

الإفادة التعليمية الأكاديمية المتحققة من الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية لدى الطالبات الجامعيات. (دراسة حالة على طالبات الاقتصاد المنزلي - جامعة المنيا)

The motives of take advantage of educational and academic realized from Arab satellite channels specialized in cooking and household chores among university students. a case study on students of Home Economics Department at Minia University

د/أشرف رجب عطا علي (1)

أ/ سارة مختار جمال (2)

المستخلص:

هدف هذا البحث إلى التعرف على الإفادة التعليمية الأكاديمية المتحققة من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية لدى الطالبات الجامعيات، ويستخدم البحث الحالي أسلوب دراسات الحالة فقد تم اختيار عينة عشوائية بطريقة منتظمة بلغ عددها (275) طالبة من طالبات قسم الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر، وتم تطبيق استمارة استقصاء عليهن.

وتوصلت نتائج البحث إلى أنه توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين مستوى تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات المتخصصة في الطهي وجوانب الإفادة التعليمية في البعد المعرفي لصالح الدرجة الأعلى وهم من أجابوا بنعم. كما أنه لم يستدل على فروق دالة

¹ مدرس مناهج وطرق تدريس الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة المنيا
² ماجستير الإعلام التربوي (إذاعة وتلفزيون) كلية التربية النوعية، جامعة المنيا

إحصائياً بين مستوى تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات المتخصصة في الطهي وأبعاد الاستفادة التعليمية في البعد المهاري لهذه القنوات. بالإضافة إلى أنه وجدت فروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للقنوات الفضائية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية وأبعاد الاستفادة التعليمية في البعد الوجداني من هذه القنوات لصالح نعم. كما أنه وجدت فروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين الطالبات -عينة البحث- وفقاً لتقديرهن في متوسط درجات أبعاد وإجمالي الاستفادة التعليمية للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. بالإضافة إلى أنه وجدت فروق بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب تقدير) اتجاه الاستفادة من فضائيات الطهي.

الكلمات المفتاحية:

الإفادة التعليمية الأكاديمية - الفضائيات الطهي المتخصصة - الطالبات الجامعيات.

Abstract:

This research aimed to identify taking advantage of educational and academic realized from Arab satellite channels specialized in cooking and household chores among university students. It falls, according to its objectives under the descriptive approach procedures using the method of case studies. The researcher chose a random sample in a systematic way of (275) female students from the Department of Home Economics, Faculty of Specific Education, Minia University, was the application of a survey they form to collect the required data.

Search results concluded that no statistically

significant differences at the level of 0.01 between the exposure level of female university students - Seat- sample to the satellite channels specialized in cooking and household chores and aspects of the educational benefit in the dimension of knowledge for the benefit of higher grade than they answered yes. Nor did it inferred statistically significant differences between the level of exposure of female university students -Sample Seat- satellite channels specialized in cooking and dimensions of educational advantage in skill dimension of these channels. In addition to that found statistically significant at the 0.05 level differences between the exposure of female university students -Sample Seat- satellite channels specialized in cooking and household chores and the dimensions of the educational benefit at the emotional dimension of these channels in favor of Yes level. It also found statistically significant differences at the level of 0.01 among university students -Sample Seat- according to the esteem in average grades and dimensions of the total educational benefit to the satellite channels specialized in cooking and household chores. In addition to that found differences between university students -Sample Seat- (according to the previous semester estimate) direction to benefit from specialized in cooking and household chores satellite TV.

Keywords:

Arab satellite channels specialized in cooking - home economics - Arab satellite specialist.

مقدمة:

تعد برامج الطهي من أهم البرامج التي توضع عند رسم خرائط القنوات الفضائية المختلفة، فلا تكاد تخلو قناة فضائية أو محلية في مصر من برنامج مختص في فنون الطهي، وأنواعه، وكيفية عمل أشكال متعددة من

الطعام، ورغم أن شكل برامج الطهي جمعياً "واحد" حيث يقوم الشيف بعمل وجبة متكاملة وأثناء الحلقة يتلقى اتصالات من مشاهدين ومشاهدات يسألون عن وصفات لعدد من "الأكلات"، إلا أن شخصية المذيع أو "الشيف" وكاريزمته هي التي تحدد وضعه بين منافسيه، كما أن للقناة دوراً كبيراً في إبراز شخصية الشيف من خلال الديكور الجذاب، والدعاية الجيدة، وطاقتهم البرنامج المحترف الذي يستند عليه الشيف في تقديمه للحلقة، وأيضاً اختيار التوقيت المناسب لعرض البرامج، تلك العوامل التي تساهم أي برنامج للطهي على الظهور بشكل جيد. لذا حاول الباحث التركيز على الإجابة عن مشكلة البحث الحالي التي تدور حول مدى الإفادة التعليمية المتحققة للطالبات الجامعيات المتخصصة في الاقتصاد المنزلي بالجامعات المصرية من تعرضهن للفضائيات المتخصصة في الطهي في مجال تخصصهن الأكاديمي.

الإطار النظري:

لم تعد برامج الطهي فقط في خدمة الطلب من الأزواج والأطفال؛ بل كانت في المقام الأول للتمتع. ولا تزال تنعكس هذه المظاهر في البرامج التلفزيونية الحديثة للطهي، مثل برامج راشيل راي على شبكة الغذاء في الولايات المتحدة، مطبخ صوفي، وبيت SOS، والتي يتم بثها على القنوات التلفزيونية العامة والتجارية في بلجيكا، ويظهر العديد من الطباخين على بي بي سي في المملكة المتحدة، ويعد الهدف الأساسي لهذه البرامج "هو شرح كيفية إعداد وجبة من نقطة الصفر."

وفي أوائل القرن الحادي والعشرين، أصبحت الكثير من دول العالم الغربي في خضم طفرة في قنوات التلفزيون المتخصصة في الطهي. وقد بدأت عدة قنوات تركز فقط على الغذاء. مثل الشبكة الأمريكية للأغذية (America's Food Network)، التي بدأت في عام 1993 والمملكة

المتحدة للأغذية البريطانية التي طرحت في عام 2001 وفي بلجيكا، ظهرت قنوات الطهي عندما بدأت قناة Njam في تقديم برامجها عن الطهي في عام 2010 (<http://njam.tv>). وعلى الرغم من أنها بدأت مع العديد من البرامج التي تركز على تعليم الطهي إلا أنها حولت شكل البرامج التلفزيونية في الطهي من التعلم تدريجياً نحو الترفيه. (King L, others, 2010, 1: 9) أما في العالم العربي: فقد بدأ الطهي تلفزيونياً بفقرات في برامج شهيرة، ثم تبعها تخصيص برامج للطهي فقط من كبار الطهاة وأخذ الطهي موقعاً مهماً في بعض البرامج إلى أن أصبح له فضائياته المتخصصة منها:

- قناة فتافيت: انطلقت عام 2006 تحت إشراف شركة تخيل للإنتاج الفني. شعارها "الحياة حلوة"، وتشمل برامجها المحببة مجموعة مختارة من البرامج المحلية يقدمها طهاة محليين، فضلاً عن مجموعة من البرامج العالمية أمثال برامج جيمي أوليفر، وجوردن رامزي. وفي عام 2012 أصبحت فتافيت تابعة لشركة Discovery Networks International التي تعتبر أول شركة إعلامية واقعية في العالم.
- قناة سميرة: أول قناة تلفزيونية في الطهي والأعمال المنزلية، موجهة للمرأة الجزائرية والعربية ومختصة في فن الطهي، والخياطة، والديكور، وكل ما يهم المرأة عموماً. وهي بوابة لكل من يريد تعلم فن الطهي الجزائري بكل طبوعه، والعالمي باختلاف أذواق. وفنون الحياة وتقاليدها من خياطة وديكور و تزيين... إلخ.
- قناة سي بي سي سفرة **CBC Sofra**: شهد منتصف عام 2013 إطلاق قناة CBC Sofra كأول قناة طهي متخصصة في مصر. تبث على مدار

24 ساعة لمصر والعالم العربي. وتهدف القناة إلى تعريف مشاهديها بقوائم، وأطباق الطعام المختلفة سواء داخل مصر أو خارجها. وتقدم قناة سي بي سي سفرة وصفات طهي جديدة ومتنوعة لمختلف الفئات، سواء للنساء اللاتي يردن تعلم الطهي، أو حتى لإضافة لمسة تغيير لسفرتهم المعتادة، أو لجمهورها من الرجال المهتمين بذلك الفن. وقناة ست البيت: قناة مصرية تقدم فنون الطهي وأعمال المنزل من زاوية مصرية، وبطريقة ممتعة نالت ثقة المشاهدين، ومن أهم برامجها (سنجاري، وصفة أمل، تكس مكس، في الفرن، روايح من بلدنا).

- **قناة بانوراما فود "Panorama Food":** هي قناة فضائية مصرية متخصصة انطلقت في شهر يناير عام 2015م وهي تابعة لمجموعة قنوات بانوراما الفضائية وتشتهر ببعض البرامج مثل: برنامج سنه أولى طبخ، برنامج الفطاطري، البلدي يوكل، رشة ملح، الشيف حسين عمر، هالة فهمي، مروة إمام، الشيف وحيد، برنامج هيك نطبخ مع الشيف غفران، حلو وبني، ومهرجان الفرح. وتهدف قناة "بانوراما فود" أن تلقى استحسان المشاهدين، وتكون إضافة حقيقية تسهم في تطوير أسلوب الحياة في المطبخ المصري والعربي.

الدراسات السابقة:

1. دراسة Villani A.M., and others (2015) بعنوان: مواقف ومعتقدات الكبار على برامج الواقع التلفزيونية الأسترالية في الطهي

ومشاهير الطهارة. هل هناك سبب للقلق؟ تحليل وصفي للدراسات الاستهلاكية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مواقف الناس ومعتقدات الكبار حول برامج الطهي التلفزيونية. تم اختيار عينة عشوائية متعددة الطبقات من الذكور والإناث الذين يشاهدون برامج الطهي التلفزيونية للمشاركة في استبيان عبر الإنترنت بلغ عددهم (150) مشاركا. وتبين من نتائج الدراسة أن غالبية المستطلعين يشاهدون برامج الطهي التلفزيونية من نصف ساعة إلى ساعة يوميًا بنسبة (74%). وأعطوا سببين لمشاهدة هذه البرامج وهو ابتكار أفكار جديدة للطهي بنسبة (46%)، والترفيه بنسبة (36.5%). وأن (24%) من المفحوصين تؤكد أن هذه البرامج تستخدم بشكل ملحوظ كميات كبيرة من الدهون غير الصحية، والسكر، أو الملح أكثر من الذين يرون أنها تقدم وصفات صحية بنسبة 7%. ويعتقد (44%) أن هذه البرامج لديها تأثير على نظامهم الغذائي المعتاد، وتشير النتائج إلى أن برامج الطهي قد تؤثر في النظام الغذائي المعتاد.

2. دراسة جونج Jung, H (2015) بعنوان: أسلوب الخطاب في برامج الطهي في تلفزيون كوريا واليابان: دراسة مقارنة. بحثت هذه الدراسة أسلوب الخطاب في برامج الطهي في تلفزيون كوريا واليابان، من حيث أساليب التعبير المتاحة للمتكلم. وتم استخدام المنهج التحليلي النوعي المقارن في هذه الدراسة للكشف عن المعاني الاجتماعية المتعددة في أسلوب الخطاب لتحقيق الأهداف إلى أربعة أنماط من الخطاب في تلفزيون كوريا وأثنين من أنماط الخطاب باللغة اليابانية، وتبين أن معظم أساليب الخطاب الرسمية تستخدم المزاح لخلق بيئة خطاب جذابة، في حين يعمل النموذج الثاني إلى تقديم محتوى مهم بأسلوب عاطفي. كما أن خطاب مقدمي هذه البرامج يشبه العرض على المسرح في اليابان.

3. دراسة فرونج Fong, Y. (2015) بعنوان: تأثير برامج الطهي التلفزيونية

على الأذواق الغذائية. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر برامج الطهي التلفزيونية (الصحية وغير الصحية) بين الطلاب الجامعيين. وتم اختيار (56) طالب وطالبة من طلاب جامعة ولاية كاليفورنيا، لونغ بيتش، في وقت الراحة. وقد أكمل المشاركون اثنين من الدراسات الاستقصائية على الإنترنت، يحتوي كل منها على حلقات مختلفة من برامج الطهي في التلفزيون جنباً إلى جنب مع مجموعة من الصور الغذائية للاختيار من بينها. وصنفت الحلقات في عرض الطهي، وصور المواد الغذائية المستخدمة في المسح، كصحية، أو أقل صحية على أساس نظام الترميز للمواد الغذائية، ونموذج Wxyfm. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن برامج الطهي التلفزيونية تروج للأطعمة غير الصحية ولديها القدرة على التأثير في الأذواق الغذائية لعينة البحث، لا سيما بسبب التعرض للغذاء.

4. دراسة Lizzy Pope, Lara Latimer, Brian Wansink (2015)

بعنوان: العلاقة بين مشاهدة برامج الطهي التلفزيونية وكتلة الجسم. هدفت هذه الدراسة إلى فحص كيفية الحصول على معلومات حول الأطعمة الجديدة، وعلاقتها بمؤشر كتلة الجسم، وتم تطبيق مسح على عينة من (501) من الإناث التي تتراوح أعمارهم بين 20: 35 سنة لتقييم كيفية حصولهن على معلومات عن وصفات الطهي من التلفزيون، وعلاقة ذلك بوزنهم وطولهم. وتبين نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية إيجابية عند مستوى 0.05 بين الحصول على معلومات عن الطهي مع مؤشر كتلة الجسم من مصادرها كوسائل الإعلام الاجتماعية أو برامج الطهي التلفزيونية مقابل مصادر أخرى. وأن مشاهدة برامج الطهي لها تأثير متفاوت على مؤشر كتلة الجسم لأولئك الذين يشاهدون التلفزيون في مقابل من لا يشاهدونها، وتبين أن المشاهدين الذين يرون الحلوى والمخبوزات بشكل متكرر لتصبح شيئاً مألوفاً ومعتاداً عليه؛ يقبلوا على تناولها بصورة

- أكبر، بل قد يفرطوا في تناولها؛ مما يؤدي إلى إصابتهم بالبدانة.
5. دراسة بول بي **Poole, B. (2014) بعنوان: التذوق الفرنسي: الغذاء والهوية الوطنية في مرحلة ما بعد الاستعمار بفرنسا.** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بما قامت به برامج الطهي في إعادة تعريف الهوية الوطنية الفرنسية في الثلث الأخير من القرن العشرين، والتعرف على الصورة الكلاسيكية من المطبخ الفرنسي كمعيار شامل لفنون الطهي الحديثة، حيث تفسح هوية الطعام المجال أمام أهمية جذور التقاليد المحلية، وقدرة الأطباق الفرنسية التي يقدمها الطهاة من النساء أو الرجال في تقديم الهوية الفرنسية.
6. دراسة أسماء بهزات مصطفى **(2014) بعنوان: تعرض الطالبات الجامعيات لبرامج المرأة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بتبنيهم أنماط الثقافة الغربية.** هدفت إلى معرفة العلاقة بين تعرض الطالبات الجامعيات لبرامج المرأة بالقنوات الفضائية العربية وتبنيهم أنماط الثقافة الغربية، وقد أجريت الدراسة التحليلية علي عينة من برامج المرأة في الفضائيات العربية بلغت 36 حلقة من البرامج المحددة، وتم اختيار عينة عشوائية قوامها (450) مبحوثة من الطالبات الجامعيات. وتوصلت الدراسة إلى أنه احتلت قناة (النهار) المقدمة بنسبة 75%، ثم (CBC) في المرتبة الثانية بنسبة (68%)، ثم (MBC1) في المرتبة الثالثة بنسبة (60%)، ثم (دريم1) في المرتبة الرابعة بنسبة (52%) في ترتيب قائمة القنوات التي تعتمد عليها الطالبات في معرفة معلومات عن المرأة. كما جاء برنامج (الستات مبيعرفوش يكذبوا "CBC") في المقدمة بنسبة (79,3%) ، ثم (آخر موضه "دريم") في المرتبة الثانية بنسبة (68,9%)، ثم (لقمة هنية "النهار") في المرتبة الثالثة بنسبة (64,2%).
7. دراسة محسن جلوب جبر الكنانى **(2012): بعنوان: دوافع استخدام طلبة قسم الصحافة والإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بغداد للقنوات**

الفضائية المتخصصة والإشباع المتحققة. هدف هذا البحث إلى التعرف على البنية المفاهيمية للفضائيات المتخصصة، ودوافع التعرض لها والإشباع المتحققة منها، وهل مشاهدة هذه القنوات ينعكس على مستواهم الدراسي، وممارسة تخصصهم. وقد تم اختيار عينة عشوائية منتظمة مكونة من (80) طالب وطالبة من طلاب كلية الإعلام جامعة بغداد، وقام بتطبيق أداة الاستقصاء وفقاً لمنهج المسح بالعينة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن طلاب قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية بجامعة بغداد يتعرضون للقنوات الفضائية المتخصصة المفضلة لديهم لرغبتهم الشخصية في المشاهدة، وكانت أكثر الدوافع لديهم هي الدوافع المعرفية، يليها الدوافع الثقافية، ثم الوجدانية والنفسية، والتسلية والترفيه. وكانت الإشباع المعرفية في المقدمة، ثم الثقافية، والذهنية، والتسلية ثم الإشباع العاطفية.

8. دراسة نهى عاطف العبد (2011): بعنوان: استخدامات المرأة العربية للقنوات الفضائية: دراسة ميدانية. سعت هذه الدراسة لمعرفة أنماط ودوافع مشاهدة المرأة العربية للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها، حيث طبقت الاستقصاء على عينة عمدية قوامها (400) مبحوثة من الجاليات العربية المقيمة في مصر. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه كانت مشاهدة المبحوثات عينة الدراسة للقنوات الفضائية: دائماً (48.3%)، أحياناً (41.8%)، نادراً (10%)، وقد وجدت فروق دالة إحصائية بين المبحوثات طبقاً لمستوياتهن التعليمية في الإشباع الاجتماعي المتحققة لهن جراء تعرضهن لهذه القنوات. وقد وجدت فروق بين المبحوثات من وادي النيل والمغرب العربي في تعرضهن للفضائيات المتخصصة لصالح المغرب العربي، كما تبين أن هناك فروق دالة إحصائية بين المبحوثات حسب السن في معدلات تعرضهن لبرامج المرأة في الفضائيات العامة.

9. دراسة بدور إبراهيم الدجين (2009) بعنوان: استخدامات المرأة

السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية. دراسة ميدانية على عينة من النساء بمدينة الرياض. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاحتياجات التربوية والنفسية والاجتماعية للمرأة السعودية وعلاقة ذلك بمعرفة مستوى، وأنماط التعرض، ودوافعه، والاشباع الذي تحققه البرامج الاجتماعية للمرأة. وطبقت الدراسة الاستقصاء على عينة مكونة من (300) امرأة تم اختيارهن من سبع بلدات من مدينة الرياض. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك ارتفاعاً ملحوظاً في المشاهدة اليومية المنتظمة لهذه الوسائل للنساء في المجتمع السعودي، وأن غالبية غير المتزوجات يشاهدن البرامج الاجتماعية في الفضائيات العربية بنسبة (93.7%) والمتزوجات بنسبة (80%) ومن لديهن أولاد بنسبة (77.6%) كما أن تفضل العينة البرامج الدينية، ثم البرامج النسائية.

10. دراسة مايا أحمد البيضا (2008) بعنوان: دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة. أجرت الباحثة دراسة ميدانية واستخدمت فيها منهج المسح، واعتمدت على عينه عمديه بلغ قوامها 360 من المبحوثات اللبنانيات في الحضر والريف من ثلاثة مناطق بمحافظة الشمال المتمثلة في (طرابلس، القلمون، عكار). وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن: تشاهد المبحوثات الفضائيات العربية عبر التلفزيون الكابلي بنسبة 51.1% يليه عبر الإرسال الفضائي 48.9%. وأن أكثر أسباب تفضيل المبحوثات للفضائيات الأجنبية هي لأن برامجها تناسب ميولهم واهتماماتهم، ولحدثة الأفلام المعروضة. وقد وجد أن من أكثر الأماكن التي تشاهدن فيها هذه الفضائيات هي المنزل، ثم الأصدقاء والاقارب، ثم العمل، يليه النادي. وأن من أهم الفضائيات العربية تفضيلاً لدى المبحوثات قناة LBC. كما توجد فروق دله إحصائياً بين المبحوثات حسب مكان الإقامة (الحضر والريف) في دوافع تعرضهن للفضائيات

العربية.

11. دراسة إيمان عبد السلام عبد المجيد (2003) بعنوان: دور برامج المرأة والأسرة بتليفزيون وسط الدلتا في رفع مستوى الوعي بإدارة موارد الأسرة. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور برامج المرأة والأسرة بتليفزيون وسط الدلتا في توعية المرأة الدلتاوية بكيفية إدارة مواردها؛ لجعل هذه البرامج تغطي كافة احتياجاتها لإدارة موارد الأسرة. وتكونت العينة من 390 ربة أسرة من المحافظات التابعة لإرسال تليفزيون وسط الدلتا. وتوصلت النتائج إلى وجود فرق دال إحصائياً بين ربات الأسرة الحضريات والريفيات، العاملات وغير العاملات في كل من متابعة برامج المرأة والأسرة بتليفزيون وسط الدلتا والوعي بإدارة موارد الأسرة لصالح ربات الأسر الحضريات العاملات.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:

1. أغلب الدراسات السابقة عن القنوات المتخصصة في الطهي كانت في الأعم أجنبية أما العربية فركزت على القنوات والبرامج التي تقدم للمرأة بصفة عامة ولم تركز بشكل مباشر على القنوات المتخصصة تعليمياً. وقد اهتمت الدراسات والأدبيات السابقة بتوجيه وسائل الإعلام خاصة التليفزيون لفئات معينة خصوصاً المرأة.
2. افادت الأدبيات والدراسات السابقة الباحث في تحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً من خلال الاطلاع على ما تناولته الدراسات السابقة وما لم تنطرق إليه. والمساعدة في بناء وتصميم أداة البحث وما تشمله من مقاييس عن دوافع التعرض واتجاه الافادة التعليمية الأكاديمية لعينة البحث. وتحديد أفضل لمجتمع البحث المستهدف واختيار العينة المطلوبة والتمكن من تحديد أهداف البحث وأهميته وفروضه

واجراءاته.

مشكلة الدراسة:

مع انتشار الفضائيات المتخصصة في مجالات عدة كالقنوات الرياضية، وقنوات الأفلام، وأخرى للمسلسلات، وقنوات الدراما الأجنبية، والقنوات الوثائقية؛ انطلقت أيضا قنوات في مجال الطهي من بعد أن كانت مجرد فقرات في برامج في فضائيات عامة، وبعد رواج هذه البرامج أصبح لها فيما بعد نافذة خاصة بها وهي الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. وفي مقابل ذلك يوجد تخصص أكاديمي في الجامعات المصرية يهتم بهذا العلم، وبهذه النوعية من المعارف والمهارات التي تقدم على شاشات هذه الفضائيات المتخصصة، وهو تخصص الاقتصاد المنزلي أو ما يعرف بالتدبير المنزلي، وتخصصات أخرى مثل علوم الأغذية بكلية الزراعة، وتخصص الفنادق بكلية السياحة والفنادق، كل هذه التخصصات تهتم بالمحتوى المقدم في هذه القنوات، وتعد مادتها أحد أهم المهارات المطلوبة لطلابها. ومع التأكيد في أن أغلب الدراسات التي أجريت على المشاهد الأجنبي تشير إلى قدرة الفضائيات على إقناع الجمهور بتخفيض بازياد متوسط عمر الجمهور المستهدف؛ أي من السهل أن تقنع جمهوراً صغير السن من جمهور كبير السن، وأن قدرتها على إقناع النساء أكثر من إقناع الرجال. (فارس حمدان عطوان، 2008، 18) في ضوء ما سبق، تبلورت مشكلة البحث الحالي في العبارة التقريرية التالية:

الإفادة التعليمية الأكاديمية المتحققة من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية لدى الطالبات الجامعيات.

دراسة حالة على طالبات الاقتصاد المنزلي بجامعة المنيا)

تساؤلات البحث: يحاول البحث الحالي الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما مستوى ودوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث-

للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي؟

2. هل يختلف مستوى تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب

المتغيرات الديمغرافية للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي

والأعمال المنزلية؟

3. هل يختلف معدل واتجاه الاستفادة التعليمية للطالبات الجامعيات -عينة

البحث- حسب المتغيرات الديمغرافية نحو الفضائيات العربية

المتخصصة في الطهي؟

4. هل توجد علاقة بين مستوى ودوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة

البحث- للفتنات الفضائية العربية المتخصصة في الطهي والأعمال

المنزلية؟

5. هل تختلف استجابات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب

المتغيرات الديمغرافية على أبعاد الاستفادة التعليمية (المعرفية، الوجدانية،

المهارية) من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال

المنزلية؟

أهداف البحث: يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مستوى تعرض طالبات الاقتصاد المنزلي -عينة

البحث- للفتنات الفضائية العربية المتخصصة في الطهي والأعمال

المنزلية.

2. كشف دوافع تعرض الطالبات -عينة البحث- للفضائيات العربية

المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.

3. توضيح الفروق بين الطالبات -عينة البحث- حسب بعض المتغيرات الديمغرافية (الفرقة الدراسية، والتقدير) في مستوى تعرضهم لهذه الفضائيات المتخصصة.
4. كشف الفروق بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب بعض المتغيرات الديمغرافية (الفرقة الدراسية، والتقدير) في اتجاههم نحو الاستفادة التعليمية من فضائيات الطهي.
5. توضيح الفروق بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب بعض المتغيرات الديمغرافية (الفرقة الدراسية، والتقدير) في جوانب الاستفادة التعليمية لهذه الفضائيات.
6. كشف العلاقة بين دوافع ومستوى تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.
7. كشف الفروق بين الطالبات في مستوى التعرض لهذه القنوات ودرجة تفاعلهم معها.

فروض البحث: يسعى البحث الحالي إلى التأكد من صحة الفروض التالية:

1. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب المتغيرات الديمغرافية (التقدير، الفرقة الدراسية) في مستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.
2. توجد علاقة دالة إحصائياً بين الفضائيات المتخصصة في الطهي المفضلة للطالبات عينة البحث ومشاهدتهن النشطة لهذه القنوات.
3. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) في اتجاه الاستفادة من فضائيات الطهي المتخصصة.
4. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات -عينة البحث- (حسب المتغيرات الديمغرافية) في درجة الاستفادة التعليمية لهن من هذه الفضائيات

المتخصصة.

5. توجد فروق دالة إحصائياً بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية في إجمالي وأبعاد الإفادة التعليمية من مشاهدتها.
6. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في أبعاد وإجمالي المقياس، واتجاهاتهن نحو الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي وأعمال المنزل.

أهمية البحث: تتبع أهمية البحث الحالي من الاعتبارات التالية:

1. تعد الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية من الفضائيات التي لها نسب مشاهدة عالية وتستهوئ المشاهدين المهتمين بهذه المهارات.
2. تعاضم دور الفضائيات وتأثيرها على مختلف الفئات وخاصة صغار السن.
3. حاجتنا إلى تطوير هذا الجهاز الساحر -التلفزيون- الذي يمتلك أدوات قوية للتأثير، ليكون أداة نافعة للمجتمع وتحقيق الإفادة التعليمية منه.
4. ارشاد المختصين في الاقتصاد المنزلي على أهمية استخدام هذه القنوات لخدمة تخصصهم.

منهج البحث: يندرج البحث الحالي تحت أسلوب دراسات الحالة (case studies) المتمثلة في دراسة حالة على عينة من طالبات قسم الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا، وذلك في اطار ومحددات ذلك المجتمع البحثي.

أدوات البحث: استخدم الباحث أداة صحيفة استقصاء تتضمن مقياساً لمستوى ودوافع التعرض للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي ومقياساً لمدى

الإفادة التعليمية بجوانبها المعرفية والوجدانية والمهارية لدى الطالبات الجامعيات بقسم الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا عينة البحث. وكان توصيف المقاييس كالتالي:

1. مقياس التعرض للقنوات المتخصصة: ويمثله 7 أسئلة من رقم 1 إلى رقم 7 في الاستمارة المرفقة.

2. مقياس التفاعل والمشاهدة النشطة مع هذه القنوات: ويتمثل في 3 أسئلة، وهي أرقام (8-9-11).

3. مقياس دوافع التعرض لهذه القنوات: ويمثله السؤال رقم 13 ويتكون من 6 بدائل للاختيار منها عن الدافع الرئيس لمشاهدة الطالبات الجامعيات -عينة البحث- هذه القنوات.

4. مقياس الاتجاه نحو الإفادة التعليمية لهذه القنوات: وتم تحديده في السؤال رقم 14 وهو مكون من (11) عبارة، وتم استخدام مقياس ليكارت الثلاثي في الاستجابات بموافق أو محايد أو معارض لهذه العبارات.

5. مقياس الافادة التعليمية وقد شمل 70 عبارة استخدام مقياس ليكارت الخماسي في الاستجابات (موافق جداً، موافق، محايد، معارض، معارض جداً) لهذه العبارات، وتم تقسيم هذه العبارات إلى الأبعاد التالية:

• البعد المعرفي: وقد شمل (24) عبارة وهي أرقام (1، 2، 10، 11، 13، 15، 16، 17، 20، 22، 24، 26، 28، 29، 30، 35، 39، 40، 44، 48، 49، 55، 61، 64).

• البعد الوجداني: وقد تضمن (17) عبارة كانت موزعة على العبارات التالية (3، 4، 5، 6، 8، 14، 25، 27، 32، 33، 34، 45، 52، 53، 54، 67، 69).

• البعد المهاري: تم قياسه في 29 عبارة هي أرقام (7، 9، 12، 18، 19، 21، 23، 31، 36، 37، 38، 41، 42، 43، 46، 47، 50، 51، 56،

57، 58، 59، 60، 62، 63، 65، 66، 68، 70)

• صدق الاتساق الداخلي للاستقصاء: تم استخدام معاملات الارتباط

لبيرسون بين أجزاء المقياس والدرجة الكلية له وقد جاءت كالتالي:

جدول (1)

معاملات الارتباط بين أبعاد المقياس والدرجة الكلية

البعد المهاري	البعد الوجداني	البعد المعرفي	الأبعاد	
			قيمة ر	البعد المعرفي
			درجة المعنوية	
		0.816	قيمة ر	البعد الوجداني
		0.000(**)	درجة المعنوية	
	0.763	0.825	قيمة ر	البعد المهاري
	0.000(**)	0.000(**)	درجة المعنوية	
0.949	0.893	0.944	قيمة ر	الدرجة الكلية
0.000(**)	0.000(**)	0.000(**)	درجة المعنوية	للمقياس

(**) تدل على أن قيمة معامل الارتباط دالة عن 0.01 و(*) دالة عند

0.05

يتبين من الجدول (1) أن معاملات الارتباط بين أبعاد المقياس، والدرجة الكلية مرتفعة حيث بلغت أقل قيمة لمعامل الارتباط (0.763) بين البعد المهاري والبعد الوجداني؛ وذلك لطبيعة البعد الوجداني الذي يتسم بالنسبية والتغير من فرد لفرد، ثم كانت القيم لمعامل الارتباط تتراوح ما بين (0.816 - 0.825 - 0.893 - 0.944 - 0.939) وهي معاملات ارتباط دالة إحصائيًا عند مستوى 0.01 وبدرجة ارتباط عالية تقترب من الواحد الصحيح؛ ما يبين أن هذا المقياس يتسم بدرجة عالية من الصدق عند مستوى ثقة 0.01. وبالتالي يمكن الوثوق في أدواته لتحقيق أهدافه.

• **صدق المحكمين:** عُرِضت استمارة الاستقصاء على ثلاثة محكمين من تخصصات الإعلام التربوي، والاقتصاد المنزلي، والمناهج وطرق التدريس (*) وقام الباحث بإجراء التعديلات اللازمة، وفقا لملاحظات السادة المحكمين.

ثبات الاستقصاء: أستخدمت معادلة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وجاءت كالتالي:

جدول (2)

يوضح قيمة ألفا كرونباخ كمعامل ثبات لاستمارة الاستقصاء

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين	عدد المفردات	الفا كرونباخ
332.858	36.6462	1342.942	102	0.938

يوضح الجدول (2) أن قيمة ألفا كرونباخ الكلية قد بلغت (0.938) وهي درجة ثبات تقترّب من الواحد الصحيح، وذلك يبين أن الاستقصاء يتمتع بمعامل ثبات عال حيث يمكن للثقة في نتائجه. أما قيمة ألفا لكل عبارة من عبارات المقاييس في استمارة الاستقصاء فتتأخر بين القيم التالية (0.937 - 0.938 - 0.939 - 0.940 - 0.941 - 0.942) وبالتالي تمتع عبارات الاستقصاء بدرجة عالية من الثبات.

(*) المحكمون هم:

أ.د./ الحسيني محمد صابر الخبير، استاذ الاقتصاد المنزلي، والعميد السابق لكلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

أ.م.د./ حنفي حيدر أمين، أستاذ مساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

د./ سحر برعي عبد اللطيف، مدرس مناهج وطرق تدريس الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي في الطالبات الجامعيات اللاتي يتعرضن للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي ومنهن الطالبات الجامعيات بأقسام وكليات الاقتصاد المنزلي (التدبير المنزلي) في الجامعات المصرية، وتم تحديد مجتمع البحث هن طالبات الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا كدراسة حالة يمكن بعدها التعميم على جميع الطالبات بأقسام وكليات الاقتصاد المنزلي والأقسام المناظرة لها بالجامعات المصرية.

عينة البحث:

اختيرت عينة عشوائية منتظمة من كشوف اسماء الطالبات بقسم الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، وذلك باختيار الرقم التسلسلي الزوجي بدءاً من الرقم (2) حيث بلغ عدد مفردات العينة (300) مفردة تم استبعاد (25) مفردة من العينة حيث كانت استجابتهن بأنهن لا يشاهدن الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية مطلقاً ليبلغ عدد العينة (275) طالبة من الفرق الأربعة، وكان توصيف العينة كالتالي:

جدول (3)

توصيف عينة البحث حسب المتغيرات الديمغرافية

الفرقة الدراسية									
الإجمالي		الرابعة		الثالثة		الثانية		الأولى	
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
275	100%	55	20%	58	21.1%	61	22.2%	101	36.7%
التقدير في الفصل الدراسي السابق									
الإجمالي		ممتاز		جيد جدا		جيد		مقبول	
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
275	100%	57	20.7%	122	44.4%	86	31.3%	10	3.6%

حدود البحث: اقتصرت دراسة مشكلة البحث الحالية في الحدود التالية:

- **حدود بشرية:** اختيار عينة عشوائية منتظمة من الطالبات الجامعيات بقسم الاقتصاد المنزلي، بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا، حيث بلغ عددهن (275) طالبة من جميع الفرق الدراسية بعد استبعاد (25) طالبة من العينة المختارة لعدم مشاهدتهن للفضائيات المتخصصة مطلقاً.
- **حدود زمانية:** تم اختيار عينة البحث وتطبيق الأداة عليهن خلال الفصل الدراسي الثاني من العام 2015 – 2016 م.
- **حدود موضوعية:** اقتصر البحث الحالي على التعرف على الإفادة التعليمية المتحققة من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية لدى طالبات الاقتصاد المنزلي جامعة المنيا كدراسة حالة للطالبات الجامعيات المتخصصة.
- **حدود مكانية:** اقتصر البحث الحالي على التطبيق على طالبات جميع الفرق بقسم الاقتصاد المنزلي بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
- **مفاهيم ومصطلحات البحث:** تعرف إجرائياً مفاهيم البحث الحالي كالتالي:
- **دوافع التعرض:** وهي الحالة التي تثير سلوك الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في ظروف معينة وتواصلهن حتى ينتهي إلى غاية معينة وتتمثل في الحرص على مشاهدة الفضائيات المتخصصة في الطهي لتحقيق الافادة التعليمية الأكاديمية منها.
- **الإفادة التعليمية الأكاديمية:** كل ما تكتسبه الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في تخصص الطهي وما يتعلق بعلوم الغذاء والتغذية والأعمال المنزلية من تعرضهن للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية في أبعادها المعرفية والوجدانية والسلوكية للتخصص الأكاديمي لهن - الاقتصاد المنزلي- والذي يشمل تخصصات: الغذاء والتغذية، وإدارة أعمال المنزل، والنسيج والملابس.
- **الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية:** هي تلك

الفضائيات العربية التي تبث شاراتها عبر الأقمار الصناعية وتهدف في مضمون موادها وبرامجها فئة معينة من الجمهور لهم اهتمامات مشتركة، وهن فئة النساء بوجه عام، والطالبات الجامعيات في تخصص الاقتصاد المنزلي بوجه خاص في هذه البحث، وهن الذين يشاهدن هذه الفضائيات لتعلم معارف ومهارات عن فنون الطهي والغذاء والحياسة وغيرها من الأعمال المنزلية التي تقدمها هذه الفضائيات ومنها قنوات: بانوراما فوود- وسي بي سي سفرة - وست البيت- وفتافيت- وسميرة.

نتائج البحث: تم التوصل من خلال تطبيق أدوات البحث إلى:
أولاً: نتائج البحث الميدانية: كانت نتائج البحث الميدانية كالتالي:

جدول (4)

درجة تعرض العينة للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال

المنزلية

المتغيرات	التكرار	النسبة
نعم	110	36.67%
أحيانا	165	55%
لا	25	8.33%
الإجمالي	300	100%

ينتضح من الجدول (4) أن عدد الطالبات اللاتي أجبن بنعم أنهن يشاهدن هذه القنوات بلغ (110) طالبة بنسبة (36.67%) في حين أن من أجبن منهن "أحيانا يشاهدن هذه الفضائيات" قد بلغ عددهن (165) طالبة بنسبة (55%)، وأن (25) طالبة بنسبة (8.33%) لا يشاهدن هذه الفضائيات مطلقاً، لذا تم استبعاد (25) طالبة، بواقع (8.33%) من إجمالي عدد الطالبات الجامعيات -عينة البحث- لأنهن لا يشاهدن هذه الفضائيات المتخصصة في

الطهي مطلقاً، ليصبح إجمالي عدد أفراد العينة (275) طالبة.

جدول (5) أكثر الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية المفضلة لدى العينة

المتغيرات	التكرار	النسبة
سي بي سي سفرة	169	61.5%
ست البيت	18	6.5%
سميرة	12	4.4%
فتافيت	39	14.2%
بانوراما فوود	37	13.5%
الإجمالي	275	100%

يكشف الجدول (5) أن أكثر الفضائيات المتخصصة للطهي مشاهدة لدى عينة البحث هي قناة سي بي سي سفرة، حيث يشاهدها (169) طالبة بواقع (61.5%) من إجمالي عدد الطالبات الجامعيات -عينة البحث- تلتها قناة فتافيت بفارق كبير بواقع (39) طالبة، بنسبة (14.2%)، ثم قناة بانوراما فوود بواقع (37) طالبة وبنسبة (13.5%)، ثم قناة ست البيت بواقع (18) طالبة بنسبة (6.5%)، وقناة سميرة بواقع (12) طالبة بنسبة (4.4%) من إجمالي عينة البحث. وجاءت قناة سي بي سي سفرة في مقدمة ترتيب الفضائيات المتخصصة في الطهي الأعلى مشاهدة كونها مصرية والأقرب إلى عينة البحث بالإضافة إلى تمتعها بجمال الشاشة وجاذبية الديكور، وقوة برامجها.

جدول (6)

مدى متابعة العينة للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية

المتغيرات	التكرار	النسبة
اتباعها نادراً	70	25.5%
اتباعها أحياناً	173	62.9%
اتباعها دائماً	32	11.6%
الإجمالي	275	100%

يبين الجدول (6) أن عدد (70) طالبة بنسبة (25.5%) من عينة البحث أجابن بأنهن نادراً ما يتابعن الفضائيات المتخصصة في الطهي، وأن (173) طالبة بنسبة (62.9%) يشاهدن هذه الفضائيات القنوات أحيانا، أما من يتابعونها بصفة دائمة فقد بلغ عددهن (32) طالبة بنسبة (11.6%) من إجمالي عدد الطالبات الجامعيات -عينة البحث- ما يبين أن أغلب الطالبات يتابعن هذه الفضائيات حسب الظروف، ويرجع ذلك إلى انشغالهن في الدراسة بالتالي لا يتم وضع وقت محدد لمشاهدتهن لها.

جدول (7)

مناقشة الطالبات الجامعيات -عينة البحث- لما يشاهدونه في القنوات مع زميلاتهن

النسبة	التكرار	البدائل
37.5%	103	لا أناقشنهن
55.6%	153	أناقشنهن أحيانا
6.9%	19	أناقشنهن دائما
100%	275	الإجمالي

يبين الجدول (7) أن عدد الطالبات الجامعيات -عينة البحث- التي تتناقشن ما تشاهدن في الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي حيث كان العدد الأعلى لأناقشنهن أحيانا بواقع (153) طالبة بنسبة (55.6%) يليها الذين لا يناقشن مطلقاً بعدد (103) طالبة بنسبة (37.5%) ومن تتناقشن دائما بلغ عددهن (19) طالبة بنسبة (6.9%) من عينة البحث. ويوضح ذلك أن هناك أتجاه أكبر لمناقشة مضمون ما يتعرضن له من هذه الفضائيات.

جدول (8)

درجة تفاعل الطالبات الجامعيات - عينة البحث - مع ما يشاهدن في قنوات الطهي

النسبة	التكرار	البدائل
6.2%	17	أتفاعل دائما
52.7%	145	أتفاعل أحيانا
41.1%	113	لا أتفاعل
100%	275	الإجمالي

أما من ناحية التفاعل مع برامج هذه الفضائيات فيبين الجدول (8) أن الطالبات الجامعيات تتفاعلن مع هذه الفضائيات حيث بلغ عدد من أجابن بأنهن يتفاعلن أحيانا (145) بنسبة (52.7%) ومن تتفاعلن دائما بلغ عددهن الأقل بعدد (17) طالبة بنسبة (6.2%) في حين من لا تتفاعلن مطلقاً كان عددهن (113) طالبة بنسبة (41.1%) من إجمالي عينة البحث.

جدول (9)

وسائل تفاعل الطالبات الجامعيات - عينة البحث - مع ما يشاهدن في قنوات الطهي

النسبة	التكرار	البدائل
64.2%	104	الفيديو
25.9%	42	اليوتيوب
8.6%	14	الهاتف
1.24%	2	البريد الإلكتروني
58.91%	162	الإجمالي

يتضح من الجدول (9) أن إجمالي عدد من تتفاعلن دائما وأحيانا كان

عددهن (162) طالبة بنسبة (58.91%) من إجمالي الطالبات الجامعيات - عينة البحث- وقد جاءت الفيسبوك أكثر طرق التفاعل مع هذه الفضائيات بواقع (104) طالبة بنسبة (64.2%) يليه اليوتيوب بواقع (42) طالبة بنسبة (25.9%) ثم عن طريق الهاتف بواقع (14) طالبة وبنسبة (8.6%) من عينة البحث.

جدول (10)

المشاهدة النشطة للطالبات الجامعيات- عينة البحث - للقنوات المتخصصة في

الطهي

النسبة	التكرار	البدائل
4.4%	12	النشاط قبل المشاهدة
69.1%	190	الاندماج مع المشاهدة
26.5%	73	النشاط بعد المشاهدة
100%	275	الإجمالي

يبين الجدول (10) أن الطالبات -عينة البحث- مشاهدتهن نشطة للفضائيات المتخصصة في الطهي حيث بلغ عدد من تتدمجن مع المشاهدة العدد الأكبر بواقع (190) طالبة بنسبة (69.1%) يليها النشاط بعد المشاهدة بعدد (73) طالبة بنسبة (26.5%) ثم (12) طالبة فقط بواقع (4.4%) ينشطن قبل المشاهدة.

جدول (11) دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات

المتخصصة في الطهي

النسبة	التكرار	البدائل
9.8%	27	عند الحاجة والضرورة
15.6%	43	كشف الجديد في التخصص
14.5%	40	اشباع الهوايات في الطهي والأعمال المنزلية
16.5%	45	التسلية والترفيه
40.7%	112	التعلم واكتساب المهارات
2.9%	8	التعود
100%	275	الإجمالي

يوضح الجدول (11) اختلاف دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي فقد جاء في المقدمة دافع التعلم واكتساب المهارات، بواقع (112) طالبة بنسبة (40.7%)، يليه دافع التسلية والترفيه بـ(45) طالبة بنسبة (16.5%)، ثم دافع كشف الجديد بعدد (43) طالبة وبنسبة (15.6%)، يليه دافع اشباع الهوايات في الطهي وأعمال المنزل بواقع (40) طالبة، بنسبة (14.5%)، ثم عند الحاجة والضرورة، وأخيراً الدافع الطقوسي وهو التعود بأقل عدد بلغ (8) طالبات فقط، بنسبة (2.9%) من إجمالي عدد الطالبات -عينة البحث-.

ثانياً: التأكد من صحة الفروض:

1. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب المتغيرات الديمغرافية (التقدير، الفرقة الدراسية) في مستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. وللتأكد من صحة هذا الفرض تم باستخدام برنامج التحليل الاحصائي Spss وتم التوصل

إلى الجدول التالي:

جدول (12) تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين الطالبات الجامعيات (حسب تقدير) في مستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة في الطهي

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى التعرض	بين المجموعات	5.010	1.670	0.262	3	0.853	غير دال
	داخل المجموعات	1726.132	6.369		271		
	الإجمالي	1731.142			274		

يتضح من الجدول (12) أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) في مستوى تعرضهن للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي، حيث بلغت قيمة ف (0.262) عند درجات حرية (3، 271، 274) وبقائمة معنوية (0.853) وبالتالي يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) في مستوى تعرضهم لهذه الفضائيات المتخصصة. لذا فإن تفوق الطالبات الدراسي لا يغير من معدل تعرضهن للفضائيات المتخصصة في الطهي.

جدول (13) تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين الطالبات -عينة

البحث- (حسب الفرقة الدراسية) في مستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة.

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
مستوى التعرض	بين المجموعات	24.814	8.271	1.314	3	0.270	غير

داخل المجموعات	1706.328	6.296	271	دال
الإجمالي	1731.142		274	

ينتضح من الجدول (13) أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات -عينة البحث- (حسب الفرقة الدراسية) في مستوى تعرضهم لفضائيات الطهي والأعمال المنزلية، حيث بلغت قيمة ف (1.314) عند درجات حرية (3، 271، 274) وبقيمة معنوية (0.270) وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب الفرقة الدراسية) ومستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.

يمكن من خلال ما سبق قبول الفرض الذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب المتغيرات الديمغرافية (التقدير، الفرقة الدراسية) ومستوى تعرضهم للقنوات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. ومن هنا يمكن رفض الفرض السابق حيث تم التأكد من عدم صحته. ويوضح ذلك أن مستوى تقدم الطالبات الجامعيات المتخصصة عينة البحث في سلم التعليم سواء كان سناً بالفرقة الدراسية أو بالتحصيل الدراسي لا يؤثر على مستوى تعرضهن للفضائيات المتخصصة في الطهي، وقد يرجع السبب إلى عدم إدراكهن بأهمية ما يقدم في هذه القنوات بتخصصهن، أو حسب بعض المتغيرات المجتمعية كالوقت المتاح.

1. توجد علاقة دالة إحصائية بين الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية المفضلة للطالبات عينة البحث ومشاهدتهن النشطة لهذه القنوات.

جدول (14)

العلاقة بين فضائيات الطهي المفضلة للطالبات عينة البحث ومشاهدتهن
النشطة لهذه القنوات.

النشاط بعد المشاهدة		الاندماج مع المشاهدة		النشاط قبل المشاهدة		المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14.2%	39	43.6%	120	3.6%	10	سي بي سي سفرة
1.8%	5	4.7%	13	-	-	ست البيت
2.2%	6	2.2%	6	-	-	سميرة
5.1%	14	9.1%	25	-	-	فتافيت
3.3%	9	9.5%	26	0.7%	2	بانوراما فوود
26.5%	73	69.1%	190	4.4%	12	الإجمالي
9.551						كا
8						درجة الحرية
0.298						الدرجة المعنوية
غير دالة						

يتضح من الجدول (14) أن قيمة كا² بلغت (9.551) عند درجة حرية (8) وقيمة معنوية بلغت (0.298) وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المشاهدة النشطة للفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية، والقناة الفضائية، ويوضح ذلك أنه لا يوجد اختلاف بين الفضائيات المتخصصة، والمشاهدة النشطة للطالبات الجامعيات -عينة البحث- لهذه القنوات، فلو اختلفت القناة لا تختلف معها المشاهدة النشطة وفقاً لاستجابات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- ما يبين أم المشاهدة النشطة تعتمد على الجمهور. فاختلاف القناة لا يعني اختلاف نمط المشاهدة النشطة وتلك النتيجة تؤكد نتيجة الفرض الثاني الذي يوضح أنه لا تؤثر القناة في التفاعل لدى الطالبات عينة البحث.

2. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) في اتجاه الافادة التعليمية من فضائيات الطهي المتخصصة.

جدول (15)

يوضح الفروق بين الطالبات -عينة البحث- (حسب التقدير) في اتجاه الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
اتجاه الإفادة	بين المجموعات	58.220	19.407	2.800	3	0.040	دال عند 0.05
	داخل المجموعات	1878.049	6.930		271		
	الإجمالي	1936.269			274		

يتضح من الجدول (15) أن قيمة (ف) قد بلغت (2.800) عند مستوى معنوية (0.04) وبالتالي فهي دالة إحصائياً؛ لذا يمكن رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه توجد فروق بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) اتجاه الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. وللتعرف على اتجاه الفروق البعدية تم استخدام اختبار المقارنات البعدية (LSD) وكانت نتائجه كالتالي:

جدول (16)

اختبار المقارنات البعدية (LSD) بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث-
(حسب التقدير) في اتجاه الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة.

جيد جدا		جيد		مقبول		المتغيرات
القيمة المعنوية	متوسط الاختلاف	القيمة المعنوية	متوسط الاختلاف	القيمة المعنوية	متوسط الاختلاف	
						مقبول
						جيد
						جيد جدا
0.032 (*)	0.91	0.132	0.6795	(*)0.012	2.277	ممتاز

يتضح من بيانات الجدول (16) أنه توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- الحاصلات على تقدير مقبول وممتاز، وبين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- الحاصلات على تقدير جيد جداً وممتاز في اتجاههن نحو الإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي لصالح الطالبات صاحبات التقدير الأعلى. ما يبين أن الطالبات الجامعيات -عينة البحث- صاحبات التقدير الأعلى لديهن اتجاه إيجابي نحو الإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية مقارنة بزميلاتهن الحاصلات على تقديرات أقل. وذلك يبين حرص الطالبات الجامعيات المتفوقات في متابعة المصادر التي تفيدهن في مجال تخصصهن الأكاديمي مقارنة بالطالبات صاحبات التقدير المنخفض واللاتي لا يبدين أهمية نحو المصادر.

3. توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب المتغيرات الديمغرافية) في درجة الإفادة التعليمية لهن من هذه الفضائيات المتخصصة.

جدول (17)

اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات - عينة البحث - في درجات مقياس الإفادة التعليمية من قنوات الطهي وفقاً للفرقة الدراسية.

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
البعد المهاري	بين المجموعات	1039.599	346.533	1.136	3	0.335	غير دال
	داخل المجموعات	82703.870	305.180		271		
	الإجمالي	83743.469			274		
البعد المعرفي	بين المجموعات	1062.857	354.286	1.914	3	0.128	غير دال
	داخل المجموعات	50168.685	185.124		271		
	الإجمالي	51231.542			274		
البعد الوجداني	بين المجموعات	421.792	140.597	1.680	3	0.172	غير دال
	داخل المجموعات	22679.648	83.689		271		
	الإجمالي	23101.440			274		
إجمالي الإفادة التعليمية	بين المجموعات	3585.838	1195.28	0.840	3	0.473	غير دال
	داخل المجموعات	385827.70	1423.72		271		
	الإجمالي	389413.59			274		

ينضح من الجدول (17) أنه يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين درجات الطالبات - عينة البحث - في أبعاد وإجمالي مقياس الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي وفقاً

للفرقة الدراسية، حيث بلغت قيمة ف في الأبعاد المهارية والمعرفية والوجدانية والإجمالي على التوالي (1.136 - 1.914 - 1.680 - 0.840) بدرجات معنوية بالترتيب (0.335 - 0.128 - 0.172 - 0.473) وهذه القيم جميعها غير دالة إحصائياً، وبالتالي لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- وفقاً للفرقة الدراسية في أبعاد وإجمالي الاستفادة التعليمية من فضائيات الطهي المتخصصة.

جدول (18) الفروق بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- (حسب التقدير) في درجات أبعاد وإجمالي مقياس الاستفادة التعليمية من الفضائيات الطهي العربية المتخصصة.

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
البعد المعرفي	بين المجموعات	2323.363	775.454	4.297	3	0.006	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	48905.179	180.462		271		
	الإجمالي	51231.542			274		
البعد الوجداني	بين المجموعات	1197.192	399.064	4.937	3	0.002	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	21904.248	80.827		271		
	الإجمالي	23101.440			274		
البعد المهاري	بين المجموعات	5557.521	1852.51	6.421	3	0.000	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	78185.948	288.509		271		
	الإجمالي	83743.469			274		
إجمالي الاستفادة التعليمية	بين المجموعات	24686.07	8228.69	6.114	3	0.000	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	364727.52	1345.86		271		
	الإجمالي	389413.59			274		

يوضح جدول (18) أن قيمة (ف) في البعد المعرفي بلغت (4.297) بقيمة معنوية (0.006)، كما بلغت قيمة (ف) في البعد الوجداني (4.937) بقيمة معنوية (0.002)، كما بلغت قيمة (ف) في البعد المهاري (6.421) بقيمة معنوية (0.000)، لذا يمكن قبول الفرض الذي ينص على: أنه توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين الطالبات -عينة البحث- وفقاً لتقديرهن في البعد المهاري والبعد الوجداني والبعد المعرفي للإفادة التعليمية من الفضائيات الطهي المتخصصة. ويتضح من نتائج الجدول (20) أنه يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.01 بين الطالبات الجامعيات وفقاً لتقديرهن في أبعاد وإجمالي الاستفادة التعليمية من فضائيات الطهي المتخصصة ولتحديد اتجاه الفروق البعدية تم استخدام اختبار المقارنات البعدية (LSD) وتم التوصل إلى الجدول التالي:

يتضح من الجدول (19) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- الحاصلات على تقدير (مقبول، وجيد جداً)، وبين (مقبول، وممتاز) وبين (جيد، وجيد جداً) عند مستوى 0.05، وبين الطالبات الحاصلات على تقدير (جيد، وممتاز) عند مستوى 0.01 لصالح التقدير الأعلى في البعد المعرفي للإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي. أما في البعد الوجداني فقد وجدت فروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- الحاصلات على تقدير (مقبول، وجيد جداً) وبين (جيد، وجيد جداً) عند مستوى 0.05 وبين (مقبول، وممتاز) وبين (جيد، وممتاز) عند مستوى 0.01 أما في البعد المهاري فقد جاءت الفروق دالة إحصائية بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- الحاصلات على تقدير (مقبول وجيد جداً) عند مستوى 0.05، وبين الطالبات الجامعيات الحاصلات على تقدير (مقبول، وممتاز) وبين (جيد وجيد جداً) وبين (جيد، وممتاز) لصالح الطالبات صاحبات التقدير الأعلى في البعد المهاري للإفادة التعليمية من هذه القنوات. ما يبين ان الطالبات المتفوقات دراسياً تكون إفادتهن التعليمية من فضائيات الطهي المتخصصة أعلى مقارنة بزميلاتهن الحاصلات على تقدير أقل. وهذا يبين أن هذه الفضائيات المتخصصة مصدر مهم من مصادر المعلومات الأكاديمية المتخصصة للطالبات الجامعيات المتفوقات دراسياً في تخصص الاقتصاد المنزلي.

4. توجد فروق دالة إحصائية بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية في إجمالي وأبعاد الاستفادة التعليمية من مشاهدتها.

جدول (20) تحليل التباين أحادي الاتجاه لدلالة الفروق بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات - عينة البحث- للفضائيات العربية المتخصصة في الطهي وأبعاد وإجمالي الإفادة التعليمية منها.

المتغيرات	التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
البعد المعرفي	بين المجموعات	2639.09	527.82	2.922	5	0.014	دال عند 0.05
	داخل المجموعات	48592.45	180.64		269		
	الإجمالي	51231.54			274		
البعد المهاري	بين المجموعات	3569.92	713.983	2.369	5	0.038	دال عند 0.05
	داخل المجموعات	80173.55	298.043		269		
	الإجمالي	83743.47			274		
البعد الوجداني	بين المجموعات	1828.112	365.622	4.623	5	0.000	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	21273.328	79.083		269		
	الإجمالي	23101.440			274		
إجمالي الإفادة التعليمية	بين المجموعات	22727.05	4545.41	3.334	5	0.006	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	366686.54	1363.15		269		
	الإجمالي	389413.59			274		

يبين الجدول (20) أن قيمة ف بلغت (2.922) وهي دالة إحصائيًا عند مستوى ثقة 0.05 حيث بلغت القيمة المعنوية (0.014)؛ وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على: أنه توجد فروق دالة إحصائيًا عند مستوى 0.05 بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات العربية

المتخصصة في الطهي في البعد المعرفي للإفادة التعليمية من تلك الفضائيات. أما في البعد الوجداني بلغت قيمة ف (4.596) وهي دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 0.01 حيث بلغت القيمة المعنوية (0.000)، وأيضاً في إجمالي المقياس بلغت قيمة ف (3.334) وهي دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 0.01 حيث بلغت القيمة المعنوية (0.006)، في حين أنه تم قبول الفرض الذي ينص على أنه لا توجد فروق بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للقنوات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية والبعد المهاري من الإفادة التعليمية من مشاهدة الفضائيات المتخصصة. حيث بلغت قيمة ف بلغت (2.191) وهي غير دالة إحصائياً حيث بلغت القيمة المعنوية (0.056)، وللتعرف على اتجاه الفروق تم استخدام اختبار المقارنات البعدية وكانت نتائجه كالتالي:

متوسط الاختلاف (21.15) بقيمة معنوية قدرها (0.020) وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على: أنه يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى 0.05 بين دافعي (كشف الجديد، والمشاهدة عند الحاجة والضرورة) في إجمالي الإفادة التعليمية للطالبات عينة البحث من هذه القنوات. كما وجد فرق بين دافعي كشف الجديد واشباع الهوايات حيث بلغ متوسط الاختلاف (9.164) بقيمة معنوية بلغت (0.020) وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى 0.05 بين دافعي كشف الجديد واشباع الهوايات في إجمالي الإفادة التعليمية للطالبات الجامعيات -عينة البحث- من الفضائيات المتخصصة في الطهي. وأيضًا بين دافعي (كشف الجديد، والتسلية والترفيه) حيث بلغ متوسط الاختلاف (28.303) بقيمة معنوية بلغت (0.000)، وبالتالي قبول الفرض الذي ينص على أنه: يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى 0.01 بين دافعي (كشف الجديد، والتسلية والترفيه) في إجمالي الإفادة التعليمية للطالبات الجامعيات -عينة البحث- من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي. كما يوجد فرق بين دافعي (التسلية والترفيه، واشباع الهوايات) حيث بلغ متوسط الاختلاف (19.14) بقيمة معنوية (0.018)، وبالتالي يمكن رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل الذي ينص على أنه: يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى 0.05 بين دافعي (التسلية والترفيه، واشباع الهوايات) في إجمالي الإفادة التعليمية للطالبات الجامعيات -عينة البحث- من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. كما تبين وجود فرق بين دافعي (التعلم واكتساب المهارات، والتسلية والترفيه) بمتوسط اختلاف (20.04) بقيمة معنوية (0.002) وبالتالي يمكن قبول الفرض الذي ينص على أنه: يوجد فرق دال إحصائيًا عند مستوى 0.01 بين دافعي (التعلم واكتساب المهارات، والتسلية والترفيه) في إجمالي الإفادة

التعليمية من فضائيات الطهي لدى لطالبات عينة البحث.

5. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في أبعاد وإجمالي المقياس، واتجاهاتهم نحو هذه الإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.

جدول (23)

يوضح معامل ارتباط لبيرسون بين الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي واتجاه الطالبات نحو هذه الإفادة التعليمية.

الدالة	اتجاه الطالبات نحو هذه الإفادة التعليمية				المتغيرات
	القيمة المعنوية	معامل الارتباط (ر)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال عند 0.01	0.000	0.404	13.67	91.91	البعد المعرفي
دال عند 0.01	0.000	0.325	17.48	106.22	البعد المهاري
دال عند 0.01	0.000	0.442	9.18	69.72	البعد الوجداني
دال عند 0.01	0.000	0.405	37.70	267.85	إجمالي الإفادة

يتضح من الجدول (23) أن قيمة معامل الارتباط بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في مقياس الإفادة التعليمية في البعد المعرفي، والوجداني، والمهاري، وإجمالي المقياس واتجاهاتهم نحو هذه الإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية. فقد بلغت قيمة معاملات الارتباط (0.404 - 0.325 - 0.442 -

0.405) على التوالي وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى ثقة 0.01، أي أنه توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في إجمالي المقياس وعلى مستوى البعد المعرفي، والبعد الوجداني للإفادة التعليمية من الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية واتجاهاتهم نحو هذه الإفادة الأكاديمية بدرجة متوسطة، وبدرجة ضعيفة في البعد المهاري، وذلك يعني أنه كلما زادت الإفادة التعليمية من هذه الفضائيات زادت في المقابل اتجاهاتهن نحو الإفادة التعليمية منها بدرجة متوسطة لدى الطالبات، عدا البعد المهاري فالارتباط طردي موجب ولكن بدرجة ضعيفة والعكس صحيح.

الاستنتاجات: توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها:

1. توجد فروق دالة إحصائياً بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- حسب المتغيرات الديمغرافية (التقدير، الفرقة الدراسية) ومستوى تعرضهم للفضائيات المتخصصة في الطهي، كما لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي في درجة تفاعل الطالبات الجامعيات -عينة البحث- مع هذه القنوات
2. لا توجد فروق دالة إحصائياً بين درجات بين الطالبات -عينة البحث- وفقاً للفرقة الدراسية في أبعاد وإجمالي درجاتهن في مقياس الإفادة التعليمية من فضائيات الطهي المتخصصة.
3. توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.01 بين الطالبات الجامعيات -عينة البحث- وفقاً لتقديرهن في متوسط درجات أبعاد وإجمالي الإفادة التعليمية من الفضائيات المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية.
4. توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 بين دوافع تعرض الطالبات الجامعيات -عينة البحث- للفضائيات الطهي العربية في البعد المعرفي

والوجداني للإفادة التعليمية من تلك الفضائيات. إلا أنه لا توجد فروق بين دوافع تعرض الطالبات -عينة البحث- لهذه القنوات في البعد المهاري من الإفادة التعليمية من مشاهدتهن.

5. توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة بين متوسطي درجات الطالبات الجامعيات -عينة البحث- في البعد المعرفي، والبعد الوجداني، وإجمالي الإفادة التعليمية من فضائيات الطهي العربية المتخصصة، واتجاهاتهم نحو هذه الإفادة الأكاديمية بدرجة متوسطة، وبدرجة ضعيفة في البعد المهاري.

التوصيات والبحوث المقترحة:

يوصي الباحثان من خلال نتائج البحث الحالي إلى ما يلي:

1. يجب توفير طرق عرض مناسبة لمواد وبرامج الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية في البيت التدريبي والمعامل المتخصصة بأقسام وكليات الاقتصاد المنزلي بالجامعات المصرية، والاستعانة بما تقدمه من معارف ومهارات واتجاهات لتقديمها إلى الطالبات الجامعيات المتخصصة كوسيلة تعليمية.
 2. خلق أوجه ومجالات تعاون بين أقسام وكليات الاقتصاد المنزلي وبين الفضائيات العربية المتخصصة في الطهي والأعمال المنزلية لتبادل الخبرات، وتعظيم الإفادة التعليمية لكلا الطرفين من خلال الاستعانة بخبراء واساتذة أقسام وكليات الاقتصاد المنزلي بالجامعات المصرية في فضائيات الطهي المتخصصة.
 3. عقد ورش عمل وندوات من الطهاة والخبراء ومقدمي البرامج في فضائيات الطهي المتخصصة للطالبات المتخصصة أقسام وكليات الاقتصاد المنزلي لتبادل وتعظيم أدوار الافادة المتبادلة.
- كما وضع الباحثان مجالات لبحوث مستقبلية في كالتالي:**

1. قياس الافادة التعليمية المتحققة من البرامج التليفزيونية المتخصصة الرياضية أو الطبية أو الدينية أو التاريخية أو الاقتصادية وغيرها للطلاب المتخصصين وغير المتخصصين كمورد مهم لهم، ووسيلة للتعلم.
2. العلاقة بين مستوى تعرض المرأة المصرية للفضائيات المتخصصة في الطهي ومستوى الشهية والرغبة في الأكل لديها.
3. التعرض لبرامج الطهي في الفضائيات وعلاقتها بمستوى الاغراء والتمرد النفسى لدى الزوج المصري في ضوء بعض المتغيرات.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

أسماء بهزات مصطفى (2014): تعرض الطالبات الجامعيات لبرامج المرأة بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بتبنيهم أنماط الثقافة الغربية. رسالة ماجستير، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.

عاطف عدلي العبد (2006): الإعلام والمجتمع. القاهرة: دار الفكر العربي. ط1.
ايمان عبد السلام عبد المجيد (2003): دور برامج المرأة والأسرة بتلفزيون وسط الدلتا في رفع مستوى الوعي بإدارة موارد الأسرة. رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، شبين الكوم. جامعة المنوفية.

مايا احمد البيضا (2008): دوافع استخدام المرأة اللبنانية للقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة. رسالة ماجستير، قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

بدور إبراهيم الدجين (2009) استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية. دراسة وصفية ميدانية على عينة من النساء بمدينة الرياض. رسالة ماجستير، بقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود. السعودية.

خالد يحيى محمد هادي (2014): دوافع استخدام الشباب اليمنى للقنوات الفضائية الدرامية. رسالة دكتوراه، قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

هبة أمين أحمد (2001): استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية دراسة تحليلية ميدانية. رسالة دكتوراه، قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

فارس حمدان عطوان (2008): الفضائيات العربية ودورها الإعلامى، عمان: دار اسامة للنشر.

محسن جلوب جبر الكنانى (2012): دوافع استخدام طلبة قسم الصحافة الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة بغداد للقنوات الفضائية المتخصصة والإشباع

المتحققة. بحث منشور بمجلة آداب ذي قار، العدد الثامن، المجلد

الثاني.

محمد زياني (2008): الفضائيات العربية والسياسة في الشرق الاوسط. بحث منشور مع

مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، شئون اجتماعية،

العدد 98، السنة 25.

حاتم عون، عزت حجاب (2009): الفضائيات العربية الاسلامية تقريب ام تغريب. مجلة

اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد السادس، العدد الثاني، ص

ص (371: 408)

فرانك سرييه ترجمة فرديريك معتوق (2003): الفضاء العربي، الفضائيات والإنترنت

والاعلان والنشر: سوريا.

فاطمة حسين عواد (2011): الإعلام الفضائي. الأردن: عمان: دار أسامة للنشر.

هبة محمد شاهين (2008): التليفزيون الفضائي العربي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

خالد محمد ميلاد الدلمي، عاطف عدلي العبد (2009): الفضائيات العربية والاجنبية. الواقع

والاهداف والتحديات، القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.

ليماء طالة (2014): الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي. عمان: دار أسامة للنشر.

نهي عاطف العبد (2011): دراسات في الإعلام الفضائي، القاهرة: دار الفكر العربي.

ثانيًا: المراجع الاجنبية:

Jung, H. (2015). **Speech style shifts in korean and japanese TV cooking shows: A comparative study** (Order No. 3717186). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1714093602). Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1714093602?accountid=37552>

Poole, B. (2014). **French taste: Food and national identity in post-colonial france** (Order No. 3710939). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1705298138). Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1705298138>

Brost, L. F. (2000). **Television cooking shows: Defining the genre** (Order No. 9981055). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (304596879).

- Retrieved from
<http://search.proquest.com/docview/304596879?accountid=37552>
- Villani, A.M. & T. Egan & J.B. Keogh, & P.M. Clifton (2015) Attitudes and beliefs of Australian adults on reality television cooking programmes and celebrity chefs. Is there cause for concern? Descriptive analysis presented from a **consumer survey**. **School of Pharmacy and Medical Sciences**, University of South Australia, Adelaide, South Australia, Australia, Retrieved from:
<http://search.proquest.com/docview>
- Fong, Y. (2015). **Impact of television cooking shows on food preferences** (Order No. 1603964). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1739017200). Retrieved from
<http://search.proquest.com/docview/1739017200?>
- Lizzy Pope, Lara Latimer, Brian Wansink (2015), Viewers vs. Doers. The relationship between watching food television and BMI, **Appetite**, Volume 90, 1 July, Pages 131-135, ISSN 0195-6663.
- King L, Hebden L, Grunseit A, Kelly B, Chapman K, Venugopal K (2010) Industry Self-Regulation of Television Food Advertising: Responsible or Responsive? **Int J Ped Obesity**. 1-9.
- Dhar T, Baylis K (2011): Fast-food consumption and the ban on advertising targeting children: the Quebec experience. **J Mark Res**. 48 (5): 799-813. 10.1509/jmkr.48.5.799.CrossRef.