**الملصقات الغذائية كمصدر للمعلومات الصحية:
دراسة حالة على طلبة المرحلة الجامعية الأولى
بجامعة الوادي الجديد**

إعداد

د. خلف بدوي خلف العفدري

مدرس علم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب - جامعة الوادي الجديد

khalaf.badawy@art.nvu.edu.eg

تاريخ الاستلام : ٧ / ٧ / ٢٠٢١م

تاريخ القبول : ٢١ / ٧ / ٢٠٢١م

ملخص:

تعد الملصقات الغذائية مصدراً مهماً للمعلومات عن العناصر الغذائية التي يحويها الغذاء لمنتج معين، لاسيما أن أغلب شركات الأغذية المنتجة تستخدم الإعلان وسيلة لترويج منتجاتها، وخاصة الملصق الذي يعد الأكثر تداولاً؛ لما له من أهمية في تنمية الوعي الاتصالي والجمالي لدى المستهلك. وتسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية الملصقات الغذائية في تمكين طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد من خلال تحديد الأغذية الصحية وغير الصحية من خلال معرفتهم بجودة وسلامة الغذاء الذي يتناولونه، وربط هذه المعارف بمستوى التطبيق الفعلي لها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي كإطار عام، وأسلوب دراسة الحالة كأحد أساليب المنهج الوصفي، وذلك بتطبيق استبيان على عينة بلغ حجمها (٢٤٢) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٩٥,٤٥% من طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد يقومون بشراء المنتجات الغذائية، ولكن نسبة ٨٠,٩٩% منهم تقوم بقراءة الملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية، حيث تؤثر في عملية اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية بنسبة ٩٣,٨٠%، وتصدرت شبكة الإنترنت المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات الصحية عن المنتجات الغذائية لدى الطلبة بنسبة ٤٢,٥٦%، ثم قراءة الملصقات الغذائية بنسبة ٢١,٩٠%، والأصدقاء بنسبة ١٦,١٢%، والبرامج التليفزيونية بنسبة ١٣,٢٢%، وشكل تاريخ الصلاحية أبرز عناصر الملصقات الغذائية وأكثرها فائدة لدى الطلبة بنسبة ٥٣,٣٠%، والشركة المنتجة أقلها فائدة بنسبة ١,٢٤%.

الكلمات المفتاحية: الملصقات الغذائية، مصادر المعلومات الصحية، جامعة

الوادي الجديد.

Abstract:

Food labels are an important source of information about the nutrients contained in food for a particular product, especially since most food companies use advertising to promote their products, especially the poster, which is the most widely traded because of its importance in developing the communication and aesthetic awareness of the recipient (consumer). This study aims to identify the effectiveness of food labels in enabling undergraduate students at New Valley University to identify healthy and unhealthy foods through their knowledge of the quality and safety of the food they eat, and linking this knowledge to the level of its actual application. The study relied on the descriptive approach as a general framework, and a method The case study as one of the methods of the descriptive approach, by applying a questionnaire to a sample of (242) male and female students, and the study found that 95.45%, of undergraduate students at New Valley University buy food products, but 80.99%, of them read food labels before Purchasing food products, as it affects the process of students choosing food products by 93.80%, and the Internet ranked first as a source for teachers. The health benefits of food products were 42.56%, for students, then reading food labels by 21.90%, friends by 16.12%, and television programs by 13.22%, and the expiry date was the most prominent and most useful elements of food labels for students by 53.30%, and the producing company had the least benefit with a percentage 1.24%.

Keywords: food labels, health information sources, New Valley University.

٠/٠ - تمهيد:

منذ أن خلق الله الإنسان، وسخر له البيئة المحيطة، أدرك أن الغذاء لازم لجسمه وعقله، فهو أساس صحته، وقدرته، وطاقته، وعالمياً يمثل الغذاء، والكساء، والمأوى احتياجات الإنسان الأساسية، وإن كان الغذاء يقع في أول القائمة، لأنه أكثرهم أهمية.

ولا يتصور كائن حي يعيش بدون غذاء، فالحرارة، والطاقة، وشكل الأعضاء، والأنسجة، ونموها، وتكاملها أمور كلها متوقفة على التغذية، ولذلك فالغذاء ضروري لاستقامة حياة الإنسان على الأرض، فهو مصدر الطاقة اللازمة للإنسان، ليقوم بجميع أنشطته المختلفة، ويؤدي دوره في إعمار الأرض، ولكي يستطيع الإنسان ممارسة أنشطته المختلفة فلا بد أن يحصل على قدر من الغذاء، يفي باحتياجاته من الطاقة الحرارية، والعناصر الغذائية الأساسية (إبراهيم، ٢٠٠٧، ص ٢).

وتحتوي معظم الأغذية التي نقوم بشرائها على الملصق الغذائي، والذي يحوي العديد من المعلومات التي تساعد على اختيار أفضل الأغذية اللازمة للمحافظة على الصحة، كما تساعد الملصقات الغذائية المستهلكين على اختيار الأفضل بما يناسب الوضع الصحي لهم، ويساعد الفهم الصحيح لما هو مكتوب على هذه الملصقات على الاستفادة القصوى من الأغذية، وتجنب الأغذية غير الضرورية أو غير الملائمة صحياً، وتستخدم ملصقات الغذاء تقليدياً لنقل المعلومات حول المنتج ومحتوياته، بالإضافة إلى توفير معلومات حول كيفية التعامل مع المنتج الغذائي، وإعداده بأمان، وفي العقود الأخيرة، أصبحت الملصقات الغذائية وسيلة لإعلام المستهلكين بالعلاقات بين منتجات غذائية معينة والصحة (phares, 1998, p.8).

فالصحة ذلك الشيء العزيز عند كل إنسان، والذي إذا فقدته لم يستطع إرجاعه في كثير من الأحيان، وبشق النفس في أحيان أخرى وهي الهدف الذي يسعى له كل

واحد منا، ليبقى على حياته سليمة صحيحة خالية من الأمراض أو العجز، لذا يركز الباحث في هذه الدراسة على المصطلقات الغذائية كمصدر للمعلومات الصحية لدى طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد.

١/٠ - مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في تحديد نوعية المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية، ومدى تطابقها مع المنصوص عليه في القانون، علاوة على مدى معرفة المستهلك عامة وطلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد خاصة بهذه المعلومات، ومدى فهمهم لدلالات الأرقام الواردة بها من عدمه، حيث إن التطور السريع والمتلاحق في مختلف ميادين الحياة، وتحرير التجارة، وانفتاح الأسواق جعل المستهلك أمام مشكلة حقيقية تتعلق باختيار المنتجات الغذائية، والتي تعددت، وتنوعت أمامه بمختلف الأسواق.

ومن ثمَّ يهتم منتجو الأغذية في العديد من الدول بإيجاد طرق لإبلاغ المستهلكين بجودة منتجاتهم عند نقطة الشراء، كما يسعى العديد من المستهلكين بنشاط للحصول على معلومات حول المنتجات الغذائية التي لها صفات تخدم احتياجاتهم الصحية، وتتوافق مع قيمهم، ونتيجة لهذه الاهتمامات المتنوعة، يتم استخدام الملصقات الغذائية بشكل متزايد لتزويد المستهلكين بمعلومات حول الظروف البيئية، والفنية، والاجتماعية، والاقتصادية التي تم إنتاج المنتجات الغذائية في ظلها، فضلا عن جوانب الصحة والسلامة للمنتجات الغذائية، وعلى الرغم من أن الملصقات الغذائية يمكنها فعلا توفير مجموعة من المعلومات المفيدة والمناسبة عن المنتجات الغذائية، إلا أن المستهلكين يجب أن يكونوا على دراية بالمعلومات الواردة على الملصقات الغذائية، ولا يكفي بتسمية المنتج بل يجب أن تكون المعلومات ذات قيمة لعملية اتخاذ القرار الشرائي لمنتج غذائي دون الآخر.

٢/٠- أهمية الدراسة ومبررات اختيارها:

يعد الغذاء مصدراً من مصادر الحياة على سطح الأرض، ولقد أدرك الإنسان منذ زمن بعيد دور وأهمية الغذاء كمصدر للطاقة، والنشاط، والحيوية، ووقايته، وحمايته من الأمراض، إلا أن ذلك الغذاء أصبح سلاحاً ذو حدين بمعنى أن نقصه يمثل مشكلة كبيرة، كما أن زيادته عن الحد المسموح به قد يتسبب في مشاكل صحية عديدة.

ففي بعض الأحيان قد يصبح الغذاء ساماً بسبب ابتلاع بعض المواد الكيميائية السامة، أو قد يتلوث بالميكروبات المسببة للأمراض بسبب سوء معاملة الغذاء، والطريقة غير السليمة في تجهيز الغذاء وإعداده، وخلط أنواع مختلفة من عوامل النكهة دون معرفة مكوناتها وتفاعلاتها، فضلاً عن سياسة الطهي والاستهلاك غير الصحية، واستهلاك الأغذية الملوثة بالفعل، أو الأغذية الموبوءة بالحشرات، واستخدام كمية زائدة من المواد الحافظة، أو طريقة التخزين غير السليمة التي قد تكون الأسباب الرئيسية للمرض (Grumezescu, 2018, p.307).

إن حالات الإصابة بالأمراض التي تنقلها الأغذية في الدول النامية ليست مفهومة جيداً وتحدث على نطاق واسع مقارنة بالدول المتقدمة، حيث يعتبر استهلاك الأغذية، والمياه غير الصحية من الأسباب الرئيسية للوفاة، وبحسب إحصاءات الأمم المتحدة هناك حوالي ثلاثة ملايين شخص يموتون سنوياً جراء الأمراض المنقولة عبر الغذاء والماء، كما أن حوالي (٦٠٠) مليون شخص في العالم يصابون سنوياً بأمراض بعد تناول غذاء ملوث، ويموت منهم (٤٢٠) ألفاً بسبب التسمم الغذائي، ويتحمل الأطفال الذين تقل أعمارهم عن الخمس سنوات ٤% من عبء الأمراض المنقولة عن طريق الأغذية، والتي تؤدي بحياة (١٢٥) ألف طفل سنوياً، وتشير التقديرات إلى أن الغذاء غير الآمن يكلف الدول ذات الدخل المنخفض والمتوسط نحو (٩٥) مليار دولار على شكل خسارة إنتاجية كل عام، مما يعيق التنمية في العديد من تلك الدول، كما أن مرض الإسهال يعد من أكثر الأمراض شيوعاً وينجم عن استهلاك أغذية ملوثة، ويتسبب في

سقوط (٥٥٠) مليون شخصاً على مستوى العالم، ويقتل نحو (٢٣٠) ألف شخص سنوياً (إمبابي، ٢٠١٩).

وتعد الأمراض المزمنة، أو غير السارية، أو غير المعدية مسئولة عن أكثر من ٨٠% من إجمالي الوفيات بمصر، حيث تمثل أمراض القلب والأوعية الدموية نسبة ٤٦% من إجمالي الوفيات، يليها السرطان بنسبة ١٤%، ثم الأمراض الصدرية المزمنة بنسبة ٤%، والسكر بنسبة ١%، وقد كشفت نتائج حملة ١٠٠ مليون صحة التي أطلقها فخامة الرئيس عبد الفتاح السيسي في أكتوبر ٢٠١٨م إلى أن ١٥,٥% من المصريين يعانون من ارتفاع السكر في الدم، و ٢٩,٥% يعانون من ارتفاع ضغط الدم (الصحة، ٢٠٢١)، و ٧٥% يعانون مرض السمنة بدرجات متفاوتة، حيث أن معدلات السمنة وصلت إلى أكثر من ٧٠% للإناث مقابل ٥٠% للذكور، ويرجع زيادة معدلات الإصابة بالأمراض غير السارية إلى أربعة عوامل أساسية هي: استهلاك التبغ (التدخين)، وعدم ممارسة النشاط البدني، والتناول الخطر للكحول، والتغذية غير الصحية، بينما أسفرت نتائج حملة مواجهة السمنة والتقرم بين تلاميذ المدارس إلى أن غالبية الأطفال يعانون السمنة والأنيميا في آن واحد نتيجة سوء التغذية (زهرة، ٢٠١٩)، ولم يكن ما سبق هو كل ما دفع الباحث لإجراء هذه الدراسة، بل كانت هناك مجموعة أخرى من المبررات، أبرزها ما يلي:

١- ندرة الإنتاج الفكري العربي الذي تناول الإفادة من المعلومات المتاحة بالملصقات الغذائية من وجهة نظر علم المكتبات والمعلومات.

٢- التعرف على مدى فعالية الملصقات الغذائية في تمكين طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد من تحديد الأغذية الصحية وغير الصحية.

٣- التعرف على مدى تشكيل الملصقات الغذائية دافع قوي لدى طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد، لتفضيل اختيار أو شراء منتج غذائي دون آخر.

٤- التعرف على طبيعة المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية، وأكثر المعلومات اهتماماً من قبل طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد.

٥- الوقوف على مدى مطابقة المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية مع نصوص القوانين المتعلقة بمراقبة جودة الغذاء.

٣/٠- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة في ضوء ما سبق من مبررات إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١- الكشف عن ماهية الملصقات الغذائية، والغرض منها.
- ٢- تتبع تاريخ تطور الملصقات الغذائية، وأهميتها.
- ٣- التعرف على دوافع طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد، لتفضيل شراء منتج غذائي معين دون منتج غذائي آخر.
- ٤- تحليل دور الملصق الغذائي في المفاضلة بين المنتجات الغذائية من قبل طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد.
- ٥- الوقوف على طبيعة المعلومات التي تتضمنها الملصقات الغذائية.
- ٦- الوقوف على أكثر المعلومات بالملصقات الغذائية اهتماماً من قبل طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد.

٤/٠- تساؤلات الدراسة:

في ضوء ما سبق من أهداف، تدور تساؤلات الدراسة فيما يلي:

- ١- ماهية الملصقات الغذائية؟، وما الغرض منها؟
- ٢- ما مراحل التطور التاريخي للملصقات الغذائية؟، وما أهميتها؟
- ٣- ما دوافع طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد، لتفضيل شراء منتج غذائي معين دون منتج غذائي آخر؟
- ٤- ما أنواع المعلومات التي تتضمنها الملصقات الغذائية؟

٥- ما مدى اهتمام طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد بقراءة الملصقات الغذائية؟

٦- ما أكثر أنواع المعلومات اهتماماً من قبل طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد في الملصقات الغذائية؟

٥/٠- حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

١/٥/٠- الحدود الموضوعية:

وتمثلت في التعرف على الملصقات الغذائية كمصدر للمعلومات الصحية لدى طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد، ومدى الإفادة منها.

٢/٥/٠- الحدود المكانية:

ركزت الدراسة على جامعة الوادي الجديد.

٣/٥/٠- الحدود الزمنية:

بدأت الدراسة منذ شهر نوفمبر ٢٠٢٠ وحتى انتهاء الدراسة.

٦/٠- منهج الدراسة وأدوات جمع المادة العلمية:

١/٦/٠- منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي كإطار عام، والذي يعالج المعلومات بشكل نوعي للوقوف على مدى تأثير الملصقات الغذائية على سلوكيات الطلبة نحو شراء منتجات غذائية بعينها، ومن أساليب هذا المنهج يستخدم الباحث أسلوب دراسة الحالة، والذي يتخذ من عينة محدودة أو حالة فردية مجالاً لدراسة الظاهرة والخروج بنتائج ومؤشرات تصلح للتقييم والتعميم.

٢/٦/٠ - أدوات جمع المادة العلمية:

وفيما يخص أدوات الدراسة فاعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة أساسية، لجمع المادة العلمية، والذي توجه به الباحث إلى عينة من طلبة جامعة الوادي الجديد حيث أماكن تجمعهم في المدينة الجامعية، ومكتبات الجامعة، وقاعات المحاضرات ... إلخ، وقد تكون الاستبيان من أربعة أبعاد متضمنة (٢٢) سؤالاً، وهذا موضح في جدول (١)، وقد تنوعت أسئلته ما بين أسئلة مغلقة، وأخرى مفتوحة، وثالثة اختيار من متعدد، وقد اعتمد الباحث في إعداداته على مجموعة من أدوات الدراسات الأجنبية، ثم عرضه على مجموعة من المحكمين بهدف تحكيمه، وتعديله، وإضافة، وحذف ما يرويه مناسباً وغير مناسباً من أسئلة، وهم على النحو الآتي:

- ١- أ.د/ محمود عبدالكريم الجندي أستاذ علم المكتبات والمعلومات ووكيل كلية الآداب جامعة المنوفية.
- ٢- أ.د/ ناصر أبوزيد الكشكي أستاذ علم المكتبات والمعلومات ووكيل كلية الآداب جامعة سوهاج.
- ٣- د/ جمال حسن كامل مدرس الاقتصاد الزراعي بكلية الزراعة جامعة الوادي الجديد.

جدول (١) أبعاد وأسئلة الاستبيان

م	الأبعاد	عدد الأسئلة
١	البيانات الأساسية.	٥
٢	ماهية الملصقات الغذائية.	٦
٣	أهمية الملصقات الغذائية.	٥
٤	طبيعة المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية.	٦
	الإجمالي	٢٢

٧/٠ - مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة - كما يبين جدول (٢) - من الطلبة المقيدین بجامعة الوادي الجديد خلال العام الجامعي ٢٠٢٠ / ٢٠٢١ م، والبالغ عددهم ٤٨٤٥ (طالباً وطالبة).

جدول (٢) أعداد الطلبة بجامعة الوادي الجديد في العام الجامعي ٢٠٢٠ / ٢٠٢١ م

الكلية	الفرقة الأولى		الفرقة الثانية		الفرقة الثالثة		الفرقة الرابعة		الفرقة الخامسة		الإجمالي
	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	
التربية	٥٨	٢١٣	٨٠	٢٠٠	٩٧	٢١٩	٩٤	٢٢٩	-	-	١١٩٠
	١٣٤	١٣٩	١١٨	١٢٢	١٠٦	٢٤٥	٩١	١٥٣	-	-	١١٠٨
	-	١٠٠	-	٩٠	-	٩٧	-	٩٠	-	-	٣٧٧
	١٩٢	٤٥٢	١٩٨	٤١٢	٢٠٣	٥٦١	١٨٥	٤٧٢	-	-	٢٦٧٥
العلوم		٧	١٧	١٠	١٢	٦	١١	٤	١٩	-	٨٦
الآداب	٦٣	١٤٧	٤٨	٧٤	٧٢	١١٩	٨٠	١٢٦	-	-	٧٢٩
	٢١	٢١	٣٠	١٨	٣٥	١٤	٢٩	٢٨	-	-	١٩٦
	٨٤	١٦٨	٧٨	٩٢	١٠٧	١٣٣	١٠٩	١٥٤	-	-	٩٢٥
الزراعة		٤٠	٨٢	٢٦	٦٨	٤٩	٧٨	٢٨	٥٤	-	٤٢٥
الطب البيطري		١١	١٣	٣	٣	٧	٤	٦	٦	١٩	٧٦
التربية الرياضية		١٦٥	٣٦	١١٩	٢٦	١٢٨	٤٠	١١٠	٣٤	-	٦٥٨
الإجمالي		٤٩٩	٧٦٨	٤٣٤	٦١٣	٥٠٠	٨٢٧	٤٤٠	٧٣٩	٦	٤٨٤٥

٨/٠- عينة الدراسة:

مما لاشك فيه أن حجم مجتمع الدراسة السابق ذكره يصعب معه تطبيق الاستبيان على جميع أفرادها، لذا كانت الوسيلة المناسبة لذلك اختيار عينة عشوائية منه، على أن تكون هذه العينة بنسبة جيدة، ويتم فيها تمثيل ذلك المجتمع تمثيلاً جيداً، ويراعى فيها المتغيرات كافة التي يمكن أن تؤثر على عناصر الدراسة، وحتى يمكن الوثوق في نتائج الدراسة، لذا اختار الباحث نسبة 5%، وقد بلغ حجمها، كما يوضح الجدول التالي (٢٤٢) طالباً وطالبة.

جدول (٣) عينة الدراسة وفقاً للكلية والفرق الدراسية والنوع بجامعة الوادي الجديد

الكلية	الفرقة الأولى		الفرقة الثانية		الفرقة الثالثة		الفرقة الرابعة		الفرقة الخامسة		إجمالي
	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	ن	
العلوم	٣	١٠	٤	١٠	٥	١١	٥	١٢	—	—	٦٠
	٧	٧	٦	٦	٥	١٢	٤	٨	—	—	٥٥
	—	٥	—	٥	—	٥	—	٤	—	—	١٩
	١٠	٢٢	١٠	٢١	١٠	٢٨	٩	٢٤	—	—	١٣٤
العلوم											
الآداب	٣	٧	٢	٤	٤	٦	٤	٦	—	—	٣٦
	١	١	٢	١	١	١	٢	١	—	—	١٠
	٤	٨	٤	٥	٥	٧	٦	٧	—	—	٤٦
الزراعة											
الزراعة											
الطب البيطري											
الطب البيطري											
التربية الرياضية											
التربية الرياضية											
الإجمالي											
الإجمالي											

٩/٠ - خصائص عينة الدراسة:

تمثلت أبرز خصائص عينة الدراسة أو بالأحرى متغيراتها فيما يلي:

١/٩/٠ - عينة الدراسة وفقاً للنوع:

يوضح جدول (٤) أن الإناث يمثلون نسبة ٦١,١٦% من عينة الدراسة، مقابل نسبة للذكور ٣٨,٨٤%، ويرجع ذلك إلى الاهتمام مؤخراً بتعليم الإناث في صعيد مصر.

جدول (٤) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

النوع	العدد	النسبة
الذكور	٩٤	٣٨,٨٤%
الإناث	١٤٨	٦١,١٦%
الإجمالي	٢٤٢	١٠٠%

٢/٩/٠ - عينة الدراسة وفقاً للتخصص:

جدول (٥) توزيع عينة الدراسة وفقاً للتخصص

التخصص	العدد	النسبة
كليات العلوم البحتة والتطبيقية	٢٩	١١,٩٨%
كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية	٢١٣	٨٨,٠٢%
الإجمالي	٢٤٢	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أن الطلاب الذين ينتمون إلى كليات العلوم البحتة والتطبيقية يمثلون نسبة ١١,٩٨%، مقابل نسبة ٨٨,٠٢% لمن ينتمون لكليات العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويرجع ذلك إلى قبول كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الوادي الجديد لأعداد كبيرة من الطلبة عن كليات العلوم البحتة والتطبيقية وبخاصة الحاصلون على درجات أقل في الثانوية العامة، بالإضافة إلى نظام الانتساب الذي لا يزال موجوداً بكلية الآداب.

٣/٩/٠ - عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية:

أما توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية فيوضح جدول (٦) أن طلبة الفرقة الثالثة يمثلون نسبة ٢٧,٢٧%، يليهم طلبة الفرقة الأولى بنسبة ٢٦,٠٣%، ثم طلبة الفرقة الرابعة بنسبة ٢٤,٣٨%، وطلبة الفرقة الثانية بنسبة ٢١,٩٠%، وأخيراً طلبة الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%، ويرجع تأخر الفرقة الخامسة لجودها فقط في كلية الطب البيطري.

جدول (٦) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية

الفرقة الدراسية	العدد	النسبة
الفرقة الأولى	٦٣	٢٦,٠٣%
الفرقة الثانية	٥٣	٢١,٩٠%
الفرقة الثالثة	٦٦	٢٧,٢٧%
الفرقة الرابعة	٥٩	٢٤,٣٨%
الفرقة الخامسة	١	٠,٤١%
الإجمالي	٢٤٢	٩٩,٩٩%

٤/٩/٠ - عينة الدراسة وفقاً لمحل الإقامة:

أما بالنسبة لمحل الإقامة فيوضح جدول (٧) أن طلبة الريف يمثلون نسبة ٢٩,٣٤%، مقابل نسبة ٧٠,٦٦% لطلبة الحضر، ويرجع ارتفاع نسبة طلبة الحضر لانخفاض المستوى الاجتماعي، والاقتصادي، ووجود نسبة من الأمية في ريف صعيد مصر، تلك الأمور التي تعيق إلى حد ما بعض الريفيين من أن يواصل أبنائهم تعليمهم حتى التعليم الجامعي.

جدول (٧) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمحل الإقامة

محل الإقامة	العدد	النسبة
الريف	٧١	٢٩,٣٤%
الحضر	١٧١	٧٠,٦٦%
الإجمالي	٢٤٢	١٠٠%

١٠/٠ - مصطلحات الدراسة:

تتركز أبرز مصطلحات الدراسة فيما يلي:

١٠/٠ - الملصق:

تشتق كلمة ملصق لغوياً من مادة لَصَقَ: لصق به يلصق لصوقاً: وهي لغة تميم، وقيس تقول لسق بالسين، وربيعة تقول لزق، وهي أقبحها (ابن منظور، ٢٠٠٠، ص ١٩٩)، والملصق لفظ يقابله في اللغة الإنجليزية كلمة Poster، وفي اللغة الفرنسية Affiche، ويُعرف بأنه ملخص مبسط لمعلومات يراد بها جذب الانتباه والإعلان عن فكرة / حدث / شخص / مبنى أو كتاب، وعادة ما يتضمن الملصق فكرة يعبر عنها بالكتابة، أو يجمع بين الكتابة والصور والرسوم، والمهم أن يكون الملصق بسيطاً وفعالاً ومركزاً ويجذب الانتباه (Feona، ١٩٩٠، p.85).

١٠/٠ - الغذاء:

تشتق كلمة الغذاء لغوياً من مادة غَذا، أي ما يُتَغذى به، وقيل: ما يكون به نماء الجسم وقوامه من الطعام، والشراب، واللبن (ابن منظور، ١٩٩٩، ص ١١٩)، بينما يُعرف الغذاء اصطلاحاً: بأنه مزيج من المواد ذات طعم مقبول، يزيل الشعور بالجوع، ويعطي الطاقة، ويجدد أنسجة الجسم، فهو يتكون من مواد يمكن تناولها، وامتصاصها فيه (الجندي، ١٩٧٦، ص ١٥).

١٠/٠ - الملصق الغذائي:

هو رمز، أو رقعة، أو أي شئ تصويري، أو وصفي سواء كان مكتوباً، أو مطبوعاً، أو معلماً بحروف بارزة ملحق بوعاء الغذاء، أو تابع، أو مصاحب له (ظاهر، ٢٠١٧، ص ٢٥).

١١/٠ - الدراسات المثيلة:

أجرى الباحث مسحاً شاملاً للإنتاج الفكري حول موضوع الدراسة، وذلك في كل أدوات الضبط الببليوجرافي المتخصصة، سواء في شكلها التقليدي أو الإلكتروني، ومن أهم هذه الأدوات العربية والأجنبية ما يلي:

- ١- دليل الإنتاج الفكري العربي في مجال المكتبات والمعلومات بطباعته المختلفة، ثم قاعدة الهادي المتاحة على موقع الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (أعلم).
- ٢- فهرس نظام المستقبل لإدارة المكتبات التابع للمجلس الأعلى للجامعات (اتحاد المكتبات الجامعية المصرية EULC).

٣- البحث في قواعد البيانات المتاحة ببنك المعرفة المصري، ومنها:

(proquest database - Academic search complete - ISI Web of Knowledge - Wiley Blackwell - JSTOR - Library and Information Science Abstracts (LISA) - EMERALD) .

وبفحص الإنتاج الفكري العربي والأجنبي، وذلك بهدف الحصول على دراسات وأبحاث تتعلق بموضوع الدراسة، فلم يحصل الباحث إلا على دراسات قليلة جداً في هذا الموضوع، وفيما يلي عرض لأهم الدراسات التي اعتمد عليها الباحث مرتبة زمنياً من الأقدم فالأحدث، وهي على النحو الآتي:

١/١١/٠ - الدراسات العربية:

١/١/١١/٠ - دراسة (عبده، ٢٠٠٨)، والتي هدفت إلى دراسة البطاقة الإرشادية الغذائية في اختيار وتداول عبوات الأغذية المختلفة لدى عينة طبقية عشوائية من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بجامعة الإسكندرية قوامها ٤٣٠ فرداً، وقياس مستواهم المعرفي الغذائي، وطرق تداولهم للعبوات الغذائية، وتقييم ذلك ميكروبيولوجياً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها:

١- ارتفاع المستوى المعرفي الغذائي لأعضاء هيئة التدريس عن العاملين بجامعة الإسكندرية.

٢- ارتفاع مستوى الاتجاه والممارسات نحو قراءة البطاقة الإرشادية الغذائية لدى الإناث أكثر من الذكور.

٣- تداول عبوات الأغذية المختلفة بشكل سيئ بين أفراد عينة البحث حيث ظهر نمو ميكروبولوجي بدرجات متفاوتة في معظم العينات للبكتيريا مثل: بكتيريا القولون، والبكتيريا الهوائية واللاهوائية، والبكتيريا العنقودية، والخمائر، والفطريات، والبكتيريا المحللة للبروتينات، والبكتيريا المحللة للدهون.

١١/١/٢- دراسة (النجار، ٢٠١٨)، والتي هدفت إلى التعرف على الرسوم المستخدمة في تصميم عبوات تغليف المنتجات الغذائية في الأردن، وعلاقة هذه الرسوم بالتصميم بشكل عام في عبوات التغليف فضلاً عن الدور الوظيفي الذي تؤديه الرسوم في تصميم هذه العبوات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينة الدراسة (١٢) شركة مصنعة للمنتجات الغذائية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها:

١- جاءت أغلب الرسوم المستخدمة في تصميم عينة البحث غير مرتبطة بمفردات التصميم وخلفية الغلاف.

٢- جاءت كافة الرسوم المستخدمة في تصميم واجهات الأغلفة تحمل دلالات واضحة تعبر عن اسم العلامة التجارية، واختلفت تلك الدلالات ما بين البهجة، والفرح، والاندھاش.

١١/١/٢- الدراسات الأجنبية:

١١/٢/١- دراسة (Ellis, 2007)، والتي هدفت إلى التعرف على كيفية تأثير معلومات الدهون المتحولة المدونة بالملصقات الغذائية على السلوك الشرائي للمستهلكين في بلدية هاليفاكس الإقليمية بكندا، وبلغت عينة الدراسة عدد (٢٤٤) مستهلك من المترددين على ثلاثة متاجر (محلات تجارية) في بلدية هاليفاكس الإقليمية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها:

١- ذكرت نسبة ٩٦% من عينة الدراسة بأنها مهتمة أو مهتمة إلى حد ما بالتغذية، فكانت نسبة ٩٨% على بينة من الدهون غير المشبعة، ونسبة ٩٠% على دراية بأن الدهون غير المشبعة سيئة لصحة القلب، بينما يعتقد نسبة ٩٢% من عينة الدراسة بأن الدهون غير المشبعة يجب أن تكون محدودة.

٢- أقرت نسبة ٩٢% من عينة الدراسة بأنها تهتم بقراءة المعلومات المدونة على الملصقات الغذائية عن الدهون غير المشبعة، بينما تحاول نسبة ٨٢% من عينة الدراسة الحد من تناول الدهون غير المشبعة.

١١/٢/٢٠١٢- دراسة (Deselnicu, 2012)، والتي هدفت إلى التعرف على دور الملصقات الغذائية كوسيلة لنقل المعلومات حول خصائص المنتجات الغذائية، مع اهتمام خاص بسمات الخبرة والمصادقية، وتوصلت إلى أنه من الصعب تحديد خصائص المنتجات الغذائية غير المرصودة بالملصقات الغذائية مثل المذاق (الطعم)، أو سلامة الغذاء، أو التغذية، أو الجودة، ولكنها من المحددات المتكررة لطلب شراء المنتجات الغذائية، نظراً لأن ليست كل هذه الخصائص قابلة للقياس مثل سلامة الأغذية، أو يمكن ملاحظتها بشكل مباشر مثل التغذية، فهناك عدم تناسق في المعلومات في السوق بين شركات الأغذية والمستهلكين، وتعد معلومات التغذية أمراً بالغ الأهمية في قرارات الشراء (الاستهلاك)، بينما قد يتم تقييم خصائص المنتجات الأخرى مثل العضوية، أو التجارة العادلة من قبل المستهلكين، ولكنها ليست ضرورية لصنع القرار.

١١/٢/٢٠١٩- دراسة (Hussin, 2019)، والتي هدفت إلى قياس المعرفة والمواقف والممارسات لطلاب المدارس الثانوية حول الملصقات الغذائية، وتنفيذ وتقييم برنامج التثقيف الغذائي فيما يتعلق بالملصقات الغذائية لتقييم الارتباط بين مؤشر كتلة الجسم، ودرجات المعرفة، والمواقف، والممارسات حول الملصقات الغذائية بين طلاب المدارس الثانوية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها:

١- أن الطلاب لديهم معرفة قليلة وموقف سلبي حول الملصقات الغذائية.

٢- لم يكن هناك ارتباط بين مؤشر كتلة الجسم، ودرجة المعرفة التغذوية، أو درجة الموقف الغذائي، أو درجة الممارسة، أو درجة معلومات التغذية.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في موضوعها العام وهدفها المشترك وهو "الملصقات الغذائية"، فهناك دراسات ذات صلة بالدراسة الحالية تتناول الملصقات الغذائية مفهومها وأهميتها وتاريخها ودورها في نقل المعلومات حول خصائص المنتجات الغذائية، واختلفت هذه الدراسة عن سابقتها بتفرداها في تحديد موضوعها وهو "الملصقات الغذائية كمصدر للمعلومات الصحية: دراسة حالة على طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد"، ومما لا شك فيه أن الدراسة الحالية أفادت كثيراً مما سبقتها من دراسات، حيث حاولت توظيف كثير من الجهود السابقة في صياغة أهمية الدراسة، ومعالجتها بشكل شمولي، ومن جوانب الاستفادة العلمية من الدراسات السابقة:

١- الإفادة من الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي كإطار عام، وأسلوب دراسة الحالة كأحد أساليب المنهج الوصفي، وصياغة أهمية الدراسة ومعالجتها.

٢- الإفادة من الدراسات السابقة في إثراء الإطار النظري.

صياغة الاستشهادات المرجعية:

صيغت الاستشهادات المرجعية في الدراسة، وفقاً لدليل جمعية علم النفس الأمريكية (American Psychological Association (APA.

أولاً: الجانب النظري للدراسة:

١/١ - تمهيد:

قيل "أنت ما تأكله من غذاء" أو بمعنى آخر أن كل إنسان يبني جسمه من طعامه (المهيزع، ص ١)، ولكي تعرف من أنت، يجب أن تفهم ما تأكله، إن فهم كيفية قراءة وتفسير الملصقات الغذائية، يعد بمثابة الخطوة الأولى في عملية تناول غذاء صحي، حيث تلعب الملصقات الغذائية دوراً رئيسياً في توفير المعلومات اللازمة للمستهلك من أجل تمييز ما إذا كان المنتج الغذائي مناسباً لحالته الصحية أم لا، فالملصق الغذائي، هو الدليل لمعرفة الفرق بين المنتج قليل الصوديوم، والمنتج الخالي من السكر، حتى يراعي المستهلك كمية الصوديوم المتناولة إذا كان يعاني من ارتفاع ضغط الدم، أو لديه شخص ما في المنزل يعاني من ذلك، ولكن اهتمامه يتحول إلى كمية السكر المتناولة إذا كان يعاني من السكري.

ويتم قياس كمية الطاقة التي نحصل عليها من الغذاء من خلال السعرات الحرارية، حيث يحتاج الإنسان الطاقة لمساعدته على النمو والبقاء في صحة جيدة، ويحتاج جسم الإنسان إلى حوالي ٢٠٠٠ سعرة حرارية في اليوم الواحد (باجابر، ١٤٣٣هـ، ص ٢١)، وإذا حصل على أقل من ذلك فإن الجسم لا يستطيع العمل بشكل جيد ويبدأ في التباطؤ، أما في حالة حصوله على كمية أكبر من السعرات الحرارية، فإن الجسم يخزنها على شكل دهون، لذا يعد المصلق الغذائي بمثابة الدليل الغذائي للمستهلك، والذي يوفر معلومات عن العناصر الغذائية التي يحويها المنتج الغذائي، وتكون هذه الملصقات مطبوعة في مكان ما على العبوة الخارجية للمنتج الغذائي.

٢/١ - مفهوم الملصق الغذائي:

هو الدليل الغذائي الذي يوفر معلومات عن العناصر الغذائية، وكمية السعرات الحرارية التي يحتوي عليها الغذاء لمنتج معين، حيث يتم طباعة هذا الملصق في مكان ما على الغلاف الخارجي للمنتج، أو عبارة عن لوحة تُعرض عليها المعلومات الغذائية الخاصة بمنتج غذائي، عادة ما توجد على العنصر الغذائي نفسه، ولكن يمكن العثور عليها أيضاً على جهاز عرض مرتبط بالطعام، مثل قائمة الطعام، أو رف السوبر ماركت (Hawkes، ٢٠١٠، p.37). ويتميز الملصق الغذائي عن بقية الملصقات باحتوائه على معلومات إرشادية مطلوب كتابتها على الملصق وهي:

- ١- اسم صاحب المصنع، أو المعمل، وعنوانه.
- ٢- اسم المنتج.
- ٣- كمية المحتويات (يعبر عنها إما بالوزن، أو الحصة، أو العدد).
- ٤- قائمة المكونات تنقسم المنتجات الغذائية إلى مجموعتين هما: (منتجات ليس لها مواصفات قياسية للتماثل أو المطابقة - منتجات لها مواصفات قياسية للتماثل أي لها مواصفات قياسية تتعلق بقائمة المكونات التي يجب أن يحتويها المنتج مثل المربي).
- ٥- البطاقة التغذوية:
- أ- الأغذية المراد الإعلان عن خواصها التغذوية لاسيما الأغذية القليلة (محدودة) الطاقة low calorie، أو القليلة الدهن low fat، أو الغنية بفيتامين ج.
- ب- الأغذية المدعمة أو المقواة مثل سيربال الإفطار الذي يضاف إليه بعض الفيتامينات يجب أن يحتوي الملصق الغذائي على معلومات محدودة مثل العناصر الغذائية الثمانية (البروتين - الكالسيوم - الحديد - فيتامين أ، و ب١، و ب٢)، وكمية

السعرات في الحصة الواحدة، وكمية البروتين، والكربوهيدرات، والدهون بالجرامات في الحصة الواحدة، وكمية الصوديوم بالمليجرام، ويجب ذكر البروتين في الملصق مرتين أحدهما في صورة مليجرامات، والأخرى في صورة نسبة مئوية (فؤاد، ٢٠١٢، ص ١٤٣).

٣/١ - أهمية الملصق الغذائي:

يساعد الملصق الغذائي المستهلك على التمييز واختيار المواد الغذائية الصحية عن تلك المواد غير الصحية، حيث يعد بمثابة الحد الحاسم أو الفاصل بين الحقائق والأكاذيب، لأنه يخضع لرقابة منظمة الغذاء والدواء، ولا يمكن أن يحدث به غش أو تلاعب.

وتعد الملصقات الغذائية بمثابة أداة التسويق الرئيسية للمنتجات الغذائية، ومصدر رئيسي للمعلومات بالنسبة للمستهلك، ووسيلة رقابة تنظيمية فيما يتعلق بحماية المستهلك، والتجارة العادلة، كما تعمل على تأديب السلسلة الغذائية (turner، ١٩٩٥، p.23).

كما تفيد الملصقات التي تطبع أو تلصق على الأغذية في مساعدة المستهلكين على اتخاذ خيارات صحية عند مقارنة كميات العناصر الغذائية، ومحتويات الأغذية التي تنتجها مختلف العلامات التجارية، وتوضع ملصقات عادة على علب الأغذية المصنعة أو الجاهزة للاستخدام، كما يعتمد بعض المنتجين بصورة طوعية إلى توفير المعلومات عن المحتويات الغذائية على المنتجات الطازجة مثل اللحوم، والفاكهة، والخضراوات.

بعض المنتجات الغذائية مثل التوابل، والبهارات، والأعشاب العطرية قد لا يوجد عليها ملصق بالمكونات الغذائية، خاصة عبوات الوحدات الصغيرة إذا قلت مساحة أكبر سطح لها عن ١٠ سم^٢، على أن تكتب جميع البيانات التغذوية العبوة

الحاوية لهذه الوحدات (١٥٤٦/٢٠٠٧، ٢٠٠٧، ص ١٠)، وتختلف التشريعات المتعلقة بملصقات الأغذية من بلد إلى آخر، كما أنها غير موجودة في بعض البلدان، وعند الاختيار بين المنتجات المصنعة فمن الحكمة دائماً اختيار الأغذية التي تتضمن ملصقات بالمكونات الغذائية، لتمكين المستهلكين من المقارنة بينها واختيار الأفضل من الناحية الصحية، وقد يفكر المستهلك مرتين قبل شراء منتج غذائي بعينه عندما يعرف ما محتوياته بالضبط؟، كما تتمثل أهمية الملصقات الغذائية على النحو الآتي:

١- إن توفير معلومات مفصلة بالملصقات الغذائية عن الطبيعة الدقيقة وخصائص الأغذية المباعة يمكن الحكومة من اتخاذ الإجراءات القانونية في حالة إذا كانت المنتجات الغذائية مصنفة بشكل خاطئ.

٢- تُعد الملصقات الغذائية التي تعلم المستهلكين بالمحتويات التي قد يحتاجون إلى تجنبها وتوضيح الاستخدام السليم للمنتج مهمة لحماية صحة المستهلك.

٣- تعد المعلومات المدونة بالملصقات الغذائية مهمة لإبلاغ المستهلكين بالمخاطر المحتملة للمنتجات الغذائية، ولضمان فهم المستهلكين لكيفية تخزين المنتجات وطهيها وإعدادها بأمان.

٤- تُقدم الملصقات الغذائية للمستهلكين فوائد تناول الأغذية المغذية بشكل خاص، والتي تساهم في اتباع نظام غذائي صحي.

٥- تحسين التسويق والقدرات التنافسية للمنتجات الغذائية، وتحفيز الابتكار في قطاع الأغذية (Nations, 2016. Pp. 1-2).

٤/١ - تاريخ تطور الملصق الغذائي:

يعد قانون الغذاء والدواء النقي الذي أقره الكونجرس في عام ١٩٠٦م أول قانون يتناول قضايا وضع العلامات الغذائية، ومنذ ذلك الحين فرض التطور في

تكنولوجيا الأغذية، والتغليف، والتجارة، وقضايا البيئة، والوعي الصحي تغيرات في صناعة الأغذية، وتم سنّ قوانين جديدة، لتنظيم صناعة المواد الغذائية المتغيرة، والقضايا المتعلقة بسلامة الأغذية (Jauregui, 2007, p.11)، ففي عام ١٩٣٨م صدر قانون الأغذية الاتحادية والأدوية ومستحضرات التجميل، والذي ينص على تسمية كل المواد الغذائية المصنعة والمعلبة لاحتواء اسم المنتج الغذائي، ووزنه الصافي، واسم وعنوان المصنع أو الموزع، وقائمة المكونات على بعض المنتجات، وقد تطورت قوانين العلامات الغذائية في الولايات المتحدة الأمريكية على مر الزمن لخدمة ثلاثة أغراض رئيسية وهي:

١- ضمان المنافسة العادلة في السوق.

٢- توفير المعلومات للمستهلكين عن المنتج الغذائي.

٣- الحد من المخاطر الصحية.

وفي عام ١٩٩٠م اقترحت إدارة الأغذية والعقاقير قانون وضع العلامات والتغذية، وفي عام ١٩٩٤م تم تنفيذ لوائح إدارة الأغذية والعقاقير المتعلقة بوضع العلامات على الأغذية، وتزود معظم المنتجات الغذائية الآن الملصقات بمعلومات عن الدهون، والكوليسترول، والمعلومات الغذائية الأخرى، بينما صدر قانون التغليف والتوسيم العادل في عام ١٩٦٦م لضمان حصول المستهلكين على المعلومات بطريقة موحدة حول كميات، ومكونات المنتجات الغذائية (Golan, 2000, pp. 3-4)، وفي مصر صدر أول تشريع لسلامة الأغذية عام ١٨٩٣م، وما زال العمل به سارياً، وفي عام ١٩٦٦م صدر قانون "مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها" والمعدل بقانون رقم ١٠٦ لسنة ١٩٨٠، وفي عام ١٩٨٥م صدر القرار الوزاري رقم ٣٥٤ بإلزام المؤسسات الصناعية المحلية المنتجة للمواد الغذائية المعلبة، والمجمدة، والمعبأة بالبيانات الواجب وضعها على عبواتها من المنتجات الغذائية (حمزاوي، ٢٠٠٧، ص ٧٣)، وفي يناير عام ٢٠١٧م تم إنشاء الهيئة القومية لسلامة الغذاء (مصر، ٢٠١٧).

٥/١- مبادئ وضع الملصقات الغذائية:

يحتوي القسم الموضوعي الأول من المواصفة العامة لملصقات المواد الغذائية المعبأة على مبادئ ملصقات الأغذية، ولم يتم تعديل هذه المبادئ منذ اعتماد أول معيار دولي "المعيار العام للدستور الغذائي لملصقات الأغذية المعبأة" في عام ١٩٦٩م من قبل هيئة الدستور الغذائي، وهذه المبادئ على النحو الآتي:

١- لا يجوز وصف الأغذية المعبأة مسبقاً، أو تقديمها على أي ملصق، أو في أي ملصق بطريقة خاطئة، أو مضللة، أو خادعة، أو من المحتمل أن تخلق انطباعاً خاطئاً فيما يتعلق بطابعها بأي شكل من الأشكال.

٢- لا يجوز وصف الأغذية المعبأة مسبقاً، أو تقديمها على أي ملصق، أو في أي ملصق بالكلمات، أو الصور، أو غيرها من الأجهزة التي تشير، أو توحى بشكل مباشر، أو غير مباشر بأي منتج آخر قد يتم الخلط بينه وبين هذا الطعام، أو بهذه الطريقة لدفع المستهلك إلى افتراض أن الطعام مرتبط بمنتج آخر (Randell، ٢٠١٠، pp.7-8).

٦/١- شروط الملصق الغذائي:

١- تكون البيانات على الملصق شاملة البيانات الأساسية، والتي يصعب إزالتها تحت ظروف التداول العادية، ويسهل على المستهلك قراءتها.

٢- إذا كانت العبوة مغطاة بغلاف خارجي يجب أن يحمل هذا الغلاف البيانات المطلوبة، ويكون من السهل قراءة بيانات الملصق من خلاله، ولا يسمح له بطمسها.

٣- لا توصف الأغذية المعبأة في الملصقات التي توضع عليها بيانات تؤدي إلى انطباع خاطئ بشأن صفاتها، أو طبيعتها.

٤- توضع الملصقات على الأغذية المعبأة بشكل يصعب نزعها من على العبوات الغذائية تحت الظروف المعتادة للتداول.

٥- تكون اللغة العربية هي اللغة المستخدمة في ملصقات جميع المنتجات الغذائية، ويجوز كتابة نفس البيانات بأي لغة أخرى بجانب اللغة العربية (٢٠٠٧/١٥٤٦، ص ٦).

٧/١- أهداف الملصقات الغذائية:

يعد الهدف الأساسي للملصقات الغذائية، هو توجيه اختيار المنتجات الغذائية من قبل المستهلكين، وهناك العديد من الأسباب التي جعلت الحكومات ترى أنه من المهم وضع لوائح ومعايير بشأن الملصقات الغذائية، على النحو الآتي:

١- توفير صيغة معيارية لتوسيم العناصر الغذائية، وبالتالي منع استخدام العديد من الأشكال المختلفة التي تكون مربكة من قبل شركات الأغذية المختلفة.

٢- التأكد من تصنيف شركات الأغذية على العناصر الغذائية "الأقل استحقاقاً" مثل (الدهون المشبعة)، وكذلك العناصر الغذائية "الإيجابية" مثل (الفيتامينات).

٣- تقديم دليل على أن ادعاءات التغذية الواردة على الملصق صادقة.

٤- التأكد من أن الملصقات الغذائية لا تصف منتجاً، أو تقدم معلومات عنه بأي حال من الأحوال بطريقة خاطئة، أو مضللة، أو خادعة.

٥- تشجيع مصنعي الأغذية على تطبيق مبادئ التغذية السليمة في صناعة الأغذية.

٦- تنسيق وضع الملصقات الغذائية بشكل فعال، بحيث يشجع المستهلكين على اتخاذ خيارات غذائية صحية.

٧- تلبية متطلبات وضع الملصقات الغذائية للدول الأخرى، وبالتالي تسهيل تصدير الأغذية المنتجة محلياً (Hawkes، ٢٠١٠، p.38).

٨/١- أنواع الملصق وتقسيماته

يوجد نوعان من الملصقات الغذائية هما:

١- جدول حقائق التغذية (النوع التقليدي): جدول محاصر يسرد العناصر الغذائية الموجود في الغذاء وكميتها.

٢- ملصق التغذية الرسومية (النوع الحديث): يعرض المعلومات الغذائية بطريقة أكثر بيانية وتفسيرية (Hawkes، ٢٠١٠، pp. 37-38).

٩/١- طبيعة المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية:

تنص القوانين والأنظمة على ضرورة تسجيل البيانات والمعلومات اللازمة على الملصق الغذائي سواء كان المنتج مخصصاً للاستهلاك أو التصدير، ومن أمثلة هذه المعلومات تاريخ الإنتاج، ومدة الصلاحية، والوزن الصافي، والحقائق التغذوية وتشمل معلومات حول (السعرات الحرارية - كمية الدهون - الألياف - الدهون المتحولة - الكوليسترول - الصوديوم - الكربوهيدرات - السكر - البروتينات - الكالسيوم - كمية الفيتامينات، والمعادن الموجودة في المنتج الغذائي) كما يوضح شكل (١)، والمكونات الغذائية، والمطالبات الغذائية، وظروف الحفظ والتخزين، واسم الشركة المنتجة، ويجب أن تسجل هذه المعلومات باللغة التي تتناسب مع البلد الذي يتم التسويق إليه، وهنا يمكن التمييز بين شكلين من البيانات المدونة على الملصق الغذائي هما:

الحقائق التغذوية	
عدد الحصص في العبوة 8	
حجم الحصة 3/2 كوب (55 غراماً)	
الكمية لكل حصة غذائية أو 100 مل أو 100 غرام	
السعرات الحرارية 230	
* نسبة الاحتياجات اليومية %	
الدهون الكلية 8 غرامات	10%
دهون مشبعة 1 غرام	5%
دهون متحولة 0 غرام	0%
كوليسترول 0 ملغرام	0%
صوديوم 160 ملغراماً	7%
الكربوهيدرات الكلية 37 غراماً	14%
الألياف الغذائية 4 غرامات	14%
سكريات كلية 13 غراماً	14%
يتضمن 10 غرامات سكر مضاف	20%
بروتين 10 غرامات	20%
تدل على نسبة الاحتياجات اليومية للمغذيات في الحصة الواحدة مبينة على نظام غذائي يحتوي على 2000 سعرة حرارية	
شكل (١) الملصق الغذائي	

أ- الشكل الإقناعي: والذي يركز على الجانب الترويجي للمنتج في المقام الأول، ثم الجانب المتعلق بتوفير أكبر قدر ممكن من المعلومات في المقام الثاني، إضافة إلى التركيز أكثر على الرسومات، والصور، والعلامات التجارية التي تصمم خصيصاً لملصقات المنتجات الغذائية.

ب- الشكل الأخباري: ويعمل هذا النمط على مساعدة المستهلكين على اختيار المنتج الغذائي المناسب من بين كل البدائل المتاحة لهم، إضافة إلى التقليل من التناقضات المعرفية والاختلافات بعد الشراء، مع إعطاء عناية للعمر الافتراضي، واللون، والخصائص، والتعليمات الخاصة بالمحافظة عليه، والمعايير والمواصفات الخاصة بمكوناته (أبو النجا، ٢٠٠٨).

١٠/١ - الرقابة على الأغذية في مصر:

تتوزع مهام مراقبة الأغذية في مصر بين عدة قطاعات منها وزارة الصحة والسكان، والتي تدير أنشطة مراقبة الأغذية من خلال قسم سلامة الأغذية ومراقبتها، ومعهد التغذية، ومعامل الصحة العامة، وتمارس هذه الأجهزة أنشطتها من خلال قوانين ولوائح وزارية، ومن خلال مراقبي ومفتشي الأغذية، ووزارة الزراعة والمعمل المركزي لتحليل سلامة الأغذية ذات الأصل الحيواني، والمعمل المركزي للأغذية والأعلاف، والهيئة العامة للخدمات البيطرية، ومعمل متبقيات المبيدات، ونظام ولجان السلامة البيولوجية في مصر، أما وزارة الصناعة والتجارة الخارجية من خلال الهيئة المصرية للمواصفات الخاصة بالمنتجات بما فيها معايير الأغذية لتتفق مع المواصفات الدولية، ولضمان جودة المنتجات والهيئة العامة للصادرات والواردات بأنشطة مراقبة الأغذية من الصادرات والواردات، وتتحمل وزارة التموين والتجارة الداخلية مسئولية التفتيش على الأغذية في الأسواق المحلية (العربية، ٢٠٠٦، ص ٨٢)، وقد ثبت عدم قدرة هذا النظام متعدد الجهات على مواجهة تحديات سلامة الغذاء بما يواكب التغيرات العالمية، ويحقق التوافق مع المعايير العالمية لسلامة الغذاء، مما أسفر عن صدور القانون رقم (١) لسنة ٢٠١٧م بإنشاء الهيئة القومية لسلامة الغذاء، حيث نص في مادته الثانية على "تتولى الهيئة القومية لسلامة الغذاء دون غيرها الاختصاصات المقررة للوزارات والهيئات العامة والمصالح الحكومية ووحدات الإدارة المحلية فيما

يخص الرقابة على تداول الغذاء في التشريعات ذات الصلة بسلامة الغذاء" (قانون الهيئة القومية لسلامة الغذاء، ٢٠١٧، ص ١٢).

١١/١ - دورة إنتاج الملصق الغذائي:

اعتمد الباحث على الرصد الميداني للكشف عن المراحل التي يمر بها الملصق الغذائي، ويرى الباحث أن هذه المراحل التي يمر بها الملصق الغذائي تتشكل على النحو الآتي: (مرحلة التصميم، التسجيل، المراجعة، الإنتاج)، وسيحاول الباحث طرح مفهومه حول كل مرحلة من المراحل السابقة:

١- **مرحلة التصميم:** وفيها تقوم الشركة المنتجة للغذاء بإعداد مجموعة من التصميمات الفنية التي تساعد على إقناع المستهلك من ناحية، ورواج الغذاء من ناحية أخرى موضعاً عليه قيمته الغذائية، ومميزاته، وتاريخ إنتاجه، وانتهاء صلاحيته، وطريقة حفظه مستخدمه بعض الصور أو الأشكال التي تجذب انتباه المستهلك، بالإضافة إلى استخدام أنباط طباعية (خطوط) واضحة، وجمل قصيرة جداً، هذه الجمل تكون واضحة غير ملتبسة على المستهلكين.

كلما كان المنتج الغذائي يشكل حيزاً كبيراً من الفراغ، كلما كان الملصق أكثر بروزاً ووضوحاً وجذباً للمستهلك، لأن الشركة المنتجة تترتب بحجم المنتج الغذائي الذي يمكن من خلاله وضع الملصق عليه، وعلى سبيل المثال نجد بعض الشركات التي تنتج عبوات البسكوت بأنواعه المختلفة تعتمد على ملصق صغير في مساحته، وبنط طباعي صغير أيضاً، أما شركات السمن النباتي أو الصناعي، أو اللبن، أو الجبن بأنواعه المختلفة فتكون ملصقات هذه الأغذية السابقة طبقاً لأحجامها، وبالطبع

شكل (٢) ملصق معلبات السمن

تكون الملصقات متخذة حيزاً كبيراً ملائماً لطبيعة المنتج الغذائي، ويكون الملصق واضحاً وبارزاً ويتسع لأكبر قدر من المعلومات الغذائية حول المنتج الغذائي، كما يعتمد تصميم الملصق الغذائي على بعض الصور التي تؤثر في وجدان المستهلك أكثر من العبارات أو الكلمات، لأن الصورة تكون أكثر تعبيراً عن طبيعة المنتج الغذائي، فإذا كانت الصورة تهتم بطرح شخصية معينة كالسيدة التي تظهر على معلبات السمن فتلاحظ من شكل (٢) أنها سيدة تمتلك قدراً من الصحة، والجمال، والرقى، وتناسق الملابس على الرغم من أنها تتجاوز الستين من عمرها، وبالتالي نكون أمام ملصق مقنع، لأن صورة السيدة الواردة بهذا الملصق تتمتع بصحة طيبة مما يوحي للمستهلك بأن هذا السمن صحي.

٢- **مرحلة التسجيل:** أن تقوم الشركة المنتجة للغذاء بتسجيل التصميمات وبيانات المنتج الغذائي والعلامة التجارية بمصلحة السجل التجاري بجهاز تنمية التجارة الداخلية التابع لوزارة التموين، وذلك طبقاً للمادة (٦٤) من قانون الملكية الفكرية رقم (٨٢) لسنة ٢٠٢٠م، حتى لا يستطيع أي منتج، أو صاحب مصنع، أو صاحب شركة استخدام هذه الملصقات لترويج منتجات غذائية أخرى، وذلك للحفاظ على حقوق الملكية التجارية والصناعية.

٣- **مرحلة المراجعة:** وفيها يقوم جهاز تنمية التجارة الداخلية بدراسة أشكال التصميم، والبيانات الموجودة على الملصق، والعلامة التجارية من خلال لجنة فنية معتمدة، وأما أن تقبل اللجنة هذا التصميم أو ترفضه وتطلب من صاحب المصنع تعديله بالإضافة أو الحذف.

٤- **مرحلة الإنتاج:** بعد أن يمر الملصق بالمراحل الثلاثة السابقة (التصميم، التسجيل، المراجعة) تأتي مرحلة إنتاج الملصق الغذائي، وهذه المرحلة تقوم الشركة المنتجة للغذاء بإنتاج ملايين النسخ من الملصق لاستخدامها ولصقها على الغذاء أو طباعتها على المنتج الغذائي.

ثانياً: الجانب التطبيقي: نتائج الدراسة ومؤشراتها:

يستهلك طلبة الجامعة مجموعة متنوعة من الأغذية في أماكن مختلفة على مدار اليوم، بما في ذلك المنزل، والجامعة، والأنشطة الرياضية، والمطاعم، في حين أن البيئة المنزلية معروفة بأنها مؤثرة في تحديد الخيارات الغذائية للطلاب، إلا أن الدراسات الحديثة تعكس زيادة في تناول وجبات غذائية خارج المنزل، ومن ثم جاءت هذه الدراسة للتعرف على الملصقات الغذائية بوصفها مصدراً للمعلومات الصحية لدى طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد، والتي جاءت نتائجها ومؤشراتها على النحو الآتي:

١/٢ - شراء الطلاب للمنتجات الغذائية:

تشير بيانات جدول (٨) إلى أن نسبة ٩٥,٤٥% من الطلبة يقومون بشراء المنتجات الغذائية، مقابل نسبة ٤,٥٥% منهم لا يقومون بشراء المنتجات الغذائية، وذلك لقيام ولي الأمر بتوفير كافة احتياجاتهم الغذائية.

جدول (٨) شراء الطلاب للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد
		شراء الطلاب للمنتجات الغذائية
٩٥,٤٥%	٢٣١	نعم أقوم بشراء المنتجات الغذائية
٤,٥٥%	١١	لا أقوم بشراء المنتجات الغذائية
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

جدول (٩) علاقة النوع بشراء الطلاب للمنتجات الغذائية

النسبة	إجمالي	النوع				شراء الطلاب للمنتجات الغذائية
		%	إناث	%	ذكور	
٩٥,٤٥%	٢٣١	٥٨,٦٨%	١٤٢	٣٦,٧٧%	٨٩	نعم أقوم بشراء المنتجات الغذائية
٤,٥٥%	١١	٢,٤٨%	٦	٢,٠٧%	٥	لا أقوم بشراء المنتجات الغذائية
١٠٠%	٢٤٢	٦١,١٦%	١٤٨	٣٨,٨٤%	٩٤	الإجمالي

وعن مدى العلاقة بين النوع وشراء المنتجات الغذائية فتشير بيانات جدول (٩) إلى ارتفاع نسبة الإناث الذين أقرروا بشرائهم للمنتجات الغذائية عن الذكور بنسبة ٥٨,٦٨% للإناث، مقابل نسبة ٣٦,٧٧% للذكور، ربما يرجع ذلك إلى حبهن للتسوق ورغبتهن في التجريب والمفاضلة بين المنتجات الغذائية المعروضة بالأسواق.

وكانت علاقة متغير التخصص لهذا العنصر كما يوضح جدول (١٠) لصالح طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٨٤,٧١%، مقابل نسبة ١٠,٧٤% لطلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية، ويرجع ذلك إلى زيادة أعدادهم بالجامعة، وبالتالي هذه النسبة لا تعني أن طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية أكثر شراء للمنتجات الغذائية عن طلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (١٠) علاقة التخصص بشراء الطلاب للمنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	شراء الطلاب للمنتجات الغذائية				شراء المنتجات الغذائية التخصص
		%	لا	%	نعم	
١١,٩٨%	٢٩	١,٢٤%	٣	١٠,٧٤%	٢٦	كليات العلوم البحتة والتطبيقية
٨٨,٠٢%	٢١٣	٣,٣١%	٨	٨٤,٧١%	٢٠٥	كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية
١٠٠%	٢٤٢	٤,٥٥%	١١	٩٥,٤٥%	٢٣١	الإجمالي

بينما كانت علاقة متغير الفرقة الدراسية بمدى شراء الطلبة للمنتجات الغذائية كما تشير بيانات جدول (١١) لصالح طلبة الفرقة الثالثة بنسبة ٢٦,٤٤%، يليهما طلبة الفرقتين الأولى والرابعة بنسبة ٢٣,٩٧%، ثم طلبة الفرقة الثانية بنسبة ٢٠,٦٦%، وأخيراً طلبة الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%.

جدول (١١) علاقة الفرقة الدراسية بشراء الطلاب للمنتجات الغذائية

النسبة	إجمالي	شراء الطلاب للمنتجات الغذائية				شراء المنتجات الغذائية الفرقة الدراسية
		%	لا	%	نعم	
%٢٦,٠٣	٦٣	%٢,٠٦	٥	%٢٣,٩٧	٥٨	الفرقة الأولى
%٢١,٩٠	٥٣	%١,٢٤	٣	%٢٠,٦٦	٥٠	الفرقة الثانية
%٢٧,٢٧	٦٦	%٠,٨٣	٢	%٢٦,٤٤	٦٤	الفرقة الثالثة
%٢٤,٣٨	٥٩	%٠,٤١	١	%٢٣,٩٧	٥٨	الفرقة الرابعة
%٠,٤١	١	%٠	٠	%٠,٤١	١	الفرقة الخامسة
%٩٩,٩٩	٢٤٢	%٤,٥٤	١١	%٩٥,٤٥	٢٣١	الإجمالي

جدول (١٢) علاقة محل الإقامة بشراء الطلاب للمنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	شراء الطلاب للمنتجات الغذائية				شراء المنتجات الغذائية محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
%٧٠,٦٦	١٧١	%٣,٣١	٨	%٦٧,٣٥	١٦٣	الحضر
%٢٩,٣٤	٧١	%١,٢٤	٣	%٢٨,١٠	٦٨	الريف
%١٠٠	٢٤٢	%٤,٥٥	١١	%٩٥,٤٥	٢٣١	الإجمالي

أما بالنسبة لعلاقة متغير محل الإقامة بشراء الطلبة للمنتجات الغذائية فكما تشير بيانات جدول (١٢) كانت لصالح طلبة الحضر بنسبة ٦٧,٣٥%، مقابل نسبة ٢٨,١٠% لصالح طلبة الريف، وربما يرجع ذلك إلى اعتماد أهل الريف على الزراعة، والتي تعد مصدراً رئيسياً للغذاء في مصر بشكل عام وفي الريف بشكل خاص، عكس أهل الحضر الذين يعتمدون على شراء المنتجات الغذائية بشكل أكبر لتلبية احتياجاتهم الغذائية.

٢/٢ - معيار اختيار المنتج الغذائي:

تباينت معايير اختيار الطلبة للمنتج غذائي دون آخر، كما تشير بيانات جدول (١٣)، وشكل (٣) إلى أن التجربة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٤٩,٣٥%، ويرجع ذلك إلى رغبة الطلاب في اكتشاف المنتجات الغذائية الأفضل من حيث الطعم، والرائحة، ونظافة المنتج وجودته، لكي يتم الاستمرار في شرائها في حالة تفضيلها، أو التخلي عن شرائها في حالة عدم استحسانها، أما الماركة فجاءت في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٩١%، ثم قراءة الملصق الغذائي في المرتبة الثالثة

جدول (١٣) معيار اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد
		معيار اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية
٩,٠٩%	٢١	سعر المنتج
١٩,٩١%	٤٦	الماركة
٣,٤٦%	٨	الإعلانات
٤٩,٣٥%	١١٤	التجربة
١٤,٢٩%	٣٣	قراءة الملصق الغذائي
٣,٩٠%	٩	صديقك ذلك عليه

شكل (٣) معايير اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

بنسبة ١٤,٢٩%، واحتل سعر المنتج المرتبة الرابعة بنسبة ٩,٠٩%، ثم صديقك ذلك عليه في المرتبة الخامسة بنسبة ٣,٩٠%، وجاءت الإعلانات في المرتبة السادسة بنسبة ٣,٤٦%.

٣/٢- مصادر معرفة الطلبة بالمعلومات الغذائية حول المنتجات الغذائية:

تتباين المصادر التي يحصل منها الطلبة على معلوماتهم وخبراتهم عن سلامة الغذاء، ويوضح الجدول (١٤)، وشكل (٤) هذه التباينات إذ يلاحظ أن شبكة الإنترنت تأتي في المرتبة الأولى بوصفها مصدراً للمعلومات عن سلامة الغذاء بنسبة ٤٢,٥٦% من مجموع أفراد العينة، أما قراءة الملصق الغذائي فجاءت في المرتبة الثانية كمصدر للمعلومات بنسبة ٢١,٩٠%، ويأتي

جدول (١٤) مصادر معرفة الطلبة بالمعلومات الغذائية حول المنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد مصادر معرفة الطلبة بالمعلومات الغذائية
١٣,٢٢%	٣٢	التلفزيون
٠,٨٣%	٢	الندوات التثقيفية
٠,٤١%	١	الدوريات
١,٢٤%	٣	الكتب
١,٦٥%	٤	النشرات
٤٢,٥٦%	١٠٣	الإنترنت
١٦,١٢%	٣٩	الأصدقاء
٢١,٩٠%	٥٣	قراءة الملصق الغذائي
٢,٠٧%	٥	أخرى
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

شكل (٤) مصادر معرفة الطلبة بالمعلومات الغذائية حول المنتجات الغذائية

الأصدقاء كمصدر للمعلومات في المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,١٢%، في حين تأتي البرامج التلفزيونية في المرتبة الرابعة بنسبة ١٣,٢٢%، وجاءت مجموعة من المصادر الأخرى في المرتبة الخامسة بنسبة ٢,٠٧%، والتي تمثلت في اتباع تعليمات أخصائي التغذية، وشكلت كل من النشرات، والكتب، والندوات، والدوريات نسباً ضئيلة على الترتيب ١,٦٥%، ١,٢٤%، ٠,٨٣%، ٠,٤١%.

٤/٢ - مفهوم الطلبة للملصق الغذائي:

في ظل ارتفاع نسبة من هم على علم من طلبة جامعة الوادي الجديد بالملصق الغذائي توجه إليهم الباحث بسؤال عن مفهومهم للملصق الغذائي فجاءت إجاباتهم كما يبين جدول (١٥) في أنه عبارة عن ورقة مطبوعة تُلصق على المنتج الغذائي لتعريف المستهلك باسم المنتج، ونوعه، ومكوناته الغذائية، وطريقة تخزينه بنسبة ٨٥,٩٥%، يليهم من يرونه على أنه بيان أو ملصق يشتمل على المحتويات التغذوية لكل منتج غذائي بنسبة ٨١,٤٠%، في حين هناك من يرونه على أنه بيان بالمعلومات الغذائية التي تظهر على أغلفة الأغذية، والتي توضح كمية السعرات الحرارية، وكمية الدهون، والكربوهيدرات، والألياف الغذائية، والبروتينات، والفيتامينات والمعادن بنسبة ٧١,٠٧%، بينما هناك من يرونه بأنه مجموعة من الرموز والأشكال والعبارات ذات دلالة محددة، والتي تستخدمها شركات الأغذية لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة أو المنافسة بنسبة ٦٧,٣٦%.

جدول (١٥) مفهوم الطلبة للملصق الغذائي

النسبة	العدد	مفهوم الطلبة للملصق الغذائي
٦٧,٣٦%	١٦٣	مجموعة من الرموز والأشكال والعبارات ذات دلالة محددة، والتي تستخدمها شركات الأغذية لتمييز منتجاتها عن المنتجات المشابهة أو المنافسة.
٨١,٤٠%	١٩٧	بيان أو ملصق يشتمل على المحتويات التغذوية لكل منتج غذائي.
٧١,٠٧%	١٧٢	بيان بالمعلومات الغذائية التي تظهر على أغلفة الأغذية، والتي توضح كمية السرعات الحرارية، وكمية الدهون، والكربوهيدرات، والألياف الغذائية، والبروتينات، والفيتامينات والمعادن.
٨٥,٩٥%	٢٠٨	عبارة عن ورقة مطبوعة تلصق على المنتج الغذائي لتعريف المستهلك باسم المنتج، ونوعه، ومكوناته الغذائية، وطريقة تخزينه.

٥/٢ - قراءة الملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية:

يتضح من الجدول التالي أن نسبة ٨٠,٩٩% من الطلبة أقرروا بقراءتهم للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية، مقابل نسبة ١٩,٠١% أقرروا بعدم قراءتهم للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية، وذلك لأن الملصقات الغذائية بمثابة وسيلة لتوضيح المواد الداخلة في تركيب المنتجات الغذائية، والتي تساعد الطلبة على التمييز بين مكونات المنتجات المتشابهة لاختيار الأفضل من حيث الجودة والتركيب، كما تساهم المعلومات الغذائية الواردة بالملصقات الغذائية على اختيار الأغذية الصحية لتخطيط الواجبات الغذائية للطلبة.

جدول (١٦) قراءة الطلبة للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية

النسبة	العدد	قراءة الطلبة للملصقات الغذائية
٨٠,٩٩%	١٩٦	نعم أقوم بقراءة الملصق الغذائي قبل شراء المنتج الغذائي
١٩,٠١%	٤٦	لا أقوم بقراءة الملصق الغذائي قبل شراء المنتج الغذائي
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

وعن مدى العلاقة بين النوع وقراءة الطلبة للملصقات الغذائية فتشير بيانات جدول (١٧) إلى ارتفاع نسبة الإناث الذين أقرأوا بقراءتهم للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية عن الذكور بنسبة ٥٤,١٣% للإناث، مقابل نسبة ٢٦,٨٦% للذكور، ويرجع هذا الاختلاف إلى اهتمامهم بشراء الأغذية وإعدادها مقارنة بالذكور، وعندما يقوم الذكور بقراءة الملصقات الغذائية، فإنهم يميلون إلى البحث عن معلومات محددة تتعلق بالعلاقات بين النظام الغذائي والأمراض.

جدول (١٧) علاقة النوع بقراءة الطلبة للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية

النوع	الذكور	%	الإناث	%	الإجمالي	النسبة
قراءة الطلبة للملصقات الغذائية	٦٥	٢٦,٨٦%	١٣١	٥٤,١٣%	١٩٦	٨٠,٩٩%
نعم أقوم بقراءة الملصق الغذائي	٢٩	١١,٩٨%	١٧	٧,٠٣%	٤٦	١٩,٠١%
لا أقوم بقراءة الملصق الغذائي	٩٤	٣٨,٨٤%	١٤٨	٦١,١٦%	٢٤٢	١٠٠%
الإجمالي						

في حين كانت علاقة متغير التخصص بهذا العنصر كما يبين جدول (١٨) لصالح طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٧٣,٥٦%، مقابل نسبة ٧,٤٣% لطلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (١٨) علاقة التخصص بقراءة الطلبة للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية

النوع	الذكور	%	لا	%	الإجمالي	النسبة
قراءة الطلبة للملصقات الغذائية	١٨	٧,٤٣%	١١	٤,٥٥%	٢٩	١١,٩٨%
نعم	١٧٨	٧٣,٥٦%	٣٥	١٤,٤٦%	٢١٣	٨٨,٠٢%
لا	١٩٦	٨٠,٩٩%	٤٦	١٩,٠١%	٢٤٢	١٠٠%
الإجمالي						

جدول (١٩) علاقة الفرقة الدراسية بقراءة الطلبة للملصقات الغذائية

قبل شراء المنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	قراءة الطلبة للملصقات الغذائية				قراءة الطلبة للملصقات الغذائية
		%	لا	%	نعم	الفرقة الدراسية
%٢٦,٠٣	٦٣	%٥,٣٧	١٣	%٢٠,٦٦	٥٠	الفرقة الأولى
%٢١,٩٠	٥٣	%٤,١٣	١٠	%١٧,٧٧	٤٣	الفرقة الثانية
%٢٧,٢٧	٦٦	%٦,٦١	١٦	%٢٠,٦٦	٥٠	الفرقة الثالثة
%٢٤,٣٨	٥٩	%٢,٨٩	٧	%٢١,٤٩	٥٢	الفرقة الرابعة
%٠,٤١	١	%٠	٠	%٠,٤١	١	الفرقة الخامسة
%٩٩,٩٩	٢٤٢	%١٩	٤٦	%٨٠,٩٩	١٩٦	الإجمالي

بينما كانت علاقة متغير الفرقة الدراسية بمدى قراءة الطلبة للملصقات الغذائية كما تشير بيانات جدول (١٩) لصالح طلبة الفرقة الرابعة بنسبة ٢١,٤٩%، يليهما طلبة الفرقتين الأولى والثالثة بنسبة ٢٠,٦٦%، ثم طلبة الفرقة الثانية بنسبة ١٧,٧٧%، وأخيراً طلبة الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%.

أما بالنسبة لعلاقة متغير محل الإقامة بقراءة الطلبة للملصقات الغذائية فكما تشير بيانات جدول (٢٠) كانت لصالح طلبة الحضر بنسبة ٥٧,٤٤%، مقابل نسبة ٢٣,٥٥% لصالح طلبة الريف، وربما يرجع ذلك إلى ارتفاع المستوى التعليمي، والثقافي، والوعي الصحي في الحضر مقارنة بالريف.

جدول (٢٠) علاقة محل الإقامة بقراءة الطلبة للملصقات الغذائية

قبل شراء المنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	قراءة الطلبة للملصقات الغذائية				قراءة الطلبة للملصقات الغذائية محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
%٧٠,٦٦	١٧١	%١٣,٢٢	٣٢	%٥٧,٤٤	١٣٩	الحضر
%٢٩,٣٤	٧١	%٥,٧٩	١٤	%٢٣,٥٥	٥٧	الريف
%١٠٠	٢٤٢	%١٩,٠١	٤٦	%٨٠,٩٩	١٩٦	الإجمالي

٦/٢- عدد مرات قراءة الطلبة للملصقات الغذائية:

جدول (٢١) عدد مرات قراءة الطلبة للملصقات الغذائية

النسبة	العدد	العدد	عدد مرات قراءة الطلبة للملصقات الغذائية
%١٩,٤٢	٤٧	كل مرة	
%٢٣,١٤	٥٦	معظم الوقت	
%٣٨,٤٣	٩٣	في بعض الأحيان	
%١٩,٠١	٤٦	أبداً	
%١٠٠	٢٤٢	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٨,٤٣% من الطلبة أقرروا بقراءتهم للملصقات الغذائية في بعض الأحيان قبل شراء المنتجات الغذائية، بينما أقرت نسبة ٢٣,١٤% منهم بقراءة الملصقات الغذائية معظم الوقت قبل شراء المنتجات الغذائية، في حين أقرت نسبة ١٩,٤٢% منهم بقراءتهم للملصقات الغذائية كل مرة قبل شراء المنتجات الغذائية، وأخيراً أقرت نسبة ١٩,٠١% منهم بعدم قراءتهم للملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية.

٧/٢- تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية:

تشير بيانات جدول (٢٢) إلى أن نسبة ٩٣,٨٠% من أفراد عينة الدراسة يرون أن للملصقات تأثيراً في عملية اختيارهم للمنتجات الغذائية، في حين أن نسبة ٦,٢٠% من الطلاب أقروا بعدم تأثير الملصقات الغذائية في اختيارهم للمنتجات الغذائية، وذلك لأن هؤلاء الطلاب ليس لديهم القدرة على فهم وتفسير المصطلحات الواردة بتلك الملصقات، علاوة على عدم تقّتهم في دقة البيانات الواردة بها.

جدول (٢٢) تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة
٩٣,٨٠%	٢٢٧	نعم تؤثر
٦,٢٠%	١٥	لا تؤثر
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

وتشير بيانات جدول (٢٣) إلى أن متغير النوع كان له تأثير واضح بالنسبة لمدى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية لدى الإناث بنسبة ٥٧,٤٤%، مقابل نسبة ٣٦,٣٦% لذكور.

جدول (٢٣) علاقة النوع بتأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	إجمالي	النوع				النوع تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة
		%	الإناث	%	الذكور	
٩٣,٨٠%	٢٢٧	٥٧,٤٤%	١٣٩	٣٦,٣٦%	٨٨	نعم تؤثر
٦,٢٠%	١٥	٣,٧٢%	٩	٢,٤٨%	٦	لا تؤثر
١٠٠%	٢٤٢	٦١,١٦%	١٤٨	٣٨,٨٤%	٩٤	الإجمالي

وعن علاقة متغير التخصص بمدى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية، فيتضح من جدول (٢٤) أن له تأثيراً كبيراً لدى طلاب كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٨٣,٤٧%، مقابل نسبة ١٠,٣٣% لطلاب كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (٢٤) علاقة التخصص بتأثير الملصقات الغذائية
في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	إجمالي	تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة				تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة
		%	لا	%	نعم	
١١,٩٨%	٢٩	١,٦٥%	٤	١٠,٣٣%	٢٥	كليات العلوم البحتة والتطبيقية
٨٨,٠٢%	٢١٣	٤,٥٥%	١١	٨٣,٤٧%	٢٠٢	كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية
١٠٠%	٢٤٢	٦,٢٠%	١٥	٩٣,٨٠%	٢٢٧	الإجمالي

جدول (٢٥) علاقة الفرقة الدراسية بتأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة				تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة
		%	لا	%	نعم	
٢٦,٠٣%	٦٣	١,٦٥%	٤	٢٤,٣٨%	٥٩	الفرقة الأولى
٢١,٩٠%	٥٣	١,٢٤%	٣	٢٠,٦٦%	٥٠	الفرقة الثانية
٢٧,٢٧%	٦٦	٢,٠٦%	٥	٢٥,٢١%	٦١	الفرقة الثالثة
٢٤,٣٨%	٥٩	١,٢٤%	٣	٢٣,١٤%	٥٦	الفرقة الرابعة
٠,٤١%	١	٠%	٠	٠,٤١%	١	الفرقة الخامسة
٩٩,٩٩%	٢٤٢	٦,١٩%	١٥	٩٣,٨٠%	٢٢٧	الإجمالي

أما بالنسبة لمتغير الفرقة الدراسية وعلاقته بمدى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية فيتضح من الجدول السابق أن له تأثيراً واضحاً لدى طلاب الفرقة الثالثة بنسبة ٢٥,٢١%، تليها الفرقة الأولى بنسبة ٢٤,٣٨%، ثم الفرقة الرابعة بنسبة ٢٣,١٤%، والفرقة الثانية بنسبة ٢٠,٦٦%، وأخيراً الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%.

جدول (٢٦) علاقة محل الإقامة بتأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	إجمالي	تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة				تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
٧٠,٦٦%	١٧١	٥,٣٧%	١٣	٦٥,٢٩%	١٥٨	الحضر
٢٩,٣٤%	٧١	٠,٨٣%	٢	٢٨,٥١%	٦٩	الريف
١٠٠%	٢٤٢	٦,٢٠%	١٥	٩٣,٨٠%	٢٢٧	الإجمالي

في حين تبين من الجدول السابق أن تأثير متغير محل الإقامة كان أكثر وضوحاً بالنسبة لمدى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية لدى الطلاب الذين يعيشون في الحضر بنسبة ٦٥,٢٩%، مقابل نسبة ٢٨,٥١% لصالح طلاب الريف.

٨/٢ - مدى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية:

جدول (٢٧) مستوى تأثير الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد	
		مستوى تأثير الملصقات الغذائية على الطلبة	
٢١,٥٩%	٤٩	قوي جداً	
٤٩,٧٨%	١١٣	قوي	
٢٤,٦٧%	٥٦	متوسط	
٣,٩٦%	٩	ضعيف	
١٠٠%	٢٢٧	الإجمالي	

يتضح من جدول (٢٧) أن نسبة ٤٩,٥٩% من طلاب جامعة الوادي الجديد ذكروا أن الملصقات الغذائية ذات تأثير قوي عليهم في اختيار المنتجات الغذائية، مقابل نسبة ٢٤,٣٨% منهم أقرروا بأن الملصقات الغذائية ذات تأثير متوسط عليهم في اختيار المنتجات الغذائية، بينما نسبة ٢١,٩٠% منهم ذكروا أن الملصقات الغذائية ذات تأثير قوي جداً عليهم في اختيار المنتجات الغذائية، وأخيراً نسبة ٤,١٣% منهم أقرروا بأن الملصقات الغذائية ذات تأثير ضعيف عليهم في اختيار المنتجات الغذائية.

٩/٢ - أهمية الملصقات الغذائية:

جدول (٢٨) مدى أهمية الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد أهمية الملصقات الغذائية
٩٠,٥٠%	٢١٩	نعم
٩,٥٠%	٢٣	لا
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٩٠,٥٠% من أفراد عينة الدراسة يرون أن للملصقات الغذائية أهمية في اختيارهم للمنتجات الغذائية، مقابل نسبة ٩,٥٠% يرون عدم أهميتها في اختيارهم للمنتجات الغذائية، وربما يرجع ذلك إلى أنهم يفضلون شراء المنتجات الغذائية على أساس سعر المنتج، أو على سبيل التجربة، أو لأنهم يفضلون التوجه إلى شراء المنتجات الغذائية الأكثر شيوعاً وتدولاً في الأسواق دون النظر إلى مدى توافق تلك المنتجات الغذائية ومكوناتها مع حالتهم الصحية العامة.

أما بالنسبة لتأثير متغير النوع على هذا العنصر، فيتضح من الجدول التالي ارتفاع نسبة الإناث الذين يرون أهمية الملصقات الغذائية في اختيارهم للمنتجات الغذائية بنسبة ٥٥,٧٩%، مقابل نسبة ٣٤,٧١% للذكور.

جدول (٢٩) علاقة النوع بأهمية الملصقات الغذائية
في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النوع	أهمية الملصقات الغذائية	النوع				النسبة
		ذكور	%	إناث	%	الإجمالي
نعم		٨٤	%٣٤,٧١	١٣٥	%٥٥,٧٩	٢١٩
لا		١٠	%٤,١٣	١٣	%٥,٣٧	٢٣
الإجمالي		٩٤	%٣٨,٨٤	١٤٨	%٦١,١٦	٢٤٢

أما بالنسبة لتأثير متغير التخصص على هذا العنصر، فيتضح من الجدول التالي أن له تأثيراً واضحاً بالنسبة لأهمية الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية لصالح طلاب كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٨١,٤١%، مقابل نسبة ٩,٠٩% لصالح طلاب كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (٣٠) علاقة التخصص بأهمية الملصقات الغذائية
في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

أهمية الملصقات الغذائية	التخصص	أهمية الملصقات الغذائية				النسبة
		نعم	%	لا	%	الإجمالي
كليات العلوم البحتة والتطبيقية		٢٢	%٩,٠٩	٧	%٢,٨٩	٢٩
كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية		١٩٧	%٨١,٤١	١٦	%٦,٦١	٢١٣
الإجمالي		٢١٩	%٩٠,٥٠	٢٣	%٩,٥٠	٢٤٢

أما بالنسبة لمتغير الفرقة الدراسية، فيتضح من الجدول التالي أن له تأثيراً واضحاً بالنسبة لأهمية الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية، وإن كان أكثر تأثيراً لدى الفرقة الأولى بنسبة ٢٣,٩٧%، تليها الفرقة الثالثة بنسبة ٢٣,٥٥%، ثم الفرقة الرابعة بنسبة ٢١,٩٠%، ثم الفرقة الثانية بنسبة ٢٠,٦٦%، وأخيراً الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%.

جدول (٣١) علاقة الفرقة الدراسية بأهمية الملصقات الغذائية
في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	أهمية الملصقات الغذائية				أهمية الملصقات الغذائية الفرقة الدراسية
		%	لا	%	نعم	
٢٦,٠٣%	٦٣	٢,٠٦%	٥	٢٣,٩٧%	٥٨	الفرقة الأولى
٢١,٩٠%	٥٣	١,٢٤%	٣	٢٠,٦٦%	٥٠	الفرقة الثانية
٢٧,٢٧%	٦٦	٣,٧٢%	٩	٢٣,٥٥%	٥٧	الفرقة الثالثة
٢٤,٣٨%	٥٩	٢,٤٨%	٦	٢١,٩٠%	٥٣	الفرقة الرابعة
٠,٤١%	١	٠%	٠	٠,٤١%	١	الفرقة الخامسة
٩٩,٩٩%	٢٤٢	٩,٥٠%	٢٣	٩٠,٤٩%	٢١٩	الإجمالي

كما يتضح من الجدول التالي أن متغير محل الإقامة له تأثير واضح بالنسبة لأهمية الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية لصالح الطلاب الذين يعيشون في الحضر بنسبة ٦٣,٦٤%، مقابل نسبة ٢٦,٨٦% لصالح طلاب الريف.

جدول (٣٢) علاقة محل الإقامة بأهمية الملصقات الغذائية

في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	أهمية الملصقات الغذائية				أهمية الملصقات الغذائية محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
%٧٠,٦٦	١٧١	%٧,٠٢	١٧	%٦٣,٦٤	١٥٤	الحضر
%٢٩,٣٤	٧١	%٢,٤٨	٦	%٢٦,٨٦	٦٥	الريف
%١٠٠	٢٤٢	%٩,٥٠	٢٣	%٩٠,٥٠	٢١٩	الإجمالي

١٠/٢ - أسباب أهمية الملصقات الغذائية للطلبة:

وتشير بيانات جدول (٣٣) إلى أن أبرز أسباب أهمية الملصقات الغذائية في اختيار الطلبة للمنتجات الغذائية تتمثل في الحفاظ على نظام غذائي صحي ومتزن بنسبة %٤٤,٢٩، يليها معرفة السعرات الحرارية بنسبة %٢٦,٠٣، ثم معرفة الكمية التي يمكن تناولها من هذا المنتج الغذائي بنسبة %٢٣,٧٤، وأخيراً أسباب أخرى بنسبة %٥,٩٤ منها معرفة تاريخ الصلاحية، ومكونات المنتج الغذائي، وطريقة تحضيره.

جدول (٣٣) أسباب أهمية الملصقات الغذائية للطلبة

النسبة	العدد	العدد	أسباب أهمية الملصقات الغذائية
%٤٤,٢٩	٩٧		للحفاظ على نظام غذائي صحي ومتزن
%٢٣,٧٤	٥٢		معرفة الكمية التي يمكن تناولها من هذا المنتج الغذائي
%٢٦,٠٣	٥٧		معرفة السعرات الحرارية
%٥,٩٤	١٣		أخرى
%١٠٠	٢١٩		الإجمالي

١١/٢ - آراء الطلبة عن الملصقات الغذائية:

ويهدف هذا الجزء إلى محاولة التعرف على آراء طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد عن الملصقات الغذائية، والتي جاءت على النحو الآتي:

الملصقات الغذائية كمصدر للمعلومات الصحية: دراسة حالة
على طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد

جدول (٣٤) آراء عينة الدراسة في بعض العبارات عن الملصقات الغذائية

البيان	درجة الموافقة عليها		أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
لأن لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنني لا أعرف كيفية قراءتها	15	6.20%	20	8.26%	34	14.05%	136	56.20%	37	15.29%		
لأن لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنها تستغرق وقتاً طويلاً جداً	14	5.78%	40	16.53%	46	19.01%	117	48.35%	25	10.33%		
لأن لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنني لا يهمني ما يقولون	14	5.78%	27	11.16%	38	15.70%	133	54.96%	30	12.40%		
يمتكن استخدام المعلومات الموجودة بلوحة حقائق التغذية للمساعدة في اختيار المنتجات الغذائية التي تتناسب مع احتياجاتي اليومية	71	29.34%	112	46.28%	34	14.05%	19	7.85%	6	2.48%		
أعتقد أن هناك العديد من الفوائد لاستخدام الملصقات الغذائية	88	36.36%	112	46.28%	26	10.74%	11	4.55%	5	2.07%		
أعتقد أنه من المهم معرفة البيانات المكتوبة بلوحة حقائق التغذية عند شراء المنتج الغذائي للمرة الأولى	105	43.39%	94	38.84%	23	9.50%	14	5.79%	6	2.48%		
أعتقد أنه من المهم معرفة مكونات المنتج الغذائي عند شرائه للمرة الأولى	113	46.69%	90	37.19%	18	7.44%	15	6.20%	6	2.48%		
إنني واثق في قدرتي على تفسير لوحة حقائق التغذية	36	14.88%	100	41.32%	85	35.12%	15	6.20%	6	2.48%		
إنني واثق في قدرتي على تفسير قائمة المكونات	46	19.01%	102	42.15%	73	30.16%	13	5.37%	8	3.31%		
إنني واثق في قدرتي على تفسير الملصقات الصحية	47	19.42%	98	40.50%	77	31.82%	14	5.78%	6	2.48%		
أعتقد أن لوحة حقائق التغذية مربكة	24	9.92%	39	16.12%	102	42.15%	64	26.44%	13	5.37%		
أعتقد أن قائمة مكونات المنتجات الغذائية مربكة	20	8.26%	53	21.90%	89	36.78%	66	27.27%	14	5.79%		
أعتقد أن الملصقات الصحية مربكة	18	7.44%	47	19.42%	90	37.19%	76	31.40%	11	4.55%		
أعتقد أن الملصقات الغذائية التي تظهر على العديد من المنتجات الغذائية هي أداة مفيدة للمستهلكين	74	30.58%	102	42.15%	39	16.12%	20	8.26%	7	2.89%		
أعتقد أن المعلومات الغذائية التي يتم توفيرها في الملصق الغذائي دقيقة	39	16.12%	89	36.77%	87	35.95%	17	7.03%	10	4.13%		
أعتقد أن المعلومات الغذائية التي يتم توفيرها في الملصق الغذائي صحيحة	33	13.64%	95	39.26%	89	36.77%	19	7.85%	6	2.48%		
أعتقد أن لوحة حقائق التغذية سهلة الفهم	44	18.18%	104	42.98%	70	28.92%	17	7.03%	7	2.89%		

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن معظم طلبة جامعة الوادي الجديد أقرروا بعدم موافقتهم على عبارة "أنا لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنني لا أعرف كيفية قراءتها" بنسبة ٧١,٤٩%, مقابل نسبة ١٤,٤٦% أقرت بموافقتها على تلك العبارة، بينما أقرت نسبة ٥٨,٨٨% من عينة الدراسة أيضاً بعدم موافقتهم على عبارة "أنا لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنها تستغرق وقتاً طويلاً جداً"، مقابل نسبة ٢٢,٣١% منهم أقرت بالموافقة على تلك العبارة، أما بالنسبة لعبارة "أنا لا أقرأ الملصقات الغذائية عند شراء المنتجات الغذائية لأنني لا يهمني ما يقولون" فقد أقرت نسبة ٦٧,٣٦% من عينة الدراسة بعدم الموافقة عليها، مقابل نسبة ١٦,٩٤% أقرت بالموافقة عليها، في حين أن نسبة ٧٥,٦٢% من عينة الدراسة أقرت بالموافقة على عبارة "يمكنني استخدام المعلومات الموجودة بلوحة حقائق التغذية للمساعدة في اختيار المنتجات الغذائية التي تتناسب مع احتياجاتي اليومية"، مقابل نسبة ١٠,٣٣% أقرت بعدم موافقتها على تلك العبارة، كما أقرت نسبة ٨٢,٦٤% من عينة الدراسة بموافقتها على عبارة "أعتقد أن هناك العديد من الفوائد لاستخدام الملصقات الغذائية"، مقابل نسبة ٦,٦٢% من عينة الدراسة أقرت بعدم موافقتها على تلك العبارة، ثم أقرت نسبة ٨٢,٢٣% من أفراد عينة الدراسة بموافقتهم أيضاً على عبارة "أعتقد أنه من المهم معرفة البيانات المكتوبة بلوحة حقائق التغذية عند شراء المنتج الغذائي للمرة الأولى"، مقابل نسبة ٨,٢٧% أقرت بعدم الموافقة على ذلك، وأيضاً أقرت نسبة ٨٣,٨٨% من أفراد عينة الدراسة موافقتها على عبارة "أعتقد أنه من المهم معرفة مكونات المنتج الغذائي عند شرائه للمرة الأولى"، مقابل نسبة ٨,٤٨% أقرت بعدم الموافقة، ثم أقرت نسبة ٥٦,٢٠% من أفراد عينة الدراسة بموافقتها على عبارة "إنني واثق في قدرتي على تفسير لوحة حقائق التغذية"، مقابل نسبة ٣٥,١٢%

غير متأكدة، ونسبة ٨,٦٨% غير موافقة، وأقرت أيضاً نسبة ٦١,١٦% من أفراد عينة الدراسة بموافقتها على عبارة "إنني واثق في قدرتي على تفسير قائمة المكونات"، مقابل نسبة ٣٠,١٦% غير متأكدة، ونسبة ٨,٦٨% غير موافقة، كما أقرت نسبة ٥٩,٩٢% من أفراد عينة الدراسة بموافقتها على عبارة "إنني واثق في قدرتي على تفسير المطالبات الصحية"، مقابل نسبة ٣١,٨٢% غير متأكدة، ونسبة ٨,٢٦% غير موافقة، بينما أقرت نسبة ٤٢,١٥% بأنها غير متأكدة من عبارة "أعتقد أن لوحة حقائق التغذية مربكة"، مقابل نسبة ٣١,٨١% غير موافقة، ونسبة ٢٦,٠٤% تتفق مع هذه العبارة، وكذلك أقرت نسبة ٣٦,٧٨% عدم تأكدها من عبارة "أعتقد أن قائمة مكونات المنتجات الغذائية مربكة"، مقابل نسبة ٣٣,٠٦% غير موافقة، ونسبة ٣٠,١٦% تتفق مع تلك العبارة، وتبين أيضاً عدم تأكد نسبة ٣٧,١٩% من عبارة "أعتقد أن المطالبات الصحية مربكة"، مقابل نسبة ٣٥,٩٥% غير موافقة، ونسبة ٢٦,٨٦% تتفق مع تلك العبارة، أما بالنسبة لعبارة "أعتقد أن الملصقات الغذائية التي تظهر على العديد من المنتجات الغذائية هي أداة مفيدة للمستهلكين" فقد أقرت نسبة ٧٢,٧٣% موافقتها على هذه العبارة، مقابل نسبة ١٦,١٢% غير متأكدة، ونسبة ١١,١٥% غير موافقة، وأقرت أيضاً نسبة ٥٢,٨٩% بموافقتها على عبارة "أعتقد أن المعلومات الغذائية التي يتم توفيرها في الملصق الغذائي دقيقة"، مقابل نسبة ٣٥,٩٥% غير متأكدة، ونسبة ١١,١٦% غير موافقة، ثم أقرت نسبة ٥٢,٩٠% بموافقتها على عبارة "أعتقد أن المعلومات الغذائية التي يتم توفيرها في الملصق الغذائي صحيحة"، مقابل نسبة ٣٦,٧٧% غير متأكدة، ونسبة ١٠,٣٣% غير موافقة، وأخيراً أقرت نسبة ٦١,١٦% بموافقتها على عبارة "أعتقد أن لوحة حقائق التغذية سهلة الفهم"، مقابل نسبة ٢٨,٩٢% غير متأكدة، ونسبة ٩,٩٢% غير موافقة.

١٢/٢ - طبيعة المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية:

مما لا يقبل الجدل أنه على الأفراد، أو الأمم، أو الشعوب استهلاك الكميات الصحيحة من العناصر الغذائية، لتجنب الإصابة بأمراض نقصها أو زيادتها، ومع هذا فليس من السهل تحديد الكميات الصحيحة، لأن احتياجات الفرد من العناصر الغذائية تختلف من فرد إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، ومن دولة إلى أخرى، كما تختلف تبعاً للسن، والجنس، والنشاط، ووطأة التمثيل الغذائي، وتشير بيانات جدول (٣٥)، وشكل (٥) إلى أن أبرز العناصر الغذائية تأثيراً في اختيارات طلبة جامعة الوادي الجديد للمنتجات الغذائية تتمثل في السعرات الحرارية بنسبة ٤٨,٧٦%، ويرجع ذلك إلى رغبة الطلبة في التحكم بالوزن للحصول على وزن مثالي وصحة أفضل، حيث إن زيادة استهلاك السعرات الحرارية يؤدي إلى زيادة الوزن والسمنة، والتي بدورها تؤدي إلى الإصابة بالعديد من الأمراض مثل: السكري ومضاعفاته، وأمراض القلب والأوعية الدموية، وارتفاع ضغط الدم، وجاءت الفيتامينات/ المعادن في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٦٥%؛ وذلك لأنها تقوم بمساعدة الجسم على أداء وظائفه بطريقة حيوية ونشيطة، كما تعمل على الحفاظ على سلامة الجسم من خلال تنظيم عمليات إعادة البناء والنمو.

جدول (٣٥) أبرز عناصر الملصقات الغذائية تأثيراً

في اختيارات الطلبة للمنتجات الغذائية

النسبة	العدد	عناصر الملصقات الغذائية
٢٨,٥١%	٦٩	كمية الدهون
٢٢,٧٣%	٥٥	نوع الدهون (مشبعة - غير مشبعة)
٢٨,١٠%	٦٨	المواد المضافة

النسبة	العدد	عناصر الملصقات الغذائية
٤٨,٧٦ %	١١٨	السرعات الحرارية
١٧,٣٦ %	٤٢	كوليسترول
٧,٤٤ %	١٨	الصوديوم (الملح)
١٥,٧٠ %	٣٨	الكربوهيدرات
٨,٢٦ %	٢٠	الألياف
٢٦,٤٥ %	٦٤	السكر
٢٨,٥١ %	٦٩	البروتينات
٣٢,٦٥ %	٧٩	الفيتامينات/ المعادن
٦,٦١ %	١٦	أخرى

بينما جاءت كل من كمية الدهون، والبروتينات في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٨,٥١%؛ وذلك لأن الدهون مصدر غني بالطاقة، فالجرام الواحد منها يعطى من الطاقة ما يقدر بضعف ما يعطيه واحد جرام من الكربوهيدرات، أما البروتينات فهي المسئولة عن البناء والنمو وتعويض الجسم ما يفقد من أنسجة الجسم (المهيزع، ص ٩)، واحتلت المواد المضافة المرتبة الرابعة بنسبة ٢٨,١٠%، ثم جاء السكر في المرتبة الخامسة بنسبة ٢٦,٤٥%، في حين جاء نوع الدهون (مشبعة - غير مشبعة) في المرتبة السادسة بنسبة ٢٢,٧٣%، واحتل الكوليسترول المرتبة السابعة بنسبة ١٧,٣٦%، ثم الكربوهيدرات في المرتبة الثامنة بنسبة ١٥,٧٠%، وجاءت الألياف في المرتبة التاسعة بنسبة ٨,٢٦%، بينما جاء الصوديوم (الملح) في المرتبة العاشرة بنسبة ٧,٤٤%، واحتلت العناصر الأخرى المرتبة الحادية عشرة والأخيرة بنسبة ٦,٦١%، والتي تمثلت في الحديد، والكالسيوم، والفوسفور.

شكل (٥) طبيعة المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية

١٣/٢ - عناصر الملصق الغذائي الأكثر فائدة للطلبة:

تشير بيانات جدول (٣٦) إلى أن تاريخ الصلاحية يمثل أبرز وأكثر عناصر الملصق الغذائي فائدة للطلبة بنسبة ٥٣,٣٠%، وجاءت قائمة المكونات في المرتبة الثانية بنسبة ١٧,٧٧%، بينما جاءت حقائق التغذية في المرتبة الثالثة بنسبة ٧,٤٣%، واحتلت المطالبات الصحية المرتبة الرابعة بنسبة ٥,٧٩%، ثم جاء وزن المنتج الغذائي في المرتبة الخامسة بنسبة ٤,١٣%، في حين جاءت طريقة التحضير في المرتبة السادسة بنسبة ٣,٧٢%، ثم تعليمات الحفظ والتخزين في المرتبة السابعة بنسبة ٣,٣١%، والعدد أو الكمية في المرتبة الثامنة بنسبة ٢,٤٨%، بينما جاءت الشركة المنتجة أو المصنع المنتج في المرتبة التاسعة بنسبة ١,٢٤%، واحتل لا أحد منهم المرتبة العاشرة والأخيرة بنسبة ٠,٨٣%.

جدول (٣٦) عناصر الملصق الغذائي الأكثر فائدة للطلبة

النسبة	العدد	العدد أكثر عناصر الملصقات الغذائية فائدة
٧,٤٣%	١٨	حقائق التغذية
١٧,٧٧%	٤٣	قائمة المكونات
٥,٧٩%	١٤	المطالبات الصحية
٤,١٣%	١٠	الوزن
٢,٤٨%	٦	العدد أو الكمية
١,٢٤%	٣	الشركة المنتجة / المصنع المنتج
٥٣,٣٠%	١٢٩	تاريخ الصلاحية
٣,٧٢%	٩	طريقة التحضير
٣,٣١%	٨	تعليمات الحفظ والتخزين
٠,٨٣%	٢	لا أحد منهم
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

١٤/٢ - نوع الخط وبنطه:

يعد الخط من العناصر المؤثرة في عملية التنظيم الشكلي لأي من الوحدات في الملصق؛ لما له من أهمية كبيرة ومؤثرة لترباطه وتداخله مع بقية العناصر الأخرى، لكونه أساس تحديد الهيكل البنائي في المتكون التصميمي، فضلا عما يضيفه من دلالات تعبيرية وجمالية لتتبع شكله وبنطه ولونه في تحديد الهيئات الخارجية للأشكال، كما يساعد الخط على الإحساس بالعمق لما يتصف به من مرونة وتأثير، وتشير بيانات الجدول التالي إلى أن نسبة ٦٠,٧٤% من طلبة جامعة الوادي الجديد أقرروا بمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية، مقابل نسبة ٣٩,٢٦% أقرروا بعدم تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية.

جدول (٣٧) مدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية

النسبة	العدد	العدد تناسب نوع الخط وبنطه
%٦٠,٧٤	١٤٧	نعم
%٣٩,٢٦	٩٥	لا
% ١٠٠	٢٤٢	الإجمالي

جدول (٣٨) علاقة النوع بمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	النوع				النوع تناسب نوع الخط وبنطه
		%	الإناث	%	الذكور	
%٦٠,٧٤	١٤٧	%٣٥,٥٤	٨٦	%٢٥,٢٠	٦١	نعم
%٣٩,٢٦	٩٥	%٢٥,٦٢	٦٢	%١٣,٦٤	٣٣	لا
%١٠٠	٢٤٢	%٦١,١٦	١٤٨	%٣٨,٨٤	٩٤	الإجمالي

أما بالنسبة لتأثير متغيرات الدراسة على هذا العنصر، فتشير بيانات الجدول السابق إلى أن متغير النوع كان له تأثير كبير في مدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية لصالح الإناث بنسبة ٣٥,٥٤٪، مقابل نسبة ٢٥,٢٠٪ للذكور.

وعن مدى العلاقة بين متغير التخصص وتناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية، فتشير بيانات جدول (٣٩) إلى أن متغير التخصص كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية لدى طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٥٣,٧٢٪، مقابل نسبة ٧,٠٢٪ لصالح طلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (٣٩) علاقة التخصص بمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم
في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تناسب نوع الخط وبنطه				تناسب نوع الخط وبنطه التخصص
		%	لا	%	نعم	
%١١,٩٨	٢٩	%٤,٩٦	١٢	%٢,٠٢	١٧	كليات العلوم البحتة والتطبيقية
%٨٨,٠٢	٢١٣	%٣٤,٣٠	٨٢	%٥٣,٧٢	١٣٠	كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية
%١٠٠	٢٤٢	%٣٩,٢٦	٩٥	%٦٠,٧٤	١٤٧	الإجمالي

جدول (٤٠) علاقة الفرقة الدراسية بمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم
في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تناسب نوع الخط وبنطه				تناسب نوع الخط وبنطه الفرقة الدراسية
		%	لا	%	نعم	
%٢٦,٠٣	٦٣	%٩,٥٠	٢٣	%١٦,٥٣	٤٠	الفرقة الأولى
%٢١,٩٠	٥٣	%٧,٤٤	١٨	%١٤,٤٦	٣٥	الفرقة الثانية
%٢٧,٢٧	٦٦	%١١,٩٨	٢٩	%١٥,٢٩	٣٧	الفرقة الثالثة
%٢٤,٣٨	٥٩	%٩,٩٢	٢٤	%١٤,٤٦	٣٥	الفرقة الرابعة
%٠,٤١	١	%٠,٤١	١	%٠	٠	الفرقة الخامسة
%٩٩,٩٩	٢٤٢	%٣٦,٢٥	٩٥	%٦٠,٧٤	١٤٧	الإجمالي

أما بالنسبة لمتغير الفرقة الدراسية فيتضح من الجدول السابق أن له تأثيراً واضحاً بالنسبة لمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية، وإن كان أكثر تأثيراً لدى طلبة الفرقة الأولى بنسبة ١٦,٥٣%، يليه طلبة الفرقة الثالثة بنسبة ١٥,٢٩%، ثم طلبة الفرقتين الثانية والرابعة بنسبة ١٤,٤٦%، وأخيراً الفرقة الخامسة بنسبة ٠%.

جدول (٤١) علاقة محل الإقامة بمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تناسب نوع الخط وبنطه				محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
٧٠,٦٦%	١٧١	٢٨,١٠%	٦٨	٤٢,٥٦%	١٠٣	الحضر
٢٩,٣٤%	٧١	١١,١٦%	٢٧	١٨,١٨%	٤٤	الريف
١٠٠%	٢٤٢	٣٩,٢٦%	٩٥	٦٠,٧٤%	١٤٧	الإجمالي

وتشير بيانات جدول (٤١) إلى أن متغير محل الإقامة كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى تناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية لدى الطلبة الذين يعيشون في الحضر بنسبة ٤٢,٥٦%، مقابل نسبة ١٨,١٨% لصالح الطلبة الذين يعيشون بالريف.

١٥/٢ - الألوان المستخدمة بالملصقات الغذائية:

يعد اللون أحد أهم العناصر أو الصفات الإدراكية المرتبطة بتلازم فاعل مع بقية العناصر الأخرى في تكوين الهيئة المرئية في تصاميم الملصقات (مسلم، ٢٠٠٢، ص ٤٨)، ويستخدم اللون لغرضين أساسيين هما الغرض الرمزي، والذي يجرى فيه

توظيف الدلالات التعبيرية للون في سياق الفنون المرئية لغرض الإسهام في إيصال الفكرة، والغرض الثاني الانفعالي أو العاطفي لدعم التأثير النفسي في المتلقي (عبو، ١٩٨٢، ص ١٣٥)، ويتمتع اللون بقوة التعبير عن المشاعر والعواطف، وهذا ما اكتشفه فان جوخ Van Gogh عن اللون وقبله بول غوغين Paul Gauguin، فقد تمكن كلاهما من إدارة اللون ومساحة العلامة التجارية كوسيلة للتعبير عن مشاعرهم (Wong, 2009, p.1)، وفي ضوء التحديد السابق لفاعلية اللون في جذب الطلبة نحو شراء منتج غذائي دون منتج غذائي آخر، فتشير بيانات الجدول التالي إلى أن نسبة ٧١,٩٠% من أفراد عينة الدراسة رأوا أن الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية مناسبة، مقابل نسبة ٢٨,١٠% أقرروا بعدم تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية، وربما يرجع ذلك إلى رؤية هؤلاء الطلاب بأن المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية أهم بكثير من الاهتمام بالألوان المستخدمة في كتابتها.

جدول (٤٢) مدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية

النسبة	العدد	العدد
		تناسب ألوان الملصقات الغذائية
٧١,٩٠%	١٧٤	نعم
٢٨,١٠%	٦٨	لا
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

أما بالنسبة لتأثير متغيرات الدراسة على هذا العنصر، فتشير بيانات الجدول التالي إلى أن متغير النوع كان له تأثير كبير في مدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية لصالح الإناث بنسبة ٤٣,٣٩%، مقابل نسبة ٢٨,٥١% للذكور، ويرجع ذلك إلى الإناث أكثر قدرة على التمييز بين الألوان من الذكور.

جدول (٤٣) علاقة النوع بمدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية

النوع	تناسب ألوان الملصقات الغذائية	النوع				النسبة
		الذكور	%	الإناث	%	
نعم		٦٩	%٢٨,٥١	١٠٥	%٤٣,٣٩	١٧٤
لا		٢٥	%١٠,٣٣	٤٣	%١٧,٧٧	٦٨
الإجمالي		٩٤	%٣٨,٨٤	١٤٨	%٦١,١٦	٢٤٢

وعن مدى العلاقة بين متغير التخصص وتناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية، فتشير بيانات جدول (٤٤) إلى أن متغير التخصص كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية لدى طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية بنسبة ٦٤,٦٣%، مقابل نسبة ٢٦,٨% لصالح طلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية.

جدول (٤٤) علاقة التخصص بمدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تناسب ألوان الملصقات الغذائية				التخصص
		نعم	%	لا	%	
		٢٠	%٨,٢٦	٩	%٣,٧٢	كلية العلوم البحتة والتطبيقية
		١٥٤	%٦٣,٦٤	٥٩	%٢٤,٣٨	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
		١٧٤	%٦١,٩٠	٦٨	%٢٨,١٠	الإجمالي

جدول (٤٥) علاقة الفرقة الدراسية بمدى تناسب الألوان المستخدمة

في الملصقات الغذائية

النسبة	الإجمالي	تناسب ألوان الملصقات الغذائية				تناسب ألوان الملصقات الغذائية الفرقة الدراسية
		%	لا	%	نعم	
%٢٦,٠٣	٦٣	%٧,٠٢	١٧	%١٩,٠١	٤٦	الفرقة الأولى
%٢١,٩٠	٥٣	%٥,٣٧	١٣	%١٦,٥٣	٤٠	الفرقة الثانية
%٢٧,٢٧	٦٦	%٩,٠٩	٢٢	%١٨,١٨	٤٤	الفرقة الثالثة
%٢٤,٣٨	٥٩	%٦,٢٠	١٥	%١٨,١٨	٤٤	الفرقة الرابعة
%٠,٤١	١	%٠,٤١	١	%٠	٠	الفرقة الخامسة
%٩٩,٩٩	٢٤٢	%٢٨,٠٩	٦٨	%٧١,٩٠	١٧٤	الإجمالي

أما بالنسبة لمتغير الفرقة الدراسية فتشير بيانات جدول (٤٥) إلى أن له تأثيراً واضحاً بالنسبة لمدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية، وإن كان أكثر تأثيراً لدى طلبة الفرقة الأولى بنسبة ١٩,٠١%، يليها طلبة الفرقتين الثالثة والرابعة بنسبة ١٨,١٨%، ثم الفرقة الثانية بنسبة ١٦,٥٣%، وأخيراً الفرقة الخامسة بنسبة ٠%.

جدول (٤٦) علاقة محل الإقامة بمدى تناسب الألوان المستخدمة

في الملصقات الغذائية

النسبة	إجمالي	تناسب ألوان الملصقات الغذائية				تناسب ألوان الملصقات الغذائية محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
%٧٠,٦٦	١٧١	%١٨,١٨	٤٤	%٥٢,٤٨	١٢٧	الحضر
%٢٩,٣٤	٧١	%٩,٩٢	٢٤	%١٩,٤٢	٤٧	الريف
%١٠٠	٢٤٢	%٢٨,١٠	٦٨	%٧١,٩٠	١٧٤	الإجمالي

وتشير بيانات جدول (٤٦) إلى أن متغير محل الإقامة كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى تناسب الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية لدى الطلبة الذين يعيشون في الحضر بنسبة ٥٢,٤٨%، مقابل نسبة ١٩,٤٢% لصالح الطلبة الذين يعيشون بالريف.

١٦/٢ - تأثير ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية:

جدول (٤٧) مدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية

النسبة	العدد	العدد
		جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها
٦٦,٩٤%	١٦٢	نعم
٣٣,٠٦%	٨٠	لا
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٦,٩٤% من طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد رأوا أن ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها لها جاذبية في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية، في حين أن نسبة ٣٣,٠٦% من الطلبة أقرروا أن ليس لألوان الملصقات الغذائية وإخراجها أية جاذبية في الإقبال على شراء منتج غذائي دون منتج غذائي آخر، ويرجع ذلك إلى عدم تناسق الألوان المستخدمة في الملصقات الغذائية، أو لأنهم يرون أن المعلومات التي تحويها الملصقات الغذائية أهم بكثير من الاهتمام بالألوان.

جدول (٤٨) علاقة النوع بمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية
وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية

النوع	النوع				النسبة
	الذكور	%	الإناث	%	الإجمالي
جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها	٦٤	%٢٦,٤٤	٩٨	%٤٠,٥٠	١٦٢
نعم	٣٠	%١٢,٤٠	٥٠	%٢٠,٦٦	٨٠
لا	٩٤	%٣٨,٨٤	١٤٨	%٦١,١٦	٢٤٢
الإجمالي					%١٠٠

أما بالنسبة لتأثير متغيرات الدراسة على هذا العنصر، فيتضح من الجدول السابق أن متغير النوع كان له تأثير كبير في مدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية لصالح الإناث بنسبة ٤٠,٥٠%، مقابل نسبة ٢٦,٤٤% للذكور، ويرجع ذلك إلى اهتمام الإناث أكثر بالألوان والجمال.

جدول (٤٩) علاقة التخصص بمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية
وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية

جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها	جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها				النسبة
	نعم	%	لا	%	الإجمالي
محل الإقامة	١٦	%٦,٦١	١٣	%٥,٣٧	٢٩
كليات العلوم البحتة والتطبيقية	١٤٦	%٦٠,٣٣	٦٧	%٢٧,٦٩	٢١٣
كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية	١٦٢	%٦٦,٩٤	٨٠	%٣٣,٠٦	٢٤٢
الإجمالي					%١٠٠

وعن مدى العلاقة بين متغير التخصص وجاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها، فتشير بيانات جدول (٤٩) إلى أن متغير التخصص كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في إقبال طلبة كليات العلوم الاجتماعية والإنسانية على شراء المنتجات الغذائية بنسبة ٦٠,٣٣%، مقابل نسبة ٦,٦١% لصالح طلبة كليات العلوم البحتة والتطبيقية، ويرجع ذلك إلى كثرة عددهم.

جدول (٥٠) علاقة الفرقة الدراسية بمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها				جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
٢٦,٠٣%	٦٣	٧,٠٢%	١٧	١٩,٠١%	٤٦	الفرقة الأولى
٢١,٩٠%	٥٣	٨,٦٨%	٢١	١٣,٢٢%	٣٢	الفرقة الثانية
٢٧,٢٧%	٦٦	١١,٥٧%	٢٨	١٥,٧٠%	٣٨	الفرقة الثالثة
٢٤,٣٨%	٥٩	٥,٧٨%	١٤	١٨,٦٠%	٤٥	الفرقة الرابعة
٠,٤١%	١	٠%	٠	٠,٤١%	١	الفرقة الخامسة
٩٩,٩٩%	٢٤٢	٣٣,٠٥%	٨٠	٦٦,٩٤%	١٦٢	الإجمالي

أما بالنسبة لمتغير الفرقة الدراسية فيتضح من الجدول السابق أن له تأثيراً واضحاً بالنسبة لمدى تأثير ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في إقبال الطلاب على شراء المنتجات الغذائية، وإن كان أكثر تأثيراً لدى طلبة الفرقة الأولى بنسبة ١٩,٠١%، وربما يرجع ذلك إلى صغر عمرهم وانخفاض مستواهم التعليمي مقارنة بزملائهم بالفرق الدراسية الأخرى مما يجعلهم ينجذبون أكثر نحو الألوان المستخدمة بالملصقات الغذائية دون معرفة أو تحديد المغزى من وراء استخدام الشركة المنتجة للغذاء للون معين، تليها الفرقة الرابعة بنسبة ١٨,٦٠%، ثم الفرقة الثالثة بنسبة ١٥,٧٠%، ثم الفرقة الثانية بنسبة ١٣,٢٢%، وأخيراً الفرقة الخامسة بنسبة ٠,٤١%.

جدول (٥١) علاقة محل الإقامة بمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها
في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية

النسبة	الإجمالي	جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها				جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها محل الإقامة
		%	لا	%	نعم	
٧٠,٦٦%	١٧١	٢١,٩٠%	٥٣	٤٨,٧٦%	١١٨	الحضر
٢٩,٣٤%	٧١	١١,١٦%	٢٧	١٨,١٨%	٤٤	الريف
١٠٠%	٢٤٢	٣٣,٠٦%	٨٠	٦٦,٩٤%	١٦٢	الإجمالي

وتشير بيانات جدول (٥١) إلى أن متغير محل الإقامة كان ذا تأثير واضح بالنسبة لمدى جاذبية ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها في إقبال الطلبة الذين يعيشون بالحضر على شراء المنتجات الغذائية بنسبة ٤٨,٧٦%، مقابل نسبة ١٨,١٨% لصالح الطلبة الذين يعيشون بالريف.

١٧/٢ - مقترحات الطلبة لزيادة فاعلية الملصقات الغذائية في اختيار المنتجات الغذائية:

وبالرغم من اعتماد طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد على الملصق الغذائي في اختيارهم لمنتج غذائي دون منتج آخر، ولكن كانت لديهم بعض المقترحات لزيادة فاعلية هذه الملصقات، والتي جاء في مقدمتها كما يبين جدول (٥٢) كتابة الملصقات الغذائية بخط واضح وبشكل صحيح بنسبة ١٩,٤٢%، يليه مصداقية الشركات المنتجة للأغذية في كتابة بيانات صحيحة عن الغذاء بالملصق الغذائي في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,٧٠%، بينما جاء مقترح زيادة وعي الطلبة بالنسب الحقيقية لاحتياجات الجسم من العناصر الغذائية في المرتبة الثالثة بنسبة ١١,٩٨%، ثم مقترح رقابة دورية من قبل وزارة الصحة على الشركات المنتجة للأغذية للتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات الفنية في إنتاج وتصنيع الغذاء في المرتبة الرابعة بنسبة

١٠,٧٤%، واحتل مقترح توعية الطلبة بأهمية قراءة الملصقات الغذائية في المرتبة الخامسة بنسبة ٩,٥٠%، في حين جاء مقترح تجنب الأخطاء اللغوية والطباعية في إخراج الملصقات الغذائية في المرتبة السادسة بنسبة ٩,١٠%، ثم مقترح كتابة المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية باللغة العربية في المرتبة السابعة بنسبة ٧,٨٥%، وأخيراً مقترح تبسيط المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية في المرتبة الثامنة بنسبة ٧,٠٣%، في حين أن نسبة ٨,٦٨% لم تقدم أية مقترحات.

جدول (٥٢) مقترحات الطلبة لزيادة فاعلية الملصقات الغذائية

في اختيار المنتجات الغذائية

النسبة	العدد	المقترح
١٩,٤٢%	٤٧	كتابة الملصقات الغذائية بخط واضح وبشكل صحيح
٩,١٠%	٢٢	تجنب الأخطاء اللغوية والطباعية في إخراج الملصقات الغذائية
٧,٠٣%	١٧	تبسيط المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية
١١,٩٨%	٢٩	زيادة وعي الطلبة بالنسب الحقيقية لاحتياجات الجسم من العناصر الغذائية.
١٥,٧٠%	٣٨	مصادقية الشركات المنتجة للأغذية في كتابة بيانات صحيحة عن الغذاء بالملصق الغذائي
١٠,٧٤%	٢٦	رقابة دورية من قبل وزارة الصحة على الشركات المنتجة للأغذية للتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات الفنية في إنتاج وتصنيع الغذاء
٧,٨٥%	١٩	كتابة المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية باللغة العربية
٩,٥٠%	٢٣	توعية الطلبة بأهمية قراءة الملصقات الغذائية
٨,٦٨%	٢١	لم يقترح
١٠٠%	٢٤٢	الإجمالي

ثالثاً: النتائج والتوصيات:

١/٣- أبرز النتائج:

١- ذكرت نسبة ٩٥,٤٥% من طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد أنهم يقومون بشراء المنتجات الغذائية، مقابل نسبة ٤,٥٥% لا يقومون بشراء المنتجات الغذائية.

٢- تباينت معايير اختيار الطلبة لمنتج غذائي دون آخر، والتي جاء في مقدمتها التجربة بنسبة ٤٩,٣٥%، بينما جاءت الماركة في المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٩١%، ثم قراءة الملصقات الغذائية بنسبة ١٤,٢٩%، وسعر المنتج بنسبة ٩,٠٩%، ثم صديقك ذلك عليه بنسبة ٣,٩٠%، وأخيراً الإعلانات بنسبة ٣,٤٦%.

٣- تصدرت شبكة الإنترنت المرتبة الأولى كمصدر للحصول على معلومات عن سلامة الغذاء لدى طلبة جامعة الوادي الجديد بنسبة ٤٢,٥٦%، ثم قراءة الملصق الغذائي بنسبة ٢١,٩٠%، والأصدقاء بنسبة ١٦,١٢%، والبرامج التليفزيونية بنسبة ١٣,٢٢%، وشكلت النشرات، والكتب، والندوات، والدوريات نسباً ضئيلة على الترتيب ١,٦٥%، ١,٢٤%، ٠,٨٣%، ٠,٤١%.

٤- أقرت نسبة ٨٠,٩٩% من طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد أنهم يقرءون الملصقات الغذائية قبل شراء المنتجات الغذائية، مقابل نسبة ١٩,٠١% أقرؤا بعدم قراءتهم للملصقات الغذائية.

٥- ذكرت نسبة ٩٣,٨٠% أن الملصقات الغذائية تؤثر في عملية اختيارهم للمنتجات الغذائية، حيث كان تأثيرها عليهم قوياً بنسبة ٤٩,٥٩%، ومتوسطاً بنسبة ٢٤,٣٨%، وقوياً جداً بنسبة ٢١,٩٠%، وضعيفاً بنسبة ٤,١٣%.

٦- ذكرت نسبة ٩٠,٥٠% من الطلاب أن الملصقات الغذائية أهمية في اختيارهم للمنتجات الغذائية، وكان من أبرز أسباب أهميتها الحفاظ على نظام غذائي صحي ومتزن بنسبة ٤٤,٢٩%، ثم معرفة السعرات الحرارية بنسبة ٢٦,٠٣%، ومعرفة

الكمية التي يمكن تناولها من هذا المنتج الغذائي بنسبة ٢٣,٧٤%، وأسباب أخرى تمثلت في معرفة تاريخ الصلاحية، ومكونات المنتج الغذائي، وطريقة تحضيره بنسبة ٥,٩٤%.

٧- اتفق طلبة المرحلة الجامعية الأولى بجامعة الوادي الجديد على أن السعرات الحرارية أكثر عناصر الملصقات الغذائية تأثيراً في اختياراتهم للمنتجات الغذائية، بينما تمثل العناصر الأخرى مثل الحديد، والكالسيوم، والفوسفور أقل عناصر الملصقات الغذائية تأثيراً عليهم في عملية اختيارهم للمنتجات الغذائية.

٨- يعد تاريخ الصلاحية أبرز وأكثر عناصر الملصق الغذائي فائدة للطلبة، في حين جاءت الشركة المنتجة (المصنع المنتج) أقل عناصر الملصق الغذائي فائدة للطلبة.

٩- أقرت نسبة ٦٠,٧٤% من الطلبة بتناسب نوع الخط وبنطه المستخدم في الملصقات الغذائية، ونسبة ٧١,٩٠% بأن الألوان المستخدمة بالملصقات الغذائية مناسبة، كما ذكرت نسبة ٦٦,٩٤% أن ألوان الملصقات الغذائية وإخراجها لها جاذبية في الإقبال على شراء المنتجات الغذائية.

١٠- تتلخص أبرز مقترحات الطلبة لزيادة فاعلية الملصقات الغذائية في اختيارهم للمنتجات الغذائية في كتابة الملصقات الغذائية بخط واضح وبشكل صحيح بنسبة ١٩,٤٢%، ومصادقية الشركات المنتجة للأغذية في كتابة بيانات صحيحة عن الغذاء بالملصق الغذائي بنسبة ١٥,٧٠%، وزيادة وعي الطلبة بالنسب الحقيقية لاحتياجات الجسم من العناصر الغذائية بنسبة ١١,٩٨%، ورقابة دورية من قبل وزارة الصحة على الشركات المنتجة للأغذية للتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات الفنية في إنتاج وتصنيع الغذاء بنسبة ١٠,٧٤%، وتوعية الطلبة بأهمية قراءة الملصقات الغذائية بنسبة ٩,٥٠%، ثم تجنب الأخطاء اللغوية والطباعية في إخراج الملصقات الغذائية بنسبة ٩,١٠%، وكتابة المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية باللغة العربية بنسبة ٧,٨٥%، وأخيراً تبسيط المعلومات الواردة بالملصقات الغذائية بنسبة ٧,٠٣%.

٢/٣- أبرز التوصيات:

- ١- يجب أن تكون الملصقات مصنوعة من مواد لا تلوث الغذاء، إذا كان هناك احتمال أن الورقة، أو الحبر، أو المادة اللاصقة من الملصق سوف تلمس المنتج أو تخترق العبوة، يجب أن تكون هذه المواد آمنة للاستخدام الغذائي.
- ٢- قيام الهيئة القومية لسلامة الغذاء بوضع برامج مستمرة لتدريب العاملين بقطاع ضبط الجودة والتفتيش والفحص لمواكبة أحدث المعايير العالمية في مراقبة جودة وسلامة الغذاء، ومراجعة كافة البيانات والمعلومات الواردة بالملصقات الغذائية، والتأكد من مدى صحتها ومطابقتها للمعايير والمواصفات العالمية.
- ٣- إجراء المزيد من البحوث والدراسات التطبيقية للتعرف على المشكلات الصحية، وأسبابها، وتأثيراتها المرتبطة بالغذاء.
- ٤- تخصيص برامج بالقنوات التليفزيونية الإقليمية، والفضائية، والإذاعية تتناول كل ما يتعلق بالغذاء الصحي، والملصقات الغذائية من حيث مفهومها، وأهميتها، وكيفية قراءتها، وتفسير ما يرد بها من معلومات غذائية.
- ٥- عقد العديد من الندوات التثقيفية، وورش العمل بالجامعات بشأن توعية الطلاب صحياً، بحيث تكون هذه الندوات التثقيفية قادرة على نقل المبادئ الخاصة بسلامة الأغذية بكفاءة إلى الطلاب.
- ٦- إعداد دراسة ببلوجرافية ببليومترية بالإنتاج الفكري المنشور عن الغذاء وصحة الإنسان.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

- (١) ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (2000) لسان العرب. ط ١. - مج ٩. - بيروت: دار صادر.
- (٢) إبراهيم، ميادة الشوافي عوض. (2007) وعي المرأة الريفية بالغذاء الصحي في بعض قرى محافظة كفر الشيخ. - أطروحة ماجستير جامعة الأزهر: كلية الاقتصاد المنزلي.
- (٣) أبو النجا، محمد عبدالعظيم. (2008) إدارة التسويق: مدخل معاصر، ط ١. الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- (٤) أبو زهرة، محمد. (2019, 4 8). إحصائية رسمية ٧٥% من المصريين مصابون بالسمنة و ١٠ ملايين بالضغط Retrieved from جريدة النهار :
<https://www.annahar.com/arabic/article/958343-%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%B1%D8%B3%D9%85%D9%8A%D8%A9-75-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D9%8A%D9%86-%D9%85%D8%B5%D8%A7%D8%A8%D9%88%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%85%D9>
- (٥) الجندي، محمد ممتاز. (1976). الغذاء والتغذية. القاهرة: مطابع الدجوي.
- (٦) المهيزع، إبراهيم سعد. (n.d.). الغذاء وأهميته لجسم الإنسان مجلة العلوم والتقنية. - ع ١٠ (ربيع الآخر ١٤١٠هـ). - الرياض: مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية، ص ٨ - ١٠.
- (٧) النجار، أنس إبراهيم حسني. (2018) دور الرسوم في تصميم عبوات المنتجات الغذائية في الأردن. أطروحة ماجستير جامعة الشرق الأوسط: كلية العمارة والتصميم.
- (٨) إمبابي، سارة 420. (2019, 6 7) أُلِفَ حالة وفاة سنويا بسبب التسمم الغذائي في العالم . Retrieved from بوابة الأهرام :
<https://gate.ahram.org.eg/News/2221300.aspx>
- (٩) باجابر، عدنان بن سالم (١٤٣٣هـ) البطاقة الغذائية دليلك للحمية الصحية، ط ١ جامعة الملك سعود: الجمعية السعودية للغذاء والتغذية.
- (١٠) حمزاوي، لطفي فهمي علي، وعلي، علي عبد العزيز. (2007) إدارة الجودة والأمان الغذائي. كلية الزراعة: جامعة عين شمس.

- ١٢) جامعة الدول العربية. (2006) دليل نظم وتشريعات الرقابة على سلامة الأغذية وحماية المستهلك في الوطن العربي. الخرطوم: الجامعة- المنظمة العربية للتنمية الزراعية.
- ١٣) طياش، نوال. (1976) الغذاء والتغذية. الإسكندرية. [د.ن].
- ١٤) ظاهر، عامر عبدالرحمن الشيخ. (2017) صحة الغذاء. جامعة بغداد : كلية الزراعة - قسم علوم الأغذية.
- ١٥) عبده، عزة جمال الدين عبدالرازق. (2008) دور البطاقة الغذائية في اختيار وتداول الأغذية المعبأة وتقييمها ميكروبيولوجيا لدى أعضاء هيئة التدريس والعاملين بجامعة الإسكندرية.- أطروحة دكتوراه جامعة الإسكندرية: كلية الزراعة.
- ١٦) عبو، فرج. (1982). علم عناصر الفن. إيطاليا: دار دلفين.
- ١٧) فؤاد، نبيل أحمد، وفتحي، لينا عماد. (2012). توظيف الصورة الرقمية في تصاميم الملصق الغذائي مجلة الأكاديمي. ع ٦٢ (أبريل ٢٠٢٢). 139 - 152 ,
- ١٨) مسلم، طاهر عيد. (2002). عبقرية الصورة والمكان: التعبير، التأويل، النقد. عمان: دار الشروق.
- ١٩) مصر (قوانين). (2017). قانون الهيئة القومية لسلامة الغذاء. الجريدة الرسمية. س ٦٠، ع ١. القاهرة: الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية. ص ١ - ٢٦.
- ٢٠) مصر- وزارة الصحة. (2021, 4 30). الأمراض غير السارية. Retrieved from حملة ١٠٠ مليون صحة :
- <http://www.stophecv eg/page/p/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%B1%D8%A7%D8%B6-%D8%BA%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9>
- ٢١) مواصفة رقم ١٥٤٦ / ٢٠٠٧م. ق. (2007). الخاصة ببيانات بطاقات منتجات المواد الغذائية المعبأة مصر: الهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة.

□ ثانيًا: المصادر والمراجع الأجنبية:

- 1) Alexandru Mihai Grumezescu, A. M. (2018). Food Poisoning and Intoxication: A Global Leading Concern for Human Health. In *Food Safety and Preservation: Modern Biological Approaches to Improving Consumer Health* (pp. 307 - 352). london: Academic Press.
- 2) Deselnicu, O. C. (2012). *the value and role of food labels: three essays xamining information flows in the food system for experience and credence*

- attributes.- PH. D. thesis.-* Colorado State University: Department of Agricultural and Resource Economics.
- 3) Elise Golan, Fred Kuchler, and Lorraine Mitchell with contributions from Cathy Greene and Amber Jessup. (2000). *Economics of Food Labeling*. Department of Agriculture, Agricultural Economic Report No. 793.: U.S.
 - 4) Ellis, S. (2007). *Consumer use and interpretation of trans fat information on food labels.- Master.-* . Mount Saint Vincent University:: Department of Applied Human Nutrition .
 - 5) Feona, H. (1990). *Information publicity and marketing ideas for the information profession*. London: Gover publishing company limited,.
 - 6) Hawkes, C. (2010). Government and voluntary policies on nutrition labelling: a global overview. In J. Albert, *Innovations in food labelling* (pp. 37 - 58). USA: The Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Limited .
 - 7) Hussin, E. M. (2019). *Nutrition Education Intervention to Promote Food Label Knowledge, Attitude and Practice among Secondary School Students in Giza Governorate.- Master Thesis*. Ain Shams University: Faculty of Medicine.
 - 8) Jauregui, C. E. (2007). *Consumers use of food Labels: An Application of ordered probit models, P. HD. Thesis* . University of Florida: Graduate School .
 - 9) Nations, F. a. (2016). *Handbook on food Labelling to protect Consumers* . Rome: FAO.
 - 10) phares, C. m. (1998). *Assessment of food label fat knowledge among women 60 years older. master thesis*. California state university: long beach.
 - 11) Randell, A. W. (2010). The Codex Alimentarius and food labelling: delivering consumer protection. In J. Albert, *Innovations in food labelling* (pp. 5 - 16). USA: The Food and Agriculture Organization of the United Nations and Woodhead Publishing Limited.
 - 12) turner, A. (1995). Prepacked food labelling: past, present and future. *British food journal*, vol. 97, no. 5 (June 1995), p. 23.
 - 13) Wong, B. (2009). *Color Psychology in Design* . New York: Shine Print.