

الفصل الخامس

٥/٠ استخلاصات وتوصيات البحث

١/٥ استخلاصات البحث.

٢/٥ توصيات البحث.

الفصل الخامس

٥/٠ استخلاصات وتوصيات البحث

١/٥ استخلاصات البحث:

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء المنهج المستخدم وفي حدود العينة وأداة جمع البيانات؛ يستخلص الباحث ما يلي:

١/١/٥ مفهوم الترويج

إدراك طلاب جامعة المنصورة لمفهوم الترويج حيث أوضحت الدراسة تقارب إدراك الطلاب بشكل عام لمفهوم الترويج، وإن طلاب الكليات العملية المقيمين بالحضر أكثر إدراكاً لمفهوم الترويج من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

٢/١/٥ أهداف ومميزات الترويج

إدراك طلاب جامعة المنصورة لأهداف ومميزات الترويج، حيث أوضحت الدراسة معرفة الطلاب بشكل عام لأهداف ومميزات الترويج الذي حددها المقياس، وأن طلاب الكليات العملية المقيمين بالريف والحضر أكثر إدراكاً لأهداف ومميزات الترويج من طلاب الكليات النظرية.

٣/١/٥ الأنشطة الترويجية المختلفة بالجامعة

إدراك طلاب جامعة المنصورة للأنشطة الترويجية وأنواعها بشكل عام، حيث أوضحت الدراسة أن أكثر نشاط إدراكاً من الأنشطة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة هو الترويج الرياضي، بينما أقل نشاط إدراكاً من الأنشطة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة هو الترويج الفني.

اختلاف إدراك الأنشطة الترويجية بين الطلبة والطالبات بجامعة المنصورة لصالح الطالبات، وطلاب الكليات النظرية والعملية بجامعة المنصورة لصالح طلاب الكليات العملية ما عدا الترويج الفني، وبين الطلاب المقيمين بالحضر والريف بجامعة المنصورة لصالح الطلاب المقيمين بالحضر ما عدا الترويج الثقافي.

إدراك طلاب الكليات العملية المقيمين بالريف للترويج (الثقافي، الرياضي، الاجتماعي، خدمة عامة وجوالة) من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى. وإدراك طلاب الكليات النظرية المقيمين بالحضر للترويج الفني من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

إدراك طلاب كليات (التربية، التمريض، التربية النوعية) للأنشطة الترويحية هو الأعلى، بينما إدراك طلاب كليات (الحقوق، الطب البيطري) للأنشطة الترويحية هو الأقل.

٤/١/٥ الإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية

إدراك طلاب جامعة المنصورة لأهمية الاستفادة من إمكانيات ممارسة الأنشطة الترويحية، حيث أوضحت الدراسة تقارب استفادة طلاب الجامعة لإمكانيات ممارسة الأنشطة الترويحية التي تقدمها جامعة المنصورة، وأن طلاب الكليات العملية المقيمين بالحضر أكثر إدراكاً للإمكانيات اللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

أدرك الطلاب أن أعلى المنشآت الترويحية اللازم توافرها لطلاب الجامعة هي (الملاعب المتنوعة)، بينما أقل المنشآت الترويحية اللازم توافرها لطلاب الجامعة هي (وحدات ذات الطابع الخاص).

٥/١/٥ مصادر الثقافة الترويحية

أكثر المصادر الثقافية التي يستفيد منها طلاب جامعة المنصورة هي (الإنترنت، التلفزيون) ، حيث أوضحت الدراسة أن مصادر الثقافة الترويحية لطلاب الجامعة وفقاً لأكثرهم استفادة في ثقافة الأنشطة الترويحية، كالاتي: (الإنترنت، التلفزيون، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الراديو، الأهل والأقارب، النشرات والملصقات، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

اختلفت مصادر الثقافة الترويحية بالنسبة لطلاب جامعة المنصورة وفقاً للنوع والتخصص والإقامة، حيث جاء (الإنترنت) في المرتبة الأولى لدى الطلبة (الذكور) وطلاب الكليات العملية والطلاب المقيمين بالحضر، في حين جاء (التلفزيون) في المرتبة الأولى لدى الطالبات (الإناث) وطلاب الكليات النظرية والطلاب المقيمين بالريف.

أجمع الطلاب وفقاً للنوع والتخصص والإقامة على أن أقل مصدر من مصادر الثقافة الترويحية بالنسبة لهم هو (الأخصائي الترويحي).

٢/٥ توصيات البحث:

في ضوء المنهج المستخدم وهدف البحث وفي إطار العينة التي تم إجراء الدراسة عليها، يتقدم الباحث بالتوصيات التالية والناבעة من الاستخلاصات التي تم التوصل إليها من خلال عرض وتفسير ومناقشة النتائج:

- الاستناد على النتائج التي تحصل عليها كل كلية في كل بعد لتطوير مستوى ثقافة الطلاب الترويحية على هذا البعد.
- تنفيذ المقياس على مستوى إدارة رعاية الشباب بالجامعة، رعاية الشباب بالكليات ورعاية الشباب بالكليات المتخصصة.
- قيام الجامعة والكليات بتنظيم ندوات ومؤتمرات ثقافية عن الأنشطة الترويحية للطلاب وأولياء الأمور لتبين لهم الأثر الإيجابي لهذه الأنشطة وأهمية ممارسة الأنشطة على التحصيل الدراسي لدي الطلاب.
- زيادة اهتمام إدارة رعاية الشباب بالإعلان والدعاية داخل الجامعة (نشرات، كتيبات، لافتات، إعلانات) وفي محيطها عن الأنشطة الترويحية وذلك في موعد مبكر عن بدء الأنشطة الطلابية المختلفة، مما يتيح فرص المشاهدة لأنشطتها من قبل الطلاب.
- الاهتمام بتنسيق العلاقات بين الجامعة ومؤسسات الأنشطة الأخرى في المجتمع حتى يمكن تبادل الخبرات والإفادة من الإمكانيات المتاحة لهذه المؤسسات لصالح الطلاب.
- ضرورة وجود الكوادر المدربة والمؤهلة التي تتناسب أعداد الطلاب المترددين على ممارسة الأنشطة الترويحية المختلفة، وعمل دورات صقل لمشرفي الأنشطة الطلابية بالجامعة.
- توفير المنشآت والأدوات والأجهزة المرتبطة بالأنشطة الترويحية المختلفة، وذلك من قبل المسؤولين عن الجامعة، مما يُتيح الفرص للطلاب من ممارسة أوجه النشاط التي يميلون إلى ممارستها، وخاصة أنشطة الترويح الرياضي والفني.
- إدراج مادة الثقافة الترويحية ضمن متطلبات الجامعة، على أن يخصص لها ساعتان معتمدتان في جميع الكليات مثل مادة حقوق الإنسان.
- تشجيع أساتذة الجامعات المتخصصين للقيام بتأليف عدة مؤلفات عن ثقافة الترويح وأساليب الاستفادة من وقت الفراغ بالأنشطة الترويحية، حيث ما هو متوفر منها يحتاج إلى تدعيم.

- تشجيع أعضاء هيئة التدريس بالجامعة وكذلك جميع العاملين فيها على مشاركة الطلاب في أنشطة الترويج عامة، حيث سيؤدي ذلك إلى تعميم مجال الاستفادة ورفع الوعي الثقافي الترويجي لدى الجميع.

توجهات خاصة بالدراسات والبحوث المستقبلية في مجال تقويم الثقافة الترويجية:

- بناء مقاييس لتقويم ثقافة الأنشطة الترويجية كل على حد وفقاً للنوع والتخصص والإقامة والسن.
- بناء برامج لتطوير الثقافة الترويجية لطلاب الجامعة.
- إجراء دراسة مقارنة بين الجامعات المصرية في تقويم ثقافة الأنشطة الترويجية.
- بناء مقاييس لتقويم ثقافة الأنشطة الترويجية في المرحلة الثانوية.
- بناء معايير للمقارنة بين الكليات المختلفة استناداً إلى نتائج هذه الدراسة تتناسب مع التطور اللازم لمشاركة الأفراد في الأنشطة الترويجية المختلفة.