

الفصل الثاني

٢./ الإطار النظري والدراسات المرجعية

١/٢ الإطار النظري.

١/١/٢ الوعي.

٢/١/٢ أهمية الوعي.

٣/١/٢ وظائف الوعي.

٤/١/٢ أنماط الوعي.

٥/١/٢ الوعي الترويجي.

٦/١/٢ الوعي الترويجي السياحي.

٧/١/٢ ماهية الوعي الترويجي السياحي.

٨/١/٢ العلاقة بين وقت الفراغ والسياحة.

٩/١/٢ السياحة الترويجية.

١٠/١/٢ أهمية ممارسة الأنشطة الترويجية السياحية للشباب.

١١/١/٢ أنواع السياحة.

١٢/١/٢ الترويج وأوقات فراغ طلاب الجامعة.

١٣/١/٢ السمات المميزة لرحلة الشباب.

٢./ الدراسات المرجعية.

١/٢/٢ التعليق على الدراسات المرجعية.

٢/٢/٢ أوجه الاستفادة من الدراسات المرجعية.

٢/٠ الأطصار النظري والدراسات المرجعية

٢/١ الأطصار النظري:

٢/١/١ الوعي.

إن محاولة صياغة تصور حول مفهوم الوعي تكاد تكون محاولة مستمرة مع الفكر الإنساني عبر مسيرته الطويلة ، فقد كان للمفكرين ذوى الشأن موقف أساسى من مسألة الوعي ، وعلى الرغم من إستخدام هذه الكلمة كثيراً على لسان الباحثين والعامّة إلا أن مفهومه مازال يكتنفه قدر من الغموض والإلتباس نتيجة لكثرة ما قيل عنه أو ضده . (٣٣ : ٢٩٥)

سلوك إجتماعى يتسم بالإدراك العميق من جذب الفرد أو الجماعة وترجمة هذا الإدراك إلى نمط سلوك فعلى ويمكن الفرد من الإلمام بالموقف المختلف . (٥ : ٢٩)

لذلك يعتبر الوعي إتجاه عقلى إنعكاس ، يمكن الفرد من إدراكه لذاته وللبيئة المحيطة به ويتضمن ذلك إدراك الفرد للوظائف العقلية والجسمية ، ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجى وأيضاً إدراكه لذاته كعضو فى الجماعة . (٢٠ : ٨٨)

وبالتالى فالوعى هو الشعور الطبيعى لدى الإنسان بوجوده وبقدراته وبأعماله ، حيث أنه معرفة الإنسان المباشر لذاته ، كما هو الشعور الداخلى الذى يساعد الإنسان فى الحكم على أخلاقية سلوكه وأعماله الشخصية ، لكن الوعي الفردى ليس مقفلاً على ذاته ، فالعلاقات بين البشر ملازمة لعملية نشوء الوعي ، مما يجعله فى نفس الوقت وعياً للذات والآخرين . (٢٣ : ٤٧٦)

ويرى ماركس أن الوعي هو من أهم ما يميز به الإنسان فهو ينتج من أفعاله وتفاعله الإجتماعى ، وكذلك فهو منذ القدم يعد نتاج إجتماعى وسيظل هكذا طالما بقى الإنسان ، وبعبداً عن الإنسان وأفعاله فالوعى هو أساس الحياة المادية والعلاقات العامة . (٦٧ : ٥١ ، ٥٢)

كما يمكن النظر إلى الوعي باعتباره إدراك للأحداث أو المنبهات فى البيئة بالإضافة إلى فهم الظواهر المعرفية كما هو الحال بالنسبة لكثير جداً من الموضوعات الأساسية فى دراسة حياتنا العقلية . (٤٩ : ٩٨)

إن الشخص قد يكتسب مجموعة من الآليات والتعميمات التى يمكنه بها أن يقدر مدى واقعية إستجاباته فى المواقف المختلفة من خلال الوعى وبمرور مراحل النمو يتبلور وعيه بخبراته المتوالية فى ملاحظات واضحة لذاته لتقضى فى النهاية إلى أحكام عامة وتعد الملاحظات بمثابة الإطار التى من خلاله يفهم ذاته ويفهم الآخرين فهماً حقيقياً أصيلاً . (٨ : ١٢٦)

وخلاصة لما سبق ذكره ، فالوعى كامن فى الإنسان ، ويتم من خلال النشاط العقلى للفرد ، وينشأ من خلال علاقات الفرد مع الآخرين وإتصاله بهم ، فالوعى إدراك الفرد لنفسه من خلال علاقات الفرد مع الآخرين وإتصاله بهم ، ونظراً لذلك فالوعى إدراك لنفسه من خلال أعماله وقدراته ، ويستطيع بذلك الحكم على سلوكه ، والبيئة المحيطة به فإذا أدرك الفرد لما هو موجود واقعياً فيستطيع أن يقوم بالإبتكار مستقبلياً ، ويشمل الوعى على الإدراك والمعرفة والفهم والتقييم ، وهو يختلف من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر ومن فترة زمنية لأخرى .

٢/١/٢ أهمية الوعى :

إن الوعى له دور هام فى التنمية والنهوض بالمجتمعات الإنسانية ودفعها إتجاه التقدم ، فلكى يتم تحقيق التقدم فى أى مجتمع ، يجب أن يعمل رجال الدولة على تنمية الوعى للأفراد .

فكان الوعى قديم قدم اللغة ، فاللغة مثل الوعى ظهرت من خلال ضرورة التعامل مع الآخرين ، والحاجة التى أوجدت اللغة هى التى أوجدت الوعى ، فالوعى نتاج إجتماعى ينشأ عند الحاجة وضرورة الإتصال بالآخرين ، ويكون فى صورته الأولية وعى بالبيئة الحسية المباشرة ووعى بالعلاقات المحددة مع الأشخاص والأشياء الأخرى الموجودة خارج الفرد . (٤٧ : ٢٧)

ونجد أن من جوانب الوعى ، الجانب التقييمى وهو الذى يكشف مواقف الناس الفعلية فى ممارسات حياتهم ، والتى تفصح عن وجود فجوة دائمة بين الإتجاهات والسلوك الفعلى . (٤٧ : ١٥٤)

وبالتالى إن تشكيل الوعى لدى الأفراد وترقيته ثقافياً مطلب ضرورى من أجل التنمية ، وتعتبر ثقافة الفرد مؤشراً صادقاً على درجة الوعى التى يتمتع بها ، وتكون العلاقة بين الوعى والثقافة فى شكل تناسب طردي . (٢٧ : ٢٢)

إذاً فالوعى له دور هام فى تنمية شخصية الفرد وتطويرها ، ويؤدى إلى تشكيل الجماعات وتوحيدها .

٢/١/٢ وظائف الوعي :

للوعي ثلاثة وظائف أساسية وهى :

١. وظيفة معرفية : شرح مصالح الفئات الإجتماعية المختلفة وتحديد ما هو قانونى وما هو غير قانونى وكذلك ما يتوافق مع الأعراف والتقاليد والعادات وما لا يتوافق وغير ذلك من مجالات الوظيفة المعرفية .
٢. وظيفة تربوية : فإنها ترتبط بالتربية كأحد الوظائف المهمة للوعي وشرطاً ضرورياً لإستمرار الحياة الإجتماعية بشكل إيجابى ، فعن طريقها يتم نقل الخبرات والتجارب والرؤى والتصورات والأفكار والعادات والقيم والمعارف النظرية والتقنية من جيل إلى آخر بما يشكل تراكم الإرث الثقافى والإجتماعى فى ذاكرة الأجيال المختلفة ونظراً لطبيعة دورها الفعال فإن تأثيرها يتسم بالإستمرارية ويشكل الشخصية الثقافية للأفراد ، وتقوم التربية بأدوار مختلفة تؤثر على خاصيتها الإجتماعية فقد تستخدم كقوة للحفاظ على النظام القائم أو كسلاح من أسلحة التغيير .
٣. وظيفة سيكولوجية : وتتمثل فى العمل على تحقيق القناعات والمواقف والإتصال وخلق الروابط بين البشر وبعضهم البعض .

(٥٦ : ٤٥)

٢/١/٤ أنماط الوعي :

أولاً : الوعي الإعتيادى والوعي النظرى المجرد :

- أ - الوعي الإعتيادى (اليومى المباشر) (العفوى) : خبرة الحياة اليومية المباشرة وحاجات البشر اليومية .
- ب - الوعي النظرى : يحاول من منظور تاريخى ومعاصر ، فهو جوهر الواقع الإجتماعى ، وظواهراته ، والقوانين الأساسية التى تحكم ضرورته . (٣٣ : ٣١٢)

ثانياً : الوعي الفردى والوعي الجماعى :

- أ - الوعي الفردى : يمثل المشاعر والعواطف والأفكار والعادات الشخصية ، ورغم أنه يعد صفة فردية فإنه نتاج إجتماعى ، ويوجد أيضاً مستويات للوعي الفردى ، مستوى نفسى إجتماعى أو سيكولوجى للفرد الذى يتضح من خلال الأحاسيس والاتجاهات ، ومستوى أيديولوجى يتضح من خلال افكار الفرد ومفاهيمه المحيطة به .

- ب - الوعي الجماعى : يعنى المعارف والتصورات والأفكار والآراء التى تجمع عليها الطبقات الإجتماعية ، ويشير إلى إحاطة أى من الطبقات بالواقع وإقامة العلاقة معه .

(٣٨ : ٢٥)

ثالثاً : الوعى الحقيقى والوعى المزيف :

أ - الوعى الحقيقى : حينما ينبع من الظروف الحقيقية للفرد ، ويعبر عنها ويصبح وعياً حقيقياً.

ب - الوعى المزيف : يشير إلى تلك المعتقدات والأفكار التى لا تنبع من الواقع الموضوعى للفرد ، ولا تعمل على تدعيم مصالحها الحقيقة فى ضوء العلاقات الإنتاجية القائمة . (٣٨ : ٢٦)

١/٢ هـ الوعى الترويحى :

يكتشف الترويح كم هائل من المعارف والمفاهيم والمعلومات ولذا أصبح على ممارس الترويح أن يكون ملماً بالقدر الكافى من الثقافة النوعية المرتبطة بالنشاط الذى يمارسه ما تمكنه من الإستمتاع به بشكل كامل ، وحتى يتمكن من إتقائه بالطريقة التى ترضيه ، فلاعب كرة القدم الممارس للنشاط الترويحى يعرف قواعد اللعب وأدائها وبعض المعلومات عن تاريخها وسيرة أبطالها العالمين وأشهر الأندية وأهم البطولات الدولية والمحلية . (٤٥ : ١٦٠ - ١٦١)

وترتكز أهمية الثقافة الترويحية أو كما يطلق عليها البعض " المعرفة الترويحية " أو " التنور الترويحى " على انها تمنح الثراء لشخصية الإنسان ، وتشحن وجدانه بالمعاني والقيم الفنية والجمالية وتكسبه الوعى الترويحى اللازم للمشاركة فى الأنشطة والممارسات الترويحية بطريقة إيجابية ، فالثقافة الترويحية من أهم المجالات التى تسهم فى تكامل البشرية وتنمية الشخصية بصورة متكاملة بدنياً ونفسياً واجتماعياً وعقلياً حيث تمثل جانب الثقافة التى تحتوى على المعرفة والقيم والاتجاهات تلك التى تتصل بالممارسة والمشاركة فى الأنشطة الترويحية ، ويؤكد على ذلك العديد من الدراسات والأدبيات منها دراسة " إيمان محفوظ " (١٩٩٥) (١٤) ، " وعبد اللطيف قطب " (١٩٩٦) (٣٥) ، و " إيمان رفعت " (١٩٩٦) (١٣) ، " وأحمد معارك " (١٩٩٨) (٧) ، " اشرف عفيفى " (١٩٩٩) (١١) ، والتى أكدت جميعاً فى نتائجها على أهمية الثقافة الترويحية للأفراد .

وفى كثير من المجتمعات المعاصرة الآن يتاح لديها قدر كبير من أوقات الفراغ بعيداً عن العمل الإنتاجى ويتحتم عليها إستثمارها فى البناء المتكامل للفرد ونرى هنا أنه يتم النظر إلى العمل الإنتاجى وأوقات الفراغ على أنهما وحدة واحدة وأصبح إستثمار وقت الفراغ بطريقة مخططة إحتياج ضرورى وتلعب المعلومات العلمية بين هذين العنصرين دوراً مهماً فى طريق العمل التطبيقي فى تنفيذها فى أوقات الفراغ . (٤٤ : ١٢ - ١٣)

ويعد التعليم من أهم الأنظمة الإنسانية في المجتمعات المعاصرة وتؤكد نظريات التربية الحديثة على أهمية مناشط أوقات الفراغ والترويح في العملية التربوية والتنموية، وللتعليم أهمية في تحقيق أهداف التربية وكذلك للترويح أهدافاً يسعى إلى تحقيقها تمثيلاً مع فلسفة التربية ومنها تنمية اتجاهات المتعلمين نحو مناشط أوقات الفراغ والترويح وإكساب المهارات والهوايات المرتبطة بهما. (٤٨ : ١٨٤)

كما يقوم الفراغ والترويح على تهيئة فرص للاستكشاف والاختراع والابتكار وتكوين الشخصية لدى الفرد تتمثل في أن الفراغ يوفر بيئة مختلفة عن بيئة العمل بيئة تدعو قوى جديدة تلعب دورها في تكشف إمكانات الفرد المدفونة وممارسة خبرات جديدة، وأن الفراغ كقوة عامل هام للتقدم والحضارة والحفاظ عليها وليس الهروب منها. (١٩ : ١٢٧)

١/١/٢ الوعي الترويحي السياحي :

هو الإحاطة بكل الواقع المحيط بالفرد بل و بالمجتمع كله والطبيعة وهذا هو هدف نشاط السياحة ويشير " ماهر السيبي " (٢٠٠١) إلى مؤتمر صناعة السياحة والسفر الذي عقد في البيت الأبيض في أكتوبر ١٩٩٥م والذي جاء من أهم توصياته ضرورة تنمية الوعي بصناعة السياحة فهي قطاع لا يمكن أن يعمل مستقلاً ويجب وضع برنامج قومي للتوعية بأهمية السياحة ونشر الوعي السياحي ، فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد ولن تنهض السياحة وتزدهر إلا بتعاون المجتمع بأكمله، وفي إطار ذلك نجد أن وزارة السياحة تقوم بمجموعة متكاملة من المشروعات منها مشروع الإرتقاء بمستوى العمالة السياحية ومشروع الإرتقاء بالتعليم السياحي وآخر للإرتقاء بالوعي السياحي العام إضافة إلى مشروع تطوير تكنولوجيا المعلومات السياحية. (٤٦ : ٣٢)

إن عملية نشر الوعي الترويحي السياحي تعد الآن ضرورة قومية وملحة بين أفراد الشعوب ، وذلك من أجل تنشيط حركة السياحة في مصر ، حيث إن السياحة تتأثر بسلوك المواطنين في الأماكن المزورة أو من خلال تعاملهم مع السائحين ، والوعي الترويحي السياحي يجعل لأي فرد دوراً إيجابياً في عملية التنشيط ، والتنمية السياحية .

وإنطلاقاً من ذلك فقد جاءت إهتمام الدراسة الحالية بتنمية الوعي الترويحي السياحي لطلاب الجامعات باعتبار أن هؤلاء الشباب هم شباب الغد ورجال المستقبل الذين يساعدون في تحقيق التنمية السياحية الأفضل لبلدنا الغالية .

٢/١/٢ ماهية الوعي الترويجي السياحي :

مما لا شك فيه أن عملية التنشيط السياحي لا تتم بمعزل عن تحقيق الوعي الترويجي السياحي الأمثل للمواطنين ، حيث أن مصر لفترة قريبة كانت بمعزل عن التخطيط والتطوير السياحي ، لكن كلما سعينا إلى تحقيق وعي أفضل كان العائد السياحي أفضل لبلدنا. (٦٨)

وعلى ذلك فإنه يمكن أن يعرف " الوعي الترويجي السياحي " بأنه ما يوجد لدى الفرد من عوامل للجذب السياحي ، وأنواع هذه العوامل بالإضافة إلى الأهمية الاقتصادية ، والإجتماعية للسياحة ، فضلاً عن دورها في مختلف مجالات التنمية وأيضاً أثارها البعيدة على مختلف مظاهر الحياة الاقتصادية والإجتماعية ، كما يشمل أيضاً الوعي الترويجي السياحي كيفية التعامل مع الأجانب بصورة حضارية تليق بسمعة مصر بين دول العالم. (٢٦ : ١٧٣)

كما يعرف الوعي الترويجي السياحي بأنه " الحد المناسب من المعرفة والفهم الذي يساعد على خلق دافعية إيجابية نحو الاعتقاد بالقيم والسلوكيات المرتبطة بالمجال السياحي ، والذي يظهر في سلوك الفرد تجاه المزارات السياحية والسائحين. (٤٢ : ٥٨)

فالوعي الترويجي السياحي قد يكون أحد مظاهر الوعي القومي ، حيث يعرف بأنه " محصلة العمليات الإجتماعية التي تستهدف توعية الأفراد بواجباتهم ، ومسئولياتهم القومية ، والإجتماعية ، وتبصيرهم بالعمل الخلاق ، وتنمية مقومات الضمير الوطني الحي والمسؤول لديهم. (٤١ : ٧٥)

وتعد الثقافة الترويجية جزء من الثقافة بمفهومها الشامل ، فهي كل ما توصل إليه المجتمع من خبرات من أجل الوصول إلى النمو السليم لأعضائه عبر جميع المراحل السنية ، ومن أجل رفع المستوى الصحي العام ، وتتطلب الثقافة الترويجية الكثير من العناصر منها التربية البدنية ، والتربية الترويجية ، واللياقة القوامية والتربية الصحية ، ويعتبر الإهتمام بتلك العناصر من المؤشرات الدالة على إرتفاع مستوى الثقافة الترويجية ، كما أنها أحد المؤشرات التي تحدد مستوى التقدم الحضاري في المجتمع الإنساني المعاصر ، ومن ثم فالثقافة الترويجية السياحية هي جملة المعارف والاتجاهات والقيم المرتبطة بالنشاط الترويجي السياحي على إختلاف أنواعه والتي يستقيها الفرد من الإطار الثقافي والإجتماعي المحيط ، وفي هذا الصدد تذكر " إيمان رفعت السعيد " (١٩٩٦) ، أن الثقافة الترويجية أحد

أهم جوانب الإعداد الثقافي للطلاب الجامعي ، فهي تنطوي على المعرفة والقيم والاتجاهات التي تتصل بالمشاركة في الأنشطة الترويحية وبتكوين فلسفة ذاتية تجاه أوقات الفراغ التي يتعرض لها الفرد ، كما أنها تمنح ثراءً لشخصية الإنسان وتشحن وجدانه بالمعاني والقيم الفنية والجمالية وتكسبه الوعي الترويحي اللازم للمشاركة في الأنشطة الترويحية بطريقة إيجابية. (١٣ : ٢)

كما تعد الثقافة الترويحية بالنسبة للطلاب الجامعي جزء من تكوينه الثقافي العام ، وخاصة من خلال ما توفره الجامعة من المعارف وما تكسبه إياه من الوعي بالأنشطة الترويحي ، ذلك لأن رسالة الجامعة ممتدة فهي تصنع من الإنسان فرداً في وقتنا الحاضر ليست مركزاً تعليمياً فحسب بل هي مؤسسة ينتمى إليها الطالب لينمي خبراته وهواياته ، ويشبع رغباته وحاجاته فالمنظومة التعليمية لها تقوم على الرسالة التعليمية وكذلك العمل على تشجيع ممارسة الأنشطة الطلابية بمختلف فروعها ، خاصة أن من أهم السبل لتربية الشباب هو تدريبهم على كيفية استثمار وقت فراغهم والعناية بالأنشطة الترويحية المختلفة ، وحتى يتسنى تحقيق ذلك فلا بد إشباع ميولهم نحو الترحال والإستكشاف. (٥٩ : ٤)

ولذلك يمكن القول بأن السياحة قد تؤدي إلى المدى البعيد في حالة غياب الوعي السياحي إلى تدهور القيم الإجتماعية نتيجة إنتشار العديد من العادات والسلوكيات غير سوية. (٣٩)

وترجع ضرورة الإهتمام بالوعي السياحي لدى الأفراد لما للسياحة من أهمية كبيرة كمصدر لتحقيق التنمية الإقتصادية السريعة لأنها تعتبر من أقل الأنشطة من حيث التمويل الإستثماري المطلوب في المجتمعات النامية فضلاً عن أن السائح عند مغادرته المكان بإتطابعات طيبة يعتبر عميلاً مرتقباً لزيارات تالية علاوة عن قيامه بنقل إعجابه بهذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يؤدي لإستقدام مجموعة جديدة من السائحين ، لذا يجب ضرورة الإهتمام بنشر الوعي الترويحي السياحي بأفضل وأحدث الطرق. (٤٦ : ١٠٩)

وتنمية الوعي السياحي تعمل على تحقيق هدفين رئيسين هما :

- ١- إدراك الفرد لطبيعة النشاط السياحي ، وبمعرفته بالعلاقات والمشكلات المختلفة لهذا النشاط من حيث أسبابها ، وأثارها ، والمشاركة الفعالة في حل تلك المشكلات .

٢- أن يتعلم الفرد كيفية النظر إلى السياحة كنشاط إجتماعى نظرة واعية يدرك من خلالها ما هو إيجابى ، وتحسين إستعارته ، وما هو سلبى وغير ملائم لقيمنا الإجتماعية ، وبالتالي تجنبه .
(٢٢)

وبعد التعرف على ماهية الوعى الترويجى السياحى ، وأهميته وأهدافه ودوره فى تقدم السياحة فلا بد من التعرف على أسباب إنخفاض الوعى الترويجى السياحى وكيف يمكن تنمية ذلك الوعى الترويجى السياحى وتحقيقه ؟

- ١- إنخفاض مستوى المعيشة .
- ٢- إنتشار الأمية الثقافية ، والتعليمية .
- ٣- عدم وجود برامج للتوعية السياحية عبر الوسائط المختلفة .
- ٤- ضعف الولاء والانتماء للمجتمع .
- ٥- قصور الدور التعليمى والتربوى فى تحقيق التوعية السياحية .
(٣١)

ولكى نرتقى بالوعى الترويجى السياحى لدى الأفراد فلا بد من تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها أولاً والتي يمكن تلخيصها فيما يلى :

- ١- تحسين الصورة المعنوية للسياحة أمام الجماهير عن طريق إبراز أهميتها الإقتصادية والثقافية والإجتماعية .
- ٢- دفع الجماهير إلى موقف إيجابى وفعال نحو السياحة .
- ٣- يجب على المؤسسات الحكومية وأجهزة الدولة أن تأخذ موقفاً متنافساً فيما بينها فى دفع العمل السياحى وتتنافس من أجل إسم بلادنا .
- ٤- تحسين أسلوب العمل والتنمية والوعى الجماهيرى .
- ٥- ضرورة الإستفادة من القادة السياسيين وقادة الفكر والرأى فى المجتمع فى توعية الجماهير بأهمية السياحة .
- ٦- دور النقابات والأحزاب والنوادر فى نشر الوعى الجماهيرى للسياحة .
- ٧- تعميق مفهوم الوعى الترويجى السياحى يجب أن يكون بالممارسة الفعلية والعملية .
(٥٧ : ٩٣ - ٩٤)

والوعى السياحي جزأ لايتجزأ من الثقافة السياحية بل أنهما يعتبران وجهان لعملة واحدة والعمل على تنميتها لدى الأفراد هو أقصر الطرق للإرتقاء بالنشاط السياحي ، ومن ثم الوصول إلى تحقيق تربية سياحية سليمة للأفراد . (٥٩ : ٣٤)

٨/١/٢ العلاقة بين وقت الفراغ والسياحة:

مما لا شك فيه أن الفراغ والسياحة عنصران متلازمان يرتبطان بالطبيعة الإنسانية ونجدهما معاً أو كلاهما على حده في كل الثقافات عبر تاريخ الإنسان ولقد تحولوا الآن إلى ظاهرة جماعية ذات أهمية خاصة بالقدر الكافي لتغيير صورة المجتمع تغييراً جذرياً ، كما يؤكد علماء الاجتماع فيما يتعلق بالفراغ الحقيقي متى استكملت الثورة الثالثة ثورة التكنولوجيا والآلية فإن الحضارة ستتيح اندماجاً في ثقافة أوقات الفراغ وهذا يعنى أن الفرد الذى يعيش الآن من أجل هدف العمل فى المقام الأول سيتمكن من أن يعمل ليعيش ومع احتمال استخدام الجزء الأكبر والأفضل من طاقته فى أنشطة مثمرة بل وباعثه على النشاط . (٤ : ١٩٣)

ولما كانت بعض تعريفات السياحة تشتق من نظريات العمل ووقت الفراغ حيث يجب أن تفكر فى السائحين على أنهم أشخاص يقضون وقت فراغهم كنشاط إنسانى يجذبهم بينما هم فى بلادهم ، فالسياحة تعتبر نشاطاً فى وقت الفراغ وتتطلب السفر إلى المجتمعات الأخرى وغالباً ما يترادف مصطلح السياحة " Tourism " مع مصطلح وقت الفراغ " Leisure " ومصطلح الترويح " Recreation " إلا أن الاختلاف بينهما جد كبير فوقت الفراغ ينظر له على أنه مقياس للوقت فهو الوقت المتبقى بعد العمل والنوم والمشاركات المنزلية ، أما الترويح فيعنى الأنشطة واسعة الاختلاف التى تمارس من خلال وقت الفراغ ، أما السياحة فتمثل إستخداماً خاصاً لوقت الفراغ وشكلاً خاصاً من أنشطة وقت الفراغ أو كل أشكال الترويح وأنها تشمل المزيد من السفر ولكن ليس كل السفر وبناء عليه نجد أن هناك تشابكاً بين السياحة وأنشطة الترويح الأخرى فغالباً ما تشترك أنشطة السياحة والأنشطة الترويحية فى نفس التسهيلات . (٧ : ٨١)

٩/١/٢ السياحة الترويحية :

من الطبيعى أن كل نوع من أنواع السياحة يوفر الترفيه أو الترويح للسائح ولكن هذا يأتى كهدف مكمل للأهداف الأخرى فمثلاً يتم الجمع بين الأهداف الإقتصادية والأهداف الترويحية أو بين الأهداف البدنية والترويحية إلا أن السياحة الترويحية فيكون الهدف

الأساسى منها هو تحقيق الترويج ، والسياحة الترويحية هى تغيير مكان الإقامة لفترة من يوم واحد بغرض الإستمتاع والترويج عن النفس وليس لغرض آخر كما يمكن أن يتخللها الإستمتاع بممارسة الهوايات المختلفة كصيد السمك والغوص والإنزلاق على الماء وتتميز السياحة الترويحية بأنها تجذب أكبر عدد من أبناء المجتمع المحلى حيث أنهم يفضلون الذهاب إلى الحدائق والمتنزهات أو القرى السياحية .

ويجب الإشارة هنا إلى هذا النمط من السياحة لا يتوفر إلا بتوافر مقومات الترويج الطبيعية مثل المساحات الشائعة من الخضرة ، والمتنزهات الخلابة ، والحدائق العامة وكذلك الأحوال الجوية المعتدلة سواء صيفاً أو شتاءً بالإضافة إلى توفر مستوى الخدمات المناسبة للأفراد مقابل أقل الأسعار الممكنة . (٦٧ : ٤٦)

١٠/١/٢ أهمية ممارسة الأنشطة الترويحية السياحية للشباب:

ويؤكد محمد الحماحمى ، عايدة عبد العزيز (١٩٩٨) على أهمية ممارسة الأنشطة الترويحية للشباب وبشكل منتظم ، فهي تنمى رغبة الفرد نحو الممارسة الحركية وتستثير دوافعه ، وكذلك التعبير عن الذات وتفريغ الإنفعالات المكبوتة ، وتحد من التوتر العصبى والنفسى المصاحب للحياة العصرية ، كما أنها تحقق الإسترخاء والتوازن النفسى للفرد . (٤٨ : ٣٩)

تعد ممارسة الأنشطة البدنية والترويحية وسيلة فعالة لحماية وتحسين صحة الإنسان لما لها من آثار جانبية تزيد من كفاءة الأجهزة الحيوية لجسم الإنسان وتعمل على تنشيط الدورة الدموية ، وبالتالي عدم الممارسة يمكن أن يؤدى إلى الخمول والبدانة والتعرض للإصابة . (٢٩ : ٩)

ويشير إبراهيم خليفة (٢٠٠٦) إلى أن الأنشطة البدنية والترويحية تعد وجبة أساسية للفرد ، لما لها من دور فعال فى تحسين الكفاءة البدنية والحركية والصحية والنفسية والاجتماعية . (٨٧ : ٢)

١١/١/٢ أنواع السياحة .

- سياحة المغامرات: والاطلاع على الغرائب ومراقبة السكان وعاداتهم، مثل تسلق الجبال كجبال الأطلس، ركوب الأمواج وكذلك التزلج برمال صحراء الربع الخالي الذهبية و بالرمال الحمراء بصحراء النفود بالمملكة العربية السعودية.
- السياحة الترفيهية: وهي السفر إلى الوجهات السياحية المعروفة على مستوى العالم.
- السياحة الدينية: السفر بهدف زيارة الأماكن المقدسة مثل مكة والمدينة والقدس.
- السياحة الثقافية: و الهدف زيارة الأماكن الثقافية مثل فاس، تدمر و لاهور.
- السياحة العلاجية: السفر بهدف العلاج والاستجمام في المنتجعات الصحية في مختلف بقاع العالم كما في الهند على سبيل المثال.
- السياحة البيئية: السفر بهدف زيارة المحميات الطبيعية مثل المحميات الطبيعية في أفريقيا.
- السياحة البحرية: وهي منتشرة بشكل كبير في الوطن العربي، في أكادير، شرم الشيخ، اللاذقية، العقبة و الإسكندرية.
- سياحة المؤتمرات: وهي الأنشطة السياحية المصاحبة لحضور المؤتمرات العالمية وهي تكون بالعواصم المختلفة حول العالم.
- سياحة التسوق: وهي السفر من أجل التسوق من الدول التي تتميز بوفرة في مجموعات الشراء وجودة الأسعار ومنها دبي ولندن وباريس وميلانو وفرانكفورت وبرلين فهي وجهات للتسوق.
- السياحة الرياضية بأنواعها .

(٧٥)

١٢/١/٢ الترويج السياحي وأوقات فراغ طلاب الجامعة :

إن استثمار وقت الفراغ بشكل عام له تأثيره الكبير على تطور شخصية الفرد ، كما أن استثمار وقت فراغ الطلاب بصفة خاصة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالعمل التربوي في المؤسسات التربوية كالجامعات ، لذا يلزم العمل على توجيه الجيل الصاعد وتوعيته بأهمية استثمار أوقات الفراغ بصورة نافعة تعود عليه وعلى الوطن بالفوائد المتعددة ، وإتاحة الفرصة أمامه لممارسة العديد من الأنشطة الترويحية السياحية في وقت فراغه فهدف تربيته وتنمية شخصيته ، ويؤكد على ذلك أيضاً كلاً من إيورت وآخرون Ewert & Other (٢٠٠٠) ، وماك أفوي وآخرون Mc avoy & Other (٢٠٠١) ، فممارسة أنشطة الترويج السياحي لها دور كبير في استثمار أوقات الفراغ لدى الأفراد صور فعالة ومؤثرة

وكذلك فى تنمية شخصية الممارس للنشاط تنمية متكاملة متزنة.(٣٦ : ١٨)، (٦٥ : ٢٠٠) ، (٧٠) ،

وتعتبر الجامعة فى وقتنا الحاضر ليست مركز تعليمى فحسب بل هى مؤسسة ينمى فيها الطالب خبراته وهواياته ويشبع رغباته وحاجاته فبجانب الرسالة العلمية فإنها تعمل على تشجيع ممارسة الأنشطة الطلابية بمختلف فروعها خاصة أن من أهم السبل لتربية الشباب تدريبهم على كيفية قضاء وقت فراغهم والعناية بالأنشطة الرياضية والفنية والثقافية والأدبية والإجتماعية وجذب الشباب للمشاركة ويمثل جانب الوعى الترويجى السياحى أحد الجوانب الهامة لطلاب الجامعة. (٣٠ : ١)

وهناك العديد من الأهداف التربوية التى يسعى الترويج إلى تحقيقها فى الجامعة كالمعمل على إكساب المتعلمين المهارات والهوايات المرتبطة بأوقات الفراغ والترويج ، وإشباع ميول وحاجات المتعلمين للمناشط التربوية ، وكذلك تعديل اتجاهات وسلوك المتعلمون من خلال الخبرات المكتسبة من ممارسة مناشط أوقات الفراغ والترويج ، إضافة إلى تنمية الروابط الإجتماعية والصداقات بين المتعلمين وبعضهم ، وبين المتعلمين ومدرسيهم ، فضلاً عن تنمية شخصية المتعلمون من خلال إشراكهم فى تلك المناشط ، وإكتشاف المواهب المختلفة فى مجالات الترويج ، إضافة إلى الإستفادة من طاقات النشء والشباب فى خدمة البيئة والمجتمع من خلال برامج الترويج المرتبطة بهذا المجال ، ويتحقق هذا الدور الحيوى للجامعة من خلال إتخاذ عدة إجراءات تتم على النحو التالى :

- (١) توفير الحوافز لإشراك الطلاب فى المناشط المختلفة للترويج وذلك من قبل إدارة النشاط بالجامعة بغرض زيادة الطلب على المشاركة فى تلك المناشط .
- (٢) التنوع فى برامج الأنشطة المختلفة وذلك لمراعاة الميول والفروق الفردية بين الطلاب.
- (٣) الإعلان والدعاية لبرامج الترويج المختلفة وذلك فى موعد مبكر عن بدء النشاط مما يتيح فرصة المشاركة أو المشاهدة لمناشطهم من قبل الطلاب .
- (٤) توفير الإمكانيات المرتبطة بالمناشط المختلفة للترويج وذلك من قبل المسؤولين عن الجامعة مما يتيح الفرص للطلاب لممارسة أوجه النشاط التى يميلون إليها .
- (٥) إختيار الأوقات المناسبة لتنفيذ برامج الترويج بالجامعة وذلك بما لا يتعارض مع مواعيد محاضرات الطلاب أو المناشط العلمية الأخرى .
- (٦) توفير المشرفون المتخصصون فى كافة مناشط الترويج للإشراف التربوى على الممارسين من طلاب الجامعة .

- (٧) إهتمام إدارة النشاط بالجامعة بتنظيم برامج النشاط لكافة الطلاب دون قصر الإهتمام على أعضاء الفرق الرياضية أو الموهوبين فى النشاط الأخرى .
- (٨) توجيه الطلاب إلى نوع النشاط المناسب لميولهم وإستعداداتهم وقدراتهم حتى يقبلون على ممارسته ويتحقق لهم الرضى عن المشاركة .
- (٤٨ : ١٨٤ - ١٨٥) ، (٢١ : ٢٠٤ - ٢٠٦)

١٣/١/٢ السمات المميزة لمرحلة الشباب :

إن أفراد مرحلة الشباب من ذوى الأعمار (٢١:١٧) عام هم طلاب وطالبات مرحلة التعليم الجامعى ولقد أصبحوا مجال بحث دائم من قبل علماء النفس والتربية وغيرهم من رواد البحث العلمى نظراً لأهمية تلك المرحلة والتي تعتبر من أهم مراحل الحياة إذ فيها يكتسب الشباب مهاراته الإنسانية واحدة بعد الأخرى وبممارسته لما يفضل من الأنشطة الترويحية يكتسب المهارات الحياتية الإنسانية وينمى شخصيته خلال عمليات التفاعل الإجتماعى المتعاقبة والمتبادلة بينه وبين أفراد مجتمعه ، وعندما يبلغ الفرد هذه المرحلة يكون قد وصل إلى سن الرشد ويصبح قادراً على تحمل المسؤولية ، فهو العنصر البشرى الأساسى فى أى مجتمع ، ولذلك توجه المجتمعات إهتماماً خاصاً لطلاب الجامعات من أجل إعدادهم وتنميتهم عقلياً وإجتماعياً وبدنياً وإنفعالياً بما يتماشى مع خصائصهم وميولهم وإتجاهاتهم خاصة أن مظاهر النمو فى هذه المرحلة تتعدد وتباين بشكل واضح . (٥١ : ١٨)

وتتفق العديد من الأدبيات التى تناولت خصائص النمو فى هذه المرحلة ومنها فؤاد البهى " (١٩٨٥) (٤٠) " ، وأحمد أمين فوزى " (١٩٩٢) " (٤) ، ومحمد حسن علاوى " (١٩٩٢) " (٥٠) ، وتهانى عبد السلام " (١٩٩٣ ، ٢٠٠١) " (١٦) ، (١٨) ، وحامد عبد السلام زهران " (١٩٩٩) " (٢١) ، والذين أشاروا إلى أنه يتضح خصائص النمو فى هذه المرحلة من خلال عدة مظاهر منها ، الجسمية ، والحركية ، والنفسية ، والفسولوجية ، والإجتماعية ، والعقلية ، والإنفعالية والتي سوف نجزها فيما يلى :

(١) النمو الجسمى

تبدأ هذه الفترة بطفرة فى النمو حيث ينمو النمو الجسمى نحو الإكتمال ويكتسب كلا الجنسين قواماً معيناً ، ويزداد الطول والوزن وعادة ما يكون مقدار هذه الزيادة لدى

الذكور أكثر من الإناث ، وتزداد الحواس دقة وتعتبر هذه الفترة قمة الصحة والشباب ويتضح التحسن فى صحة المراهق كما يتسم النمو فى هذه المرحلة أيضاً بالإتزان والتانسق بين النمو العضلى ونمو الهيكل العظمى ويصل التوافق العضلى العصبى إلى قمته وتتحسن اللياقة البدنية خاصة من ناحية القوة والجلد .

(٢) النمو الحركى

تصبح حركات الجسم أكثر دقة فى هذه المرحلة كما يقترب النشاط الحركى إلى الإستقرار والرزانة ، وتزداد المهارات الحسية والحركية بصفة عامة وفى هذه المرحلة يستطيع الفرد أن يصل إلى أعلى المستويات الرياضية والفنية نظراً لإكتمال الصفات البدنية.

(٣) النمو النفسى

تتسم هذه المرحلة بالتوازن بين العقل والعاطفة ويلعب المنطق دوره فى حياة الشباب ، كما تزداد قدرة الفرد على التحكم فى الإثفعالات وضبط المشاعر ما لم يكن هناك مجال للإستثارة القوية وممارسة الإستقلال الشخصى ، كما تتسم تلك المرحلة أيضاً بميل الشباب إلى حب الآخرين ، والتضحية بالمصالح الشخصية فى سبيل الصالح العام ، كذلك الإعجاب بالأبطال والزعماء .

(٤) النمو الفسيولوجى

يتم التكامل بين الوظائف الفسيولوجية والنفسية فى شخصية متوازنة ، كما يتم الوصول إلى التوازن الغدى ويكتمل نضج الخصائص الجنسية الثانوية عند الجميع ، كما تقل عدد ساعات النوم .

(٥) النمو الإجتماعى

تظهر فى هذه المرحلة عدة مظاهر منها ميل الشاب إلى الإلتواء للجماعات الكبيرة خاصة التى تقوم بتحقيق أغراض قوية لذلك نجد نمو الذكاء الإجتماعى وتتضح الرغبة فى توجيه الذات ، كما يحتاجون إلى مثل أعلى يؤمنون به ويعملون على السعى لتحقيق التوافق الشخصى والإجتماعى ، ونلاحظ فى تلك المرحلة أيضاً الإعتراز بالشخصية وإحتياج الفرد إلى تنظيم وقت الفراغ بحيث يكتسب خبرات متقدمة ومتنوعة فى ألوان النشاط المختلفة .

(٦) النمو العقلى

يزداد فى هذه المرحلة نمو القدرات العقلية ، كما نجد نمواً واضحاً فى مستوى التفكير المجرد والتفكير المنطقى الإبتكارى ، حيث يصل الذكاء إلى قمة نضجه ويظهر بوضوح إكتساب المهارات العقلية والمفاهيم المختلفة ، كذلك تزداد القدرة على الفهم والصياغة النظرية وتزداد القدرة على الإتصال العقلى مع الآخرين وإستخدام المناقشة المنطقية والقدرة على إقناع الآخرين .

(٧) النمو الإنفعالى

يتضح فى هذه المرحلة الميل نحو الثبات الإنفعالى وتظهر بعض العواطف الشخصية مثل الإعتراز بالنفس ، والعناية بالمظهر ، والقدرة على المشاركة الفعالة ، وزيادة الولاء ، والوصول إلى تحقيق الأمن الإنفعالى .

٢/٢ الدور اساتد المرجعية :

يتناول هذا الجزء عرضاً للدراسات والبحوث المرجعية الأكثر ارتباطاً بمجال البحث الحالي ، سواء كانت عربية أو أجنبية وذلك بهدف التعرف على مدى إتقانها أو اختلافها مع البحث الحالي ، ومحاولة الاستفادة منها في تأكيد وتدعيم نتائجه .

نتائج الدراسة	أدوات الدراسة	عينة الدراسة	منهج الدراسة	هدف الدراسة	موضوع الدراسة	دراسة
إن إمكانيات السياحة الرياضية تعتبر أحد أهم أساسيات النجاح لصناعة السياحة الرياضية في مصر ، بمصر العديد من الإمكانيات السياحية الرياضية وخاصة الطبيعية منها ألا أنها لم تستغل بالشكل المناسب ، هناك قصور في الجهات الإعلامية ، وعدم وجود أبطال عالميين ، عدم توافر أخصائيين في مجال السياحة الرياضية بصورة كافية.	وإستخدام الباحث إستمارة الإستبتيان والمقابلية الشخصية كادوات لجمع البيانات	بلغ عددها (٥٠) شخصية من القيادات العاملة في المجلس الأعلى للشباب والرياضة ومدير عام السياحة بالإسكندرية .	وأسستخدام الباحث المنهج الوصفي.	وذلك من خلال التعرف على إمكانيات السياحة الرياضية في مصر ومدى كفاية الإمكانيات المتوفرة بالفعل لنجاح السياحة في مصر وما هو مطلوب من إمكانيات لنجاح السياحة في مصر وما هي معوقات صناعة السياحة الرياضية في مصر	"تقديم إحصائيات سياحية رياضية في جمهورية مصر العربية"	١-دراسة أشرف الميبداني (١٩٩٨) (١٠)

دراسة	موضوع الدراسة	هدف الدراسة	منهج الدراسة	عينة الدراسة	أدوات الدراسة	نتائج الدراسة
٢-دراسة جمال السيد الجاسسى (٢٠٠٠) (٢٠)	"تقويم دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية فى الإقليم صادية بجمهورية مصر العربية"	تهدف إلى تقويم دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية فى جمهورية مصر العربية وذلك من خلال التمويل لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ح ودراسة العائد المادى لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ح	المنهج الوصفى "الدراسات المسحية والدراسات التحليلية النقدية"	على عينة بلغ عددها (٣) خبراء فى مجال السياحة تسم اختيارهم بطريقة عديدة ، (٢) من مديري الشركات السياحية تسم اختيارهم بطريقة عشوائية ، وعدد من مسؤولى الاتحادات والأندية الرياضية المهتمة بالسياحة الرياضية	استمارة الإستماتيان والمقابلية التمهيدية كأدوات لجمع البيانات	أن هناك مجموعة من الأنشطة الرياضية المفضلة لدى السائحين (الأجانب - العرب) لو أحسن الإهتمام بهم تساهمت فى زيادة الدخل القومى والإرتفاع بمستوى المعيشة وبالتالي فى التنمية الاقتصادية بجمهورية مصر العربية ومن هذه الأنشطة (مسابقات صيد الأسماك) - الفوميسنة والدوليسنة - المسابقات المائية - سباق السيارات - مهرجان الخيول العربية - مارثون مصر الدولى - مسابقات الرماية والهجى .

نتائج الدراسة	أدوات الدراسة	عينة الدراسة	منهج الدراسة	هدف الدراسة	موضوع الدراسة	دراسة
وجود وعى ترويحي رياضي لدى المعلمين وعدم وجود وعى ترويحي رياضي لدى التلاميذ المرحلة الإعدادية.	استبيان. استبيان.	٨٧ معلم ١٢٥٠ تلميذ	الوصفي.	التعرف على الوعى الترويحي الرياضي لدى معلمى التربية البدنية وتلاميذ المرحلة الاعداية بمحافظة القاهرة.	الوعى الترويحي الرياضي لدى معلمى التربية البدنية وتلاميذ المرحلة الاعداية بمحافظة القاهرة.	٣-دراسة وليد أحمد عبد الرزاق (٢٠٠١) (٦٣)
إمكانات السياحة الرياضية تعتبر من أهم أساسيات نجاح وترويج السياحة الرياضية فى مصر - على الرغم من توافر الإمكانيات الطبيعية للسياحة الرياضية فى مصر إلا إنه لا يتوفر منشآت وكوادر قادرة على استغلال هذه الإمكانيات لزيادة الدخل القومي	استبيان الاستبيان المقابلية البيانات	عينة بلغت ٣٠ قوامها (٣٠) من مديري القرى السياحية ، الشخصية كادوات لجمع البيانات	وإستخدمت الباحثة المنهج الوصفي على عينة بلغت ٣٠ قوامها (٣٠) من مديري القرى السياحية ، الشخصية كادوات لجمع البيانات	تهدف إلى تقويم أنشطة الترويج الرياضي بالمشروعات السياحية فى جمهورية مصر العربية وذلك للتعرف على أهداف النشاط والإمكانات البشرية والإمكانات المادية ، وبرامج المادية الرياضية ووسائل الإعلام	تقويم أنشطة الترويج الرياضي بالمشروعات السياحية فى ج . ع . م	٤-دراسة هالة عمر صبي (٢٠٠١) (٦١)

دراسة	موضوع الدراسة	هدف الدراسة	منهج الدراسة	عينة الدراسة	أدوات الدراسة	نتائج الدراسة
٥- دراسة محمد أيمن إبراهيم الهندي (٢٠٠١) (١٥)	تحليل برامج الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي .	يهدف البحث لتحليل برامج التفرزيون ومعرفة أثرها على نشر الوعي الرياضي لأفراد المرحلة الإعدادية من سن ١٢ - ١٥ سنة .	الوصفي المسحي .	من طلاب المرحلة الإعدادية من سن ١٢ - ١٥ سنة .	استمارة استبيان .	وتروج هذا النمط الرياضي . - هناك قصور في أداء التسويق والإعلام للورهم في نجاح السياحة الرياضية المصرية . أن البرامج التفرزيونية لا تجد الاهتمام الكافي من قبل المسؤولين ، ومحتوى البرامج لا تلبي احتياجات هذه المرحلة السنية .
٦- دراسة صابر حسن صابر (٢٠٠٢) (٢٨)	"تقويم أنشطة الترويج المائي بالمشروعات السياحية في مصر وذلك من خلال التعرف على الإمكانيات المادية الأثرية لتنفيذ هذه	تهدف إلى تقويم أنشطة الترويج المائي بالمشروعات السياحية في مصر وذلك من خلال التعرف على الإمكانيات المادية الأثرية لتنفيذ هذه	المنهج الوصفي	على عينة بلغ عددها (١٥٠) ممارس من الأجاكسب ، (١٥٠) ممارس من العرب	استمارة الاستبيان والمقابلات كأدوات لجمع البيانات .	وجود قلة في الأنشطة الترويجية المائية داخل جمهورية مصر العربية ولا تتماشى مع العادات والتقاليد ، عدم توافيق الإمكانيات المادية والأجهزة والأدوات ،

نتائج الدراسة	أدوات الدراسة	عينة الدراسة	منهج الدراسة	هدف الدراسة	موضوع الدراسة	دراسة
عجز ونقص شديد فى القيادات البشرية المساعدة على ممارسة أنشطة الترويج المائى ، إرتفاع أسعار الإقامة فى المناطق السياحية .		والمصريين ، (٧٥) ممن القيادات البشرية تم اختيارهم بطريقة عشوائية		الأششطة و القيادات البشرية المساعدة على ممارسة هذه الأنشطة وأنواعها وأسباب ممارستها وأهم المعوقات لأنشطة الترويج المائى فى مصر .		
ساهم الموقع الترويجى فى تنمية الترويجية السياحية ، ظهرت فعالية نمط التعلم عبر الإنترنت فى إكتساب جوانب الثقافة الترويجية السياحية ، التعلم عبر الإنترنت يراعى الفروق الفردية بين المتعلمين ، يوفر الموقع الإلكتروني فرص الحصول على المعلومة بأسلوب جذاب يشتمل على النص والصورة وفيلم الفيديو والصوت	- اختبار التحصيل المعرفى لمستوى الثقافة السياحية الترويجية - إختبار " كاتل للذكاء " - الموفق الترويجى المقترح	(٦٠) طالبات الفرقة الأولى من كلية التربية الرياضية جامعة طنطا .	استخدمت الباحثة المنهج التجريبي الوصفى	يهدف البحث إلى بناء موقع إلكترونى ترويجى سياحى لجمهورية مصر العربية والتعرف على تأثيره فى الثقافة الترويجية السياحية لطالبات كلية التربية الرياضية بطنطا .	بناء موقع ترويجى سياحى لجمهورية مصر العربية على الانترنت وتأثيره على الثقافة الترويجية لطالبات كلية التربية الرياضية بطنطا	دراسة نهى فتحى صالح (٢٠٠٩) (٥٩)

نتائج الدراسة	أدوات الدراسة	عينة الدراسة	منهج الدراسة	هدف الدراسة	موضوع الدراسة	دراسة
	احتوت على (٥) محاور و (٩٢) عبارة			على وضع برنامج مقترح للترويج الخلوى لطلاب التدريب المبدئى بالفرقة الرابعة جميع الشعب .		
أنه لا يوجد فى الوقت الحالى - وقت تنفيذ البحث - دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى الرياضى فى محو أمية السباحة و السباحة الترويحية و السباحة العلاجية و السباحة الرياضية الداخلية و الميل الرياضى وأنه لا يوجد دور للإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى العام .	استمارة استبيان	اختار الباحث العينة بالطريقة العشوائية ثم اختار الباحث حجم العينة من (٤٠) خبيراً و (٤٩٦) مشاهداً من محافظة الإسكندرية.	المسحى	مساهمة البرامج الرياضية بالإذاعة المرئية المحلية فى الارتقاء بالمستوى الفكرى لدى جمهور المشاهدين و العمل إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الرياضية الخاصة بنشاط السباحة	دور الإذاعة المرئية المحلية فى تنمية الوعى الرياضى فى نشاط السباحة لتطوير مجال السباحة و العلاج و الترويج .	١٠-دراسة علاء الدين أحمد محمود متولى محمد (٢٠٠٦) (٣٧)

دراسة	موضوع الدراسة	هدف الدراسة	منهج الدراسة	عينة الدراسة	أدوات الدراسة	نتائج الدراسة
١١ - دراسة عبد الحميد محمد (٢٠٠٦) (٣٤)	"دراسة مسحية للأششطة الترويحية فى القرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر"	تهدف إلى عمل مسح للأششطة الترويحية بالقرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر وذلك من خلال التعرف على الأششطة الترويحية المتوفرة والمفضلة لدى السائحين المترددين على القرى السياحية فى محافظة البحر الأحمر والإمكانيات المالية والبشرية المتوفرة فى القرى السياحية فى محافظة البحر الأحمر والمعوقات التى تواجه تنفيذ وممارسة هذه الأنشطة.	وإستخدام الباحث المنهج الوصفى	على عينة بلغت قوامها (٥٠) قرية سياحية ، (٥٠٠) سائح من مختلف الجنسيات تسم إختيارهم بطريقة عشوائية .	وإستخدام الباحث إستمارة الإستمائيات والمقابلية الشخصية كأدوات لجمع البيانات .	وكان من أهم النتائج التى توصل إليها الباحث أن الأششطة الترويحية الأكثر توفراً فى محافظة البحر الأحمر هى (السباحة - الغوص - السنو كلنج - الكرة الطائرة الشاطئية) والأششطة الترويحية الأكثر تفضيلاً لدى السائحين العرب هى (السباحة - كرة الماء - الكرة الطائرة - الألعاب المائية) والأششطة الترويحية المفضلة لدى السائحين الأجانب هى (السباحة - الإستجمام على الشاطئ - رحلات السفارى) والإمكانيات .

نتائج الدراسة	أدوات الدراسة	عينة الدراسة	منهج الدراسة	هدف الدراسة	موضوع الدراسة	دراسة
١-توجد فروق دالة احصائية فى الوعي بمفهوم الترويج لصالح الطلاب الممارسين فى الأنشطة الطلابية .	استمارة استبيان للتعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط .	يتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من طلال جامعة أسبوط ويمثلون (٨) كليات بواقع (٧٥٧) طالب وطالبة .	الوصفى	التعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	١٢- دراسة مصطفى على محمد (٢٠٠٧) (٥٤)
٢-توجد فروق دالة احصائية فى الوعي بطرق استثمار وقت الفراغ لصالح الطلاب الممارسين فى الأنشطة الترويجية.	استمارة استبيان للتعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط .	يتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من طلال جامعة أسبوط ويمثلون (٨) كليات بواقع (٧٥٧) طالب وطالبة .	الوصفى	التعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	١٢- دراسة مصطفى على محمد (٢٠٠٧) (٥٤)
٣-توجد فروق دالة احصائية فى الوعي بطرق استثمار وقت الفراغ لصالح الطلاب الممارسين فى الأنشطة الترويجية.	استمارة استبيان للتعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط .	يتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من طلال جامعة أسبوط ويمثلون (٨) كليات بواقع (٧٥٧) طالب وطالبة .	الوصفى	التعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	١٢- دراسة مصطفى على محمد (٢٠٠٧) (٥٤)
٤-توجد فروق دالة احصائية فى الوعي بتأثير الأنشطة الترويجية على	استمارة استبيان للتعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط .	يتم اختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من طلال جامعة أسبوط ويمثلون (٨) كليات بواقع (٧٥٧) طالب وطالبة .	الوصفى	التعرف على دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	دور الوعي الترويجى فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسبوط	١٢- دراسة مصطفى على محمد (٢٠٠٧) (٥٤)

دراسة	موضوع الدراسة	هدف الدراسة	منهج الدراسة	عينة الدراسة	أدوات الدراسة	نتائج الدراسة
						الطلاب لمصالح الطلاب الممارسين للأششطة الترويجية. ٥- توجد فروق دالة إحصائية في الوعي بعائد الأنشطة الترويجية على الصحة لدى الطلاب لمصالح الطلاب الممارسين للأنشطة الترويجية. ٦- توجد فروق دالة إحصائية في الوعي بالإمكانيات البشيرية والمالية للطلاب لمصالح الطلاب الممارسين للأنشطة الترويجية.

١/٢/٢ التعليق على الدراسات المرجعية:

أجريت هذه الدراسات المرجعية خلال الفترة من عام ١٩٩٨ م إلى عام ٢٠٠٧ م وكانت عددها الإجمالي ١٢ دراسة عربية وتطرقت جميعها إلى دراسة الوعي ودور السياحة والترويج .

وفيما يلي سوف يقوم الباحث بتحليل هذه الدراسات من حيث الأهداف والمنهج المستخدم وعينة الدراسة ، وأدوات جمع البيانات ومدى الاستفادة من تلك الدراسات فى مجال الدراسة الحالية .

أولاً : من حيث الهدف من الدراسة :

فقد وجد الباحث دراسة أشرف الميدانى (١٩٩٨) وذلك من خلال التعرف على إمكانات السياحة الرياضية فى مصر ومدى كفاية الإمكانيات المتوفرة بالفعل لنجاح السياحة فى مصر وما هو مطلوب من إمكانات لنجاح السياحة فى مصر وما هى معوقات صناعة السياحة الرياضية فى مصر، ودراسة جمال السيد الجاسمى (٢٠٠٠) وتهدف إلى تقويم دور السياحة الرياضية فى التنمية الاقتصادية فى جمهورية مصر العربية وذلك من خلال التمويل لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ع ودراسة العائد المادى لمسابقات ومهرجانات السياحة الرياضية فى ج . م . ع، دراسة وليد أحمد عبد الرازق (٢٠٠١) التعرف على الوعي الترويجى الرياضى لدى معلمى التربية البدنية وتلاميذ المرحلة الاعدادية بمحافظة القاهرة، دراسة هالة عمر الصبى (٢٠٠١)، تهدف إلى تقويم أنشطة الترويج الرياضى بالمشروعات السياحية فى جمهورية مصر العربية وذلك للتعرف على أهداف النشاط والإمكانات البشرية والإمكانات المادية ، وبرامج السياحة الرياضية ووسائل الإعلام والسياسات العامة وتقويم مشروع برنامج مقترح لتنشيط السياحة الترويجية الرياضية، دراسة أيمن محمد إبراهيم الهنداوى (٢٠٠١)، يهدف البحث لتحليل برامج التلفزيون ومعرفة أثرها على نشر الوعي الرياضى لأفراد المرحلة الإعدادية من سن ١٢ - ١٥ سنة ، دراسة صابر حسن صابر (٢٠٠٢)، تهدف إلى تقويم أنشطة الترويج المائى بالمشروعات السياحية فى مصر وذلك من خلال التعرف على الإمكانيات المادية الأزمة لتنفيذ هذه الأنشطة والقيادات البشرية المساعدة على ممارسة هذه الأنشطة وأنواعها وأسباب ممارستها وأهم المعوقات لأنشطة الترويج المائى فى مصر ، دراسة نهى فتحى صالح (٢٠٠٣) يهدف البحث الى تصميم برنامج ترويجى ثقافى باستخدام الهيبرميديا

والتعرف على مدى فعاليته فى تنمية الثقافة الترويحية الخلوية لدى طالبات كلية التربية الرياضية بطنطا، دراسة سحر حسين محمد الشيبينى (٢٠٠٤) يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير برنامج ترويحى لاكتساب بعض سلوكيات الوعى البيئى الرياضى لدى أطفال ما قبل المدرسة من سن ٥ - ٦ ، دراسة صحبى محمد سراج ، هالة محمد عمر (٢٠٠٥) ويهدف البحث إلى التعرف على الوعى الترويحيى الخلوى لدى طلاب التدريب ، والتدريس نحو مفهوم وأهداف الترويح الخلوى ومدى الإقبال على ممارسة والاتصال المعلوماتى ودور المجتمع نحو تدعيمه ، والوقوف على وضع برنامج مقترح للترويح الخلوى لطلاب التدريب الميدانى بالفرقة الرابعة جميع الشعب ، دراسة علاء الدين أحمد محمود متولى محمد (٢٠٠٦) مساهمة البرامج الرياضية بالإذاعة المرئية المحلية فى الارتقاء بالمستوى الفكرى لدى جمهور المشاهدين والعمل إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الرياضية الخاصة بنشاط السباحة دراسة عبد الحميد محمد (٢٠٠٦) تهدف إلى عمل مسح للأنشطة الترويحية بالقرى السياحية لمحافظة البحر الأحمر وذلك من خلال التعرف على الأنشطة الترويحية المتوفرة والمفضلة لدى السائحين المترددين على القرى السياحية فى محافظة البحر الأحمر والإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة فى القرى السياحية فى محافظة البحر الأحمر والمعوقات التى تواجه تنفيذ وممارسة هذه الأنشطة دراسة مصطفى على محمود (٢٠٠٧) التعرف على دور الوعى الترويحي فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسيوط دراسة مصطفى على محمود (٢٠٠٧) التعرف على دور الوعى الترويحي فى استثمار وقت الفراغ لدى طلاب جامعة أسيوط ومما سبق توصل الباحث الى وضع الاهداف الخاصة ببحثه والمتمثلة فى التعرف على الوعى الترويحي السياحى لدى طلاب الجامعات المصرية نحو مفهوم وأهداف الترويح السياحى مع وضع نموذج لبرنامج مقترح لتنمية الوعى السياحى لطلاب الجامعات المصرية .

ثانياً : من حيث عينة الدراسة :

لاحظ الباحث اختلاف فى عينة البحث فى الدراسات المرجعية وتنوعها حيث وجد أن دراسة أشرف الميدانى (١٩٩٨) بلغ عددها (٥٠) شخصية من القيادات العاملة فى المجلس الأعلى للشباب والرياضة ومدير عام السياحة بالإسكندرية . دراسة جمال السيد الجاسمى (٢٠٠٠) بلغ عددها (٣) خبراء فى مجال السياحة تم اختيارهم بطريقة عمدية ، (٢) من مديري الشركات السياحية تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، وعدد من مسئولى الاتحادات والأندية الرياضية المهمة بالسياحة الرياضية دراسة وليد أحمد عبد الرزاق (٢٠٠١) بلغ عددها ٨٧ معلم ١٢٥٠ تلميذ ، دراسة هالة عمر الصبى (٢٠٠١) بلغ قوامها

(٣٠) من مديري القرى السياحية ، (٥٢٠) سائح بمختلف لغاتهم تم إختيارهم بطريقة عمدية من محافظة البحر الأحمر دراسة أيمن محمد إبراهيم الهنداوى (٢٠٠١) كانت من طلاب المرحلة الإعدادية من سن ١٢ - ١٥ سنة ، دراسة صابر حسن صابر (٢٠٠٢) ، بلغ عددها (١٥٠) ممارس من الأجانب ، (١٥٠) ممارس من العرب والمصريين ، (٧٥) من القيادات البشرية تم إختيارهم بطريقة عشوائية دراسة نهى فتحى صالح (٢٠٠٣) كانت من طالبات الفرقة الأولى بكلية التربية الرياضية بلغ قوامها (٦٠) طالبة دراسة سحر حسين محمد الشبيني (٢٠٠٤) أجريت هذه الدراسة على (٦٠) طفل وطفلة دراسة صحبى محمد سراج ، هالة محمد عمر (٢٠٠٥) بلغ حجم العينة (١٢٠) طالب بواقع (٤٠) طالب بكل شعبة فى (٧٥) طالبة بواقع (٢٥) طالبة لكل شعبة من طلاب التدريب الميدانى دراسة علاء الدين أحمد محمود متولى محمد (٢٠٠٦) بلغ حجم العينة من (٤٠) خبيراً، و (٤٩٦) مشاهداً من محافظة الإسكندرية ، دراسة عبد الحميد محمد (٢٠٠٦) بلغ قوامها (٥٠) قرية سياحية ، (٥٠٠) سائح من مختلف الجنسيات تم إختيارهم بطريقة عشوائية دراسة مصطفى على محمود (٢٠٠٧) تم إختيار عينة البحث بالطريقة العشوائية من طلال جامعة أسيوط ويمثلون (٨) كليات بواقع (٧٥٧) طالب وطالبة ، وقد إختار الباحث عينة بحثه من طلاب بعض الجامعات المصرية والذى إقتصر على إختيار جامعة الإسكندرية وجامعة القاهرة وجامعة طنطا وجامعة سوهاج.

ثالثاً : من حيث منهج الدراسة :

فقد لاحظ الباحث أن جميع الدراسات المرجعية اتفقت فيما بينها من حيث استخدام المنهج الوصفى باعتباره المنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات واستخدام الاستبيان كأفضل أداة لتحقيق الهدف من البحث وقد استفاد الباحث من ذلك فى تصميم الاستبيان الخاص ببحثه ومن ثم عرضه على الخبراء فى مجال الوعى الترويجى السياحى لإبداء الرأى فى صلاحية محاور الاستبيان وكذلك العبارات.

رابعاً : من حيث وسائل جمع البيانات :

فقد لاحظ الباحث أن جميع الدراسات المرجعية اتفقت فيما بينها من حيث استخدام استمارات الاستبيان والمقابلات الشخصية كأفضل أداة لتحقيق أهداف البحث وقد استفاد الباحث من ذلك فى تصميم استبيان الوعى الترويجى السياحى ومن ثم عرضه على الخبراء فى مجال الترويج السياحى.

خامساً : من حيث نتائج الدراسات :

فقد لاحظ الباحث أنه تتشابه كل النتائج في مقدماتها من حيث الأهداف مع نتائجها وأن كل نتائج الأبحاث قد اختلفت وذلك لاختلاف أهدافها والمجتمع وكذلك العينة التي تطبق عليها .

- (١) استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات مثل بعض الدراسات المرجعية .
- (٢) استخدام المنهج الوصفي عن طريق الدراسة المسحية مثل بعض الدراسات المرتبطة.
- (٣) استخدام بعض المعالجات الإحصائية كالوسط الحسابي ، والانحراف المعياري ، ومعامل الارتباط ، والأهمية النسبية ، الوزن النسبي ، وكا^٢ .
- (٤) بعض الدراسات المرجعية كان هدفها قاصر على استبيان أحد المحاور المستخدمة ، أما الدراسة الحالية هدفها استبيان هذه المحاور كلها مع تقديم المقترحات للتغلب على الوضع الراهن وتصحيحه .
- (٥) جميع الدراسات المرجعية لم تتطرق الى موضوع الوعي الترويحي السياحي على طلاب جامعات مصر فيما عدا دراسة " نهى صالح " (٢٠٠٩) (٦٥) وقد طبقت بحثها على طالبات كلية التربية الرياضية ولم تتطرق الى الوعي الترويحي السياحي.

٢/٢/٢ أوجه الاستفادة من الدراسات المرجعية.

أدى إطلاع الباحث وتحليله لتلك الدراسات المرجعية على الاستفادة فى الكثير من الخطوات الإجرائية فى الموضوع قيد البحث فيما يلى :

- (١) تم تحديد الخطوات المتبعة فى إجراءات الدراسة .
- (٢) تم صياغة أهداف وتساؤلات البحث بدقة .
- (٣) تم اختيار العينة بدقة .
- (٤) تم اختيار المنهج المناسب للبحث والدراسة .
- (٥) تم تحديد المحاور المناسبة لتساؤلات الدراسة .
- (٦) تم صياغة العبارات الخاصة بكل محور بصورة شاملة .
- (٧) التعرف على أنسب وسيلة لجمع البيانات بدقة وهى " الاستبيان " .
- (٨) تم تدعيم نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات المرجعية.