

الفصل الرابع

٤/٠ عرض وتفسير ومناقشة النتائج

- ١/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة لمفهوم الترويج.
- ٢/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة لأهداف ومميزات الترويج.
- ٣/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة للأنواع والجوانب المختلفة للأنشطة الترويجية بجامعة المنصورة.
- ٤/٤ الإمكانيات المتواجدة واللازم توافرها لتفعيل الأنشطة الترويجية بجامعة المنصورة.
- ٥/٤ مصادر الثقافة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة.

الفصل الرابع

٤/٠ عرض وتفسير ومناقشة النتائج

في حدود منهم وإجراءات هذا البحث، يعرض الباحث ما توصل إليه من نتائج مصنفة وفقاً لتساؤلات البحث، وقد ارتضى الباحث نسبة (٧٥٪) لعبارات كل بعد من الأبعاد.

١/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة لمفهوم الترويج .

جدول (١٣)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات لمفهوم الترويج وفقاً
للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة .

النوع	التخصص	الإقامة	التكرارات	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٣٨	٠,٢٦٦
		الريف	١٠١	٢,٣٤	٠,٢٩٢
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٦	٠,٢٧٩
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٥٤	٠,٢٩٩
		الريف	١٦٣	٢,٥٥	٠,٢٩٥
		المجموع	٣٠٥	٢,٥٥	٠,٢٩٦
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤٨	٠,٢٩٦
		الريف	٢٦٤	٢,٤٧	٠,٣١٠
		المجموع	٥٠٨	٢,٤٧	٠,٣٠٣
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٥١	٠,٢٨١
		الريف	١٥٣	٢,٤١	٠,٢٨٣
		المجموع	٢٩٢	٢,٤٥	٠,٢٨٦
	العملي	الحضر	١٢٧	٢,٥٣	٠,٢٦٢
		الريف	١٣٨	٢,٤٩	٠,٢٧٨
		المجموع	٢٥٥	٢,٥١	٠,٢٧١
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٥٢	٠,٢٧٢
		الريف	٢٩١	٢,٤٥	٠,٢٨٤
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٨	٠,٢٨٠
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٥	٠,٢٨١
		الريف	٢٥٤	٢,٣٨	٠,٢٨٨
		المجموع	٤٩٥	٢,٤٢	٠,٢٨٧
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٥٣	٠,٢٨٣
		الريف	٣٠١	٢,٥٢	٠,٢٨٨
		المجموع	٥٦٠	٢,٥٣	٠,٢٨٥
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٥٠	٠,٢٨٤
		الريف	٥٥٥	٢,٤٦	٠,٢٩٦
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٨	٠,٢٩١

يتضح من جدول (١٣)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٥) أعلى إماماً بمفهوم الترويج من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٥٣) هم أعلى إماماً من بين الطالبات

(الإناث)، وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٥٣) هم أعلى إماماً بمفهوم الترويج من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية لمفهوم الترويج عن غيرهم، إلى وجود محاضرات عملية تتطلب الحضور مما يقضون أوقات طويلة داخل الجامعة على عكس الكليات النظرية التي لا يوجد بها محاضرات عملية، وكذلك طبيعة الدراسة بالكليات العملية التي تتطلب تقديم أنشطة ذات طابع ذهني يحتاجها الطلاب، وأيضاً عدد الكليات العملية كثير وبها أنشطة ترويجية تغطي إلى حد ما جزء من الطلاب، عكس الكليات النظرية عددها قليل وبها أعداد كثيرة جداً من الطلاب فلا تستطيع توفير أنشطة تناسب هذا الكم.

ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويجية وأن الطلاب من الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الطلابية (الترويجية)، وتختلف مع دراسة رشاد أبو المجد (١٩٩٦م) (١٨)، في أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الدراسة (التخصص) (النظري، العملي) نحو دور الأنشطة (الطلابية) الترويجية وأهميتها.

جدول (١٤)

تحليل التباين لمفهوم الترويج وفقاً للنوع والتخصص والإقامة

عينة الدراسة - جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,٢١٨	١	٠,٢١٨	٢,٧٢٠	٠,٠٩٩	٠,٠٠٣
التخصص	٣,٥٨٣	١	٣,٥٨٣	*٤٤,٦٧٩	٠,٠٠٠	٠,٠٤١
الإقامة	٠,٤٤٠	١	٠,٤٤٠	*٥,٤٨١	٠,٠١٩	٠,٠٠٥
النوع*التخصص	١,٢٥٦	١	١,٢٥٦	*١٣,٢٧٦	٠,٠٠٠	٠,٠١٣
النوع*الإقامة	٠,١٧٤	١	٠,١٧٤	٢,١٧٥	٠,١٤١	٠,٠٠٢
التخصص*الإقامة	٠,٢٢١	١	٠,٢٢١	٢,٧٥٠	٠,٠٩٨	٠,٠٠٣
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠٠٩	١	٠,٠٠٩	٠,١١٠	٠,٧٤٠	٠,٠٠٠
الخطأ	٨٣,٩٦٩	١٠٤٧	٠,٠٨٠			

ينضح من جدول (١٤)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات التخصص، الإقامة والتفاعل ما بين النوع والتخصص في متوسطات درجات مفهوم الترويج عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي النوع، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (١٥)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لمفهوم الترويح_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
١	الترويح نشاط هادف.	٨٠٦	٢٢٤	٢٥	٢٨٩١	٪٩٢,٣٤
٢	الترويح نشاط يمارس أثناء وقت الفراغ.	٦٩٤	٣٢٦	٣٥	٢٧٦٩	٪٨٧,٤٩
٣	الترويح نشاط تلقائي يتميز بحرية الاختيار.	٦٧٦	٣١١	٦٨	٢٧١٨	٪٨٥,٨٨
٤	الترويح نشاط يدخل السرور على النفس (دون انتظار أي مكافأة).	٧٠٣	٢٩١	٦١	٢٧٥٢	٪٨٦,٩٥
٥	الترويح نشاط يحقق التوازن النفسي للفرد.	٦٠٤	٣٨٢	٦٩	٢٦٤٥	٪٨٣,٥٧
٦	الترويح نشاط يتسم بالمرونة.	٥١٢	٤٣٧	١٠٦	٢٥١٦	٪٧٩,٤٩
٧	الترويح هو الحالة النفسية الناتجة عن ممارسة نشاط ممتع.	٥٨٦	٣٠٥	١٦٤	٢٥٣٢	٪٨٠,٠٠
٨	الترويح شعور يحسه الفرد قبل وأثناء وبعد ممارسته لنشاط ما.	٤٩٨	٣٦٠	١٩٧	٢٤١١	٪٧٦,١٨
٩	الأنشطة الترويحية يمكن تقسيمها إلى أنشطة منظمة وأخرى غير منظمة.	٤٣٤	٣٧٢	٢٤٩	٢٢٩٥	٪٧٢,٥١
١٠	المشاركة في أنواع الأنشطة الترويحية حق لكل فرد.	٦١٤	٣١٤	١٢٧	٢٥٩٧	٪٨٢,٠٥

يتضح من جدول (١٥)، أعلى عبارة في مفهوم الترويح لطلاب الجامعة هي عبارة (الترويح نشاط هادف) بنسبة (٩١,٣٤٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويح نشاط بناء ويساهم في تنمية وتطوير شخصية الطلاب من خلال المشاركة في ممارسة الأنشطة الترويحية المختلفة، والهدف هو الغرض أو الغاية التي يريد الطالب الجامعي تحقيقها من خلال إلمامه ببعض الأنشطة الترويحية وممارستها وهو بذلك يمثل حقيقة وواقع يتمنى الوصول إليه.

ويتفق هذا مع ما ذكره كلاً من محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (٣٤-٤٧)، محمد السمنودي (٥١-٦٨).

جاءت أقل عبارة في مفهوم الترويح هي عبارة (الأنشطة الترويحية يمكن تقسيمها إلى أنشطة منظمة وغير منظمة) بنسبة (٧٢,٥١٪) ويرجع الباحث ذلك إلى غياب مفهوم التنظيم الذاتي للأنشطة الترويحية لدى الطلاب، والمدرجات الخاطئة عن التنظيم الذاتي للأنشطة الترويحية باعتباره غير شرعي (قانوني)، وأن الأنشطة الترويحية بالجامعة تنفذ تحت إشراف قيادة فقط وليس بغيرها.

ويتفق هذا مع دراسة محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦م) (٥٦)، في غياب مفهوم التنظيم الذاتي للأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة.

جدول (١٦)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم لمفهوم الترويج
للذكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الكليات	البعد الأول	مفهوم الترويج لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٢٦	٧٥,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٤١	٨٠,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٥٢	٨٤,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٧	٨٢,٣٣	جيد جداً
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٦١	٨٧,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٦٥	٨٨,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٨	٨٦,٠٠	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الذكور	٢,٥٣	٨٤,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٦١	٨٧,٠٠	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الذكور	٢,٥٥	٨٥,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
١٢	كلية العلوم	الذكور	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٦١	٨٧,٠٠	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً

يتضح من جدول (١٦)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو مفهوم الترويج، حيث حصل طلاب كليات (الآداب، التجارة، التربية، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، التمريض، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، العلوم، الزراعة، التربية النوعية) على تقدير جيد جداً.

بينما حصل طلاب كلية (الحقوق، الطب البيطري) على تقدير جيد فقط، ويرجع الباحث ذلك إلى أن مبنى كلية الحقوق بعيد عن أماكن ممارسة الأنشطة الترويجية بالجامعة، والمحاضرات العملية لطلاب كلية الطب البيطري تتم خارج الجامعة، مما نتج عنه ابتعاد الطلاب عن التواجد بالجامعة وأنشطتها، وكذلك نقص الدعاية والإعلان عن الأنشطة الترويجية بالجامعة.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الإجابة عن التساؤل الأول للبحث، وهو:

- ما إدراك طلاب جامعة المنصورة لمفهوم الترويج ؟..

٢/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة لأهداف ومميزات الترويج.

جدول (١٧)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات لأهداف ومميزات الترويج وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٣٦	٠,٢٨٧
		الريف	١٠١	٢,٣٠	٠,٣٢٢
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٣	٠,٣٠٦
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٤٦	٠,٢٩٨
		الريف	١٦٣	٢,٤٧	٠,٢٨٣
		المجموع	٣٠٥	٢,٤٦	٠,٢٨٩
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤٢	٠,٢٩٦
		الريف	٢٦٤	٢,٤١	٠,٣٠٩
		المجموع	٥٠٨	٢,٤١	٠,٣٠٣
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٤٦	٠,٢٨٣
		الريف	١٥٣	٢,٤١	٠,٢٤٧
		المجموع	٢٩٢	٢,٤٣	٠,٢٦٥
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٤٧	٠,٢٨٣
		الريف	١٣٨	٢,٤٤	٠,٢٦٢
		المجموع	٢٥٥	٢,٤٥	٠,٢٧٢
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٤٦	٠,٢٨٣
		الريف	٢٩١	٢,٤٢	٠,٢٥٤
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٤	٠,٢٦٨
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٢	٠,٢٨٨
		الريف	٢٥٤	٢,٣٧	٠,٢٨٣
		المجموع	٤٩٥	٢,٣٩	٠,٢٨٦
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٤٦	٠,٢٩١
		الريف	٣٠١	٢,٤٦	٠,٢٧٣
		المجموع	٥٦٠	٢,٤٦	٠,٢٨١
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٤٤	٠,٢٩٠
		الريف	٥٥٥	٢,٤٢	٠,٢٨١
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٣	٠,٢٨٦

يتضح من جدول (١٧)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٤٧) أعلى إماماً بأهداف ومميزات الترويج من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٤٧) هم أعلى إماماً بأهداف ومميزات الترويج من بين الطالبات (الإناث).

وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية (٢,٤٦) هم أعلى إماماً بأهداف ومميزات الترويج من طلاب الكليات النظرية.

ويرجع الباحث في إلمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية لأهداف ومميزات الترويج عن غيرهم، إلى وجود محاضرات عملية تتطلب الحضور مما يقضون أوقات طويلة داخل الجامعة على عكس الكليات النظرية التي لا يوجد بها محاضرات عملية، وأيضاً عدد الكليات العملية كثير وبها أنشطة ترويجية تغطي إلى حد ما جزء من الطلاب، عكس الكليات النظرية عددها قليل وبها أعداد كثيرة جداً من الطلاب فلا تستطيع توفير أنشطة تناسب هذا الكم.

ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويجية وأن الطلاب من الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الطلابية (الترويجية).

وتختلف مع دراسة رشاد أبو المجد (١٩٩٦م) (١٨)، في أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الدراسة (التخصص) (النظري، العملي) نحو إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة (الطلابية) الترويجية.

جدول (١٨)

تحليل التباين لأهداف ومميزات الترويج وفقاً للنوع والتخصص والإقامة

عينة الدراسة - جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,٥٤٨	١	٠,٥٤٨	*٦,٨٩٧	٠,٠٠٩	٠,٠٠٧
التخصص	١,٥٢٧	١	١,٥٢٧	*١٩,٢٣٥	٠,٠٠٠	٠,٠١٨
الإقامة	٠,٢٥١	١	٠,٢٥١	٣,١٦٧	٠,٠٧٥	٠,٠٠٣
النوع*التخصص	٠,٧٥٧	١	٠,٧٥٧	*٩,٥٤١	٠,٠٠٢	٠,٠٠٩
النوع*الإقامة	٠,٠٠٩	١	٠,٠٠٩	٠,١١٨	٠,٧٣١	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	٠,١٥١	١	٠,١٥١	١,٩٠٠	٠,١٦٨	٠,٠٠٢
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠٦١	١	٠,٠٦١	٠,٧٦٧	٠,٣٨١	٠,٠٠١
الخطأ	٨٣,١١٨	١٠٤٧	٠,٠٧٩			

يتضح من جدول (١٨)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، التخصص، والتفاعل ما بين النوع والتخصص في متوسطات درجات أهداف ومميزات الترويج عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي الإقامة، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (١٩)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لأهداف ومميزات الترويج عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبرة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
* أهداف ومميزات ممارسة الأنشطة الترويجية للفرد :						
١	السعادة الشخصية.	٧٨١	٢٥٤	٢٠	٢٨٧١	٩٠,٧١
٢	الشعور بالانتماء.	٦٥٣	٣٤٦	٥٦	٢٧٠٧	٨٥,٥٢
٣	زيادة القدرة على الإنجاز.	٦٣٠	٣٤٦	٧٩	٢٦٦١	٨٤,٠٧
٤	المخاطرة والرغبة لممارسة خبرات جديدة.	٤٨٨	٣٦١	٢٠٦	٢٣٩٢	٧٥,٥٨
٥	الارتقاء بالمستوى الصحي.	٧٢٩	٢٥٥	٧١	٢٧٦٨	٨٧,٤٥
٦	التمتع بالجمال.	٤٧٤	٤٥٢	١٢٩	٢٤٥٥	٧٧,٥٧
٧	مساعدة الآخرين.	٦٤١	٣١٩	٩٥	٢٦٥٦	٨٣,٩٢
٨	الشعور بالاسترخاء.	٥١٦	٣٨٨	١٥١	٢٤٧٥	٧٨,٢٠
٩	التخلص من الطاقة الزائدة.	٤٥٨	٣٨٦	٢١١	٢٣٥٧	٧٤,٤٧
١٠	التوازن بين الاستقلالية والتبعية.	٣٨٩	٤٥٧	٢٠٩	٢٢٩٠	٧٢,٣٥
١١	التخلص من الميول العدوانية في ظروف اجتماعية مقبولة.	٥٢٧	٣٥١	١٧٧	٢٤٦٠	٧٧,٧٢
١٢	التدريب على اتخاذ القرارات.	٥٩٠	٣٥١	١١٤	٢٥٨٦	٨١,٧١
١٣	الحوار وتبادل الآراء مع الآخرين.	٦١٠	٣٣٥	١١٠	٢٦١٠	٨٢,٤٦

ينضح من جدول (١٩)، أعلى عبارة في أهداف ومميزات الترويج لطلاب الجامعة هي عبارة (السعادة الشخصية) بنسبة (٩١,٧١٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الهدف الرئيسي للترويج هو السعادة، فتوجد بعض الأحاسيس والمشاعر التي يكتسبها الطالب الجامعي تجلب السرور والمرح من خلال ممارسته للأنشطة الترويجية سواء بمفرده أو مع الجماعة، ويتفق هذا مع ما ذكره كلاً من تهناني عبد السلام (١٠٦-١٦)، كمال درويش ومحمد الحماحي (٥٦-٣٨)، محمد السمودي (٥١-٦٨).

وجاءت عبارات (٩، ١٠) أقل عبارات البعد، وأقل عبارة في أهداف ومميزات الترويج هي عبارة (التوازن بين الاستقلالية والتبعية) بنسبة (٧٢,٣٥٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الطلاب في مرحلة الشباب يتسم نموهم النفسي والانفعالي باشتداد النزعة الاستقلالية وتأكيد الذات، كما يرضى الكثير منهم بإمكانيتهم وقدراتهم دون خوف أو قلق، ويفضل الطالب القيام بالأعمال القيادية؛ فإذا ذاق طعم القيادة من خلال الأنشطة الترويجية يصعب عليه التنازل عن كونه قائداً ويشغل منصب التابع (الممارس) لأنه يفضل إعطاء الأوامر عن تنفيذها. وأيضاً يزداد إدراك الطالب لنفسه حيث يشعر بالرغبة في تحقيق ذاته في الجماعة التي ينتمي إليها، وذلك عن طريق القيام بأعمال تسند إليه من قبل الجماعة، ويوجد الطالب السلبي (الإنطوائي) الذي لا يحب تحمل المسؤولية ويفضل التبعية وهذا يشبع لديه الشعور بالاطمئنان.

ويتفق هذا مع محمد السمودي (٥١-٦٨)، فيما ذكره عن خصائص مرحلة الشباب.

جدول (٢٠)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم لأهداف ومميزات الترويج
للذكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الكلية	البعد الثاني	أهداف ومميزات الترويج لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣١	٧٧,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٢٧	٧٥,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٦	٨٢,٠٠	جيد جداً
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٣٧	٧٩,٠٠	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٤٧	٨٢,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٥٩	٨٦,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٥	٨٥,٠٠	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الذكور	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٧	٨٢,٣٣	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الذكور	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٥٨	٨٦,٠٠	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الذكور	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٤	٧٨,٠٠	جيد
١٢	كلية العلوم	الذكور	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٥٢	٨٤,٠٠	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٥١	٨٣,٦٧	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٢٠)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو أهداف ومميزات الترويج، حيث حصل طلاب كليات (التربية، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، التربية النوعية) على تقدير جيد جداً.

بينما حصل طلاب كلية (الآداب، الحقوق، التجارة، الطب البيطري، التمريض، العلوم، الزراعة) على تقدير جيد فقط، ويرجع الباحث ذلك إلى أن معظم هذه الكليات تُلم بمفهوم الترويج ولكنها لم تتعرف أكثر على أهدافه ومميزاته، ومن الملفت للنظر وجود كليتي الحقوق والطب البيطري الحاصلين على نفس التقدير في مفهوم الترويج مما يبين وجهه نظر الباحث، وأن الكليات الثلاث الأولى تشكل نسبة (٧٥%) من الكليات النظرية مما يدل على انخفاض مستوى الثقافة الترويجية لديهم وكذلك نقص الدعاية والإعلان عن الأنشطة الترويجية بالجامعة.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الإجابة عن التساؤل الثاني للبحث، وهو:

- ما إدراك طلاب جامعة المنصورة لأهداف ومميزات الترويج؟.

٣/٤ إدراك طلاب جامعة المنصورة للأنواع والجوانب المختلفة للأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة.

وتنقسم الأنشطة الترويحية المختلفة بجامعة المنصورة إلى خمسة أنشطة (الرياضي_ الفني_ الاجتماعي_ الثقافي_ الخدمة العامة والجوالة), سوف يستعرضها الباحث كل نشاط على حده.

١/٣/٤ الترويح الرياضي لطلاب جامعة المنصورة.

جدول (٢١)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات للترويح الرياضي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة_ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٤٥	٠,٢٤٢
		الريف	١٠١	٢,٤٠	٠,٢٦٦
		المجموع	٢٠٣	٢,٤٢	٠,٢٥٥
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٥٠	٠,٢٩٢
		الريف	١٦٣	٢,٥٣	٠,٣٠٩
		المجموع	٣٠٥	٢,٥٢	٠,٣٠١
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤٨	٠,٢٧٣
		الريف	٢٦٤	٢,٤٨	٠,٣٠٠
		المجموع	٥٠٨	٢,٤٨	٠,٢٨٧
إناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٥٢	٠,٢٢٨
		الريف	١٥٣	٢,٤٧	٠,٢٥٥
		المجموع	٢٩٢	٢,٥٠	٠,٢٤٣
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٥٢	٠,٢٤٥
		الريف	١٣٨	٢,٥٢	٠,٢٣٤
		المجموع	٢٥٥	٢,٥٢	٠,٢٣٩
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٥٢	٠,٢٣٥
		الريف	٢٩١	٢,٥٠	٠,٢٤٦
		المجموع	٥٤٧	٢,٥١	٠,٢٤١
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٩	٠,٢٣٦
		الريف	٢٥٤	٢,٤٤	٠,٢٦١
		المجموع	٤٩٥	٢,٤٧	٠,٢٥٠
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٥١	٠,٢٧٢
		الريف	٣٠١	٢,٥٣	٠,٢٧٧
		المجموع	٥٦٠	٢,٥٢	٠,٢٧٤
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٥٠	٠,٢٥٥
		الريف	٥٥٥	٢,٤٩	٠,٢٧٣
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٩	٠,٢٦٥

يتضح من جدول (٢١), أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٣) أعلى إلاماً بالترويح الرياضي من بين الطلبة (الذكور), في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر والريف, وطالبات الكليات النظرية المقيمين

بالحضر (٢,٥٢) هم أعلى إماماً بالترويح الرياضي من بين الطالبات (الإناث)، وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٣) هم أعلى إماماً بالترويح الرياضي من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية للترويح الرياضي عن غيرهم، إلى وجود محاضرات عملية تتطلب الحضور مما يقضون أوقات طويلة داخل الجامعة على عكس الكليات النظرية التي لا يوجد بها محاضرات عملية، وأيضاً عدد الكليات العملية كثير وبها أنشطة ترويحية تغطي إلى حد ما جزء من الطلاب، ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في أن الطلاب من الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الطلابية (الترويحية).

وبالنسبة للطالبات بالكليات النظرية (حضر)، تساوى متوسط درجاتهم في الترويح الرياضي مع طالبات الكليات العملية، لأن من السهل نوعاً ما أن تمارس الطالبات أنشطة الترويح الرياضي عن الطالبات في الريف نظراً للعادات والتقاليد السائدة في المجتمع والريف خاصة، ويتفق هذا مع دراسة إيمان السعيد (٢٠٠١م) (١١)، في ارتفاع مستوى الثقافة الترويحية الرياضية لطالبات الجامعة من الكليات النظرية.

وعن وجود طلاب لا يشاركون في أنشطة الترويح الرياضي يرجع الباحث ذلك إلى وجود مدرجات خاطئة بين الطلاب في ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية على أنها تعتبر إهدار للوقت، وأن أهمية الوقت تعود إلى استذكار الدروس فقط ولا تتفق مع ميول الطلاب، ويتفق مع هذا دراسة وليد سلامة (٢٠٠٠م) (٧٥)، أن الأنشطة الترويحية الرياضية لا تتناسب مع وقت الفراغ وميول الطلاب.

جدول (٢٢)

تحليل التباين للترويح الرياضي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة

عينة الدراسة - جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,٤٢٢	١	٠,٤٢٢	*٩,١٣٣	٠,٠١٣	٠,٠٠٦
التخصص	٠,٩٢١	١	٠,٩٢١	*١٣,٣٩٥	٠,٠٠٠	٠,٠١٣
الإقامة	٠,٠٨٣	١	٠,٠٨٣	١,٢١٣	٠,٢٧١	٠,٠٠١
النوع*التخصص	٠,٢٧٤	١	٠,٢٧٤	*٣,٩٧٩	٠,٠٤٦	٠,٠٠٤
النوع*الإقامة	٠,٠١٨	١	٠,٠١٨	٠,٢٦٨	٠,٦٠٥	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	٠,٢٣٣	١	٠,٢٣٣	٣,٣٨٦	٠,٠٦٦	٠,٠٠٣
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠١٠	١	٠,٠١٠	٠,١٤٤	٠,٧٠٥	٠,٠٠٠
الخطأ	٧٢,٠٢٢	١٠٤٧	٠,٠٦٩			

يتضح من جدول (٢٢)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، التخصص، والتفاعل ما بين النوع والتخصص في متوسطات درجات الترويح الرياضي عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة، في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي الإقامة، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٢٣)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية للترويح الرياضي _ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
١	الترويح الرياضي مظهر من مظاهر النشاط الإنساني يتميز باتجاه يحقق السعادة للممارسين.	٧٧٠	٢٥٠	٣٥	٢٨٤٥	٨٩,٨٩
٢	الترويح الرياضي نشاط ضروري للجميع بغض النظر عن النوع والعقيدة.	٦١٢	٣٧٥	٦٨	٢٦٥٤	٨٣,٨٥

* أهداف ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية :

٣	تنمية اللياقة البدنية.	٧٦٦	٢٣٩	٥٠	٢٨٢٦	٨٩,٢٩
٤	المحافظة على القوام السليم المتناسق.	٦٥٨	٣٢٠	٧٧	٢٦٩١	٨٥,٠٢
٥	المساعدة على تعلم وتنمية المهارات الحركية.	٥٥٢	٤٠٢	١٠١	٢٥٦١	٨٠,٩١
٦	الإسهام في تنمية الروح الرياضية بين الممارسين.	٥١٤	٣٨٤	١٥٧	٢٤٦٧	٧٧,٩٥
٧	التعود على احترام المواعيد.	٥٥٨	٣٨٩	١٠٨	٢٥٦٠	٨٠,٨٨
٨	التزود بالثقافة الرياضية (المعارف والعادات المرتبطة بالرياضة).	٦١٣	٣٨٣	٥٩	٢٦٦٤	٨٤,١٧

* أنشطة الترويح الرياضي :

٩	الألعاب والمسابقات ذات التنظيم البسيط (ألعاب صغيرة لا تلتزم بقواعد وقوانين الألعاب)	٤٩٩	٣٦٣	١٩٣	٢٤١٦	٧٦,٣٣
١٠	الألعاب والرياضات الفردية (تمارس بشكل فردي)	٧٢١	٢٦٠	٧٤	٢٨٥٧	٨٧,١١
١١	الألعاب والرياضات الزوجية (ممارسة ثنائية)	٥١٦	٤١٧	١٢٢	٢٥٠٤	٧٩,١١
١٢	ألعاب ورياضات الفرق (ممارسة جماعية وفقاً لقواعد اللعبة)	٦٦٧	٢٤٥	١٤٣	٢٦٣٤	٨٣,٢٢

يتضح من جدول (٢٣)، جاءت العبارات بأعلى من النسبة فكانت أعلى عبارة في مفهوم الترويح الرياضي لطلاب الجامعة هي عبارة (الترويح الرياضي مظهر من مظاهر النشاط الإنساني يتميز باتجاه يحقق السعادة للممارسين) بنسبة (٨٩,٨٩٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويح الرياضي

يُعد أكثر أنواع الترويح المحببة لدى الأغلبية من طلاب الجامعة، وأن الطلاب الذين يمارسون أنشطة الترويح الرياضي بغرض ترويح لا يشترط أن يجيدونها ومع ذلك يجدون متعة ويشعرون بالسعادة لفعل شيء حتى ولو قليل.

ويميل الطلاب لأنشطة الترويح الرياضي بحكم طبيعة تكوينهم ويقبلون على ممارسه أنشطته بدافع من أنفسهم، ويتفق مع هذا كلاً من محمد السمنودي (٥١-٩٦)، محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (٤٧-٨٤)، ويتفق مع هذا أيضاً دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١)، في أن أهم أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلاب هي النشاط الرياضي.

وأعلى نسبة لأهداف الترويح الرياضي لدى الطلاب كانت عبارة (تنمية اللياقة البدنية) بنسبة (٨٩,٢٩%) ويرجع الباحث ذلك إلى أنه في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي والمدنية الحديثة نجد أن الآلة حلت محل الإنسان في كثير من مواقع العمل والإنتاج مما أدى إلى نقص الحركة التي تشبعها أنشطة الترويح الرياضي، فهي المتنفس الحقيقي لإشباع الحركة واكتساب الصحة والقوام الجيد لديهم.

يتفق هذا مع دراسة جوزيف إلكنس Elkins-Joseph (٢٠٠٤م) (٨٥) إلى المنتظمين في الرياضات الترويحية كانوا الأكثر وبصورة ملحوظة في تنمية اللياقة البدنية من أجل المشاركة.

وأكثر نشاط ترويح رياضي يفضلها طلاب الجامعة من الأنشطة الترويحية الرياضية هو (الألعاب والرياضات الفردية) التي تمارس بشكل فردي بنسبة مئوية (٨٧,١١)، وتفق على أنشطة الترويح الرياضي الأخرى ويرجع الباحث ذلك إلى أن قرار ممارسة الأنشطة الترويحية الرياضية فردي وشخصي، وأنه من الصعب أن يمارس الطالب الجامعي نشاط جماعي لكن من السهل أن يمارس نشاط رياضي بمفرده.

بينما جاءت الأنشطة الأخرى أقل وخاصة (الألعاب والمسابقات ذات التنظيم البسيط) بنسبة (٧٦,٣٣%) ويرجع ذلك إلى عدم القدرة على الابتكار والتركيز في المحاضرات والدروس فقط، ونقص القدرة في تنظيم تلك الألعاب بصورة صحيحة والاكتفاء بممارسة الأنشطة الفردية فقط.

ويتفق هذا مع كمال درويش وأمين الخولي (٣٦-١٦٧)، ومع دراسة (ك.فريس Ferres) (٢٠٠٢م) (٨٦)، إلى أن الطلبة والطالبات يفضلن الرياضات الفردية عن الرياضات الجماعية.

وتختلف مع دراسة (ديمبو زاشاري Dembo-Zachary) (١٩٩٨م) (٨٣)، إلى أن أعضاء مجتمع الجامعة يهتمون في الغالب بالرياضات الجماعية (٨٣).

جدول (٢٤)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للترويح الرياضي
للذكور والإناث عينة البحث جامعة المنصورة (ن = 1000)

م	الكليات	البعء الثالث	الترويح الرياضي لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣٧	٧٩,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٠	٨٣,٣٣	جيد جداً
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٥	٨٥,٠٠	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٠	٨٣,٣٣	جيد جداً
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٦	٨٢,٠٠	جيد جداً
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٦٤	٨٨,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٦١	٨٧,٠٠	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الذكور	٢,٥٥	٨٥,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الذكور	٢,٤١	٨٠,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٦	٨٢,٠٠	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الذكور	٢,٥١	٨٣,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
١٢	كلية العلوم	الذكور	٢,٥٠	٨٣,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٢	٨٤,٠٠	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الذكور	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٦٨	٨٩,٣٣	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٦٣	٨٧,٦٧	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٢٤)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو الترويح الرياضي، حيث حصل الطلاب بجميع الكليات على تقدير جيد جداً، ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويح الرياضي يُعد من أكثر أنواع الترويح المحببة لدى الأغلبية من طلاب الجامعة، ويتفق مع هذا أيضاً دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١)، في أن أهم أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلاب هي النشاط الرياضي.

والطلاب الذكور بكلية (الآداب) هم فقط من حصلوا على تقدير جيد من بين طلبة وطالبات الجامعة، ويرجع ذلك بسبب وجوده خارج الحرم الجامعي، وبها ملعب كرة قدم خماسي فقط وغير آمن (عدم توافر وسائل الأمن والسلامة).

يرجع الباحث ظهور طالبات الجامعة بمستوي تقدير جيد جداً في الترويح الرياضي، لأنهم يمارسون أنشطة فردية بسيطة مثل المشي والجري.

جدول (٢٥)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات للترويج الفني وفقاً
للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٣٦	٠,٣١٠
		الريف	١٠١	٢,٣٠	٠,٣١٤
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٣	٠,٣١٢
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٣٣	٠,٣٦٧
		الريف	١٦٣	٢,٣٢	٠,٣٨٩
		المجموع	٣٠٥	٢,٣٣	٠,٣٧٨
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٣٤	٠,٣٤٤
		الريف	٢٦٤	٢,٣٢	٠,٣٦١
		المجموع	٥٠٨	٢,٣٣	٠,٣٥٣
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٤٧	٠,٣٠٠
		الريف	١٥٣	٢,٣٧	٠,٢٨١
		المجموع	٢٩٢	٢,٤١	٠,٢٩٤
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٣٧	٠,٢٩٦
		الريف	١٣٨	٢,٣٩	٠,٣٠٦
		المجموع	٢٥٥	٢,٣٨	٠,٣٠١
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٤٢	٠,٣٠٢
		الريف	٢٩١	٢,٣٨	٠,٢٩٢
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٠	٠,٢٩٨
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٢	٠,٣٠٨
		الريف	٢٥٤	٢,٣٤	٠,٢٩٥
		المجموع	٤٩٥	٢,٣٨	٠,٣٠٤
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٣٥	٠,٣٣٧
		الريف	٣٠١	٢,٣٥	٠,٣٥٤
		المجموع	٥٦٠	٢,٣٥	٠,٣٤٦
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٣٩	٠,٣٢٥
		الريف	٥٥٥	٢,٣٥	٠,٣٢٨
		المجموع	١٠٥٥	٢,٣٧	٠,٣٢٧

يتضح من جدول (٢٥)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكلية النظرية المقيمين بالحضر (٢,٣٦) أعلى إماماً بالترويج الفني من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكلية النظرية المقيمين بالحضر (٢,٤٧) هم أعلى إماماً بالترويج الفني من بين الطالبات (الإناث).

وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكلية النظرية المقيمين بالحضر (٢,٤٢) هم أعلى إماماً بالترويج الفني من بين طلاب الكلية العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إلمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات النظرية للترويح الفني عن غيرهم، إلى وجود وقت فراغ يقضونه الطلاب خارج الجامعة نظراً لقلّة حضورهم بالجامعة قياساً بالكليات العملية، وأنشطة الترويح الفني تتطلب وقت أطول من الأنشطة الترويحية الأخرى مثل الفنون التشكيلية والأعمال اليدوية كالخزف، النحت، الرسم.

ويرجع الباحث الطلاب بالكليات النظرية المهتمين بأنشطة الترويح الخلوي معظمهم من المقيمين بالحضر، وذلك لسهولة توافر الأدوات المستخدمة في أنشطة الترويح الفني عنها في الريف.

ويختلف مع هذا دراسة محمود إسماعيل (١٩٩٢م) (٦٥)، في اختلاف حجم ممارسة الأنشطة الترويحية بين كلاً من طلاب الحضر والريف عدا حجم ممارسة الأنشطة الفنية والرياضية.

جدول (٣٦)
تحليل التباين للترويح الفني وفقاً للنوع والتخصص والإقامة
_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	١,٢٠١	٢	٠,٦٠١	*١١,٣٩٣	٠,٠٠١	٠,٠١١
التخصص	٠,١٠٩	١	٠,١٠٩	١,٠٣٤	٠,٣١٠	٠,٠٠١
الإقامة	٠,٣٦١	١	٠,٣٦١	٣,٤٢٢	٠,٠٦٥	٠,٠٠٣
النوع*التخصص	٠,٠٦٩	١	٠,٠٦٩	٠,٦٥١	٠,٤٢٠	٠,٠٠١
النوع*الإقامة	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	٠,٠٣٢	٠,٨٥٧	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	٠,٥٠٩	١	٠,٥٠٩	*٤,٨٣١	٠,٠٢٨	٠,٠٠٥
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠٨٠	١	٠,٠٨٠	٠,٧٥٧	٠,٣٨٤	٠,٠٠١
الخطأ	١١٠,٣٢٢	١٠٤٧	٠,١٠٥			

يتضح من جدول (٢٦)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، والتفاعل ما بين التخصص والإقامة في متوسطات درجات الترويح الفني عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي التخصص، الإقامة، التفاعل بين النوع والتخصص، التفاعل بين النوع والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٢٧)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية للترويج الفني_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
١	النشاط الترويجي الفني يعد تعبير الفرد عن نفسه من خلال الاندماج والصدق في الأداء الفني.	٧٢٤	٢٧٥	٥٥	٢٧٧٧	٨٧,٧٤
* أهداف ممارسة الأنشطة الترويجية الفنية :						
٢	التعرف على بعض المفاهيم المرتبطة بعناصر ومكونات العمل الفني.	٥٠٣	٤٥٦	٩٦	٢٥١٧	٧٩,٥٣
٣	المعرفة والاعتزاز بالتراث الفني القديم والحديث.	٥١٣	٤٠٨	١٣٤	٢٤٨٩	٧٨,٦٤
٤	الاستمتاع بالقيم والمهارات الفنية.	٦٢١	٣٥٧	٧٧	٢٦٥٤	٨٣,٨٥
٥	الإشباع المستمر للهواية الفنية.	٥٢٧	٣٦١	١٦٧	٢٤٧٠	٧٨,٠٤
٦	الإسهام في الوقاية من بعض الاضطرابات النفسية.	٥٣٥	٣٧١	١٤٩	٢٤٩٦	٧٨,٨٦
٧	توفير فرص العمل المتميز (يدوي، تشكيلي، أدائي).	٤٨٩	٣٨١	١٨٥	٢٤٦٤	٧٦,٢٧
* أنشطة الترويج الفني :						
٨	هوايات الجمع والانتقاء، مثل: (جمع الطوابع، العملات، الصور، التوقيعات).	٥١٤	٣١٨	٢٢٣	٢٤٠١	٧٥,٨٦
٩	الفنون التشكيلية أو اليدوية، مثل: (الخزف، النحت، الرسم).	٥١٧	٣٦٣	١٧٥	٢٤٥٢	٧٧,٤٧
١٠	الدراما، مثل: (التمثيل، رواية القصص، الاستكشاف).	٤٩٨	٣٦٠	١٩٧	٢٤١١	٧٦,١٨
١١	الرقص، مثل: (التعبير الإيقاعي، البالية، الأكروبات، الرقص الاجتماعي).	٤٨٤	٢٨٤	٢٨٧	٢٣٠٧	٧٢,٨٩
١٢	الموسيقى، مثل: (العزف، الفرق الموسيقية، الغناء).	٦١٩	٢٦٣	١٧٣	٢٥٥٦	٨٠,٧٦

يتضح من جدول (٢٧)، أعلى عبارة هي عن مفهوم الترويج الفني لطلاب الجامعة (النشاط الترويجي الفني يعد تعبير الفرد عن نفسه من خلال الاندماج والصدق في الأداء الفني) بنسبة (٨٧,٧٤٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويج الفني يتمثل في قيام الفرد بتوصيل عواطفه للآخرين ويتحقق ذلك من خلال الاندماج والتفاعل في النشاط وصدق تعبير الفرد، ويوفر فرص للإبداع

والابتكار في أثناء مشاركة الفرد في أنشطته، ويتفق هذا مع ما ذكره محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (١٢٩-٤٧).

وأعلى نسبة لأهداف الترويج الفني لدى الطلاب كانت عبارة (الاستمتاع بالقيم والمهارات الفنية) بنسبة (٨٣,٨٥%)، ويرجع الباحث ذلك إلى انه أنشطة الترويج الفني تؤدي إلى الاستمتاع بالقيم الجمالية، التنوع الفني، الإبداع والابتكار، كما أن تلك الأنشطة تناسب اهتمامات وقدرات

وخبرات الطلاب في المرحلة الجامعية وذلك لتنوع وتعدد مجالات وأنشطة الترويج الفني، وأن الغرض الأساسي من الأنشطة الترويجية الفنية السعادة والمتعة، يتفق هذا مع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (١٢٩-٤٧)، تهاني عبد السلام (١٠٦-١٠٦)، محمد السنودي (٦٨-٥١).

بينما أقل نسبة لأهداف الترويج الفني لدى الطلاب كانت عبارة (توفير فرص العمل المتميز يدوي، تشكيلي، أدائي) بنسبة (٧٦,٢٧%)، ويرجع الباحث ذلك إلى أن الممارسة الترويجية الفنية مرتبطة بالدراسة الأكاديمية مثل كلية الفنون الجميلة والتربية الفنية، قلة الامكانيات الموجودة لعرض الأعمال الفنية، إقتصار المشاركة في الأنشطة الترويجية بالجامعة على الطلاب المتميزين فقط (عدد قليل جداً) والطلاب تقتصر مشاركتهم على المشاهدة الأعمال الفنية فقط، دون القيام بهذه الأعمال بأنفسهم.

وأعلى نشاط ترويجي فني يفضلها طلاب الجامعة من الأنشطة الترويجية الفنية هو (الموسيقى) مثل العزف، الفرق الموسيقية والغناء بنسبة (٨٠,٧٦%)، وتفق على أنشطة الترويج الفني الأخرى ويرجع الباحث ذلك إلى أن الموسيقى تتيح الفرص للتعبير عن العواطف، لها فوائد علاجية هامة وتنمي التنوع الموسيقي، ويوجد بعض الطلاب من الهواة ومحبي الموسيقى والعزف يشكلون فرق مع أصدقائهم في الجامعة تسمى بالفرق الجامعية، ويتفق هذا مع تهاني عبد السلام (٢٥٠-١٦).

بينما جاءت الأنشطة الأخرى أقل وخاصة (الرقص) بنسبة (٧٦,٣٣%) ويرجع ذلك إلى قصور في مفهوم الطلاب للرقص على أنه الرقص الشرقي فقط، فلا يوجد لديهم معلومات كافية عن باقي أنواع الرقص لأنها تمثل شئ صعب لإتقانها وخاصة للطالبات، ولأنها تتعارض مع عادات وتقاليد المجتمع وتسبب بعض المشاكل الاجتماعية.

جدول (٣٨)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للترويح الفني
للذكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الكليات	البعد الرابع	الترويح الفني لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٢٥	٧٥,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٢٨	٧٦,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٣٤	٧٨,٠٠	جيد
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٤١	٨٠,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٢٤	٧٤,٦٧	جيد
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٢٢	٧٤,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٤١	٨٠,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٢٦	٧٥,٣٣	جيد
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٣١	٧٧,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٤٦	٨٢,٠٠	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
		الذكور	٢,٢٨	٧٦,٠٠	جيد
١٠	كلية الهندسة	الإناث	٢,٢٧	٧٥,٦٧	جيد
		الذكور	٢,٢١	٧٣,٦٧	جيد
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الإناث	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
		الذكور	٢,٣٤	٧٨,٠٠	جيد
١٢	كلية العلوم	الإناث	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
		الذكور	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
١٣	كلية الزراعة	الإناث	٢,٣١	٧٧,٠٠	جيد
		الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٥٠	٨٣,٣٣	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٢٨)، أن طلاب كلية (التربية النوعية) حصلوا على تقدير جيد جداً عال، ويرجع الباحث ذلك إلى أن الكلية هي الوحيدة التي يمارس فيها النشاط الترويحي بشكل أكاديمي وكبير بسبب وجود قسمين لتعليم وتدريب النشاط الفني أحدهما للتربية الفنية والآخر للتربية الموسيقية.

ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو الترويح الفني، حيث حصل طلاب كليات (التربية، التمريض، العلوم) على تقدير جيد جداً، بينما حصل طلاب كلية (الآداب، الحقوق، التجارة، الطب البشري، طب الأسنان، الطب البيطري، الصيدلة، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، الزراعة) على تقدير جيد فقط، ويرجع الباحث ذلك إلى أن وجود أماكن الترويح الفني في آخر الجامعة بعيدة عن الكليات، قلة الإمكانيات المادية لممارسة أنشطة الترويح الفني وارتفاع أسعارها، نقص الدعاية والإعلان عن أنشطة الترويح الفني، وندرة المشرفين عن الأنشطة الترويحية الفنية.

جدول (٢٩)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات للترويج الاجتماعي
وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_عينة الدراسة_ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٣٩	٠,٣٠١
		الريف	١٠١	٢,٣٥	٠,٣٠١
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٧	٠,٣٠١
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٤٩	٠,٣١٣
		الريف	١٦٣	٢,٥٠	٠,٢٩١
		المجموع	٣٠٥	٢,٤٩	٠,٣٠١
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤٥	٠,٣١١
		الريف	٢٦٤	٢,٤٤	٠,٣٠٣
		المجموع	٥٠٨	٢,٤٤	٠,٣٠٧
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٥١	٠,٣٧٣
		الريف	١٥٣	٢,٤٤	٠,٢٧٠
		المجموع	٢٩٢	٢,٤٧	٠,٢٧٣
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٤٧	٠,٣٠٥
		الريف	١٣٨	٢,٤٧	٠,٢٨٦
		المجموع	٢٥٥	٢,٤٧	٠,٢٩٤
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٤٩	٠,٢٨٨
		الريف	٢٩١	٢,٤٥	٠,٢٧٨
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٧	٠,٢٨٣
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٦	٠,٢٩٠
		الريف	٢٥٤	٢,٤٠	٠,٢٨٦
		المجموع	٤٩٥	٢,٤٣	٠,٢٨٩
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٤٨	٠,٣٠٩
		الريف	٣٠١	٢,٤٨	٠,٢٨٩
		المجموع	٥٦٠	٢,٤٨	٠,٢٩٨
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٤٧	٠,٣٠٠
		الريف	٥٥٥	٢,٤٥	٠,٢٩٠
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٦	٠,٢٩٥

يتضح من جدول (٢٩)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكلية العملية المقيمين بالريف (٢,٥٠) أعلى إماماً بالترويج الاجتماعي من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكلية النظرية المقيمين بالحضر (٢,٥١) هم أعلى إماماً بالترويج الاجتماعي من بين الطالبات (الإناث).

وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكلية العملية (٢,٤٨) هم أعلى إماماً بالترويج الاجتماعي من طلاب الكلية النظرية.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية والنظرية للترويج الاجتماعي، إلى وجود تلقائية فطرية لأنشطة الطلاب الاجتماعية، مشاركة الطلاب ذوي الاتجاهات والميول المشتركة في أنشطة تحقق تتميز بالمرح والمتعة، ومن الأنشطة الاجتماعية التي تستلزم أكثر من طالب للممارسة هي النشاط الرياضي الجماعي داخل الجامعة نظراً لتفضيل الطلاب أي شيء يتعلق بالرياضة.

ويتفق هذا مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١)، أن النشاط الاجتماعي من الأنشطة التي تحتل المرتبة الثانية لطلاب الجامعة، ومع دراسة جوزيف إلكنس Elkins-Joseph (٢٠٠٤م) (٨٥)، في أن نقص القدرة على إيجاد شخص ما لمشاركته من أهم الأسباب في عدم المشاركة في برامج الرياضات الترويحية الجامعية، ومع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويحية.

جدول (٣٠)

تحليل التباين للترويج الاجتماعي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة
_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,٤٢٧	١	٠,٤٢٧	*٥,٠١٤	٠,٠٢٥	٠,٠٠٥
التخصص	٠,٩٢١	١	٠,٩٢١	*١٠,٨١٨	٠,٠٠٢	٠,٠١٠
الإقامة	٠,١٨٢	١	٠,١٨٢	٢,١٤٣	٠,١٤٣	٠,٠٠٢
النوع*التخصص	١,٠٣٠	١	١,٠٣٠	*١٢,٠٩٢	٠,٠٠١	٠,٠١١
النوع*الإقامة	٠,٠٢٤	١	٠,٠٢٤	٠,٢٨٤	٠,٥٩٤	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	٠,٢١٧	١	٠,٢١٧	٢,٥٤٥	٠,١١١	٠,٠٠٢
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠٠١	١	٠,٠٠١	٠,٠١٥	٠,٩٠٤	٠,٠٠٠
الخطأ	٨٩,١٤٥	١٠٤٧	٠,٠٨٥			

يتضح من جدول (٣٠)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، التخصص، والتفاعل ما بين النوع والتخصص في متوسطات درجات الترويج الاجتماعي عند مستوى معنوية ٠,٠٥، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي الإقامة، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٣١)

الدرجة الترويجية والنسبة المئوية للترويج الاجتماعي_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترويجية	النسبة المئوية
١	الترويج الاجتماعي هو مشاركة أكثر من فرد في نشاط ما.	٧٤٨	٢٤٧	٦٠	٢٧٩٨	٨٨,٤٠
* أهداف ممارسة الأنشطة الترويجية الاجتماعية :						
٢	التكيف مع جماعات اللعب.	٦٩٣	٣١١	٥١	٢٧٥٢	٨٦,٩٥
٣	التعاون في تنظيم وإدارة الأنشطة الاجتماعية للترويج عن الذات.	٥٧٠	٣٨٤	١٠١	٢٥٧٩	٨١,٤٨
٤	المشاركة في المشروعات الخيرية والتطوعية.	٥٧٥	٤٠٤	٧٦	٢٦٠٩	٨٢,٤٣
٥	الرقى بالسلوك الاجتماعي.	٦٦٣	٣٠٦	٨٦	٢٦٨٧	٨٤,٩٠
٦	المساعدة على إقامة علاقات مع أفراد من ذوي الاهتمام والميول المشتركة.	٦٤٧	٣٠٨	١٠٠	٢٦٥٧	٨٣,٩٥
* أنشطة الترويج الاجتماعي :						
٧	المحادثة والاستمتاع بأفكار الآخرين.	٦٩١	٢٨٣	٨١	٢٧٢٠	٨٥,٩٤
٨	الحفلات الاجتماعية.	٥٢٢	٣٨٨	١٤٥	٢٤٨٧	٧٨,٥٨
٩	ألعاب المنضدة, مثل: (ألعاب الورق, الدومينو, النرد, الشطرنج).	٤٧٣	٣٤٩	٢٣٣	٢٣٥٠	٧٤,٢٥
١٠	النزهات الخولية (نزهات, ترحال جماعي).	٤٩٣	٤١٧	١٤٥	٢٤٥٨	٧٧,٦٦
١١	المسابقات الخاصة, مثل: (المعارض, المهرجانات, العروض).	٤٨٩	٣٧٣	١٩٢	٢٤٠٦	٧٦,٠٢

يتضح من جدول (٣١), أعلى عبارة هي عن مفهوم الترويج الاجتماعي لطلاب الجامعة (الترويج الاجتماعي هو مشاركة أكثر من فرد في نشاط ما) بنسبة (٨٨,٤٠%) ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويج الاجتماعي لا يتم بصورة فردية وإنما داخل جماعة وأقل عدد من الطلاب نستطيع القول عليه أنهم ممارسين للأنشطة الترويجية الاجتماعية اثنان فأكثر, وهو نشاط الدافع من ممارسته المشاركة الاجتماعية بغرض الترويج, ويتفق هذا مع دراسة جوزيف إلكنس - Elkins-Joseph (٢٠٠٤م) (٨٥), في أن نقص القدرة على إيجاد شخص ما لمشاركته من أهم الأسباب في عدم المشاركة في برامج الرياضات الترويجية الجامعية, ومع ما ذكره محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٤٧-١١٢).

وأعلى نسبة لأهداف الترويج الاجتماعي لدى الطلاب كانت عبارة (التكيف مع جماعات اللعب) بنسبة (٨٦,٩٥%)، ويرجع الباحث ذلك إلى أن أنشطة الترويج الاجتماعي تتيح الفرص لإقامة علاقات مع أفراد من ذوي الاهتمامات والميول المشتركة، وتنمية الولاء الاجتماعي وروح التعاون المثمر بين الطلاب بغرض الاستمتاع بالعمل الجماعي في وقت الفراغ، ويتفق هذا مع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (٤٧-١١٥)، ومحمد السنودي (٥٢-١٠٦).

بينما أقل نسبة لأهداف الترويج الاجتماعي لدى الطلاب كانت عبارة (التعاون في تنظيم وإدارة الأنشطة الاجتماعية للترويج عن الذات) بنسبة (٨١,٤٨%)، ويرجع الباحث ذلك إلى أن وقت الفراغ بالنسبة للطلاب الجامعي ملك له يفعل فيه ما يشاء ويعترض عن فكرة إدارة وتنظيم الأنشطة الاجتماعية، ويشارك في تلك الأنشطة بالفطرة أو بتلقائية كالحوار والمحادثة.

وأعلى نشاط ترويجي اجتماعي يفضلهُ طلاب الجامعة من الأنشطة الترويجية الاجتماعية هي (المحادثة والاستمتاع بأفكار الآخرين) بنسبة (٨٥,٩٤%)، وتُفوق على أنشطة الترويج الاجتماعي الأخرى ويرجع الباحث ذلك إلى أن الطالب اجتماعي بطبعه ومحب للحوار والمناقشات، والحياة في الحرم الجامعي تتطلب المشاركة والحوار وتبادل الآراء، فأثناء المحادثات يستمع الطلاب بأفكار ذويهم وتفهم مشاعرهم وأحاسيسهم ومناقشة العديد من الموضوعات ويتفق هذا مع ويتفق هذا مع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (٤٧-١١٢).

جاءت أقل الأنشطة الاجتماعية (ألعاب المنضدة) بنسبة (٧٤,٢٥%) ويرجع ذلك إلى أن ذلك النشاط من الأنشطة الترويجية التي تمارس داخل الأماكن المغلقة وخاصة في المنازل، ومثل هذه الأنشطة غير مسموح بممارستها في الجامعة ما عدا (لعبة الشطرنج) فتقام مسابقات عديدة بها ويفضل الطلاب الملمين بقواعدها ممارستها.

جدول (٣٢)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للترويح الاجتماعي
للذكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الكلية	البعد الخامس	الترويح الاجتماعي لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣٥	٧٨,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٦	٨٢,٠٠	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٣٢	٧٧,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٣٠	٧٦,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٣٧	٧٩,٠٠	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٦٦	٨٨,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٥١	٨٣,٦٧	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الإناث	٢,٥٩	٨٦,٣٣	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٧	٨٢,٣٣	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الإناث	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الإناث	٢,٥٢	٨٤,٠٠	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
١٢	كلية العلوم	الإناث	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٥	٨١,٦٧	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الإناث	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
		الذكور	٢,٦٤	٨٨,٠٠	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٥١	٨٣,٦٧	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٣٢)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو الترويح الاجتماعي، حيث حصل طلاب كليات (الآداب، التجارة، التربية، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، التمريض، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، العلوم، الزراعة، التربية النوعية) على تقدير جيد جداً، ويرجع ذلك أن الترويح الاجتماعي نشاط يتعلق بوجود الفرد مع الجماعة وهو ما يوجد بالجامعة.

ويتفق هذا مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١)، أن النشاط الاجتماعي من الأنشطة التي تحتل المرتبة الثانية لطلاب الجامعة، ودراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويحية.

وظلاب كلية (الحقوق، الطب البيطري) هم فقط من حصلوا على تقدير جيد من بين طلاب الجامعة، ويرجع ذلك إلى أن عدد الطالبات أكثر من الطلبة وكذلك تعدد الأقسام العلمية فيهما.

٤/٣/٤ الترويج الثقافي لطلاب جامعة المنصورة

جدول (٣٣)

المتوسلات والانحرافات المعيارية والتكرارات للترويج الثقافي وفقاً
للنوع والتخصص والإقامة_مبينة الدراسة_ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٤١	٠,٣٠٣
		الريف	١٠١	٢,٣٤	٠,٢٩٩
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٧	٠,٣٠٣
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٤٢	٠,٣٣٣
		الريف	١٦٣	٢,٥٢	٠,٢٩٢
		المجموع	٣٠٥	٢,٤٧	٠,٣١٥
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤١	٠,٣٢٠
		الريف	٢٦٤	٢,٤٥	٠,٣٠٨
		المجموع	٥٠٨	٢,٤٣	٠,٣١٤
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٤٦	٠,٢٩٨
		الريف	١٥٣	٢,٤١	٠,٣١٩
		المجموع	٢٩٢	٢,٤٤	٠,٣١٠
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٤٣	٠,٢٧٨
		الريف	١٣٨	٢,٤٨	٠,٢٩٤
		المجموع	٢٥٥	٢,٤٦	٠,٢٨٧
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٤٥	٠,٢٨٩
		الريف	٢٩١	٢,٤٤	٠,٣٠٩
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٤	٠,٢٩٩
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٤	٠,٣٠١
		الريف	٢٥٤	٢,٣٨	٠,٣١٣
		المجموع	٤٩٥	٢,٤١	٠,٣٠٨
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٤٢	٠,٣٠٩
		الريف	٣٠١	٢,٥٠	٠,٢٩٣
		المجموع	٥٦٠	٢,٤٧	٠,٣٠٣
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٤٣	٠,٣٠٥
		الريف	٥٥٥	٢,٤٥	٠,٣٠٨
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٤	٠,٣٠٦

يتضح من جدول (٣٣)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٢) أعلى إماماً بالترويج الثقافي من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٤٨) هم أعلى إماماً بالترويج الثقافي من بين الطالبات (الإناث).

وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٠) هم أعلى إماماً بالترويج الثقافي من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالريف للترويج الاجتماعي عن غيرهم، أن الكليات العملية تعتمد على الحركة والتنقل من المحاضرات إلى المعامل وكذلك طبيعة الدراسة بالكليات العملية تتطلب تقديم أنشطة ذات طابع ذهني يحتاجها الطلاب مثل القراءة والكتابة وهو ما يتوفر في الأنشطة الترويحية الثقافية، ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في أن الطلاب من الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الطلابية (الترويحية).

اختلاف مدى إمام الطلاب بممارسة أنشطة الترويج الثقافي بين كل من الطلاب المقيمين بالحضر والريف لصالح الطلاب المقيمين بالريف، ويرجع الباحث ذلك إلى تزويد الطلاب الممارسين للأنشطة الترويحية أنفسهم بالعديد من المعارف والمعلومات المرتبطة بالعديد من المجالات والأنشطة الترويحية للمشاركة بها، ويتفق هذا مع دراسة محمود إسماعيل (١٩٩٢م) (٦٥)، في اختلاف حجم ممارسة الأنشطة الترويحية بين كلاً من طلاب الريف والحضر، وهو ما ظهر في مدى إمام الطلاب بالأنشطة الترويحية الثقافية وجاءت لصالح الطلاب بالكليات العملية المقيمين بالريف.

جدول (٣٤)

تحليل التباين للترويم الثقافي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة

عينة الدراسة _ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,١٤٠	١	٠,١٤٠	١,٥٢٣	٠,٢١٧	٠,٠٠١
التخصص	٠,٨٤٩	١	٠,٨٤٩	*٩,٢٤٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٩
الإقامة	٠,٠١١	١	٠,٠١١	٠,١٢٣	٠,٧٢٦	٠,٠٠٠
النوع*التخصص	٠,٤١٤	١	٠,٤١٤	*٤,٥١١	٠,٠٣٤	٠,٠٠٤
النوع*الإقامة	٠,٠٢٠	١	٠,٠٢٠	٠,٢١٥	٠,٦٤٣	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	١,٢٠٠	١	١,٢٠٠	*١٣,٠٦٨	٠,٠٠٠	٠,٠١٢
النوع*التخصص*الإقامة	٠,١١٦	١	٠,١١٦	١,٢٥٩	٠,٢٦٢	٠,٠٠١
الخطأ	٩٦,١٨٣	١٠٤٧	٠,٠٩٢			

يتضح من جدول (٣٤)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات التخصص، التفاعل ما بين النوع والتخصص، والتفاعل ما بين التخصص والإقامة في متوسطات درجات الترويج الثقافي عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي النوع، الإقامة، التفاعل بين النوع والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٣٥)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية للترويج الثقافي _ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
١	الترويج الثقافي هو مجموعة أدوات ووسائل لنقل وتداول الثقافة ويهتم بالنواحي العقلية.	٧٦٨	٢٤٩	٢٨	٢٨٤٠	٨٩,٧٣
٢	الترويج الثقافي من المجالات الأساسية التي تعتمد عليها التربية الترويجية كأنشطة ثقافية.	٥٢٨	٤٣٢	٩٥	٢٥٤٣	٨٠,٣٥
* أهداف ممارسة الأنشطة الترويجية الثقافية :						
٣	التوجيه والإرشاد لدفع المجتمع نحو تطوير ذاته.	٨٠١	٢٠٧	٤٧	٢٨٦٤	٩٠,٤٩
٤	تزود الأفراد بالمعارف والمعلومات.	٦١٧	٣٨٤	٥٤	٢٦٧٣	٨٤,٤٥
٥	الحاجة إلى التعبير عن الذات.	٥٩٩	٣٦٥	٩١	٢٦١٨	٨٢,٧٢
٦	التعريف بالتراث الثقافي للمجتمع والمجتمعات الأخرى.	٤٧٦	٤٥٤	١٢٥	٢٤٦١	٧٧,٧٦
٧	إشباع الهوايات الثقافية.	٥٦٨	٣٧٣	١١٤	٢٥٦٤	٨١,٠١
* أنشطة الترويج الثقافي :						
٨	زيارة المتاحف والمعارض.	٥٥٩	٣٧٢	١٢٤	٢٥٤٥	٨٠,٤١
٩	القراءة, مثل : (قراءة الكتب, الصحف, المجالات, الموسوعات العلمية).	٦٠٩	٣٧١	٧٥	٢٦٤٤	٨٣,٥٤
١٠	الكتابة, مثل : (كتابة الشعر, النشر, القصص, الرسائل).	٥١٥	٣٦٨	١٧٢	٢٤٥٣	٧٧,٥٠
١١	حلقات المناقشة والدراسة, مثل: (رياضية, فنية, بحث علمي).	٣٤٨	٢٠٥	٥٠٢	١٩٥٦	٦١,٨٠
١٢	الراديو (المذيع) و التلفزيون.	٥٦٤	٣٥٥	١٣٦	٢٥٣٨	٨٠,١٩

يتضح من جدول (٣٥), في مفهوم الترويج الثقافي لطلاب الجامعة أن عبارة (الترويج الثقافي هو مجموعة أدوات ووسائل لنقل وتداول الثقافة ويهتم بالنواحي العقلية) بنسبة (٨٩,٧٣٪), وعبارة (الترويج الثقافي من المجالات الأساسية التي تعتمد عليها التربية الترويجية كأنشطة ثقافية) بنسبة (٨٠,٣٥٪) جاءت مرتفعة, ويرجع الباحث ذلك إلى أن الترويج الثقافي يُعد الأساس لممارسة أي نشاط ترويجي من خلال المعلومات والمعارف التي يستمدّها الطالب منه لممارسة أي نشاط آخر, وأنه يمكن

الطالب الجامعي من الاعتماد على إمكانياته وإعدادها بما يتلاءم مع اكتسابه مهارات متنوعة يستفيد منها في وقت الفراغ لتحقيق نتائج إيجابية.

وأن الترويج الثقافي مادة محورية لمحتوى الترويج وتعتمد عليها التربية الترويجية المسؤولة عن المؤسسات الاجتماعية والتربوية كالجامعات. ويتفق هذا مع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (١١٩-٤٧)، محمد السمنودي (١٠٩-٥١).

وأعلى نسبة لأهداف الترويج الثقافي لدى الطلاب كانت عبارة (التوجيه والإرشاد لدفع المجتمع لتطوير ذاته) بنسبة (٩٠,٤٩%)، ويرجع ذلك إلى أن الوظيفة الاجتماعية للأنشطة الثقافية هي التوجيه ومن خلال تلك الوظيفة يتم دفع المجتمع نحو تطوير ذاته، ويتم التوجيه من خلال اكتساب الطلاب للمعلومات والمعارف من خلال الأنشطة الترويجية الثقافية، ويتفق هذا مع كمال درويش وأمين الخولي (٣٣٧-٣٥)، محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (١٢٤-٤٧)، ومحمد كمال السمنودي (١٠٩-٥١).

بينما أقل نسبة لأهداف الترويج الاجتماعي لدى الطلاب كانت عبارة (التعريف بالتراث الثقافي للمجتمع والمجتمعات الأخرى) بنسبة (٧٧,٧٦%)، ويرجع ذلك إلى نقص الدعاية والإعلان التي يستمد منها الطلاب بالتراث الثقافي للمجتمع أولاً ثم المجتمعات الأخرى ثانياً، وميول ورغبات الطلاب لها التأثير على مشاركتهم في الأنشطة الترويجية الثقافية، ويتفق هذا مع دراسة صديق الحايك - Alhayek-Sadiq-K (٢٠٠١م) (٨٠)، أن الاختلافات الثقافية قد انعكست على دوافع الطلاب، وقد كان ذلك السبب الأكثر فعالية وتأثيراً على دوافعهم للمشاركة في الأنشطة الترويجية.

وأكثر نشاط ترويجي اجتماعي يفضلها طلاب الجامعة من الأنشطة الترويجية الثقافية هي (القراءة) مثل قراءة الكتب والصحف والمجلات بنسبة (٨٣,٥٤%)، وتفق على أنشطة الترويج الثقافي الأخرى ويرجع ذلك إلى أن القراءة من أقيم الهوايات والأنشطة الثقافية فهي تؤثر في فكر وسلوك الطلاب نتيجة لتأثير العقل والوجدان بها، ولها مميزات عديدة منها سهولة مصادرها وكثرتها وتنوع ألوانها، ويتفق هذا مع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (١١٩-٤٧)، كمال درويش وأمين الخولي (٣٣٨-٣٥)، محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦م) (٢٩-٥٦).

وجاءت أقل الأنشطة الثقافية (حلقات المناقشة والدراسة) بنسبة (٦١,٨٠%) ويرجع ذلك إلى أنها لا توجد برامج برعاية الطلاب بالجامعة لمثل هذه الأنشطة، ويوجد في البحث العلمي فقط من خلال عرض إطار لبحث ما (السيمنار) في الكليات ولا يحضر إلا من يريد الحصول على معلومات أو مقابلة الأفراد في مجال التخصص العلمي.

جدول (٣٦)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للترويج الثقافي
للذكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الكليات	البعد السادس	الترويج الثقافي لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣٢	٧٧,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٣٠	٧٦,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٤١	٨٠,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٤٧	٨٢,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٢١	٧٣,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٣٥	٧٨,٣٣	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٦٦	٨٨,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٩	كلية التمريض	الذكور	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الذكور	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الذكور	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٣٧	٧٩,٠٠	جيد
١٢	كلية العلوم	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٥٨	٨٦,٠٠	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٦٣	٨٧,٦٧	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٣٦)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو الترويج الثقافي، حيث حصل طلاب كليات (التجارة، التربية، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، التمريض، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، التربية النوعية) على تقدير جيد جداً، ويرجع ذلك إلى أن الترويج الثقافي يتمثل في المعلومات والمعارف لكيفية ممارسة أي نشاط آخر، وسهولة الحصول على الأنشطة الترويجية الثقافية، ويتفق هذا مع دراسة ودراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩) في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويجية، ومع محمد الحماحي وعائدة عبد العزيز (٤٧-١١٩)، محمد السمنودي (٥١-١٠٩).

وحصل طلاب كليات (الآداب، الحقوق، الطب البيطري، العلوم، الزراعة) على تقدير جيد من بين طلاب الجامعة، ويرجع ذلك إلى أن نقص الدعاية والإعلان عن أنشطة الترويج الثقافي، وندرة المشرفين عن الأنشطة الترويجية الثقافية.

٥/٣/٤ نشاط الخدمة العامة والجولة والترويج الخليوي لطلاب جامعة المنصورة.

جدول (٣٧)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات لنشاط الخدمة العامة والجولة والترويج الخليوي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,٤١	٠,٢٧٨
		الريف	١٠١	٢,٣٨	٠,٢٧٤
		المجموع	٢٠٣	٢,٣٩	٠,٢٧٦
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٤٩	٠,٣٢٣
		الريف	١٢٣	٢,٥٣	٠,٣٣٥
		المجموع	٣٠٥	٢,٥١	٠,٣٣٠
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٤٦	٠,٣٠٧
		الريف	٢٦٤	٢,٤٧	٠,٣٢١
		المجموع	٥٠٨	٢,٤٦	٠,٣١٤
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٥١	٠,٢٩٧
		الريف	١٥٣	٢,٤٥	٠,٢٧٧
		المجموع	٢٩٢	٢,٤٨	٠,٢٨٨
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٤٧	٠,٢٩٦
		الريف	١٣٨	٢,٤٧	٠,٣١٥
		المجموع	٢٥٥	٢,٤٧	٠,٣٠٦
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٤٩	٠,٢٩٧
		الريف	٢٩١	٢,٤٦	٠,٢٩٥
		المجموع	٥٤٧	٢,٤٧	٠,٢٩٦
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٤٧	٠,٢٩٣
		الريف	٢٥٤	٢,٤٢	٠,٢٧٨
		المجموع	٤٩٥	٢,٤٤	٠,٢٨٦
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٤٨	٠,٣١١
		الريف	٣٠١	٢,٥٠	٠,٣٢٧
		المجموع	٥٦٠	٢,٤٩	٠,٣١٩
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٤٧	٠,٣٠٢
		الريف	٥٥٥	٢,٤٦	٠,٣٠٨
		المجموع	١٠٥٥	٢,٤٧	٠,٣٠٥

يتضح من جدول (٣٧)، أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٣) أعلى إماماً بنشاط الخدمة العامة والجولة والترويج الخليوي من بين الطلبة (الذكور)، في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات النظرية المقيمين بالحضر (٢,٥١) هم أعلى إماماً بنشاط الخدمة العامة والجولة والترويج الخليوي من بين الطالبات (الإناث).

ويتفق هذا مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١) في أن أهم أوجه النشاط التي يقبل عليها الطالبات هي المعسكرات والرحلات. وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالريف (٢,٥٠) هم أعلى إماماً بنشاط الخدمة العامة والجولة والترويج الخليوي من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات المقيمين بالريف بنشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي عن غيرهم، إلى أن نشاط الجوالة هو الخروج على الطبيعة على شكل جماعات في رحلات على الأقدام في مناطق بعيدة ذات الطابع الخلوي مثل الريف، والحياة في الريف إلى حد ما هادئة عن الحياة في الحضر، ويستخدم بها أدوات بسيطة وبديلة وليست حديثة كما يتواجد بالحضر، ويتوفر بها مناطق فضاء شاسعة نظراً لوجود الأراضي الزراعية.

حياة الطلاب في الريف تتطلب معرفة أشياء كثيراً ما تستخدم في نشاط الجوالة والترويج الخلوي كأنواع الربطات والعقد والدورات وفي نشاط الخدمة العامة كالزراعة مثل التشجير وخلافة، ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩)، في أن الطلاب من الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الطلابية (الترويحية) ودراسة محمود إسماعيل (١٩٩٢م) (٦٥) في اختلاف حجم ممارسة الأنشطة الترويحية بين كلاً من طلاب الريف والحضر.

جدول (٣٨)

تحليل التباين لنشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي وفقاً للنوع والتخصص والإقامة
_ عينة الدراسة _ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,١٤٦	١	٠,١٤٦	١,٥٩٧	٠,٢٠٧	٠,٠٠٢
التخصص	٠,٦٨٤	٢	٠,٣٤٢	*٧,٤٧٧	٠,٠٠٦	٠,٠٠٧
الإقامة	٠,٠٥٥	١	٠,٠٥٥	٠,٥٩٩	٠,٤٣٩	٠,٠٠١
النوع*التخصص	١,٠٨٧	٢	٠,٥٤٣	*١٢,٨٨٤	٠,٠٠١	٠,٠١١
النوع*الإقامة	٠,٠٥٨	١	٠,٠٥٨	٠,٦٣١	٠,٤٢٧	٠,٠٠١
التخصص*الإقامة	٠,٢٩٥	١	٠,٢٩٥	٣,٢٢٠	٠,٠٧٣	٠,٠٠٣
النوع*التخصص*الإقامة	٠,٠٠٠	١	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٩٧٩	٠,٠٠٠
الخطأ	٩٥,٨٠٠	١٠٤٧	٠,٠٩١			

يتضح من جدول (٣٨)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات التخصص، والتفاعل ما بين النوع والتخصص في متوسطات درجات نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي النوع، الإقامة، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٣٩)

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لنشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخليوي
_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترجيحية	النسبة المئوية
١	الخدمة العامة مجال هام لإعداد الفرد لخدمة مجتمعه والتعاون في سبيل النهوض به.	٧٧٨	٢٢٨	٣٩	٢٨٤٩	٩٠,٠١
٢	الجوالة نشاط يمارس بهدف الاستمتاع بالطبيعة والحياة في الخلاء.	٦٠٣	٣٨١	٧١	٢٦٤٢	٨٣,٤٨
* أهداف ممارسة أنشطة الخدمة العامة والجوالة والترويج الخليوي :						
٣	المشاركة في مشروعات خدمة المجتمع وتنمية البيئة.	٦٦٦	٣٠٢	٨٧	٢٦٨٩	٨٤,٩٦
٤	الاهتمام بالنظافة الشخصية.	٥٧٥	٣٨٠	١٠٠	٢٥٨٥	٨١,٦٧
٥	الرغبة للتعلم من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.	٥٦٧	٣٧١	١١٧	٢٥٦٠	٨٠,٨٨
٦	التدريب على كيفية تحقيق أكبر استفادة من المصادر والعناصر المتوافرة في الطبيعة.	٥٣٩	٣٤٢	١٧٤	٢٤٧٥	٧٨,٢٠
٧	التحرر من الضغوط اليومية للحياة الحديثة.	٨٠٠	٢١٦	٣٩	٢٨٧١	٩٠,٧١
٨	التخلص من الشعور بالملل، الإكتئاب.	٥٨٧	٣٩٢	٧٦	٢٦٢١	٨٢,٨١
* أنشطة الخدمة العامة والجوالة والترويج الخليوي:						
٩	العمل التطوعي في الحملات الطبية.	٦١٤	٣٢٤	١١٧	٢٦٠٧	٨٢,٣٧
١٠	الاشتراك في مكافحة الأمية في وقت الفراغ.	٥٠٨	٣٨١	١٦٦	٢٤٥٢	٧٧,٤٧
١١	المشاركة في نظافة وتشجير وتجميل البيئة المحيطة.	٥٤٥	٣٦٧	١٤٣	٢٥١٢	٧٩,٣٧
١٢	الزيارات للمسنين وذوي الاحتياجات الخاصة.	٥٠٩	٤١٣	١٣٣	٢٤٨٦	٧٨,٥٥
١٣	الرحلات الخليوية والمعسكرات.	٥٧٤	٣١٢	١٦٩	٢٥١٥	٧٩,٤٦

يتضح من جدول (٣٩)، في مفهوم نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخليوي لطلاب الجامعة جاءت العبارات أعلى من نسبة (٧٥%) فجاءت عبارة (الخدمة العامة مجال هام لإعداد الفرد لخدمة مجتمعه والتعاون في سبيل النهوض به) بنسبة (٩٠,٠١%) ويرجع ذلك لوضوح مفهوم الخدمة العامة لدى طلاب الجامعة، فهي نشاط تطوعي يقوم به الطالب أو الطلاب في أوقات فراغهم لخدمة

المجتمع وتنميته، وهو بذلك نشاط تروحي لأنه اختياري ويمارس في وقت الفراغ دون مقابل مادي ويمنح الطلاب الرضا ويشبع حاجاتهم الاجتماعية، ويتفق هذا مع عطيات خطاب (٣٠-٧٨) ومحمد السمنودي (٥٢-١١١) ومحمد السمنودي (٥١-١١٢).

وأعلى نسبة لأهداف نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويح الخلوي لدى الطلاب كانت عبارة (التحرر من الضغوط اليومية للحياة الحديثة) بنسبة (٩٠,٧١%)، ويرجع ذلك إلى أن أنشطة الخدمة العامة والجوالة والترويح الخلوي تتم في الطبيعة بحثاً عن الراحة والاستجمام والسعادة الشخصية للطلاب والبعد والتخلص من أعباء ومشكلات الحياة العصرية وكذلك البعد عن التلوث البيئي المرتبط بالهواء والضوضاء والاستفادة من الهواء النقي وبخاصة في الريف ويتفق هذا مع محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٤٧-١٠٩).

بينما أقل نسبة لأهداف نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويح الخلوي لدى الطلاب كانت عبارة (التدريب على كيفية تحقيق أكبر استفادة من المصادر والعناصر المتوافرة في الطبيعة) بنسبة مئوية (٧٨,٢٠%)، ويرجع ذلك إلى المعسكرات الخلوية تتم غالباً داخل الجامعة (بالمخيم الكشفي الدائم) وليس خارجها أي أنها لا تقام في طبيعة مثل الريف أو الصحراء، والامكانيات في المخيم محدودة ولا تتناسب مع أعداد الطلاب، ويتفق هذا مع دراسة اشرف عبد الرازق (٢٠٠٦ م) (٦) أن الإمكانيات المادية والبشرية المتوافرة لأوجه أنشطة الجوالة لطلاب الجامعة غير كافية لتنفيذ الأنشطة الكشفية مما يعوق تنفيذ بعض الأنشطة ودراسة ديمبو زاشاري Dembo-Zachary (١٩٩٨ م) (٨٣) أن التجهيزات والتسهيلات غير كافية.

وأعلى أنشطة الخدمة العامة والجوالة والترويح الخلوي التي يفضلها طلاب الجامعة هي (العمل التطوعي في الحملات الطبية) بنسبة (٨٢,٣٧%)، وتفق على أنشطة الخدمة العامة والجوالة والترويح الخلوي الأخرى ويرجع ذلك لأنها من أنشطة الخدمة العامة التي تشبع احتياجات الطلاب الاجتماعية في مساعدة الأفراد المحتاجين والغير قادرين كال تبرع بالدم لإنقاذ المرضى بدون مقابل (عمل خيري) وكإعطاء المصل أو اللقاح للأطفال ضد شلل الأطفال بالتنسيق مع وزارة الصحة، ونظراً لوعي وإدراك الطلاب لأهمية العمل التطوعي في الأجازات والعطلات الرسمية لخدمة المجتمع، ويتفق هذا مع عطيات خطاب (٣٠-٧٩).

بينما جاءت الأنشطة الأخرى أقل وخاصة (الاشتراك في مكافحة الأمية في وقت الفراغ) بنسبة (٧٧,٤٧%) ويرجع ذلك إلى أنها تتطلب وقت وجهد كبير وهذا لا يتواجد لدى الطلاب، والشعور بالإحراج في تعليم ما هو أكبر منه سناً.

جدول (٤٠)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم لنشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي
للكور والإناث_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = 1000)

م	الكليات	البعد السابع	نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي لطلاب جامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٣٥	٧٨,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٣٣	٧٧,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٤٩	٨٣,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,٤٠	٨٠,٠٠	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٠	٧٦,٦٧	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٧١	٩٠,٣٣	ممتاز
		الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٥٧	٨٥,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٦	٧٨,٦٧	جيد
٩	كلية التمريض	الإناث	٢,٥٦	٨٥,٣٣	جيد جداً
		الذكور	٢,٥٤	٨٤,٦٧	جيد جداً
١٠	كلية الهندسة	الإناث	٢,٤٨	٨٢,٦٧	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٣	٨١,٠٠	جيد جداً
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الإناث	٢,٥٥	٨٥,٠٠	جيد جداً
		الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
١٢	كلية العلوم	الإناث	٢,٥٢	٨٤,٠٠	جيد جداً
		الذكور	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
١٣	كلية الزراعة	الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الذكور	٢,٦٦	٨٨,٦٧	جيد جداً
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٥٨	٨٦,٠٠	جيد جداً
		الإناث			

يتضح من جدول (٤٠)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو نشاط الخدمة العامة والجوالة والترويج الخلوي، حيث حصل طلاب كليات (الآداب، التجارة، التربية، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، التمريض، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، العلوم، الزراعة، التربية النوعية) على تقدير جيد جداً، ويرجع ذلك إلى أن، ويتفق هذا مع دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩) في إدراك الطلاب لأهمية الأنشطة الترويجية.

وحصل طلاب كليات (الحقوق، الطب البيطري) على تقدير جيد من بين طلاب الجامعة، ويرجع ذلك إلى عدم وجود فترات بين المحاضرات للمشاركة في الأنشطة الخلوية والخدمة العامة، ونقص في مشرفي النشاط.

■ ملخص العرض السابق للأنشطة الترويحية لطلاب الجامعة.

١ / مفهوم الطلاب للأنشطة الترويحية وفقاً للنوع، التخصص، الإقامة.

جدول (٤١)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للأنشطة الترويحية

عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	النشاط	النوع		التخصص		الإقامة	
		الذكور	الإناث	العملي	النظري	الحضر	الريف
١	الرياضي	متوسط	٢,٤٨	٢,٥١	٢,٥٢	٢,٥٠	٢,٤٩
		%	٨٢,٦٧	٨٣,٦٧	٨٤,٠٠	٨٣,٣٣	٨٣,٠٠
		تقدير	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
٢	الفني	متوسط	٢,٣٣	٢,٤٠	٢,٣٥	٢,٣٩	٢,٣٥
		%	٧٧,٦٧	٨٠,٠٠	٧٨,٣٣	٧٩,٦٧	٧٨,٣٣
		تقدير	جيد	جيد جداً	جيد	جيد	جيد
٣	الاجتماعي	متوسط	٢,٤٤	٢,٤٧	٢,٤٨	٢,٤٧	٢,٤٥
		%	٨١,٣٣	٨٢,٣٣	٨٢,٦٧	٨٢,٣٣	٨١,٦٧
		تقدير	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
٤	الثقافي	متوسط	٢,٤٣	٢,٤٤	٢,٤٧	٢,٤٣	٢,٤٥
		%	٨١,٠٠	٨١,٣٣	٨٢,٣٣	٨٠,٣٣	٨١,٦٧
		تقدير	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
٥	الخدمة العامة والجوالة	متوسط	٢,٤٦	٢,٤٧	٢,٤٩	٢,٤٤	٢,٤٦
		%	٨٢,٠٠	٨٢,٣٣	٨٣,٠٠	٨١,٣٣	٨٢,٠٠
		تقدير	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً

يتضح من جدول (٤١)، إدراك طلاب الجامعة للأنشطة الترويحية بتقدير (جيد جداً) ويتفق مع هذا دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩) في إدراك الطلاب لأهمية ممارسة الأنشطة الترويحية.

وأكثر نشاط إدراكاً به هو الترويح الرياضي ويرجع ذلك إلي أنه يُعد أكثر أنواع الترويح المحببة لدى الأغلبية من طلاب الجامعة، ويتفق مع هذا كلاً من محمد السمنودي (٩٦-٥١)، محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٨٤-٤٧)، ويتفق مع هذا أيضاً دراسة عفت عبد السلام (٩٩٣م) (٣١)، في أن أهم أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلاب هي النشاط الرياضي وتختلف معها في أن المعسكرات هي النشاط المفضل عند الطالبات (الإناث)، بينما أقل نشاطاً إدراكاً هو الترويح الفني وذلك لأنه يتطلب وقت وجهد كبير وكذلك امكانات مادية ويتفق مع هذا دراسة ديمبو زاشاري Dembo-Zachary (١٩٩٨م) (٨٣) أن التجهيزات والتسهيلات غير كافية.

اختلاف إدراك الأنشطة الترويحية بين الطلبة والطالبات لصالح الطالبات ويرجع ذلك لكبر حجم العينة من الطالبات، وبين طلاب الكليات النظرية والعملية لصالح طلاب الكليات العملية ويتفق مع هذا دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩) أن طلاب الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الترويحية.

وبين الطلاب المقيمين بالحضر والريف لصالح الطلاب المقيمين بالحضر ويرجع ذلك نظراً لقرب الأماكن الترويحية لديهم وقربهم من الجامعة وامكاناتها وأن حجم وقت الفراغ لدى الطلاب المقيمين بالحضر أكبر ويتفق مع هذا دراسة محمود إسماعيل (١٩٩٢م) (٦٥) في اختلاف حجم وقت الفراغ بين كلاً من طلاب الريف والحضر في جميع السلوكيات والأنشطة اليومية.

٢ / مفهوم الطلاب للأنشطة الترويحية وفقاً للكليات.

جدول (٢٢)

قرار تقويم الأنشطة الترويحية لكليات جامعة المنصورة (ن = ١٤)

م	اسم الكلية	الأنشطة الترويحية لطلاب جامعة المنصورة			
		الرياضي	الفني	الاجتماعي	الثقافي
١	الآداب	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
٢	الحقوق	جيد جداً	جيد	جيد	جيد
٣	التجارة	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
٤	التربية	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
٥	الطب البشري	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
٦	الطب البيطري	جيد جداً	جيد	جيد	جيد
٧	طب الأسنان	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
٨	الصيدلة	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
٩	التمريض	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
١٠	الهندسة	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
١١	الحاسبات والمعلومات	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
١٢	العلوم	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً
١٣	الزراعة	جيد جداً	جيد	جيد جداً	جيد جداً
١٤	التربية النوعية	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً	جيد جداً

يتضح من جدول (٤٢)، إدراك طلاب كليات (التربية، التمريض، التربية النوعية) للأنشطة الترويحية بتقدير (جيد جداً) في جميع الأنشطة الترويحية، وإدراك طلاب كليات (الآداب، التجارة، الطب البشري، طب الأسنان، الصيدلة، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، العلوم، الزراعة) للأنشطة الترويحية بتقدير (جيد جداً) في أغلب الأنشطة الترويحية.

إدراك طلاب كليات (الحقوق، الطب البيطري) للأنشطة الترويحية بتقدير (جيد) في أغلب الأنشطة الترويحية.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الإجابة عن التساؤل الثالث للبحث، وهو:

- ما إدراك طلاب جامعة المنصورة للأنواع والجوانب المختلفة للأنشطة الترويحية

بجامعة المنصورة؟..

٤/٤ الإمكانيات المتواجدة واللازم توافرها لتفعيل الأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة.

قام الباحث بحصر الإمكانيات المادية (المنشآت, الأجهزة, الأدوات) بالقريّة الأوليمبية بجامعة المنصورة, وتم وضعها بعبارات البعد الثامن بالعبارة الأولى وهي (المنشآت الترويحية الكافية) لمعرفة مدى أهميتها لدى الطلاب في تفعيل الأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة.

جدول (٤٣)

المتوسطات والانحرافات المعيارية والتكرارات للإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة_ جامعة المنصورة

النوع	التخصص	الإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري
ذكور	النظري	الحضر	١٠٢	٢,١٨	٠,٣٩٨
		الريف	١٠١	٢,٢٣	٠,٣٨٠
		المجموع	٢٠٣	٢,٢١	٠,٣٨٩
	العملي	الحضر	١٤٢	٢,٣٣	٠,٤٩٤
		الريف	١٦٣	٢,٢٩	٠,٥١٨
		المجموع	٣٠٥	٢,٣١	٠,٥٠٧
	المجموع	الحضر	٢٤٤	٢,٢٧	٠,٤٦١
		الريف	٢٦٤	٢,٢٧	٠,٤٧١
		المجموع	٥٠٨	٢,٢٧	٠,٤٦٦
الإناث	النظري	الحضر	١٣٩	٢,٢٤	٠,٤٣١
		الريف	١٥٣	٢,٢٣	٠,٣٥٤
		المجموع	٢٩٢	٢,٢٤	٠,٣٩٢
	العملي	الحضر	١١٧	٢,٢٩	٠,٤٧٨
		الريف	١٣٨	٢,٢٨	٠,٤٤٧
		المجموع	٢٥٥	٢,٢٩	٠,٤٦٠
	المجموع	الحضر	٢٥٦	٢,٢٦	٠,٤٥٢
		الريف	٢٩١	٢,٢٦	٠,٤٠١
		المجموع	٥٤٧	٢,٢٦	٠,٤٢٥
المجموع	النظري	الحضر	٢٤١	٢,٢٢	٠,٤١٧
		الريف	٢٥٤	٢,٢٣	٠,٣٦٤
		المجموع	٤٩٥	٢,٢٢	٠,٣٩٠
	العملي	الحضر	٢٥٩	٢,٣١	٠,٤٨٦
		الريف	٣٠١	٢,٢٩	٠,٤٨٦
		المجموع	٥٦٠	٢,٣٠	٠,٤٨٦
	المجموع	الحضر	٥٠٠	٢,٢٧	٠,٤٥٦
		الريف	٥٥٥	٢,٢٦	٠,٤٣٥
		المجموع	١٠٥٥	٢,٢٦	٠,٤٤٥

ينتضح من جدول (٤٣), أن متوسط درجات الطلبة (الذكور) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٣٣) أعلى إلاماً بالإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية من بين الطلبة (الذكور).

في حين جاءت متوسط درجات الطالبات (الإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٢٩) هم أعلى إلاماً بالإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية من بين الطالبات (الإناث).

وجاءت متوسط درجات الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر (٢,٣١) هم أعلى إماماً بالإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية من بين طلاب الكليات العملية والنظرية الأخرى.

ويرجع الباحث في إمام الطلاب (الذكور والإناث) بالكليات العملية المقيمين بالحضر عن غيرهم، إلى أن طلاب الكليات العملية أكثر إدراكاً للأنشطة الترويحية وبالتالي إدراكهم للإمكانات اللازم توافرها لممارسة الأنشطة الترويحية المتعددة.

ويتفق مع هذا دراسة محمد الذهبي (٢٠٠٥م) (٤٩) أن طلاب الكليات العملية أكثر فهماً للأنشطة الترويحية، ودراسة شن شاو شيان Chen-Chao-Chien (٢٠٠٢م) (٨٢) أن هناك علاقة دالة بين التسهيلات الترويحية والرياضية بالنسبة لاستخداماتها وهي ثقافة الحرم الجامعي وثقافات الحرم الجامعي المتميزة والفريدة.

جدول (٤٤)

تحليل التباين للإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية وفقاً للنوع والتخصص والإقامة_ عينة الدراسة_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة	حجم التأثير
النوع	٠,٠٠٥	١	٠,٠٠٥	٠,٠٢٤	٠,٨٧٨	٠,٠٠٠
التخصص	١,٥١٧	١	١,٥١٧	*٧,٦٨١	٠,٠٠٦	٠,٠٠٧
الإقامة	٠,٠٠٣	١	٠,٠٠٣	٠,٠١٦	٠,٩٠٠	٠,٠٠٠
النوع*التخصص	٠,١٩٨	١	٠,١٩٨	١,٠٠٢	٠,٣١٧	٠,٠٠١
النوع*الإقامة	٠,٠٠٤	١	٠,٠٠٤	٠,٠٢١	٠,٨٨٤	٠,٠٠٠
التخصص*الإقامة	٠,١٠٧	١	٠,١٠٧	٠,٥٤٣	٠,٤٦١	٠,٠٠١
النوع*التخصص*الإقامة	٠,١٣٤	١	٠,١٣٤	٠,٦٧٩	٠,٤١٠	٠,٠٠١
الخطأ	٢٠٦,٨٤١	١٠٤٧	٠,١٩٨			

يتضح من جدول (٤٤)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية من متغير التخصص فقط في متوسطات درجات الإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ولم يتبين اتجاه الفروق نظراً لقلّة دلالة حجم التأثير ويرجع ذلك بسبب كبر حجم العينة.

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في باقي المتغيرات وهي النوع، الإقامة، التفاعل بين النوع والتخصص، التفاعل بين النوع والإقامة، التفاعل بين التخصص والإقامة، والتفاعل الثلاثي بين النوع والتخصص والإقامة، حيث أن قيم (ف) غير دالة عند أي مستوى من مستويات الدلالة المطلوبة.

جدول (٤٥)

الدرجة الترويجية والنسبة المئوية للإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويجية
 عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن=١٠٥٥)

م	العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	الدرجة الترويجية	النسبة المئوية
* لتفعيل الأنشطة الترويجية التي تقدمها جامعة المنصورة يجب توفير:						
١	منشآت ترويجية كافية، مثل : • ملاعب متنوعة . • حمامات سباحة . • قاعات (للندوات والمؤتمرات) . • مخيمات . • وحدات ذات طابع خاص . • مكتبات . • معارض . • مسارح . • أماكن مفتوحة .	٦٠٩	٢٦٦	١٨٠	٢٥٣٩	٨٠,٢٢
٢	الأدوات والأجهزة المختلفة في كل منشأة ترويجية .	٥٩٨	٣٣٣	١٢٤	٢٥٨٤	٨١,٦٤
٣	الاشتراك في منشآت ترويجية للممارسة بأجر رمزي .	٣٨٠	٤٧٤	٢٠١	٢٢٨٩	٧٢,٣٢
٤	طبيب (بشري) بكل منشأة ترويجية .	٤٤١	٣٤٩	٢٦٥	٢٢٨٦	٧٢,٢٢
٥	عوامل الأمن والسلامة في المنشآت الترويجية .	٤٩٤	٤٠١	١٦٠	٢٤٤٤	٧٧,٢٢
٦	أخصائيون متخصصون ومؤهلون علمياً لإدارة الأنشطة الترويجية .	٤٨٨	٤٠٠	١٦٧	٢٤٣١	٧٦,٨١
٧	دورات الصقل للعاملين في مجال الترويج .	٣٠٢	٤٣٠	٣٢٣	٢٠٨٩	٦٦,٠٠
٨	الحوافز المادية والمعنوية .	٤٣٤	٣٨٩	٢٣٢	٢٣٢١	٧٣,٢٣
٩	الإعلان والدعاية لبرامج الترويج المختلفة، مثل: (كتيبات، ملصقات، نشرات، لافتات)	٦٧٧	٢٦٤	١١٤	٢٦٧٣	٨٤,٤٥

يتضح من جدول (٤٥)، أعلى الإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويجية لطلاب الجامعة هي (الإعلان والدعاية لبرامج الترويج المختلفة) مثل الكتيبات والملصقات والنشرات واللافتات بنسبة (٨٤,٤٥٪) ويرجع الباحث ذلك إلى أن نقص الإعلان والدعاية لبرامج الأنشطة الترويجية المتعددة بالجامعة التي لا بد من توافرها لمعرفة الطلاب لتلك الأنشطة والمشاركة فيها، ويتفق هذا مع دراسة محمد عبد السلام (١٩٩٧م) (٥٩) أن الكلية لا توفر مصادر المعرفة الترويجية والنشرات واللافتات من تلك المصادر، وتختلف مع دراسة ديمبو زاشاري Dembo-Zachary (١٩٩٨م) (٨٣) أن اللوحات والنشرات تعتبر المصدر الأساسي والمفضل للمعلومات.

بينما أقل الإمكانيات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويجية لطلاب الجامعة هي (دورات الصقل للعاملين في مجال الترويج) بنسبة (٦٦,٠٠٪) ويرجع الباحث ذلك قلة وعي الطلاب بدورات

الصقل للعاملين في مجال الترويج، وندرة العاملين بمجال الترويج من المتخصصين والمؤهلين برعاية الطلاب في الجامعة، وعملية التقويم لا تتم بالصورة الإيجابية للعاملين في الأنشطة الترويجية بالجامعة، والنشاط الترويجي بالنسبة للطلاب نشاط ليس تنافسي بل هو وسيلة لتحقيق السعادة والمتعة ولذا لا يحتاجون لإشراف ومعلومات من الأخصائي الترويجي ويتفق مع هذا دراسة وليد سلامة (٢٠٠٠م) (٧٥) في أنه يوجد نقص شديد في القائمين على تنفيذ برامج الأنشطة الترويجية وعملية المتابعة والتقويم لا تتم بالصورة المرجوة.

جاءت عبارات (٣، ٤، ٧، ٨) أقل من النسبة المقررة، وفي العبارة الأولى (المنشآت الترويجية الكافية) جاءت منشآت (حمامات سباحة، مخيمات، وحدات ذات طابع خاص، معارض، مسارح، أماكن مفتوحة) أقل من النسبة الموضحة.

المنشآت الترويجية الكافية: من الإمكانيات المتواجدة اللازمة لتنفيذ الأنشطة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة وتتضمن (الملاعب، حمامات السباحة، قاعات، مخيمات، وحدات ذات طابع خاص، مكتبات، معارض، مسارح، أماكن مفتوحة)، جاءت نسبة الطلاب الموافقين على توفير تلك المنشآت (٨٦،٤%) بتكرار (٩١٢) من إجمالي (١٠٥٥) عينة البحث، والطلاب الغير موافقين والمترددون بنسبة (١٣،٦%) بتكرار (١٤٣) من إجمالي (١٠٥٥) عينة البحث.

جدول (٤٦)

التكرارات والنسب المئوية للمنشآت الترويجية وفقاً للنوع، التخصص، الإقامة (ن=٩١٣)

م	المفردات	النوع		التخصص		الإقامة		المجموع
		ذكور	إناث	نظري	عملي	حضر	ريف	
١	ملاعب متنوعة	٣٣٣ %٥٤,٧	٢٧٦ %٤٥,٣	٢٦٢ %٤٣,٠	٣٤٧ %٥٧,٠	٢٩١ %٤٧,٨	٣١٨ %٥٢,٢	٦٠٩ %١٥,٤
٢	حمامات سباحة	٢٢٥ %٥٣,٣	١٩٧ %٤٦,٧	١٨٥ %٤٣,٨	٢٣٧ %٥٦,٢	٢٠٣ %٤٨,١	٢١٩ %٥١,٩	٤٢٢ %١٠,٧
٣	قاعات	٢٠٨ %٤٢,٨	٢٧٨ %٥٧,٢	٢١٩ %٤٥,١	٢٦٧ %٥٤,٩	٢٣٥ %٤٨,٤	٢٥١ %٥١,٦	٤٨٦ %١٢,٣
٤	مخيمات	١٩٠ %٥٠,٠	١٩٠ %٥٠,٠	١٧٣ %٤٥,٥	٢٠٧ %٥٤,٥	١٧٧ %٤٦,٦	٢٠٣ %٥٣,٤	٣٨٠ %٩,٦
٥	وحدات ذات طابع خاص	١٨٠ %٥١,٧	١٦٨ %٤٨,٣	١٥٥ %٤٤,٥	١٩٣ %٥٥,٥	١٧٦ %٥٠,٦	١٧٢ %٤٩,٤	٣٤٨ %٨,٨
٦	مكتبات	٢٤٠ %٤٦,٣	٢٧٨ %٥٣,٧	٢٥٤ %٤٩,٠	٢٦٤ %٥١,٠	٢٤٣ %٤٦,٩	٢٧٥ %٥٣,١	٥١٨ %١٣,١
٧	معارض	١٧٣ %٤٤,١	٢١٩ %٥٥,٩	١٨٢ %٤٦,٤	٢١٠ %٥٣,٦	١٩٣ %٤٩,٢	١٩٩ %٥٠,٨	٣٩٢ %٩,٩
٨	مسارح	١٧٩ %٤٦,٠	٢١٠ %٥٤,٠	١٨٧ %٤٨,١	٢٠٢ %٥١,٩	١٨٥ %٤٧,٦	٢٠٤ %٥٢,٤	٣٨٩ %٩,٨
٩	أماكن مفتوحة	٢٠٥ %٥٠,٢	٢٠٣ %٤٩,٨	١٧٦ %٤٣,١	٢٣٢ %٥٦,٩	٢١٢ %٥٢,٠	١٩٦ %٤٨,٠	٤٠٨ %١٠,٣
	الإجمالي	٤٤١	٤٧١	٤١٦	٤٩٦	٤٣١	٤٨١	٩١٢

يتضح من جدول (٤٦)، أعلى المنشآت الترويحية المتواجدة واللازم توافرها لطلاب الجامعة هي (الملاعب المتنوعة) بنسبة (١٥,٤%) بتكرار (٦٠٩)، ويرجع ذلك إلى أن أنشطة الترويج الرياضي أكثر الأنواع ممارسةً ويتفق مع هذا دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣م) (٣١) أن أهم الأنشطة التي يقبل عليها الطلاب هو النشاط الرياضي، و الملاعب المتنوعة لتتناسب مع أعداد الطلاب الممارسين للأنشطة الرياضية.

أقل المنشآت الترويحية المتواجدة واللازم توافرها لطلاب الجامعة هي (وحدات ذات الطابع الخاص) بنسبة (٨,٨%) بتكرار (٣٤٨)، ويرجع ذلك إلى غياب مفهوم تلك الوحدات لدى بعض الطلاب والمعرفة بها جاءت متأخرة، ويتواجد بالجامعة البعض منها ولكنها ليست على مستوى عال كما يتواجد بخارج الجامعة وكثرة تلك الوحدات بالمدن وبإمكانات عالية من العارضين التجاريين ولذا فممارستها أكثر خارج الجامعة ويتفق مع هذا دراسة إ. بلاز E. Blaz (٢٠٠٢م) (٨١) أن ٧١% من الطلاب الممارسين للأنشطة داخل الجامعة يمارسون أيضا الأنشطة الترويحية خارج الجامعة.

اختلاف المنشآت الترويحية المتواجدة واللازم توافرها بالنسبة للطلبة والطالبات لصالح الطلبة في (الملاعب المتنوعة، حمامات السباحة، أماكن مفتوحة، الوحدات ذات الطابع الخاص) على الترتيب، ولصالح الطالبات في (القاعات، المكتبات)، وتساويا في (المخيمات).

اختلاف المنشآت الترويحية المتواجدة واللازم توافرها بالنسبة لطلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية لصالح طلاب الكليات العملية في (الملاعب المتنوعة، القاعات، المكتبات، حمامات السباحة، أماكن مفتوحة، المعارض، المخيمات، المسارح، الوحدات ذات الطابع الخاص) على الترتيب.

اختلاف المنشآت الترويحية المتواجدة واللازم توافرها بالنسبة لطلاب الكليات المقيمين بالحضر وطلاب الكليات المقيمين بالريف لصالح طلاب الكليات المقيمين بالريف في (الملاعب المتنوعة، القاعات، حمامات السباحة، المسارح، أماكن مفتوحة، المخيمات، المعارض، المكتبات) على الترتيب، ولصالح الطلاب المقيمين بالحضر في (أماكن مفتوحة، وحدات ذات الطابع الخاص) على الترتيب.

جدول (٤٧)

المتوسط الحسابي والنسبة المئوية وقرار التقويم للإمكانات المتواجدة و اللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية للذكور والإناث عينة البحث جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

٢	البعء الثامن		الإمكانات المتواجدة اللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة		
			المتوسط	النسبة المئوية	قرار التقويم
١	كلية الآداب	الذكور	٢,٢١	٧٣,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٢٣	٧٤,٣٣	جيد
٢	كلية الحقوق	الذكور	٢,٠٧	٦٩,٠٠	متوسط
		الإناث	٢,٠٦	٦٨,٦٧	متوسط
٣	كلية التجارة	الذكور	٢,٢٠	٧٣,٣٣	جيد
		الإناث	٢,١٩	٧٣,٠٠	جيد
٤	كلية التربية	الذكور	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٤٤	٨١,٣٣	جيد جداً
٥	كلية الطب البشري	الذكور	٢,٢٩	٧٦,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٢٨	٧٦,٠٠	جيد
٦	كلية الطب البيطري	الذكور	٢,١٨	٧٢,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٣٠	٧٦,٦٧	جيد
٧	كلية طب الأسنان	الذكور	٢,٥١	٨٣,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٠	٧٦,٦٧	جيد
٨	كلية الصيدلة	الذكور	٢,٢٩	٧٦,٣٣	جيد
		الإناث	٢,٣٩	٧٩,٦٧	جيد
٩	كلية التمريض	الذكور	٢,٢٨	٧٦,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٣٧	٧٩,٠٠	جيد
١٠	كلية الهندسة	الذكور	٢,١٦	٧٢,٠٠	جيد
		الإناث	١,٩٣	٦٤,٣٣	متوسط
١١	كلية الحاسبات والمعلومات	الذكور	٢,٢٧	٧٥,٦٧	جيد
		الإناث	٢,٢٩	٧٦,٣٣	جيد
١٢	كلية العلوم	الذكور	٢,٤٢	٨٠,٦٧	جيد جداً
		الإناث	٢,٣٢	٧٧,٣٣	جيد
١٣	كلية الزراعة	الذكور	٢,٢٢	٧٤,٠٠	جيد
		الإناث	٢,٣٨	٧٩,٣٣	جيد
١٤	كلية التربية النوعية	الذكور	٢,٢٤	٧٤,٦٧	جيد
		الإناث			

يتضح من جدول (٤٧)، ارتفاع مستوى استجابة الطلاب نحو الإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويحية، حيث حصل طلاب كليات (التربية، طب الأسنان) فقط على تقدير جيد جداً، وحصل طلاب كليات (الآداب، التجارة، الطب البشري، الطب البيطري، الصيدلة، التمريض، الهندسة، الحاسبات والمعلومات، العلوم، الزراعة التربية النوعية) على تقدير جيد من بين طلاب الجامعة، وحصل طلاب كلية (الحقوق) على تقدير متوسط، ويرى الباحث انخفاض تقديرات الطلاب للإمكانات المتواجدة واللازم توافرها لتفعيل الأنشطة الترويحية إلى غياب الوعي بأهمية تلك الإمكانات لتفعيل الأنشطة وأكثر إمكانات يحتاجونها هي المنشآت الرياضية وأدواتها لأن أكثر ممارستهم لأنشطة الترويح الرياضي، ووجود القرية الأولمبية بالجامعة.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الإجابة عن التساؤل الرابع للبحث، وهو:

- ما الإمكانات المتواجدة واللازم توافرها لتفعيل الأنشطة الترويحية بجامعة المنصورة؟.

٥/٤ مصادر الثقافة الترويجية لطلاب جامعة المنصورة.

من العرض السابق لتفسير ومناقشة مفهوم وأهداف ومميزات الترويج والأنشطة الترويجية لطلاب الجامعة والإمكانات المتواجدة واللازمة لتفعيل الأنشطة الترويجية، يعرض الباحث مصادر الثقافة الترويجية التي يكتسب منها طلاب الجامعة ثقافتهم بالنسبة للأنشطة الترويجية، جاءت نسبة الطلاب الموافقين على تلك المصادر (٩٩,٩%) بتكرار (١٠٤٥) من إجمالي (١٠٥٥) عينة البحث، والطلاب الغير موافقين بنسبة (٠,١%) بتكرار (١) من إجمالي (١٠٥٥) عينة البحث.

جدول (٤٨)

التكرارات والنسبة المئوية والترتيب لمصادر الثقافة الترويجية

_ عينة البحث_ جامعة المنصورة (ن = ١٠٥٥)

م	الاستجابات	التكرارات	النسبة المئوية	النسبة المئوية في العينة	الترتيب
١	التلفزيون	٨٥٧	٩,٨%	٨١,٣%	الثاني
٢	الراديو	٦٧٢	٧,٧%	٦٣,٨%	السابع
٣	الإنترنت	٨٥٨	٩,٨%	٨١,٤%	الأول
٤	الكتب الثقافية	٦٩٥	٨,٠%	٦٥,٩%	السادس
٥	الكتب الدراسية	٥٨٦	٦,٧%	٥٥,٦%	الحادي عشر
٦	المجلات	٧٢٩	٨,٣%	٦٩,٢%	الخامس
٧	الصحف	٧٤٥	٨,٥%	٧٠,٧%	الرابع
٨	الأصدقاء	٧٨٧	٩,٠%	٧٤,٧%	الثالث
٩	الأهل والأقارب	٦٧١	٧,٧%	٦٣,٧%	الثامن
١٠	السينما	٥١٦	٥,٩%	٤٩,٠%	الثاني عشر
١١	الأخصائي الترويجي	٣٨٢	٤,٤%	٣٦,٢%	الأخير
١٢	المتاحف والمعارض	٦٢٠	٧,٠%	٥٨,٨%	العاشر
١٣	النشرات والملصقات	٦٢٤	٧,٢%	٥٩,٢%	التاسع
	المجموع	٨٧٤٢	١٠٠%	٨٢٩,٤%	

يتضح من جدول (٤٨)، ترتيب مصادر الثقافة الترويجية لطلاب الجامعة وفقاً لأكثرهم استفادة في ثقافة الأنشطة الترويجية، وجاءت كالتالي: (الإنترنت، التلفزيون، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الراديو، الأهل والأقارب، النشرات والملصقات، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويجي) على الترتيب.

أكثر المصادر استخداماً للحصول على الثقافة الترويجية لدى عينة البحث بشكل عام هي (الإنترنت، التلفزيون) بنسبة (٨١,٤%) (٨١,٣%) على التوالي ويرجع ذلك إلى نظراً للتقدم العلمي

والتكنولوجي الكبير وانتشار أجهزة الكمبيوتر في كل مكان واتجاه الجامعة للتعليم الالكتروني وظهور نتائج الطلاب على مواقع الجامعة والكليات، وكثرة محركات البحث على شبكة المعلومات العالمية جعلت وجود إجابات لكل شيء يبحث عنه طالب الجامعة، وكثرة المواقع التي يحتاجها الطلاب للتفاعل مع الآخرين مثل (الشات، الفيس بوك).

وللكمبيوتر والإنترنت أهمية في استثمار وقت الفراغ لدى طلاب الجامعة ومنها: التفاعل مع الآخرين وكذلك للطلاب بمفرده، وتنمية القدرات العقلية ويتفق مع هذا كمال درويش ومحمد الحماحمي (٣٨-٢٧٩:٢٨٥)، ومع دراسة توم ديمبريل Dumbrell, Tom (١٩٩٨م) (٨٤) تأثير ظهور تكنولوجيا الكمبيوتر على المهارات والكفاءات في بعض المجالات.

والمصدر الثاني الذي لا يقل أهمية عن الإنترنت هو (التلفزيون) ويرجع ذلك لأن التلفزيون وسيلة إعلامية وتربوية وترويحية، وعامل جذب للطلاب لقضاء وقت الفراغ معاً بداخل المنزل، وهو وسيلة أساسية للترويج لدى الطلاب وخاصة الطلاب المقيمين بالريف حيث تندر دور العرض السينمائي والمسرحي في الريف، ووجود التلفزيون داخل جامعة المنصورة (الجامعة الوحيدة التي لها تلفزيون وراديو خاص بها داخل الحرم الجامعي) ويتفق هذا مع كمال درويش ومحمد الحماحمي (٣٨-٢٠٩:٢١٢)، ومع دراسة محمد صلاح (١٩٩٤م) (٥٧) وجود تباين بوجه عام في مصادر المعرفة الترويحية، من أكثر المصادر استخداماً للحصول على الثقافة الترويحية لدى عينة البحث بشكل عام هي التلفزيون.

بينما أقل المصادر استخداماً للحصول على الثقافة الترويحية لدى عينة البحث بشكل عام هي (الأخصائي الترويحي) بنسبة (٣٦,٢%) ويرجع ذلك إلى عدم تواجد أخصائيين تروحيين بكليات الجامعة، والمتواجد هم مشرفي الأنشطة الطلابية مثل (المشرف الرياضي، الفني، الاجتماعي،...)، والمشرف غير مؤهل تأهيل أكاديمي وعلمي وغير مناسب لطبيعة النشاط الذي يشرف عليه وبالتالي لا يستفيد طلاب الجامعة من معلومات حول النشاط الممارس.

ويتفق هذا مع دراسة وليد سلامة (٢٠٠٠م) (٧٥) في ضعف إمكانيات ومتطلبات الممارسة من أدوات وأجهزة وأيضاً قيادة مؤهلة، ويوجد نقص شديد في القائمين على تنفيذ برامج الأنشطة الترويحية، ومع دراسة محمد صلاح (١٩٩٤م) (٥٧) في وجود تباين بين طلاب الكليات بوجه عام في مصادر الثقافة الترويحية، وأن (المشرف الرياضي، المشرف الفني، الأخصائي الاجتماعي) من أقل المصادر حصولاً على المعرفة الترويحية لدى عينة البحث من طلاب الجامعة.

وأرضى الباحث بنسبة (٧٥%) لمصادر الثقافة الترويحية، فجاء (الإنترنت، التلفزيون) أعلى المصادر، وجاءت جميع المصادر الأخرى أقل من النسبة المقررة، وكانت أقلها (الأخصائي الترويحي).

جدول (٤٩)

التكرارات والنسبة المئوية لمصادر الثقافة الترويحية وفقاً للنوع
والتخصص والإقامة_ عينة البحث_ جامعة المنصورة

م	المصادر	النوع		التخصص		الإقامة		المجموع
		ذكور	إناث	نظري	عملي	حضر	ريف	
١	التلفزيون	٤١٣	٤٤٤	٤٠٧	٤٥٠	٤٢٠	٤٣٧	٨٥٧
		%٤٨,٢	%٥١,٨	%٤٧,٥	%٥٢,٥	%٤٩,٠	%٥٢,٠	
٢	الراديو	٣٢٣	٣٤٩	٣١٦	٣٥٦	٣١٨	٣٥٤	٦٧٢
		%٤٨,١	%٥١,٩	%٤٧,٠	%٥٣,٠	%٤٧,٣	%٥٢,٧	
٣	الانترنت	٤١٦	٤٤٢	٣٩٦	٤٦٢	٤٢٢	٤٣٦	٨٥٨
		%٤٨,٥	%٥١,٥	%٤٦,٢	%٥٢,٨	%٤٩,٢	%٥٠,٨	
٤	الكتب الثقافية	٣٣٣	٣٦٢	٢٩٨	٣٩٧	٣٢٣	٣٧٢	٦٩٥
		%٤٧,٩	%٥٢,١	%٤٢,٩	%٥٧,١	%٤٦,٥	%٥٣,٥	
٥	الكتب الدراسية	٢٧٣	٣١٣	٢٨٧	٢٩٩	٢٦٥	٣٢١	٥٨٦
		%٤٦,٦	%٥٣,٤	%٤٩,٠	%٥١,٠	%٤٥,٢	%٥٤,٨	
٦	المجلات	٣٤٤	٣٨٥	٣٥٢	٣٧٧	٣٤٨	٣٨١	٧٢٩
		%٤٧,٢	%٥٢,٨	%٤٨,٣	%٥١,٧	%٤٧,٧	%٥٢,٣	
٧	الصحف	٣٥٧	٣٨٨	٣٥٠	٣٩٥	٣٤٩	٣٩٦	٧٤٥
		%٤٧,٩	%٥٢,١	%٤٧,٠	%٥٣,٠	%٤٦,٨	%٥٣,٢	
٨	الأصدقاء	٣٦٣	٤٢٤	٣٧٦	٤١١	٣٧٦	٤١١	٧٨٧
		%٤٦,١	%٥٣,٩	%٤٧,٨	%٥٢,٢	%٤٧,٨	%٥٢,٣	
٩	الأهل والأقارب	٣١٤	٣٥٧	٣٣٦	٣٣٥	٣١٣	٣٥٨	٦٧١
		%٤٦,٨	%٥٣,٢	%٥٠,١	%٤٩,٩	%٤٦,٦	%٥٣,٤	
١٠	السينما	٢٤٢	٢٧٤	٢٧٤	٢٤٢	٢٦١	٢٥٥	٥١٦
		%٤٦,٩	%٥٣,١	%٥٣,١	%٤٦,٩	%٥٠,٦	%٤٩,٤	
١١	الأخصائي الترويحي	١٧٥	٢٠٧	١٩٦	١٨٦	١٧٧	٢٠٥	٣٨٢
		%٤٥,٨	%٥٤,٢	%٥١,٣	%٤٨,٧	%٤٦,٣	%٥٣,٧	
١٢	المتاحف والمعارض	٢٩٧	٣٢٣	٢٨٩	٣٣١	٢٩٩	٣٢١	٦٢٠
		%٤٧,٩	%٥٢,١	%٤٦,٦	%٥٣,٤	%٤٨,٢	%٥١,٨	
١٣	النشرات وملصقات	٣٠١	٣٢٣	٢٧١	٣٥٣	٣٠٦	٣١٨	٦٢٤
		%٤٨,٢	%٥١,٨	%٤٣,٤	%٥٦,٦	%٤٩,٠	%٥١,٠	
	الإجمالي	٥٠٧	٥٤٧	٤٩٥	٥٥٩	٥٠٠	٥٥٤	١٠٥٤

يتضح من جدول (٤٩)، اختلاف مصادر الثقافة الترويحية بالنسبة لطلاب جامعة المنصورة

وفقاً للنوع والتخصص والإقامة.

وفقاً للنوع: بالنسبة للذكور، أكثر مصادر الثقافة الترويحية هي (الإنترنت، التلفزيون، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الراديو، الأهل والأقارب، النشرات واللافتات، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

بالنسبة للإناث، هي (التلفزيون، الإنترنت، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الأهل والأقارب، الراديو، المتاحف والمعارض، النشرات واللافتات، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

وفقاً للتخصص: بالنسبة لطلاب الكليات النظرية، أكثر مصادر الثقافة الترويحية هي (التلفزيون، الإنترنت، الأصدقاء، المجلات، الصحف، الأهل والأقارب، الراديو، الكتب الثقافية، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، النشرات واللافتات، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

بالنسبة لطلاب الكليات العملية، هي (الإنترنت، التلفزيون، الأصدقاء، الكتب الثقافية، الصحف، المجلات، الراديو، النشرات واللافتات، الأهل والأقارب، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

وفقاً للإقامة: بالنسبة لطلاب الكليات المقيمين بالحضر، أكثر مصادر الثقافة الترويحية هي (الإنترنت، التلفزيون، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الراديو، الأهل والأقارب، النشرات واللافتات، المتاحف والمعارض، الكتب الدراسية، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

بالنسبة لطلاب الكليات المقيمين بالريف، هي (التلفزيون، الإنترنت، الأصدقاء، الصحف، المجلات، الكتب الثقافية، الأهل والأقارب، الراديو، الكتب الدراسية، المتاحف والمعارض، النشرات واللافتات، السينما، الأخصائي الترويحي) على الترتيب.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الإجابة عن التساؤل الخامس للبحث، وهو:

- ما مصادر الثقافة الترويحية لطلاب جامعة المنصورة؟.