

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها

أولاً: عرض النتائج

ثانياً: مناقشة النتائج

أولاً: عرض النتائج

جدول (٧)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(مساعد أول) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج

لمقاييس الاتجاهات

ن = ١٣٠

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,٩٥٣	٠,٢٧٧	٩٨,٤٣
٢-	الترويج يشجع ميل الفرد للهواية	٢,٩٦٩	٠,٢٥٠	٩٨,٩٧
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	١,٥٤٧	٠,٨٥٣	٥١,٥٧
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات إيجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٩٢٢	٠,٣٧٠	٩٧,٤٠
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,٢٥٠	٠,٥٠٤	٧٥,٠٠
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٩٣٨	٠,٣٥١	٩٧,٩٣
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٦٢٥	٠,٥٤٩	٨٧,٥٠
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٤٣٨	٠,٥٥٩	٤٧,٩٣
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٧٨١	٠,٤١٧	٩٢,٧٠
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٥٩٤	٠,٨١١	٨٦,٤٧
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	٢,٠٧٨	٠,٨٢٢	٦٩,٢٧
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٠٦٣	٠,٩٠٦	٦٨,٧٧
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٧٥٠	٠,٩٧٦	٥٨,٣٣
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٠٤٧	٠,٩٩٩	٦٨,٢٣
١٦-	يجب أن تشجع قوات حرس الحدود اشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٠٩٤	٠,٤٢٦	٣٦,٤٧

يوضح جدول (٧) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد أول) قىاس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقاييس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٣٦,٤٧٪ .

جدول (٨)

المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف ضابط

(مساعد أول) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٣٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٩٦٩	٠,٢٥٠	٩٨,٩٧
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٨٩١	٠,٤٤١	٩٦,٣٧
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٩٣٨	٠,٣٠٢	٩٧,٩٣
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٩٣٨	٠,٣٠٢	٩٧,٩٣
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٨٧٥	٠,٤٥٤	٩٥,٨٣
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٩٣٨	٠,٣٠٢	٩٧,٩٣
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢,٩٨٤	٠,١٢٥	٩٩,٤٧
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٢١٩	٠,٩٨٤	٧٣,٩٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٦٥٦	٠,٤٧٩	٨٨,٥٣
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	١,٦٠٩	٠,٩٠٢	٥٣,٦٣
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٩٥٣	٠,٩٩٩	٦٥,١٠
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	١,٥٠٠	٠,٦٦٧	٥٠,٠٠
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٥٧٨	٠,٨١٣	٨٥,٩٣
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٠٧٨	٠,٣٧٠	٣٥,٩٣
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصلل المتخصصين فى مجال الترويج	١,١٠٩	٠,٤٤١	٣٦,٩٧
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	١,٣٩١	٠,٥٥٣	٤٦,٣٧
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	٢,٠١٦	٠,٦٥٥	٦٧,٢٠

يوضح جدول (٨) المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد أول) فى قياس بعد اه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٩,٤٧% و

٣٥,٩٣% .

جدول (٩)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(مساعد أول) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٣٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٣٤-	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢, ٢٦٦	٠, ٦٩٦	٧٥, ٥٣
٣٥-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	١, ٤٥٣	٠, ٨٣٤	٤٨, ٤٣
٣٦-	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	٢, ٥٩٤	٠, ٥٥٦	٨٦, ٤٧
٣٧-	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	١, ٩٥٣	٠, ٨٤٤	٦٥, ١٠
٣٨-	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢, ١٨٨	٠, ٥٣١	٧٢, ٩٣
٣٩-	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢, ٢٦٦	٠, ٦٣٢	٧٥, ٥٣
٤٠-	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	١, ٤٣٨	٠, ٨١٤	٤٧, ٩٣
٤١-	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١, ٧٥٠	٠, ٧٩٧	٥٨, ٣٣
٤٢-	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	٢, ٢٣٤	٠, ٤٦٣	٧٤, ٤٧
٤٣-	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢, ١٠٩	٠, ٨٣٨	٧٠, ٣٠
٤٤-	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	٢, ٠٦٣	٠, ٨٥٢	٦٨, ٧٧
٤٥-	بعد الترويج مضية لوقت الفرد	٢, ١٥٦	٠, ٧٦١	٧١, ٨٧
٤٦-	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	٢, ١٧٢	٠, ٧٦٨	٧٢, ٤٠
٤٧-	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	٢, ٢٦٦	٠, ٨٠٢	٧٥, ٥٣
٤٨-	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢, ٧٨١	٠, ٤١٧	٩٢, ٧٠
٤٩-	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	٢, ٣٧٥	٠, ٩٣٤	٧٩, ١٧
٥٠-	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١, ٤٠٦	٠, ٤٩٥	٤٦, ٨٧

يوضح جدول (٩) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد أول) فى قياس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٢,٧٠ % و ٤٦,٨٧ % .

جدول (١٠)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف

ضابط (مساعد أول) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس

الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٣٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٦٢٥	٠,٥١٩	٨٧,٥٠
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٩٣٨	٠,٢٤٤	٩٧,٩٣
٥٣-	الهوايات الترويجية مرهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٩٦٩	٠,٢٥٠	٩٨,٩٧
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٥٠٠	٠,٦٤٢	٨٣,٣٣
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٩٣٨	٠,٣٠٢	٩٧,٩٣
٥٦-	ليس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,٦٧٢	٠,٤٧٣	٩٧,٠٧
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٦٥٦	٠,٥١١	٨٨,٥٣
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار والابداع	٢,٣٠٢	٠,٤٤٣	٧٣,٤٣
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٦٩	٠,٢٥٠	٩٨,٩٧
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	١,٨٤٤	٠,٤٧٩	٦١,٤٧
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	١,١٠٩	٠,٤٤١	٣٦,٩٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	١,٣٤٤	٠,٥١١	٤٤,٨٠
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٣٧٥	٠,٥٤٩	٤٥,٨٣
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٣١٣	٠,٤٦٧	٤٣,٧٧
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	١,٤٥٣	٠,٥٣٢	٤٨,٤٣
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تفتقر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٣٤٤	٠,٥١١	٤٤,٨٠
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويجية	١,٦٧٢	٠,٩٤٤	٥٥,٧٣

وضح جدول (١٠) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد أول) فى مياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٨,٩٧% و ٣٦,٩٧% .

جدول (١١)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(مساعد) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,٩٧٦	٠,١٥٦	٩٩,٢٠
٢-	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٨٠٥	٠,٤٥٩	٩٣,٥٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	١,١٩٥	٠,٤٥٩	٣٩,٨٣
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٩٠٢	٠,٣٧٥	٩٦,٧٣
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	١,٨٢٩	٠,٤٤٢	٦٠,٩٧
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٧٥٦	٠,٥٣٨	٩١,٨٧
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٨٠٥	٠,٦٠١	٩٣,٥٠
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٠٢٤	٠,٤٧٤	٦٧,٤٧
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	٢,٠٩٨	٠,٤٩٠	٦٩,٩٣
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٥٨٥	٠,٧٧٤	٨٦,١٧
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٩٧٢	٠,٣٤٦	٩٧,٥٧
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	٢,١٤٦	٠,٤٢٢	٧١,٥٣
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٤٨٨	٠,٨٤٠	٨٢,٩٣
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٤٨٨	٠,٨١٠	٤٩,٦٠
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٠٧٣	٠,٩٨٥	٩٦,١٠
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٥٣٧	٠,٥٩٦	٥٢,٤٣

وضح جدول (١١) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد) فى مياس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٩,٢٠% و ٣٩,٨٣% .

جدول (١٢)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(مساعد) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٦٣٤	٠,٤٨٨	٨٧,٨٠
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٧٥٦	٠,٦٢٤	٩١,٨٧
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٠٤٩	٠,٩٧٣	٦٨,٣٠
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٩٢٧	٠,٢٦٤	٩٧,٥٧
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٥٨٥	٠,٧٧٤	٨٦,١٧
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٧٨١	٠,٥٢٥	٩٢,٧٠
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢,٩٥١	٠,٣١٢	٩٨,٣٧
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٧٣	٠,٦٣٣	٩١,٠٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,١٢٢	٠,٥١٠	٧٠,٧٣
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	١,٣٩٠	٠,٧٧١	٤٦,٣٣
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٤٦٣	٠,٨٠٩	٤٨,٧٧
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	١,٨٢٩	٠,٤٩٥	٦٠,٩٧
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٧٨١	٠,٦١٣	٩٢,٧٠
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٣٩٠	٠,٧٠٣	٤٦,٣٣
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وفضل المتخصصين فى مجال الترويج	١,١٧١	٠,٥٤٣	٣٩,٠٣
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	٢,٠٩٨	٠,٤٣٦	٦٩,٩٣
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	١,٩٥١	٠,٤٤٥	٦٥,٠٣

يوضح جدول (١٢) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد) فى ياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٨,٣٧% و ٣٩,٠٣% .

جدول (١٣)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط
(مساعد) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس
الاتجاهات

ن = ٩٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
-٣٤	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢,١٤٦	٠,٣٥٨	٧١,٥٣
-٣٥	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	١,١٧١	٠,٥٤٣	٣٩,٠٣
-٣٦	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	٢,٠٧٣	٠,٤٦٩	٦٩,١٠
-٣٧	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٠٧٣	٠,٣٤٦	٦٩,١٠
-٣٨	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,١٢٢	٠,٥١٠	٧٠,٧٣
-٣٩	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٨٠٥	٠,٥٥٨	٩٣,٥٠
-٤٠	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	١,٤١٥	٠,٧٤١	٤٧,١٧
-٤١	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	٢,٠٧٣	٠,٤١٢	٦٩,١٠
-٤٢	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	٢,٠٢٤	٠,٤٧٤	٦٧,٤٧
-٤٣	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,٠٧٣	٠,٤٦٩	٦٩,١٠
-٤٤	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	١,١٩٥	٠,٥١١	٣٩,٨٣
-٤٥	يعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	٢,١٧١	٠,٣٨١	٧٢,٣٧
-٤٦	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	٢,٠٠٠	٠,٤٤٧	٦٦,٦٧
-٤٧	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	١,٩٧٦	٠,٥٢٤	٦٥,٨٧
-٤٨	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٨٧٨	٠,٣٣١	٩٥,٩٣
-٤٩	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	٢,٨٠٥	٠,٤٠١	٩٣,٥٠
-٥٠	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,٨٠٥	٠,٤٥٩	٦٠,١٧

يوضح جدول (١٣) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد) فى قياس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٥,٩٣% و ٣٩,٠٣% .

جدول (١٤)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٣١٧	٠,٦٨٧	٧٧,٢٣
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٧٣٢	٠,٦٧٢	٩١,٠٧
٥٣-	الهاويات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٨٥٤	٠,٤٧٨	٩٥,١٣
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	١,٩٥١	٠,٤٩٨	٦٥,٠٣
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٨٥٤	٠,٤٢٢	٩٥,١٣
٥٦-	لبس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,١٤٦	٠,٤٢٢	٧١,٥٣
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٠٠٠	٠,٤٤٧	٦٦,٦٧
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللبداع	٢,٠٢٤	٠,٢٧٣	٦٧,٤٧
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٧٨١	٠,٥٢٥	٩٢,٧٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٠٠٠	٠,٤٧٧	٦٦,٦٧
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل مايروق له من تصرفات وأفعال	١,٢٩٣	٠,٦٤٢	٤٣,١٠
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	٢,٠٤٩	٠,٤٩٨	٦٨,٣٠
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٩٢٧	٠,٣٤٦	٦٤,٢٣
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	٢,٢٤٤	٠,٤٣٤	٧٤,٨٠
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	٢,٢١٩	٠,٤٧	٧٣,٩٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٩٧٦	٠,٣٥٣	٦٥,٨٧
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهاويات الترويجية	٢,٧٨١	٠,٦١٣	٩٢,٧٠

يوضح جدول (١٤) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد) فى مياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٥,١٣% و ٣٤,١٠% .

جدول (١٥)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(رقيب أول) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٨

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٢-	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٩٦٢	٠,١٩٢	٩٨,٧٣
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	١,٥٨٥	٠,٧٩٥	٥٢,٨٣
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٦٢٣	٠,٧١٣	٨٤,٧٤
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	١,٧٣٦	٠,٥٥٩	٥٧,٨٧
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٨١١	٠,٥٢١	٩٣,٧٠
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٠٦	٠,٤٠٥	٩٦,٨٧
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	١,٧٧٤	٠,٦٠٩	٥٩,١٣
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٧٣٦	٠,٦٥٥	٥٧,٨٧
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٧٣٦	٠,٦٢٥	٩١,٢٠
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٦٦٠	٠,٧٥٨	٨٨,٦٧
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	٢,٠٣٨	٠,٣٩٠	٦٧,٩٣
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٧٣٦	٠,٦٢٥	٩١,٢
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٥٤٧	٠,٨٤٥	٥١,٥٧
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٨٤٩	٠,٤١١	٩٤,٩٧
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٦٦٠	٠,٩١٩	٥٥,٣٣

يوضح جدول (١٥) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (مساعد أول)

فى قياس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ١٠٠٪ و ٥١,٧٥٪ .

جدول (١٦)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(رقيب أول) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٨

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٩٦٢	٠,١٩٢	٩٨,٧٣
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٨٨٧	٠,٣٢٠	٩٦,٢٣
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٧٧٤	٠,٥٤٢	٩٢,٤٧
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٤٩١	٠,٦٦٩	٨٣,٠٣
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٦٩٨	٠,٦٣٨	٨٩,٩٣
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٧٩٣	٠,٥٦٧	٩٣,١٠
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢,٧٥٥	٠,٥١٥	٩١,٨٣
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٣٣٩	٠,٨٧٦	٧٧,٦٣
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٠١٩	٠,٥٧٢	٦٧,٣٠
٢٦-	الممارسون للترويج يكونون أقل تعرضاً للأمراض من غير الممارسين للترويج	١,٣٩٦	٠,٦٨٩	٤٦,٥٣
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٨٨٧	٠,٩١٣	٦٢,٩٠
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢,١٨٩	٠,٥٩٠	٧٢,٩٧
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٨١١	٠,٤٤١	٩٣,٧٠
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٤٣٤	٠,٧٤٧	٤٧,٨٠
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وفضل المتخصصين فى مجال الترويج	١,٧٥٥	٠,٨٩٧	٥٨,٥٠
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	٢,٣٥٩	٠,٥٢٢	٧٨,٦٣
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	٢,١٦٩	٠,٥٧٩	٢٢,٣٠

يوضح جدول (١٦) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب أول) فى قياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٨,٧٣% و ٤٦,٥٣% .

جدول (١٧)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط
(رقيب أول) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس
الاتجاهات

ن = ١٠٨

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
-٣٤	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	١,٩٢٥	٠,٧٣٠	٦٤,١٧
-٣٥	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	١,٧١٧	٠,٨٤١	٥٧,٢٣
-٣٦	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	١,٨١١	٠,٧٦١	٦٠,٣٧
-٣٧	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	١,٩٢٥	٠,٧٠٣	٦٤,١٧
-٣٨	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	١,٩٠٦	٠,٤٩١	٦٣,٥٣
-٣٩	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٧٩٣	٠,٦٠٠	٩٣,١٠
-٤٠	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	١,٥٦٦	٠,٨٦٦	٥٢,٢٠
-٤١	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١,٦٢٣	٠,٥٦٣	٥٤,١٠
-٤٢	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	١,٨١١	٠,٦٥٢	٦٠,٣٧
-٤٣	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,١٦٩	٠,٦٧١	٧٢,٣٠
-٤٤	ليس من الضرورى أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	١,٦٩٨	٠,٩٣٢	٥٦,٦٠
-٤٥	يعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	٢,٠١٩	٠,٥٧٢	٦٧,٣٠
-٤٦	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	٢,٠٩٤	٠,٦٨٧	٦٩,٨٠
-٤٧	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	٢,٠٩٤	٠,٧٤١	٦٩,٨٠
-٤٨	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٨١١	٠,٤٤١	٩٣,٧٠
-٤٩	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	٢,٤٧٢	٠,٨٦٨	٨٢,٤٠
-٥٠	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,٨٣٠	٠,٦١٢	٦١,٠٠

وضح جدول (١٧) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب أول) فى قياس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٣,٧٠% و ٥٢,٢٠% .

جدول (١٨)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف
ضابط (رقيب أول) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس
الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٨

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٢٠٨	٠,٤٩٥	٧٣,٦٠
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٧١٧	٠,٥٦٨	٩٠,٥٧
٥٣-	الهوايات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٧١٧	٠,٥٦٨	٩٠,٥٧
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٠١٩	٠,٦٦٥	٦٧,٣٠
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٤١٥	٠,٨٦٥	٨٠,٥٠
٥٦-	ليس بالضرورة أن تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,١٣٢	٠,٤٤٠	٧١,٧٠
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٢٨٣	٠,٤٩٥	٧٦,١٠
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	١,٨٨٧	٠,٦٤٠	٦٢,٩٠
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٧٩٣	٠,٥٣٢	٩٣,١٠
٦٠-	ليس من الأهمية أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٣٠٢	٠,٥٤٠	٧٦,٧٣
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	١,٦٤٢	٠,٨٧٩	٥٤,٧٣
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	٢,٣٣٩	٠,٥٥٣	٧٧,٩٧
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	٢,٢٨٣	٠,٦٣٢	٧٦,١٠
٦٤-	ليس بالضرورة أن تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٨٤٩	٠,٦٣٢	٦١,٦٣
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	٢,٣٢١	٠,٥٤٧	٧٧,٣٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٧٩٣	٠,٦٠٠	٥٩,٧٧
٦٧-	ليس من الأهمية أن تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويجية	٢,٨٤٩	٠,٥٣٣	٩٤,٩٧

يضع جدول (١٨) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب أول) فى
ياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية
لعبارات هذا البعد بين ٩٤,٩٧ % و ٥٤,٩٣ % .

جدول (١٩)

المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف ضابط

(رقيب) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,٩١٧	٠,٤٠٤	٩٧,٢٣
٢-	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٩٧٩	٠,١٤٤	٩٩,٣٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	١,٦٤٦	٠,٥٢٦	٤٨,٨٠
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٩٧٩	٠,١٤٤	٩٩,٣٠
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	١,٧٥٠	٠,٧٥٨	٥٨,٣٣
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٩٥٨	٠,٢٠٢	٩٨,٦٠
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	...	١٠٠,٠٠
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٢٢٩	٠,٨٥٧	٧٤,٣٠
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٦٤٦	٠,٧٥٨	٥٤,٨٧
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠,٠٠
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٩٧٩	٠,١٤٤	٩٩,٣٠
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٥٠٠	٠,٥٠٥	٥٠,٠٠
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٩٣٨	٠,٣٢٠	٩٧,٩٣
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٤٣٨	٠,٨٢٣	٤٧,٩٣
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,١٦٧	٠,٩٩٦	٧٢,٢٣
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٧٧١	٠,٩٧٣	٥٩,٠٣

وضح جدول (١٩) المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب) فى اس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٤٧,٩٣٪ .

جدول (٢٠)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(رقيب) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٨١٣	٠,٥٧١	٩٣,٧٧
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٦٤٦	٠,٦٣٦	٨٨,٢٠
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٨٩٦	٠,٣٧١	٩٦,٥٣
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٨٣٣	٠,٣٧٧	٩٤,٤٣
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٣٩٦	٠,٩١٧	٧٩,٨٧
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٤٥٨	٠,٦١٧	٨١,٩٣
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢,٧٩٢	٠,٤١٠	٩٣,٠٧
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٣٩٦	٠,٩١٧	٧٩,٨٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٥٦٣	٠,٦٤٩	٨٥,٤٣
٢٦-	الممارسون للترويج يكونون أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢,٢٢٩	٠,٨٥٧	٧٤,٣٠
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	٢,٥٠٠	٠,٥٨٤	٨٣,٣٣
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢,٧٠٨	٠,٤٥٩	٩٠,٢٧
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٨١٣	٠,٣٩٤	٩٣,٧٧
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,١٠٤	٠,٣٧١	٣٦,٨٠
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصل المتخصصين فى مجال الترويج	١,٩٣٨	٠,٩٠٩	٦٤,٦٠
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	١,٩١٧	٠,٨٩٥	٦٣,٩٠
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	٢,٢٠٨	٠,٥٤٤	٧٣,٦٠

يوضح جدول (٢٠) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب)

فى قياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ٩٦,٥٣ % و ٣٦,٨٠ % .

جدول (٢١)

المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف ضابط
(رقيب) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس
الاتجاهات

ن = ٩٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النسبة %
-٣٤	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	١,٠٨٣	٠,٣٤٧	٣٦,١٠
-٣٥	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الحلاء	١,٦٦٧	٠,٧٨١	٥٥,٥٧
-٣٦	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	١,٩١٧	٠,٧٦٧	٦٣,٩٠
-٣٧	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٦٠٤	٠,٧٣٦	٨٦,٩٠
-٣٨	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٣٩٦	٠,٧٠٧	٧٩,٨٧
-٣٩	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٢٥٠	٠,٩٥٧	٧٥,٠٠
-٤٠	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	١,٤٥٨	٠,٨٥٠	٤٨,٦٠
-٤١	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١,١٤٦	٠,٥٠٤	٣٨,٢٠
-٤٢	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	١,٧٢٩	٠,٦٧٦	٥٧,٦٣
-٤٣	الهدايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,٢٢٩	٠,٩٧٣	٧٤,٣٠
-٤٤	ليس من الضروري ان تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	٢,٢٧١	٠,٧٩٢	٧٥,٧٠
-٤٥	يعد الترويج مضیعة لوقت الفرد	١,٨٣٣	٠,٤٢٩	٦١,١٠
-٤٦	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٨٩٦	٠,٨٠٥	٦٣,٢٠
-٤٧	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	٢,٥٨٣	٠,٧٩٥	٨٦,١٠
-٤٨	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٤٧٩	٠,٨٢٥	٨٢,٦٣
-٤٩	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,٦٦٧	٠,٩٠٧	٥٥,٥٧
-٥٠	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,٨٣٣	٠,٥٩٥	٦١,١٠

بوضوح جدول (٢١) المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب) فى
اس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية
لعبارات هذا البعد بين ٣٦,١٠% و ٨٦,١٠% .

جدول (٢٢)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب) في بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ٩٦

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل في الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٣٩٦	٠,٦٤٤	٧٩,٨٧
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية في القطاعات البرية والساحلية	٢,٧٧١	٠,٤٧٢	٩٢,٣٧
٥٣-	الهاويات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٩٧٩	٠,١٤٤	٩٩,٣٠
٥٤-	الترويج لا يسهم في تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٢٧١	٠,٧٩٢	٧٥,٧٠
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمي الى النشاطات الترويجية	٢,٣٥٤	٠,٩٣٤	٧٨,٤٧
٥٦-	ليس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع في إنشاء المكتبات	٢,٣٥٤	٠,٦٣٦	٧٨,٤٧
٥٧-	الجنود فقط هم الذين في حاجة الى الترويج	٢,٧٥٠	٠,٤٣٨	٩١,٦٧
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	١,٦٦٧	٠,٥١٩	٥٥,٥٧
٥٩-	المشاركة في مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٥٨	٠,٢٨٩	٩٨,٦٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية في القطاعات	٢,٩٢١	٠,٤٥٩	٧٩,٣٧
٦١-	في وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	١,٦٤٦	٠,٨٨٧	٥٤,٨٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	١,٩٥٨	٠,٨٩٨	٦٥,٢٧
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	٢,٠٢١	٠,٩٥٦	٦٧,٣٧
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٢٥٠	٠,٤٨٤	٤١,٦٧
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	٢,٢١٥	٠,٦٤٠	٧٣,٨٣
٦٦-	النشاطات الترويجية التي تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٢٥٠	٠,٤٨٤	٤١,٦٧
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود في نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهاويات الترويجية	٢,١٠٤	٠,٩٥١	٧٠,١٣

يضح جدول (٢٢) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب أول) في ياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٤,٩٧ % و ٥٤,٩٣ % .

جدول (٢٣)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(عريف) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٦٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,١١٠	٠,٩٩٤	٧٠,٣٣
٢-	الترويج يشجع ميل الفرد للهواية	٢,٥٩٨	٠,٤٩٣	٨٦,٦٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	٢,١٠٩	٠,٦٨٥	٧٠,٣٠
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات إيجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٥١٢	٠,٥٢٧	٨٣,٧٣
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,٤١٤	٠,٦٠٧	٨٠,٤٧
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٨٥٤	٠,٤٧٤	٩٥,١٣
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٨٧٨	٠,٣٢٩	٩٥,٩٣
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٣٠٥	٠,٥١٤	٧٦,٨٣
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	٢,١٣٤	٠,٩٦٦	٧١,١٣
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٦٤٦	٠,٦٣٦	٨٨,٢٠
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٠٣٥	٠,٧٠٦	٦٧,٨٣
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٦٧١	٠,٤٩٨	٥٥,٧٠
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٧٤٤	٠,٥٨٤	٩١,٤٧
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٨٥٤	٠,٦٨٧	٦١,٨٠
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٧٩٣	٠,٥١٥	٩٣,١٠
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشترك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	٢,١٠٢	٠,٧٤٥	٧٠,٠١

وضح جدول (٢٣) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (عريف) فى

اس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ٩٥,٩٣% و ٥٥,٧٠% .

جدول (٢٤)

المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف ضابط

(عريف) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٦٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢, ١٨٣	٠, ٧٢٢	٧٢, ٧٧
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	١, ٩٥١	٠, ٦٢٧	٦٥, ٠٣
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢, ٥٢٤	٠, ٥٠٣	٨٤, ١٣
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢, ٣٩٠	٠, ٦٤٣	٧٩, ٦٧
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢, ٢٩٣	٠, ٩٢٣	٧٦, ٤٣
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢, ٦٩٥	٠, ٤٨٩	٨٩, ٨٣
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢, ٢٦٨	٠, ٥٢٢	٧٥, ٦٠
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢, ١٢٢	٠, ٧١٠	٧٠, ٧٣
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢, ٤٣٩	٠, ٨٤٨	٨١, ٣٠
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢, ٣٤٢	٠, ٥٠٢	٧٨, ٠٧
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	٢, ٠٩٨	٠, ٤٨٧	٩٦, ٩٣
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢, ٤٢٧	٠, ٦٢٩	٨٠, ٩٠
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢, ٥٨٥	٠, ٧٠٢	٨٦, ١٧
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	٢, ٤٦٣	٠, ٨١٩	٨٢, ١٠
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصل المتخصصين فى مجال الترويج	٢, ٦٣٤	٠, ٦١٩	٨٧, ٨٠
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	٢, ٥٦١	٠, ٦٦٩	٨٥, ٣٧
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	٢, ١٥٩	٠, ٤٩٦	٧١, ٩٧

يوضح جدول (٢٤) المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية لصف الضابط (رقيب

أول) فى قياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات

هذا البعد بين ٨٩, ٤٣ % و ٦٩, ٦٣ % .

جدول (٢٥)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف ضابط

(عريف) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس

الاتجاهات

ن = ١٦٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
-٣٤	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢,٦٨٣	٠,٦٨٣	٨٩,٤٣
-٣٥	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الحلاء	٢,٨٢٩	٠,٤٩٢	٩٤,٣٠
-٣٦	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	١,٦٧١	٠,٨٦١	٥٥,٧٠
-٣٧	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٣٢٩	٠,٨٦١	٧٧,٦٣
-٣٨	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٧٦٨	٠,٥٠٤	٩٢,٢٧
-٣٩	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,١٧١	٠,٤٣٩	٧٢,٣٧
-٤٠	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	٢,٥٩٨	٠,٧٨٤	٨٦,٦٠
-٤١	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١,٤٨٨	٠,٧٩٠	٤٩,٦٠
-٤٢	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	١,٩٣٩	٠,٥٩٥	٦٤,٦٣
-٤٣	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,٥٤٩	٠,٧٥٦	٨٤,٩٧
-٤٤	ليس من الضرورى ان تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	٢,٣٤٢	٠,٨٠٥	٧٨,٠٧
-٤٥	يعد الترويج مضبعة لوقت الفرد	٢,٠١٢	٠,٦١٩	٦٧,٠٧
-٤٦	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٨٢٩	٠,٥٤٠	٦٠,٩٧
-٤٧	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	٢,٠٣٧	٠,٥٩٧	٦٧,٩٠
-٤٨	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٦٩٥	٠,٥٣٧	٨٩,٨٣
-٤٩	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,٥٣٧	٠,٨٦٤	٥١,٢٣
-٥٠	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	٢,٦٢٢	٠,٥٨٠	٨٧,٤٠

وضح جدول (٢٥) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (عريف) فى

اس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية

لعبارات هذا البعد بين ٩٤,٣٠% و ٤٩,٦٠% .

جدول (٢٦)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف
ضابط (عريف) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود
بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٦٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٧٨١	٠,٥٢٢	٩٢,٧٠
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٨٧٨	٠,٣٦٥	٩٥,٩٣
٥٣-	الهوايات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٠٧٣	٠,٩٩١	٦٩,١٠
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٠٣٧	٠,٩٣٦	٦٧,٩٠
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٧٩٣	٠,٦٠٣	٩٣,١٠
٥٦-	ليس بالضرورة أن تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,٧٥٦	٠,٤٨٦	٩١,٨٧
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٢٢٠	٠,٨٨٩	٧٤,٠٠
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	٢,٧٣٢	٠,٥٤٥	٩١,٠٧
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٣٩	٠,٣٢٨	٩٧,٩٧
٦٠-	ليس من الأهمية أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٥٧٣	٠,٦٨٦	٨٥,٧٧
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	٢,٣٩٠	٠,٨٧١	٧٩,٦٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	٢,٤١٥	٠,٨٤٦	٨٠,٥٠
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٣٥٤	٠,٧٤٣	٤٥,١٣
٦٤-	ليس بالضرورة أن تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	٢,٥٩٨	٠,٦٨٢	٨٦,٦٠
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	٢,١٨٣	٠,٦٨٧	٧٢,٧٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	٢,٦١٠	٠,٦٦٢	٨٧,٠٠
٦٧-	ليس من الأهمية أن تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويجية	٢,٥٦١	٠,٨٠٣	٨٥,٣٧

بوضح جدول (٢٦) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية لصف الضابط (عريف) فى قياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٧,٩٧% و ٤٥,١٣% .

جدول (٢٧)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل

عالي) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
-١	بعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	١,٧٤٤	٠,٩٧٣	٥٨,١٣
-٢	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٣٥٩	٠,٤٨٣	٧٨,٦٣
-٣	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	١,٩٧٤	٠,٦٠٣	٦٥,٨٠
-٤	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٣٣٣	٠,٤٧٥	٧٧,٧٧
-٥	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,١١٥	٠,٣٢٢	٧٠,٥٠
-٦	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٩٧٤	٠,١٥٩	٩٩,١٣
-٧	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٦٢	٠,١٩٤	٩٨,٧٣
-٨	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٣٥٩	٠,٤٨٣	٧٨,٦٣
-٩	بعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	٢,٣٤٦	٠,٩٠٩	٧٨,٢٠
-١٠	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٨٠٨	٠,٥٣٦	٩٣,٦٠
-١١	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,٠٢٦	٠,٦٠٣	٦٧,٥٣
-١٢	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٧٤٤	٠,٤٩٥	٥٨,١٣
-١٣	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٨٢١	٠,٤٧٧	٩٤,٠٣
-١٤	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٧٠٥	٠,٥١٢	٥٦,٨٣
-١٥	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٨٨٥	٠,٤٥٥	٩٦,١٧
-١٦	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشترك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	٢,٠٦٤	٠,٥٨٩	٦٨,٨٠

وضح جدول (٢٧) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل عالي) فى

اس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ٩٩,١٣ % و ٥٦,٨٣ % .

جدول (٢٨)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود

(مؤهل عالى) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	١,٩٦٢	٠,٥٩١	٦٥,٤٠
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	١,٩٣٦	٠,٥٨٩	٦٤,٥٣
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٣٣٣	٠,٤٧٥	٧٧,٧٧
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	١,٧٠٥	٠,٩٥٥	٥٦,٨٣
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٧٥٦	٠,٤٣٢	٩١,٨٧
٢٣-	تعد السباحة من النشاطات الترويجية	٢,٣٤٦	٠,٤٧٩	٧٨,٢٠
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	١,٩١٠	٠,٥٨٥	٦٣,٦٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٩٧٤	٠,١٥٩	٩٩,١٣
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢,٠٩٠	٠,٣٦٧	٦٩,٦٧
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٨٧٢	٠,٣٧٣	٦٢,٤٠
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢,٥١٣	٠,٦٧٩	٨٣,٧٧
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٨٠٨	٠,٥٨٢	٩٣,٦٠
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	٢,٣٢١	٠,٩٣٣	٧٧,٣٧
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصقل المتخصصين فى مجال الترويج	٢,٦٩٢	٠,٧٢٦	٨٩,٧٧
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	٢,٣٨٥	٠,٩٠١	٧٩,٥٠
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	١,٩٨٧	٠,٣٧٨	٦٦,٢٣

يوضح جدول (٢٨) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل عالى) فى

اس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ١٠٠٪ و ٥٦,٨٣٪ .

جدول (٢٩)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(مؤهل عال) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس
الاتجاهات

ن = ١٥٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٣٤-	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢,٥٩٠	٠,٧٩٧	٨٦,٣٣
٣٥-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	٢,٥٢٦	٠,٨١٧	٨٤,٢٠
٣٦-	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	١,٧٠٥	٠,٩٥٥	٥٦,٨٣
٣٧-	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	١,٦٩٢	٠,٩٥٨	٥٦,٤٠
٣٨-	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٤٣٦	٠,٨٦٢	٨١,٢٠
٣٩-	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٢٥٦	٠,٤٦٨	٧٥,٢٠
٤٠-	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	٢,٩١٠	٠,٤٠١	٩٧,٠٠
٤١-	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١,٢٨٢	٠,٢٤٣	٤٢,٧٣
٤٢-	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	١,٩٦٢	٠,٦١٣	٦٥,٤٠
٤٣-	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,٧٥٦	٠,٥٨٥	٩١,٨٧
٤٤-	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	٢,٠٦٤	٠,٥٨٩	٦٨,٨٠
٤٥-	يعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	١,٩٢٣	٠,٣١٣	٦٤,١٠
٤٦-	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٧٣١	٠,٤٧٥	٥٧,٧٠
٤٧-	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	٢,٠٩٠	٠,٥٨٥	٦٩,٦٧
٤٨-	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٤٣٦	٠,٨٤٧	٨١,٢٠
٤٩-	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,٣٤٦	٠,٥٥٤	٤٤,٨٧
٥٠-	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	٢,١١٥	٠,٥٥٨	٧٠,٥٠

ضح جدول (٢٩) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل عال) فى اس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٨٦,١٠% و ٣٦,١٠% .

جدول (٣٠)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(مؤهل عالى) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود
بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٦

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٥٩٠	٠,٧٩٧	٨٦,٣٣
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٩٨٧	٠,١١٣	٩٩,٥٧
٥٣-	الهوايات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٦٩٢	٠,١٩٤	٨٩,٧٣
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٦٩٢	٠,٧٠٨	٨٩,٧٧
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	١,٥٠٠	٠,٧٦٩	٥٠,٠٠
٥٦-	ليس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,٥٦٤	٠,٨١٥	٨٥,٤٧
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٨٥٩	٠,٤٧٦	٩٥,٣٠
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	٢,٥٦٤	٠,٨١٥	٨٥,٤٧
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٤٩	٠,٢٢٢	٩٨,٣٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٥٣٩	٠,٦٥٩	٨٤,٦٣
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	٢,٤٧٤	٠,٧٦٨	٨٢,٤٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	٢,٧٠٥	٠,٧٠٥	٩٠,١٧
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٢٤٤	٠,٤٦١	٤١,٤٧
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	٢,٣٨٥	٠,٩٢٩	٧٩,٥٠
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	١,٩١٠	٠,٤٠١	٦٣,٦٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	٢,٣٨٥	٠,٩١٥	٧٩,٥٠
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويجية	٢,٤٨٧	٠,٧٥٢	٨٢,٩٠

وضح جدول (٣٠) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل عالى) فى قياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٩,٥٧% و ٤١,٤٧% .

جدول (٣١)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود

(مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٢

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٢-	الترويج يشجع ميل الفرد للهواية	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,٩٨٧	٠,١١٥	٩٩,٥٧
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٩٨٧	٠,١١٥	٩٩,٥٧
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٨٢٩	٠,٥٩٨	٩٤,٣٠
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٠٩٢	٠,٢٩١	٣٦,٤٠
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	١,٢٧٧	٠,٥٠٦	٤٢,٥٧
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	١,٠٠٠	...	٣٣,٣٣
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٠٦٦	٠,٢٥٠	٣٥,٥٣
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	١,٨٤٢	٠,٣٦٧	٦١,٤٠
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,١٤٥	٠,٥٠٩	٣٨,١٧
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٥٧٩	٠,٨٠٤	٨٥,٩٧
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشترك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,١٤٥	٠,٥٠٩	٣٨,١٧

بوضح جدول (٣١) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل متوسط وفوق

توسط) فى قياس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية

لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٣٣,٣٣٪ .

جدول (٣٢)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(لمؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج
لمقاييس الاتجاهات

ن = ١٥٢

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	بعد الترويج خبرة سارة	٢,٩٨٧	٠,١١٥	٩,٥٧
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٨٨٢	٠,٤٣١	٩٦,٠٧
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٩٨٧	٠,١١٥	٩٩,٥٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٩٧٤	٠,٢٢٩	٩٩,١٣
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢,٩٦١	٠,٢٥٥	٩٨,٧٠
٢٧-	بعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٠٢٦	٠,٢٢٩	٣٤,٢٠
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	١,٦٩٧	٠,٤٦٢	٥٦,٥٧
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالحبرات المتنوعة	١,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٣,٣٣
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٠٢٦	٠,١٦١	٣٤,٢٠
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصقل المتخصصين فى مجال الترويج	١,٠١٣	٠,١١٥	٣٣,٧٧
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	١,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٣,٣٣
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	١,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٣,٣٣

يوضح جدول (٣٢) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى قياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقاييس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٣٣,٣٣٪ .

جدول (٣٣)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه
نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٢

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٣٤-	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢,٩٠٨	٠,٣٧٢	٩٦,٩٣
٣٥-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	٢,٩٦١	٠,١٩٦	٩٨,٧٠
٣٦-	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٣٧-	يقصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٩٢١	٠,٣١٧	٩٧,٣٧
٣٨-	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٩٢١	٠,٢٧١	٩٧,٣٧
٣٩-	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٠٩٢	٠,٤٦٧	٦٩,٧٣
٤٠-	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	٢,٩٤٧	٠,٢٢٥	٩٨,٢٣
٤١-	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	٢,٩٣٤	٠,٢٥٠	٩٧,٨٠
٤٢-	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	٢,٩٦١	٠,٢٥٥	٩٨,٧٠
٤٣-	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	١,٠٩٢	٠,٣٣٤	٣٦,٤٠
٤٤-	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	١,١٥٨	٠,٣٦٧	٣٨,٦٠
٤٥-	يعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	١,٠١٣	٠,١١٥	٣٣,٧٧
٤٦-	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٠٧٩	٠,٢٧١	٣٥,٩٧
٤٧-	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	١,١٣٢	٠,٤٤٣	٣٧,٧٣
٤٨-	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٠١٣	٠,٢٥٨	٦٧,١٠
٤٩-	يقصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,١٣٢	٠,٤٤٣	٣٧,٧٣
٥٠-	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,١١٨	٠,٣٦٤	٣٧,٢٧

يوضح جدول (٣٣) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل متوسط وفوق نوسط) فى قياس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٨,٧٠% و ٣٣,٧٠% .

جدول (٣٤)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام
سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٥٢

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠٠
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٥٣-	الهوايات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٩٨٧	٠,١١٥	٩٩,٥٧
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٩٧٤	٠,١٦١	٩٩,١٣
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٥٦-	ليس بالضرورة أن تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	٠٠٠	١٠٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	١,٦٩٧	٠,٤٦٢	٥٦,٥٧
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل مايروق له من تصرفات وأفعال	١,٠٠٠	٠٠٠	٣٣,٣٣
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	١,٠٢٦	٠,٢٢٩	٣٤,٢٠
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٠٠٠	٠٠٠	٣٣,٣٣
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٠١٣	٠,١١٥	٣٣,٧٧
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	١,٠٤٠	٠,١٩٦	٣٤,٦٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٠٦٦	٠,٣٤٠	٣٥,٥٣
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويجية	١,٠٠٠	٠٠٠	٣٣,٣٣

ضع جدول (٣٤) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل متوسط وفوق لتوسط) فى قياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٣٣,٣٣٪ .

جدول (٣٥)

المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية للجنود

(بدون مؤهل) فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,٩٧٩	٠,١٤٦	٩٩,٣٠
٢-	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٢٧٧	٠,٩٤٩	٧٥,٩٠
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,٢٧٧	٠,٩٧١	٧٥,٩٠
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	...	١٠٠
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٩٥٧	٠,٢٩٢	٩٨,٥٧
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	١,٣٨٣	٠,٥٣٤	٤٦,١٠
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٧٤٥	٠,٩٦٦	٥٨,١٧
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٣١٩	٠,٥٥٦	٧٧,٣٠
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٧٦٦	٠,٩٨٣	٥٨,٨٧
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٠٨٥	٠,٤٠٨	٣٦,١٧

ضح جدول (٣٥) المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والنسبة المئوية للجنود (بدون مؤهل) فى

اس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ١٠٠٪ و ٣٦,١٧٪ .

جدول (٣٦)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود

(بدون مؤهل) فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٢٩٨	٠,٩٥٤	٧٦,٦٠
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٦٣٨	٠,٤٨٦	٨٧,٩٣
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٢٧٧	٠,٩٧١	٧٥,٩٠
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٩٥٧	٠,٢٩٢	٩٨,٥٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٩٥٧	٠,٢٩٢	٩٨,٥٧
٢٦-	الممارسون للترويج يكونون أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢,٩٧٩	٠,١٤٦	٩٩,٣٠
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢,٣٦٢	٠,٤٨٦	٧٨,٧٣
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٩٧٩	٠,١٤٦	٩٩,٣٠
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٧٤٥	٠,٩٦٦	٥٨,١٧
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصل المتخصصين فى مجال الترويج	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	١,٧٦٦	٠,٩٨٣	٥٨,٨٧
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	١,٧٦٦	٠,٩٨٣	٥٨,٨٧

يوضح جدول (٣٦) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (بدون مؤهل) فى

اس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا

البعد بين ١٠٠٪ و ٥٧,٤٣٪ .

جدول (٣٧)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(بدون مؤهل) فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس
الاتجاهات

ن = ١٠٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٣٤-	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٣٥-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	٢,٩٧٩	٠,١٤٦	٩٩,٣٠
٣٦-	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠	١٠٠
٣٧-	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٢٧٧	٠,٩٧١	٧٥,٩٠
٣٨-	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٢٧٧	٠,٩٤٩	٧٥,٩٠
٣٩-	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	١,٤٥	٠,٦٠٧	٥٨,١٧
٤٠-	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	٢,٣١٩	٠,٩٥٨	٧٧,٣٠
٤١-	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	٢,٥٩٦	٠,٥٣٨	٨٦,٥٣
٤٢-	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	٢,٢٩٨	٠,٩٥٤	٧٦,٦٠
٤٣-	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
٤٤-	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	١,٠٤٣	٠,٩٢٩	٣٤,٧٧
٤٥-	بعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	١,٧٤٥	٠,٩٦٦	٥٨,١٧
٤٦-	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٧٤٥	٠,٩٦٦	٥٨,١٧
٤٧-	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	١,٧٢٣	٠,٩٧١	٥٧,٤٣
٤٨-	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٣٨٣	٠,٤٩١	٧٩,٤٣
٤٩-	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,٧٦٦	٠,٩٨٣	٥٨,٨٧
٥٠-	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,٧٦٦	٠,٩٨٣	٥٨,٨٧

يوضح جدول (٣٧) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (بدون مؤهل) فى
اس بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية
لعبارات هذا البعد بين ١٠٠٪ و ٣٤,٧٧٪ .

جدول (٣٨)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود
(بدون مؤهل) فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود
بالترويج لمقاييس الاتجاهات

ن = ١٠٤

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا بعد نشاطاً ترويجياً	٣,٠٠٠	٠,٧٩٧	٨٦,٣٣
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٩٧٩	٠,١١٣	٩٩,٥٧
٥٣-	الهرويات الترويجية موهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٣,٠٠٠	٠,١٩٤	٨٩,٧٣
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٩٥٧	٠,٧٠٨	٨٩,٧٧
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٣١٩	٠,٧٦٩	٥٠,٠٠
٥٦-	ليس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,٩٦٠	٠,٨١٥	٨٥,٤٧
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	١,٠٠٠	٠,٤٧٦	٩٥,٣٠
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للإبتكار وللإبداع	٢,٩٥٧	٠,٨١٥	٨٥,٤٧
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا بعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٧٩	٠,٢٢٢	٩٨,٣٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٠٢١	٠,٦٥٩	٨٤,٦٣
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	١,٠٤٣	٠,٧٦٨	٨٢,٤٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	١,٠٦٤	٠,٧٠٥	٩٠,١٧
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٠٦٤	٠,٤٦١	٤١,٤٧
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٠٨٥	٠,٩٢٩	٧٩,٥٠
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	١,٠٨٥	٠,٤٠١	٦٣,٦٧
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات ايجابية للفرد	١,٠٨٥	٠,٩١٥	٧٩,٥٠
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهرايات الترويجية	١,٠٤٣	٠,٧٥٢	٨٢,٩٠

يوضح جدول (٣٨) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للجنود (مؤهل عالى) فى قياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقاييس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٩,٥٧ % و ٤١,٤٧ % .

جدول (٣٩)
تحليل التباين بين مجموعات عينة البحث لأبعاد
مقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠

الدالة	قيمة " ف "		درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المصدر	العبارات
	الجدولية	المحسوبة					
دالة		*٢٣,٨٩	٧	٦٦,٦٦١	٤٦٦,٦٢٤	بين المجموعات	الاتجاه التروحي
			٤٨٢	٢,٧٩٠	١٣٤٥,٠١٠	داخلي المجموعات	
			٤٨٩		١٨٨١,٦٣٥	المجموع	
دالة		*٢٣,٨٩	٧	١٣٠,٥٨٤	٩١٤,٠٨٧	بين المجموعات	أهمية الترويح
			٤٨٢	٥,٠٣٨	٢٤٢٨,١٢٠	داخلي المجموعات	
			٤٨٩		٣٣٤٢,٢٠٦	المجموع	
دالة		*١٥,٦٧	٧	١٢٥,٥٢٩	٨٧٨,٧٠٢	بين المجموعات	طبيعة نشاط الترويح
			٤٨٢	٨,٠١٢	٣٨٦,٨٤٧	داخلي المجموعات	
			٤٨٩		٤٧٤٠,٥٤٩	المجموع	
دالة		*٤٨,٨٥	٧	٥٧٠,٦١٦	٣٩٩٤,٣١٥	بين المجموعات	إهتمام الدول بالترويح
			٤٨٢	١١,٦٨٠	٥٦٢٩,٧٦٧	داخلي المجموعات	
			٤٨٩		٩٦٢٤,٠٨٢	المجموع	
دالة		*٣١,١١	٧	١٩٢٤,٤٩٨	١٣٤٧,٤٩	بين المجموعات	مجموع مقياس الاتجاهات
			٤٨٢	٦١,٨٦٩	٢٩٨٢١,٠٧٨	داخلي المجموعات	
			٤٨٩		٤٣٢٩,٥٦٣	المجموع	

يوضح جدول (٣٩) وجود تباين دال إحصائياً بين مجموعات عينة البحث (مساعد أول - مساعد - رقيب أول - رقيب - عريف - مؤهل عالي - مؤهل متوسط وفوق المتوسط - بدون مؤهل) في أبعاد مقياس الاتجاهات نحو الترويح وهذا يتطلب الانتقال إلى حساب L.S.D لمعرفة الدلالة لصالح من .

جدول (٤٠)
نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويج لقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠٠

بدون مؤهل	مؤهل متوسط و فوق المتوسط	مؤهل عالي	عريف	رقيب	رقيب أول	مساعد	مساعد أول	المتوسط الحسابي	العبارات
*٢,٥٤٠	٠,٠٩٦	*٠,٧٠٧	*١,٩٦١	*٠,٧٣٤	*٠,٢٩٤	*٠,٥٠٩	-	٣٧,٠٤٦	مساعد أول
*٠,٥٣٦	*٢,٠٧٦	*١,٢٧٣	*٠,٨٠٣	٠,١٩٨	*٠,٥٧٩	-	٣١,٥٣٧	٣٧,٥٣٧	مساعد
*٢,٥١٦	*٢,٢٥٥	*١,٤٥٢	*١,٠٨٨	*١,٧٨٢	-	-	٣٧,٣٤٠	٣٧,٣٤٠	رقيب أول
*٢,٦٩٥	٠,١٥٥	*٠,٢٨٥	*١,٢٤٣	-	-	-	٣٧,٦٢٥	٣٧,٦٢٥	رقيب
*١,٩٨٠	*٠,٢٨١	*٠,٤٤٠	-	-	-	-	٣٧,٧٨٠	٣٧,٧٨٠	عريف
*٢,١٥٩	*٢,٣٦١	-	-	-	-	-	٣٧,٢٤٤	٣٧,٢٤٤	مؤهل عالي
*٠,١٧٩	-	-	-	-	-	-	٣٥,٢٦٤	٣٥,٢٦٤	مؤهل متوسط و فوق المتوسط
-	-	-	-	-	-	-	٣٥,٠٨٥	٣٥,٠٨٥	بدون مؤهل

* قيمة (L.S.D) الجدولية = ٢,٠٩

يوضح جدول (٤٠) نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويج لقياس الاتجاهات وكانت نتائج هذا البعد لتلك الفروق على النحو التالي (عريف - رقيب - رقيب أول - مؤهل عالي - مساعد أول - مساعد - مؤهل فوق المتوسط - بدون مؤهل) .

ن = ١٠٠٠

جدول (٤١) نتائج متوسطات أقل فرق معنوى (I.S.D) بين مجموعات عينة البحث فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج بلىياس الاتجاهات

العبارات	المتوسط الحسابى	مساعد أول	مساعد	رتيب أول	رتيب	عريف	مؤهل عالى	مؤهل متوسط و فوق المتوسط	بدون مؤهل
مساعد أول	٣٧,٥٨٥	-	١,١٥٥	٢,٤٧٢	٢,١٥٩	٢,٥٤٣	٢,٠٨٨	٠,٧٣٨	١,٥٣٩
مساعد	٣٨,٧٠٧	-	-	٤,٠٨٢	٣,٢١٠	١,٣٥٠	١,٠٣٦	٢,٣٨٦	١,٠٥١
رتيب أول	٤٠,٠٥٧	-	-	-	٠,٠٨٦	٢,٩٦٠	١,٤٢١	٠,٠٧١	٢,٠٧٣
رتيب	٤١,٦٦٧	-	-	-	-	١,٠٣٧	١,٦١٠	١,٦٢٣	٠,٣٨٤
عريف	٣٩,٧٤٤	-	-	-	-	-	٠,٣١٣	٠,٨٧٢	٣,١٢٤
مؤهل عالى	٤٠,٧٩٥	-	-	-	-	-	-	٣,٩٩٦	٠,٦٦٧
مؤهل متوسط و فوق المتوسط	٣٧,٦٧١	-	-	-	-	-	-	-	٢,٤٥٧
بدون مؤهل	٤٠,١٢٨	-	-	-	-	-	-	-	-

١٠٤-

يوضح جدول (٤١) نتائج متوسطات أقل فرق معنوى (I.S.D) بين مجموعات عينة البحث فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج للىياس للاتجاهات وكانت نتائج هذا البعد لتلك الفروق على النحو التالى (رتيب - مؤهل عالى - بدون مؤهل - رتيب أول - عريف - مساعد - مؤهل فوق المتوسط - مساعد أول) .

* قيمة (I.S.D) البدرلية = ٢,٨١

ن = ١٠٠٠

جدول (٤٢)
نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقاييس الاتجاهات

البيانات	المتوسط الحسابي	مساعد أول	مساعد أول	مساعد	رقيب أول	رقيب	عريف	مؤهل عالي	مؤهل متوسط وفوق المتوسط	بدون مؤهل
مساعد أول	٣٥,٣٦٩	-	-	*٠,٨٨١	*١,٣٨٨	*٢,٢١٦	*٠,٢٤١	*١,٦١٦	*٢,١٧٣	*٢,٢٢١
مساعد	٣٤,٤٨٨	-	-	-	*٢,٤٥٢	*٠,٧٨٥	*٠,٥٠٧	*١,٠٩١	*١,٥٩٨	*١,٤٣١
رقيب أول	٣٣,٩٨١	-	-	-	-	٠,٢١٠	*١,٠٥٧١	*٠,٦٤٠	*١,١٤٧	*٢,٠٠٦
رقيب	٣٢,٩١٧	-	-	-	-	-	*٣,٠٩٧	*١,٠٦٤	*٤,٦١٨	*٢,٤٥٧
عريف	٣٧,٥٨٥	-	-	-	-	-	-	*٣,٦٠٤	*٣,٢٣٧	*٠,٥٧٥
مؤهل عالي	٣٦,١٥٤	-	-	-	-	-	-	-	*٢,٦٦٢	*١,٠٢٦
مؤهل متوسط وفوق المتوسط	٣٥,٥٧٩	-	-	-	-	-	-	-	-	*٠,٤٥١
بدون مؤهل	٣٥,١٢٨	-	-	-	-	-	-	-	-	-

١٠٥-

* قيمة (L.S.D) الجداولية = ٣,٣٥٧ .
يوضح جدول (٤٢) نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج لمقاييس الاتجاهات وكانت نتائج هذا البعد لتلك الفرق على النحو التالي (عريف - مؤهل عالي - رقيب - مؤهل متوسط وفوق المتوسط - مساعد أول - بدون مؤهل - مساعد - رقيب أول - رقيب) .

جدول (٤٣)

نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود الترويج لقياس الاتجاهات

١٠٠٠ = ن

العبارة	المتوسط الحسابي	مساعد أول	مساعد	رقيب أول	رقيب	عريف	مؤهل عالي	مؤهل متوسط وذك المتوسط	بدون مؤهل
مساعد أول	٣٦,١٢٣	-	*٢,٠٢٣	*١,٢٥٤	*١,١٠٩	*١,٧١٩	*٣,٩٦٩	*٤,٧٣٨	*٢,٩٧٣
مساعد	٣٨,١٤٦	-	-	*١,٢١٠	*٥,٩٩٢	*٠,٧٦٩	*٢,٢٦٧	*١,٤٩٨	*٠,١١٧
رقيب أول	٣٧,٣٧٧	-	-	-	*٠,٢٤٤	*٠,٨١٣	*٣,٧٤٢	*٢,٩٧٣	*١,٣٥٣
رقيب	٣٧,٣٣٣	-	-	-	-	*٤,٠٨٦	*٠,٠٤٤	*٤,٨٩٩	*٧,٨٢٨
عريف	٤٢,٢٣٢	-	-	-	-	-	*٤,٩٤٦	*٤,٧٣٨	*٦,٢٣٦
مؤهل عالي	٤٢,١١٥	-	-	-	-	-	-	*١,٤٩٨	*٧,٧١١
مؤهل متوسط وذك المتوسط	٣٥,٨٧٩	-	-	-	-	-	-	-	*١,٤٧٥
بدون مؤهل	٣٤,٤٠٤	-	-	-	-	-	-	-	-

١٠٦-

* قيمة (L.S.D) الجدولية = ٤,٢٨ .

يوضح جدول (٤٣) نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج لقياس الاتجاهات وكانت نتائج هذا البعد لتلك الفروق على النحو التالي (عريف - مؤهل عالي - مساعد أول - رقيب أول - مؤهل متوسط وذك المتوسط - مساعد أول - بدون مؤهل) .

جدول (٤٤)

نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في أبعاد الاتجاه للترويج لقياس الاتجاهات

n = ١٠٠٠

بدون مؤهل	مؤهل متوسط وفوق المتوسط	مؤهل عالي	عريف	رقيب	رقيب أول	مساعد	مساعد أول	المتوسط الحسابي	العبارات
*٤,٤٢٢	*٧,٦٨٥	*٨,٤٣٠	*١٩,٨١٩	*٧,٤٢٦	*١٥,٩٦٢	*١٦,٧٠٧	-	١٦٤,٥٨٥	مساعد أول
٠,٨٥١	*٥,٧٢٨	*٤,٩٨٣	٠,٧٤٥	*٨,٢٧٧	*١٥,٣٩٧	-	-	١٤٧,٨٧٨	مساعد
*١٤,٦٢٤	*٣,٨٥٧	*٣,١١٢	*١,٣١٠	*٢١,٦٩٠	-	-	-	١٤٨,٦٢٣	رقيب أول
*١٢,٣٩٣	*٧,٩٧١	٠,٥٦٥	*٩,٢٨١	-	-	-	-	١٤٩,١٨٨	رقيب
*١٣,٤١٣	*٧,١٢٠	*٨,٥٣٦	-	-	-	-	-	١٥٧,١٥٩	عريف
*١١,٥٤٢	*٦,٢٩٣	-	-	-	-	-	-	١٥٦,٣٠٨	مؤهل عالي
*١,٨٧١	-	-	-	-	-	-	-	١٤٢,٨٩٥	مؤهل متوسط و فوق المتوسط
								١٤٤,٧٦٦	بدون مؤهل

١٠٧-

* قيمة (L.S.D) الجبرلية = ٩,٨٥٠

يوضح جدول (٤٤) نتائج متوسطات أقل فرق معنوي (L.S.D) بين مجموعات عينة البحث في أبعاد الاتجاه للترويج لقياس الاتجاهات وكانت نتائج هذا البعد لتلك الفروق على النحو التالي (مساعد أول - عريف - مؤهل عالي - رقيب - رقيب أول - مساعد - بدون مؤهل - مؤهل فوق المتوسط) .

جدول (٤٥)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية

فى بعد الإتجاه نحو مفهوم

الترويج لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١-	يعد الترويج وسيلة جيدة لاستثمار أوقات الفراغ	٢,٦٣٣	٠,٧٦٩	٨٧,٧٧
٢-	الترويج يشبع ميل الفرد للهواية	٢,٧٣٩	٠,٥١٧	٩١,٣٠
٣-	المشاركة فى حفلات السمر تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٠٥٣	٠,٨٣٩	٦٨,٤٣
٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج	٢,٧٤٧	٠,٤٨٤	٩١,٥٧
٥-	الترويج ضرورة للأفراد فى جميع المراحل العمرية	٢,٢٩٨	٠,٦٥٦	٧٦,٦٠
٦-	يتيح الترويج الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته	٢,٩١٦	٠,٣٤٩	٩٧,٢٠
٧-	المشاركة فى معسكرات العمل الميدانية تعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٤٧	٠,٢٧٤	٩٨,٢٣
٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير المنشآت الترويجية	٢,٤١٠	٠,٦٥٩	٨٠,٣٣
٩-	يعد الترويج نوعاً من أنواع النشاطات الهادفة	١,٧٨٢	٠,٨٤٨	٥٩,٤٠
١٠-	يسهم الترويج فى تنمية الصحة الشخصية	٢,٤٢٩	٠,٨٣٦	٨٠,٩٧
١١-	تعد الرياضة للجميع نشاطاً ترويجياً	٢,١٢٩	٠,٨٧٣	٧٠,٩٧
١٢-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتعليم الأفراد المهارات الحركية	١,٧١٢	٠,٦٥٩	٥٧,٠٧
١٣-	يجب أن يقبل الفرد على ممارسة الترويج بإرادته	٢,٤٨٤	٠,٧٠٩	٨٢,٨٠
١٤-	يساعد الترويج على تخلص الفرد من التوتر والقلق النفسى	١,٥٩٢	٠,٧٨٨	٥٣,٠٧
١٥-	مشاهدة البرامج التليفزيونية تعد من النشاطات الترويجية	٢,٥١٦	٠,٨٣٢	٨٣,٨٧
١٦-	يجب ان تشجع قوات حرس الحدود اشترك الأفراد بالمعسكرات الميدانية .	١,٦١٤	١,١٦٧	٥٣,٨٠

مع جدول (٤٥) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية (صف ابط-جنود) فى قياس بعد الإتجاه نحو مفهوم الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٨,٢٣% و ٥٣,٠٧% .

جدول (٤٦)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية
فى بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج
لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
١٧-	يعد الترويج خبرة سارة	٢,٦٣٣	٠,٦٢٣	٨٧,٧٧
١٨-	يسهم الترويج فى تجديد طاقات الفرد وحيويته	٢,٥٥٧	٠,٦٥٧	٨٥,٢٣
١٩-	نشاطات الخلاء تتدخل فى نطاق النشاطات الترويجية	٢,٦٩٢	٠,٥٥٤	٨٩,٧٣
٢٠-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى الوحدات	٢,٨١٠	٠,٤٥٥	٩٣,٦٧
٢١-	يشترط أن يتم الترويج فى أوقات الفراغ	٢,٥٢٩	٠,٨٢٧	٨٤,٣٠
٢٢-	يمكن استخدام الترويج فى العلاج النفسى	٢,٨٠٨	٠,٤٤٨	٩٣,٦٠
٢٣-	تعد السياحة من النشاطات الترويجية	٢,٧٢٠	٠,٤٧٦	٩٠,٦٧
٢٤-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتقديم البرامج الترويجية من خلال الإعلام	٢,٤١٤	٠,٧٨٧	٨٠,٤٧
٢٥-	يحق لكبار السن الإشتراك فى النشاطات الترويجية	٢,٦٣١	٠,٦١٣	٨٧,٧٠
٢٦-	الممارسون للترويج يكونو أقل تعرضا للأمراض من غير الممارسين للترويج	٢,١٦٧	٠,٨٢٢	٧٢,٢٣
٢٧-	يعد الاستماع إلى التسجيلات الصوتية من النشاطات الترويجية	١,٧٤١	٠,٧٧٨	٥٨,٠٣
٢٨-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإقامة المهرجانات الرياضية	٢,١١٦	٠,٦٨٦	٧٠,٥٣
٢٩-	ممارسة النشاطات الترويجية تزيد الفرد بالخبرات المتنوعة	٢,٤٧٦	٠,٨٩٣	٨٢,٥٣
٣٠-	التجوال يعد من النشاطات الترويجية	١,٦٨٤	٠,٩١٣	٥٦,١٣
٣١-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد وصل المتخصصين فى مجال الترويج	١,٨٧٤	٠,٩٥٦	٦٢,٤٧
٣٢-	الترويج يزيد من فرص النجاح فى التحصيل الدراسى بالفرق التعليمية	١,٩٩٢	٠,٨٦٩	٦٦,٤٠
٣٣-	الترويج الجماعى يساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة	١,٨٩٨	٠,٦٧٥	٦٣,٢٧

يوضح جدول (٤٦) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية (صف ضابط- جنود) فى قياس بعد الإتجاه نحو أهمية الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٣,٦٧ % و ٥٦,١٣ % .

جدول (٤٧)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية

فى بعد الإتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج

لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٣٤-	النشاطات الترويجية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات ايجابية	٢,٣٩٣	٠,٧٩٨	٧٩,٧٧
٣٥-	يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء	٢,٢٥٩	٠,٩٢٠	٧٥,٣٠
٣٦-	يتيح الترويج للفرد الفرصة لاكتساب قيم واتجاهات تربوية	٢,٢٠٦	٠,٨٥٨	٧٣,٥٣
٣٧-	يقتصر الترويج على ذوى الدخل المرتفع	٢,٢٨٩	٠,٨٣٨	٧٦,٣٠
٣٨-	الترويج لا ينمى أى موهبة لدى الفرد	٢,٤٩٦	٠,٦٥٦	٨٣,٢٠
٣٩-	النشاطات الثقافية ليست نشاطات ترويجية	٢,٣٠٤	٠,٦٠٩	٧٦,٨٠
٤٠-	ليس من الأهمية أن تشجع قوات حرس الحدود إجراء البحوث فى الترويج	٢,٢٢٦	٠,٩٤٠	٧٤,٢٠
٤١-	توجد بعض أنواع الترويج التى تلحق الضرر والأذى بالفرد أو بالآخرين	١,٨٨٢	٠,٨٧٨	٦٢,٧٣
٤٢-	الترويج ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد	٢,١٤٧	٠,٧٠٦	٧١,٥٧
٤٣-	الهوايات العلمية لا تعد من النشاطات الترويجية	٢,٠٤٣	٠,٨٨٩	٦٨,١٠
٤٤-	ليس من الضروري أن تهتم قوات حرس الحدود بوضع برامج ترويجية للأفراد	١,٧٨٢	٠,٨٣٨	٥٩,٤٠
٤٥-	يعد الترويج مضيعة لوقت الفرد	١,٧٦٩	٠,٦٥١	٥٨,٩٧
٤٦-	الترويج ليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ	١,٧٢٠	٠,٦٨٧	٥٧,٣٣
٤٧-	الفنون ليست من النشاطات الترويجية	١,٨٩٦	٠,٧٨٦	٦٣,٢٠
٤٨-	ليس من الأهمية أن تعمل قوات حرس الحدود على توفير وسائل الترويج للأفراد	٢,٥٠٨	٠,٦١٤	٨٣,٦٠
٤٩-	يقتصر الترويج على ذوى المهارات العالية	١,٧٣٣	٠,٩١٧	٥٧,٧٧
٥٠-	الترويج ليس له دور فى زيادة الترابط الجماعى بين الأفراد	١,٧٧١	٠,٧٣٣	٥٩,٠٣

يوضح جدول (٤٧) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية (صف ضابط- جنود) فى قياس بعد الإتجاه نحو أوجه طبيعة نشاط الترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٨٣,٦٠% و ٥٧,٧٧% .

جدول (٤٨)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة
الكلية فى بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج
لمقياس الاتجاهات

ن = ١٠٠٠

م	العبارات	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	النسبة %
٥١-	التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٧١٨	١,٧٠٤	٩٠,٦٠
٥٢-	لا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بإعداد برامج ترويجية فى القطاعات البرية والساحلية	٢,٨٩١	٠,٣٧٠	٩٦,٣٧
٥٣-	الهاويات الترويجية مرهبة ولا تحتاج الى تعليم أو توجيه	٢,٧٨٨	٠,٨٥٦	٩٢,٩٣
٥٤-	الترويج لا يسهم فى تنمية المعرفة لدى الفرد	٢,٤٤٩	٠,٧٥٣	٨١,٦٣
٥٥-	زيارات المتاحف العسكرية لا تنتمى الى النشاطات الترويجية	٢,٥١٤	٠,٨٢٧	٨٣,٨٠
٥٦-	ليس بالضرورة ان تعمل قوات حرس الحدود على التوسع فى إنشاء المكتبات	٢,٦١٦	٠,٥٨٢	٨٧,٢٠
٥٧-	الجنود فقط هم الذين فى حاجة الى الترويج	٢,٤٢٢	٠,٧٦٢	٨٠,٧٣
٥٨-	الترويج لا يساعد على اتاحة الفرصة للفرد للابتكار وللإبداع	٢,٤٤٣	٠,٦٨٤	٨١,٤٣
٥٩-	المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا يعد نشاطاً ترويجياً	٢,٩٣١	٠,٣١٩	٩٧,٧٠
٦٠-	ليس من الأهمية ان تهتم قوات حرس الحدود بتمويل المشروعات الترويجية فى القطاعات	٢,٧٧١	٠,٦١٩	٧٢,٥٧
٦١-	فى وقت الترويج يحق للفرد فعل كل ما يروق له من تصرفات وأفعال	١,٦٤٣	٠,٨٩١	٥٤,٧٧
٦٢-	الترويج لا يتيح للفرد الفرصة لاكتساب أنماط جديدة من السلوك	١,٨٩٢	٠,٨٨١	٦٣,٠٧
٦٣-	استضافة الأصدقاء ليست نوعاً من النشاطات الترويجية	١,٤٧١	٠,٧٠٤	٩٤,٠٣
٦٤-	ليس بالضرورة ان تقوم قوات حرس الحدود بتنظيم المعارض الفنية	١,٧٦١	٠,٨٤٩	٥٨,٧٠
٦٥-	العمل الجاد المتواصل أفضل للفرد من الترويج	١,٧٧٤	٠,٦٩٧	٥٩,١٣
٦٦-	النشاطات الترويجية التى تقتصر على المشاهدة تعد نشاطات إيجابية للفرد	١,٧٤٧	٠,٨٣٥	٥٨,٢٣
٦٧-	ليس من الأهمية ان تتوسع قوات حرس الحدود فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهاويات الترويجية	٢,٠٥١	٠,٩٦٩	٦٨,٣٧

ضح جدول (٤٨) المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والنسبة المئوية للعينة الكلية (صف ضابط-
ود) فى قياس بعد الإتجاه نحو إهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج لمقياس الاتجاهات ، وقد تراوحت
النسب المئوية لعبارات هذا البعد بين ٩٧,٧٠٪ و ٥٤,٧٧٪ .

ثانياً: مناقشة النتائج

يتضح من الجدول رقم (٧) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد أول) في بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات ١ ، ٢ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ١٠ ، ١١ ، حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وقد كانت تؤكد على أن الترويح من الأنشطة الضرورية لأفراد حرس الحدود ويعد وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ وإلشباع ميل الفرد للهواية وللمشاركة في المعسكرات وتنمية الصحة الشخصية .

لذا يرى الباحث أن قوات حرس الحدود لديها فهم مطلق وغير تفصيلي نحو مفهوم الترويح بأنه نشاط يمارس في وقت الفراغ ويعمل على إستعادة الفرد ويبعث على السرور والمرح وهو نشاط رياضي تلقائي غير منظم يعبر فيه الفرد عن ذاته .

بينما العبارات أرقام ٣ ، ٩ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٦ قد حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح من الأنشطة التي تمارس بلا هدف وبلا تركيز وبلا تنظيم في حفلات السمر ليتخلص الفرد من القلق والتوتر مع أهمية التركيز على تعليم الأفراد المهارات الحركية والأشتراك في المعسكرات الميدانية ومشاهدة البرامج التليفزيونية .

لذا يرى الباحث أن قوات حرس الحدود ليس لديهم فهم متعمق لمفهوم وفلسفة الترويح وأنواع مناشطه وخصائصه ومستوياته .

يتضح من الجدول رقم (٨) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد أول) في بعد الاتجاه نحو أهمية الترويح أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٥ ، ٢٩ وتانى حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح هو نشاط يحقق السرور ويجدد حيوية الفرد في وقت فراغه ويعالج الفرد نفسياً من خلال بعض الأنشطة التي لديها مدلول ترويحى لدى القوات مثل أنشطة الخلاء والمعسكرات .

ولقد كانت السباحة ذات صبغة واتجاه ترويحى في آراء القوات وذلك لوضوح معناها السطحي لديهم على أنها ترفيه ومنتعة وسرور .

لذا يرجع الباحث تحقيق هذه العبارات لهذه النسبة نتيجة الثقافة المميزة للقوات برتبة مساعد والتي تؤكد على وضوح معنى الترويح بشكل سطحي جداً ولكنه يتناسب لحد ما مع طبيعة العمل الذي يقومون به داخل وحداتهم . ويؤكد على علاقة العمل بالترويح .

بينما العبارات أرقام ٢٤ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ والتي حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ كانت تؤكد على وجوب الاهتمام بالنشاط الترويحى من قبل المسئولية من خلال تقديمه في البرامج التليفزيونية ووجود مشرفين مؤهلين متخصصين فيه وإقامة المهرجانات الرياضية شبه أهمية في التحصيل العلمى والتعليمى وتحقيقه للتوافق الاجتماعى بين الجماعات .

لذا يرى الباحث أن القوات هنا تتجه نحو الترويح كمعنى ومفهوم ونشاط يتجه في الاتجاه المضاد للعمل داخل القوات المسلحة وهو اتجاه صحى نفسى ايجابى لو تم دراسته من خلال العلم وعلاقته بالترويح ووقت الفراغ وآثار ذلك على الفرد عموماً وخاصة في وقت الفراغ المقتن المحدد .

يتضح من جدول (٩) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد أول) نحو بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه الأنشطة الترويحية أن العبارات أرقام ٢٤ ، ٢٦ ، ٢٩ ، ٤٨ ، ٤٩ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح نشاط ايجابي تروى غير فنى يمارسه الأفراد دون رقابة وتوجيه .

لذا يرجع الباحث تأكيد هذه العبارات لهذا المعنى من خلال أفراد رتبة (مساعد أول) للوعي الكامل لديهم بالنظم والتقاليد المتبعة فى داخل الوحدات للقوات وإحساسهم باستمالة "الاستجابة لتوفير القوات لمختلف أنواع الأنشطة أو هى مجرد الإشراف عليها .

بينما العبارات أرقام ٣٥ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٥٠ .

حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح ليس له دور حيوى سوى قضاء وقت الفراغ مع بعض التحفظات حول أنه لا ينمى المهبة ولا يحقق الترابط الاجتماعى وليس نشاط علمى ولا ينمى بالضرورة القدرات العقلية ولا يحتاج لوضع برامج لتحقيقه .

لذا يرى الباحث تأكيد هذه المعانى من هذه العبارات واضح نتيجة لثقافة الترويح السطحى الضحلة لأفراد القوات المسلحة نحو طبيعة أوجه الأنشطة الترويحية مما يؤكد على عدم الوعي بالنشاط الترويحي وطبيعته .

يتضح من الجدول (١٠) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد أول) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويح أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٩ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح نشاط من داخل الفرد بحريته وليس للقوات أدنى دور فى توجيه هذا النشاط ورعايته سواء من خلال إنتشار مكاتب أو مشروعات خدمة بيئة أو غيره .

لذا يرى الباحث بخبرته وتواجده داخل القوات أن هذه الآراء صريحة وواضحة وتؤكد على الحذر من تدخل القوات فى رعاية أو الأشراف على الأنشطة الترويحية من جهة ومن جهة أخرى تؤكد هذه العبارات على أن الترويح لا يزال بمفهومه الضيق الذاتى الفردى فى عقول أفراد القوات .

بينما العبارات أرقام ٥٨ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ ، ٧٦ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويح ليس من اختصاصات القوات للاهتمام به وتحويله ولل فرد الحق فى فعل كل ما يروق له أثناء النشاط الترويحي الذى لا يتيح الفرصة لإكتساب أنماط جديدة ولا تعتبر استضافة الأصدقاء نوع من المناشط الترويحية وأيضاً ليست المعارض الفنية وتنظيمها نوع من المناشط الترويحية وعموماً العمل المتواصل أفضل من الترويح .

لذا يرى الباحث مدى التدنى الواضح فى الفهم لأهمية ومعنى وخصائص ومناشط الترويح وأهمية تحويله والإشراف عليه .

يتضح من جدول (١١) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويج أن العبارات أرقام ١ ، ٢ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ١٠ ، ١١ ، ١٣ ، ١٥ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويج نشاط جيد ومميز لاستثمار وقت الفراغ وتشجيع ميل الفرد للهواية ولأن من اهتمام القوات به وتدعيمه من خلال معسكرات العمل والرياضة للجميع ومشاهدة البرامج التليفزيونية . لذا يرى الباحث أن هناك فهم يتميز بوعى لأفراد هذا الاتجاه نحو أهمية ونوعية المناشط الترويحية بينما العبارات أرقام ٣ ، ٥ ، ٨ ، ١٢ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وكانت تؤكد على الترويج نشاط يمارس فى حفلات السمر لجميع المراحل العمرية من خلال اهتمام القوات بتمويله وتجهيز منشآت للممارسة فيها وتعليم المهارات الحركية حيث يخلص من التوتر والقلق النفسى . لذا يرى الباحث أن هذه العبارات حققت هذه النسبة نتيجة اتجاه مفهوم الافراد نحو الترويج بمعناه الفردى الذاتى الذى يمارس تلقائيا بغير تنظيم ويجضع لمزاج الفرد دون توجيه أو تدعيم أو تشجيع .

يتضح من جدول (١٢) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٤ ، ٢٩ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وكانت تؤكد على أن الترويج سارة تجدد حيوية الفرد وتعالجه نفسياً وتزيد من خبراته المتنوعة ويجب الاهتمام من جانب القوات بتمويل الترويج ورعاية وعمل برامج له من خلال الإعلام . بينما العبارات أرقام ١٩ ، ٢٥ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج نشاط من أنشطة الخلاء ويجب أن تهتم القوات بإقامة مهرجانات رياضية من خلاله والممارسين للنشاط الترويحي أقل تعرض للإصابة بالأمراض من الذين لا يمارسون من خلال الاستماع للتسجيلات الصوتية والتجوال لتحقيق الترويج للتوافق بين الجماعات وزيادة التحصيل العلمى والتعليمى على أيدي خبراء وإشراف متخصصين .

يتضح من جدول (١٣) والذي يتضمن آراء رتبة (مساعد) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج أن العبارات أرقام ٣٩ ، ٤٨ ، ٤٩ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج نشاط لا يتضمن الأنشطة الثقافية وليس على القوات أن توفر وسائل للترويج حيث أن يقتصر على ذوى المهارات العالية .

لذا يرى الباحث أن تأكيد هذه العبارات لهذا المعنى وهو طبيعة أوجه النشاط الترويحي يرجع لعدم الاهتمام بالأنشطة المعرفية والثقافية التى قد تتفق وواقع القوات وظروف عملها بحيث أنه لا يوجد اهتمام بالأنشطة الترويحية عموماً فكيف الاهتمام بالنشاط الترويحي الثقافى .

بينما العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت العبارات على أن الترويج يمارس بأنشطة إيجابية

ويتيح للفرد إكتساب قيم واتجاهات تربوية ولكنه لا ينمى المهوبة وتقتصر على ذوى الدخل المرتفع وأحياناً هناك أنشطة قد تلحق الأذى بالفرد والمجتمع ولكنه ليس له دور فى تنمية القدرات العقلية للفرد وليست النشاطات العلمية من الأنشطة الترويحية وليس للترويح هدف سوى قضاء وقت الفراغ وإلا أصبح مضيعة للوقت . ولا يجب أن تهتم القوات بوضع برامج ترويحية بقدر اهتمام بتوفير خدمات ترويحية فى مناطق الخلاء .

ويتضح هنا أن الاهتمام بطبيعة أوجه النشاط الترويحي يفتقر للفعالية والايجابية والغرضين حيث هناك تداخل واضح فى كيفية توظيف الأنشطة لخدمة الأهداف الترويحية .

يتضح من جدول (١٤) والذى يتضمن آراء رتبة (مساعد) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويح أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٥ ، ٥٩ ، ٦٧ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وقد أكدت على أن الترويح لا يبعث على التأمل حيق التأمل ليس من الأنشطة الترويحية والترويح موهبة لاتتاح لتعليم وزيارة المتاحف العسكرية لا ينتمى للنشاطات الترويحية وايضا مشروعات خدمة البيئة لذا يرى الباحث أنه لا بد من عمل برامج ترويحية ويكون ضمن محتواها التعريف بأهمية وخصائص وسمات وأهداف ومناشط النشاط الترويحي .

بينما العبارات أرقام ٥٤ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح لا يساعد على الابتكار ولا يسهم فى تنمية المعرفة للفرد وهو نشاط فردى ذاتى لا يكسب أنماط سلوكية جديدة .

لذا يرى الباحث ضرورة التوعية بأهمية الترويح ومعناه حيث أن طبيعة العمل داخل السلاح وأسلوبها تختلف فى معناها وفلسفتها عن معانى وأهداف وخصائص الترويح ويرجع ذلك لنقص الوعي بالنشطا الترويحي .

يتضح من جدول (١٥) المتضمن لآراء رتبة (رقيب أول) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات أرقام ١ ، ٢ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ١٠ ، ١١ ، ١٣ ، ١٥ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ ويشبع الميل للهواية ويتيح الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته ويسهم فى تنمية الصحة الشخصية من خلال أنشطة الرياضة للجميع التى يمارسها الفرد بإرادته بالإضافة لاهتمام القوات بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويح والمشاركة فى معسكرات العمل ومشاهدة البرامج التليفزيونية .

ويرجع الباحث ذلك لأن هذه العبارات تلقى قبولاً لدى العينة والأفراد نتيجة مناسبتها فى الصياغة والمعنى لما يدور فى أذهانهم نحو الترويح من أثر نشاط فردى ذاتى يشبع الهواية الاختيارية بارادة الفرد مع أهمية دعم القوات لترسيخ المعنى والمفهوم من خلال الأنشطة الواضحة داخل وحدات القوات مثل معسكرات العمل ومشاهدة البرامج التليفزيونية .

بينما العبارات أرقام ٣ ، ٥ ، ٨ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح من خلال حفلات السمر وهو ضرورة لجمع الأفراد فى مختلف المراحل العمرية مع اهتمام القوات بتوفير المنشآت الترويحية لمساعدة الفرد على التخلص من القلق والتوتر ودعم القوات وتشجيع فرص المشاركة للأفراد فى المعسكرات الميدانية .

ويرى الباحث أن ذلك يرجع لبساطة معنى الترويح لدى أفراد العينة (القوات) من خلال أن حفلات السمر هى نشاط يبعث على الفرح والترفيه لجميع الأفراد ومختلف أعمارهم وهو قيم بناء على دعم القوات والقيادات له وبالتالي فهذه النتيجة طبيعية طبقاً لظروف العمل داخل السلاح .

يتضح من جدول (١٦) المتضمن لآراء رتبة (رقيب أول) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويح أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٤ ، ٢٩ ، ٣٢ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يعد خبرة سارة ويجدد طاقة الفرد ويشترط ممارسته فى وقت الفراغ ويسهم فى العلاج النفسى ويزيد من خبرات الفرد وتنوعها ويزيد فرص النجاح فى التحصيل الدراسى مع ضرورة اهتمام القوات به وتدعيمه .

لذا يرى الباحث أن هذه النتيجة ترجع لبساطة العبارات وتناسبها لمستوى قدرات وفهم أفراد العينة حيث أن الترويح يتضمن السياحة كنشاط ترويحي وهو اتجاه يؤكد على بساطة المعنى فى فهم أفراد العينة .

بينما العبارات أرقام ٢٥ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٣ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يحقق لكبار السن ممارسته مع وجود تميز للأفراد الذين يمارسونه عن الذين لا يمارسونه من حيث قلة التعرض للإصابة بالأمراض وبعد الاستماع للتسجيلات الصوتية والمهرجانات الرياضية والتجوال من الأنشطة الترويحية التى تساعد على تحقيق التوازن والتوافق الاجتماعى مع ملاحظة الممارسة تحت إشراف ورعاية متخصصين مؤهلين من قبل القوات .

يتضح من جدول (١٧) المتضمن لآراء رتبة (رقيب أول) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويح أن العبارات أرقام ٣٩ ، ٤٨ ، ٤٩ قد حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح لا يتضمن أنشطة ثقافية ويقتصر على ذوى المهارات العالية ولا داعى لتوفير القوات لأدوات ووسائل ترويحية للأفراد .

ويرى الباحث أن هذا الاتجاه يؤكد على فهم الأفراد لذاتية واختيارية الأنشطة الترويحية وأنها لو تم تنظيمها وتوجيهها من قبل القوات سوف تفقد معناها الترويحي وهذا يعنى ضرورة الوعي بأهمية تنظيم الأنشطة الترويحية لتجنب الأنشطة السلبية الضارة وضرورة المرونة فى التنظيم والتوجيه من قبل القوات حتى لا تفقد الأنشطة الترويحية معناها نظراً لطبيعة ظروف العمل وأسلوب الحياة داخل وحدات القوات وأهمية ذلك بالطبع .

بينما العبارات أرقام ٣٢ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٥٠ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج لا يقتصر على ذوى الدخل المرتفع ويكسب قيم تربية ولكنه لا ينمى موهبة داخل الفرد ووجود أنشطة تلحق الضرر بالفرد والمجتمع ولا ينمى الترويج القدرات العقلية ويعد مضيعة للوقت وليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ وليس له دور فى زيادة الترابط الاجتماعى .

ويرجع الباحث تلك النتائج لاقتصاد الأفراد لمعرفة أهمية النشاط الترويجى بشكل متعمق من خلال برامج موجهة من قبل القوات وتبعاً لمفهومه لديهم وطبيعة حياتهم ونظام عملهم فهذا هو المنطلق الوحيد لمعنى الترويج لديهم إلا إذا كان هناك اتجاه عميق وإيمان قوى بأهمية الأنشطة الترويجية ومعناها ومفهومها فى زيادة كفاءة القوات فى جميع الاتجاهات .

يتضح من جدول (١٨) المتضمن لآراء عينة رتبة (رقيب أول) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج أن العبارات أرقام ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٥ ، ٥٧ ، ٥٩ ، ٦٠ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٥ ، ٦٧ قد حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على عدم ضرورة اهتمام القوات بإعداد برامج ترويجية لأن الهواية الترويجية موهبة لا تحتاج لتعليم ولأن زيارة المتاحف العسكرية لا تعد نشاطاً ترويحياً والمشاركة فى مشروعات خدمة البيئة لا تتيح فرصة لإكتساب انماط سلوكية جديدة لأنه ليس نشاط ترويجى ولا يجب أن تقوم القوات المشروعات الترويجية ولا تتوسع فى نشر مطبوعات خاصة بتعليم الهوايات الترويجية .

ويرجع الباحث ذلك لاعتبار أفراد العينة أن الترويج هو نشاط فردى غير قومى وغير موجه ولا يحتاج لتعليم أو توجيه حيث يعتمد على الموهبة ويرجع كل هذا للفهم السطحى لمعنى الترويج فى أنه نشاط مرح ولهو ولعب دون الاستفادة منه بشكل غير مباشر من خلال أهدافه فى زيادة كفاءة الأفراد وخاصة الذين يعملون فى الحقل العسكرى المتميز بصرامته ونظامه الدائم الذى يحتاج لأنشطة ترويجية موجهة لا تفقد معناها وخصائصها الترويجية .

بينما العبارات ٥١ ، ٥٤ ، ٥٦ ، ٥٨ ، ٦١ ، ٦٤ ، ٦٦ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن التأمل لا يعد نشاطاً ترويحياً ولا يسهم الترويج فى تنمية المعرفة ولا يساعد على الابتكار وتعتبر الانشطة مقتصرة على المشاهدة وتعتبر ايجابية ويحق للفرد أن يفعل ما يحلو ويروق له أثناءها .

ويرجع الباحث هذه النتائج لأنه مردود طبيعى ونفسى وصحى بالمقارنة بنوع الأعمال ونظام العمل داخل وحدات القوات حيث كل شىء منظم ومنسق وموجه نحو أهداف معينة وكل ما يفعله الفرد بإرادته دون ارهاق لذهنه ودون تركيز حتى لو مجرد المشاهدة التليفزيونية يعتبر مرح ولهو ولعب وترويج .

يتضح من جدول (١٩) المتضمن لآراء رتبة (رقيب) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات أرقام ١ ، ٢ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ١٠ ، ١١ ، ١٣ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح وسيلة جيدة لاستثمار وقت الفراغ وتشجيع الهواية وبتيح الفرصة لتعبير الفرد عن نفسه ويسهم فى تنمية الصحة الشخصية للفرد مع مراعاة اهتمام القوات بتكوين اتجاهات تربية للأفراد نحو الترويح والاشتراك فى معسكرات العمل .

ويرجع الباحث ذلك لأن أفراد العينة يؤكدون وجهة نظرهم نحو أهمية الترويح وضرورة تدعيم القوات لوجهة النظر ههذ حتى يتسنى للجميع ممارسة الترويح بشكل طبيعى .

بينما العبارات أرقام ٣ ، ٥ ، ٧ ، ٩ ، ١٢ ، ١٤ ، ١٥ ، ١٦ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن المشاركة فى حفلات السمر لمختلف الأعمار تعتبر ترويح هادف مع اهتمام القوات بتوفير فرص لتعليم مهارات حركية حيث يسهم النشاط الترويحي فى التخلص من التوتر والقلق عن طريق المعسكرات الميدانية .

يرى الباحث اتجاه الأفراد نحو نوعية هذه الأنشطة نظراً لآفاق واتجاهات الأفراد الغير متشعبة وغير منسقة من خلال حفلات سمر ومعسكرات ميدانية وتعليم مهارات حركية رياضية

يتضح من جدول (٢٠) المتضمن لآراء رتبة (رقيب) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويح أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٤ ، ٢٥ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٢٩ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يعد خبرة سارة ويسهم فى تجديد حيوية الفرد من خلال أنشطة الخلاء الممولة والموجهة من قبل القوات أثناء وقت الفراغ للمساعدة فى العلاج النفسى كوظيفة وخاصة من خصائص الترويح لجميع الأعمار حتى كبار السن وعن طريق برامج ترويحية من خلال الإعلام والإستماع للتسجيلات الصوتية لزيادة خبرات الفرد وتنوعها .

بينما العبارات ٢٦ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يساعد من يمارسونه على أن يكونوا أقل عرضه للإصابة بالأمراض أكثر من غير الممارسين والتجوال نشاط ترويحي ويزيد الترويح من فرص النجاح والتحصيل الدراسى ويساعد على تحقيق التوازن الاجتماعى من خلال اهتمام قوات حرس الحدود بإعداد وصقل متخصصين فى مجال الترويح .

ويرجع الباحث هذه النتائج إلى أن العبارات هنا تحتاج لوعى فى فهمها ولاستماع أفق وتخطب من لديه فكر وعمق ذهنى تجاه الترويح وفلسفته وأهدافه وهذا يؤكد على أن هؤلاء الأفراد ليس لديهم الفكر والفلسفة والوعى النااضج بمناسط الترويح وأهميتها وتوجيهها . يتضح من جدول (٢١) المتضمن لآراء العينة برتبة (رقيب) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويح أن العبارات أرقام ٣٧ ، ٣٨ ، ٣٩ ، ٤٤ ، ٤٧ ، ٤٨ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يقتصر على ذوى الدخل المرتفع ولا ينمى موهبة وليس من الضرورى اهتمام القوات بوضع برامة ترويحية وتوفير أدوات ترويحية حيث

الفنون ليست أنشطة ترويحية ويرجع الباحث تلك النتائج على معنى الترويح داخل أذهان أفراد العينة وارتباطه بزيادة وقت الفراغ وإرتباطه وعلاقته بالعمل حيث أنهم يؤكدون على أن ذوى الدخل المرتفع لا يحتاج أعمال إضافية وبالتالي يحتاج فرص زيادة فى قضاء فراغه فى أنشطة ترويحية ترفيهية وأن طبيعة عمل أفراد قوات حرس الحدود لا تسمح لهم وبالتالي للقوات بالعمل على توفير برامج أو أدوات ترويحية وهنا نستخلص تأكيد على عدم الفهم بأهمية الترويح ومعناه وأنشطة الترويح المختلفة .

بينما العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٣ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٩ ، ٥٠ . حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح أنشطة إيجابية جميعها تتيح إكتساب قيم واتجاهات تربوية وليس هناك أهمية لإجراء بحوث فى الترويح لعدم جدوى دوره فى تدعيم قدرات عقلية الهويات العلمية ليست أنشطة ترويحية وليس له دور فى زيادة الترابط الاجتماعى .

يرى الباحث أن معنى الترويح وأهميته وخصائصه وأنشطته لم تحتل موقعها فى أذهان وحياة هؤلاء أفراد العينة .

يتضح من جدول (٢٢) المتضمن لآراء العينة برتبة (رقيب) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويح أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٩ ، ٦٠ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح لا يتعب من أنشطته التأمّل ويجب عدم اهتمام القوات ببرامجه لأنه لا يسهم فى تنمية معرفية وليست زيارة المتاحف العسكرية أنشطة ترويحية وأن الجنود فقط هم الذين يحتاجون الترويح وليس من الأهمية انشاء مكاتب والتوسع فى تمويل المشروعات الترويحية .

يرجع الباحث تلك النتائج لأن الترويح فى مفهوم هؤلاء الأفراد قوات حرس الحدود يعنى فرح وبهجة وسرور وذلك للجندى وصف الضابط الذى يعتبر الشريحة المنفذة الفعلية لكل الأعمال داخل القوات ونظراً لطبيعة الجندى لا يعتبر التأمّل نشاطاً ترويحياً مختار بالوليس إرادى واذا تم توجيه هذه الأنشطة من قبل القوات لن تصبح أنشطة ترويحية .

بينما العبارات أرقام ٥٨ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ ، ٦٧ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح لا يساعد على الابتكار والإبداع ولا يتيح فرصة لإكتساب أنماط سلوكية جديدة ويعتبر العمل المتواصل أفضل للفرد من الترويح ولا يجب اهتمام القوات بالتوسع فى نشر مطبوعات ترويحية ولا تنظيم مشروعات فنية .

يتضح من جدول (٢٣) لأراء العينة برتبة (عريف) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويج أن العبارات أرقام ٢ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ١٠ ، ١٣ ، ١٥ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج يشبع ميل الفرد للهواية مع ضرورة اهتمام القوات بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويج فى مختلف المراحل العمرية وذلك بدعم أنشطة المعسكرات والمشاركة فيها لتنمية الصحة الشخصية والرياضة للجميع التى يقبل عليها الفرد كأنشطة ترويحية بإرادته ومشاهدة البرامج التليفزيونية .

ويرى الباحث أن هذه النتائج لهذه العينة توضح فهمهم للترويج على أنه هواية تمارس بإرادته للفرد ولا بد من تدعيم القوات لذلك من خلال تكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الممارسة لمختلف الأعمار .
بينما العبارات أرقام ١ ، ٣ ، ٩ ، ١١ ، ١٢ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ وهو نشاط هادف كالرياضة للجميع منع ضرورة اهتمام وتشجيع القوات لإشتراك الأفراد فى المعسكرات الميدانية وتعليم المهارات الحركية .
لذا يرى الباحث ضرورة تدعيم الأنشطة الترويحية وبيان اهدافها وتشجيع القوات لممارستها والتوعية باهمية استثمارها لقضاء وقت الفراغ بشكل ايجابى ناضج مثمر .

يتضح من جدول (٢٤) لأراء عينة (عريف) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج أن العبارات أرقام ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٥ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٨ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن أنشطة الخلاء أنشطة ترويحية والأنشطة الترويحية مثل السباحة يمارسها كبار السن أيضاً وتمارس فى أوقات الفراغ وايضا التجوال حيث لا بد من اهتمام القوات باقامة المهرجانات الرياضية وتقديم برامج ترويحية من خلال الإعلام لأنها تزيد فرص النجاح والتحصيل الدراسى .

لذا يرى الباحث أن القوات هى المسئولة عن توفير سواء برامج أو مهرجانات للأنشطة الترويحية مع تأكيد على أن السباحة نشاط ترويحى نظراً لوضوح مفهومها كنوع من أنواع الترويج برغم ثقل وعمق مفهومها الترويحى الفلسفى المتعمق .

بينما العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ٢٤ ، ٣٣ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج خبرة سارة ويسهم فى تجديد حيوية الفرد وطاقته وأن وجوب الاهتمام به يأتى فى المرتبة الأولى على عاتق القوات لمساعدته فى تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة ويرى الباحث أن مدلول هذا يرجع إلى أن فئة (العريف) هى أدنى درجات صف الضابط وأقلها خبرة فى الفئات العسكرية للقوات بخلاف الجنود طبعاً .

يتضح من جدول (٢٥) لآراء عينة (العريف) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويج أن العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٨ ، ٥٠ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الأنشطة التى يمارسها الأفراد والمتميزة بأنها أنشطة ترويجية تعد أنشطة إيجابية ويجب أن ينصب إهتمام القوات على توفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء مع اقتصار ممارسة الترويج على ذوى الدخل المرتفع حيث لا يعمل على تنمية مواهب ولا تعد الهوايات العلمية أنشطة ترويجية مع عدم أهمية توفير القوات سواء لبرامج ترويجية أو وسائل ترويجية للأفراد .

ويتضح هنا للباحث مدى تضارب النتائج فى هذه العبارات لهذا الجدول وتجد هنا مدى التنافس الذى يؤكد على عدم بللورة مفهوم وطبيعة وأهمية أوجه الأنشطة الترويجية لدى هذه العينة .

بينما العبارات أرقام ٣٦ ، ٣٩ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٩ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج يتيح الفرصة لإكتساب قيم واتجاهات تربوية مع عدم احتوائه على أنشطة ثقافية أو فنية ووجود بعض الأنشطة الترويجية الضارة وهو مضيعة للوقت ويقتصر على ذوى المهارات العالية . ويرى الباحث هنا مدى وجوب التأكيد على أنواع المناشط المختلفة للترويج وأهميتها التربوية وشمولها جميع الطوائف مع اختلاف الاختيارات تبعاً لتوجيهات تربوية معينة .

يتضح من جدول (٢٦) لآراء العينة (عريف) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٨ ، ٥٩ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٤ ، ٦٦ ، ٦٧ حققت نسبة أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاط ترويجي وأيضاً زيارة المتاحف العسكرية ولا المكتبات حيث لا يساعد الترويج على القدرة على الابتكار ولذا لا يجب الاهتمام من قبل القوات وتمويله حيث لكل فرد الحق فى قضاء وفعل ما يروق له فى النشاط الترويجي ولا داعى لتنظيم معارض فنية ولا نشر مطبوعات لتعليم الهوايات الترويجية .

ويرى الباحث هنا أن أفراد العينة لديهم ميل شديد نحو الأنشطة البدنية الرياضية الحركية والتى لا تحتاج لتأكيدها أو تدعيمها أو الإعلام عنها بعكس الأنشطة الترويجية للأفراد والتى تعتبر وفق وجهة نظرهم ليست أنشطة ترويجية كزيارة المتاحف والمكتبات والمعارض الفنية وهكذا إفتقار واضح لمعنى الترويج وأنشطته وخصائصه يحتاج دعم شامل من قبل القوات

بينما العبارات أرقام ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٧ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٥ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الهوايات الترويجية موهبة لا تحتاج لتعليم ولا يساهم الترويج فى تنمية معرفية للفرد ولا يتيح للفرد إكتساب أنماط سلوكية جديدة ولا تعتبر إستضافة الأصدقاء نشاط ترويجي وعموماً العمل الجاد هو أفضل من الترويج الذى يحتاجه الجنود فقط .

ويرى الباحث مدى إفتقار العينة هنا للهوية الترويجية تماماً مما يعكس مدى حاجتهم لتنمية تربوية ترويجية عملية ونظرية .

يتضح من جدول (٢٧) لآراء عينة الجنود (مؤهل عال) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات أرقام ٢ ، ٤ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ٩ ، ١٠ ، ١٣ ، ١٥ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يشبع ميل الفرد للهواية من خلال تعبير الفرد عن ذاته والمشاركة فى معسكرات العمل الميدانية حيث الترويح نشاطاً هادف يسهم فى تنمية الصحة الشخصية ويمارسه الفرد بإرادته مثل برامج التليفزيونية مع أهمية اهتمام وتدعيم قوات حرس الحدود باشتراك الأفراد بالمعسكرات الميدانية وتكوين اتجاهات تربوية إيجابية لديهم .

ويرى الباحث هنا مدلول الثقافة التعليمية وأثرها على النضج العقلى والفهم المتسع الأفق لدى جنود المؤهل العالى فى معرفة ماهية وأهمية مفهوم الترويح . على الرغم من عدم الإلمام الكامل التفصيلى المتعمق لمختلف خصائص وسمات وأنواع الأنشطة الترويحية .

بينما العبارات أرقام ١ ، ٣ ، ٥ ، ١٠ ، ١٢ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ والمشاركة فى حفلات السمر تعتبر نشاط ترويحى وضرورة الترويح لمختلف المراحل العمرية وأن الرياضة للجميع نشاط ترويحى مع اهتمام القوات بتعليم الأفراد المهارات الحركية .

ويرى الباحث هنا أنها نظرية تتفق والفهم الغير متعمق فى مختلف مناشط الترويح ويؤكد على النظر للترويح ناحية أهمية الفرد وليس للمجتمع وهو اتجاه مقبول إذا ما قورن بالاتجاه السابق ولكنه يحتاج لمزيد من الإيضاح لأهمية استثمار الترويح فى خدمة الجماعة والقوات عموماً .

يتضح من جدول (٢٨) لآراء عينة الجنود (مؤهل عال) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويح أن العبارات أرقام ١٩ ، ٢٠ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٥ ، ٢٨ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح لا يتضمن أنشطته الخلاء بعكس السباحة ويمكن استخدام الترويح فى العلاج النفسى ويحق لكبار السن للإشتراك فيه مع أهمية التجوال كنشاط ترويحى حيث يزيد الترويح من فرص النجاح والتحصيل الدراسى ويزيد التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعات وأهمية تمويل القوات ورعايتهم وأقامتهم للأنشطة الترويحية وصقل وإعداد المتخصصين فى مجال الترويح .

ويرى الباحث مدى تأثير التعليم والثقافة على فهم الأفراد لأهمية مفهوم النشاط الترويحى برغم عدم الفهم الكامل ولكنه فهم يحتاج فقط لتفسير الأهمية لتتضح باقى سمات ومعالم وخصائص ومهام وأهداف النشاط الترويحى.

بينما العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ٢١ ، ٢٤ ، ٢٦ ، ٢٧ ، ٣٣ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح خبرة سارة ويسهم فى تجديد طاقات الفرد ويشترط ممارسته فى وقت الفراغ مع اهتمام القوات بتوفير برامج ترويحية ولأن الممارسة للأنشطة الترويحية يكونون أقل عرضة للإصابة بالأمراض بعكس الغير ممارسين .

ويرى الباحث هنا مدى تجلى الفهم فى اتجاه واحد ناحية النشاط الترويحى البدنى الحر من قبل أفراد العينة حيث يقتصر فهم النشاط الترويحى على النشاط الحر دون بقية الأنشطة المختلفة الأخرى للترويح

يتضح من جدول (٢٩) لآراء عينة الجنود (مؤهل عال) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه نشاط الترويح أن العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٨ ، ٣٩ ، ٤٠ ، ٤٣ ، ٤٨ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الأنشطة الترويحية التى يمارسها الفرد تعد نشاطات إيجابية مع التأكيد على أن الترويح لا ينمى مواهب الفرد والأنشطة الثقافية والهوايات العلمية ليست أنشطة ترويحية مع اهتمام القوات بتوفير خدمات ترويحية للأفراد فى منطقة الخلاء مع أهمية توفير وسائل ترويحية من قبل القوات للأفراد وهو معنى متضارب .

لذا يرى الباحث ضرورة توضيح معنى الترويح ومناشط الترويح بشكل فعال وإيجابى لتفادى هذا التضارب الذى يعنى أن هناك تداخل فى مفاهيم الترويح لدى أفراد العينة .

بينما العبارات أرقام ٣٦ ، ٣٧ ، ٤١ ، ٤٢ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٩ ، ٥٠ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يعمل على إكساب قيم واتجاهات إيجابية تربوية ويقتصر على ذوى الدخل المرتفع ولكنه لا ينمى المواهب لدى الأفراد لذا ليس من الأهمية إجراء بحوث فى هذا المجال .
ولذا يرى الباحث ضرورة ترسيخ مفاهيم الترويح التربوية والإيجابية وشموله لجميع الفئات والمستويات مع اختلاف المناشط وذلك لأفراد العينة والقوات عموماً .

يتضح من جدول (٣٠) لآراء عينة الجنود (مؤهل عال) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويح أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٥٩ ، ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٤ ، ٦٦ ، ٦٧ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ على أن التأمل فى الطبيعة لا يعد نشاط ترويحى والهوايات الترويحية موهبة لا تحتاج تعليم ولا يسهم الترويح فى تنمية معرفية للأفراد وليس هناك ضرورة للتوسع فى إنشاء مكاتب مع أهمية المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة والترويح يحق للفرد فيه فعل كل ما يروق له وجنودهم الذين يحتاجون الأنشطة الترويحية ولا يجب أن تهتم قوات حرس الحدود بأن البرامج الترويحية وليس من الأهمية التوسع فى نشر المطبوعات الخاصة بتعليم الهوايات الترويحية مع عدم أهمية التمويل من قبل القوات للبرامج الترويحية .

لذا يرى الباحث أن هناك تضاد فى بعض العبارات ويرجع ذلك لعد فهم العينة للعمق الفلسفى لمعنى الترويح بالإضافة لخصائص النشاط الترويحى وأهميته .

بينما العبارات أرقام ٥٥ ، ٦٣ ، ٦٥ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن زيارة المتاحف العسكرية ليست نشاط ترويحى وإستضافة الأصدقاء ليست نشاط ترويحى والعمل الجاد عموماً أفضل من الترويح .

ويرى الباحث هنا عدم فهم لمفهوم وأهمية الترويح وماهية مناطه وأنواعها مما يعكس ضروة الاهتمام بالتنوعىة بالترويح وأهميته وسماته وأنواعه .

يتضح من جدول (٣١) لآراء عينة جنود (مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات أرقام ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ١٥ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكد على أن الترويح وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ ويشبع ميل الفرد للهواية من خلال المشاركة فى حفلات السمر وضروته لجميع المراحل العمرية ويتيح الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته فى المشاركة فى المعسكرات الميدانية واهتمام القوات بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويح .

ويرى الباحث هنا أن هذه العينة لديها نضج وفهم ووعى ترويحى مميز على الرغم من عدم المامهم بأنواع المناشط الترويحية أو بعائدها على الفرد وأهمية تنظيمها .

بينما العبارات أرقام ٩ ، ١٠ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح من الأنشطة الهادفة ويسهم فى تنمية الصحة الشخصية مع وجوب الاهتمام من قبل القوات بتعليم الافراد للمهارات الحركية وإقبال الفرد على الممارسة بارادته ومساعدة الترويح للفرد على التخلص من القلق والتوتر وتشجيع القوات للأفراد على الاشتراك فى المعسكرات الميدانية .

ويرى الباحث هنا أهمية دعم وتأهيل مفهوم الترويح لدى الأفراد حيث يفتقر الأفراد هنا لابلسط معانى الترويح من حيث الاختيارية وأهميته وهادفيته واهدافه ونتائجه .

يتضح من جدول (٣٢) لآراء عينة جنود (مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويح أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٤ ، ٢٥ ، ٢٦ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح خبرة سارة ويسهم فى تجديد حيوية وطاقاة الفرد وقيمه فى وقت الفراغ ويسهم فى العلاج النفسى والسباحة والمناشط الترويحية مع وجوب اهتمام السلاح بتمويل المشروعات الترويحية وتقديم برامج ترويحية وأحقيته مشاركة كبار السن فى النشاط الترويحى .

يتضح من جدول (٣٣) لآراء عينة الجنود (مؤهل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه النشاط الترويحى أن العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح يقتصر على ذوى الدخل المرتفع ولا ينمى موهبة لدى الأفراد والأنشطة التى يمارسها الفرد تعد أنشطة إيجابية ويتيح الترويح الفرصة لإكتساب قيم واتجاهات تربوية مع اهتمام القوات بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء مع وجود بعض الأنشطة الترويحية الضارة للفرد والمجتمع .

لذا يرى الباحث أن العينة فى هذه العبارات قد أوضحت تفهم وفم لطبيعة الأنشطة الترويحية من حيث الكم وليس الكيف بحيث توفير خدمات ووجود أنشطة ضارة وأنشطة إيجابية مما يعنى ضرورة التوعية بنوعية الأنشطة الترويحية .

بينما العبارات أرقام ٣٩ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٨ ، ٤٩ ، ٥٠ حققت نسبة مئوية أقل

من ٧٥٪ وأكدت على عدم الاهتمام بوضع برامج ترويحية وأن الترويح مضيعة للوقت وليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ وتقتصر ممارسته على ذوى المهارات العالية وليس له دور فى زيادة الترابط الاجتماعى .

يرى الباحث هنا أن هناك اتجاه نحو فهم واستيعاب لمعنى ومفهوم وأهمية وطبيعة ونوعية الأنشطة الترويحية . مما يوجب الاتجاه نحو الاهتمام بالتوعية بالممارسة لكافة الأعمار والفئات والمستويات .

يتضح من جدول (٣٤) لآراء عينة الجنود (مؤل متوسط وفوق المتوسط) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويح أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٥٩ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن التأمل ليس نشاط ترويحى وأيضاً المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة والترويح لا يساعد على الابتكار ولا يسهم فى تنمية المعرفة وليست زيارة المتاحف العسكرية نشاط ترويحى . ولا يجب التوسع فى إنشاء مكاتب من قبل القوات والجنود فقط هم الذين فى حاجة للترويح .

لذا يرى الباحث ضرورة التوعية هنا حيث أوضحت النسب والنتائج مدى عدم الوعى بالاهتمام من جانب السلاح ومن جانب العينة بالفهم للنشاط الترويحى .

بينما العبارات أرقام ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ ، ٦٧ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أنه فى وقت الفراغ يحق للفرد فعل ما يروق له وإستضافة الأصدقاء ليست من الأنشطة الترويحية والعمل الجاد أفضل من الترويح للفرد والأنشطة الترويحية تقتصر على المشاهدة وليس من الأهمية للقوات التوسع فى نشر مطبوعات لتعليم الهوايات الترويحية ولا تمويل البرامج الترويحية .

ويرى الباحث هنا ضرورة ترسيخ مفاهيم صحيحة للترويح واهتمام السلاح والقوات بالترويح سواء برامج أو أنشطة أو مفاهيم .

يتضح من جدول (٣٥) لآراء عينة جنود (بدون مؤهل) فى بعد الاتجاه نحو مفهوم الترويح أن العبارات أرقام ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ، ٥ ، ٦ ، ٧ ، ٨ ، ١٥ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويح وسيلة جيدة لإستثمار وقت الفراغ ويشبع ميل الفرد للهواية من خلال المشاركة فى حفلات السمر وضروته لجميع المراحل العمرية ويتيح الفرصة للفرد للتعبير عن ذاته فى المشاركة فى المعسكرات الميدانية واهتمام القوات بتكوين اتجاهات ايجابية للأفراد نحو الترويح .

ويرى الباحث هنا أن هذه العينة لديها نضج وفهم ووعى ترويحى مميز على الرغم من عدم المامهم بأنواع المناشط الترويحية أو بعائدها على الفرد وأهمية تنظيمها .

بينما العبارات أرقام ٩ ، ١٠ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣ ، ١٤ ، ١٦ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪

وأكدت على أن الترويج من الأنشطة الهادفة ويسهم فى تنمية الصحة الشخصية مع وجوب الاهتمام من قبل القوات بتعليم الافراد للمهارات الحركية وإقبال الفرد على الممارسة بارادته ومساعدة الترويج للفرد على التخلص من القلق والتوتر وتشجيع القوات للأفراد على الاشتراك فى المعسكرات الميدانية .

ويرى الباحث هنا أهمية دعم وتأهيل مفهوم الترويج لدى الأفراد حيث يفتقر الأفراد هنا لابسط معانى الترويج من حيث الاختيارية وأهميته وهادفيته واهدافه ونتائجه .

يتضح من جدول (٣٦) لآراء عينة جنود (بدون مؤهل) فى بعد الاتجاه نحو أهمية الترويج أن العبارات أرقام ١٧ ، ١٨ ، ١٩ ، ٢٠ ، ٢١ ، ٢٢ ، ٢٣ ، ٢٤ ، ٢٥ ، ٢٦ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج خبرة سارة ويسهم فى تجديد حيوية وطاقة الفرد وقيمه فى وقت الفراغ ويسهم فى العلاج النفسى والسباحة والمناشط الترويحية مع وجوب اهتمام السلاح بتمويل المشروعات الترويحية وتقديم برامج ترويحية وأحقته مشاركة كبار السن فى النشاط الترويحي .

لذا يرى الباحث مدى وضوح أهداف الترويج لدى هذه العينة ومدى الوعى والنصح لدى هذه العينة فى بعض خصائص وسمات وجوانب النشاط الترويحي .

بينما العبارات أرقام ٢٧ ، ٢٨ ، ٢٩ ، ٣٠ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٣ حققت نسبة أقل من ٧٥٪ وأكدت على أن الإستماع للتسجيلات الصوتية والتجوال واهتمام القوات بالمهرجانات الرياضية يعتبر من المناشط الترويحية مع اهتمام القوات بضرورة تأهيل وصقل متخصصين فى المجال الترويحي حيث أن النشاط الترويحي يزيد من فرص النجاح والتحصيل الدراسى ويساعد على تحقيق التوافق الاجتماعى بين أفراد الجماعة .

ويرى الباحث هنا أهمية التأكيد على زيادة توضيح مناشط الترويج وأهدافه وأهيته .

يتضح من جدول (٣٧) لآراء عينة جنود (بدون مؤهل) فى بعد الاتجاه نحو طبيعة أوجه النشاط الترويحي أن العبارات أرقام ٣٤ ، ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٤٠ ، ٤١ ، ٤٢ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن الترويج يقتصر على ذوى الدخل المرتفع ولا ينمى موهبة لدى الأفراد والأنشطة التى يمارسها الفرد تعد أنشطة إيجابية ويتيح الترويج الفرصة لإكتساب قيم واتجاهات تربوية مع اهتمام القوات بتوفير كافة الخدمات فى مناطق الخلاء مع وجود بعض الأنشطة الترويحية الضارة للفرد والمجتمع .

لذا يرى الباحث أن العينة فى هذه العبارات قد أوضحت تفهم وفم لطبيعة الأنشطة الترويحية من حيث الكم وليس الكيف بحيث توفير خدمات ووجود أنشطة ضارة وأنشطة إيجابية مما يعنى ضرورة التوعية بنوعية الأنشطة الترويحية .

بينما العبارات أرقام ٣٩ ، ٤٣ ، ٤٤ ، ٤٥ ، ٤٦ ، ٤٧ ، ٤٨ ، ٤٩ ، ٥٠ حققت نسبة مئوية أقل

من ٧٥٪ وأكدت على عدم الاهتمام بوضع برامج ترويحية وأن الترويج مضيعة للوقت وليس له أهداف سوى قضاء وقت الفراغ وتقتصر ممارسته على ذوى المهارات العالية وليس له دور فى زيادة الترابط الاجتماعى .

يرى الباحث هنا أن هناك اتجاه نحو فهم واستيعاب لمعنى ومفهوم وأهمية وطبيعة ونوعية الأنشطة الترويحية . مما يوجب الاتجاه نحو الاهتمام بالتوعية بالممارسة لكافة الأعمار والفئات والمستويات .

يتضح من جدول (٣٨) لآراء عينة جنود (بدون مؤهل) فى بعد الاتجاه نحو اهتمام سلاح حرس الحدود بالترويج أن العبارات أرقام ٥١ ، ٥٢ ، ٥٣ ، ٥٤ ، ٥٥ ، ٥٦ ، ٥٧ ، ٥٨ ، ٥٩ حققت نسبة مئوية أعلى من ٧٥٪ وأكدت على أن التأمل ليس نشاط ترويحى وأيضاً المشاركة فى مشروعات خدمة البيئة والترويج لا يساعد على الابتكار ولا يسهم فى تنمية المعرفة وليست زيارة المتاحف العسكرية نشاط ترويحى . ولا يجب التوسع فى إنشاء مكاتب من قبل القوات والجنود فقط هم الذين فى حاجة للترويج .

لذا يرى الباحث ضرورة التوعية هنا حيث أوضحت النسب والنتائج مدى عدم الوعى بالاهتمام من جانب السلاح ومن جانب العينة بالفهم للنشاط الترويحى .

بينما العبارات أرقام ٦٠ ، ٦١ ، ٦٢ ، ٦٣ ، ٦٤ ، ٦٥ ، ٦٦ ، ٦٧ حققت نسبة مئوية أقل من ٧٥٪ وأكدت على أنه فى وقت الفراغ يحق للفرد فعل ما يروق له وإستضافة الأصدقاء ليست من الأنشطة الترويحية والعمل الجاد أفضل من الترويج للفرد والأنشطة الترويحية تقتصر على المشاهدة وليس من الأهمية للقوات التوسع فى نشر مطبوعات لتعليم الهوايات الترويحية ولا تمويل البرامج الترويحية .

ويرى الباحث هنا ضرورة ترسيخ مفاهيم صحيحة للترويج واهتمام السلاح والقوات بالترويج سواء برامج أو أنشطة أو مفاهيم .