

الفصل الرابع

عرض وتفسير ومناقشة النتائج

تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي.

معايير بناء برامج الترويج الخلوي.

المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي.

معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي.

الفصل الرابع

عرض وتفسير ومناقشة النتائج

في حدود منهج وإجراءات هذا البحث، يعرض الباحث ما توصل إليه من نتائج مصنفة وفقاً للأهداف على النحو التالي:

١. تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٢. معايير بناء برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٣. المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٤. معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.

مع مراعاة أن يتم العرض لكل هدف على النحو التالي:

تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي.

- ١- المقارنة بين الطلبة والطالبات _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٢- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات العملية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٣- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات النظرية - عينة البحث - جامعة المنصورة
- ٤- المقارنة بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٥- المقارنة بين طالبات الكليات العملية وطالبات الكليات النظرية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٦- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية عينة البحث - جامعة المنصورة.

- نتائج المحور الأول :-
 - أهداف برامج الترويج الخلوي وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترجيحية و النسبة المئوية لأراء الطلبة و الطالبات فى المحور الأول :-
 جدول (١٤)

الدرجة الترجيحية و النسبة المئوية و كآ لأراء الطلبة و الطالبات فى المحور الأول

الطالبات		الطلبة					نوع الهدف	م	
درجة ترجيحية	لا	إلى حدما	نعم	النسبة المئوية	درجة ترجيحية	لا			إلى حدما
٦٨٨	٦	٥٠	١٩٤	٪٢٧,٩	٦٩٣	٨	٤١	٢٠١	١ إشباع الدافع للحركة.
٦١٥	١٣	١٠٩	١٢٨	٪٨٢,٤	٦١٨	١٩	٩٤	١٣٧	٢ تنمية اللياقة البدنية.
٥٧٢	٤٦	٨٦	١١٨	٪٧٩,٧	٥٩٨	٤٠	٧٢	١٣٨	٣ تجديد نشاط وحيوية الجسم.
٥٨٢	٢٦	١١٦	١٠٨	٪٨٠,١	٦٠١	٢٦	٩٧	١٢٧	٤ زيادة كفاءة الجهاز الدوري و الجهاز التنفسي.
٥٤٨	٤٧	١٠٨	٩٥	٪٧٥,٣	٥٦٥	٤٣	٩٩	١٠٨	٥ الاسترخاء العضلي و العصبى.
٥٠٧	٦١	١٢١	٦٨	٪٧٣,٦	٥٥٢	٤٨	١٠٢	١٠٠	٦ الوقاية من الأمراض.
٥٦٦	٣٨	١٠٨	١٠٤	٪٧٧,٦	٥٨٢	٤١	٨٦	١٢٣	٧ إشباع حب الاستطلاع من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.
٥٦٠	٣٥	١٢٠	٩٥	٪٧٥,٩	٥٦٩	٣٤	١١٣	١٠٣	٨ تنمية الخبرات المرتبطة بالبيئة و الطبيعة.
٥٨١	٣٩	٩١	١٢٠	٪٧٥,١	٥٦٣	٤٢	١٠٣	١٠٥	٩ التعرف على العديد من مناشط الخلاء.
٥٥٢	٤٧	١٠٤	٩٩	٪٧٦,٠	٥٧٠	٤١	٩٨	١١١	١٠ التعرف على عوامل الأمان و السلامة المرتبطة بمناشط الخلاء.
٥٦٦	٤٥	٩٤	١١١	٪٧٦,٩	٥٧٧	٤٦	٨١	١٢٣	١١ التزود بثقافة الترويج الخلوي.
٥٥٠	٥٢	٩٦	١٠٢	٪٧٦,٠	٥٧٠	٤٦	٨٨	١١٦	١٢ التدريب على المعيشة فى الخلاء.
٥٧٩	٣٨	٩٥	١١٧	٪٧٧,٣	٥٨٠	٥٠	٧٠	١٣٠	١٣ تهيئة الفرص لتعلم مناشط الترويج الخلوي.
٥٥٦	٤٣	١٠٨	٩٩	٪٧٨,٣	٥٨٧	٢٨	١٠٧	١١٥	١٤ فهم أفضل للبيئة المحيطة.
٥٥٧	٥٠	٩٣	١٠٧	٪٧٥,٩	٥٦٩	٤٤	٩٣	١١٣	١٥ تدعيم مفهوم الذات.

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لأراء الطلبة والطالبات في المحور الأول
تابع جدول (١٤)

الطلاب				الطلاب				نوع الهدف	م
النسبة المئوية	درجة ترجيحية	لا	إلى حدما	نعم	النسبة المئوية	درجة ترجيحية	لا		
%٧٣,٥	٥٥١	٤٦	١٠٧	٩٧	٥٤٧	٥٤٧	٤٦	١٦ تحقيق النضج العاطفي من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناسبات الترويج الخوى.	
%٧٥,٩	٥٦٩	٣٦	١٠٩	١٠٥	٥٩٠	٥٩٠	٣٣	١٧ الرضا النفسي.	
%٧٨,٠	٥٨٥	٣٦	٩٣	١٢١	٥٨٧	٥٨٧	٣٢	١٨ إشباع الميل للمناقسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة.	
%٨٠,٣	٦٠٢	٢٨	٩٢	١٣٠	٥٧٤	٥٧٤	٤٢	١٩ إشباع الرغبة للعودة إلى الطبيعة.	
%٧٨,٤	٥٨٨	٣٩	٨٤	١٢٧	٥٨١	٥٨١	٢٩	٢٠ التخلص من التوتر النفسي والعصبي الناتج عن ضغوط الدراسة.	
%٧٨,٣	٥٨٧	١٨	١٢٧	١٠٥	٥٨٦	٥٨٦	٣٤	٢١ الاستمتاع بمناسبات الحياة الخوية.	
%٧٧,٢	٥٧٩	٣٦	٩٩	١١٥	٦٠١	٦٠١	٣٥	٢٢ التمتع بجمال الطبيعة والمحافظة عليها.	
%٧٤,٨	٥٦١	٤٣	١٠٣	١٠٤	٥٥٨	٥٥٨	٤٥	٢٣ إشباع الميل للمشاركة في نمط وأسلوب جديد للحياة	
%٧٥,١	٥٦٣	٤١	١٠٥	١٠٤	٥٧٧	٥٧٧	٤٠	٢٤ إشباع الحاجة للانتقاء مع أفراد أو جماعات من نوى الميول والاهتمامات المشتركة.	
%٧٤,٨	٥٦١	٤٨	٩٣	١٠٩	٥٧١	٥٧١	٤٥	٢٥ إشباع الميل للمغامرة والمخاطرة.	
%٧٦,٤	٥٧٣	٣٦	١٠٥	١٠٩	٥٨٥	٥٨٥	٢٦	٢٦ الاتصال الفعال والمستمر بين المشاركين في البرامج.	
%٨٠,٧	٦٠٥	٣٤	٧٧	١٣٩	٦٠٠	٦٠٠	٣٩	٢٧ تدريب وتأهيل الطلاب وتطوير طاقاتهم لخدمة البيئة والمجتمع.	

قيمة كآ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (١٤) يتضم أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأهم أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هي (إشباع الدافع للحركة وتنمية اللياقة البدنية) بنسبة مئوية (٩٢,٤ % ، ٨٢,٤ %) و (٩١,٧ % ، ٨٢,٠ %) على التوالى ويرجع ذلك إلى انه في ظل التقدم العلمى والتكنولوجى والمدنية الحديثة نجد أن الآلة حلت محل الإنسان في كثير من مواقع العمل والإنتاج مما أدى إلى نقص الحركة التى تشبعها برامج الترويح الخلوي والتي تمارس مناشطها في أحضان الطبيعة، وانه من خلال برامج الترويح الخلوي تشبع المشاركة طبيعته الفطرية وهى حب الحركة والتنقل في أحضان الطبيعة وبرامج الترويح الخلوي بالجامعة هي المتنافس الحقيقى لإشباع الحركة واكتساب الصحة والقوام الجيد لديهم .

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "ستيورات Stewart-WP" وآخرون (١٩٩٦) (٦٤) إلى أن الراحة الجسدية واللياقة البدنية والقوام السليم من أهم الفوائد والخبرات المكتسبة من الترويح الخلوي.

وتوضح نتائج دراسة "جوردان Jordan" ، و"ديب Deb" (١٩٩٨) (٥٧) أن رغبة الفتيات في التواجد في الخلاء هي الحركة نظرا لزيادة أوزانهم. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "كلاى جى Clay -G" (١٩٩٩) (٤٤) التى تشير إلى أن الأنشطة الخلوية التى تمارس في الخلاء تساعد على تنمية اللياقة البدنية واكتساب المهارات والفوائد المختلفة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "تارانت Tarrant" وآخرون (١٩٩٤) (٦٧) التى تشير إلى أن العامل النفسى عندما يكون ايجابى يساعد على استرجاع الخبرات السابقة وعندما يكون غير ايجابى يقلل من استعادة الخبرات السابقة. كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة "أندرسون Anderson" وآخرون (٢٠٠٠) (٤٠) التى تشير إلى أن من أهم دوافع المشاركة في مناشط الترويح الخلوي تنمية اللياقة البدنية والحركة.

وتشير نتائج دراسة "ايورت Ewert"، وآخرون (٢٠٠٠) (٤٨) إلى أهمية إتقان خبرات الخلاء وتنمية اللياقة البدنية والقيادة والتبعية.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "ملهولاند Mulholland"، وآخرون (٢٠٠٣) (٦١) التى تشير إلى أن ممارسة المناشط الخلوية تساعد على زيادة العلاقات الايجابية بين الطلاب وإحساس كبير بالكفاءة والأهلية البدنية وتزايد الثقة بالنفس .

وتوضح تهانى عبد السلام (٣: ١١٥) أن الدافع للحركة والنشاط يعتبر دافعا أساسيا لجميع الأفراد ويزداد فى الأهمية لدى الصغار والكبار والغرض الحركى أساس النشاط البدنى فى البرنامج الترويحى.

بينما كانت اقل نسبة فى رأى الطلبة فيما يرتبط باقل أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هى (تحقيق النضج العاطفى من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناشط الترويح الخلوى) بنسبة مئوية (٧٢,٩%) بينما كانت اقل نسبة فى رأى الطالبات فيما يرتبط باقل أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هى (الوقاية من الأمراض) بنسبة مئوية (٦٧,٦%).

و يتفق ذلك مع نتائج دراسة "أندرسون Anderson" وآخرون (٢٠٠٠)(٤٠) التى تشير إلى أن من اقل دوافع المشاركة هى الوقاية من الأمراض والتغلب على الميول العدوانية.

ويختلف ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣: ١١٩ - ١٢٠) أن النشاط الترويحى يعمل على تنمية النضج العاطفى من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناشط الترويح بالإضافة إلى التخلص من كثير من الأمراض ويشير محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز (٢٤: ١١٠) إلى أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويح الخلوى هو توفير عوامل الأمن والسلامة للوقاية من كثير من الأمراض.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الأول من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هى أهداف برامج الترويح الخلوى وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الأول :-

- أهداف برامج الترويج الخلوي وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة.
١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

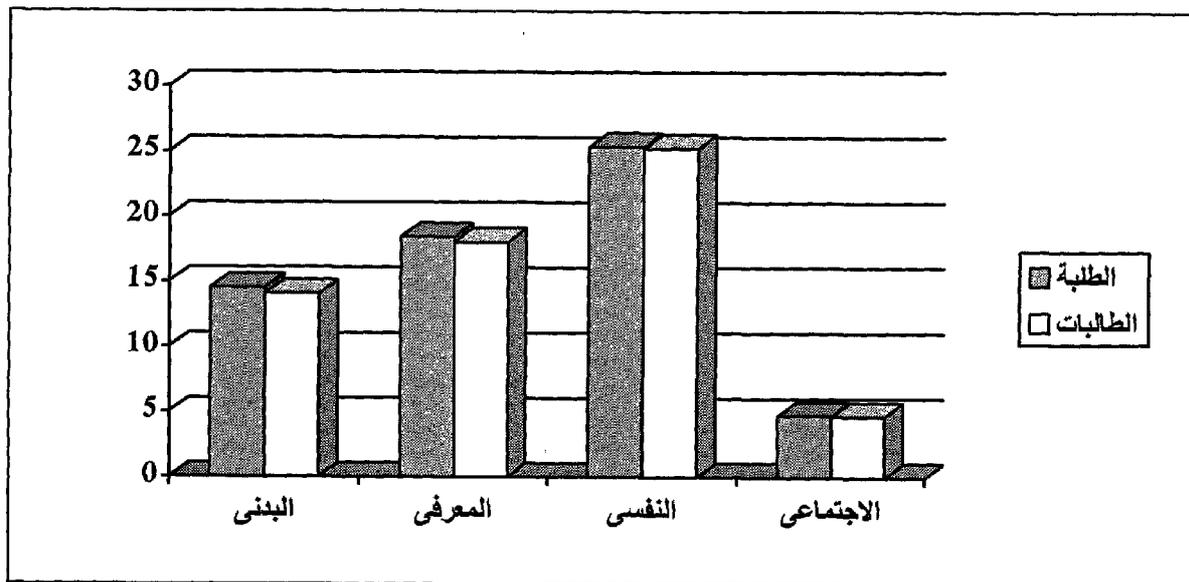
جدول (١٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الاهداف	الطلبة ن = ٢٥٠		الطالبات ن = ٢٥٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
البدنى (عبارات من ١-٦)	١٤,٥٠	٢,٠٠	١٤,٠٥	١,٧٩٥	*٢,٦٥٩
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٤٢٤	٢,٥٣٥	١٨,٠٠٨	٢,٣٠٥	١,٩١٩
النفسى (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٣٤٨	٢,٨٥٠	٢٥,٢٢٨	٢,٥٧٤	٠,٤٩٤
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٤٤	١,٠٥٢	٤,٧٠٨	١,٠٤٨	٠,٣٨٣

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق الجانب البدنى لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن الجانب البدنى يحقق متطلبات الطلبة أكثر من الطالبات لذا يجب مراعاة المحتوى البدنى ببرامج الترويج الخلوى بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة والطالبات فى المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٠) متوسط درجات آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

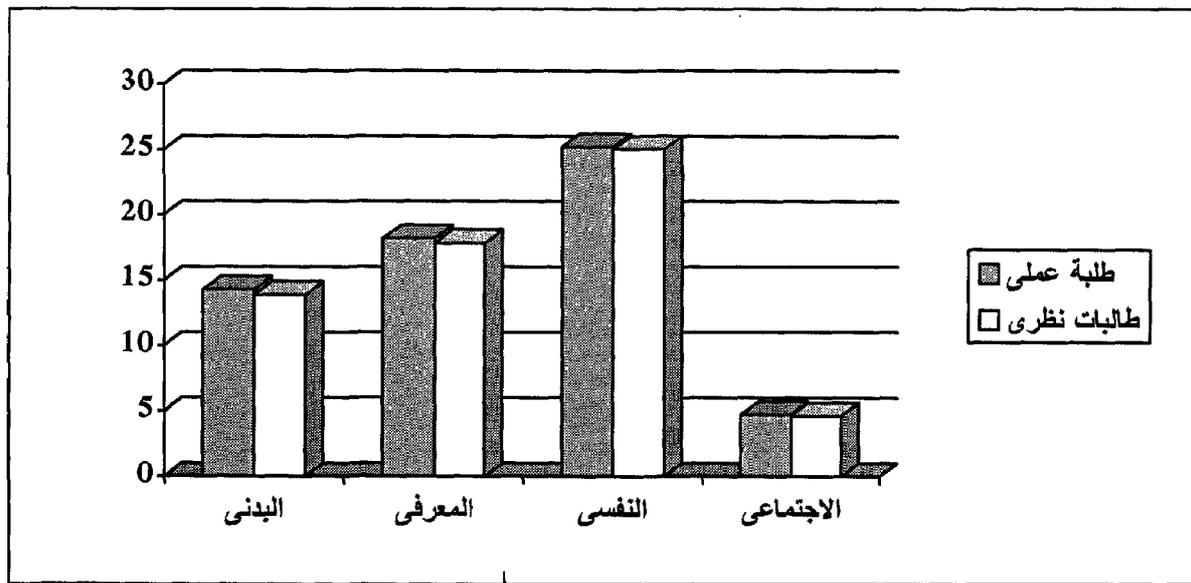
جدول (١٦)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٣٦٠)

قيمة (ت)	الطالبات ن=١٨٠		الطلبة ن = ١٨٠		الأهداف
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	
*٢,١١٩	١,٧٨٠	١٣,٨٧٧	١,٨٩٨	١٤,٢٨٨	البدني (عبارات من ١-٦)
١,٥٤٧	٢,٣٧٤	١٧,٨١٦	٢,٥٢٨	١٨,٢١٦	المعرفى(عبارات من ٧-١٥)
٠,٦١٨	٢,٥١٦	٢٥,٠٣٣	٢,٩٢٧	٢٥,٢١١	النفسي(عبارات من ١٦-٢٥)
٠,٦٧٦	١,١٠٨	٤,٦٦٦	١,٠٧٣	٤,٧٤٤	الاجتماعى(عبارات من ٢٦-٢٧)

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق الجانب البدني لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدني يحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات في المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١١) متوسط درجات آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٣- دلالة الفروق بين آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق برامج الترويج الخلي لأهدافها.

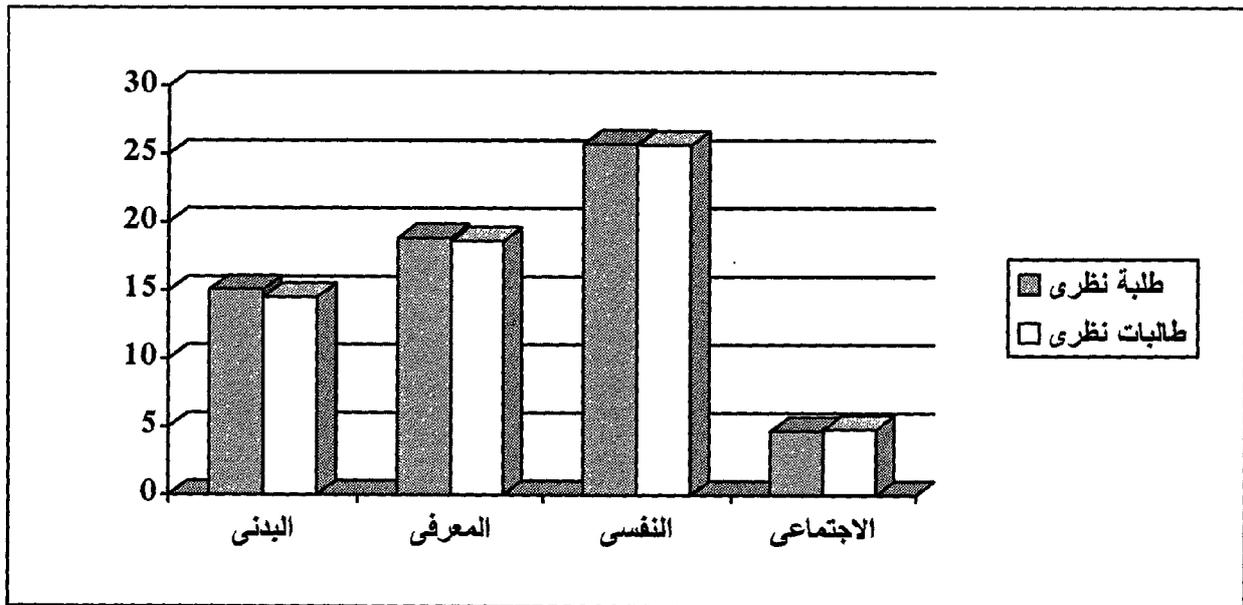
جدول (١٧)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلي بجامعة المنصورة (ن=١٤٠)

الاهداف	الطلبة ن = ٧٠		التالبات ن = ٧٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
البدى (عبارات من ١-٦)	١٥,٠٧١	١,٨٩١	١٤,٤٨٥	٢,٠٤٨	١,٧٥٨
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٨٤٢	٢,٥٥٧	١٨,٦١٤	١,٩٩٤	٠,٥٩٠
النفسى (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٧٥٧	٢,٦٧٢	٢٥,٦٧١	٢,٦٢٥	٠,١٩١
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٢٨	٠,٩٦١	٤,٨٢٨	٠,٩١٦	٠,٦٦١

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٩

يتضح من جدول (١٧) توجد فروق غير دالة إحصائيا بين متوسط آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في المتغيرات البدىة و المعرفية و النفسية و الاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٢) متوسط درجات آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلي بجامعة المنصورة

٤- دلالة الفروق بين آراء طلبة الكليات العملية والكليات النظرية في تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

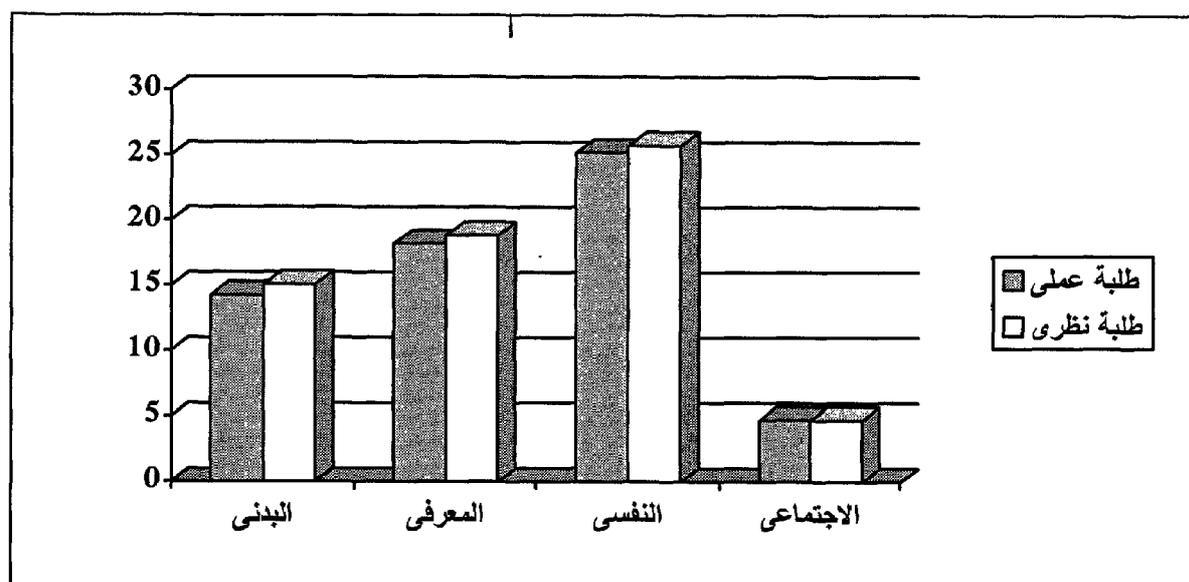
جدول (١٨)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطلبة نظري ن=٧٠		الطلبة عملي ن=١٨٠		الأهداف
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٩٣٠	١,٨٩١	١٥,٠٧١	١,٨٩٨	١٤,٢٨٨	البدني (عبارات من ١-٦)
١,٧٥٢	٢,٥٥٧	١٨,٨٤٢	٢,٥٢٨	١٨,٢١٦	المعرفي (عبارات من ٧-١٥)
١,٣٥٦	٢,٦٧٢	٢٥,٧٥٧	٢,٩٢٧	٢٥,٢١١	النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)
٠,١٠٨	٠,٩٦١	٤,٧٢٨	١,٠٧٣	٤,٧٤٤	الاجتماعي (عبارات من ٢٦-٢٧)

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط آراء طلبة الكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدني لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طلبة الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدني يحقق متطلبات طلبة الكليات النظرية أكثر من طلبة الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الطلاب فى المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٣) متوسط درجات آراء طلبة الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٥- دلالة الفروق بين آراء طالبات الكليات العملية و الكليات النظرية في تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

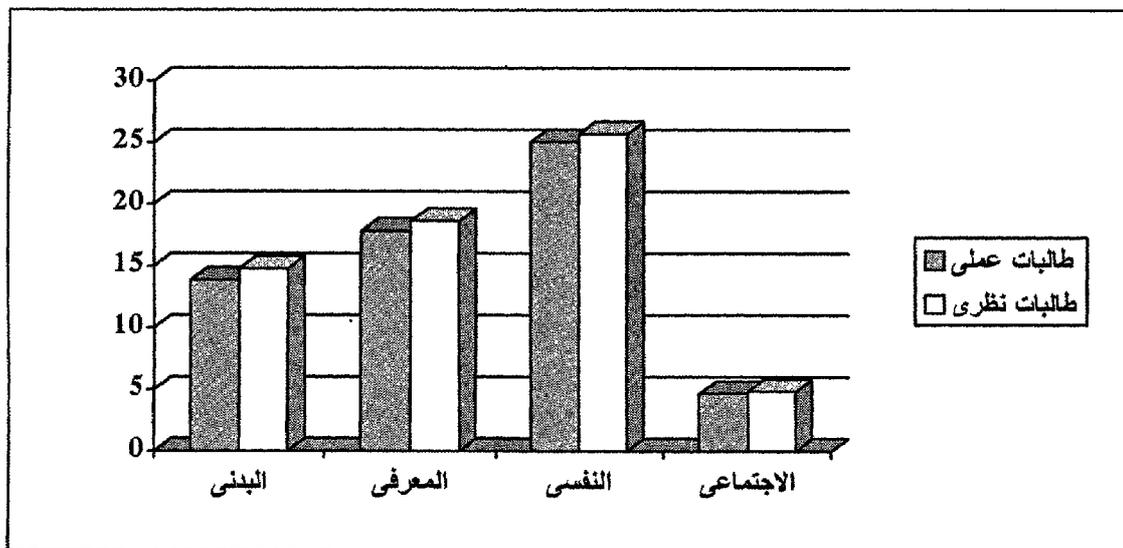
جدول (١٩)

الفروق بين متوسطى آراء طالبات الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظري ن=٧٠		الطالبات عملي ن=١٨٠		الأهداف
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٣٢٢	٢,٠٤٨	١٤,٧٨٥	١,٧٨٠	١٣,٨٧٧	البدني (عبارات من ١-٦)
*٢,٤٨٩	١,٩٩٤	١٨,٦١٤	٢,٣٧٤	١٧,٨١٦	المعرفي (عبارات من ٧-١٥)
١,٧٧٨	٢,٦٢٥	٢٥,٦٧١	٢,٥١٦	٢٥,٠٣٣	النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)
١,٠٨٦	٠,٩١٦	٤,٨٢٨	١,١٠٨	٤,٦٦٦	الاجتماعي (عبارات من ٢٦-٢٧)

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٩) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط آراء طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدني و المعرفي لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن الجانب البدني و المعرفي يحقق متطلبات طالبات الكليات النظرية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني و المعرفي ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التي ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الطلاب فى المتغيرات النفسية و الاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٤) متوسط درجات آراء طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٦- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

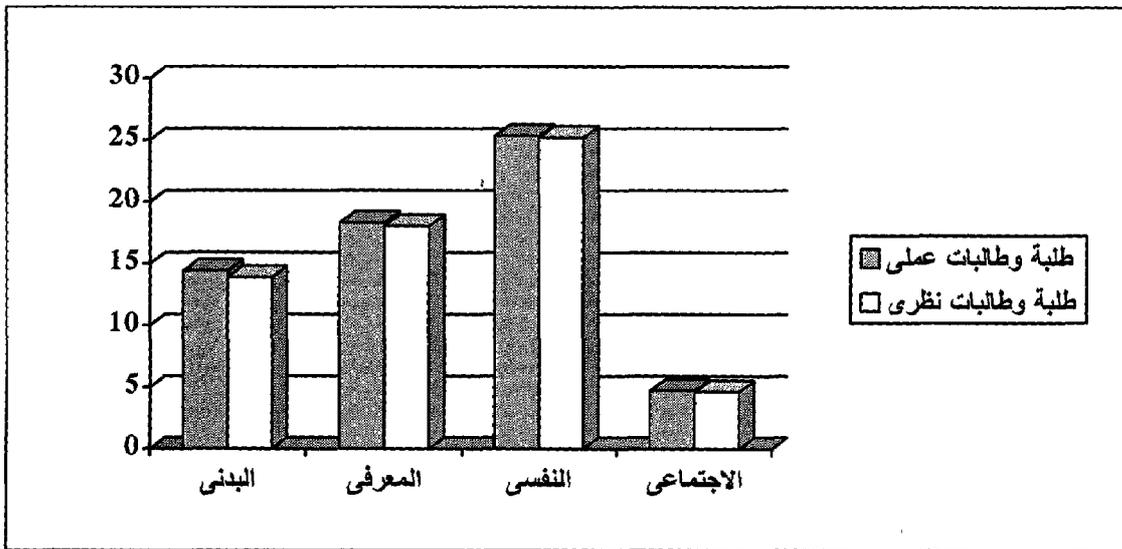
جدول (٢٠)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الاهداف	الكليات العملية ن= ٣٦٠		الكليات النظرية ن= ١٤٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
البدنى (عبارات من ١-٦)	١٤,٤٢٢٢	١,٩١٧٤	١٣,٩٠٧١	١,٨٥٤	*٢,٧٢٢
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٢٨٨٩	٢,٤١٩٧	١٨,٠٢٨٦	٢,٤٥٥٢	١,٠٧٦
النفسى (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٣٢٥	٢,٧٦٤٢	٢٥,١٩٢٩	٢,٥٨٦٣	٠,٤٨٩
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٥٢٨	١,٠٠٨٣	٤,٦٥٧١	١,١٤٩١	٠,٩١٥

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدنى لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طلبة و طالبات الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدنى يحقق متطلبات طلبة و طالبات الكليات العملية أكثر من طلبة و طالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المحتوى البدنى ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى المتغيرات المعرفية و النفسية و الاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٥) متوسط درجات آراء طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

جدول (٢١)

تحليل التباين بين آراء طلبة طالبات الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
البدنى	بين المجموعات	٨٢,٦٧١	٣	٢٧,٥٥٧	*٧,٨٤٨
	داخل المجموعات	١٧٤١,٦٨٧	٤٩٦	٣,٥١١	
	المجموع	١٨٢٤,٣٥٨	٤٩٩		
المعرفى	بين المجموعات	١٢١,٦٥٨	٣	٤٠,٥٥٣	*٧,١٢٠
	داخل المجموعات	٢٨٢٥,٠١٤	٤٩٦	٥,٦٩٦	
	المجموع	٢٩٤٦,٦٧٢	٤٩٩		
النفسى	بين المجموعات	٤٢,٤٣٦	٣	١٤,١٤٥	١,٩٣٢
	داخل المجموعات	٣٦٣٢,٠٩٢	٤٩٦	٧,٣٢٣	
	المجموع	٣٦٧٤,٥٢٨	٤٩٩		
الاجتماعى	بين المجموعات	٢,٤٢٢	٣	٠,٨٠٧	٠,٧٣٢
	داخل المجموعات	٥٤٧,٠٤٠	٤٩٦	١,١٠٣	
	المجموع	٥٤٩,٤٦٢	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٢١) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية و الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى تحقيق الجانب البدنى و المعرفى لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدنى يحقق متطلبات طلبة الكليات العملية والنظرية أكثر من طالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المحتوى البدنى ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات فى المتغيرات النفسية والاجتماعية قيد البحث .

جدول (٢٢)

الفرق بين الطلبة والطالبات باستخدام طريقة شيفية في تحقق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الأهداف	الفئات	المتوسط الحسابي	الفرق بين المتوسطين الحسابيين			
			طلبة نظري	طلبة عملي	طالبات نظري	طالبات عملي
البدني	طلبة عملي	١٤,٢٨٨			*٠,٧٨٣	٠,١٩٧
	طلبة نظري	١٥,٠٧١				٠,٥٨٦
	طالبات عملي	١٣,٨٧٧				*٠,٦٠٨
	طالبات نظري	١٤,٤٨٥				
المعرفي	طلبة عملي	١٨,٢١٦			٠,٦٢٦	٠,٣٩٨
	طلبة نظري	١٨,٨٤٢				٠,٢٢٨
	طالبات عملي	١٧,٨١٦				*٠,٧٩٨
	طالبات نظري	١٨,٦١٤				

يتضح من جدول (٢٢) وجود فروق بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح طلبة الكليات النظرية في الجانب البدني ، وبين طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات العملية لصالح طلبة الكليات النظرية ، وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات النظرية في الجانب البدني .

بينما توجد فروق في الجانب المعرفي بين طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات العملية لصالح طلبة الكليات النظرية وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات النظرية .

- نتائج المحور الثاني :-
 - معايير بناء برامج الترويج الخلوي وفقا لراى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترجيحية و النسبة المئوية لآراء الطلبة و الطالبات فى المحور الثانى :-
 جدول (٢٣)

الدرجة الترجيحية و النسبة المئوية و كاً لآراء الطلبة و الطالبات فى المحور الثانى

م	المعايير	الطلاب				الطالبات			
		نعم	إلى حدما	لا	درجة ترجيحية	نعم	إلى حدما	لا	درجة ترجيحية
١	مناسبة برامج الترويج الخلوي والعادات والتقاليد السائدة فى المجتمع.	١٥٢	٨٤	١٤	٦٣٨	١٥٠	٨٦	١٤	٦٣٦
٢	مناسبة برامج الترويج الخلوي مع خصائص المراحل السنوية.	٨٨	١٣٠	٣٢	٥٥٦	٩١	١٣٢	٢٧	٥٦٤
٣	مراعاة برامج الترويج الخلوي الحالة الصحية للمشاركة.	٩٣	٩٤	٦٣	٥٣٠	١٠٩	٨٧	٥٤	٥٥٥
٤	وجود علاقة وثيقة بين أوجه النشاط الخلوي وأهدافه بطريقة تسمح بتحقيق تلك الأهداف.	٨٦	١٣١	٣٣	٥٥٣	٨٤	١٢٥	٤١	٥٤٣
٥	مراعاة برامج النشاط الخلوي لاهتمامات وميول الطلاب.	٩٩	١٠٥	٤٦	٥٥٣	٩٤	١٠٨	٤٨	٥٤٦
٦	مراعاة برامج الترويج الخلوي الخبرة السابقة للطلاب فى الأنشطة الخلوية.	١٠٥	٨٨	٥٧	٥٤٨	٨٣	١١٦	٥١	٥٣٢
٧	مراعاة توافر عوامل الأمان والسلامة للمشاركة.	١٠٩	٩٤	٤٦	٥٦١	٩٦	١٠٢	٥٢	٥٤٤
٨	تنوع أوجه النشاط التي يمكن للمشاركة ممارستها فى أى وقت.	٨٧	١٢٨	٣٥	٥٥٢	٨٣	١٢٢	٤٥	٥٣٨
٩	مراعاة برامج الترويج الخلوي الفرق الفردية بين المشاركين.	١٠٠	١٠٨	٤٢	٥٥٨	٩٢	١٠٥	٥٣	٥٣٩
١٠	تتسم البرامج بالمرونة والتعديل فى محتواها.	٨٧	١١٧	٤٦	٥٤١	٨٢	١١٦	٥١	٥٢٩
١١	تنفق البرامج مع البيئة المحيطة.	٨٧	١٢٤	٣٩	٥٤٨	٧٧	١٢٥	٤٩	٥٣٠
١٢	تتيح البرامج فرص التنافس بين المشاركين.	١٠٥	٩٠	٥٥	٥٥٠	١٠٥	٨٩	٥٦	٥٤٩

قيمة كاً الجدولية عند $(٠,٠٥) = ٥,٩٩$

من الجدول السابق (٢٣) يتضح أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأهم معايير برامج الترويج الخلوى كان معيار (مناسبة برامج الترويج الخلوى العادات والتقاليد السائدة فى المجتمع) بنسبة مئوية (٨٥,١% ، ٨٤,٨%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى إدراك الطلبة بأهمية برامج الترويج الخلوى ومدى مناسبتها مع عادات وسلوكيات المجتمع رغم التقدم العلمى والتكنولوجى ، ووعى الجامعة كأحد المؤسسات التربوية فى المجتمع بأهمية دورها فى تقديم برامج ترويجية لا تتنافى مع عادات وسلوكيات المجتمع وخاصة الفئة العمرية التى تتعامل معها.

ويتفق هذا مع ما أشار إليه كل من محمد الحماحمي وعايدة عبد العزيز (٢٤ : ١١٠-١١١) إلى أن دور المجتمع هو سن التشريعات والقوانين التى تحافظ على مصادر الترويج الخلوى ويتناسب وعادات وتقاليد المجتمع. كما تشير تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٥-٢٣٨) إلى ضرورة دراسة الرغبات الترويجية لاختلاف المناشط التى يقبل عليها الأفراد فى مختلف المراحل السنوية وقدراتهم ومهاراتهم ودراسة نوع المجتمع فتوجد برامج تنجح فى مجتمعات وتفشل فى مجتمعات أخرى لاختلاف العادات والتقاليد السائدة فى كل مجتمع.

بينما اقل نسبة فى رأى الطلبة فيما يرتبط بأقل معايير برامج الترويج الخلوى كان معيار (تتسم البرامج بالمرونة والتعديل فى محتواها) بنسبة مئوية (٧٠,٥%) ويرجع الباحث ذلك إلى عدم مناسبة البرامج الترويجية الخلوية المقدمة بالجامعة مع ذوى الاحتياجات الخاصة بالجامعة ولا تتم إجراءات الكشف الطبى الدورى على المشاركين فى برامج الترويج الخلوى بالجامعة.

ويتفق ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٤-٢٣٥) أن رغبات الأفراد تتأثر بخبراتهم السابقة، فإذا كانت خبراتهم محدودة فهذا سوف ينعكس على المناشط المتوفرة فى البرنامج وهذا يعمل على تضيق قاعدة اختيار المناشط بالنسبة للمستفيدين من البرنامج.

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التى تشير إلى محدودية فرص الاشتراك والاختيار فى مجالات المناشط المختلفة.

واقل نسبة فى رأى الطالبات فيما يرتبط بأقل معايير برامج الترويح
الخلوى كان معيار (تتفق البرامج مع البيئة المحيطة) بنسبة مئوية (٧٠,٥%)
ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر مساحات فضاء حول الجامعة تسمح بممارسة
برامج ترويحىة خلوية حيث أن الوحدات السكنية تحيط بها من جميع الاتجاهات.
ويتفق ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٩) أن البرنامج
الترويحى يتحدد بالإمكانات المتوفرة بالمجتمع من المؤسسات الترويحىة والرواد والدعم المالى
حتى تتحقق الأهداف المطلوبة

ويوضح محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٢٤ : ١١٠-١١١) إلى
أن دور المجتمع هو توفير كافة التسهيلات الضرورية لممارسة حياة الخلاء
والتوسع فى إقامة وتجهيز الحدائق والمنتزهات وتجهيز العديد من المخيمات فى
المناطق الخلوية داخل وخارج المدن وتزويدها بالعديد من وسائل الترويح .

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الثانى من بحثه، والذي يجيب عن
التساؤل التالى ما هى أهم المعايير العلمية التى يجب مراعاتها فى بناء برامج
الترويح الخلوى وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الثانى :-

- معايير بناء برامج الترويج الخلوي وفقا لراى طلاب جامعة المنصورة.

١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٤)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى توافر المعايير

ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٥٠٠)

قيمة(ت)	الطلبات ن=٢٥٠		الطلبة ن = ٢٥٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
١,٤٨٢	٣,١٢٢	٢٦,٣٨٠	٣,٠٩٢	٢٦,٧٩٢	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٤) وجود فروق غير دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير

ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٣٦٠)

قيمة (ت)	طالبات عملى ن=١٨٠		طلبة عملى ن = ١٨٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
*١,٩٧	٣,١٨٧	٢٦,٣٦٧	٣,٠٥٢	٢٧,٠١٦	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكليات التى ينتمى إليها .

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٦)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=١٤٠)

قيمة (ت)	طلبات نظري ن=٧٠		طلبة نظري ن = ٧٠		المعايير
	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
٠,٣٨٧	٢,٩٧١	٢٦,٤١٤	٣,١٤٣	٢٦,٢١٤	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٦) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلاب والطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية والكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة.

جدول (٢٧)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	طلبة نظري ن=٧٠		طلبة عملي ن = ١٨٠		المعايير
	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
*٢,١٥٧	٣,٢٥٨٥	٢٦,٠٧١٤	٣,٠٥١٧	٢٧,٠١٦٧	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٧) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية لصالح طلبة الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها .

٥- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية والكليات النظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٨)

الفروق بين متوسطى آراء الطالبات عملى ونظرى فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظرى ن=٧٠		الطالبات عملى ن= ١٨٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
٠,١٠٨	٢,٩٧١	٢٦,٤١٤	٣,١٨٦	٢٦,٣٦٧	توفر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٨) توجد فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٦- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

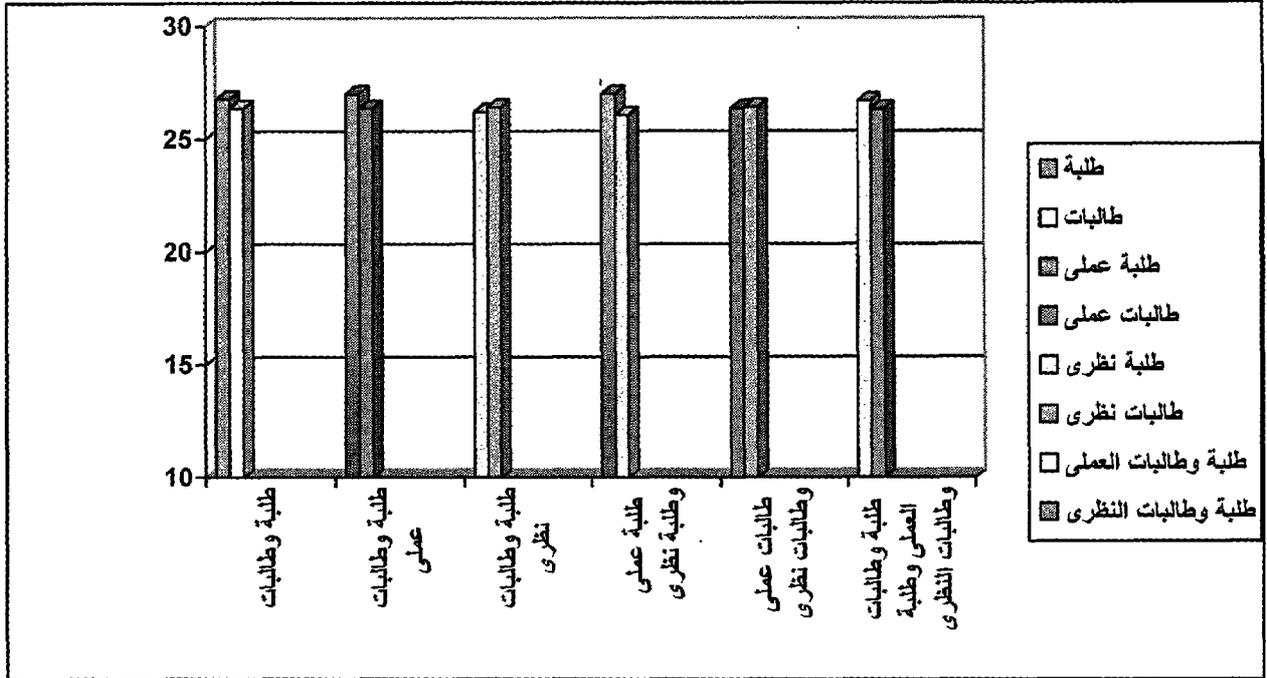
جدول (٢٩)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	الكليات النظرية ن=١٤٠		الكليات العملية ن=٣٦٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
١,٢١٩	٣,٠٤٩	٢٦,٣١٤٣	٣,١٣٢٥	٢٦,٦٩١٧	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٩) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.



شكل (١٦) متوسط درجات آراء الطلبة والطالبات وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

جدول (٣٠)

تحليل التباين بين آراء طلبة طالبات الكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المعايير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
المحور الثاني	بين المجموعات	٥٨,٨١	٣	١٩,٦٠٤	٢,٠٣٨
	داخل المجموعات	٤٧٧٠,٤٩	٤٩٦	٩,٦١٨	
	المجموع	٤٨٢٩,٣٠	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٣٠) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الطلبة و الطالبات في تحقيق توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

- نتائج المحور الثالث :-
 - المناشط المفضلة في برامج الترويج الخوي لدى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترويجية و النسبة المئوية لأراء الطلبة و الطالبات في المحور الثالث :-

جدول (٣١)
 الدرجة الترويجية والنسبة المئوية وكأ لأراء الطلبة والطالبات في المحور الثالث

النسبة المئوية	الطلبات				الطلبة				م
	درجة ترويجية	لا	إلى حدما	نعم	النسبة المئوية	درجة ترويجية	لا	إلى حدما	
٦٤٥	٢٧	٥١	١٧٢	٦٧٤	١٦	٤٤	١٩٠	١٩٠	١
٥٦٥	٤٧	٩١	١١٢	٥٨٠	٤٢	٨٦	١٢٢	١٢٢	٢
٥٤٩	٤٧	١٠٧	٩٦	٥٦٤	٤٤	-	٩٥	١١٠	٣
٥٣٨	٥١	١١٠	٨٩	٥٤٣	٥٨	٩٨	٩٤	٩٤	٤
٥٦٩	٤٣	٩٥	١١٢	٥٥٠	٤٤	١١٢	٩٤	٩٤	٥
٥٦٠	٥٦	٧٨	١١٦	٥٨٢	٥٠	٦٨	١٣٢	١٣٢	٦
٥٤٢	٥٥	٩٨	٩٧	٥٤٧	٥٠	١٠٣	٩٧	٩٧	٧
٥٩٨	٣٦	٨٠	١٣٤	٥٨١	٤٣	٨٣	١٢٤	١٢٤	٨
٤٨٨	٩٣	٨١	٧٦	٥٣٦	٦١	٨٥	١٠٤	١٠٤	٩
٥٠٨	٦٥	١١٢	٧٣	٥٦٣	٤٥	٩٧	١٠٨	١٠٨	١٠

قيمة كآ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول (٣١) السابق ينضم أن:

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هى (المعسكرات) بنسبة مئوية (٨٩,٩% ، ٨٦,٠%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لإقامة المعسكرات بجامعة المنصورة وخاصة المخيم الكشفى الدائم ونزل الإقامة بالإضافة إلى إقبال المشاركين فى هذه المرحلة السنوية على ممارسة حياة الجماعة المنظمة تحت إشراف قيادات تربوية مؤهلة لما لها من فوائد عديدة.

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التى تشير إلى أن أوجه النشاط التى يقبل عليها الطلبة والطالبات هي (المعسكرات).

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن أوجه النشاط الترويجي الخلوي الأكثر شيوعا للأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هو (المعسكرات)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى تشير إلى أن أعلى مشاركة للطلاب كانت إقامة المعسكرات.

بينما اقل نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هى (المخيمات الشاطئية) بنسبة مئوية (٧١,٥% ، ٦٥,١%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى أن بعد الشواطئ وبعد مخيم الجامعة بجمصة عن الجامعة ونقص الإمكانيات المادية لإقامة مثل هذه المخيمات.

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن اقل المناشط شيوعا لدى الأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هى (المخيمات الشاطئية)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى تشير إلى أن اقل مشاركة للطلاب هى المخيمات الشاطئية.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن اقل المناشط ممارسة لدى الطلاب هو المخيمات الشاطئية.

الدرجة الترجيبية والنسبة المئوية لأراء الطلبة والطالبات في المحور الثالث
جدول (٣٢)

الطالبات		الطلبة		طالبات نظرى		طالبات عملى		طلبة نظرى		طلبة عملى		العبارة	م
درجة النسبة المئوية	درجة الترجيبة المئوية												
٦٤٥	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	٦٧٤	المسكرات.	١
٥٦٥	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	٥٨٠	الرحلات الخلوية.	٢
٥٤٩	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	٥٦٤	التجوال.	٣
٥٣٨	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	٥٤٣	الترحال.	٤
٥٦٩	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	٥٥٠	النزهات.	٥
٥٦٠	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	٥٨٢	الجوالة.	٦
٥٤٢	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	٥٤٧	هوايات الجمع والاقتناء. -	٧
٥٩٨	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	٥٨١	القنون اليدوية.	٨
٤٨٨	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	٥٣٦	المخيمات الشاطئية.	٩
٥٠٨	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	٥٦٣	العاب بسيطة (صغيرة) .	١٠

قيمة كا الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول (٣٣) السابق يتضح أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات وطلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية وطالبات الكليات العملية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هي (المعسكرات) بنسبة مئوية (٨٩,٩% ، ٨٦,٠% ، ٨٩,١% ، ٩١,٩% ، ٩٠,٤%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لإقامة المعسكرات بجامعة المنصورة وخاصة المخيم الكشفى الدائم ونزل الإقامة بالإضافة إلى إقبال المشاركين فى هذه المرحلة السنوية على ممارسة حياة الجماعة المنظمة تحت إشراف قيادات تربوية مؤهلة لما لها من فوائد عديدة

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التى تشير إلى أن أوجه النشاط التى يقبل عليها الطلبة والطالبات هي (المعسكرات). ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن أوجه النشاط الترويجي الخلوي الأكثر شيوعا للأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هو (المعسكرات)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى تشير إلى أن أعلى مشاركة للطلاب كانت إقامة المعسكرات. بينما أعلى نسبة فى رأى طالبات الكليات النظرية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هي (الفنون اليدوية) بنسبة مئوية (٧٥,٧%) ويرجع الباحث ذلك إلى توافر معرض للفنون التشكيلية ومعرض لعرض وبيع منتجات الطلاب اليدوية داخل الجامعة.

ويتفق ذلك مع دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن الطلاب تفضل ممارسة الفنون اليدوية. بينما اقل نسبة فى رأى الطلبة والطالبات وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هي (المخيمات الشاطئية) بنسبة مئوية (٧١,٥% ، ٦٥,١% ، ٧٣,٠% ، ٦٣,٨% ، ٦٤,٤% ، ٦٣,٨%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى أن بعد الشواطئ وبعد مخيم الجامعة بجمصة عن الجامعة ونقص الإمكانيات المادية لإقامة مثل هذه المخيمات.

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن اقل المناشط شيوعا لدى الأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هي (المخيمات الشاطئية)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى اقل مشاركة للطلاب هي المخيمات الشاطئية.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن اقل المناشط ممارسة لدى الطلاب هو المخيمات الشاطئية.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الثالث من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هي المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوى لدى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الثالث :-

- المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة.
١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٣)

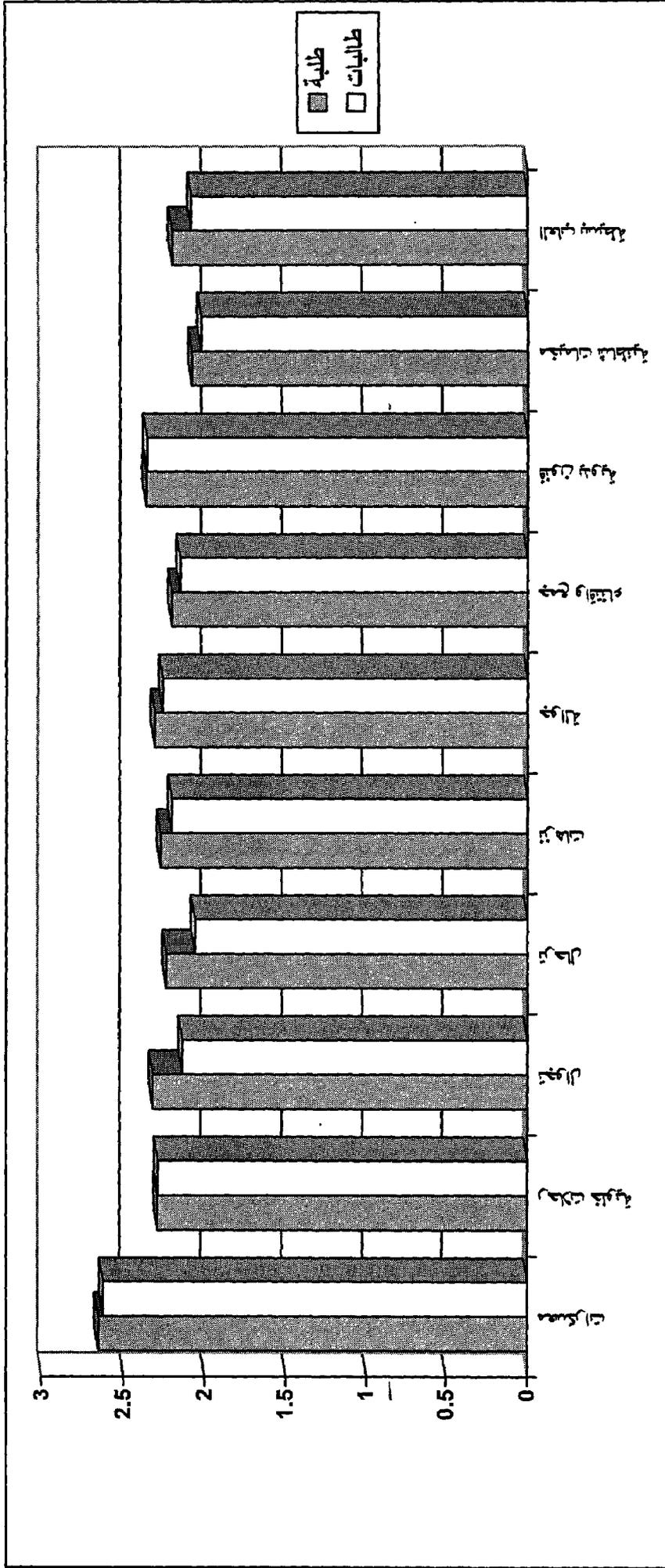
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة(ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	الطالبات عدد ٢٥٠		الطلبة عدد ٢٥٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٤٩٢	٠,٦٢٩	٢,٦٢٤	٠,٠٤١	٢,٦٥٢	المعسكرات.
٠,٠٦٠	٠,٧٠٩	٢,٢٨٨	٠,٠٥٠	٢,٢٩٢	الرحلات الخلوية.
*٢,٧٦٦	٠,٧٣٩	٢,١٤٠	٠,٠٤٦	٢,٣٢١	التجوال.
*٢,٦٣٨	٠,٧٢٨	٢,٠٦٠	٠,٠٤٨	٢,٢٣٦	الترحال.
١,٠٤٤	٠,٧٣٠	٢,٢٠٤	٠,٠٤٦	٢,٢٧٢	النزهات.
٠,٦٧٧	٠,٧٦٦	٢,٢٦٠	٠,٠٥٢	٢,٣٠٨	الجوالة.
٠,٧٧١	٠,٧٤٠	٢,١٥٢	٠,٠٤٩	٢,٢٠٤	هوايات الجمع والافتناء.
٠,٠٦٠	٠,٧٢٦	٢,٣٥٦	٠,٠٤٨	٢,٣٦٠	الفنون اليدوية.
٠,٧٦٧	٠,٧٨١	٢,٠٢٤	٠,٠٥٤	٢,٠٨٠	المخيمات الشاطئية.
١,٧٣٢	٠,٧٢٦	٢,٠٨٤	٠,٠٤٩	٢,٢٠٠	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٣) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة والطالبات فى بعض مناشط الترويج الخلوي (التجوال ، الترحال) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن مناشط التجوال والترحال تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية والنظرية أكثر من طالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (١٧) الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٤)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	نظري ن=١٤٠		عملي ن=٣٦٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٣١١-	٠,٥٠٠	٢,٧٤٣	٠,٠٣٦	٢,٥٩٧	المعسكرات.
*٢,٥٩٠-	٠,٦٦٩	٢,٤٢٩	٠,٠٤١	٢,٢٣٦	الرحلات الخلوية.
٠,٧٧٥-	٠,٧٧٦	٢,٢٧١	٠,٠٣٨	٢,٢١٤	التجوال.
٠,١٧٠-	٠,٧٦١	٢,١٥٧	٠,٠٣٩	٢,١٤٤	الترحال.
٠,٧٢٧	٠,٧١٢	٢,٢٠٠	٠,٠٣٩	٢,٢٥٣	النزهات.
*٣,٣٣٠-	٠,٦٩٤	٢,٤٧١	٠,٠٤٣	٢,٢١١	الجولة.
١,٤٦٧-	٠,٧٣٣	٢,٢٥٧	٠,٠٤٠	٢,١٤٧	هوايات الجمع والاقتناء.
٠,٧٩٢-	٠,٦٩٧	٢,٤٠٠	٠,٠٤٠	٢,٣٤٢	الفنون اليدوية.
*٤,٣٠٩-	٠,٧٥٦	٢,٣٠٠	٠,٠٤٣	١,٩٥٦	المخيمات الشاطئية.
*٤,١٩٩-	٠,٦٨١	٢,٣٦٤	٠,٠٤٠	٢,٠٥٦	ألعاب بسيطة (صغيرة).

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ * دال

يتضح من جدول (٣٤) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات ، الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة) لصالح طلبة و طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات ، الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة و طالبات الكليات النظرية أكثر من طلبة و طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٥)

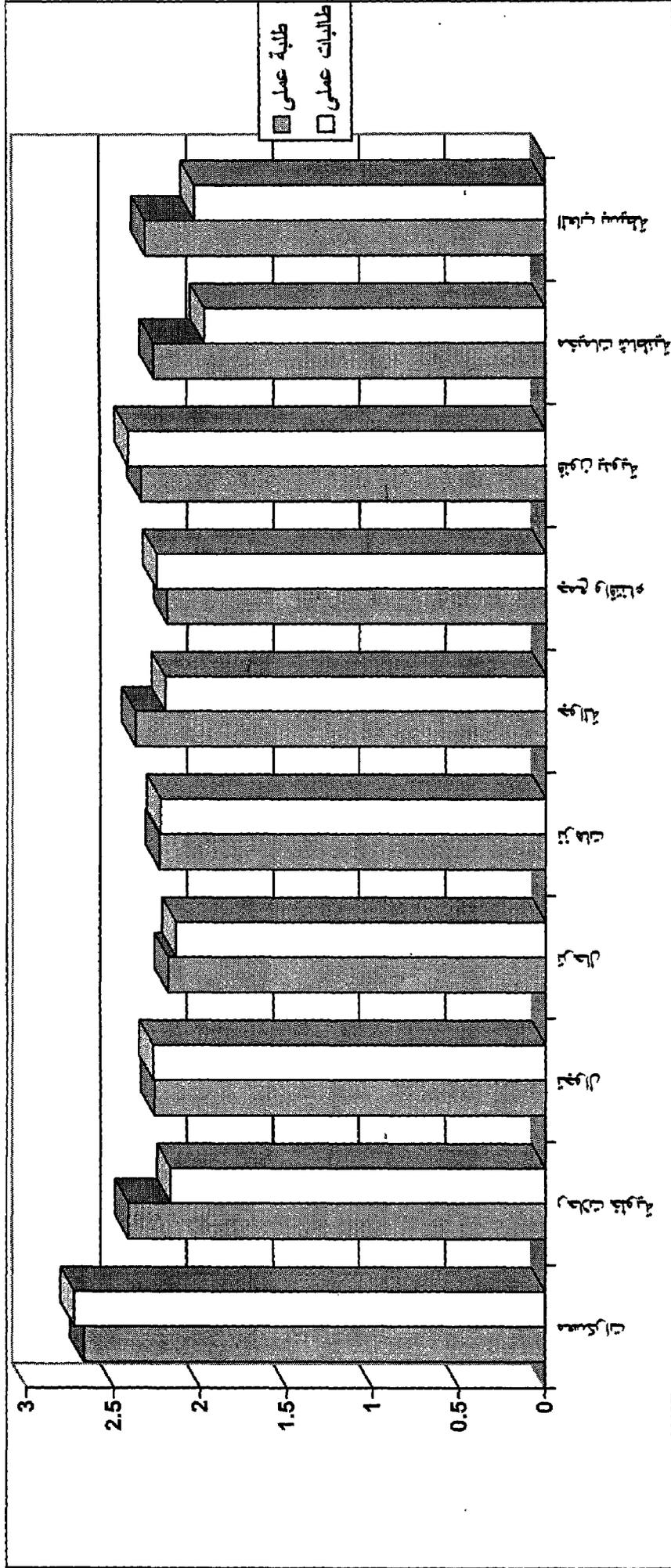
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٣٦٠)

قيمة (ت)	الطالبات عدد ١٨٠		الطلبة عدد ١٨٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٨٩٨-	٠,٥٦٨	٢,٧٢٨	٠,٠٤٥	٢,٦٧٢	المعسكرات.
*٣,٠٩٢	٠,٨١٨	٢,١٧٢	٠,٠٥٠	٢,٤١٧	الرحلات الخلوية.
٠,٠٩١-	٠,٦٩٣	٢,٢٧٤	٠,٠٥٨	٢,٢٦٧	التجوال.
٠,٥٤٦	٠,٧٩٢	٢,١٤٤	٠,٠٥٦	٢,١٨٩	الترحال.
٠,٠٧٤	٠,٧١٨	٢,٢٣٣	٠,٠٥٣	٢,٢٣٩	النزهات.
*٢,٠٥٨	٠,٨٣٧	٢,٢٠٦	٠,٠٥٦	٢,٣٧٨	الجولة.
٠,٧٩١-	٠,٧٢٦	٢,٢٥٦	٠,٠٥٥	٢,١٩٤	هوايات الجمع والاقتناء.
٠,٩٣٠-	٠,٧٣١	٢,٤١٧	٠,٠٥٥	٢,٣٤٤	الفنون اليدوية.
*٣,٥٦٧	٠,٨١٨	١,٩٧٨	٠,٠٥٦	٢,٢٧٢	المخيمات الشاطئية.
*٣,٦٦٣	٠,٧٦٢	٢,٠٣٣	٠,٠٥٣	٢,٣١٧	ألعاب بسيطة (صغيرة).

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، الألعاب البسيطة الصغيرة) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها ، فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (١٩) الفرق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخليوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

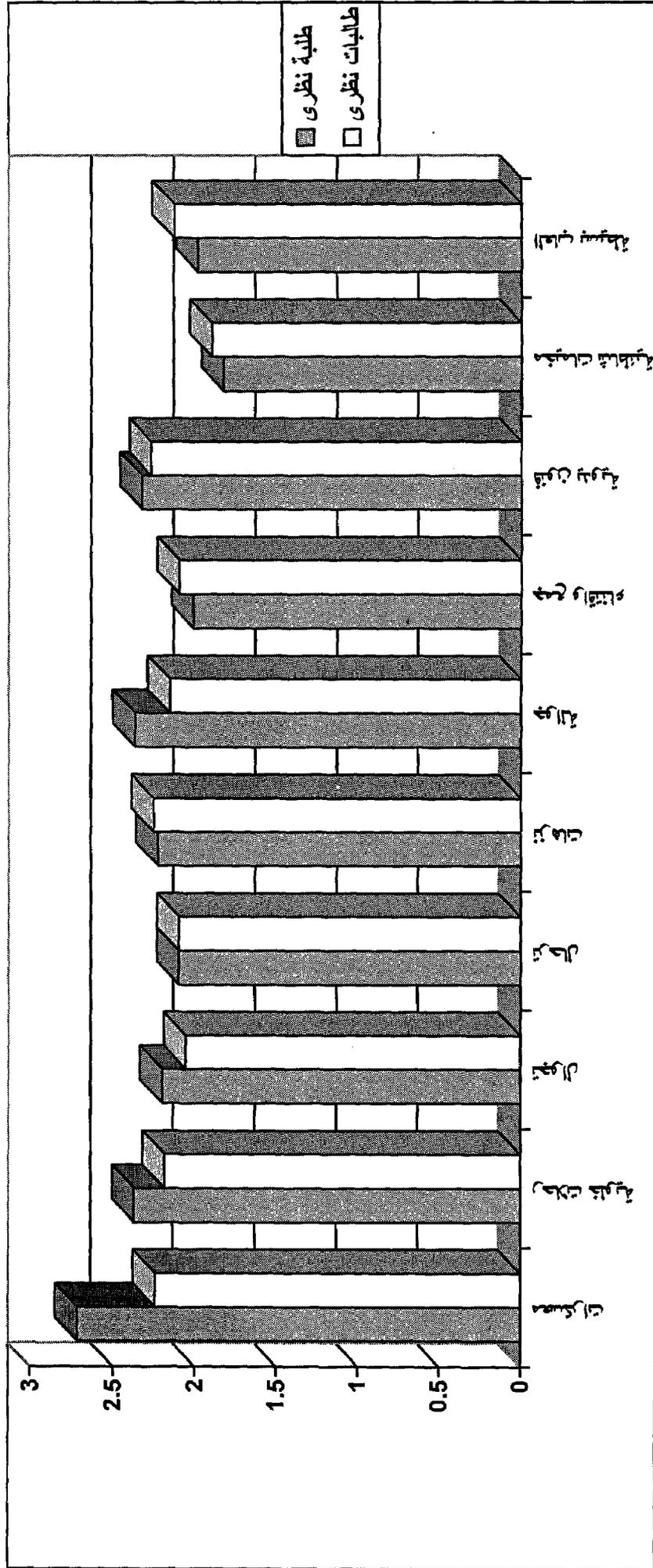
جدول (٣٦)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=١٤٠)

قيمة (ت)	الطلبات عدد ٧٠		الطلبة عدد ٧٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
*٤,٠٥٩	٠,٧٨٨	٢,٢٤٣	٠,٠٦٨	٢,٧١٤	المعسكرات.
١,٥١١	٠,٧٢٨	٢,١٨٦	٠,٠٨٧	٢,٣٧١	الرحلات الخلوية.
١,١٤٧	٠,٧٤٠	٢,٠٥٧	٠,٠٨٨	٢,٢٠٠	التجوال.
٠,٠٠٠	٠,٧٤٥	٢,١٠٠	٠,٠٧٧	٢,١٠٠	الترحال.
٠,٢٢٠-	٠,٧٥٥	٢,٢٥٧	٠,٠٩٤	٢,٢٢٩	النزهات.
١,٦٢٩	٠,٧٩٢	٢,١٥٧	٠,٠٩١	٢,٣٧١	الجولة.
٠,٦٣٨-	٠,٧٨٣	٢,١٠٠	٠,٠٩٧	٢,٠١٤	هوايات الجمع و الاقضاء.
٠,٤٥٢	٠,٧٢١	٢,٢٧١	٠,٠٩٣	٢,٣٢٩	الفنون اليدوية.
٠,٥٠١-	٠,٧٦٤	١,٩٠٠	٠,١١٠	١,٨٢٩	المخيمات الشاطئية.
١,١١٨-	٠,٧٤١	٢,١٢٩	٠,٠٩٢	١,٩٨٦	ألعاب بسيطة (صغيرة).

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ * دال

يتضح من جدول (٣٦) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن نشاط المعسكرات يحقق متطلبات طلبة الكليات النظرية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى هذا النشاط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها، فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (٢٠) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٥- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٧)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطلبة نظري عدد ٧٠		الطلبة عملي عدد ١٨٠		المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
١,٥٠١-	١,٥٦٨	٢,٧١٤	١,٠٤٥	٢,٦٧٢	المعسكرات.
١,٤٦٥	١,٧٢٦	٢,٣٧١	١,٠٥٠	٢,٤١٧	الرحلات الخلوية.
١,٦٢٠	١,٧٣٤	٢,٢٠٠	١,٠٥٨	٢,٢٦٧	التجوال.
١,٨٧٢	١,٦٤٠	٢,١٠٠	١,٠٥٦	٢,١٨٩	الترحال.
١,١٠٠	١,٧٨٣	٢,٢٢٩	١,٠٥٣	٢,٢٣٩	النزهات.
١,٠٦٠	١,٧٦٥	٢,٣٧١	١,٠٥٦	٢,٣٧٨	الجولة.
١,٦٨٣	١,٨٠٧	٢,٠١٤	١,٠٥٥	٢,١٩٤	هوايات الجمع والافتناء.
١,١٥٠	١,٧٧٥	٢,٣٢٩	١,٠٥٥	٢,٣٤٤	الفنون اليدوية.
*٣,٩٥١	١,٩١٦	١,٨٢٩	١,٠٥٦	٢,٢٧٢	المخيمات الشاطئية.
*٣,٢٤٦	١,٧٧١	١,٩٨٦	١,٠٥٣	٢,٣١٧	ألعاب بسيطة (صغيرة).

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٧) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة بالكليات العملية و الطلبة بالكليات النظرية في بعض مناشط الترويج الخلوي (المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة) لصالح الطلبة بالكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التي ينتمى إليها، في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة بالكليات العملية و النظرية في باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

٦- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٨)

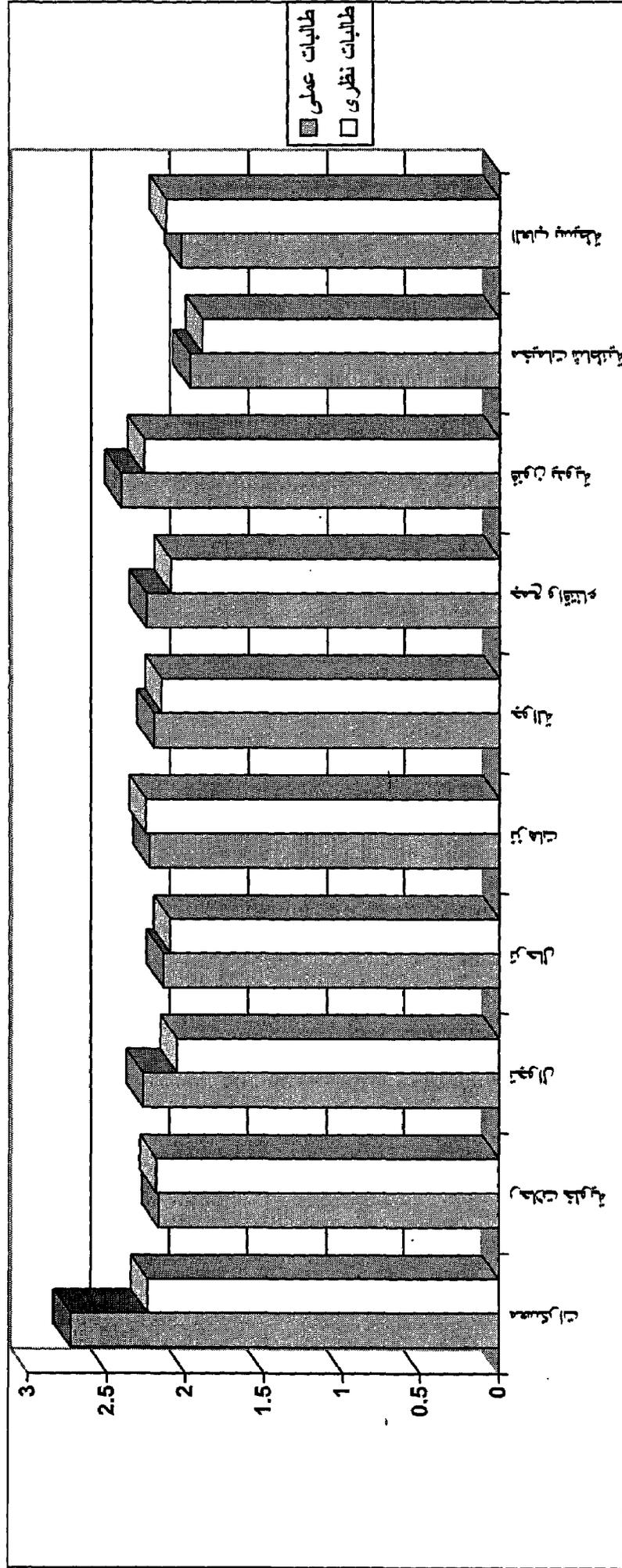
الفروق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظري عدد ٧٠		الطالبات عملي عدد ١٨٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٥,٤٠٧	٠,٧٨٨	٢,٢٤٣	٠,٠٤٢	٢,٧٢٨	المعسكرات.
٠,١٢١-	٠,٧٢٨	٢,١٨٦	٠,٠٦١	٢,١٧٢	الرحلات الخلوية.
*٢,١٧٤	٠,٧٤٠	٢,٠٥٧	٠,٠٥٢	٢,٢٧٤	التجوال.
٠,٤٠٥	٠,٧٤٥	٢,١٠٠	٠,٠٥٩	٢,١٤٤	الترحال.
٠,٢٣٢-	٠,٧٥٥	٢,٢٥٧	٠,٠٥٣	٢,٢٣٣	النزهات.
٠,٤١٧	٠,٧٩٢	٢,١٥٧	٠,٠٦٢	٢,٢٠٦	الجولة.
١,٤٨٨	٠,٧٨٣	٢,١٠٠	٠,٠٥٤	٢,٢٥٦	هوايات الجمع والافتناء.
١,٤١٥	٠,٧٢١	٢,٢٧١	٠,٠٥٥	٢,٤١٧	الفنون اليدوية.
٠,٦٨٧	٠,٧٦٤	١,٩٠٠	٠,٠٦١	١,٩٧٨	المخيمات الشاطئية.
٠,٨٩٥-	٠,٧٤١	٢,١٢٩	٠,٠٥٧	٢,٠٣٣	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٨) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطالبات بالكليات العملية والطالبات بالكليات النظرية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات ، التجوال) لصالح الطالبات بالكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات والتجوال تحقق متطلبات طالبات الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها ، فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (٢٢) الفرق بين متوسطي آراء الطالّبات بالكلّيات العملية والطلّبات بالكلّيات النظرية في المناشط المفضّلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٧- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة.

جدول (٣٩)

تحليل التباين بين آراء الطلبة و طالبات الكليات العملية والنظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

م	المناشط	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
١	المعسكرات	بين المجموعات	١٣,١٠	٣	٤,٣٧	*١١,٤٩
		داخل المجموعات	١٨٨,٣٨	٤٩٦	٠,٣٨	
		المجموع	٢٠١,٤٨	٤٩٩		
٢	الكشافة	بين المجموعات	٣,٨٣	٣	١,٢٨	*٢,٦٣
		داخل المجموعات	٢٤٠,٧٢	٤٩٦	٠,٤٩	
		المجموع	٢٤٤,٥٥	٤٩٩		
٣	الرحلات الخلوية.	بين المجموعات	٦,٩٩	٣	٢,٣٣	*٤,٢٢
		داخل المجموعات	٢٧٣,٩٦	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٨٠,٩٥	٤٩٩		
٤	التجوال	بين المجموعات	٢,٤٧	٣	٠,٨٢	١,٥٢
		داخل المجموعات	٢٦٨,٠٣	٤٩٥	٠,٥٤	
		المجموع	٢٧٠,٥٠	٤٩٨		
٥	الترحال	بين المجموعات	١,٥٧	٣	٠,٥٢	٠,٩٣
		داخل المجموعات	٢٧٩,٤٨	٤٩٦	٠,٥٦	
		المجموع	٢٨١,٠٥	٤٩٩		
٦	النزهات	بين المجموعات	١,٧٣	٣	٠,٥٨	١,٠٩
		داخل المجموعات	٢٦٢,٩٥	٤٩٦	٠,٥٣	
		المجموع	٢٦٤,٦٨	٤٩٩		
٧	الجولة	بين المجموعات	٣,٢٣	٣	١,٠٨	١,٧٢
		داخل المجموعات	٣١٠,٤٤	٤٩٦	٠,٦٣	
		المجموع	٣١٣,٦٧	٤٩٩		
٨	هوايات الجمع والاقتناء.	بين المجموعات	٠,٥٣	٣	٠,١٨	٠,٣١
		داخل المجموعات	٢٨٢,٦٣	٤٩٦	٠,٥٧	
		المجموع	٢٨٣,١٦	٤٩٩		
٩	الفنون اليدوية.	بين المجموعات	٢,٢٦	٣	٠,٧٥	١,٣٨
		داخل المجموعات	٢٧٠,٦٦	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٧٢,٩٢	٤٩٩		
١٠	المخيمات الشاطئية.	بين المجموعات	١٣,٧٦	٣	٤,٥٩	*٧,١٣
		داخل المجموعات	٣١٨,٨٩	٤٩٦	٠,٦٤	
		المجموع	٣٣٢,٦٥	٤٩٩		
١١	ألعاب بسيطة (صغيرة).	بين المجموعات	٩,٦٤	٣	٣,٢١	*٥,٨٨
		داخل المجموعات	٢٧١,٢٧	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٨٠,٩٢	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٣٩) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة والطالبات في مناشط (المعسكرات و الكشافة و الرحلات الخلوية ، المخيمات الشاطئية ، الألعاب البسيطة "الصغيرة") عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات ، والكشافة الرحلات الخلوية ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات الطلبة والطالبات لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها ، في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات في باقى مناشط برامج الترويج الخلوي قيد البحث .

جدول (٤٠)

الفرق بين الطلبة والطالبات باستخدام طريقة شيفية في مناشط

برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المناشط	الفئات	المتوسط الحسابي	الفرق بين المتوسطين الحسابيين		
			طلبة نظري	طلبات عملي	طلبات نظري
المعسكرات	طلبة عملي	٢,٦٧٢	٠,٠٨-	٠,٠٤-	*٠,٤٣
	طلبة نظري	٢,٧٥٧		٠,٠٥	*٠,٥١
	طلبات عملي	٢,٧١١			*٠,٤٧
	طلبات نظري	٢,٢٤٣			
الكشافة	طلبة عملي	٢,٢٦٧	٠,٠٢	٠,٠١-	٠,٢٥
	طلبة نظري	٢,٢٤٣		٠,٠٣-	٠,٢٣
	طلبات عملي	٢,٢٧٢			*٠,٢٦
	طلبات نظري	٢,٠١٤			
الرحلات الخلوية	طلبة عملي	٢,٤١٧	*٠,٣٥	٠,١٣	٠,٢٣
	طلبة نظري	٢,٠٧١		٠,٢٢-	٠,١١-
	طلبات عملي	٢,٢٨٩			٠,١٠
	طلبات نظري	٢,١٨٦			
المخيمات الشاطئية	طلبة عملي	٢,٢٧٢	*٠,٣٦	*٠,٣٣	*٠,٣٧
	طلبة نظري	١,٩١٤		٠,٠٣-	٠,٠١
	طلبات عملي	١,٩٤٤			٠,٠٤
	طلبات نظري	١,٩٠٠			
الألعاب البسيطة "الصغيرة"	طلبة عملي	٢,٣١٧	٠,٢٣	*٠,٣٢	٠,١٩
	طلبة نظري	٢,٠٨٦		٠,٠٩	٠,٠٤-
	طلبات عملي	١,٩٩٤			٠,١٣-
	طلبات نظري	٢,١٢٩			

يتضح من جدول (٤٠) وجود فروق دالة إحصائية في المعسكرات بين آراء طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات النظرية ، وبين آراء طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات النظرية ، وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات العملية .

بينما توجد فروق دالة إحصائية في الكشافة بين آراء طالبات الكليات العملية و طالبات الكليات النظرية لصالح آراء طالبات الكليات العملية .

و توجد فروق دالة إحصائية في الرحلات الخلوية بين آراء طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح آراء طلاب الكليات العملية.

في حين توجد فروق دالة إحصائية في الألعاب البسيطة "الصغيرة" بين آراء طلبة الكليات العملية و بين آراء طالبات الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات العملية.

- نتائج المحور الرابع :-
 - معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.
 - الدرجات الترويجية و النسبة المئوية لأراء الطلبة و الطالبات في المحور الرابع :-
 جدول (٤١)

الدرجة الترويجية والنسبة المئوية وكأآراء الطلبة والطالبات في المحور الرابع

الطلبات				الطلبة				المعوقات		م
النسبة المئوية	درجة الترويجية	لا	إلى حدما	نعم	النسبة المئوية	درجة الترويجية	لا	إلى حدما	نعم	
										عدم الاهتمام الكافي بما يلي :
٧٧,٦	٥٥٢	٥٠	٩٨	١٠٢	٧٧,١	٥٧٨	٣٩	٩٤	١١٧	١- الدعاية والإعلان.
٧٧,٩	٥٤٧	٤٦	١١١	٩٣	٧٦,٨	٥٧٦	٣٧	١٠٠	١١٣	٢- الإمكانيات المادية.
٧٥,٣	٥٦٥	٣١	١٢٣	٩٦	٧٤,٥	٥٥٩	٤٠	١١١	٩٩	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.
٧٤,٠	٥٥٥	٤٨	٩٩	١٠٣	٧٧,٢	٥٧٩	٤٠	٩١	١١٧	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.
٧٣,٦	٥٥٢	٥٠	٩٨	١٠٢	٧٧,١	٥٧٨	٣٩	٩٤	١١٧	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.
٧٢,٩	٥٤٧	٤٦	١١١	٩٣	٧٦,٨	٥٧٦	٣٧	١٠٠	١١٣	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.
٧٥,١	٥٦٣	٤٢	١٠٣	١٠٥	٧٤,٧	٥٦٠	٣٩	١١٢	٩٩	٧- فرص الاشراف أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.
٧٢,٤	٥٤٣	٤٧	١١٣	٩٠	٧٣,١	٥٤٨	٤٥	١١٢	٩٣	٨- الحوافز المادية والمعنوية.
٧٥,٧	٥٦٠	٤٦	١١٨	٨٦	٧٤,٣	٥٥٧	٥٠	٩٣	١٠٧	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٧٤,٧	٥٦٠	٤٠	١١٠	١٠٠	٧٣,٣	٥٤١	٥٣	١٠٣	٩٤	١٠- الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.
٧٩,٦	٥٩٧	٣٢	٨٩	١٢٩	٧٤,١	٥٥٦	٥١	٩٢	١٠٧	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٧٧,١	٥٧٨	٣٦	١٠٠	١١٤	٧٢,٣	٥٤٢	٤٥	١١٨	٨٧	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.
٧٦,٣	٥٧٢	٣٦	١٠٦	١٠٨	٧٤,٣	٥٥٧	٤٣	١٠٧	١٠٠	التضارب والإزدواج بين مناسبات الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.
٧٨,٩	٥٩٢	٣٠	٩٨	١٢٢	٧٥,٦	٥٦٧	٤٠	١٠٣	١٠٧	١١- إجماع أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.
٧٥,١	٥٦٣	٣٦	١١٥	٩٩	٧٨,٠	٥٨٥	٢٨	١٠٩	١١٣	١٢- الافتقار للبرامج الترويجية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٧٢,٥	٥٤٤	٧٣	٦٠	١١٧	٧٢,٣	٥٤١	٦٠	٨٩	١٠١	١٣- الإحصاس بالممثل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.
										١٤- الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.

قيمة كآ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (٤٠) يتضح أن:

كثير المعوقات في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة فى برامج الترويج الخلوى هو (نقص الدعاية والإعلان ونقص الإمكانيات المادية) بنسبة مئوية (٨٥,٣% ، ٧٨,٩%) لدى الطلبة ونسبة مئوية (٩٢,٠% ، ٨٠,٧%) لدى الطالبات على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر ميزانية مالية للاستعانة بأفضل أساليب ووسائل الدعاية والإعلان بالإضافة إلى عدم توافر مسئول للعلاقات العامة بإدارة رعاية الشباب بكليات جامعة المنصورة والذي ترتب عليه قصور فى أداء إدارة العلاقات العامة بالجامعة فى الدعاية والإعلان عن المناشط الترويجية الخلوية من خلال إدارات رعاية الشباب بالكليات.

ويتفق ذلك مع دراسة محمد الذهبى (٢٠٠٥) (٢٥) التي تشير إلى أهمية الاستفادة من الإمكانيات المتوافرة لممارسة المناشط الترويجية.

وتشير دراسة اشرف عبد الرازق (٢٠٠٦) (١) إلى الإمكانيات المادية المتوافرة غير كافية كذلك الإدارة العامة لرعاية الشباب لا تسهم فى نشر المناشط الطلابية.

وتوضح دراسة محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦) (٣١) أن من أهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط عدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية.

ويتفق ذلك مع دراسة "ايورت Ewert وآخرون (١٩٩٢) (٤٧) التي تشير إلى أن أسباب العزوف عن المشاركة لدى الفتيات أكثر منها عند الذكور والتعليم الاجتماعى يؤثر على زيادة العزوف لدى الفتيات أكثر من الذكور.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (١٩٩٧) (٧١) أن البرامج الخلوية لا يتوافر لها دعم مالى مناسب.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones" ، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي اتساع قاعدة الدعاية والإعلان عن تلك البرامج وتوفير مصدر مالى من المنح والهبات.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة فى البرامج الخلوية نقص الإمكانيات المادية والبشرية.

وتشير دراسة "هيندرسون Henderson" ، وآخرون (١٩٩٩) (٥٣) إلى أن تقدير الطالبات للخلاء كان متعلق بالإعلان عن المناشط الخلوية من خلال الأسرة أو الجامعة. وتقدم الاهتمامات والمهارات والفرص فى الخلاء كانت ضرورية بالنسبة للطالبات.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة "بهات Bhat" (١٩٩٩) (٤١) التي توضح أهم معوقات ممارسة برامج الترويج الخلوي نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي ونقص الإشراف ونقص الدعم المالى.

بينما اقل المعوقات في رأى الطلبة فيما يرتبط بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوى هو معوق (الخوف من الإصابات التى قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوى ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوى) بنسبة مئوية (٧٢,١% ، ٧٢,١%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى توافر عوامل الأمن والسلامة عند ممارسة برامج الترويج الخلوى بالجامعة وما يتميز به الطلاب فى هذه المرحلة السنوية من خصائص نفسية واجتماعية والتي من أهمها الشجاعة والإقدام وحب المغامرة.

ويتفق ذلك مع ما يشير إليه محمد الحماحمى وعايدة عبد العزيز (٢٤ : ١١٠) أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويج الخلوى توفير وسائل الأمان والسلامة فى المناطق التى يتم فيها ممارسة مناشط الترويج الخلوى. وتشير تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٩) إلى أن من أهم المبادئ المساعدة فى تخطيط البرنامج الترويجى مبدأ الأمن والسلامة وهو تامين كل المشتركين أو المستفيدين من البرنامج الترويجى.

بينما اقل المعوقات فى رأى الطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة فى برامج الترويج الخلوى هو معوق (التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوى) بنسبة مئوية (٧٢,٠%) ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لممارسة برامج الترويج الخلوى بالجامعة وممارسة المناشط الترويجية الخلوية يحقق المتعة دون النظر إلى التشجيع من قبل الزملاء.

وتوضح دراسة "فريمان Freeman"، و"زابرسكى Zabriskie" (٢٠٠٢) (٤٩) أن اختلاف النوع بين العينة غير المشاركة لم يكن سبباً هاماً فى الحد من المشاركة. هناك معوقات تتعلق بالفرد نفسه ومعوقات أخرى خارج إرادة الفرد تحد من المشاركة.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones" ، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوى تحفيز الأفراد نحو المشاركة فى برامج الترويج الخلوى.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة فى البرامج الخلوية نقص أصدقاء الترويج الخلوى فى المناطق الطبيعية.

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لآراء الطلبة والطالبات في المحور الرابع
جدول (٤٢)

الطالبات	الطلبة		طالبات نظري		طالبات عملي		طلبة نظري		طلبة عملي		المعوقات
	درجة النسبة المئوية	درجة ترجيحية									
٦٩٠	٦٤٠	١٩٤	٤٩٦	١٩١	٤٤٩	١٩١	٤٤٩	١٩١	٤٤٩	١٩١	١- الدعاية والإعلان.
٦٠٥	٥٩٢	١٨١	٤٢٤	١٦٤	٤٢٨	١٦٤	٤٢٨	١٦٤	٤٢٨	١٦٤	٢- الإمكانيات المادية.
٥٨٤	٥٥٩	١٧٤	٤١٠	١٤٩	٤١٠	١٤٩	٤١٠	١٤٩	٤١٠	١٤٩	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.
٥٦٥	٥٧٣	١٥٥	٤١٠	١٥٤	٤١٩	١٥٤	٤١٩	١٥٤	٤١٩	١٥٤	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.
٥٥٥	٥٧٩	١٤٨	٤٠٧	١٦٦	٤١٣	١٦٦	٤١٣	١٦٦	٤١٣	١٦٦	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.
٥٥٢	٥٧٨	١٤٨	٤٠٤	١٦٥	٤١٣	١٦٥	٤١٣	١٦٥	٤١٣	١٦٥	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.
٥٤٧	٥٧٦	١٥٦	٣٩١	١٦١	٤١٥	١٦١	٤١٥	١٦١	٤١٥	١٦١	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناسط الترويجية الخلوية.
٥٦٣	٥٦٠	١٥٤	٤٠٩	١٥٥	٤٠٥	١٥٥	٤٠٥	١٥٥	٤٠٥	١٥٥	٨- الحوافز المادية والمعنوية.
٥٤٣	٥٤٨	١٥٥	٣٨٨	١٤٦	٤٠٢	١٤٦	٤٠٢	١٤٦	٤٠٢	١٤٦	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٤٠	٥٥٧	١٥٦	٣٨٤	١٦١	٣٩٦	١٦١	٣٩٦	١٦١	٣٩٦	١٦١	١٠- الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.
٥٦٠	٥٤١	١٦٥	٣٩٥	١٥٦	٣٨٥	١٥٦	٣٨٥	١٥٦	٣٨٥	١٥٦	١١- الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٩٧	٥٥٦	١٦٥	٤٣٢	١٥٧	٣٩٩	١٥٧	٣٩٩	١٥٧	٣٩٩	١٥٧	١٢- التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.
٥٧٨	٥٤٢	١٦٠	٤١٨	١٤٨	٣٩٤	١٤٨	٣٩٤	١٤٨	٣٩٤	١٤٨	١٣- التضارب والازدواج بين مناسط الجامعة الخلوية والمناسط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.
٥٧٢	٥٥٧	١٦٣	٤٠٩	١٤٩	٤٠٨	١٤٩	٤٠٨	١٤٩	٤٠٨	١٤٩	١٤- إجماع أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.
٥٩٢	٥٦٧	١٧٠	٤٢٢	١٥٦	٤١١	١٥٦	٤١١	١٥٦	٤١١	١٥٦	١٥- الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٦٣	٥٨٥	١٦٠	٤٠٣	١٦٠	٤٢٥	١٦٠	٤٢٥	١٦٠	٤٢٥	١٦٠	١٦- الإحساس بالمعمل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.
٥٤٤	٥٤١	١٤٦	٣٩٨	١٥٥	٣٨٦	١٥٥	٣٨٦	١٥٥	٣٨٦	١٥٥	١٧- الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.

قيمة كا الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (٤٢) يتضح أن:

أكثر المعوقات في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي هو (نقص الدعاية والإعلان ونقص الإمكانيات المادية) بنسبة مئوية (٧٨,٩ ، ٨٥,٣ %) لدى الطلبة ونسبة مئوية (٩٢,٠ ، ٨٠,٧ %) لدى الطالبات ونسبة مئوية (٨٣,١ ، ٧٩,٣ %) لدى طلبة عملي ونسبة مئوية (٩١,٠ %) لدى طلبة نظري ونسبة مئوية (٩١,٩ %) لدى طالبات عملي ونسبة مئوية (٩٢,٤ ، ٨٦,٢ %) لدى طالبات نظري على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر ميزانية مالية للاستعانة بأفضل أساليب ووسائل الدعاية والإعلان بالإضافة إلى عدم توافر مسئول للعلاقات العامة بإدارة رعاية الشباب بكليات جامعة المنصورة والذي ترتب عليه قصور فى أداء إدارة العلاقات العامة بالجامعة فى الدعاية والإعلان عن المناشط الترويجية الخلوية من خلال إدارات رعاية الشباب بالكليات.

ويتفق ذلك مع دراسة محمد الذهبى (٢٠٠٥)(٢٥) التى تشير إلى أهمية الاستفادة من الإمكانيات المتوافرة لممارسة المناشط الترويجية.

وتشير دراسة اشرف عبد الرزاق (٢٠٠٦)(١) إلى الإمكانيات المادية المتوافرة غير كافية كذلك الإدارة العامة لرعاية الشباب لا تسهم فى نشر المناشط الطلابية.

وتوضح دراسة محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦)(٣١) أن من أهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط عدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية.

ويتفق ذلك مع دراسة "ايورت Ewert وآخرون (١٩٩٢) (٤٧) التى تشير إلى أن أسباب العزوف عن المشاركة لدى الفتيات أكثر منها عند الذكور والتعليم الاجتماعى يؤثر على زيادة العزوف لدى الفتيات أكثر من الذكور.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (١٩٩٧) (٧١) أن البرامج الخلوية لا يتوافر لها دعم مالى مناسب.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones" ، و "أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي اتساع قاعدة الدعاية والإعلان عن تلك البرامج وتوفير مصدر مالى من المنح والهبات.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة فى البرامج الخلوية نقص الإمكانيات المادية والبشرية.

وتشير دراسة "هيندرسون Henderson" ، وآخرون (١٩٩٩) (٥٣) إلى أن تقدير الطالبات للخلاء كان متعلق بالإعلان عن المناشط الخلوية من خلال الأسرة أو الجامعة. وتقدم الاهتمامات والمهارات. والفرص فى الخلاء كانت ضرورية بالنسبة للطالبات.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة "بهاث Bhat" (١٩٩٩) (٤١) التى توضح أهم معوقات ممارسة برامج الترويج الخلوي نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي ونقص الإشراف ونقص الدعم المالى.

بينما اقل المعوقات لدى الطلبة هو (الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٧٢,١% ، ٧٢,١%) وطلبة عملي (٧١,٣%) وطلبات نظري (٦٩,٥%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى توافر عوامل الأمن والسلامة عند ممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وما يتميز به الطلبة في هذه المرحلة السنوية من خصائص نفسية واجتماعية والتي من أهمها الشجاعة والإقدام وحب المغامرة.

ويتفق ذلك مع ما يشير إليه محمد الحماحي وعايدة عبد العزيز (٢٤: ١١٠) أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويج الخلوي توفير وسائل الأمان والسلامة في المناطق التي يتم فيها ممارسة مناشط الترويج الخلوي.

وتشير تهاني عبد السلام (٣: ٢٣٩) إلى أن من أهم المبادئ المساعدة في تخطيط البرنامج الترويجي مبدأ الأمن والسلامة وهو تامين كل المشتركين أو المستفيدين من البرنامج الترويجي.

بينما اقل المعوقات لدى الطالبات (٧٢,٠%) وطلبات عملي (٧١,١%) هو (الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام) وطلبة نظري هو (التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٦٩,٥%) ويرجع الباحث ذلك إلى أن توافر الإمكانيات اللازمة لممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وممارسة المناشط الترويجية الخلوية يحقق المتعة دون النظر إلى التشجيع من قبل الزملاء.

وتوضح دراسة "فريمان Freeman"، و"زابرسكي Zabriskie" (٢٠٠٢) (٤٩) أن اختلاف النوع بين العينة غير المشاركة لم يكن سبباً هاماً في الحد من المشاركة. هناك معوقات تتعلق بالفرد نفسه ومعوقات أخرى خارج إرادة الفرد تحد من المشاركة.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones"، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي تحفيز الأفراد نحو المشاركة في برامج الترويج الخلوي.

وتوضح دراسة "تيرني Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة في البرامج الخلوية نقص أصدقاء الترويج الخلوي في المناطق الطبيعية.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الرابع من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هي معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي؟

عرض نتائج المحور الرابع :-

- معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .
١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية و النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .

جدول (٤٣)

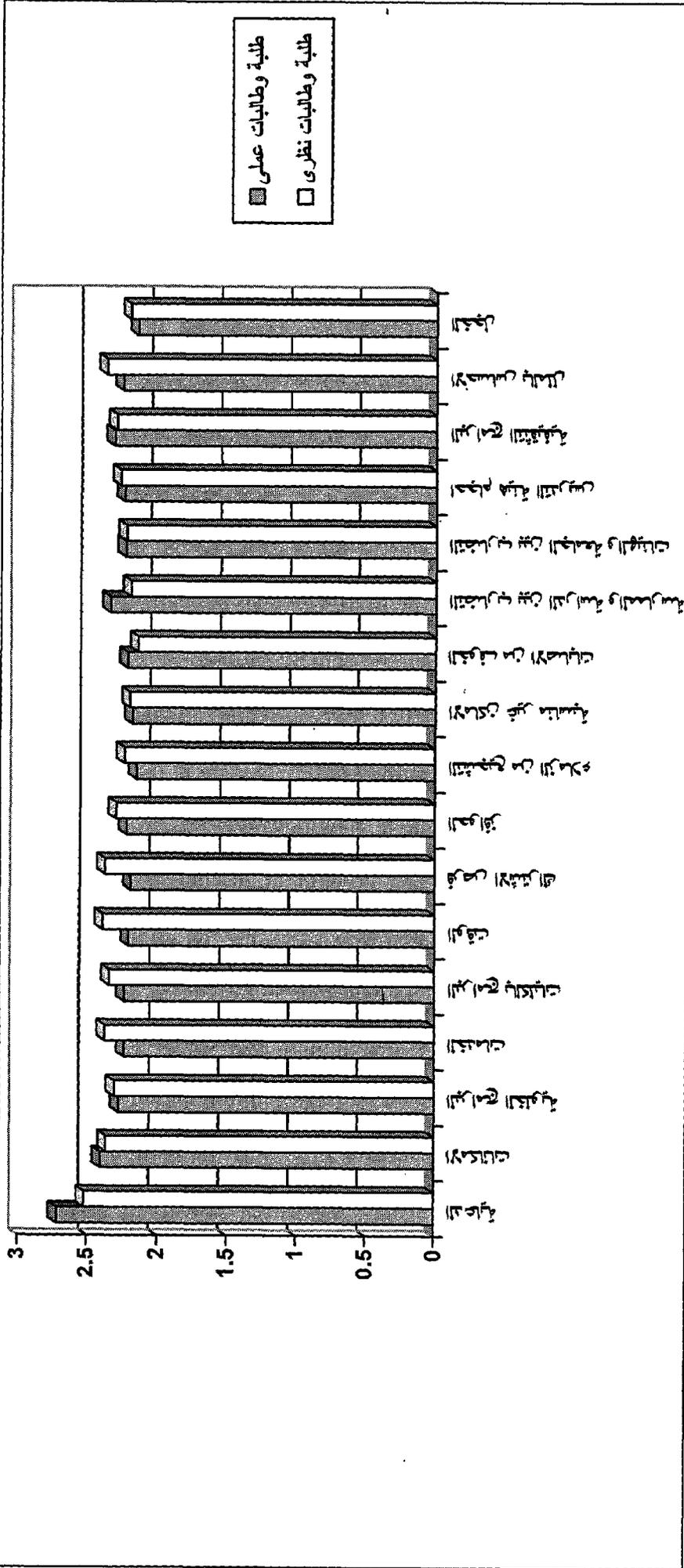
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية و النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=٥٠٠)

م	المعوقات	العملى ن= ٣٦٠		النظري ن= ١٤٠	
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :				
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧١٤	٠,٥٦٧	٢,٥٢١	٠,٧٢٤
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٤٠٦	٠,٠٣٥	٢,٣٦٤	٠,٦٨١
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,٠٣٩	٢,٣٠٧	٠,٦٤٥
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٣٦	٠,٠٣٦	٢,٣٧٩	٠,٧٥٤
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٣٩	٠,٠٣٩	٢,٣٤٣	٠,٧١٧
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٠٨	٠,٠٣٩	٢,٣٩٣	٠,٧١٧
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,١٩٤	٠,٠٣٩	٢,٣٧٩	٠,٦٧٣
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٢٥	٠,٠٣٨	٢,٣٠٠	٠,٦٧٥
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٨	٠,٠٣٩	٢,٢٤٣	٠,٦٥٦
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٨٩	٠,٠٣٨	٢,٢٠٧	٠,٧٥٤
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٢٢	٠,٠٣٩	٢,١٥٠	٠,٧١٩
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٤٧	٠,٠٣٨	٢,٢٠٠	٠,٧٧٩
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٢	٠,٠٣٨	٢,٢٣٦	٠,٦٩٥
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٥٠	٠,٠٣٩	٢,٢٧٩	٠,٦٥٨
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣٢٢	٠,٠٣٧	٢,٣٠٧	٠,٦٩٨
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٢٦٤	٠,٠٣٨	٢,٣٧٩	٠,٥٨١
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٥٦	٠,٠٤٥	٢,٢٠٧	٠,٧١٥

* دال

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٣) وجود فروق دالة إحصائيا بين طلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية في معوقات (الدعاية والإعلان ، التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة) لصالح طلبة وطالبات الكليات العلمية و (الخدمات التي تقدم للمشاركين ، الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي ، فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية) لصالح طلبة وطالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائيا بين طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية في باقى المعوقات .



شكل (٢٣) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية والطلبة والطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٤)

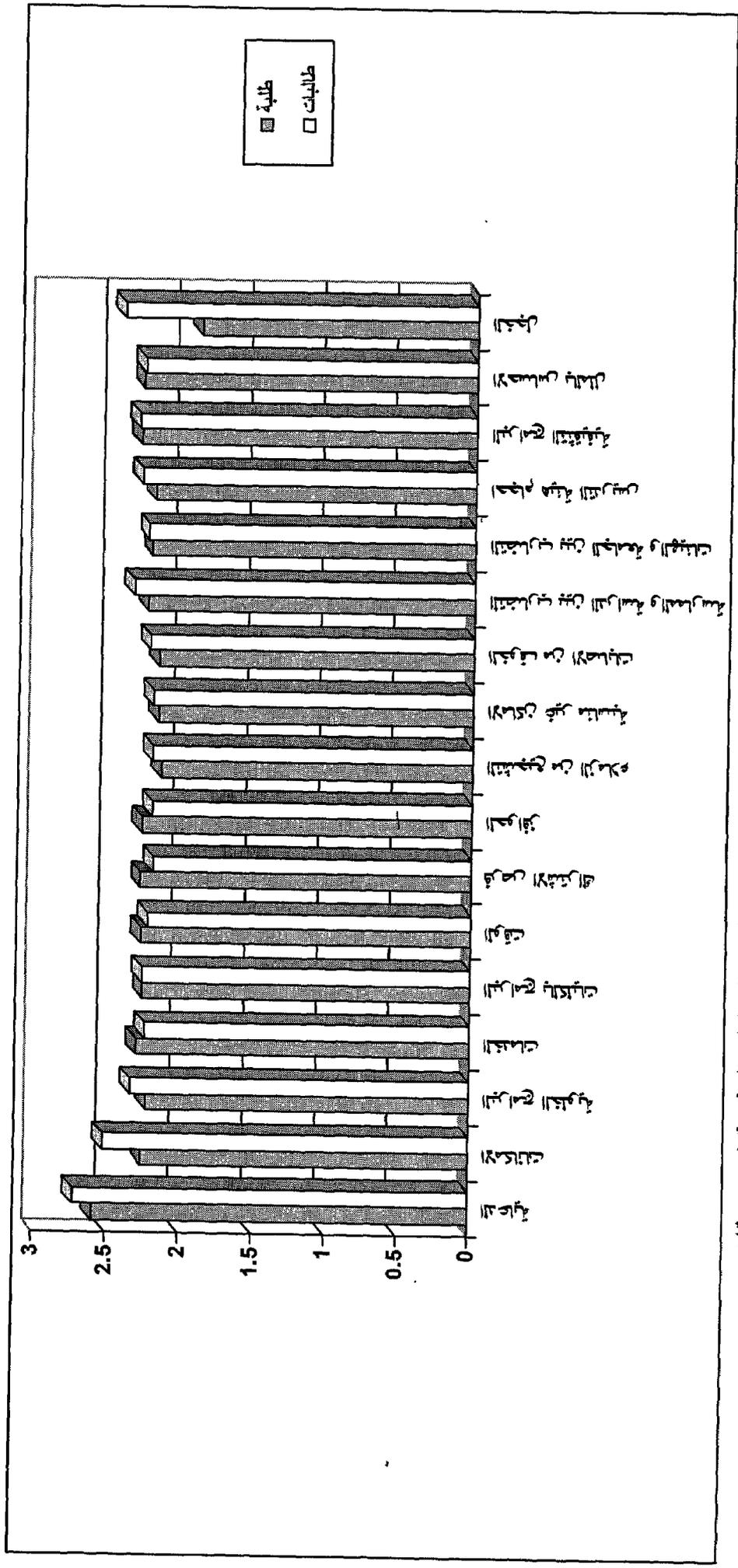
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي (ن=٥٠٠)

م	المعوقات	الطلبة ن= ٢٥٠		الطالبات ن= ٢٥٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٥٩٢	٠,٦٧٨	٢,٧٢٨	٠,٥٥١	*٢,٤٦٢-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٢٦٤	٠,٠٤٤	٢,٥٢٤	٠,٦٠٩	*٤,٤٢٥-
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٣٢	٠,٠٤٦	٢,٣٤٠	٠,٦٩٤	١,٦٨٩-
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٠٤	٠,٠٤٤	٢,٢٤٨	٠,٧١٣	٠,٨٨٥
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٦٤	٠,٠٤٧	٢,٢٧٢	٠,٧٣٨	٠,١٢١-
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٤	٠,٠٤٧	٢,٢٣٦	٠,٧٣٧	٠,٧٢٤
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج و المناشط الترويجية الخلوية.	٢,٢٨٨	٠,٠٤٦	٢,٢٠٤	٠,٧١٩	١,٣٠٥
	٨- الحوافز المادية و المعنوية.	٢,٢٨٠	٠,٠٤٥	٢,٢١٢	٠,٧١٦	١,٠٦٤
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٦	٠,٠٤٦	٢,٢٠٨	٠,٧١٥	٠,٨٠٨-
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٧٢	٠,٠٤٧	٢,٢١٦	٠,٧٢٩	٠,٦٦٨-
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٧٢	٠,٠٤٦	٢,٢٣٢	٠,٧٣٠	٠,٩١٨-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة و مواعيد الممارسة.	٢,٢٦٠	٠,٠٤٨	٢,٣٥٢	٠,٧١٤	١,٣٩٤-
١٣	التضارب و الازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية و المناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٢٨	٠,٠٤٦	٢,٢٥٢	٠,٧٠٣	٠,٣٧٦-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة و الإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢١٢	٠,٠٤٥	٢,٣٠٤	٠,٧٠٨	١,٤٤٤-
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٢	٠,٠٤٦	٢,٣٢٤	٠,٦٧٩	٠,١٩٠-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٠٠	٠,٠٤٤	٢,٢٩٢	٠,٦٧٦	٠,١٣١
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	١,٩٠٤	٠,٠٥٣	٢,٤٣٦	٠,٧١٠	*٧,٦٤٨-

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٤) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى معوقات (الدعاية و الإعلان ، الإمكانيات المادية ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) لصالح طالبات الكليات العملية و النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى باقى العبارات.



شكل (٢٤) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن = ٣٦٠)

م	المعوقات	الطلبة ن = ١٨٠		الطاببات ن = ١٨٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٤٩٤	٠,٧٤٤	٢,٧٦١	٠,٥١١	٣,٩٦٥*
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٧٨	٠,١٥١	٢,٣٦٧	٠,٦٥١	٠,١٥٨
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,٠٥٠	٢,٢٥٠	٠,٧٦١	٠,٣٦٨
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٢٨	٠,٠٥٧	٢,٢٦١	٠,٦٨٠	٠,٨٧٧
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٩٤	٠,٠٥٥	٢,٢٤٤	٠,٧٥٩	٠,٦٣٤
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٩٤	٠,٠٥٧	٢,٢٨٩	٠,٦٨٩	٠,٠٧٢
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٣٠٦	٠,٠٥٣	٢,٢٥٠	٠,٧٢٤	٠,٧٣١
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٤	٢,٢٨٩	٠,٦٨٩	٠,٥٢٢-
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٣٣	٠,٠٥٣	٢,١١١	٠,٧٢٤	١,٦١٧
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,٢٠٠	٠,٠٥٦	٢,١٨٩	٠,٧٥٣	٠,١٤٠
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٣٩	٠,٠٥٥	٢,٢٠٦	٠,٧٦٧	٠,٨٤٠-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٢١٧	٠,٠٥٨	٢,٣٧٨	٠,٦٩٤	٢,٠٧٢*
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,١٨٩	٠,٠٥٢	٢,٢٤٤	٠,٧٢٩	٠,٧٣٨-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦٧	٠,٠٥٢	٢,٢٦١	٠,٧٥٠	٠,٠٧٣
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٣	٠,٠٥٤	٢,٣١٧	٠,٧٠٥	٠,٤٤٤-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٦١	٠,٠٤٧	٢,٢٨٣	٠,٧١٩	١,٠٩٠
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٤٤	٠,٠٥٧	٢,١٢٨	٠,٨٥٩	٠,١٩٤

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٥) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية في معوقات (الدعاية والإعلان ، التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة) لصالح طالبات الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية في باقى العبارات .

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .

جدول (٤٦)

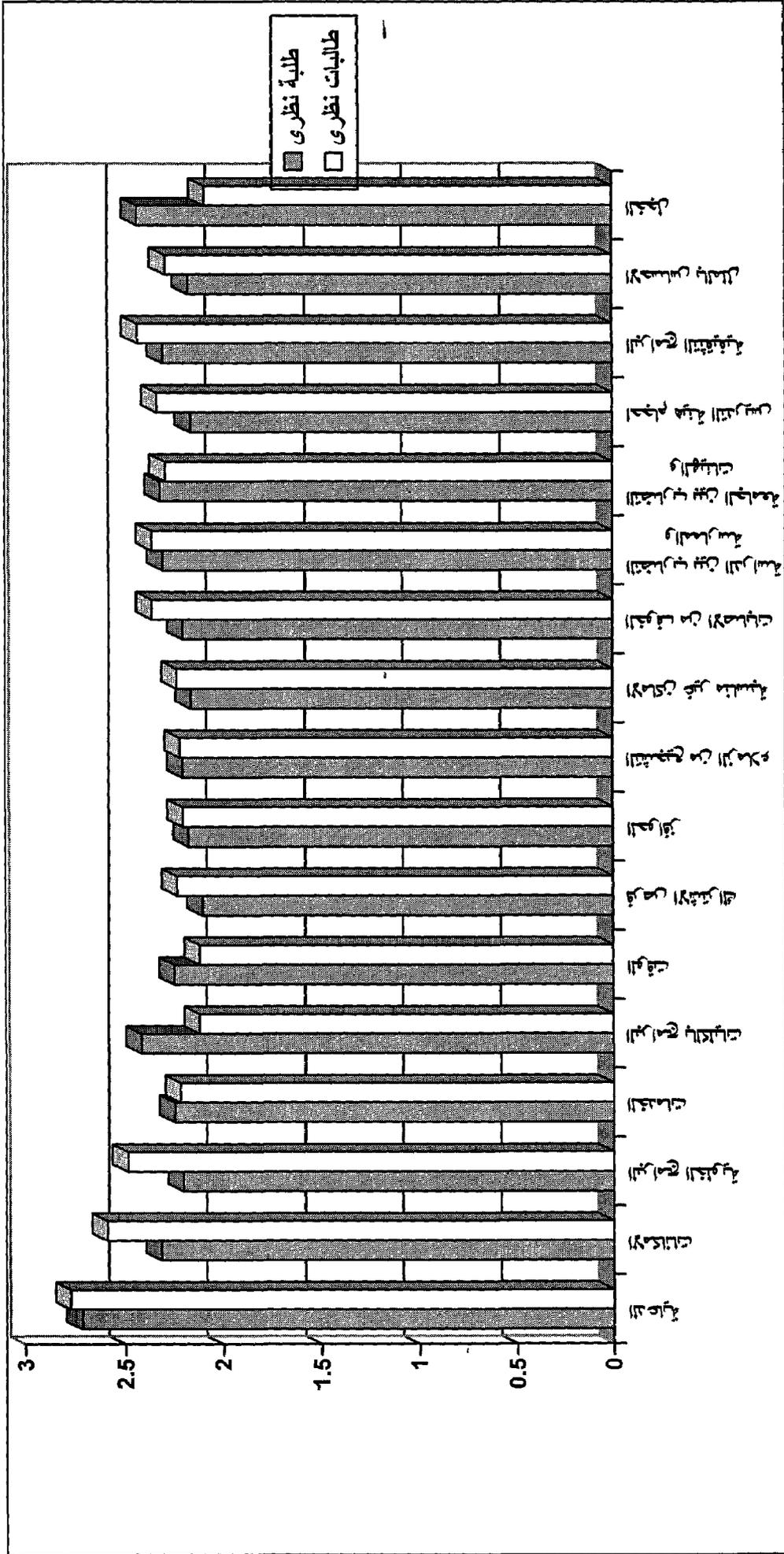
الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=١٤٠)

م	المعوقات	الطلبة ن= ٧٠		الطالبات ن= ٧٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧١٤	٠,٥٩٣	٢,٧٧١	٠,٤٥٦	٠,٦٣٩-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣١٤	٠,٠٩٠	٢,٥٨٦	٠,٥٥١	*٢,٤٣٤-
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٠٠	٠,٠٩٠	٢,٤٨٦	٠,٦٥٤	*٢,٣٩٦-
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٤٣	٠,٠٨٥	٢,٢١٤	٠,٦٣٥	٠,٢٥١
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٤١٤	٠,٠٨٠	٢,١١٤	٠,٧٥٣	*٢,٤٩١
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٣	٠,٠٩٤	٢,١١٤	٠,٧٥٣	٠,٩٨٧
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,١٠٠	٠,٠٨٢	٢,٢٢٩	٠,٧٤٥	١,٠٦٣-
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,١٧١	٠,٠٩٥	٢,٢٠٠	٠,٦٧٢	٠,٢٢٩-
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٠٠	٠,٠٨٣	٢,٢١٤	٠,٧٥٩	٠,١١٦-
١٠	الاماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٥٧	٠,٠٨٥	٢,٢٢٩	٠,٦٨٥	٠,٦٠٤-
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٠٠	٠,٠٧٨	٢,٣٥٧	٠,٦٨٢	١,٣٩٥-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٠٠	٠,٠٩٢	٢,٣٥٧	٠,٧٠٣	٠,٤٥٩-
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٤	٠,٠٨٨	٢,٢٨٦	٠,٦٨٤	٠,٢٣٨
١٤	إعجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٧	٠,٠٨٠	٢,٣٢٩	٠,٦٩٦	١,٤٨١-
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣٠٠	٠,٠٩٠	٢,٤٢٩	٠,٦٢٧	١,١٠١-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,١٧١	٠,٠٨٦	٢,٢٨٦	٠,٦٦٣	٠,٩٧٦-
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,٤٢٩	٠,٠٩٩	٢,٠٨٦	٠,٨١٢	*٢,٤٧٦

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٦) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات النظرية في معوقات (الإمكانيات المادية ، البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها) لصالح طالبات الكليات النظرية بينما توجد فروق دالة إحصائية لصالح طلبة الكليات النظرية في (برامج الترويج الخلوي بالكليات ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات النظرية في باقي العبارات.



شكل (٢٦) الفرق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٥- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

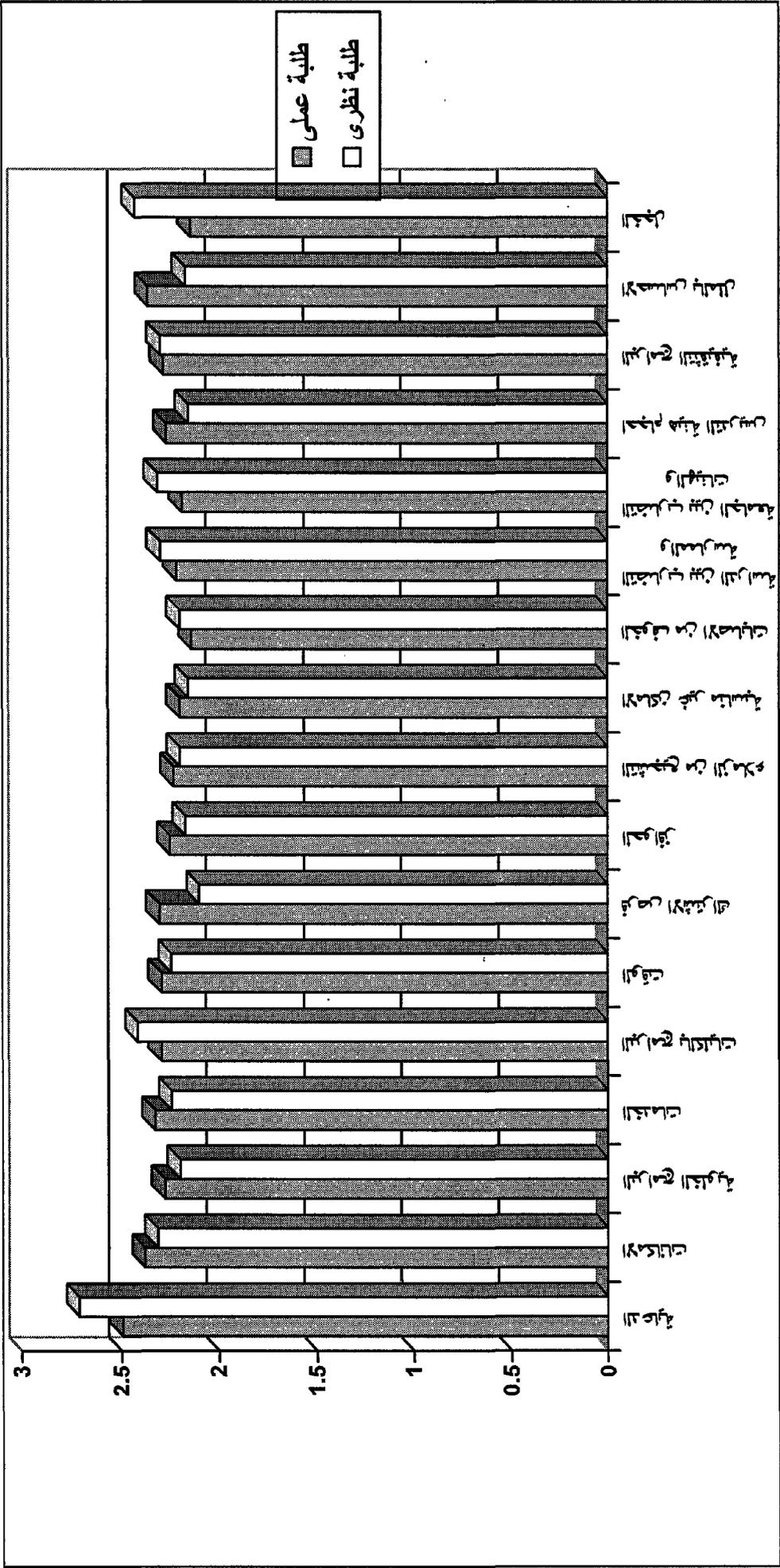
جدول (٤٧)

الفروق بين متوسطي آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=٢٥٠)

م	المعوقات	الطلبة عملي ١٨٠		الطلبة نظري ٧٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٤٩٤	٠,٧٤٤	٢,٧١٤	٠,٥٩٣	*٢,٢١٤-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٧٨	٠,١٥١	٢,٣١٤	٠,٧٥٣	٠,٦٣٩
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,١٥٠	٢,٢٠٠	٠,٧٥٤	٠,٧٩٦
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٢٨	٠,١٥٧	٢,٢٤٣	٠,٧١١	٠,٨٠٧
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٩٤	٠,١٥٥	٢,٤١٤	٠,٦٧٠	١,١٨٢-
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٩٤	٠,١٥٧	٢,٢٤٣	٠,٧٨٨	٠,٤٧٤
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٣٠٦	٠,١٥٣	٢,١٠٠	٠,٦٨٤	*٢,٠٦٠
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٥٠	٠,١٥٤	٢,١٧١	٠,٧٩٨	٠,٧٤٩
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٣٣	٠,١٥٣	٢,٢٠٠	٠,٦٩٤	٠,٣٣٥
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,٢٠٠	٠,١٥٦	٢,١٥٧	٠,٧١٥	٠,٤١١
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٣٩	٠,١٥٥	٢,٢٠٠	٠,٦٥١	٠,٦٠٧-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٢١٧	٠,١٥٨	٢,٣٠٠	٠,٧٦٨	٠,٧٦٣-
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,١٨٩	٠,١٥٢	٢,٣١٤	٠,٧٣٣	١,٢٥٦-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦٧	٠,١٥٢	٢,١٥٧	٠,٦٧٣	١,١٢٥
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٣	٠,١٥٤	٢,٣٠٠	٠,٧٤٩	٠,١٦٣-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٦١	٠,١٤٧	٢,١٧١	٠,٧٢٢	*٢,٠٤٦
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٤٤	٠,١٥٧	٢,٤٢٩	٠,٨٢٧	*٢,٥٦٥-

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ دال *

يتضح من جدول (٤٧) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية في معوقات (الدعاية والإعلان ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) لصالح طلبة الكليات النظرية بينما توجد فروق دالة إحصائية لصالح طلبة الكليات العملية في (فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية ، الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة الكليات العملية و النظرية في باقي العبارات.



شكل (٢٧) الفرق بين متوسطي آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٦- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٨)

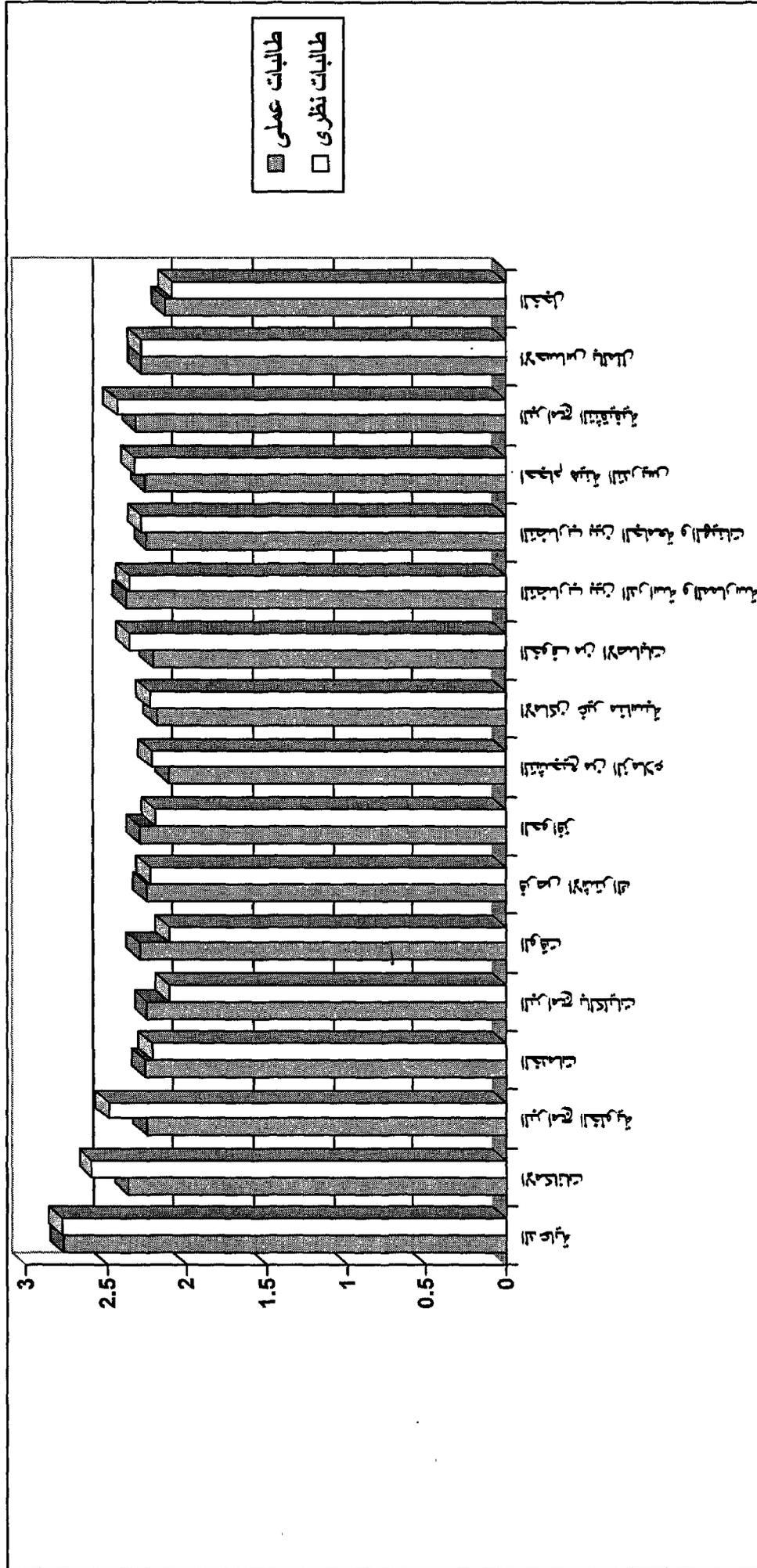
الفروق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=٢٥٠)

م	المعوقات	الطالبات عملي ١٨٠		الطالبات نظري ٧٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧٦١	٠,٥١١	٢,٧٧١	٠,٤٥٦	٠,١٤٨-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٦٧	٠,٠٤٩	٢,٥٨٦	٠,٥٥١	*٢,٤٨٩-
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٧	٢,٤٨٦	٠,٦٥٤	*٢,٢٨٣-
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٦١	٠,٠٥١	٢,٢١٤	٠,٦٣٥	٠,٤٩٨
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٤٤	٠,٠٥٧	٢,١١٤	٠,٧٥٣	١,٢٢٠
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٩	٠,٠٥١	٢,١١٤	٠,٧٥٣	١,٧٥٣
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٤	٢,٢٢٩	٠,٧٤٥	٠,٢٠٨
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٨٩	٠,٠٥١	٢,٢٠٠	٠,٦٧٢	٠,٩٢٢
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١١١	٠,٠٥٤	٢,٢١٤	٠,٧٥٩	٠,٩٩٨-
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٨٩	٠,٠٥٦	٢,٢٢٩	٠,٦٨٥	٠,٣٨٣-
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٠٦	٠,٠٥٧	٢,٣٥٧	٠,٦٨٢	١,٤٤٥-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٧٨	٠,٠٥٢	٢,٣٥٧	٠,٧٠٣	٠,٢١٠
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٤	٠,٠٥٤	٢,٢٨٦	٠,٦٨٤	٠,٤٠٩-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦١	٠,٠٥٦	٢,٣٢٩	٠,٦٩٦	٠,٦٥١-
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٧	٠,٠٥٣	٢,٤٢٩	٠,٦٢٧	١,١٦١-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٢٨٣	٠,٠٥٤	٢,٢٨٦	٠,٦٦٣	
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٢٨	٠,٠٦٤	٢,٠٨٦	٠,٨١٢	

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٨) وجود فروق دالة إحصائية بين طالبات الكليات العملية و النظرية في معوقات (الإمكانيات المادية ، البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها) لصالح طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طالبات الكليات العملية و النظرية فى باقى العبارات .



شكل (٢٨) الفروق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة برامج الترويج الخلوي