فى الفضائيات العربية ونظرة المرأة لذاتها " ، رسالة ماجستير غير منشورة ،( كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ،2012 ) 0

(4) عزة عبد الجواد وإيمان خضر. " تعديل بعض سلوكيات الصحة الغذائية لدى طفل الروضة باستخدام برنامج مسرحى " ، مرجع سابق ، ص799.

(5) يحيى على الدين و السيد يوسف 0 " التثقيف الغذائى بين النظرية والتطبيق " ، (القاهرة : دار الكتب العلمية للنشر ، 2009) ، ص19 .

(6) سحر محمد صوفى . " الإعلام الفضائى ودورة فى التوعية التغذوية " ، بحث منشور المؤتمر السعودى السادس للغذاء والتغذية ، (جدة : جامعة الملك سعود ، 17-18نوفمبر، 2015). متاح على : www.saudicfn.com

(7) Clifford, Dawn. "Impact of atv cooking show for college students off campus", Journal of nutrition and behavior, Vol.(41) No.3May-Jun 2009. P194-200.

(8) منظمة الصحة العالمية . " يوم الصحة العالمى 2015 : السلامة الغذائية " 0 نيسان / ابريل 2015 متاح على الموقع التالى :

<http://www.who.int/campaigns/world-health-day/2015/event/ar>

(9) Michelle Phillipov. "Communicating health risks via the media: What can se learn from Masterchef Australia?", Australasian Medicak Journal, Vol. 5 Issue 11, 2012). PP 593-597.

(10) Yuonne Fong. "Impact of Television cooking shows onfoodpreferences "Master thesis in Nutritional sciences (UniversityofCalifornia:LongBeach, department of family and consumer science, 2016).

(11) Wei, T., Martin, F. "Peda, ogies of food and ethical personhood: TV cooking shows in postwar Taiwn", Asian Journal of communication, Amic, Vol. (10). No (1), 2015, P:16.

(12)Liran Christine shan. "Interactive communication with the public: Qualitative Exploration of the use of social Media by food and Health organization." Journal of Nutrition Education and Behavior, Vol (47) No (1), January-February, 2015. PP. 104-108

(13) Villani, A.M., Egan, T., Others. "Attitudes and beliefs of Australian adults on reality television cooking programmes and celebrity chefs." journal of pharmacy and Medical science, (Australia: University of south Australia Adelaide, SA, 2015) PP.7-12.

(14) Julia A. Walfson, Sara N. Bleich, and Others. "Perspectives on learning to cook and public support for cooking education policies in the united states: A mixed methods study", PH.D, (United States: University of Michigan school of public health, department of Health management and policy, 2016) Available oct science direct.

(15) KERI MATWICK .” Celebrity chefs Performing the expert: alinguistic and multimodal analysis of TV cooking shows”,PH.D,Doctoral Requirements in Philosophy,( University of Florida: Graduate School ,2016 available at : https://search.proquest.com/pqdtglobal/doc.

(16) Linda Larsen. "TV cooking shows over look safe food practies", Journal of Nutrition Education and Behavior, Vol. 48. 155. 10, 2016 available at: htts://www.elsviericon/about,press.

(17) Mohd Salehuddin Mohd Zahari.” The Working Women: Home versus Convenience Cooking Practices”,PH.D ,( Malaysia: University Technology MARA, Faculty of Hotel and Tourism Management,2014).

(18) Jing ma .” Improving online food safety communication: The role of media”,PH.D,(INDIANA:purdueuniversity,2016.)

(19) سمير حسين 0 " بحوث الاعلام دراسات فى مناهج البحث العلمى " ، ( القاهرة : عالم الكتب ، 1995) ، ص 123 0

(20) عاطف عدلى العبد. " الرأى العام وطرق قياسه : الأسس النظرية والجوانب المنهجية والنماذج التطبيقية والتدريبات العملية " ، ( القاهرة : دار الفكر العربى ، 2000 )، ص 188 0

(21) Sri Kusumo Habsari. "Masuline Domination and power in Indonesian TV cook shows", Paper Presented at the international conference on communication and media, (Malaysia: Langkawi, 2014) P:321.

(22) تسنيم أحمد مخيمر ." القيم فى برامج الأطفال التليفزيونية " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام : 2015) ، متاح على : https://meu.edu.jo/index.php?type=library&action=viewPaper&id=15

(23) محمد نبيل محمود . " الرعاية والتضليل الاعلامى فى الأفلام الأمريكية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، ( جامعة البترا : كلية الاعلام ، 2015 ) ص 21 ، متاح على :

http://b7oth.com/wp0content/upload.

(24) Michael Morgtan, James Shanahan."The state of cultivations, in: journal of Broad casting and Electronic Medig", Vol. (54), No.(2), P.337.

(25) حسن عماد مكاوى . " نظريات الاعلام" ، ط 2، ( القاهرة : الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2012 ) ، ص 218 0

(27) حسن عماد مكاوى و دليلى حسين . " الاتصال ونظرياته المعاصرة " ، ط 4 ، ( القاهرة : الدار اللبنانية ، 23 ) ، ص 314 0

(28) مرفت الطرابيشى و عبد العزيز السيد 0 " نظريات الاتصال " ، ( القاهرة ، دار النهضة العربية ، 2009 ) ، ص ص 142 : 145 0