

الفصل الرابع

١/٤ عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

١/٤ عرض النتائج ج.

٢/٤ تفسير ومناقشة النتائج.

الفصل الرابع

٤/ عرض وتفسير ومناقشة النتائج

١/٤ عرض النتائج:

- في ضوء أهداف البحث وتساؤلاته، وفي إطار المنهج العلمي المستخدم وفي حدود عينة البحث ومجالاته، قام الباحث عن طريق المعالجات الإحصائية باتباع الآتي:
- إيجاد الأهمية النسبية المئوية لآراء عينة البحث من الشباب حول مفهوم الترويج التجاري.
 - إيجاد الأهمية النسبية المئوية لآراء عينة البحث من الشباب حول الخدمات المقدمة في المقاهي للأفراد.
 - إيجاد الأهمية النسبية المئوية لآراء عينة البحث من الشباب حول أسباب إرتياد الشباب للمقاهي.
 - إيجاد الأهمية النسبية المئوية لآراء عينة البحث من الشباب حول الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي.

جدول (٤-١)
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة محور الأول: مفهوم الترويج التجاري لعينة الريف
(ن = ١٠٠)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات			ع	م	العبارة	م
			لا	لحدما	نعم				
١٤	%٧٩	٢٣٧	١٨	٢٧	٥٥	٠,٧٧	٢,٣٧	يجلب السعادة والسرور والمرح للشباب	١
٢٤	%٥٨	١٧٤	٥٤	١٨	٢٨	٠,٨٧	١,٧٤	استثمار أوقات الفراغ بالمعادن المادي	٢
١٠	٨٥,٠٠%	٢٥٥	٠	٤٥	٥٥	٠,٥٠	٢,٥٥	ضرورة للإنسان في جميع مراحل العمر	٣
٢٥	٥٨,٠٠%	١٧٤	٤٥	٣٦	١٩	٠,٧٦	١,٧٤	ممارسة الأنشطة التي تتميز بالإبداع	٤
٢٧	٤٩,٠٠%	١٤٧	١٠	٢٧	٦٣	٠,٦٧	١,٤٧	الاقتصار على المشاهدة للبرامج أو أوجه النشاط في وقت الفراغ	٥
٢١	٧٣,٠٠%	٢١٩	١٨	٤٥	٣٧	٠,٧٢	٢,١٩	وسيلة للتوازن النفسي	٦
٢٣	٦٤,٠٠%	١٩٢	٣٧	١٨	٤٥	٠,٩٠	١,٩٢	نشاط ممتع للفرد دون مراعاة لعادات وتقاليده المجتمعية	٧
٢٨	٤٩,٠٠%	١٤٧	٦٣	٢٧	١٠	٠,٦٧	١,٤٧	مجال يتيح التزود بالخبرات الجديدة النافعة للحياة	٨
٣٠	٤٠,٠٠%	١٢٠	٨١	١٨	١	٠,٤٢	١,٢٠	وسيلة للتعبير عن الذات	٩
٣	٩١,٠٠%	٢٧٣	٠	٢٧	٧٣	٠,٤٤	٢,٧٣	إشباع الميول للأنشطة الترويحية	١٠
١٢	٨٢,٠٠%	٢٤٦	٠	٣٦	٦٤	٠,٤٨	٢,٦٤	الترويج التجاري يهدف لإشباع الميول والحاجات	١١
٢٦	٥٥,٠٠%	١٦٥	٥٤	٢٧	١٩	٠,٧٨	١,٦٥	فرصة لممارسة خبرات جديدة	١٢
٤	٩١,٠٠%	٢٧٣	٩	٩	٨٢	٠,٦١	٢,٧٣	التغلب على روتين الحياة اليومية	١٣
٥	٩١,٠٠%	٢٧٣	٧٣	٢٧	٠	٠,٤٤	٢,٧٣	التمتع بالوقت دون مراعاة لشعور الآخرين	١٤
١	٩٧,٠٠%	٢٩١	٠	٩	٩١	٠,٢٨	٢,٩١	نشاط يمارسه الشباب وفقا لاختياراته وميوله	١٥
٢٢	٧٣,٠٠%	٢١٩	١٨	٤٥	٣٧	٠,٧٢	٢,١٩	التأثير الإيجابي في سلوك الشباب نحو وقت الفراغ	١٦
١٥	٧٩,٠٠%	٢٣٧	٥٥	٢٧	١٨	٠,٧٧	٢,٣٧	نشاط غير هادف للشباب	١٧
٨	٨٨,٠٠%	٢٦٤	٦٤	٣٦	٠	٠,٤٨	٢,٦٤	نشاط لا يساهم في تطوير الشخصية للشباب	١٨

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الأول: مفهوم الترويج التجاري لعينة الريف

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات			ع	م	المعبرة	م
			لا	لحدما	نعم				
٦	٩١,٠٠%	٢٧٣	٠	٢٧	٧٣	٠,٤٤	٢,٧٣	تحقيق التوازن في الحياة اليومية	١٩
٧	٩١,٠٠%	٢٧٣	٩	٩	٨٢	٠,٦١	٢,٧٣	كسر الروتين اليومي	٢٠
١٦	٧٩,٠٠%	٢٣٧	١٨	٢٧	٥٥	٠,٧٧	٢,٣٧	خفض التوتر العصبي	٢١
١٩	٧٦,٠٠%	٢٢٨	٤٦	٣٦	١٨	٠,٧٥	٢,٢٨	نشاط لا يعود على الشباب بالمتعة	٢٢
١٣	٨٢,٠٠%	٢٤٦	٦٤	١٨	١٨	٠,٧٨	٢,٤٦	نشاط يؤثر سلبيا على الحياة اليومية	٢٣
١٧	٧٩,٠٠%	٢٣٧	١٨	٢٧	٥٥	٠,٧٧	٢,٣٧	الشعور بالسعادة عند استخدام القدرات العقلية	٢٤
٢	٩٤,٠٠%	٢٨٢	٠	١٨	٨٢	٠,٣٨	٢,٨٢	نشاط فردي وجماعي	٢٥
٩	٨٨,٠٠%	٢٦٤	٩	١٨	٧٣	٠,٦٤	٢,٦٤	وسيلة للاستجمام والاسترخاء	٢٦
١٨	٧٩,٠٠%	٢٣٧	٥٥	٢٧	١٨	٠,٧٧	٢,٣٧	نشاط يعوق المتعلمين عن التحصيل الدراسي	٢٧
١١	٨٥,٠٠%	٢٥٥	٩	٢٧	٦٤	٠,٦٥	٢,٥٥	تجديد الطاقة والحيوية للشباب	٢٨
٢٩	٤٩,٠٠%	١٤٧	٧٢	٩	١٩	٠,٧٩	١,٤٧	وقاية المراهقين والشباب من انحراف السلوك	٢٩
٢٠	٧٦,٠٠%	٢٢٨	٩	٥٤	٣٧	٠,٦٢	٢,٢٨	تجعل الحياة الشخصية سعيدة ومستقرة	٣٠

يتضح من الجدول (١١) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور مفهوم الترويج التجاري لدى عينة الريف ، وجاءت في المراتب الأولى للمحور أنه نشاط يمارسه الشباب وفقا لاختياراته وميوله بنسبة مئوية (٩٧,٠٠%) وأنه نشاط فردي وجماعي بنسبة مئوية (٩٤,٠٠%) ، وأنه يجعل الشخص يتغلب على روتين الحياة بنسبة مئوية (٩١,٠٠%) ، تحقق التوازن في الحياة اليومية بنسبة مئوية (٩١,٠٠%) .

واحتلت المراتب الأخيرة الاقتصار على مشاهدة البرامج وأوجه النشاط في وقت الفراغ بنسبة مئوية (٤٩,٠٠%) ، مجال يتيح التزود بالخبرات الجديدة النافعة للحياة بنسبة مئوية (٤٩,٠٠%) ، وقاية المراهقين الشباب من الانحراف بنسبة مئوية (٤٩,٠٠%) ، وجاءت في المنزلة الأخيرة إنه وسيلة للتعبير عن الذات بنسبة (٤٠,٠٠%) .

جدول (٤-٢)
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الأول : مفهوم الترويج التجاري لعينة المدن
(ن = ١٥٥)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	العبارة	م
			لا	لحدا				
١٩	٨٨,١٧%	٤١٠	٩	٣٧	٠,٥٨	٢,٦٤	يجلب السعادة والسرور والمرح للشباب	١
٢٨	٧٨,٤٩%	٣٦٥	٢٧	٤٦	٠,٧٦	٢,٣٥	استثمار أوقات الفراغ بالعائد المادي	٢
٢٠	٨٥,٨١%	٣٩٩	٢٨	١٠	٠,٧٨	٢,٥٧	ضرورة للإنسان في جميع مراحل العمر	٣
٢٢	٨٤,٣٠%	٣٩٢	١٨	٣٧	٠,٦٩	٢,٥٢	ممارسة الأنشطة التي تتميز بالإبداع والابتكار والإيجابية	٤
٢٩	٦٠,٨٦%	٢٨٣	٣٦	٥٦	٠,٧٨	١,٨٢	الافتصاح على المشاهدة للبرامج أو أوجه النشاط في وقت الفراغ	٥
٢٥	٨٣,٨٧%	٣٩٠	١٩	٣٧	٠,٧٠	٢,٥١	وسيلة للتوازن النفسي	٦
٩	٩١,٤٠%	٤٢٥	١١٧	٣٦	٠,٤٦	٢,٧٤	نشاط ممتع للفرد دون مراعاة لعادات وتقاليد المجتمع	٧
٥	٩٣,٣٣%	٤٣٤	٢	٢٧	٠,٤٣	٢,٨٠	مجال يتيح التزود بالخبرات الجديدة النافعة للحياة	٨
١٥	٨٩,٤٦%	٤١٦	٢	٤٥	٠,٤٩	٢,٦٨	وسيلة للتعبير عن الذات	٩
٢٧	٨٠,٢٢%	٣٧٣	٢٧	٣٨	٠,٧٧	٢,٤٠	إشباع الميول للأنشطة الترويحية	١٠
٢٣	٨٤,٣٠%	٣٩٢	٢٧	١٩	٠,٧٧	٢,٥٢	الترويج التجاري يهدف لإشباع الميول والحاجات	١١
٦	٩٣,٣٣%	٤٣٤	٢	٢٧	٠,٤٣	٢,٨٠	فرصة لممارسة خبرات جديدة	١٢
١٦	٨٩,٤٦%	٤١٦	٢	٤٥	٠,٤٩	٢,٦٨	التغلب على روتين الحياة اليومية	١٣
١٢	٩٠,١١%	٤١٩	١١٨	٢٨	٠,٥٧	٢,٧٠	التمتع بالوقت دون مراعاة لشعور الآخرين	١٤
١٤	٨٩,٨٩%	٤١٨	١٠	٢٧	٠,٥٨	٢,٦٩	نشاط يمارسه الشباب وفقا لاختياراته وميوله	١٥
٢١	٨٥,٥٩%	٣٩٨	٢٠	٢٧	٠,٧١	٢,٥٦	التأثير الإيجابي في سلوك الشباب نحو وقت الفراغ	١٦
١٠	٩١,٤٠%	٤٢٥	١١٧	٣٦	٠,٤٦	٢,٧٤	نشاط غير هادف للشباب	١٧

تابع / جدول (٤-٢) المتوسط الحسابي والاحتراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الأول : مفهوم الترويج التجاري لعينة المدن

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	العبارة	م
			لا	نعم				
٧	٩٢,٠٤%	٤٢٨	١٢٧	١٩	٠,٥٤	٢,٧٦	نشاط لا يسهم في تطوير الشخصية للشباب	١٨
٢٦	٨٢,١٥%	٣٨٢	٢٨	٢٧	٠,٧٨	٢,٤٦	تحقيق التوازن في الحياة اليومية	١٩
١٧	٨٩,٤٦%	٤١٦	٢	٤٥	٠,٤٩	٢,٦٨	كسر الروتين اليومي	٢٠
٣٠	٤٩,٢٥%	٢٢٩	٩١	٥٤	٠,٦١	١,٤٧	خفض التوتر العصبي الذي يصاب به الفرد بسبب ضغوط الحياة	٢١
١	٩٧,٢٠%	٤٥٢	١٤٤	٩	٠,٣٢	٢,٩١	نشاط لا يعود على الشباب بالمتعة	٢٢
١٨	٨٩,٤٦%	٤١٦	٢	٤٥	٠,٤٩	٢,٦٨	نشاط يؤثر سلباً على الحياة اليومية	٢٣
٣	٩٥,٧٠%	٤٤٥	٩	٢	٠,٤٧	٢,٨٧	الشعور بالسعادة عند استخدام القدرات العقلية	٢٤
٤	٩٣,٥٥%	٤٣٥	١٠	١٠	٠,٥٣	٢,٨٠	نشاط فردي وجماعي	٢٥
٢٤	٨٤,٣٠%	٣٩٢	٩	٥٥	٠,٦٠	٢,٥٢	وسيلة للاستجمام والاسترخاء	٢٦
٨	٩١,٨٣%	٤٢٧	١٢٧	١٨	٠,٥٦	٢,٧٥	نشاط يعوق المتعلمين عن التحصيل الدراسي	٢٧
٢	٩٧,٢٠%	٤٥٢	٢	٩	٠,٣٢	٢,٩١	تجديد الطاقة والحيوية للشباب	٢٨
١٣	٩٠,١١%	٤١٩	٩	٢٨	٠,٥٧	٢,٧٠	وقاية المراهقين والشباب من انحراف السلوك	٢٩
١١	٩١,٤١%	٤٢٥	٢	٣٦	٠,٤٦	٢,٧٤	تجعل الحياة الشخصية سعيدة ومستقرة	٣٠

يتضح من الجدول (٤-٢) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور مفهوم الترويج التجاري لدى عينة المدن ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور أنه نشاط يعود على الشباب بالمتعة بنسبة مئوية (٩٧,٢٠%) وأنه تجديد للطاقة والحيوية للشباب بنسبة مئوية (٩٧,٢٠%) وأنه يجلب الشعور بالسعادة عند استخدام القدرات العقلية بنسبة مئوية (٩٥,٧٠%).

واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة أن استثمار أوقات الفراغ يكون بالعائد المادي بنسبة مئوية (٧٨,٤٩%) والإقتصار على مشاهدة البرامج في وقت الفراغ بنسبة مئوية (٦٠,٨٦%) وخفض التوتر العصبي الذي يصاب به الفرد بسبب ضغوط الحياة بنسبة مئوية (٤٩,٢٥%)

جدول (٤-٣) المتوسط الحسابي والاحتراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الثاني: الخدمات المقدمة في المقاهي للأفراد لعينة الريف (ن = ١٠٠)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	م	العبار	م
			لا	لحدا					
٤	٨٨,٠٠%	٢٦٤	٩	١٨	٠,٦٤	٢,٦٤	٢,٦٤	١	لعب الطاولة
٥	٨٥,٠٠%	٢٥٥	٩	٢٧	٠,٦٥	٢,٥٥	٢,٥٥	٢	لعب الورق
١	٩٧,٠٠%	٢٩١	٠	٩	٠,٢٨	٢,٩١	٢,٩١	٣	لعب الدومينو
٨	٧٣,٠٠%	٢١٩	٢٧	٢٧	٠,٨٣	٢,١٩	٢,١٩	٤	لعب الشطرنج
١٠	٦١,٠٠%	١٨٣	٥٤	٩	٠,٩٤	١,٨٣	١,٨٣	٥	لعب البلياردو
٧	٧٦,٠٠%	٢٢٨	٢٧	١٨	٠,٨٦	٢,٢٨	٢,٢٨	٦	لعب التنس طاولة
٢	٩١,٠٠%	٢٧٣	٨٢	٩	٠,٦١	٢,٧٣	٢,٧٣	٧	تدخين الشيشة
١١	٥٥,٠٠%	١٦٥	٥٤	٢٧	٠,٧٨	١,٦٥	١,٦٥	٨	المشاركة في ألعاب الإنترنت والكمبيوتر
١٣	٤٣,٠٠%	١٢٩	٨١	٩	٠,٦٤	١,٢٩	١,٢٩	٩	المشاركة في الألعاب الإلكترونية
٦	٨٥,٠٠%	٢٥٥	٩	٢٧	٠,٦٥	٢,٥٥	٢,٥٥	١٠	الاستمتاع بتناول المشروبات غير المتوافرة بالمنزل
٣	٩١,٠٠%	٢٧٣	٩	٩	٠,٦١	٢,٧٣	٢,٧٣	١١	توفير وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -)
١٢	٥٢,٠٠%	١٥٦	٦٣	١٨	٠,٧٩	١,٥٦	١,٥٦	١٢	توفير الصحف والمجلات
٩	٦٧,٠٠%	٢٠١	٣٦	٢٧	٠,٨٥	٢,٠١	٢,٠١	١٣	خلق فرص عمل

يتضح من الجدول (٤-٣) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل محور الخدمات التي تقدم في المقاهي لدى عينة الريف ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور لعبة الدومينو بنسبة مئوية (٩٧,٠٠%) وتوفير وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -) بنسبة مئوية (٩١,٠٠%) ثم جاء تدخين الشيشة بنسبة مئوية (٩١,٠٠%).

واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة المشاركة في ألعاب الإنترنت بنسبة مئوية (٥٥,٠٠%) ثم توفير الصحف بنسبة مئوية (٥٢,٠٠%) وجاءت في المنزلة الأخير المشاركة في الألعاب الإلكترونية بنسبة مئوية (٤٣,٠٠%)

جدول (٤-٤)
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الثاني: الخدمات المقدمة في المقاهي للأفراد لعينة المدن
(ن = ١٥٥)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	م	الع	م
			لا	لحدا					
٥	٨٢,٥٨%	٣٨٤	٢٧	٢٧	٥,٧٧	٢,٤٧	١	لع	١
١١	٥٧,٢٠%	٢٦٦	٨١	٣٧	٥,٨٢	١,٧١	٢	لع	٢
٣	٨٦,٤٥ %	٤٠٢	١٨	٢٧	٥,٦٩	٢,٥٩	٣	لع	٣
٤	٨٦,٠٢%	٤٠٠	١٨	٢٩	٥,٦٩	٢,٥٨	٤	لع	٤
١٠	٧٤,١٩%	٣٤٥	٣٧	٧٦	٥,٨١	٢,٢٢	٥	لع	٥
٢	٩٥,٢٧%	٤٤٣	٢	١٨	٥,٣٨	٢,٨٥	٦	لع	٦
١٢	٤٧,٧٤%	٢٢٢	١١	٤٥	٥,٦٢	١,٤٣	٧	لع	٧
٧	٨١,٩٤%	٣٨١	١٩	٤٦	٥,٧٠	٢,٤٥	٨	لع	٨
٩	٧٦,٥٦%	٣٥٦	٣٦	٣٧	٥,٨٢	٢,٢٩	٩	لع	٩
٦	٨١,٩٤%	٣٨١	٢٨	٢٨	٥,٧٨	٢,٤٥	١٠	لع	١٠
١	٩٥,٢٧%	٤٤٣	٢	١٨	٥,٣٨	٢,٨٥	١١	لع	١١
٨	٨٠,٤٣%	٣٧٤	٢٧	٣٧	٥,٧٧	٢,٤١	١٢	لع	١٢
١٣	٤١,٩٤%	١٩٥	١١٧	٣٦	٥,٤٦	١,٢٥	١٣	لع	١٣

يتضح من الجدول (٤-٤) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور الخدمات التي تقدم في المقاهي لدى عينة المدن ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور أن لعب تنس الطاولة جاء بنسبة مئوية (٩٥,٢٧%) وتوفير وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -) بنسبة مئوية (٩٥,٢٧%) ثم جاء لعب الشطرنج بنسبة مئوية (٨٦,٠٢%).

وإحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة لعب الورق بنسبة مئوية (٥٧,٢٠%) ثم تدخين الشيشة بنسبة مئوية (٤٧,٧٤%) وجاء في المنزلة الأخيرة خلق فرص عمل بنسبة مئوية (٤٩,٢٥%)

جدول (٤-٥) المتوسط الحسابي والاتحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المحور الثالث: أسباب إرتياد الشباب للمقاهي لعينة الريف (ن = ١٠٠)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات			ع	م	العبرة	م
			لا	لحد ما	نعم				
٤	٨٨,٠٠٪	٢٦٤	٠	٣٦	٦٤	٠,٤٨	٢,٦٤	١	تكوين علاقات اجتماعية مع مرئادي المقاهي
١٠	٧٩,٠٠٪	٢٣٧	١٨	٢٧	٥٥	٠,٧٧	٢,٣٧	٢	شغل وقت الفراغ
٧	٨٥,٠٠٪	٢٥٥	٩	٢٧	٦٤	٠,٦٥	٢,٥٥	٣	مناقشة مشكلات الحياة في جو غير روتيني مع الزملاء
١٤	٦١,٠٠٪	١٨٣	٣٧	٩	٥٤	٠,٩٤	١,٨٣	٤	ليس لدى ما افعله
١	٩١,٠٠٪	٢٧٣	٧٣	٢٧	٠	٠,٤٤	٢,٧٣	٥	ليس لدى مكان غير المفهي للذهاب إليه
٩	٨٢,٠٠٪	٢٤٦	٠	٥٤	٤٦	٠,٥٠	٢,٤٦	٦	استعادة الذكريات الجميلة مع الاصدقاء من الشباب
١٣	٧٣,٠٠٪	٢١٩	١٨	٤٥	٣٧	٠,٧٢	٢,١٩	٧	عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح
١٥	٥٢,٠٠٪	١٥٦	٦٣	١٨	١٩	٠,٧٩	١,٥٦	٨	قراءة الصحف والمجلات
٢	٩١,٠٠٪	٢٧٣	٩	٩	٨٢	٠,٦١	٢,٧٣	٩	الاستماع للموسيقى
١١	٧٦,٠٠٪	٢٢٨	١٨	٣٦	٤٦	٠,٧٥	٢,٢٨	١٠	الاستمتاع بتناول الوجبات الغذائية
١٢	٧٦,٠٠٪	٢٢٨	٢٧	١٨	٥٥	٠,٨٦	٢,٢٨	١١	مشاهدة الأفلام العربية مع الاصدقاء
٨	٨٥,٠٠٪	٢٥٥	٩	٢٧	٦٤	٠,٦٥	٢,٥٥	١٢	مشاهدة الأفلام الأجنبية مع الاصدقاء
٣	٩١,٠٠٪	٢٧٣	٩	٩	٨٢	٠,٦١	٢,٧٣	١٣	مشاهدة مباريات كرة القدم غير المداعه تلفزيونيا
٥	٨٨,٠٠٪	٢٦٤	٩	١٨	٧٣	٠,٦٤	٢,٦٤	١٤	مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المفهي
٦	٨٨,٠٠٪	٢٦٤	٠	٣٦	٦٤	٠,٤٨	٢,٦٤	١٥	اللعب بوسائل الترفيه المختلفة مع الاصدقاء

يتضح من الجدول (٤-٥) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور أسباب إرتياد المقاهي لدى عينة الريف ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور إنه ليس لديه مكان غير المفهي للذهاب إليه بنسبة مئوية (٩١,٠٠٪) و مشاهدة مباريات كرة القدم غير المداعه تلفزيونيا بنسبة مئوية (٩١,٠٠٪) ثم جاء الإستماع للموسيقى بنسبة مئوية (٩١,٠٠٪) .

واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح بنسبة مئوية (٧٣,٠٠٪) ثم إنه ليس لديه ما يفعله بنسبة مئوية (٥٢,٠٠٪) وجاءت في المنزلة الأخيرة قراءة الصحف والمجلات بنسبة مئوية (٥٢,٠٠٪)

جدول (٤-٦) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المحور الثالث: أسباب ارتياح الشباب للمقاهي لعينة المدن (ن = ١٥٥)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	العبارة	م
			لا	لحدا				
١٠	٧٨,٤٩%	٣٦٥	٣٦	٢٨	٠,٨٣	٢,٣٥	تكوين علاقات اجتماعية مع مرئادي المقاهي	١
٩	٨٠,٠٠%	٣٧٢	٣٧	١٩	٠,٨٤	٢,٤٠	شغل وقت الفراغ	٢
٦	٨٤,٣٠%	٣٩٢	١٨	٣٧	٠,٦٩	٢,٥٢	مناقشة مشكلات الحياة في جو غير روتيني مع الزملاء	٣
١٥	٥٣,١٢%	٢٤٧	٢٨	٣٦	٠,٧٧	١,٥٩	ليس لدي ما افعله	٤
١٤	٥٥,٢٧%	٢٥٧	٣٧	٢٨	٠,٨٤	١,٦٥	ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه	٥
٨	٨١,٩٤%	٣٨١	٢٨	٢٨	٠,٧٨	٢,٤٥	استعادة الذكريات الجميلة مع الأصدقاء من الشباب	٦
٣	٩٠,١١%	٤١٩	٩	٢٨	٠,٥٧	٢,٧٠	عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح	٧
١١	٧٨,٤٩%	٣٦٥	٣٦	٢٨	٠,٨٣	٢,٣٥	قراءة الصحف والمجلات	٨
٤	٨٥,٥٩%	٣٩٨	٢	٦٣	٠,٥٢	٢,٥٦	الاستماع للموسيقى	٩
١٣	٧٦,١٣%	٣٥٤	٢٨	٥٥	٠,٧٥	٢,٢٨	الاستماع بتناول الوجبات الغذائية	١٠
١٢	٧٦,٥٦%	٣٥٦	٢٧	٥٥	٠,٧٤	٢,٢٩	مشاهدة الأفلام العربية مع الأصدقاء	١١
٥	٨٥,٥٩%	٣٩٨	٢	٦٣	٠,٥٢	٢,٥٦	مشاهدة الأفلام الأجنبية مع الأصدقاء	١٢
١	٩٧,٢٠%	٤٥٢	٢	٩	٠,٣٢	٢,٩١	مشاهدة مباريات كرة القدم غير المداعة تلفزيونيا	١٣
٢	٩٧,٢٠%	٤٥٢	٢	٩	٠,٣٢	٢,٩١	مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى	١٤
٧	٨٢,١٥%	٣٨٢	٢٨	٢٧	٠,٧٨	٢,٤٦	اللعب بوسائل الترفيه المختلفة مع الأصدقاء	١٥

يتضح من الجدول (٤-٦) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور أسباب ارتياح الشباب للمقاهي لدى عينة المدن ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور أن مشاهدة مباريات كرة القدم غير المداعة جاءت بنسبة مئوية (٩٧,٢٠%) وجاءت مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى بنسبة مئوية (٩٧,٢٠%) وجاء عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح بنسبة مئوية (٩٠,١١%) واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة الاستماع بتناول الوجبات الغذائية المشفرة المشترك بها المقهى بنسبة مئوية (٩٠,١١%) واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة التي ليس لديه ما يفعله بنسبة مئوية (٥٣,١٢%) وجاء عدم وجود أماكن للذهاب إليها غير المقهى بنسبة مئوية (٥٥,٢٧%) وجاء في المنزلة الأخيرة أنه ليس لديه ما يفعله بنسبة مئوية (٥٣,١٢%)

جدول (٤-٧)

المتوسط الحسابي والإحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الرابع: الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لعينة الريف (ن = ١٠٠)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	العبارة	م
			لا	لحدا				
٢	٧٩,٠٠%	٢٣٧	١٨	٢٧	٠,٧٧	٢,٣٧	انحرافات في القوام	١
١	٨٨,٠٠%	٢٦٤	٠	٣٦	٠,٤٨	٢,٦٤	انتقال العدوى عن طريق شرب الشيشة	٢
٣	٧٣,٠٠%	٢١٩	١٨	٤٥	٠,٧٢	٢,١٩	الإصابة بأمراض الجهاز التنفسي	٣
٤	٧٣,٠٠%	٢١٩	٢٧	٢٧	٠,٨٣	٢,١٩	إدمان شرب الشيشة	٤
٥	٦٤,٠٠%	١٩٢	٣٦	٣٦	٠,٨٠	١,٩٢	تعاطي المكيفات	٥
٦	٦٤,٠٠%	١٩٢	٤٥	١٨	٠,٩٠	١,٩٢	لعب الميسر	٦
٧	٥٨,٠٠%	١٧٤	٥٤	١٨	٠,٨٧	١,٧٤	مشاهدة الأفلام المخلة (الإباحية)	٧
١١	٥٢,٠٠%	١٥٦	٦٣	١٨	٠,٧٩	١,٥٦	مشاهدة أفلام العنف مما يؤثر على حياتهم	٨
٨	٥٥,٠٠%	١٦٥	٥٤	٢٧	٠,٧٨	١,٦٥	اهدار الوقت في غير موضعه	٩
١٦	٤٦,٠٠%	١٣٨	٧٢	١٨	٠,٦٦	١,٣٨	اهدار المال في غير موضعه	١٠
١٤	٤٩,٠٠%	١٤٧	٧٢	٩	٠,٧٩	١,٤٧	الشعور بالقلق وعدم اعتدال الحالة المزاجية	١١
٩	٥٥,٠٠%	١٦٥	٥٤	٢٧	٠,٧٨	١,٦٥	ظهور بعض المتاعب الجسمية والنفسية والصحية	١٢
١٠	٥٥,٠٠%	١٦٥	٦٣	٩	٠,٨٩	١,٦٥	التأثر بالعادات والتقاليد السيئة	١٣
١٢	٥٢,٠٠%	١٥٦	٥٤	٣٦	٠,٦٧	١,٥٦	إصابة الرواد بحالة من اللامبالاه (التبلد)	١٤
١٧	٤٦,٠٠%	١٣٨	٧٢	١٨	٠,٦٦	١,٣٨	عزوف الشباب عن التخطيط الجيد لمستقبلهم وحياتهم	١٥
١٨	٤٦,٠٠%	١٣٨	٦٣	٣٦	٠,٥٠	١,٣٨	إدمان الجلوس على المقهى	١٦

جدول (٤-٧)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الرابع: الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لعينة الريف

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	م	العبارة
			لا	لحدا				
١٣	٥٢,٠٠%	١٥٦	٥٤	٣٦	٠,٦٧	١,٥٦	١٧	الهروب من التزامات الحياة اليومية والأسرية
١٥	٤٩,٠٠%	١٤٧	٦٣	٢٧	٠,٦٧	١,٤٧	١٨	مشاهدة المارة وإيذائهم
١٩	٤٣,٠٠%	١٢٩	٧٢	٢٧	٠,٤٧	١,٢٩	١٩	مصاحبة قرناء السوء
٢٠	٤٠,٠٠%	١٢٠	٨١	١٨	٠,٤٢	١,٢٠	٢٠	الانتفاق على أعمال التطرف والعنف

يتضح من الجدول (٤-٧) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لدى عينة الريف ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور انتقال العدوى عن طريق شرب الشيشة بنسبة مئوية (٨٨,٠٠%) و انحرافات في القوام بنسبة مئوية (٧٩,٠٠%) ثم جاءت الإصابة بأمراض الجهاز التنفسي بنسبة مئوية (٧٣,٠٠%).

وإحتلت المراتب الأخيرة إمدار المال في غير موضعه بنسبة مئوية (٤٩,٠٣%) إمدان الجلوس على المقهى بنسبة مئوية (٤٠,٠٠%) وعزوف الشباب عن التخطيط الجيد لمستقبلهم وحياتهم بنسبة مئوية (٤٠,٠٠%) ثم مصاحبة قرناء السوء بنسبة مئوية (٤٣,٠٠%) وجاءت في المنزلة الأخيرة الإنتفاق على أعمال التطرف والعنف بنسبة مئوية (٤٠,٠٠%)

جدول (٤-٨)

المتوسط الحسابي والاتحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المحاور الرابع: الاضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لعينة المدن (ن = ١٥٥)

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	المعبر	م
			لا	لحدا				
١٠	٦٣,٠١%	٢٩٣	٧٢	٢٨	٠,٩٠	١,٨٩	اتحرافات في القوام	١
١١	٦٢,٥٨%	٢٩١	٧٣	٢٨	٠,٨٩	١,٨٧	انتقال العدوى عن طريق شرب الشيشة	٢
٨	٦٤,٩٥%	٣٠٢	٥٤	٥٥	٠,٨٠	١,٩٤	الإصابة بأمراض الجهاز التنفسي	٣
١٣	٥٨,٧١%	٢٧٣	٨٢	٢٨	٠,٨٧	١,٧٦	إدمان شرب الشيشة	٤
٢٠	٤٧,٥٣%	٢٢١	١٠٨	٢٨	٠,٧٠	١,٤٢	تعاطى المكيقات	٥
١٤	٥٨,٧١%	٢٧٣	٨٢	٢٨	٠,٨٧	١,٧٦	لعب الميسر	٦
١	٨٢,٣٧%	٣٨٣	١٨	٤٦	٠,٦٩	٢,٤٧	مشاهدة الأفلام المخلة	٧
١٨	٤٩,٠٣%	٢٢٨	٩١	٥٥	٠,٦٠	١,٤٧	مشاهدة أفلام العنف مما يؤثر على حياتهم	٨
٤	٧٠,٥٤%	٣٢٨	٤٦	٤٥	٠,٨٣	٢,١١	اهدار الوقت في غير موضعه	٩
٩	٦٤,٣٠%	٢٩٩	٥٦	٥٤	٠,٨٠	١,٩٢	اهدار المال في غير موضعه	١٠
٦	٦٦,٦٧%	٣١٠	٦٤	٢٧	٠,٩١	٢,٠٠	الشعور بالقلق وعدم اعتدال الحالة المزاجية	١١
١٩	٤٨,٨٢%	٢٢٧	١٠١	٣٦	٠,٦٩	١,٤٦	ظهور بعض المتاعب الجسمية والنفسية والصحية	١٢
٣	٧٠,٩٧%	٣٣٠	٤٥	٤٥	٠,٨٣	٢,٢١	التأثر بالعادات والتقاليد السيئة	١٣
٢	٧٢,٣٧%	٣٣٧	٥٥	١٨	٠,٩٢	٢,١٧	إصابة الرواد بحالة من اللامبالاه (التبلد)	١٤
٧	٦٦,٤٥%	٣٠٩	٧٣	١٠	٠,٩٧	١,٩٩	عزوف الشباب عن التخطيط الجيد لمستقبلهم وحياتهم	١٥
١٥	٥٦,٩٩%	٢٦٥	٩١	١٨	٠,٨٩	١,٧٠	إدمان الجلوس على المقهى	١٦

تابع / جدول (٤-٨)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارة المحور الرابع: الاضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لعينة المدن

الترتيب	الأهمية النسبية	مج	التكرارات		ع	م	م
			لا	نعم			
١٦	٥٦,٩٩%	٢٦٥	٧٣	٥٤	٠,٧٥	١,٧٠	الهروب من التزامات الحياة اليومية والأسرية
٥	٦٨,٣٩%	٣١٨	٣٧	٧٣	٠,٧٢	٢,٠٥	مشاهدة المارة وإبدائهم
١٧	٥٠,٩٧%	٢٣٧	١٠٠	٢٨	٠,٧٧	١,٥٢	مصاحبة قرناء السوء
١٢	٥٨,٩٢%	٢٧٤	٩٠	١١	٠,٩٣	١,٧٦	الاتفاق على أعمال التطرف والعنف

- يتضح من الجدول (٤-٨) أنه توجد دلالة إحصائية بين إجابات كل عبارة في محور الاضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي لدى عينة المدن ، وجاءت في المراتب الثلاثة الأولى للمحور أن مشاهدة الأفلام المخلة بالإباحية بنسبة مئوية (٨٢,٣٧%) ثم إصابة الرواد بحالة من اللامبالاة (التبلد) بنسبة مئوية (٧٢,٤٧%) ثم التأثر بالعادات والتقاليد السيئة بنسبة مئوية (٧٠,٩٧%).

وإحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة مشاهدة أفلام العنف مما يؤثر على حياتهم بنسبة مئوية (٤٩,٠٣%) ثم ظهور بعض المتاعب الجسمية والنفسية والصحية بنسبة مئوية (٤٨,٨٢%) وجاء في المنزلة الأخيرة تعاطي المكيفات بنسبة مئوية (٤٧,٥٣%)

جدول (٤-٩)
دلالة الفروق بين عينة المدن وعينة الريف في محاور الاستبيان

قيمة ت	عينة الريف (١٠٠)		عينة المدن (١٥٥)		المحور
	ع	م	ع	م	
*١٦,٧٩٦	٠,١٦٦	٢,٢٧٧	٠,١٤٠	٢,٦٠٣	الأول
*٢,٢٦١	٠,١٩٨	٢,٢٢٤	٠,١٧٩	٢,٢٧٨	الثاني
٠,٣١٤	٠,١٦٧	٢,٤١٢	٠,٢٠٤	٢,٤٠٤	الثالث
*٤,٩٤٩	٠,٢٦٢	١,٧٠٨	٠,٢١٩	١,٨٥٩	الرابع

يتضح من الجدول (٤-٩) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين عينة الريف وعينة المدن في كل من المحور الأول والثاني والرابع في اتجاه عينة المدن بينما لا يوجد فروق في المحور الثالث.

٢/٤ مناقشة وتفسير النتائج:

في ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث وفي حدود عينة البحث يتم مناقشة النتائج وتفسيرها بما يتناسب مع تساؤلات البحث وهدفه.

ويتضح من جدول (٤-١) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الأول لمفهوم الترويج التجاري جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت عبارة إنه نشاط يمارسه الشباب وفقا لاختياراته وميوله في المرتبة الأولى لمفهوم الترويج التجاري.
- احتلت عبارة هو نشاط فردي وجماعي يمارسه الشباب في أنشطة الترويج التجاري في المرتبة الثانية .
- احتلت عبارة أن الترويج التجاري هو وسيلة لإشباع الميول للأنشطة الترويجية في المرتبة الثالثة.
- احتلت عبارة إنه كسر للروتين اليومي وذلك لمفهوم الترويج التجاري في المرتبة الرابعة.
- ويتضح أيضاً من جدول (٤-١) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الأول لمفهوم الترويج التجاري جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:
- احتلت عبارة إنه مجال يتيح التزود بالخبرات الجديدة النافعة للحياة في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة إنه وقاية للمراهقين الشباب من الانحراف في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

إدراك عينة الريف للمعارف والمعلومات المرتبطة بمفهوم الترويج التجاري وأهميته ، وهذا ما تؤكد إجابات عينة البحث والتي حققت نسب مئوية عالية ، وما للترويج التجاري من أهمية في تحقيق الاسترخاء لهم وتعويضهم عن أعباء العمل المفروضة عليهم حتى لا يصابون بالملل ولكن ليس لديهم وعي كافي عن إيجابيات الترويج التجاري ومدى الاستفادة منه من الجانب الإيجابي للترود بالخبرات والمعارف النافعة ووقاية الشباب من الانحراف وبالتالي حماية المجتمع من الدمار والإنهيار ، وهذا ما تؤكد دراسة محمد فاروق أمين (٢٠٠٢) (٢٢) ، مالبى (١٩٩٥) (٣٩) ، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الأول للبحث والذي ينص على (مفهوم الترويج التجاري) لعينة الريف.

ويتضح من جدول (٤-٢) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الأول لمفهوم الترويج التجاري جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت عبارة أنه نشاط يعود على الشباب بالمتعة في المرتبة الأولى لمفهوم الترويج التجاري.
- احتلت عبارة أنه يجلب الشعور بالسعادة عند استخدام القدرات في أنشطة الترويج التجاري في المرتبة الثانية .
- احتلت عبارة أن الترويج التجاري هو وسيلة لتجديد الطاقة والحيوية للشباب في المرتبة الثالثة.
- احتلت عبارة إنه كسر للروتين اليومي وذلك لمفهوم الترويج التجاري في المرتبة الرابعة.
- ويتضح أيضاً من جدول (٢-٤) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الأول لمفهوم الترويج التجاري جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:
- احتلت عبارة إن الترويج التجاري مجال يخفض التوتر العصبي الذي يصاب به الفرد بسبب ضغوط الحياة في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة أن الترويج التجاري يكون بإستثمار أوقات الفراغ بالعائد المادي في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

- إدراك عينة المدن للمعارف والمعلومات المرتبطة بمفهوم الترويج التجاري وأهميته ، وهذا ما تؤكدته إجابات عينة البحث والتي حققت نسب مئوية عالية ، وما للترويج التجاري من أهمية في تحقيق الإسترخاء لهم وتعويضهم عن أعباء العمل المفروضة عليهم حتى لا يصابون بالملل .
- ويرى الباحث أن للمعرفة دور هام في تكوين الآراء والأفكار وتعد أولى مكوناته التي تستثير الفرد ، ومن ثم تؤدي إلى اختياره لسلوك معين نحو الموقف الذي يواجهه ، كما ان التقارب في الآراء نحو الترويج ووقت الفراغ يرجع إلى توافر المعرفة لدى عينة المدن ، وهذا ما تؤكدته دراسة محمد فاروق أمين (٢٠٠٢) (٢٢) ، مالبجي (١٩٩٥) (٣٩) ، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .
- وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الأول للبحث والذي ينص على (مفهوم الترويج التجاري) لعينة المدن.

ويتضح من جدول (٣-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت المرتبة الأولى لعب الدومينو وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الثانية إن المقهى توفر وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش-....) وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الثالثة تدخين الشيشة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

- واحتلت المرتبة الرابعة لعب الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الخامسة لعب الورق وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.

ويتضح أيضاً من جدول (٣-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:

- احتلت ألعاب الإنترنت في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة توفير الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة.

يرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى :

أن أهم دوافع عينة الريف للذهاب للمقهى قد انحصرت في عدة إختيارات وهي لعب الدومينو والورق و مشاهدة التلفزيون والدش والإستمتاع بتناول المشروبات وتجد عينة الريف في وجودها مع الأصدقاء إشباع لحاجاتهم ودوافعهم على الرغم من أن هذه الألعاب والخدمات ممكن أن تتوفر داخل المنزل ، حيث يرون أن المقهى يعتبر متنفساً لهم بعيداً عن المنزل ويظهر في المراتب الأخيرة ألعاب الإنترنت وقراءة الصحف والمجلات ، وهذا ما تؤكدته دراسة محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨) ، مالبى (١٩٩٥) (٣٩) ، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راجب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الثاني للبحث والذي ينص على (الخدمات المقدمة في المقاهي ؟) لعينة الريف.

ويتضح من جدول (٤-٤) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت المرتبة الأولى لعب تنس الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الثانية إن المقهى توفر وسائل المشاهدة المرئية (التلفزيون - الدش -) وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الثالثة لعب الشطرنج وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الرابعة لعب الطاولة وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- واحتلت المرتبة الخامسة لعب الورق وذلك ضمن الخدمات التي تجذب الشباب.
- ويتضح أيضاً من جدول (١٤) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الثاني الخدمات التي تقدمها المقاهي لجذب الشباب جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:
- احتل تدخين الشيشة في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة خلق فرصة عمل في المرتبة الأخيرة.

يرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى :

أن أهم دوافع عينة المدن للذهاب للمقهى قد إنحصرت في عدة إختيارات وهي لعب الطاولة و الشطرنج و الدومينو ومشاهدة التلفزيون والدش والمشاركة في ألعاب الإنترنت والكمبيوتر والإستمتاع بتناول المشروبات وقراءة الصحف والمجلات ويجد عينة البحث في ممارستها مع الأصدقاء إشباع لحاجاتهم ودوافعهم على الرغم من أن هذه الألعاب والخدمات يمكن أن تتوفر داخل المنزل ، حيث يرون أن المقهى يعتبر متنفساً لهم بعيداً عن المنزل ، وتأتي في المرتبة الأخيرة تدخين الشيشة مما يدل على إن عينة الريف لديهم وعي صحي ، وهذا ما تؤكد دراسة محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨) ، مالبى (١٩٩٥) (٣٩) ، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

ومما سبق يرى الباحث أن قلة المساحات الخضراء والحدائق العامة وإرتفاع أسعار الأندية ادى إلى أن أصبحت المقهى هو المكان الوحيد الذي يتناسب مع قدرات الشباب الماديه، وبالتالي أصبحت المقهى هو المتنفس الوحيد ، ومع عدم وجود أماكن تتناسب مع إمكانات أفراد المجتمع يتوافر فيها أنشطة ترويحية مناسبة لمراحل العمر المختلفة ، وعدم توافر الاستمرارية في الممارسة لأوجه النشاط المختارة ومن ثم فإن ذلك يتطلب تكوين إتجاهات إيجابية نحو الترويح وكيفية شغل وقت الفراغ من المرحلة المبكرة من العمر والعمل على تدعيمها حتى يمكن إستمرارها في مختلف المراحل العمرية للفرد، فالإتجاهات الإيجابية نحو الترويح تلعب دوراً هاماً في الإرتقاء بالفرد والتكيف مع مشكلات العصر التي تعوق تطور المجتمع، كما إنها تمثل القوى التي تحرك الفرد لممارسة هذا النشاط والإستمرار في ممارسته بصورة منتظمة.

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الثاني للبحث والذي ينص على (الخدمات المقدمة في المقاهي؟) لعينة المدن.

ويتضح من جدول (٥-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الثالث أسباب إرتياد المقاهي جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت عبارة ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه في المرتبة الأولى أسباب إرتياد الشباب للمقهى.
 - احتلت عبارة مشاهدة مباريات كرة القدم غير المذاعة تلفزيونياً في المرتبة الثانية .
 - احتلت مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى في المرتبة الثالثة.
 - احتلت عبارة اللعب بوسائل الترفيه المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة.
- ويتضح أيضاً من جدول (٥-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الثالث أسباب إرتياد المقاهي جاءت بالمراتب الأخيرة على النحو التالي:
- احتلت عقد لقاءات مع الشباب للاتفاق على مصالح في المرتبة قبل الأخيرة.
 - واحتلت عبارة قراءة الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

أن عينة الريف تقوم بشغل وقت فراغها بالترويح التجاري (المقاهي) بوسائل ترفيه غير متاحة في المنزل وهم يسعون لشغل وقت فراغهم بأنشطة سلبية وهذا يدل على أن عينة الريف ليس لديها إدراك معرفي عن كيفية شغل وقت فراغهم بأنشطة تعود عليهم بالنفع أي أنشطة إيجابية بالإضافة إلى أن العبارة التي نالت على المركز الأول إنه ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه.

مما يدل على أنه لا توجد وسائل جذب للشباب في القرى من إمكانات وأنشطة إيجابية غير المقهى بالإضافة إلى قلة الوعي والثقافة في كيفية شغل وقت الفراغ.

ويرى الباحث أن للمعرفة دور هام في تكوين الاتجاه وتعد أولى مكوناته التي تستثير عاطفة الفرد ، ومن ثم تؤدي إلى اختياره لسلوك معين نحو الموقف، كما ان التقارب في رأي عينة البحث نحو أسباب إرتياد المقاهي يرجع إلى عدم توافر المعرفة وعدم وجود أماكن جذب أخرى لدى عينة الريف ويرجع أيضاً إلى أهمية المعلومات التربوية التي يحصل عليها الفرد في تكوين أو تنمية أو تعديل آراءه وأفكاره وميوله ، وهذا ما تؤكدته دراسة محمد فاروق أمين (٢٠٠٢) (٢٢)، محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨)، مالبى (١٩٩٥) (٣٩)، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الثالث للبحث والذي ينص على (أسباب إرتياد المقاهي؟) لعينة الريف.

ويتضح من جدول (٤-٦) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الثالث أسباب ارتياد المقاهي جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت عبارة ليس لدي مكان غير المقهى للذهاب إليه في المرتبة الأولى أسباب إرتياد الشباب للمقهى.
 - احتلت عبارة مشاهدة مباريات كرة القدم غير المذاعة تلفزيونياً في المرتبة الثانية .
 - احتلت مشاهدة البرامج والقنوات الفضائية المشفرة المشترك بها المقهى في المرتبة الثالثة.
 - احتلت عبارة اللعب بوسائل الترفيه المختلفة مع الأصدقاء في المرتبة الرابعة.
- ويتضح أيضاً من جدول (٤-٦) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الثالث أسباب ارتياد المقاهي جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:
- احتلت عبارة أنه ليس لديه ما يفعله في المرتبة قبل الأخيرة.
 - واحتلت عبارة إنه لا يوجد أماكن للذهاب إليها غير المقهى في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

أن عينة المدن تقوم بشغل وقت فراغها بالترويح التجاري (المقاهي) بوسائل ترفيه غير متاحة في المنزل أو باماكن أخرى غير المقهى وهم يسعون لشغل وقت فراغهم بأنشطة سلبية

وهذا يدل على أن عينة البحث ليس لديها إدراك معرفي عن كيفية شغل وقت فراغهم بأنشطة تعود عليهم بالنفع أي أنشطة إيجابية، وهذا ما تؤكدته دراسة محمد فاروق أمين (٢٠٠٢) (٢٢)، محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨)، مالبى (١٩٩٥) (٣٩)، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الثالث للبحث والذي ينص على (أسباب إرتياد المقاهي؟) لعينة المدن.

ويتضح من جدول (٧-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت عبارة إنحرافات في القوام في المرتبة الأولى ضمن أضرار الجلوس في المقهى.
- احتلت عبارة انتقال العدوى عن طريق شرب الشيشة في المرتبة الثانية .
- احتلت الإصابة بأمراض الجهاز التنفسي في المرتبة الثالثة.

ويتضح أيضاً من جدول (٧-٤) الخاص بإجابات عينة الريف على عبارات المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:

- احتلت عبارة إهدار المال في غير موضعة في المرتبة قبل الأخيرة.
- احتلت عبارة إدمان الجلوس في المقهى في المرتبة قبل الأخيرة.
- احتلت عبارة عزوف الشباب عن التخطيط الجيد لمستقبلهم وحياتهم في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة مصاحبة قرناء السوء في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

إن عينة الريف ليست مشاركتها سلبية فحسب بل مشاركة تلحق الأذى بالفرد و لديها إدراك بمخاطر وأضرار الجلوس في المقهى من الناحية الصحية فقط وليس لديها إدراك ولا معرفه بأضرار الجلوس في المقهى من النواحي الأخرى ، وهم يسعون لشغل وقت فراغهم بأنشطة سلبية وهذا يدل على أن عينة البحث ليس لديها إدراك معرفي عن كيفية شغل وقت فراغهم بأنشطة تعود عليهم بالنفع أي أنشطة إيجابية ، ومع العلم بأضرار المقهى من الناحية الصحية إلا إنهم يجلسون بها لفترات طويلة مما يدل على إتجاهات هذه العينة إتجاهاً سلبياً ، وهذا ما تؤكدته دراسة محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨)، مالبى (١٩٩٥) (٣٩)، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الرابع للبحث والذي ينص على (الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي؟) لعينة الريف.

ويتضح من جدول (٤-٨) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى جاءت بالمراتب الأولى على النحو التالي:

- احتلت مشاهدة الأفلام المخلة الإباحية في المرتبة الأولى ضمن أضرار الجلوس في المقهى.
- احتلت عبارة إصابة الرواد بحالة من اللامبالاه (التبلد) في المرتبة الثانية .
- احتلت عبارة التأثير بالعادات والتقاليد السيئة في المرتبة الثالثة.

ويتضح أيضاً من جدول (٤-٨) الخاص بإجابات عينة المدن على عبارات المحور الرابع الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقهى جاءت المراتب الأخيرة على النحو التالي:

- احتلت عبارة ظهور بعض المتاعب الجسمية والنفسية والصحية في المرتبة قبل الأخيرة.
- واحتلت عبارة تعاطي المكيفات في المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى:

إن عينة المدن ليست مشاركتها ليست سلبية فحسب بل مشاركة تلحق الأذى بالفرد و ليس لديها إدراك ولا معرفه باضرار الجلوس على المقهى ، وهم يسعون لشغل وقت فراغهم بأنشطة سلبية وهذا يدل على أن عينة البحث ليس لديها إدراك معرفي عن كيفية شغل وقت فراغهم بأنشطة تعود عليهم بالنفع أي أنشطة إيجابية ، وهذا ما تؤكد دراسة محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨) ، مالبي (١٩٩٥) (٣٩) ، وتختلف مع دراسة تيمور أحمد راغب (١٩٩٩) (٥) ، نجلاء إبراهيم جبر (١٩٩٩) (٢٧) .

ويضيف الباحث أن للمعرفة دور هام في تكوين الاتجاه وتعد أولى مكوناته التي تستثير عاطفة الفرد ، ومن ثم تؤدي إلى اختياره لسلوك معين نحو الموقف، كما ان التقارب في رأي عينة البحث نحو الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي يرجع إلى عدم توافر المعرفة لدى عينة البحث ويرجع أيضاً إلى أهمية المعلومات التربوية التي يحصل عليها الفرد في تكوين أو تنمية أو تعديل آراءه وأفكاره وميوله.

وبذلك يكون تم الإجابة على التساؤل الرابع للبحث والذي ينص على (الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي؟) لعينة المدن.

يتضح من الجدول (٤-٩) أنه توجد فروق دالة إحصائية بين عينة الريف وعينة المدن في كل من المحور الأول والثاني والرابع في اتجاه عينة المدن بينما لا يوجد فروق في المحور الثالث، وهذا ما تؤكد دراسة محمد فاروق أمين (٢٠٠٢) (٢٢) ، محمد أبو اليزيد أحمد (٢٠٠٤) (١٨) ، مالبي (١٩٩٥) (٣٩) .

المحور الأول:

يتضح الفرق بين عينة المدن والريف في المحور الأول "مفهوم الترويج التجاري" لصالح عينة المدن فإن عينة المدن لديها إدراك وفهم وإستيعاب أكبر من عينة الريف نحو فهم مفهوم الترويج التجاري .

المحور الثاني:

يتضح الفرق بين عينة المدن والريف في المحور الثاني " الخدمات المقدمة في المقاهي للشباب " لصالح عينة المدن فإن عينة الريف كانت أكثر سلبية في إختيارها في المقام الأول شرب الشيشة وتشابها في باقي الخدمات مما يدل على كون عينة المدن تشارك مشاركة سلبية أما عينة الريف تشارك مشاركة سلبية وتلحق الأذى بالفرد.

المحور الثالث:

تساوت آراء عينة البحث المدن والريف نحو المحور الثالث "أسباب إرتياد المقاهي" إلا إن عينة الريف كانت في مقدمتها إنها ليس لديها مكان للذهاب إليه مما يدل على قلة الإمكانيات المتاحة ووسائل الجذب للشباب من الهيئات والمؤسسات والأنشطة الترويحية مما يؤدي إلى ذهابهم إلى المقهى.

المحور الرابع:

يتضح الفرق بين عينة المدن والريف في المحور الرابع " الأضرار الناتجة عن الجلوس في المقاهي" لصالح المدن في كونهم أكثر وعي من الريف عن أضرار الجلوس في المقهى.