

استخدام المراهقات للصفحات المختصة بالطهي على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها

د.د. اعتماد خلف معبد

استاذ الإعلام وثقافة الطفل معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

د. مؤمن جبر عبدالشافى

استاذ مساعد الإعلام وثقافة الطفل معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

خالد محمد الحسينى قياض

الملخص

الهدف: وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحديد حجم ودوافع استخدام المراهقات لصفحات الطهي الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها، استخدمت منهج المسح الإعلامي بالعينة الميدانية. تم استخدام استمارة استبيان لجمع البيانات، أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الإناث تتراوح أعمارهن من (١٧ - ٢١) سنة وهذه المرحلة يقابلها في المراحل التعليمية مراحل التعليم الجامعي، وذلك في محافظتي القاهرة والجيزة خلال الفترة الممتدة من ٢٠ سبتمبر ٢٠١٧ إلى ٣٠ أكتوبر ٢٠١٧.

النتائج: استخدم معظم المبحوثات للصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي، وكان لصفحات الطهي على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالهواة مكان الصدارة عند المبحوثات تلى ذلك الصفحات الإلكترونية الخاصة بقنوات الطهي الفضائية أما صفحات الطهاة المشهورين نجوم الفضائيات فحلت في المرتبة الأخيرة من اهتمام المبحوثات، وجاءت (مقترحات الأصدقاء) في مقدمة أكثر الطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات على صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي وتبرز هذه النتيجة أهمية جماعة الأقران (الأصدقاء) في مرحلة المراهقة، وتفوقت الدوافع النفعية على الطوقسية لدى الطالبات الجامعيات عينة الدراسة، وأقرت المبحوثات اللاتي لم يستفدن من تلك الصفحات أن (لا أجد فيها ما يشبع رغباتي) في مقدمة أسباب عدم استفادتهن، وجاءت الإشباع التوجيهية في مقدمة استفادة المبحوثات من تصفح الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي، ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المراهقات للصفحات المختصة بالطهي على مواقع التواصل الاجتماعي وبين الإشباع المتحققة من التصفح.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، والإشباع، وصفحات الطهي الإلكترونية، والمراهقات.

Adolescent Uses of Cooking Pages on Online Social Networks and Their Gratifications

Aims: This study aimed to find out the rate of female Egyptian teenagers usage of online cooking pages on social media. It also showed their motives to use online cooking pages on social media. It explained the relation between teenagers' usage of these pages and their achieved gratifications. It is a descriptive study that depended on the survey method, it used a survey form to collect data. It was applied on 400 samples of the female Egyptian teenagers (17- 21) years from Cairo and Giza governorates during the period from 20 September to 30 October 2017.

Results: The Results Showed That Most of the respondents used online cooking pages on social media, Amateur online cooking pages came first followed by pages of space cooking channels while famous cooks pages came last, Friends' recommendations were the most method by which the respondents got to know the online cooking pages on social media showing the great influence of mates on adolescents, Respondents instrumental motives excelled their ritualised ones, Orientation gratifications topped the list of benefits which the respondents gained from online cooking pages on social media, Lack of needs satisfaction is the main cause for not benefiting from online cooking pages on social media, and The study proved the existence of a statistically significant correlation between the motives the respondents had to access online cooking pages on social media and the achieved gratifications.

Keywords: Uses & Gratifications, Online Cooking Pages, Adolescents.

الإطار النظري:
مدخل الاستخدامات والإشباع: ينظر مدخل الاستخدامات والإشباع إلى جمهور وسائل الإعلام علي أنه جمهور نشط في استخدام تلك الوسائل، وعليه فإن الدراسة تنظر إلي المراهقات علي أنهم جمهور نشط في تعرضهن للإنترنت، حيث تستخدم المراهقات الإنترنت بوعي ونشاط وتتقن منها المضامين التي تشبع حاجاتهن وتحقق توقعاتهن وتلبي رغباتهن.

الدراسات السابقة:

١. المحور الأول دراسات تناولت استخدام المراهقين للإنترنت، والمواقع الإلكترونية
١. دراسة الشيماء محمد أحمد حسن طه (٢٠١٥) (٤) بعنوان تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية علي الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية. تهدف هذه الدراسة الي التعرف علي الدور الذي تلعبه الصفحات الإسلامية علي الفيسبوك في إكساب المراهقين معلومات دينية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الأعلامي بالعينة التحليلية والميدانية واستخدمت استمارة تحليل مضمون واستمارة الاستبيان، وقد أجريت الدراسة التحليلية علي عينة من الصفحات الإسلامية علي الفيسبوك والدراسة الميدانية طبقت علي عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الفرقة الأولى الجامعية لجامعتي عين شمس والسادس من أكتوبر. وكانت أهم النتائج أن الصفحات الدينية الإسلامية جاءت في مقدمة الصفحات التي يتابعها أفراد العينة علي الفيسبوك، وأن المبحوثون يتابعون الصفحات الإسلامية علي الفيسبوك بغرض زيادة المعرفة الدينية والتعرف علي أخبار العالم الإسلامي، ويثق المبحوثون بدرجة متوسطة في المعلومات الدينية التي تنشرها هذه الصفحات.

٢. دراسة سارة جمال محمد إبراهيم (٢٠١٥) (٣) بعنوان "استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية والإشباع المتحققة منها"، وهدفت الدراسة إلي تحديد حجم ودوافع استخدام المراهقين للمواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية والفوائد التي تعود عليهم نتيجة هذا الاستخدام، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، وقد أجريت الدراسة علي عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب نهاية المرحلة الثانوية والصف الأول الجامعي في محافظة القاهرة والجيزة خلال شهر ديسمبر ٢٠١٥، ومن نتائج الدراسة استخدام أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية، وكان دافع الحصول علي معلومات تفيدني في مقدمة الدوافع التفعيلية التي تدفع المراهقين لإستخدام مواقع التنمية البشرية، وكان إكتساب مهارات تنمية الشخصية في مقدمة الإشباعات التوجيهية التي تعود علي المراهقين نتيجة إستعمالهم المواقع الخاصة بالتنمية البشرية، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديمجرافية (النوع- التعليم- المستوى الاقتصادي والإجتماعي) في كل المتغيرات (دوافع استخدام المراهقين للمواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية، والإشباعات المتحققة للمراهقين نتيجة التعرض لهذه المواقع، ووجود علاقة ارتباطية إيجابية بين دوافع المراهقين لإستخدام المواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية والإشباعات المتحققة للمراهقين نتيجة هذا التعرض).

٣. دراسة محمد فتحي توفيق الصانغ (٢٠١٥) (٥) بعنوان "إستخدام الشباب المصري لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحققة منها". تهدف الدراسة إلي رصد وتحليل إستخدامات الشباب المصري اليوتيوب YouTube ومقارنتها بإستخدام التلفزيون ومدى إشباع هذا الموقع لأحتياجاتهم، وتحديد وتحليل دوافع الشباب المصري لأستخدام موقع اليوتيوب، وتقييم تفاعل الشباب المصري مع موقع اليوتيوب من خلال رصد لأهم الوظائف الأتصالية المتاحة لمستخدميه. ومن نتائج الدراسة أن نسبة تعرض عينة

من خلال الإضطلاع علي الدراسات السابقة وجد الباحث أن هناك العديد من المتغيرات العلمية والتي استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباع بصفة عامة إلا أنه لوحظ في حدود علم الباحث ندرة الدراسات التي تناولت الإشباع المتحققة من جراء التعرض للصفحات المختصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي من قبل المراهقات.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يمكن أن تصاغ مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي "ما هي استخدامات المراهقات للصفحات المختصة بالطهي علي مواقع التواصل الإجتماعي وما الإشباعات المتحققة منها".

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدي إدراك المراهقات لوجود صفحات خاصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي؟
٢. ما معدل تعرض المراهقات لهذه الصفحات علي شبكات التواصل الإجتماعي؟
٣. ما الطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات علي صفحات الطهي علي مواقع التواصل الإجتماعي؟
٤. ما أبرز الصفحات الخاصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي التي يتعرض لها المراهقات؟
٥. ما درجة استفادة المبحوثات من هذه الصفحات الخاصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي؟
٦. ما أسباب عدم استفادة المبحوثات من تلك الصفحات؟
٧. ما دوافع استخدام المراهقات للصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي؟
٨. ما الإشباعات المتحققة للمراهقات نتيجة تعرضهن للصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي علي شبكات التواصل الإجتماعي؟

أهمية الدراسة:

١. أهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة وهي مرحلة المراهقة في كونها مرحلة هامة تبحث فيها المراهقة عن تكوين شخصيتها وإبراز شكلها الخارجي.
٢. تأثير المواقع والصفحات بانواعها المختلفة علي المراهقات اللاتي يملن إلى المحاكاة والتقليد لما يشاهدنه.
٣. في الوقت الذي قل فيه دخول الفتيات المطبخ زادت نسبة مشاهدتهن لبرامج الطهي وصفحاتها مما يبنأ بوجود دوافع أخرى غير التعلم واشباع غير تقليدية من وراء ذلك.

أهداف الدراسة:

١. التعرف علي استخدامات المراهقات للصفحات المختصة بالطهي علي مواقع التواصل الإجتماعي والإشباع المتحققة منها.
٢. رصد أهم صفحات الطهي الإلكترونية التي تفضل المراهقات الدخول عليها.
٣. التعرف علي أهم الإشباعات المتحققة من صفحات الطهي الإلكترونية.

مصطلحات الدراسة:

٣ صفحات الطهي: هي منصات إعلامية في الواقع الافتراضي لا يحدها عوائق الإتصال الزمنية والمكانية يسعى القائم عليها والمهتم بمجال الطهي إلى التواصل مع جمهور مستهدف له نفس الأهتمامات الخاصة بالقائم علي الصفحة من أجل إمدادهم بخبرته أو عرض خدماته في مجال الطهي أو تبادل الخبرات معهم في مجال الطهي وقد يكون القائم علي الصفحات مؤسسات نظامية كبيرة تتخذ من المضمون الذي تعني به الصفحة سبيلا لتحقيق رواج دعائي واقتصادي أو أشخاص عاديين من المجتمع يسعون عبر هذه الصفحات إلى إبراز مواهبهم وقدراتهم أو السعي للتعلم في هذا المجال أو تحقيق المال والشهرة وتكوين صداقات ولكن علي نطاق أيسر من وسائل الإعلام التقليدية.

الطعام في وسائل الإعلام اليابانية". استهدفت الدراسة التعرف على صورة الرجال اليابانيين الذين يدخلون المطبخ وخاصة بعد الزيادة المفاجئة في عدد الرجال الذين يطهون طعامهم وقد انتشرت هذه الصورة في اليابان بعد الحرب العالمية الثانية. أظهرت النتائج أن الرجال اليابانيين نتيجة العمل في المطبخ أصبحوا أكثر تأنيباً بمعنى أنهم تشبهوا بالنساء وهذه نتيجة للتحليل النصي لمجموعة من كتب الطهي والمواقع الإلكترونية وبرامج الطهي التلفزيونية التي تستهدف الرجال والصبية الذين يعدون الطعام بأنفسهم ويدخلون المطبخ.

٢. دراسة كيري ماتويك وكلسي ماتويك Keri Matwick & Kelsi Matwick (2014)⁽⁷⁾ بعنوان سرد القصص والحكايات وإضفاء الطابع الشخصي المصطنع في برامج الطهي التلفزيونية. تعتبر عروض الطهي التلفزيونية منبراً للنقاش حول المواد الغذائية من خلال رؤية القصص وإشراك المشاهدين وخلق شخصية عادية بالإعتماد على الرد وإضفاء الطابع الشخصي باعتبارها وسيلة لتبادل الخبرات مع مشاهير الطهاة في إطار إستراتيجي داخل عروض الطهي. أظهرت النتائج أن القصص داخل عروض الطهي تظهر الطهاة داخل المطبخ على قدم المساواة مع المشاهدين وإن سرد القصص يقوم بشكل أساسي على قدرة الطهاة في إشراك المشاهدين معهم في الحدث.

٣. دراسة نتالي وانديا Natalie Brooks, Andrea Begley (2014)⁽⁸⁾ بعنوان "برامج محو أمية الطعام لدى المراهقين". استهدفت الدراسة الكشف عن ما هو معروف عن برامج محو الأمية الغذائية للمراهقين من خلال تحديد مكونات البرنامج وتقييم فاعليته، وذلك من خلال التطبيق على عينة من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٣-١٧) عاماً. أظهرت النتائج أن مثل هذه البرامج التي تعمل على محو الأمية الغذائية لها أثر إيجابي على السلوك الغذائي للمراهقين تجاه الطعام.

٤. دراسة إنجي حلمي محمود إبراهيم (٢٠١٥)^(٩) بعنوان اتجاهات المرأة المصرية نحو برامج الطهي بالقنوات الفضائية في ظل بعض المتغيرات الديموجرافية. تم تطبيق الدراسة على عينة من النساء المصريات التي يمتلكن أجهزة استقبال البث التلفزيوني الفضائي (الشب) قوامها ٤٠٠ مفردة موزعة بين نساء يعيشون في الريف والحضر يعملن ولا يعملن مع الاختلاف في المستوى التعليمي وكذلك اختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي، تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات وذلك لقياس اتجاهات المرأة المصرية نحو برامج الطهي بالقنوات الفضائية. من أهم نتائج الدراسة ارتفاع نسبة مشاهدة النساء عينة الدراسة لبرامج الطهي بالقنوات الفضائية، وقناة CBC سفرة حصلت على المركز الأول يليها قناة بانوراما فود في المركز الثاني ثم قناة فتافيت في المركز الثالث ثم في المركز الرابع والأخير قناة ست البيت، وبرنامج هو وهي على بانوراما فود حصل على المركز الأول ويليه برنامج على قد الأيد على قناة CBC سفرة في المركز الثاني ثم برنامج الشيف الشربيني على قناة CBC سفرة في المركز الثالث ثم برنامج ولا في الأحلام على قناة فتافيت في المركز الرابع ثم جاء برنامج مطبخ اسيا عثمان على قناة فتافيت في المركز الأخير، وأن العبارات المعرفية الإيجابية تقدمت على العبارات المعرفية السلبية، وحصل الاتجاه المعرفي على المركز الأول يليه الاتجاه السلوكي في المركز الثاني ثم الاتجاه الوجداني في المركز الثالث، وأنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة المرأة المصرية لبرامج الطهي بالقنوات الفضائية ومستوى الاتجاه نحوها، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثات على مقياس الاتجاه على برامج الطهي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية.

الدراسة لليوتيوب أعلى من نسبة تعرضها للتليفزيون، وجاء اليوتيوب في المرتبة الثانية بين مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها عينة الدراسة حيث جاء الفيسبوك في المرتبة الأولى وتويزر في المرتبة الثالثة، وإن مستخدم اليوتيوب في مصر يفضل استخدامه بالمنزل وبأوقات ليالية باستخدام هاتفه المحمول أو الكمبيوتر المحمول ومن خلال موقع اليوتيوب نفسه، وعن استخدامات اليوتيوب ومقارنتها باستخدام التليفزيون جاءت البرامج السياسية الساخرة في مرتبة مرتفعة جداً من حيث استخدام عينة الدراسة للتلفزيون، وتأتي الموسيقى في المرتبة الأولى من حيث استخدام اليوتيوب أما فئات الدين والأخبار المحلية كانا في آخر ترتيب الاستخدامات، وتهتم بإشباع الحاجات العاطفية والاجتماعية والهروبية مثل الترفيه وتوطيد الصداقات والهروب من العمل والضغوطات أكثر من الحصول على المعلومات والمعرفة، وأن معدل استخدام الذكور أصحاب السن الأصغر من (١٨-٢٦) لليوتيوب يفوق معدل استخدام الإناث أصحاب السن الأكبر.

٤. دراسة دي فري وآخرين⁽⁶⁾ De Vries, D. A., et al. (2016) بعنوان تأثير استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمدى رضاهم عن أوزان أجسادهم ومظهرهم الخارجي وما ينتج عن ذلك من سلوكيات. هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على التأثيرات الناتجة من استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي والحكم على مظهرهم وشكل وتناسق أجسامهم وذلك من خلال المقارنات التي يعقدونها بين صورهم وبين صور أصدقائهم المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي مع تحديد تأثير مدى رضاهم عن مظهرهم الخارجي من عدمه على سلوكياتهم وإنفعالاتهم. وتكونت عينة الدراسة من ٤٤٦٨ طالب وطالبة في مرحلة المراهقة من سن (١٠-١١) سنة. وأظهرت الدراسة أن (٥٤-٦٠%) من الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة ساعتين أو أقل في اليوم الواحد في مقابل ٢٨% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين، وكشفت الدراسة أن الفتيات المراهقات اللاتي يستخدمن مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ساعتين غير راضين عن مظهرهن الخارجي ووزن أجسامهن الزائد، وكشفت عن وجود علاقة بين استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي وعدم رضاهم عن شكلهم ومظهرهم الخارجي وخاصة الفتيات المراهقات.

٥. دراسة أمنية عزيز على الشيخ (٢٠١٧)^(١٠) بعنوان "استخدام المراهقين المصريين من المعاقين حركياً لصفحاتهم الرياضية على الفيسبوك والإشباع المتحققة منها". هدفت الدراسة إلى التعرف على معدل استخدام المعاقين المصريين من المعاقين حركياً لصفحاتهم الرياضية على الفيسبوك، ومعرفة دوافع استخدامهم لهذه الصفحات، وبيان الموضوعات التي يفضلون عرضها على هذه الصفحات الرياضية، وما هي الصفحات الرياضية للمعاقين حركياً على موقع الفيسبوك؟ ومعرفة العلاقة بين استخدام المعاقين حركياً لصفحاتهم الرياضية على الفيسبوك والإشباع المتحققة منها، تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، تستخدم فيها الباحثة استمارة استبيان من إعدادها في جمع بيانات الدراسة تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مراهقاً تتراوح أعمارهم بين (١٥-١٨) سنة (ذكورا وإناثاً) في النوادي والمراكز الرياضية بمحافظة القاهرة والجيزة في الفترة بين ١ مايو ٢٠١٦ حتى ٣٠ يونيو ٢٠١٦. وثابتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام الصفحات الرياضية للمعاقين حركياً تبعاً لاختلاف كثافة استخدام موقع الفيسبوك، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استخدام الصفحات الرياضية للمعاقين.

٢ المحور الثاني دراسات تتعلق بالإعلام والطهي.

١. دراسة ين (2014)⁽⁹⁾ M. Yuen S بعنوان "من الرجال إلى الصبية: طهي

٥٨,٣%، ثم يستخدمها نادرا في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢,٨%، ثم دائما في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣,٨%، وأخيرا لا يستخدمها أبدا بنسبة ٥,٣%. وبحساب قيمة كاي^٢ بلغت ١٦,٢٩٤ عند درجة حرية= ٦، وهي قيمة دالة إحصائيا. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات (حكومي، الخاص، الأجنبي) ومدى استخدام المبحوثات الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي عند مستوى ثقة ٩٥%.

٢٤ صفحات الطهي على شبكات التواصل الاجتماعي التي تقوم المبحوثات بزيارتها: جدول (٢) صفحات الطهي على شبكات التواصل الاجتماعي التي تقوم المبحوثات بزيارتها وفقا لنوع التعليم

الصفحات	التعليم		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سوكا	٤٠	٣٢	٥٢	٤٠,٠	٢٩	١٧,٦	١٢١	٢٨,٨
سى بي سى سفرة	١٩	١٥,٢	٢٥	١٩,٢	٣١	١٨,٨	٧٥	١٧,٩
بنوراما فودز	٢٠	١٦	١٣	١٠,٠	٣١	١٨,٨	٦٤	١٥,٢
فتكات	٨	٦,٤	٧	٥,٤	٣٠	١٨,٢	٤٥	١٠,٧
حواء	١٠	٨	٥	٣,٨	١٥	٩,١	٣٠	٧,١
علاء الشربيني	٧	٥,٦	٩	٦,٩	٩	٥,٥	٢٥	٦,٠
أميرة	١٠	٨	٨	٦,٢	٥	٣,٠	٢٣	٥,٥
الشيف نجلاء	٨	٦,٤	٧	٥,٤	٥	٣,٠	٢٠	٤,٨
سوبر ماما	٣	٢,٤	٤	٣,١	١٠	٦,١	١٧	٤,٠
المجموع	١٢٥	١٠٠,٠	١٣٠	١٠٠,٠	١٦٥	١٠٠,٠	٤٢٠	١٠٠,٠

يتضح من الجدول السابق: جاءت سوكا في مقدمة صفحات الطهي على شبكات التواصل الاجتماعي التي تقوم المبحوثات بزيارتها بنسبة ٢٨,٨%، ثم سى بي سى سفرة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١٧,٩%، ثم بنوراما فودز في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٢%، ثم فتكات في المرتبة الرابعة بنسبة ١٠,٧%، ثم حواء في المرتبة الخامسة بنسبة ٧,١%، ثم علاء الشربيني في المرتبة السادسة بنسبة ٦%، ثم أميرة في المرتبة السابعة بنسبة ٥,٥%، ثم الشيف نجلاء في المرتبة الثامنة بنسبة ٤,٨%، وأخيرا سوبر ماما بنسبة ٤%.

٢٤ الطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات على صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٣) الطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات على صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لنوع التعليم

الطرق	التعليم		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مقترحات الأصدقاء	٧٢	٤٩,٠	٤٥	٣٨,٨	٦٣	٥٤,٣	١٨٠	٤٧,٥
وسائل الإعلام الأخرى	٣٠	٢٠,٤	٢٩	٢٥,٠	٢٢	١٩,٠	٨١	٢١,٤
إظهار إعجاب أو تعليق أحد الأصدقاء	١٤	٩,٥	١١	٩,٥	١٣	١١,٢	٣٨	١٠,٠
الصدفة	١٦	١٠,٩	١٢	١٠,٣	٧	٦,٠	٣٥	٩,٢
الأعلانات على جانب الصفحة	٩	٦,١	٧	٦,٠	٤	٣,٤	٢٠	٥,٣
المواقع الإلكترونية المتعلقة بشؤون المرأة	٤	٢,٧	٩	٧,٨	٥	٤,٣	١٨	٤,٧
رسائل الهاتف المحمول	٢	١,٤	٣	٢,٦	٢	١,٧	٧	١,٨
المجموع	١٤٧	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	٣٧٩	١٠٠,٠

قيمة كاي^٢ = ١١,٣٨٥ درجة حرية= ١٢ مستوى المعنوية= ٠,٤٩٦ الدلالة= غير دالة معامل التوافق= ٠,١٧١

يتضح من الجدول السابق: جاءت مقترحات الأصدقاء في مقدمة أكثر أسباب تفضيل المبحوثات لمشاهدة قنوات الطهي في هذا الوقت بنسبة ٤٧,٥%، ثم وسائل الإعلام الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١,٤%، ثم إظهار إعجاب أو تعليق أحد الأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠%، ثم الصدفة في المرتبة الرابعة بنسبة ٩,٢%، ثم الإعلانات على جانب الصفحة في المرتبة الخامسة بنسبة ٥,٣%، ثم المواقع الإلكترونية المتعلقة بشؤون المرأة في المرتبة التاسعة بنسبة ٤,٧%، وأخيرا رسائل الهاتف المحمول بنسبة ١,٨%. وبحساب قيمة كاي^٢ بلغت ١١,٣٨٥ عند درجة حرية= ١٢، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات (حكومي، الخاص،

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتاحة في هذا المجال لاحظ الباحث ما يلي:

١. اتفقت الدراسة على كثافة استخدام المراهقين والشباب للإنترنت حيث يتعرضون له لفترات طويلة.
٢. أحثل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى في الأهمية والاستخدام عند المراهقين والشباب تلاه بعد ذلك مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل اليوتيوب، تويتر والمدونات.

٣. أهتمت الدراسات الأجنبية بصورة كبيرة على توضيح الآثار النفسية والاجتماعية عند استخدام المراهقين وطلاب الجامعة للإنترنت بتطبيقاته المختلفة.
٤. قلة بل وندرة الدراسات العربية والأجنبية التي توضح كيفية تناول المواقع الإلكترونية لمجال الطهي وفنونه ووسائله واستخدام المراهقين والمراهقات لها.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. تحديد المشكلة البحثية للدراسة بصورة أكثر دقة.
٢. تحديد متغيرات الدراسة والتي سوف يجري عليها الباحث الاختبارات الإحصائية.
٣. المساعدة في تحديد تساؤلات الدراسة وصياغتها بشكل دقيق.
٤. المساعدة في اختيار المنهج ونوع وحجم العينة التي سوف يتم تطبيق الدراسة عليها.
٥. المساعدة في تحديد التعريفات الأجرائية الخاصة بمصطلحات الدراسة.
٦. التعرف على كيفية المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة التي سيقوم الباحث بإعدادها.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية كما تستخدم منهج المسح الإعلامي الميداني الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة ويرتبط ارتباطا وثيقا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة استمارة استبيان.

عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الإناث تتراوح أعمارهن من (١٧ - ٢١) سنة وهذه المرحلة يقابلها في المراحل التعليمية مراحل التعليم الجامعي.

أساليب المعالجة الإحصائية:

تم استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الآتية إلى التكرارات البسيطة والنسب المئوية واختبار كاي^٢ Chi Square Test.

نتائج الدراسة:

٢٤ مدى استخدام المبحوثات الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (١) مدى استخدام المبحوثات الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لنوع التعليم

المدى	التعليم		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	٢٥	١٦,٧	١٩	١٥,٨	١١	٨,٥	٥٥	١٣,٨
أحيانا	٨٤	٥٦,٠	٧١	٥٩,٢	٧٨	٦٠,٠	٢٣٣	٥٨,٣
نادرا	٣٨	٢٥,٣	٢٦	٢١,٧	٢٧	٢٠,٨	٩١	٢٢,٨
أبدا	٣	٢,٠	٤	٣,٣	١٤	١٠,٨	٢١	٥,٣
المجموع	١٥٠	١٠٠,٠	١٢٠	١٠٠,٠	١٣٠	١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠

قيمة كاي^٢ = ١٦,٢٩٤ درجة حرية= ٦ مستوى المعنوية= ٠,٠١٢ الدلالة= ٠,٠٥٥ معامل التوافق= ٠,١٩٨

يتضح من الجدول السابق: جاءت أحيانا في مقدمة مدى استخدام المبحوثات الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة

الأجنبي) والطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات على صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي.

٢ عدد مرات استخدام المبحوثات صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي: جدول (٤) عدد مرات استخدام المبحوثات صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لنوع التعليم

التعليم	حكومي		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	١١٣	٧٦,٩	٨٢	٧٠,٧	٨٣	٧١,٦	٢٧٨	٧٣,٤
من ساعة إلى ساعتين	٢٣	١٥,٦	٢٧	٢٣,٣	٢٧	٢٣,٣	٧٧	٢٠,٣
أكثر من ساعتين لثلاث ساعات	١١	٧,٥	٧	٦,٠	٦	٥,٢	٢٤	٦,٣
المجموع	١٤٧	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	٣٧٩	١٠٠,٠

قيمة كا = ٣,٥٦٠ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,٤٦٩ الدلالة = غير دالة
معامل التوافق = ٠,٠٩٦

يتضح من الجدول السابق: جاءت أقل من ساعة في مقدمة المدة التي تقضيها المبحوثات في الزيارة الواحدة لصفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٣,٤%، ثم من ساعة إلى ساعتين في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٠,٣% وأخيرا أكثر من ساعتين لثلاث ساعات بنسبة ٦,٣%. وبحساب قيمة كا بلغت ٣,٥٦٠ عند درجة حرية = ٤، وهي قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات حكومي، الخاص، الأجنبي والمدة التي تقضيها المبحوثات في الزيارة الواحدة لصفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي.

التعليم	حكومي		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مرة واحدة يوميا	٨٨	٥٩,٩	٥٣	٤٥,٧	٧١	٦١,٢	٢١٢	٥٥,٩
أكثر من مرة أسبوعيا	٢٣	١٥,٦	٣٣	٢٨,٤	٢١	١٨,١	٧٧	٢٠,٣
أكثر من مرة يوميا	١٩	١٢,٩	٢٢	١٩,٠	١٥	١٢,٩	٥٦	١٤,٨
مرة واحدة أسبوعيا	١٧	١١,٦	٨	٦,٩	٩	٧,٨	٣٤	٩,٠
المجموع	١٤٧	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	٣٧٩	١٠٠,٠

قيمة كا = ١٢,٦٢٧ درجة الحرية = ٦ مستوى المعنوية = ٠,٠٤٩ الدلالة = ٠,٠٠٥
معامل التوافق = ٠,١٨٠

يتضح من الجدول السابق: جاءت مرة واحدة يوميا في مقدمة عدد مرات استخدام المبحوثات صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٥,٩%، ثم أكثر من مرة أسبوعيا في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٠,٣%، ثم أكثر من مرة يوميا في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤,٨%، وأخيرا مرة واحدة أسبوعيا بنسبة ٩%. وبحساب قيمة كا بلغت ١٢,٦٢٧ عند درجة حرية = ٦، وهي قيمة دالة إحصائيا. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات حكومي، الخاص، الأجنبي وعدد مرات استخدام المبحوثات صفحات الطهي على

٢ دوافع تصفح صفحات الطهي الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (٦) دوافع تصفح صفحات الطهي الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	
حتى أستفيد بالنصائح والمعلومات التي تحتويها.	١٩	٥,٠	١٣٩	٣٦,٧	٢٢١	٥٨,٣	موافق
التعرف على كل جديد في مجال الطهي.	٤٦	١٢,١	١٢٧	٣٣,٥	٢٠٦	٥٤,٤	موافق
تنمية مهاراتي الشخصية.	٥١	١٣,٥	١٣٧	٣٦,١	١٩١	٥٠,٤	موافق
عرضها للمعلومات بشكل جذاب	٤١	١٠,٨	١٦٤	٤٣,٣	١٧٤	٤٥,٩	موافق
حتى أجد موضوعات أتناقش فيها مع الآخرين.	٦١	١٦,١	١٨٢	٤٨,٠	١٣٦	٣٥,٩	محايد
مواجهة ضغوطات الحياة والرغبة في الأسترخاء.	٦٩	١٨,٢	١٦٨	٤٤,٣	١٤٢	٣٧,٥	محايد
تصفحها مجرد عادة أو تعود.	٩٣	٢٤,٥	١٤٢	٣٧,٥	١٤٤	٣٨,٠	محايد
التخلص من الشعور بالوحدة.	١١٧	٣٠,٩	١٧٣	٤٥,٦	٨٩	٢٣,٥	محايد
لأهتامي بمجال الطهي.	١١٤	٣٠,١	١٨٤	٤٨,٥	٨١	٢١,٤	محايد
لتحميل فيديوهات وبرامج خاصة بالطهي.	١٥٨	٤١,٧	١٢٩	٣٤,٠	٩٢	٢٤,٣	محايد
أطمح أن أعمل بمجال الطهي.	١٨٦	٤٩,١	١٠٠	٢٦,٤	٩٣	٢٤,٥	محايد
الإجمالي							٣٧٩

من ١ إلى ١,٦٦ غير موافق، من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ محايد، من ٢,٣٤ إلى ٣ موافق

٢ تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول دوافع تصفح صفحات

الطهي الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء حتى أستفيد بالنصائح والمعلومات التي تحتويها في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٥٣٣، وجاءت التعرف على كل جديد في مجال الطهي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢,٤٢، وجاءت تنمية مهاراتي الشخصية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢,٣٦، وجاءت عرضها للمعلومات بشكل جذاب في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي ٢,٣٥، وجاءت حتى أجد موضوعات أتناقش فيها مع الآخرين ومواجهة ضغوطات الحياة والرغبة في الأسترخاء في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي ٢,١٩، وجاءت تصفحها مجرد عادة أو تعود في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي ٢,١٣، وجاءت التخلص من الشعور بالوحدة في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي ١,٩٢، وجاءت لأهتامي بمجال الطهي في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي ١,٩١، وجاءت لتحميل فيديوهات وبرامج خاصة بالطهي في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي ١,٨٢، وأخيرا جاءت أطمح أن أعمل بمجال الطهي بمتوسط حسابي ١,٧٥.

التعليم	حكومي		خاص		أجنبي		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مفيدة دائما	٤١	٢٧,٧	٣٠	٢٥,٩	١٥	١٣,٠	٨٦	٢٢,٧
مفيدة أحيانا	٩٧	٦٥,٥	٧٩	٦٨,١	٩٤	٨١,٧	٢٧٠	٧١,٢
غير مفيدة إلى حد ما	١٠	٦,٨	٧	٦,٠	٦	٥,٢	٢٣	٦,١
المجموع	١٤٨	١٠٠,٠	١١٦	١٠٠,٠	١١٥	١٠٠,٠	٣٧٩	١٠٠,٠

قيمة كا = ٩,٧٣٧ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠,٠٤٥ الدلالة = ٠,٠٠٥
معامل التوافق = ٠,١٥٨

يتضح من الجدول السابق: جاءت مفيدة أحيانا في مقدمة تقييم المبحوثات للصفحات التي يتصفحها على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٧١,٢%، ثم مفيدة دائما في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢,٧%، وأخيرا غير مفيدة إلى حد ما بنسبة ٦,١%. وبحساب قيمة كا بلغت ٩,٧٣٧ عند درجة حرية = ٤، وهي قيمة دالة إحصائيا. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات (حكومي، الخاص، الأجنبي) وتقييم المبحوثات للصفحات التي يتصفحها على شبكات التواصل الاجتماعي، عند مستوى ثقة ٩٥%.

٢١ درجة استفادة المبحوثات من تصفح الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي:
جدول (٨) درجة استفادة المبحوثات من تصفح الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي

الإتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		موافق الى حد ما		غير موافق		الاستجابية	المبارت
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠,٥٣١	٢,٥٩	٦١,٠	٢١٧	٣٧,١	١٣٢	٢,٠	٧	إكتساب مهارات وقدرات جديدة.	
موافق	٠,٦٤٨	٢,٤٩	٥٧,٩	٢٠٦	٣٣,٧	١٢٠	٨,٤	٣٠	أطبق كثيرا مما تعلمته من تلك المواقع أثناء إعداد الطعام وتحضير المائدة	
موافق	٠,٦١٢	٢,٤٨	٥٥,١	١٩٦	٣٨,٨	١٣٨	٦,٢	٢٢	أحفز الآخرين وأشجعهم على التعرض لهذه الصفحات	
موافق	٠,٦٣٩	٢,٤٧	٥٥,٣	١٩٧	٣٦,٨	١٣١	٧,٩	٢٨	أشعر بالسعادة والمتعة بعد تصفحها	
موافق	٠,٦٧١	٢,٣٥	٤٦,٦	١٦٦	٤٢,٤	١٥١	١١,٠	٣٩	أصبحت أناقش الأخرى في الموضوعات الخاصة بالطهي ووصفاته	
محايد	٠,٦٨٧	٢,٢٧	٤١,٣	١٤٧	٤٥,٢	١٦١	١٣,٥	٤٨	زيادة معلوماتي في مجالات الطهي المختلفة	
محايد	٠,٦١٧	٢,٢٦	٣٥,٧	١٢٧	٥٥,١	١٩٦	٩,٣	٣٣	ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل.	
محايد	٠,٦٩١	٢,٢٤	٣٩,٠	١٣٩	٤٦,٣	١٦٥	١٤,٦	٥٢	أشعر اني مميزة عن الآخرين	
محايد	٠,٧٨٥	٢,٠١	٣١,٥	١١٢	٣٨,٥	١٣٧	٣٠,١	١٠٧	أناقش بشكل أفضل مع الآخرين	
محايد	٠,٨١٥	١,٩٣	٣٠,١	١٠٧	٣٣,٤	١١٩	٣٦,٥	١٣٠	زادت قراءاتي للكتب المتعلقة بالطهي وفنونه	
				٣٥٦					الإجمالي	

من ١ إلى ١,٦٦ غير موافق، من ١,٦٧ إلى ٢,٣٣ محايد، من ٢,٣٤ إلى ٣ موافق

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين حول درجة استفادة المبحوثات من تصفح الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء إكتساب مهارات وقدرات جديدة في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٥٩، وجاءت أطبق كثيرا مما تعلمته من تلك المواقع أثناء إعداد الطعام وتحضير المائدة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت أحفز الآخرين وأشجعهم على التعرض لهذه الصفحات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، وجاءت أشعر بالسعادة والمتعة بعد تصفحها في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي ٢,٣٥، وجاءت زيادة معلوماتي في مجالات الطهي المختلفة في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي ٢,٢٧، وجاءت ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي ٢,٢٦، وجاءت أشعر اني مميزة عن الآخرين في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي ٢,٢٤، وجاءت أناقش بشكل أفضل مع الآخرين في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي ٢,٠١، وأخيرا جاءت زادت قراءاتي للكتب المتعلقة بالطهي وفنونه بمتوسط حسابي ١,٩٣.

٢٢ أسباب عدم استفادة المبحوثات من تلك الصفحات:

جدول (٩) أسباب عدم استفادة المبحوثات من تلك الصفحات وفقا لنوع التعليم

الدالة	المعنوية	قيمة كا ^٢	الإجمالي		أجنبي		خاص		حكومي		التعليم	الاسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
غير دالة	٠,٦٦٠	٠,٨٢٢	٦٥,٢	١٥	٥٠,٠	٣	٧١,٤	٥	٧٠,٠	٧	لا أجد فيها ما يشبع رغباتي.	
غير دالة	٠,١٥٠	٥,٩٧٥	٣٤,٨	٨	١٦,٧	١	٧١,٤	٥	٢٠,٠	٢	معظم العاملين بها لا يستجيبون لطلبات المشتركين بالصفحة.	
غير دالة	٠,٩٨٢	٠,٠٣٦	٣٠,٤	٧	٣٣,٣	٢	٢٨,٦	٢	٣٠,٠	٣	تقدم معلومات سطحية وتافه.	
غير دالة	٠,٦١٢	٠,٩٨١	٣٠,٤	٧	١٦,٧	١	٢٨,٦	٢	٤٠,٠	٤	لا تهتم بإيجاد حلول للذين يواجهون مشكلات أثناء تطبيق الوصفات.	
غير دالة	٠,٢٩٩	٢,٤١٧	١٧,٤	٤	٠,٠	٠	١٤,٣	١	٣٠,٠	٣	مملة غير شيقة	
غير دالة	٠,٢٩٩	٢,٤١٧	١٧,٤	٤	٠,٠	٠	١٤,٣	١	٣٠,٠	٣	معظم العاملين بها يتخذونها وسيلة لجمع المال.	
غير دالة	٠,٦٤٨	٠,٨٦٨	٨,٧	٢	٠,٠	٠	١٤,٣	١	١٠,٠	١	لا أتق في مصدر معلوماتها وفيما تقدمه	
			٢٣	٦	٧	١٠					جملة من سلوا	

المبحوثات بزيارتها ٢٨,٨%، وفنكات في المرتبة الرابعة ١٠,٧%، ثم حواء في المرتبة الخامسة ٧,١%، وأميرة في المرتبة السابعة ٥,٥%، تلي ذلك الصفحات الإلكترونية الخاصة بقنوات الطهي الفضائية فجاءت سى بي سى سفرة في المرتبة الثانية ١٧,٩%، ثم بانوراما فودز في المرتبة الثالثة ١٥,٢%، أما صفحات الطهاة المشهورين نجوم الفضائيات فحلت في المرتبة الأخيرة من اهتمام المبحوثات ممثلة في صفحة علاء الشربيني في المرتبة السادسة ٦%، كما كان لقنوات اليوتيوب نصيب ممثل في سوبر ماما ٤% والتي جاءت في المرتبة الأخيرة.

٣. جاءت مقترحات الأصدقاء في مقدمة أكثر الطرق التي تعرفت من خلالها المبحوثات على صفحات الطهي على مواقع التواصل الاجتماعي ٤٧,٥%، ثم وسائل الأعلام الأخرى في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢١,٤%، ثم إظهار إعجاب أو تعليق أحد الأصدقاء في المرتبة الثالثة بنسبة ١٠%، ثم الصدفة في المرتبة الرابعة بنسبة ٩,٢%، ثم الإعلانات على جانب الصفحة في المرتبة الخامسة بنسبة ٥,٣%، ثم المواقع الإلكترونية المتعلقة بشئون المرأة في المرتبة التاسعة بنسبة ٤,٧%، وأخيرا رسائل الهاتف المحمول بنسبة ١,٨%، وتبرز هذه النتيجة أهمية جماعة الأقران (الأصدقاء) في مرحلة المراهقة فجماعة الأصدقاء تساعد المراهق في الوصول لمستوى الاستقلال الشخصي عن الوالدين وتنشأ لديه

يتضح من الجدول السابق: جاءت لا أجد فيها ما يشبع رغباتي في مقدمة أسباب عدم استفادة المبحوثات من تلك الصفحات بنسبة ٦٥,٢%، ثم معظم العاملين بها لا يستجيبون لطلبات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٤,٨%، ثم تقدم معلومات سطحية وتافه ولا تهتم بإيجاد حلول للذين يواجهون مشكلات أثناء تطبيق الوصفات في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠,٠%، ثم مملة غير شيقة ومعظم العاملين بها يتخذونها وسيلة لجمع المال في المرتبة الرابعة بنسبة ١٧,٤%، وأخيرا لا أتق في مصدر معلوماتها وفيما تقدمه بنسبة ٨,٧%. وبحساب قيمة كا^٢ بلغت قيمة غير دالة إحصائيا. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين نوع تعليم المبحوثات حكومي، الخاص، الأجنبي وأسباب عدم استفادة المبحوثات من تلك الصفحات.

النتائج المتعلقة بالأجابة على تساؤلات الدراسة:

١. جاءت أحيانا في مقدمة مدى استخدام المبحوثات للصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٨,٣%، ثم يستخدمها نادرا في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٢,٨%، ثم دائما في المرتبة الثالثة بنسبة ١٣,٨%، وأخيرا لا يستخدمها أبدا بنسبة ٥,٣%.

٢. كان لصفحات الطهي على شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالهواة مكان الصدارة عند المبحوثات حيث جاءت سوكة في مقدمة هذه الصفحات التي تقوم

بشكل سليم مما يشكل تأثيراً إيجابياً للطلاب على الصعيدين الصحي والدراسي.
٦. مراعاة الوضع الاقتصادي الراهن بتقديم الأطباق البسيطة المكونة من المقادير المتاحة في كل المنازل يشجع الأسرة المصرية على الاستفادة الحقيقية من مضمون هذه الصفحات ذات القيمة العالية في مضمونها على المستوى الصحي العام.

المراجع:

١. أمنية عزيز على الشيخ. "استخدام المراهقين المصريين من المعاقين حركياً لصفحاتهم الرياضية على الفيسبوك والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٧).
٢. انجي حلمي محمود إبراهيم. "اتجاهات المرأة المصرية نحو برامج الطهي بالقنوات الفضائية في ظل بعض المتغيرات الديموجرافية". مجلة الأذاعة والتلفزيون، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠١٥، ص ٣٥، ٤٣.
٣. سارة جمال محمد إبراهيم. "استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الخاصة بالتنمية البشرية والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥).
٤. الشيماء محمد أحمد حسن طه. "تعرض المراهقين للصفحات الإسلامية على الفيسبوك وعلاقته بإكسابهم المعلومات الدينية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٥).
٥. محمد فتحى توفيق الصائغ. "إستخدام الشباب المصرى لموقع اليوتيوب YouTube والإشباع المتحققة منها"، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة ٢٠١٥).

6. De Vries, D. A., et al., "Adolescents' social network site use, peer appearance- related feedback, and body dissatisfaction: testing a mediation model", *Journal of youth and adolescence*, 2016. 45(1): p. 211- 224.
7. Keri Matwick and Kelsi Matwick. "Storytelling and synthetic personalisation in television cooking shows", In *Journal of Pragmatics*, Vol(71), 2014, Pp151- 159.
8. Natalie Brooks, Andrea Begley. Adolescent food literacy programmes. In *Nutrition Dietetics*, vol (71), Issue(3). 2014. Pp.158- 171.
9. S. M Yuen. From men to boys: The cooking danshi in Japanese mass media, In *Women's Studies International Forum*, Vol (44), Issue(1), 2014, p.220- 227.

روابط انفعالية جديدة ويسعى إلى أن يحصل على قبول واهتمام أقرانه وينظر إلى نفسه مألوفاً ومقدراً من خلال معايير جماعة الرفاق (الأصدقاء) وهو في هذا كله يحقق نوعاً من الهروب والتخلص من رقابة الأهل (الكبار) وهذا أمر ضروري من أجل سلامة عملية التنشئة الاجتماعية.

٤. جاءت الإشباع التوجيهية في مقدمة استفادة المبحوثات من تصفح الصفحات الإلكترونية الخاصة بالطهي على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء إكتساب مهارات وقدرات جديدة في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢,٥٩، وجاءت أطبق كثيراً مما تعلمته من تلك المواقع أثناء إعداد الطعام وتحضير المائدة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٢,٤٩، وجاءت زيادة معلوماتي في مجالات الطهي المختلفة في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي ٢,٢٧، ثم الإشباع الاجتماعية أفض الأخرين وأشجعهم على التعرض لهذه الصفحات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي ٢,٤٨، أصبحت أتأقش الأخرى في الموضوعات الخاصة بالطهي ووصفاته في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي ٢,٣٥ أتفاعل بشكل أفضل مع الأخرين في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي ٢,٠١، كان للإشباع شبه التوجيهية دور كبير في هذه الاستفادة فجاءت أشعر بالسعادة والمتعة بعد تصفحها في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي ٢,٤٧، ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي ٢,٢٦، وجاءت أشعر اني مميزة عن الأخرين في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي ٢,٢٤، أما الإشباع شبه الاجتماعية زادت قراءاتي للكتب المتعلقة بالطهي وفنونه فجاءت بذيل قائمة الاستفادة بمتوسط حسابي ١,٩٣.
٥. أقرت المبحوثات اللاتي لم يستفدن من تلك الصفحات أن لا أجد فيها ما يشبع رغباتي في مقدمة أسباب عدم استفادتهن بنسبة ٦٥,٢%، ثم معظم العاملين بها لا يستجيبون لطلبات في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٣٤,٨%، ثم تقدم معلومات سطحية وتافه ولا تهتم بليجاد حلول للذين يواجهون مشكلات أثناء تطبيق الوصفات في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٠,٤%، ثم ممل غير شيقه ومعظم العاملين بها يتخونها وسيلة لجمع المال في المرتبة الرابعة بنسبة ١٧,٤%، وأخيراً لا أتق في مصدر معلوماتها وفيما تقدمه بنسبة ٨,٧%.

توصيات ومقترحات الدراسة:

١. ضرورة تنظيم ورش ومحاضرات عمل لتعليم مهارات الطهي لكل من يرغب في المشاركة ويشرف عليها متخصصون في مجال الطهي ومشاركة هذه الورش على الأنترنت.
٢. توجه المتخصصون في المجالات النفسية والإعلامية إلى إجراء بحوث ودراسات حول الطهي وجوانبه المختلفة ومن هذه الدراسات التي يمكن الاهتمام بها في المستقبل:
 - أ. دراسة القائم بالاتصال في الصفحات الخاصة بالطهي على الإنترنت للتعرف على أهم سماته وظروفه وبيئته عمله.
 - ب. إجراء دراسات تحليلية تجريبية لدراسة مضمون صفحات الطهي.
 ٣. لاحظ الباحث اهتمام الذكور من المراهقين وحتى الأطفال بصفحات الطهي مما يبنى بتغير إجتماعي في النظرة إلى الطهي كموضوع خاص بالإناث ويوصى الباحث بدراسة الدوافع والإشباع لهذا الجمهور الجديد لفن الطهي.
 ٤. تظل نظرية الاستخدامات والإشباع صالحة للتطبيق على الدراسات المتعلقة بصنوف الإعلام الجديد ومع زيادة التفاعل داخل هذا الإعلام بات على مقدميه ليس فقط معرفة من هو جمهورهم بل لماذا صاروا من جمهورهم في المقام الأول إن دوافع الجمهور تتغير من يوم إلى يوم ولذلك من المهم مراقبة هذه التغيرات بصفة منتظمة من أجل الحفاظ على هذا الجمهور وفيما وسعيدا ومستمتعاً بما يقدم له من قبل الوسيلة الإعلامية.
 ٥. اهتمام المؤسسات المعنية بالتعليم في مصر بمجال الطهي ودوره البارز في إمداد الطلاب بالمدارس والجامعات بالمعلومات التي تمكنهم من اختيار وطهي الطعام