

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات المرتبطة

- الإطار النظري.
- مقدمه.
- الترويج الخلوي.
- أهداف برامج الترويج الخلوي.
- عناصر بناء برامج الترويج.
- التقويم.
- مراحل العملية التقويمية والمبادئ التي يجب مراعاتها في برامج الترويج.
- الدراسات المرتبطة.
- الدراسات باللغة العربية.
- الدراسات باللغة الأجنبية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات المرتبطة

مقدمه

عرف الإنسان وقت الفراغ في جميع العصور، وفي ظل مختلف الحضارات ولكن يبدو بالرغم من ذلك أن القليل هم الذين يدركون أهميته ويحسنون استخدامه. ولم يعترف أي عصر من العصور بحق الأفراد على اختلاف طبقاتهم بالتمتع بوقت الفراغ مثلما اعترف به عصرنا الحديث، ومع ذلك فما زال كثير من الأفراد والجماعات بعيدين كل البعد عن الوصول إلى المتعة المنشودة من وقت الفراغ.

والمجتمع يفيد أكبر فائدة إذا أتاح لأفراده أن يجنوا فوائد إيجابية من وقت الفراغ. أما إذا اقتصر على منحهم أكبر وقت فراغ بدون أن يعد لهم الوسائل لحسن استخدامه، فإنه بذلك يكون قد مكن لعوامل الهدم والفساد أن تعمل على تقويضه. فإذا كان الاعتراف بوقت الفراغ، والعمل على زيادته كسباً كبيراً للإنسانية، فإن عدم تنظيمه أو إساءة استعماله يخلق لها من المشاكل ما يضيع هذا الكسب ويحوّله إلى خسارة (٢٦ : ١١).

وترجع أهمية وقت الفراغ إلى أنه يعد وقت اكتساب المهارات، القيم والخبرات التربوية والاجتماعية. وأنه يتم من خلاله إشباع الهوايات، الميول، الحاجات، الترويح عن الذات، وكذلك تنمية الموهبة والابتكار والإبداع، تحقيق التوازن النفسي وتنمية الشخصية الإنسانية بوجه عام.

فممارسة النشاط الترويحية في وقت الفراغ من أهم العوامل التي تعمل على الارتقاء بالمستوى الصحي والبدني، تكسب القوام الجيد، تمنح الفرد السعادة والسرور والمرح والانفعالات الإيجابية السارة وتجعله قادراً على الإنتاج. ومن ناحية أخرى فإن ممارسة النشاط في وقت الفراغ تسهم في إكساب الفرد النمو الشامل المتزن (١٣: ١٨، ١٩).

والمناشط الترويحية التي يمارسها طلاب الجامعة في وقت الفراغ لا تعتبر وقتاً للترويح والانسجام واستعادة القوى فقط، ولكنها فترة يمكن في غضونّها تطوير وتنمية الشخصية بصورة متزنة وشاملة. مما دفع بعض الدول كفرنسا إلى تخصيص وزارة للفراغ وتوجيه الشباب والنشء وتنقيف عقولهم، وصقل نفوسهم وتربية أذواقهم من خلال ممارسة النشاط المختلفة (٢٦: ١٣، ١٤).

لذا قامت الجامعات بتحويل وقت الفراغ إلى فرص تستثمر لرفع مستوى الطلاب ككل. وبهذه الطريقة يسمو المجتمع عن طريق تكامل الشباب ونقل عوامل التأخر والتخلف في العديد من المجالات. فحل مشكلات الفراغ لدى الشباب يساعد على التكيف الذي يضيق بدراسته أو بعمله، فيحاول عن طريق النشاط الترويحية

التي يمارسها في أوقات فراغه أن يتخلص من أسباب هذا الضيق وأن يحقق من خلالها النجاح والسعادة اللذين افتقدتهما في حياته الدراسية والعملية (٢٥ : ١٣).

ويعد التغير في عدد السكان والركود الاقتصادي من العوامل المؤثرة على برامج الترويح الخلوي، ونظرا لزيادة وقت الفراغ والراحة وكثرة الجلوس أدى بصورة مباشرة إلى انتشار السمنة وكثير من الأمراض ، كذلك انخفاض السرعات الحرارية المفقودة من الجسم وانحدار وقت الطالب المنقضى في العطلات وفصول النشاط ، وفي بداية القرن الواحد والعشرين فإن مقدمى خدمات أوقات الفراغ والترويح اعترفوا بدور الترويح الخلوي فى الوقاية من الأمراض.(٤٧ : ١١٢، ١١٣)

جدول (١)

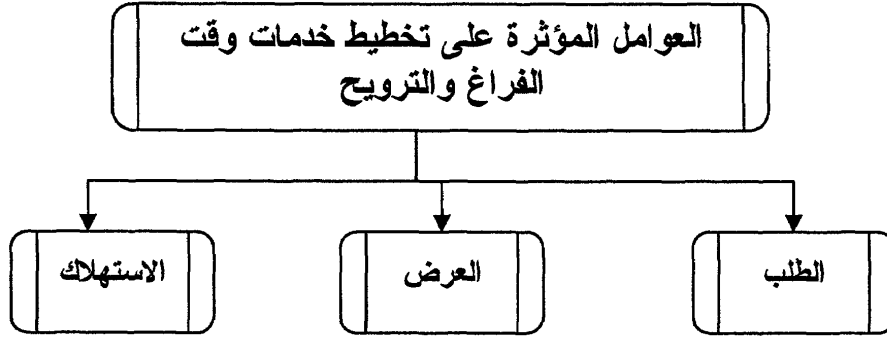
تطور عدد ساعات وقت الفراغ فى الفترة من (١٩٥٠) إلى (٢٠١٠)

٢٠١٠	١٩٩٠	١٩٧٠	١٩٥٠
٤ أيام عمل	٥ أيام عمل	٥ أيام عمل	٦ أيام عمل
٣٢ ساعة عمل أسبوعيا	٣٨ ساعة عمل أسبوعيا	٤٢ ساعة عمل أسبوعيا	٤٨ ساعة عمل أسبوعيا
٦٥ يوم عمل فى السنة	٢٠٠ يوم عمل فى السنة	٢٣٨ يوم عمل فى السنة	٢٧٩ يوم عمل فى السنة
٢٠٠ يوم عطلة فى السنة	١٦٥ يوم عطلة فى السنة	١٢٧ يوم عطلة فى السنة	٨٥ يوم عطلة فى السنة

(٨ : ٩)

وتوجد عدة عوامل يجب على المخططين لخدمات وقت الفراغ والترويح مراعاتها هى: (٥٣ : ٢٥٣)

- **الطلب :** هو الطلبات الموجهة لأشخاص أو مجموعات يعبرون عن رغبتهم أو اهتماماتهم فى نشاط معين مثل المعسكرات ، أو التجوال.
- **العرض :** هو ما يشير إلى الموارد المتاحة لتلبية هذه المتطلبات مثل أرض التخيم ، والمسطحات الخضراء ، وأماكن الصيد.
- **الاستهلاك :** هو ما يستخدمه الأشخاص أو المجموعات فعلا من الموارد المتاحة ، أى أن الاستهلاك هو ما يقيس الاحتياجات الفعلية لهذا النشاط عن طريق مقارنة الموجود مع الطلب الفعلى.



شكل (١) العوامل المؤثرة على تخطيط خدمات وقت الفراغ والترويح

ويعتبر الترويح فى الخلاء بمثابة معمل هام من أجل التعلم، ومتحف للدراسة، وملعب للمزيد من المرح والمتعة ، وأنه يقدم نوعا خاصا من الاكتمال غير متاح فى أى مكان آخر خاص بالترويح، ولأن الترويح الخلوي أصبح جزءا حيويا فى الحياة والأكثر دلالة على ذلك هو التوسع فى برامج الترويح الخلوي وأصبحت موارد الترويح الخلوي متاحة للأغلبية العظمى من الأفراد. (٦٣ : ١٤٥، ١٤٦)

كما يوجد اهتمام تام بالترويح الخلوي من الطفولة وحتى البلوغ ؛ ذلك لأسباب متنوعة : المرح، الإثارة، الاسترخاء، التفاعل الاجتماعى، التحدي، تعزيز نمط الحياة. ففي مرحلة البلوغ تستكشف الأشخاص المناشط الممتعة مثل مثيرات الأجازة الصيفية، والتجديف، والخروج مع العائلة إلى المتنزهات العامة. وتجتهد المنظمات لخلق وابتكار مناشط مركبة بحيث تمنح فوائد اجتماعية وشخصية للأفراد أثناء ممارسة الترويح الخلوي مثل صيد الأسماك ، وركوب الدراجات مع مرشد. (٦٠ : ٤٥٢، ٤٥٣)

وتعتبر الجامعات فى الولايات المتحدة الأمريكية أحد المؤسسات التربوية بالدولة مكان رئيسى للبرامج المنظمة لخدمات الترويح الخلوي التي تتضمن آلاف المشاركين فى كل عام وهى تهدف فى الأساس لخدمة الطلاب ، وأعضاء هيئة التدريس ، والعاملين بالحرم الجامعى وكلياته . وصارت برامج الترويح الخلوي تتميز بالتنوع حيث تتضمن نطاقا عريضا من المناشط الخلية ومناشط ذوى الاحتياجات الخاصة بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى المتنوعة. (٦٢ : ٢٦٩-٢٧٢)

وقد قامت العديد من الكليات بتقديم برامج خلوية تتضمن مناشط خلوية مع تقديم التجهيزات الملائمة لكافة الأغراض ومنها المعسكرات، التجوال، الرحلات الخلوية، وتكون المشاركة فى هذه البرامج للطلاب مجانا . ويتم تحصيلها من الرسوم العامة للدراسة . أما بالنسبة للعاملين وأعضاء هيئة التدريس وأسراهم فيكون نظير اشتراك سنوي. (٦٢ : ٢٧٢)

ويرى الباحث أنه يوجد العديد من الهيئات العامة ومنها الجامعة التي تُقدم الترويج الخلوي ومنها المعسكرات والرحلات الخلوية والتجوال حيث يعتبر الخلاء جزءاً هاماً في حياة الأفراد لمزيد من المتعة والمرح وفهم البيئة الطبيعية وبرامج الترويج الخلوي قد اكتشفت لتقدم خبرات تعليمية للأفراد. ولتقديم عرض ملائم من خدمات الترويج الخلوي المقدم في وقت الفراغ يجب أن يمتلك المخططون معلومات عن طلبات المستهلكين ؛ لذلك يجب أن تتسم الخطط بالمرونة.

ويشير محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز أن مناشط الترويج تتميز بتعدد طبيعتها وأنواعها وذلك حتى يمكنها تحقيق القيم المتعددة للترويج وهى (ترويج رياضي، ترويج خلوي، ترويج اجتماعي، ترويج ثقافي، ترويج فني، ترويج علاجي، ترويج تجاري). (٢٤ : ٨٣)

الترويج الخلوي Outdoor Recreation

يذكر محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز أن الترويج الخلوي هو ذلك النوع الذى تتضمن برامجه مختلف المناشط التى تتم بعيداً عن الأماكن المغلقة Indoor والتي تتم خارجها (٢٤ : ١٠١)

ويشير جايل كاسينج Gayle Kassing إلى أن الترويج الخلوي هو نظام وترتيب للخبرات والمناشط والسلوكيات الترويحية التى تحدث فى أو تعتمد على البيئة الطبيعية من أجل إنجازهم (٤٥ : ٣٠٩)

ويعتبر الترويج الخلوي من الأركان الهامة فى الترويج ويقصد به قضاء وقت الفراغ فى الخلاء وبين أحضان الطبيعة ويسهم فى إشباع ميل الفرد للمغامرة والتغير والبحث عن المعرفة والتجديد والتمتع بجمال الطبيعة وإكساب الفرد الاعتماد على النفس والعمل مع الجماعة. (١٣ : ٦٦)

ويشمل النشاط الترويحي فى الخلاء الاستمتاع وتفهم الطبيعة وكل ما يتعلق بمناشط الخلاء من الصيد إلى الترحل على الجليد ، إلى مجرد مشاهدة غروب الشمس أو شروقها ، إلى نشاط المعسكرات ، إلى زرع وتنسيق حديقة المنزل، إلى تحديد أنواع الطيور ، إلى تجميع الأصناف المختلفة من الشواطئ. (٣ : ٢٥٠)

ويتميز الترويج فى الخلاء بشعبيته ومكانته الكبيرة خاصة فى شمال أوروبا وكندا ويتنوع من رحلات السير على الأقدام ، وتسلق الجبال والترحال ، والمعسكرات عامة ، معسكرات الطلبة خاصة لها مكانتها فى دول أوروبا، وللحداائق العامة مكانة عند معظم الأوروبيين، كما يوجد برامج ترويحية للشركات والمنظمات الصناعية فى معظم الدول الأوروبية وتذكر منها المؤسسة الدولية لمساعدة العمال فى إيطاليا وفى تلك المنطقة حوالى ٢,٥ مليون عضو وفى روما مثلاً ٤٠٠ نادى محلى يقدم مناشط متعددة مثل الموسيقى، التمثيل والفنون والهوايات والمعسكرات والرياضات والأحداث الاجتماعية . ونجد أن الكشافة

والمرشدات وجمعيات الشبان والشابات المسلمين والمسيحيين لها فعاليتها كمنظمات ترويحية للشباب. (٣ : ٢٢١، ٢٢٢)

وتتنوع أشكال مناشط الترويح الخلوي وفقا لأهدافها وآراء المهتمين بالترويح ومناشط وقت الفراغ. ويوجد عددا من تصنيفاتها التي تعبر عن تلك الآراء وفيما يلي عرضا لتلك التصنيفات:

ترى تهاى عبد السلام أن النشاط الترويحي فى الخلاء يتضمن خبرات متعددة وتقسم إلى: (٤ : ٢٢)

- مناشط خاصة بالعلوم الطبيعية.
- مناشط خاصة بالفنون اليدوية.
- مناشط خاصة بحياة الخلاء كأنشطة المعسكرات.
- مناشط رياضية يمكن ممارستها فى الخلاء.
- مناشط فى شكل الرحلات الخلوية.

ويتفق محمد السمنودي مع عطيات خطاب إلى أنه يمكن تقسيم مناشط الترويح الخلوي وفقا لأنماط النشاط إلى النزهات والرحلات، التجوال والترحال، الصيد، المعسكرات (٢٦ : ٣١) (١٣ : ٦٦) ويشير محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز إلى أن أهم المناشط الترويحية فى الخلاء ما يلي: (٢٤ : ١٥٠)

- الرياضات والألعاب المائية.
- النزهات البحرية.
- صيد الأسماك.
- ركوب الدراجات.
- ألعاب الكرة.
- الرحلات الخلوية.
- التجوال والترحال.
- تنسيق الحدائق
- المخيمات.
- المناشط الأدبية والفنية المرتبطة بالخلاء.

وعرض محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز لتقسيم المناشط الترويحية وفقا لآراء كل من مصطفى الحلفاوى، وليونارد سيلى حيث يقسم مصطفى الحلفاوى مناشط الترويح الخلوي وفقا للمجالات التالية : (٢٤ : ١٠٣-١٠٥)

- مناشط مرتبطة بالعلوم الطبيعية.
- الترحال والرحلات والتنزه.
- المعسكرات وحياة الخلاء.
- الرياضة فى الملاعب والأماكن المفتوحة.

ويصنف ليونارد سيلى Leonard Sealey النشاط الخلوية لوقت الفراغ
Loisir de Plein Air وفقا للمجموعات التالية:

- الرحلات.
- الكشافة.
- المعسكرات.
- تسلق الجبال.
- تنسيق الحدائق.
- صيد الأسماك.
- ملاحظة الطيور.

وصنف خليفة بهبهانى نشاط الترويح الخلوي إلى: (٦: ١٢٢)

- الرحلات.
- الكشافة.
- المخيمات.
- تسلق الجبال.
- تنسيق الحدائق.
- صيد الأسماك.
- ملاحظة الطيور.
- الترويح المائي.
- ركوب الخيل.
- ركوب الدراجات.
- الرياضات الشتوية.
- المناسبات الاجتماعية والثقافية.

وللجامعة دور حيوي في تنمية ميول واتجاهات الطلاب نحو المشاركة فى برامج الترويح الخلوي ، وفى إشباع احتياجاتهم البدنية والنفسية والعقلية والاجتماعية وذلك من خلال: (٢٤ : ٢٠٤-٢٠٦)

- الإعلان والدعاية لبرامج الترويح الخلوي وذلك في موعد مبكر عن بدء النشاط.
- توفير أماكن ممارسة برامج الترويح الخلوي من أرض المعسكرات والمساحات الخضراء وغيرها.
- التنوع فى برامج الترويح الخلوي (كشافة، جولة، تجوال، معسكرات، رحلات خلوية وغيرها).
- توجيه الطلاب لنوع النشاط المناسب لميولهم واستعداداتهم وقدراتهم.
- توفير الحوافز لاشتراك الطلاب فى برامج الترويح الخلوي.
- توفير المشرفين المتخصصين فى برامج الترويح الخلوي للإشراف التربوي على الطلاب.
- اختيار الأوقات المناسبة لتنفيذ برامج الترويح الخلوي.

أهداف برامج الترويج الخلوي

للترويج الخلوي أهمية في حياة الإنسان نظرا لارتباطه بالطبيعة، كما أن المشاركة في أوجه مناشطه تسهم في تحقيق العديد من الأهداف والتي من أهمها ما يلي: (٢٤ : ١٠٩، ١١٠)

- قضاء وقت الفراغ في الخلاء والاستمتاع بالهواء الطلق وبالمناظر الجمالية في الطبيعة مما يسهم في تنمية وتطوير الحالة الصحية للمشاركين في المناشط الخلوية.
- تعلم الحياة في الخلاء وتنمية المعرفة بالخلاء وبأهمية تلك الحياة، وكذلك تنمية الخبرات المرتبطة بالبيئة وبالطبيعة.
- البعد والتخلص من أعباء ومشكلات الحياة العصرية ، وكذلك البعد عن التلوث البيئي المرتبط بالهواء والضوضاء ، والاستفادة من الهواء النقي وبخاصة في الريف.
- التدريب على كيفية الاستفادة المثالية من المصادر والعناصر المتوفرة في الطبيعة في تنمية العديد من هوايات وقت الفراغ كهوايات الجمع والأشغال اليدوية.
- تنمية الرغبة للتعلم من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة ، وتوطيد الروابط بين المتعلم والحياة.
- تنمية التذوق الجمالي لدى الفرد وتقدير جمال الطبيعة والتأمل في عظمة الخالق سبحانه وتعالى ، وكذلك تنمية القيم الروحية لدى المشاركين في برامج الترويج الخلوي.
- تنشيط الحياة الجماعية الأسرية من خلال خروج الجماعات أو الأسر إلى الخلاء والمشاركة في مناشطه ، وكذلك تنمية الرغبة في العمل الجماعي والرغبة في الاعتماد على الذات.
- إشباع الميل إلى المغامرة وتأكيد الذات ، وتنمية مفهوم الذات الإيجابي من خلال المشاركة في المناشط الخطرة كتسلق الجبال والهبوط بالمظلات ، والغوص ، والغطس ، والانزلاق على الجليد أو الماء وسباقات السيارات....

بينما يشير جايل كاسينج Gayle Kassing إلى أنه توجد مجموعة من الأهداف لممارسة مناشط الترويج الخلوي هي: (٤٤ : ٣٢١)

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| - الإنجاز | - الاستثارة والمتعة. |
| - الحرية. | - المخاطرة. |
| - وحدة الأسرة. | - الاجتماعية والمشاركة. |
| - مقابلة أشخاص جدد . | - التعلم. |
| - الاستمتاع بالطبيعة. | - التمتع والتأمل. |

- الابتكارية.
- اللياقة البدنية.
- الحنين للوطن وإعادة التوحد والتجمع
- الاسترخاء والراحة البدنية.
- تعليم وقيادة الآخرين.
- الأمان الاجتماعي.
- الهروب من الضغوط الاجتماعية والشخصية وضغوط العمل.
- درجة الحرارة (المناخ على سبيل المثال في أريزونا السكان المقيمون بها يحتشدون في المناطق الجبلية من أجل الطقس البارد في فصل الصيف وفي فصل الشتاء فإن السكان يحتشدون في أريزونا)

ويؤكد Russell أن برامج الترويح الخلوي تهدف إلى معرفة البيئة وتعلم كيفية التصرف معها حتى يمكن الاستمتاع بها والمحافظة عليها ومن الأمور الجوهرية في تصميم البرنامج أن يمتلك المخططون معلومات ومهارات بإجراءات الأمن نظرا لظهور برامج عالية الخطورة أو المغامرة حيث تتطلب اهتماما كبيرا في التخطيط بالإضافة لتوفير القياديين المهتمين والمتخصصين ، وبرامج لصيد الأسماك، وبرامج التجديف، وبرامج المعسكرات، وبرامج الرحلات والنزهات حيث تعمل هذه البرامج على التوازن مع المادية التي تهدد روح الإنسان. (٦٣ : ١٤٩-١٥٣)

وتعد برامج الترويح الخلوي عملية موجهة بهدف تسهيل النتائج المفيدة والمربحة بالنسبة للمشاركين، وهذه البرامج تبحث عن تقديم خبرات ترويح خلوي ممتعة حيث يدرس الفرد مناشط ومهارات جديدة . وتوجد تلك البرامج في المعسكرات ومن خلال المتنزهات والمؤسسات المسؤولة عن الترويح الخلوي وتهدف هذه البرامج إلى المتعة والترويح عن النفس، والمغامرة التتمية، التعلم، العلاج. (٥٤ : ٣٣٠)

وتتعدد دوافع ممارسة مناشط الترويح الخلوي وتلك الدوافع هي ما تشجع الأفراد للاشتراك في مثل تلك المناشط وذلك يتفق مع ما أشار له كلا من "جوردن Jordan"، و"ديب Deb" (١٩٩٨) في دراسة حول أسباب مشاركة (١٠٠) فرد من الفتيات شاركن في برنامج تروحي خلوي وجاءت النتائج أن الدافع الرئيسي وراء اشتراكهن كان رغبتهن في تعلم مهارات جديدة وميولهن للتواجد في الخلاء والحركة نظرا لزيادة الوزن. (٥٧)

كما ترى تهاني عبد السلام أنه توجد مجموعة من الفوائد التي تعود على الفرد الممارس لمناشط الخلاء كالآتي : (٣ : ٢٥٠، ٢٥١)

- يوفر الاحتكاك بالطبيعة لمقابلة الحاجة العميقة للشعور بالراحة والهدوء لتعادل ضوضاء ومشاكل الحياة الحديثة.
- يمكن للفرد أن يمارس أوجه النشاط الخلوي في أي مرحلة من مراحل عمره.

- توفر الفرص لتنمية الشخصية والاعتماد على النفس ، وكفاءات أخرى تساعد الفرد في حياته.
- تتطلب معظم أنشطة الخلاء تفهم ودراسة واعتماد الإنسان على الطبيعة، وكما ينمى القدرة على التذوق الجمالي للطبيعة ، والاستخدام المناسب لمصادر الطبيعة.

ويقدم الترويج الخلوي بعض القيم الفريدة وفوائد للمجتمع والأمة وذلك عندما تستخدم الموارد الطبيعية من أجل الأغراض الترويحية ، وقيم ثقافية لها تقديرها من خلال الدراسة الميدانية، التصوير الطبيعي ورسم المشاهد الطبيعية ومشاهدة الطيور، وتظهر هذه القيم فى الإحساس بالمسؤولية.. الاهتمام والاستخدام الحكيم للبيئة الطبيعية ..فهم وتقدير الحياة بالخلاء .. المهارات .. المواطنة الجيدة .. تعلم المحافظة على المعسكر ، ونظافة أماكن التنزه ؛ وذلك حفاظا على حقوق ومتعة الآخرين ، وزيادة المشاركة فى الترويج الخلوي.(٦٣ : ١٤٧،١٤٨)

ويجذب الترويج الخلوي الأشخاص الذين يستمتعون بالبيئات الطبيعية فى مختلف المواسم وتتنوع صناعة الخلاء من التجديف، المعسكرات الصيفية، حزم الأمتعة وإقامة المعسكرات، إدارة الموارد الطبيعية، تصميم برامج المغامرات.(٦٠ : ٤٥٨،٤٥٩)

إن الترويج الخلوي كظاهرة اجتماعية قد نضج منذ الحرب العالمية الثانية، نظرا لاستمرار نمو السكان والمدنية والتنمية والتي تستمر في وضع ضغوط على الفضاء المفتوح والمناطق الطبيعية، والطلب على الترويج الخلوي سيستمر في النمو، ومع الطلب المتزايد فإن تكنولوجيا وأنماط السفر والمزيد من المجموعات الثقافية والاجتماعية المتنوعة تميل إلى موارد محددة تعنى أن إدارة الصراع بين المجموعات سوف يصبح أكثر وأكثر أهمية.(٤٥ : ٣٣١)

ولذا يجب على المجتمع الاهتمام بالترويج الخلوي نظرا لما له من أهمية فى فهم وتقدير الطبيعة ، والاستمتاع بمناظرها وجمالها ، والاستفادة من عناصرها فى وقت الفراغ من خلال: (٢٤ : ١١٠،١١١)

- سن المؤسسات التشريعية القوانين للمحافظة على مصادر الترويج الخلوي.
- التخطيط للمشروعات القومية التى تهتم بتوفير كافة التسهيلات الضرورية لممارسة حياة الخلاء فى كل من المدن والريف.
- توفير وسائل الأمان والسلامة فى المناطق التى يتم فيها ممارسة نشاط الترويج الخلوي.
- الاهتمام بتوفير الدعاية والإعلام.
- التوسع فى إقامة وتجهيز الحدائق والمتنزهات.
- الاهتمام بإقامة وتجهيز العديد من المخيمات فى المناطق الخلوية.
- اهتمام وسائل الاتصال الجماهيري بتقديم برامج عن الترويج الخلوي .

عناصر بناء برامج الترويج

توجد مجموعة من المفاهيم للبرنامج سوف يتناول الباحث استعراض بعض هذه المفاهيم:

يشير عبد الحميد شرف إلى أن البرنامج هو: "عبارة عن الخطوات التنفيذية لعملية التخطيط لخطّة صممت سلفاً وما يتطلبه ذلك من توزيع زمني وطرق تنفيذ وإمكانات تحقق هذه الخطّة". (١٢ : ١٧)

ويرى محمد الحماحمي، وأمين الخولي أن: "البرنامج هو كل الخبرات المتعلّمة والمتوقّعة من المنهج، ويتضمن المحتوى وطرق التدريس وأهداف التعلم والإمكانات المتاحة". (٢٣:٢٨)

ويوضح محمد خليل (٢٠٠٠) أن البرنامج هو "جميع الخبرات التي تمّ تعلمها وكذلك الخبرات المتوقّعة من المنهج ويتضمن أهداف التعلم وطرق التدريس والإمكانات المتاحة والوقت اللازم للتطبيق". (٢٩ : ٢٣٥)

وتؤكد ليلي زهران (٢٠٠٢) على أن البرنامج هو "مجموعة خبرات نابغة من المنهاج ومعدة وفق تنظيم يزيد من إمكانية تنفيذها. ويتطلب ذلك أن يضم البرنامج بالإضافة إلى مجموعة الخبرات التعليمية المتوقّعة والمختارة من المنهاج كل ما يتعلق بتنفيذها من وقت ومكان وأدوات وطرق تدريس ودور كل من المدرس والتلميذ في تنفيذها". (٢٠ : ١٧)

ويشير حلمي إبراهيم وليلى فرحات (١٩٩٨) أن البرنامج الترويجي هو "مجموعة مختارة من المناشط بغرض تحقيق هدف معين". (٥ : ١٢١)

وتوضح احد المواقع على الشبكة الدولية للمعلومات Internet بان البرنامج يمثل "مجموعة من المصادر المعدة لإنجاز هدف أساسي معين أو مجموعة من الأهداف". (٧٢)

وبوجه عام يؤكد روبرت زايس Robert Zais على أن مصطلح تصميم البرنامج يُعبر عن عملية اتخاذ القرارات التي ترتبط بطبيعة مكونات البرنامج وتنظيمها فيما بينها، وبما تتطلبه من الإجابة على بعض التساؤلات، والتي من أهمها: (٢٢ : ٧١-٧٢)

- ما هي طبيعة المجتمع الذي سوف يتم تصميم البرنامج له؟
- ما هي خصائص الجمهور المستهدف من البرنامج؟
- ما هي طبيعة المجالات التي يجب أن يهتم بها البرنامج؟
- ماذا ينبغي أن تكون عليه أهداف البرنامج؟
- ما هي المناشط التي ينبغي أن يشارك فيها الجمهور المستهدف من البرنامج؟

- ما هو التصميم الملائم للبرنامج والذي يمكن أن يحقق الأساسيات التي ينبغي مراعاتها في التصميم بأعلى كفاءة ممكنة؟
- كيف سوف يتم تقويم أهداف ومناشط البرنامج وكذلك رد فعل المشاركين في البرنامج؟

وتشير احد المواقع على الشبكة الدولية للمعلومات Internet انه عند تصميم البرامج يجب مراعاة ما يلي حتى يمكن مواجهة العديد من التغيرات أثناء البرنامج: (٧٢)

- وجوب ارتباط البرنامج مع رسالة المنظمة .

يتوجب على البرنامج أن يرتبط مع رسالة المنظمة بمعنى انه على إدارة المنظمة العمل انطلاقا من الرسالة من خلال تحديد عدد من الأهداف الكلية الأساسية التي سيؤدي تحقيقها إلى إنجاز رسالة المنظمة.

- وجوب ارتباط تخطيط البرنامج مع التخطيط الاستراتيجي .

التخطيط الاستراتيجي يتضمن نظرة عامة لرؤية المنظمة ورسالتها وقيمتها وأهداف استراتيجية وطرق تحقيق الأهداف (هذه الطرق بمثابة دليل يساعد لمعرفة كيفية توافق البرنامج مع أهدافه الخاصة) فتخطيط البرنامج يجب أن يرتبط مع طبيعة رسالة المنظمة ، ومع التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وبذلك يمكن لمجموعة من المخططين وضع إطار عمل حول كيفية توافق الأهداف مع بعضها البعض وغالبا ما يكون إطار العمل هذا الدليل المستخدم لإقامة البرنامج.

- إشراك أعضاء الهيئة الإدارية في تخطيط البرنامج .

إن المسؤولية الملقاة على عاتق أعضاء الهيئة الإدارية تتمثل في وضع اتجاه استراتيجي للمنظمة حيث يتوجب على الهيئة الإدارية التدخل بشكل كبير في التوجيه والإشراف على الاتجاه الأولي للبرنامج ؛ لذلك يجب إعطاء الهيئة الصلاحية للتدخل في التخطيط الاستراتيجي للبرنامج.

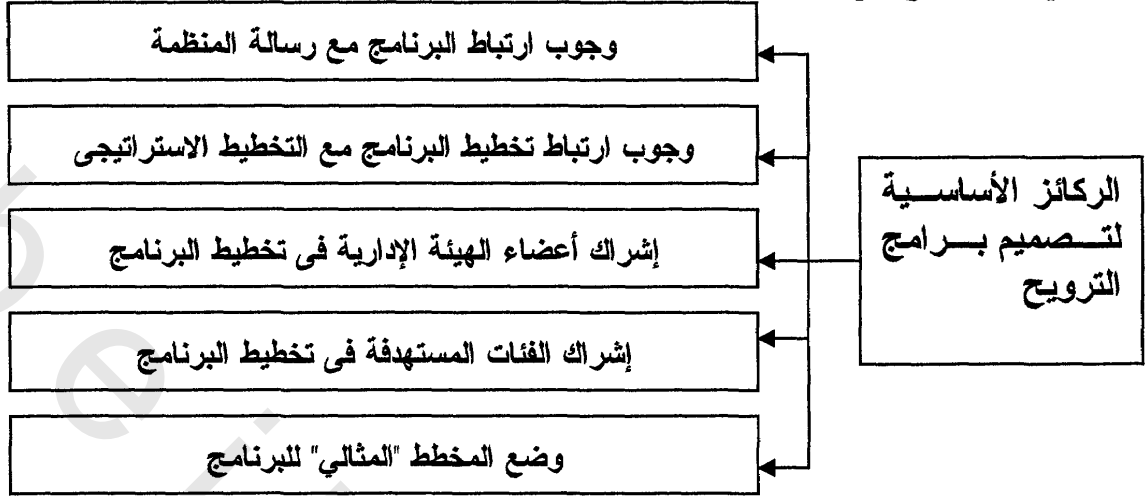
- إشراك الفئات المستهدفة في تخطيط البرنامج .

يجب على المنظمة أن تمنح الفئات المستهدفة فرصة المشاركة في تخطيط البرامج خاصة فيما يتعلق بالآراء الأولية للبرنامج كأهداف البرنامج ، وطرق تحقيق الأهداف . وقد يكون من الصعب إتاحة الفرصة أمام كافة الفئات المستهدفة للمشاركة في تخطيط البرامج ؛ ولذلك على المنظمة أن تختار عينة ممثلة لفئاتها المستهدفة ؛ للمشاركة في تخطيط البرنامج.

- وضع المخطط "المثالي" للبرنامج

المنظمة تبقى الخبير الفعلي الوحيد القائم على تخطيط برامجها الخاصة بها ويمكن الاستعانة بمستشارين ومساعدین خارجيين على أن يعود اتخاذ القرارات

المتعلقة بالتخطيط إلى أعضاء المنظمة بشكل مطلق فبذلك يتوافق المخطط "المثالي" للبرنامج مع طبيعة المنظمة وغاياتها.

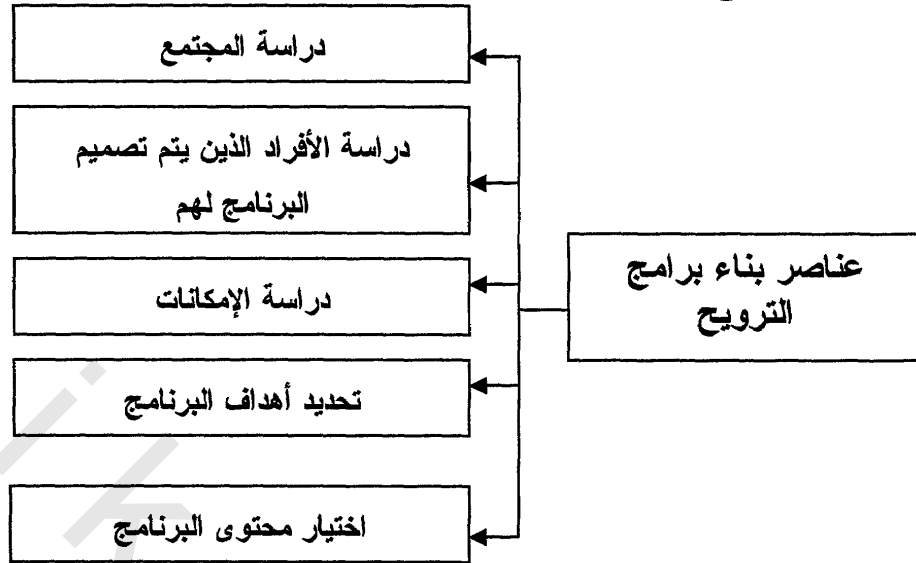


شكل (٢) الركائز الأساسية لتصميم برامج الترويج

ولذا فان تصميم البرامج الترويجية يتطلب إتباع العديد من نتائج الدراسات العلمية الحديثة والمتطورة ؛ حتى يمكن أن تتوافر للبرامج المعايير العلمية التي تحقق لها النجاح في بلوغ أهدافها، وفيما يلي توضيح لأهم عناصر بناء البرنامج: (١٨ : ١٤٨-١٦٠)

- **دراسة المجتمع :** يتم التخطيط للبرامج الترويجية وفقا للتغيرات الفلسفية التي تسود في المجتمع ، إذ أن كل مجتمع لا يظل على حالة واحدة ، بل يوصف كل مجتمع بأنه دائم التغير . ولا بد أن تتماشى تلك البرامج مع الظروف العصرية للمجتمع لتواكب الاتجاهات التربوية المعاصرة وللإفادة من التقدم العلمي.
- **دراسة الأفراد الذين يتم تصميم البرنامج لهم :** فلا بد أن يدور البرنامج الترويجي حول الأفراد الذين يشاركون في مناشطه من أجل تحقيق احتياجاتهم وإشباع ميولهم وليس هم الذين يدورون حول البرنامج.
- **دراسة الإمكانيات :** وهي لا تقتصر على الإمكانيات المادية الخاصة بالمنشآت والأجهزة والأدوات المرتبطة بمختلف مناشط الترويج ، بل تشمل الإمكانيات البشرية التي تعد على درجة كبيرة من الأهمية نظرا لديناميكية وحركة العنصر البشري ، وأثره الفعال في تحقيق التعاون بين الأفراد بعضهم البعض ؛ لتحقيق أهداف البرنامج.
- **تحديد أهداف البرنامج :** وذلك في ضوء ما تسفر عنه دراسات كل من المجتمع والأفراد الذين سوف يشاركون في مناشط البرنامج والإمكانيات المتوفرة لتنفيذه ، والأهداف التي يتم تحديدها للبرنامج هي التي تحدد مساره والطريق الذي يجب أن يسلكه ؛ ليحقق الغاية منه.

- اختيار محتوى البرنامج وذلك فى ضوء الأهداف التى تم تحديدها وفقا للأسس والمعايير العلمية ، وذلك حتى يمكن تحقيقها من خلال مشاركة الأفراد فى ممارسة النشاط والمرور بتلك الخبرات.



شكل (٣) عناصر بناء برامج الترويج

ولذا تُعد أهم معايير التخطيط العلمى لبرامج الترويج مقابلة احتياجات وميول الأفراد المشاركين فى البرنامج، والتنوع فى النشاط التى يحتوى عليها البرنامج لتضم العديد من النشاط الثقافية و الرياضية والفنية والاجتماعية ، كذلك مراعاة توفير الفرص المتكافئة لجميع الأفراد للمشاركة فى البرنامج والاستفادة من الإمكانيات المتوفرة فى البيئة المحيطة . وهذا ما يؤكد أيضا "جون بيل John Byl" (٢٠٠٢) حيث ذكر أن التحدي الذى يقابل المسؤولين عند وضع برامج الترويج ، هو كيفية إرضاء المشاركين فى ممارسة تلك البرامج و الاحتفاظ بميلهم لهذه الممارسة وذلك عن طريق توفير فرص كافية لاشتراك العديد من الأفراد مع مراعاة اختلاف احتياجات الأفراد ومقابلة هذه الاحتياجات بما يتلاءم معها من نشاط ترويجية. (١٨ : ١٦١) (٥٥ : ١٨٢)

وتضيف تهاني عبد السلام (٢٠٠١) أنه توجد عدة عوامل هامة توضع فى الاعتبار عند تخطيط برامج الترويج ولها دور كبير فى تحديد نجاح أو فشل البرنامج وهى: (٣ : ٢٣٥-٢٣٨)

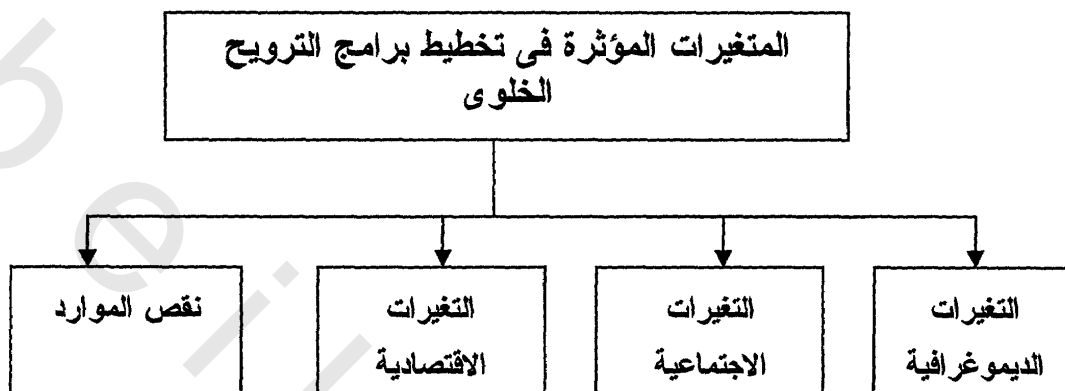
- رغبة المستفيدين : يجب أن يبنى البرنامج الترويجي حول رغبات الأفراد الذين من أجلهم وضع هذا البرنامج.
- السن : إن الرغبات الترويجية تختلف باختلاف الأعمار فبعض النشاط التى يقبل عليها الأفراد فى مرحلة سنية معينة نجدهم لا يقبلون عليها فى مرحلة سنية أخرى.
- الجنس : إن الاختلافات المعروفة بين الجنسين تؤثر على الرغبات واشتراكهم فى أشكال الترويج المتعددة.

- المكان المحدد لتنفيذ البرنامج : التخطيط الفعال يحتم التعرف على الأماكن المطلوبة للمناشط الترويجية الخلوية.
- مهارة المستفيدين : لابد أن تتفق المناشط الترويجية مع مهارة المستفيدين وقدراتهم البدنية والعقلية.
- الوقت المحدد لتنفيذ البرنامج : فيراعى التوازن والتناسق فى البرنامج الترويجي بدون تزام المناشط فى فترة ما وقلتها فى فترة أخرى خلال تنفيذ البرنامج.
- حجم المستفيدين : حسب نوع النشاط الممارس . ومن خلال عدد المستفيدين يتم تحديد المكان المناسب لهم.
- نوع التنظيم : هل المناشط المتبعة فى البرنامج تحتاج لتنظيم معين مثل المعسكرات.
- نوع المجتمع : من حيث الوضع الاقتصادي ومستوى المعيشة.

كما توجد مجموعة من العوامل التي يجب على المخططيين لمناشط الترويج الخلوي مراعاتها ؛ حتى تسهم فى تحقيق أكبر فائدة مرجوة من تلك المناشط (٥٣ : ٢٦٠)

- التركيبة الديموغرافية للسكان بالمجتمع، الأعمار، مستويات الدخل، الذكور والإناث، الإرث الثقافي، التركيبة الأسرية، نمط الحياة السائد.
 - احتياجات واهتمامات أعضاء هذا المجتمع.
 - المنشآت المحلية الموجودة التي تدار بواسطة الهيئات العامة، أو الخاصة مثل المتنزهات، الحدائق، المعسكرات.
 - المناشط والبرامج التي تقدمها الهيئات العامة أو الخاصة.
 - موقع كلا من المناطق والمنشآت الترويجية الخلوية وإتاحتها للمستخدمين.
- وتوجد مجموعة من المتغيرات والتي يجب مراعاتها عند تخطيط برامج الترويج الخلوي لفئة معينة: (٥٣ : ٢٥٤)
- التغيرات الديموغرافية هي توسع سوق الطلب على خدمات الترويج الخلوي وقضاء وقت الفراغ مع زيادة السكان.
 - التغيرات الاجتماعية حيث إن المجتمع يمر دائماً بتغيرات فى القيم والأخلاقيات والتوجهات السياسية . ويتغير تفكير الناس لدرجة أن العديد منهم يسعون خلف العودة نحو القيم الأسرية التقليدية.
 - التغيرات الاقتصادية هي انحدار مستوى الشركات والتقدم فى تكنولوجيا الكمبيوتر ينتج عنه انحدار وسقوط المناصب الإدارية المتوسطة وكذلك وظائف العمال والفنيين مع زيادة العاملين فى مجال تقديم خدمات الترويج الخلوي وقضاء وقت الفراغ وكل هذا يتحد ليشكل قيود أمام قدرة العديد من الأفراد للدفع نظير هذه الخدمات.

- نقص الموارد والإمكانات للصرف منها على العديد من منشآت الترويج كما أن غلو ثمن بعض العناصر الأساسية أثر على قرار المشاركة في مناشط الترويج الخلوي (مثل غلو ثمن الوقود أثر على قرار السفر والرحلات لبعض الناس كوسيلة لقضاء وقت الفراغ).



شكل (٤) المتغيرات المؤثرة في تخطيط برامج الترويج الخلوي

وتوجد عدة عوامل اجتماعية أثرت في ظهور الترويج الخلوي وازدياد الحاجة إلى ممارسة مناشطه وتتمثل أهم تلك العوامل فيما يلي: (٣ : ١٥٦-١٥٩)

- التحضر والتمدين :

حيث نجد أنه يوجد اتجاه منتظم للهجرة المستمرة إلى المدن الكبرى وكان من أثر ذلك البعد عن الحياة التي تتمثل في البساطة والتلقائية ، وإذا تتبعنا صراع الإنسان من أجل الوصول إلى الحياة الحضرية والتصنيع فنجد أنه قد بحث عن الإمكانيات التي تسهل معيشته ، ولكننا نجده الآن يتجه للبحث من خلال الترويج في الخلاء عن الراحة والسكينة والاستمتاع بجمال الطبيعة.

- سرعة توقيت الحياة العصرية :

لقد أبعدت الحياة العصرية الإنسان عن الفرص التي توفر التعبير الابتكاري والإبداع في العمل فنجد الصراعات والضغوط في حياتنا في القرن العشرين تجعل الإنسان يهرب من المدن إلى الأماكن الخلوية ؛ لتلبية حاجاته الملحة إلى الاسترخاء والهدوء.

- الآلية والميكنة :

يعتبر هذان العاملان نتاج التقدم الصناعي، فقد عملا على توفير الوقت الفائض من العمل بينما لم يوفر فرصا لتنمية المعلومات والمهارات مما دعا الأفراد للاتجاه للترويج الخلوي ؛ لتعويض ذلك.

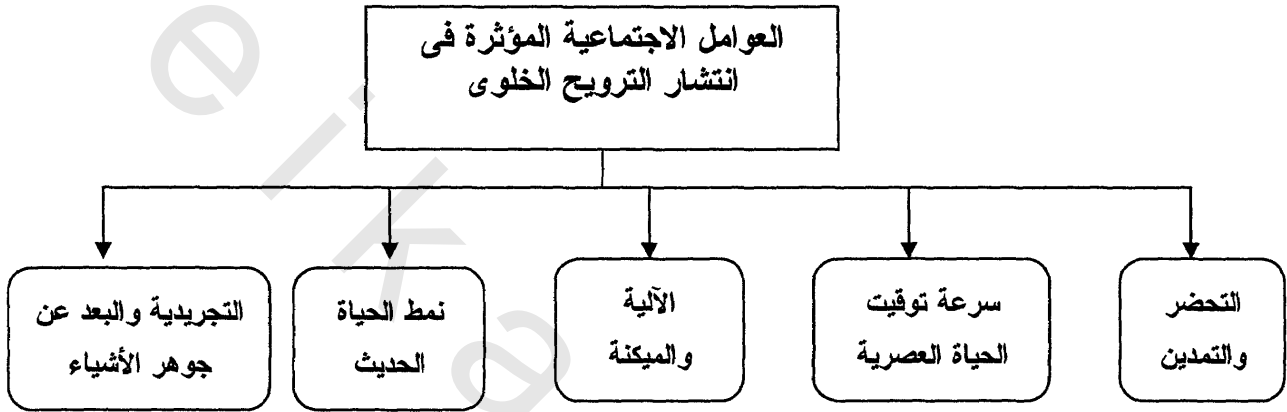
- نمط الحياة الحديثة :

إن حياة التصنيع والتي تتسم بدخول الآلة في العمل قد أبعدت فرص التدريب البدني والنشاط الجسماني، وهذا في حد ذاته يتطلب البحث عن مجالات

تعمل على تنمية اللياقة سواء الجسمانية، أو الذهنية، أو العاطفية ويحتم علينا ذلك الاهتمام بمناشط تساعد على تحقيقه كمناشط الخلاء.

- التجريدية والبعد عن جوهر الأشياء :

اتسم عالمنا المتحضر بقلّة الاهتمام بجوهر الأشياء وحقيقتها، وقد أوجب ذلك على الإنسان البحث عن مخرج من هذه الضغوط ، فكان الترويح فى الخلاء مأوى للإنسان يجد فيه الأشياء على حقيقتها فالطبيعة صادقة وحقيقة لا مكان للتصنيع والشكليات.

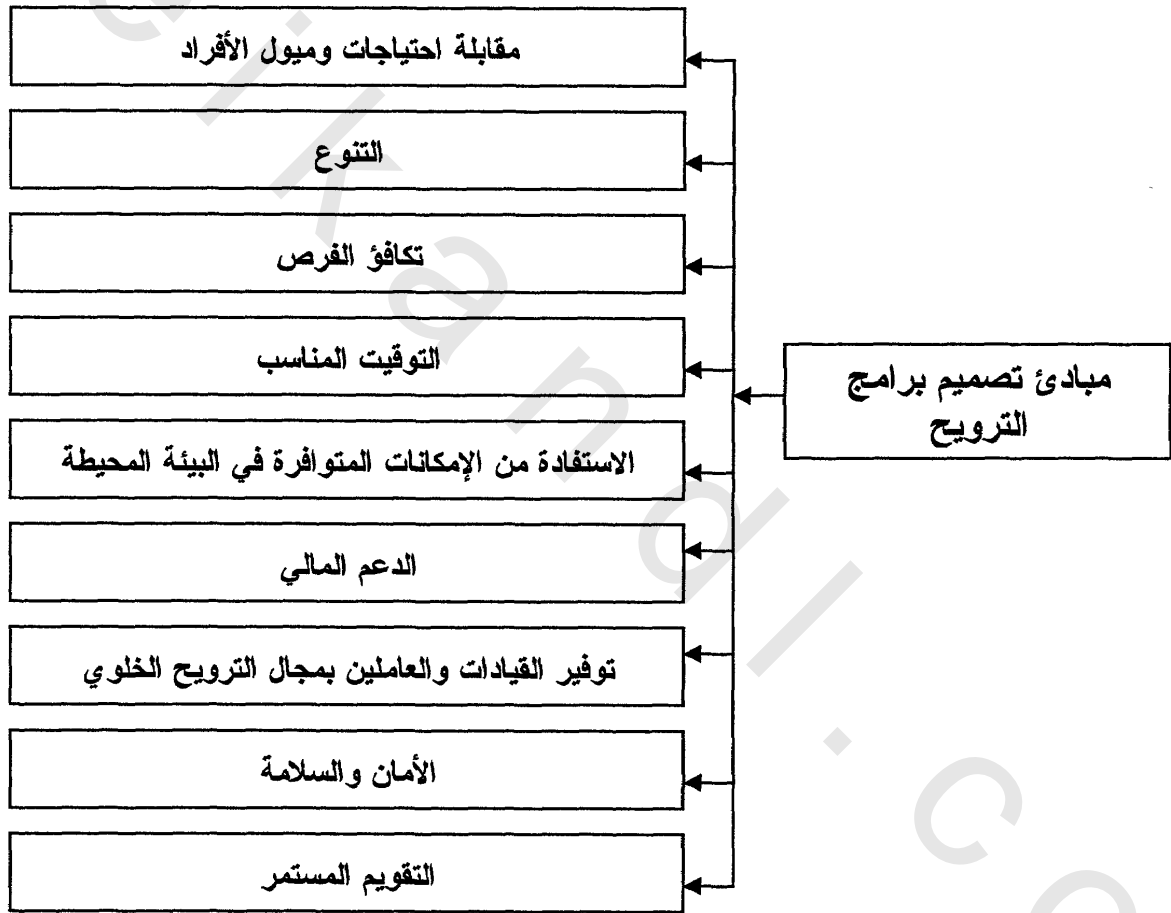


شكل (٥) : العوامل الاجتماعية المؤثرة فى انتشار الترويح الخلوى

كما توجد مجموعة من المبادئ والتي يجب أن تراعى عند تصميم برامج الترويح حتى تحقق الأهداف المرجوة منها وهى كالاتى: (١٢ : ٥٥) (٢٢ : ١٠٨) (١٨ : ١٦١)

- **مقابلة احتياجات وميول الأفراد المشاركين فى البرنامج :** يتركز نجاح وفشل أي برنامج ترويحى على قدرة البرنامج على إسعاد الأفراد الذين وضع البرنامج من أجلهم.
- **التنوع :** يشمل البرنامج معسكرات ورحلات خلوية وتجوال وترحال وصيد ونزهات.
- **تكافؤ الفرص :** توافر الفرص المتكافئة بغض النظر عن اللون والدين والمركز الاجتماعى والجنس والسن.
- **التوقيت المناسب لتقديم البرامج** يجب أن يقدم البرنامج فى المواعيد المناسبة للطلاب مثل العطلات الرسمية والأعياد حتى يجد الطالب الوقت المناسب الذي يمارس فيه النشاط الخلوي المناسب له.
- **الاستفادة من الإمكانيات المتوافرة فى البيئة المحيطة** من مؤسسات ترويحية ورواد سواء متطوعين أو مهنيين بمختلف تخصصاتهم وكفاءاتهم لمهنة الترويح.

- توافر الدعم المالي : لابد أن تكفى الميزانية حتى يصبح البرنامج حقيقة واقعية ويحقق الأهداف المرجوة منه.
- توفير القيادات والعاملين بمجال الترويج الخلوي بالكم والكيف المناسب لتحقيق أهداف البرنامج : مراعاة الاختيار الجيد والتدريب والتقييم للعاملين فى مجال الترويج الخلوي.
- الأمان والسلامة : ويتمثل في تأمين المشتركين وقابلية الأدوات المستخدمة ومناسبتها للشروط.
- التقييم المستمر : للتأكد من تحقيق الأهداف المرجوة.

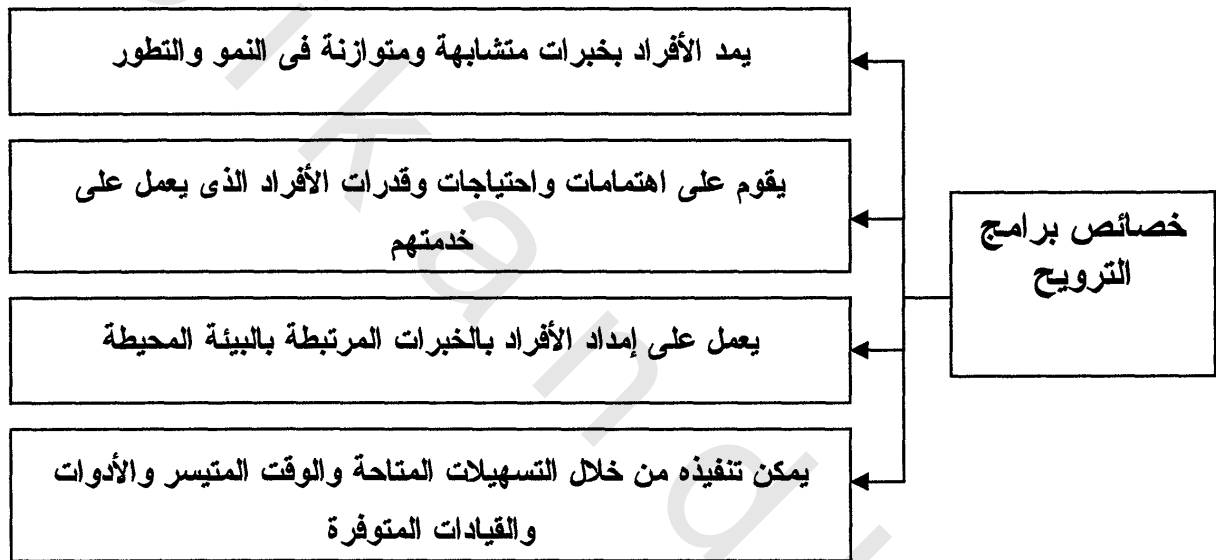


شكل (٦) مبادئ تصميم برامج الترويج

ويرى كل من "كمال درويش ومحمد الحماحمي" (١٩٩٧) أن التطور الهائل الذي لحق بمجال الترويج لم يكن وليد صدفة أو طريقة عشوائية، بل كان تطوراً مبنياً على الدراسة المستفيضة، والتخطيط العلمى، والتنظيم الجيد، ولذا فإن البرنامج الترويجي الجيد يحتاج إلى دراسة فى تخطيطه وتنظيمه وتنفيذه ومتابعته وتقويمه، كما ينبغي أن يكون على صلة وثيقة بالحياة الحاضرة التى يحياها المستفيدون منه ، وكذلك بالظروف الاجتماعية التى يعيشون فيها حتى تحقق الفائدة المرجوة من هذا البرنامج. (١٨ : ١٣١)

كما توجد مجموعة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في برامج الترويج حتى يحقق الأهداف المرجوة منه وهي كالتالي: (١٢ : ٥٠)

- أن يمد الأفراد بخبرات متشابهة ومتوازنة في النمو والتطور.
- أن يقوم على اهتمامات واحتياجات وقدرات الأفراد الذين يعمل على خدمتهم.
- أن يعمل على إمداد الأفراد بالخبرات المرتبطة بالبيئة المحيطة.
- أن يمكن تنفيذه من خلال التسهيلات المتاحة والوقت المتيسر والأدوات والقيادات المتوافرة.



شكل (٧) خصائص برامج الترويج

مهما كانت الإستراتيجية الإدارية ، أو نظام الإدارة المتبع فى المؤسسة الترويجية الخلوية فمن الضروري على مديري المؤسسات الترويجية الخلوية اتخاذ بعض القرارات المرتبطة ببعض العوامل، والتي من أهمها: (٥٣ : ٢٦٣، ٢٦٤)

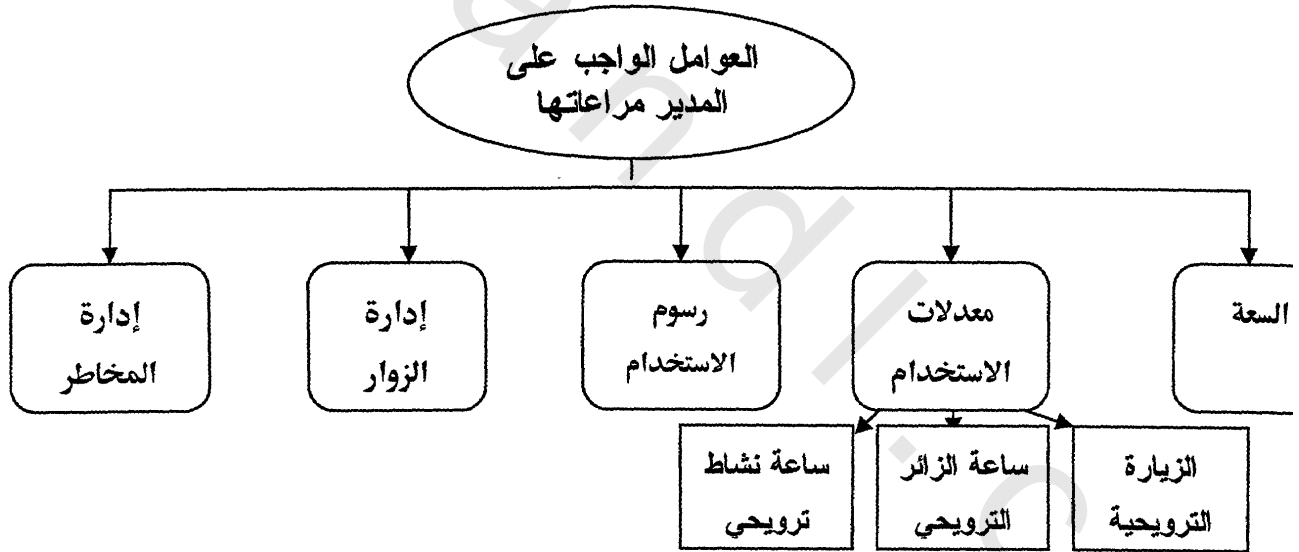
- السعة يجب على المدير أن يقدر عدد الناس ، وأنواع النشاط الخلوية التي تتلاءم مع المكان أو المنشأة قبل البدء فى شيء.

- معدلات الاستخدام يجب أن يقدر المدير عدد المرات التي يمكن أن تستخدم فيه المنشأة . ويوجد ثلاثة معايير لقياس معدلات الاستخدام ، الزيارة الترويجية وهي دخول الشخص إلى المكان أو المنشأة. ساعة الزائر الترويجي وهي زيارة ترويجية لمدة ٦٠ دقيقة. ساعة نشاط ترويجي وهي تصف مشاركة الفرد الواحد فى نشاط واحد لمدة ٦٠ دقيقة. وتبنى هذه التقديرات على أساس الملاحظة العامة أو من خلال عملية توزيع الكوبونات أو من خلال عد الرؤوس.

- رسوم الاستخدام هذه القضية تهتم مديري المنشآت الترويجية حيث يجب جعل الرسوم ملائمة للمعدلات الأخرى بالسوق لجذب العملاء وفي نفس الوقت حصول مقدم الخدمة على ربح معقول في حين يؤمن العديد من الناس أنه لا يجب فرض رسوم لاستخدام المنشآت الترويجية، في حين يؤمن آخرون أن الرسوم سوف تحسن من جودة الخدمة ، كما أنها ستقيد تهديد الموارد الطبيعية.

- إدارة الزوار: الغرض من إدارة الزوار هو جعل كل شخص زائر سعيد قدر الإمكان ، وفي نفس الوقت الحصول على جودة الموقع، من خلال وضع علامات إرشادية واضحة، توضيح أماكن الأمن.. المحلات ، إعداد جميع المواقع بمداخل ومخارج سهلة لذوى الاحتياجات الخاصة.

- إدارة المخاطر في أفضل المنشآت تحدث إصابات وحوادث ؛ لذا تقوم المنشأة بتعيين مسئولين لمواجهة مثل هذه المواقف من خلال إرشادات السلامة، تدريب فريق العمل، تطوير إجراءات الطوارئ، نظام لتسجيل الإصابات والحوادث.



شكل (٨) العوامل الواجب على مدير المؤسسة الترويجية مراعاتها

يساعد تخطيط البرامج المنظمة في توفير إطار عمل لتسهيل اتخاذ مجموعة من القرارات في الوقت المناسب وفيما يلي عرض لإرشادات عامة تساعد على وضع تخطيط البرامج في مسارها الناجح: (٧٢)

- التركيز على نتائج البرنامج وليس فقط على مخرجاته .

فنتائج البرنامج تمثل مجموعة الفوائد التي حصلت عليها الفئة المستهدفة والتطورات التي حصلت لها والحلول التي حصلت عليها من تطبيق البرنامج، أما مخرجات البرنامج فهي تمثل الجانب الكمي لتنفيذ البرنامج، مثلاً عدد المستفيدين

من البرنامج قد يكون عددا كبيرا ولكن ذلك قد لا ينعكس بالضرورة على نتائج ايجابية.

- التنسيق بين البرنامج الجديد والبرامج الأخرى.

فأى برنامج جديد ما هو إلا جزء من المنظمة ولذلك يجب أن يراعى القائمون على تخطيط البرامج ما يتوفر لدى المنظمة من برامج أخرى قائمة للتأكد من كافة برامج المنظمة تتمتع بانسجام مع بعضها البعض، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق معرفة المدخلات التي يجب أن يوفرها مدراء آخرون وبرامج أخرى لسد متطلبات البرنامج الجديد ومعرفة ماهية التغذية الراجعة المستمرة التي يتوجب توفيرها لأعضاء البرنامج الجديد والبرامج الأخرى، وكيف يمكن للبرنامج الجديد أن يعود بالنفع على البرامج الأخرى.

- البحث في أفضل الوسائل لتقديم خدمات فعالة.

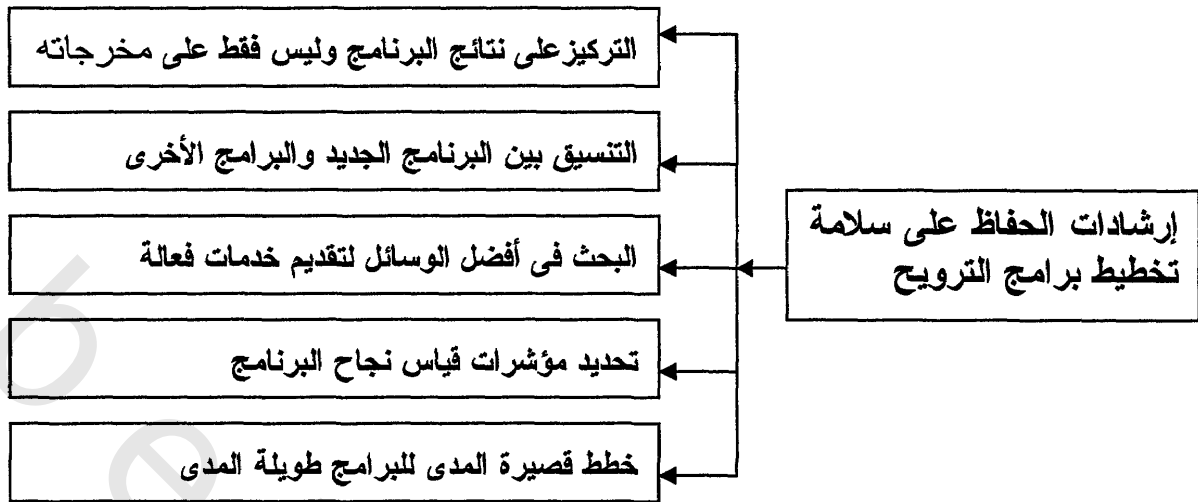
النقطة الأساسية في البرنامج أنه يقدم خدمات للفئات المستهدفة، وبالتالي فإنه من المهم البحث في أنجح الطرق لإيصال هذه الخدمات، ومن أفضل هذه الطرق هي التعاون مع المنظمات الأخرى التي تنفذ برامج مشابهة لبرامج منظمك، فالعمل المشترك ينتج عنه توفير في الميزانية وتقليل في تكاليف وتوظيف مصادر أكثر لخدمة الفئات المستهدفة.

- تحديد مؤشرات قياس نجاح البرنامج.

ستساعد هذه المؤشرات في معرفة ما إذا كان البرنامج ناجحا أم لا، وستساعد كذلك في تجنب الشروع في برنامج لمجرد القيام ببرنامج، بغض النظر عن أية غايات أخرى. وخذ في الاعتبار تحديد المؤشرات المرتبطة بالنتائج المتوقعة.

- خطط قصيرة المدى للبرامج طويلة المدى.

حتى تضمن أن عملية المباشرة في تأسيس برنامج تسير بالطريق الصحيح، تجنب التفكير بالنتائج التي لا يمكن تحقيقها في الوقت القصير، بل اكتفى بوضع خطط عمل لتنفيذ البرنامج طول فترة وجوده، فهذه الخطط القصيرة ستسهل عليك تقسيم العمل وتوزيعه إلى مراحل وإجراءات واضحة، وأجل قياس النتائج النهائية إلى حين انتهاء مدة البرنامج.



شكل (٩) إرشادات الحفاظ على سلامة تخطيط برامج الترويج

وتقدم برامج الترويج الجامعي فرص ممتازة للطلاب المشاركة في مختلف المناشط الخلوية وتطوير وتنمية المهارات القيادية والإرشادية من خلال برامج تدريب المعلم/المُرشد. ويعتبرون أداة ممتازة للحصول على خبرة قبل البحث عن وظيفة للبدء في خلق وابتكار برامج الترويج الخلوي، وتعتبر البرامج الرسمية للكلية أكبر من مراكز الترويج التجارية العديدة وتقدم تدريب ممتاز للطلاب في إدارة المناطق/ المجالات مثل التسويق والتمويل وأيضا الخبرة في القيادة والإرشاد. (٦٠ : ٤٥٩)

وتؤكد الدول المتقدمة على أهمية البرامج الترويجية في مجال استثمار أوقات الفراغ لدورها في تنمية وتطوير شخصية الفرد ككل وفي تحقيق النمو المتكامل له وذلك لكونها من أهم الوسائل التربوية لتحقيق أهداف التربية بوجه عام، وفي تحقيق أهدافها في استثمار أوقات الفراغ بوجه خاص، ولا غنى لأي مجتمع عن هذه البرامج المتوازنة الشاملة التي تسير تحت قيادة واعية تبذل كل جهد وعناية في الإعداد لها وتخطيطها وهي القاعدة التي تؤدي إلى تحقيق ما يرمى إليه الترويج من حيث خلق روح التآلف وتوحيد الاتجاه بما يرفع مستوى الفرد في كافة النواحي باعتبار أن الفرد هو العنصر الهام والأساسي لهذه البرامج. (١٨ : ١٤٧) (٣٢ : ١٥)

وتقدم مناشط الترويج بمختلف ألوانها وأنواعها في شكل منظم يطلق عليه البرامج الترويجية، وهي اختيارية بالطبع، كما أنها موضوعة بطريقة تلائم احتياجات واهتمامات ورغبات المشاركين، وبرامج الترويج تقدمها المؤسسات المعنية بالترويج في المجتمع المحلي كالنادي، والمؤسسات التعليمية، ومراكز الشباب والجمعيات الاجتماعية. ويطلق على البرنامج الترويجي مسميات مختلفة حسب نوع المؤسسة التي تقدم البرنامج فأحيانا يسمى النشاط الداخلي ، أو النشاط

الخارجي، أو أنشطة خارج المنهج ، أو برامج الأسر، أو برامج الريادة الطلابية، أو برامج لجان النشاط بالمؤسسة. (١٦ : ٣٧٧) (٣٧ : ٣٧٧)

وتقدم رعاية الشباب بالجامعة مجموعة من مناشط الترويج الخلوى لطلاب الجامعة وهي المعسكرات، الرحلات الخلوية، التجوال، الترحال، النزاهات الجواله، هوايات الجمع والافتاء، الفنون اليدوية، المخيمات الشاطئية، ألعاب بسيطة (صغيرة).

التقويم Evaluation

ورد في قاموس ويبستر Webster وقاموس أكسفورد Oxford أن كلمة تقويم Evaluation جاءت من Evaluate بمعنى تحديد قيمة أو كم الشيء والتعبير عن هذه القيمة عدديًا، وأصل الكلمة جاءت من Value بمعنى قيمة (٣٠ : ١٩).

وقوم الشيء أي قدر قيمته، فتقويم الشيء أي وزنه، كما أن التقويم لا يقتصر على تقدير قيمة الشيء ووزنه، وإنما يتعدى ذلك إلى إصدار أحكام على الشيء المقوم (٢٧ : ٣٧).

فالتقويم يتضمن إصدار أحكام على قيمة الأشياء أو الأشخاص أو الموضوعات ويمتد إلى مفهوم التحسين، والتعديل والتطوير، حيث إن هذه العملية تعتمد أساسًا على فكرة إصدار الأحكام.

يرى محمد رضوان وكمال إسماعيل (١٩٩٥م) نقلًا عن ويلي Wiley، إلى أن التقويم هو عملية تتألف من جمع البيانات واستخدام المعلومات الخاصة بالتغيرات التي تحدث في سلوك الطالب في اتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بالبرنامج التربوي (٣٠ : ٢١).

وتشير ليلي زهران (١٩٩٦م)، إلى أن التقويم هو تقدير كمي أو كيفي للظاهرة موضوع الدراسة من خلال مقاييس تجمع بواسطتها البيانات المطلوبة ، ثم تفسيرها ؛ لإصدار الأحكام التي تساعد على تحسينها أو تعديلها. ويعني في اللغة تقدير القيمة أو الوزن (٢١ : ٢٤).

وتؤكد يسرية عبد الغني (١٩٩٨م)، أن التقويم: هو الوسيلة التي يتم بها تحديد مدى تحقيق العملية التربوية لأغراضها ، والعمل باستمرار على تلافي الجوانب السلبية ، وتدعيم الجوانب الايجابية للوصول للهدف (٣٩ : ٦).

وتوضح سهير بدير (١٩٩٥م)، أن التقويم يرتبط بالأهداف والطريقة والمحتوى، فهو يساعد المعلم والتلميذ على معرفة ما حققه من هذه الأهداف، ومن جهة أخرى هو يساعد على معرفة نجاح الطريقة في تحقيق الأهداف ومناسبة

المحتوى، ولذلك فهو في النهاية يؤدي إلى تعديل الأهداف والمحتوى والطريقة (٩ : ١٢١).

ويرى الباحث أن التقويم في التربية الحديثة يعني العملية التي تستهدف الوقوف علي مدى تحقيق الأهداف التربوية ومدى فاعلية البرنامج التربوي بأكمله من تخطيط وتنفيذ ووسائل تعليمية وأساليب تقويم.

وتوجد أسس وقواعد هامة يجب أن تراعى في المجالات التي يستخدم فيها التقويم، فالتقويم يشمل جميع جوانب الحياة فهو يلعب دوراً هاماً في المجال الصناعي، التجاري وكذلك في مجال التربية حيث يلعب التقويم دوراً هاماً في تقويم أداء التلاميذ ، ومدى درجة استفادتهم من العملية التعليمية داخل المدرسة من حيث اكتسابهم للمعلومات والمعارف، ومدى تأثير العملية التعليمية على سلوك التلاميذ. فالتقويم هنا يحدد قيمة ووزن العملية التربوية ؛ وبناء على ذلك يتم إصدار الأحكام والتي تكون دائماً مرتبطة بالأغراض والأهداف الخاصة بالعملية التعليمية (٢٨ : ٣).

ويذكر صلاح الدين علام (٢٠٠٠) أن التقويم عملية منهجية تقتضى جمع بيانات موضوعية ومعلومات صادقة من مصادر متعددة باستخدام أدوات قياس في ضوء أهداف محددة ؛ بغرض التوصل إلى تقديرات كمية وأدلة كافية يستند إليها في إصدار الأحكام أو اتخاذ قرارات مناسبة تتعلق بالأفراد أو البرامج والمشروعات والمؤسسات للتحقق من أثرها وفعاليتها في تحقيق أهداف محددة (١٠ : ٥)

ويضيف مصطفى باهى، وفاتن النمر (٢٠٠٤) أن التقويم معروف منذ القدم وإن كان حديث العهد في التربية والتعليم، وهو تحديد مدى قيمة شيء معين أو حدث معين... أى أن التقويم وسيلة لإدراك نواحي القوى لتأكيداها والاستزادة منها والوقوف على نواحي الضعف لعلاجها أو تعديلها، فعملية التقويم ليست تشخيصاً للواقع بل هى علاج لما به عيوب إذ لا يكفى أن تحدد أوجه القصور وإنما يجب العمل على تلافيها والقضاء عليها فى عملية تشخيصية وعلاجية هامة ليس فقط فى مجال التربية، وإنما فى جميع مجالات الحياة، فطالما يقوم الإنسان بعمل، فعليه معرفة نتيجة هذا العمل وما وقع فيه من أخطاء ؛ حتى لا يكررها وصولاً إلى أداء أفضل. (٣٥ : ٤)

ويرى محمد رضوان وكمال إسماعيل (١٩٩٥م)، أن مصطلح التقويم التربوي يستخدم للإشارة إلى تلك العملية المنتظمة المستمرة التي يتم بها تحديد مدى فعالية المحاولات أو المساعي التربوية المختلفة التي تقدمها المؤسسات المتخصصة في التربية والتعليم واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بتلك المحاولات والمساعي (٣٠ : ٧٦).

ويشير جودث ويلد "Judith wilde" (١٩٩٥) إلى أن التقييم هو المفتاح للتقويم الجيد والغرض العام من التقييم هو استخدام أسلوب الحوار الذي يحدد حالة خبرة ومعرفة العينة ويسمح للمخططين للبرنامج بتحديد احتياجاتهم ورغباتهم وأهدافهم ويؤدي ذلك إلى تعديل وضع البرنامج ليشبع احتياجات العينة، ويجب أن يكون القائمون بالتقويم على قدر عال من الإعداد للمشاركة الفعالة في عملية التقييم، والتقييم الجيد يقود إلى التقويم الفعال ويجب الإجابة على التساؤلات التالية:

- أين نحن الآن؟
 - ما الذي نحتاج معرفته عن موضوع البحث؟
 - ما هي نقاط الضعف ومن أي نقطة سنبدأ؟
- وتقويم الأداء جزء من عملية الإدارة ككل، فهو يمثل جوهر عملية الرقابة حيث يهدف إلى مطابقة نتائج العمل بالأهداف المحددة من خلال توفير معلومات متجددة ودقيقة عن الأداء في كافة المجالات المنظمة ومقارنتها بالمعدلات المحددة والمساهمة في اتخاذ القرارات لتصحيح مسارات الأداء وتحقيق الأهداف المحددة. (٥٨ : ٤٥)

ويعرف جود Good (١٩٩٣م)، التقويم بأنه عملية التحقق أو الحكم على قيمة الشيء أو مقداره عن طريق التجربة والاختبار، وذلك باستخدام أداة أو مقياس، وتتضمن عملية التقويم الأحكام المعتمدة على أدلة داخلية أو معايير خارجية (٤٦ : ٢٢).

ويوجد نوعين من التقويم، حسب توقيت استخدامه هما:

- التقويم البنائي (التكويني): وهي عملية مستمرة جنباً إلى جنب مع عملية تنفيذ المنهج الدراسي وأهدافه خطوة بخطوة.

- التقويم النهائي: ويتم بعد انتهاء عمليات تنفيذ المنهج الدراسي وهو في صورته النهائية في مرحلة التعميم، وهو يستهدف التعرف على مدى تحقيق الأهداف العامة للمنهج ونتائج هذا التقويم مهمة في تطوير المنهج (٣٣ : ١٢١-١٢٠).

ولا يقتصر التقويم في مجال التربية البدنية والرياضة والترويح على جانب واحد من جوانب شخصية الطالب، وذلك لأن الشخصية أعم وأشمل من كونها تعبر عن نتيجة اختبار أو مقياس واحد يختبر أو يقيس جانباً واحداً من جوانب شخصية الطالب المتعددة الأبعاد، لذا فالتقويم التربوي الرياضي عملية تقدير شاملة لكل قوى وطاقات الطالب، فهي عبارة عن عملية جرد لمحتويات الطالب (٣٣ : ٢٣).

وتعد الأهداف الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها نجاح أي عمل ناجح، حيث إن الأهداف تعد مرشداً نحو الغاية المنشودة، فهي تحدد الاتجاه العام

للمجهودات الجماعية. فالأهداف تعد بمثابة النتائج المطلوب تحقيقها بالجهد الجماعي (١١ : ٩٢).

وعمليّة التقويم تهدف إلى:

- معرفة مدى نمو الفرد الممارس نحو النضج في حدود استعداداته وإمكاناته.
- الكشف عن حاجات الفرد الممارس وميوله وقدراته التي ينبغي أن تراعى في نوع النشاط.
- تشخيص العقبات التي تعترض تقدم اللاعب والمدرّب والمعلم والإداري والعمل على تذليل هذه العقبات.
- تشخيص نواحي القوة أو الضعف أو القصور في اللاعب أو البرنامج عن طريق الاختبارات المختلفة.
- الكشف عن الأفراد المتأخرين وأسباب هذا التأخير.
- معرفة ما حققه البرنامج الموضوع من أهداف.
- الحصول على المعلومات اللازمة لنقل الفرد الممارس من مرحلة إلى أخرى أو لتقسيم اللاعبين إلى مجموعات متجانسة

كما تشير ليلي زهران (٢٠٠٢م)، إلى وجود مجموعة من المبادئ التي يجب أن تبني عليها عملية التقويم لكي تكون ناجحة ومحقة للهدف، وهذه المبادئ هي: (٢٠ : ١٢٨، ١٢٩) (٢١ : ٨، ٧)

- أن يرتبط التقويم بالأهداف ويتناسب معها، ويعمل على قياس مختلف جوانبها. فإذا بعدت عملية التقويم عن الأهداف فإن المعلومات المتجمعة سينقصها الصدق في تقدير المطلوب.
- أن يكون شاملاً لجميع الجوانب التي تؤثر في شخصية الطالب وتوجيه سلوكه، فلا يقتصر التقويم على مجرد قياس التحصيل المهاري أو المعرفي. بل يجب أن يساعد على الحكم على مدى النمو والتطور في المهارات والقيم وأسلوب التفكير ومدى مناسبة الخبرات لميول الطلاب واتجاهاتهم.
- أن تكون عملية التقويم مستمرة وتسير جنباً إلى جنب مع عملية التعلم. فلا تقتصر على نهاية النشاط، بل يجب أن تتم بطريقة منظمة ومستمرة مع بداية النشاط على مدار وحداته، وحتى الانتهاء من جميع خبرات وبرامج النشاط.
- أن يبنى التقويم على أسس علمية بمعنى أن يتوافر في أدوات القياس الصدق، الثبات والموضوعية.
- يجب استخدام مجموعة متنوعة من أدوات التقويم.
- أن يشترك الطالب في عملية التقويم ويتفهم الهدف من عملية القياس ويتدرب على تطبيق الاختبار وأدائه؛ حتى ينفعل مع متطلبات الاختبار ويستجيب له وفقاً لهذه المتطلبات.

- أن يراعى في اختيار أدوات التقييم إمكانية تقديرها للظاهرة في أقل وقت وجهد وأقل نفقات .

مراحل العملية التقييمية والمبادئ التي يجب مراعاتها في برامج الترويج:

يشير محمد حسانين (١٩٩٩م)، إلى أن مراحل العملية التقييمية هي: (٢٧ : ٥١-٥٥).

- **تحديد الهدف من التقييم:** قبل بداية العمل يجب تحديد الهدف من عملية التقييم تحديداً دقيقاً، لأن ذلك سيساعد القائمين بالتقييم على وضوح الظاهرة في عقولهم، وذلك ضماناً للنجاح ومنعاً للانحراف بالتقييم عن وجهته الصحيحة.

- **عمل تخطيط شامل للخطة المراد إتباعها في التقييم:** يعتبر التخطيط أحد أنواع العمل العلمي الذي يؤدي بدوره إلى تحقيق الأهداف الموضوعية، ولذلك يجب على القائمين بالتقييم التخطيط لكل خطوة من خطوات التقييم قبل الإقدام عليه، وبذلك يستبعد عدم الدقة في تنفيذ برنامج التقييم قبل بدايته.

- **تحديد المعايير والمحكات:** لضمان نجاح عملية التقييم يجب تحديد المعايير أو المحكات المستخدمة في التقييم. ويجب ألا تكون المعايير المستخدمة في التقييم معقدة أو يصعب فهمها ، بل يجب أن تكون سهلة ومن الممكن قياس النتائج على أساسها.

- **قياس المعايير:** يقصد بعملية القياس مطابقة التغير الذي يقوم على أساس من المعايير الموضوعية، بحيث يحصل التغيير على نسبة معينة من هذه المعايير.

- **تحديد منطق التقييم:** يعتمد منطق التقييم على أساس أن البرنامج هو الأداة والوسيلة لإحداث التغيرات المطلوبة، تلك التغيرات التي اعتمدت السلوك نتيجة القيام بتنفيذ البرنامج . ومن الممكن قياسها بالنسبة لمعايير موحدة.

- **اختيار وإعداد القائمين بالتقييم:** ويقصد به العناية بتدريب المشرفين والقائمين على تنفيذ عملية التقييم وتدريبهم للإلمام بأحدث وسائل التقييم والسيطرة على هذه الوسائل ؛حتى تكون النتائج صادقة ويمكن الاعتماد عليها.

- **جمع البيانات:** وبها يمكن جمع البيانات بإحدى أدوات التقييم المستخدمة مثل الاختبارات، مقاييس التقييم المدرجة، الملاحظة المنظمة، دراسة الحالة، الاستبيان والمقابلة الشخصية.

- **التحليل:** بعد أن تجمع البيانات تفرغ ، ثم جدول. ويتم تحليل الجداول للحصول على الحقائق المتعلقة بالهدف من العملية التقييمية.

- **تحديد النتائج:** بعد أن يتم تحليل النتائج والجداول وإيجاد الارتباطات بينها تحدد النتائج المستخلصة من العملية التقييمية والتي على أساسها توضع خطة المستقبل.

• **تسجيل النتائج:** يجب تسجيل نتائج العملية التقويمية تسجيلًا دقيقًا يساعد على حفظها ودراستها والحكم عليها وسهولة استخدامها في أي وقت

ويتفق كل من يحيى هندام، وجابر عبد الحميد (١٩٧٥م). مجدي إبراهيم (١٩٨٥م). كمال درويش، ومحمد الحماحمي، وسهير المهندس (١٩٩٠م)، على أن الأسس والسمات والخصائص التي يجب أن يبنى عليها التقويم هي: (٣٨ : ٢٥٢ - ٢٥٨) (٣٤ : ٣٤٨ - ٣٦٠) (١٩ : ٢٩٨ - ٢٩٧).

❖ **القيمة الشخصية:** يوجد أساسا هاما للتقويم هو أن تكون نتائجه تشخيصية، أي أن تتميز بين المستويات المختلفة ، وأن تصف نواحي القوة والضعف في عمليات الأداء ونتائجها.

❖ **الأسلوب العلمي:** والذي يتسم بمجموعة من المحددات، من أهمها:

- **الصدق:** فالوسيلة الصادقة هي التي تقيس بالفعل الشيء الذي وضعت لقياسه دون أن تتأثر النتائج بعوامل أخرى غير النواحي المطلوب قياسها في هذا المجال.

- **الثبات:** يعني إعطاء الوسيلة نفس النتائج عند تكرار استخدامها بعد فترة زمنية معقولة أو في نفس الوقت.

- **الموضوعية:** تعني عدم تأثر نتائج الاختبار كلما أمكن ذلك بالعوامل الشخصية للمصحح.

- **التنوع:** يعني استخدام مجموعة من الوسائل التي يكمل بعضها البعض.

- **مراعاة المستوى:** بمعنى أن تتناسب الوسائل المستخدمة مع مستوى المتعلمين.

- **التمييز:** بمعنى أن يساعد التقويم على إظهار ما بين المتعلمين من فروق فردية.

- **التخطيط:** بمعنى أنه يجب وضع برنامج شامل لتقويم جمع نواحي نماء المتعلمين.

- **أن تقبل النتائج للتنظيم والتحليل ؛** حتى يسهل كشف العلاقات بينها وفهم مغزاها واستخلاص النتائج منها، مما يساعد على إصدار أحكام سليمة.

❖ **الاستمرارية:** وذلك يعني أن تكون عملية التقويم تقديرية مستمرة نظراً لأن العمليات الإدارية والتعليمية والتدريبية تعد عمليات إدارية تربوية وديناميكية مستمرة.

❖ **الشمولية:** يقصد بها الاهتمام بجميع أوجه عناصر موضوع التقويم ، وكذلك العوامل المؤثرة في ذلك الموضوع، أي الاهتمام بكل من الوسائل والغايات.

❖ **الديمقراطية:** حيث يجب أن يكون التقويم عملية يتعاون خلالها كل من له دور في التأثير على العمليات التربوية ويتأثر بها. ولذا يجب أن يشارك في التقويم كل من يستطيع أن يدلي بأفكاره بحيث يسود التقويم روح الديمقراطية. بمعنى

أن تتوفر فيه حرية التفكير والابتكار في إطار من العلاقات الإنسانية والتعاون بين القائمين بعملية التقويم.

كما ان التقويم يقدم ملخصا للاتجاهات، والاحتياجات، والفرص التي تتماشى مع المزايا التي يحصل عليها الفرد المشارك في برامج الترويج الخلوي، ويتضمن ذلك التغيرات الديموغرافية (السكانية) التي تؤثر على المشاركة والهيئات والمنشآت التي تقدم تلك البرامج بالإضافة إلى وصف المشاكل التي تواجه الترويج الخلوي. (٥٤ : ٢٥٥)

كما يجب أن تتم عملية تقويم البرنامج بشكل سنوي على الأقل للتحقق من أن البرنامج قد أنجز أهدافه ، وحقق النتائج المرجوة منه ومن أنه يقوم بذلك على نحو فعال، ونادرا ما يتوفر لدى المشاريع الصغيرة المصادر التي يتم من خلالها تقويم أهداف البرنامج ونتائجه وعمليات تنفيذه، غير أنه باستطاعتهم التفكير في الجوانب التي تثير مخاوفهم حول برنامج معين ، ومن ثم القيام بعملية تقويم لدراسة تلك الجوانب من البرنامج. وتوجد إيجابيات عديدة لعملية تقويم البرنامج إذ أنها تمكن التحقق من جدوى الخدمات المقدمة للفئات المستهدفة أو زيادتها كما يساعد على تطوير طرق إيصال خدمات البرنامج بما يوفر عليك الوقت والمال. (٧٢)

الدراسات المرتبطة:

أولاً الدراسات باللغة العربية:

دراسة قام بها عفت عبد السلام (١٩٩٣) "دراسة تحليلية لاهتمامات واحتياجات طلاب جامعة المنيا" واستخدم المنهج الوصفي والاستبيان كأداة لجمع البيانات وعينة البحث (٦٩٠) وأهم النتائج هي أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلاب هي النشاط الرياضي، والاجتماعي والمعسكرات والرحلات. أما بالنسبة للطالبات فكانت المعسكرات والرحلات، والنشاط الاجتماعي والقراءة. هناك اتفاق بين أفراد العينة على أن البرامج الحالية بالجامعة غير مناسبة للجميع وغير كافية لأعداد المشتركين ، وغير شاملة لأوجه النشاط المختلفة. اتفقت هذه الدراسة على أهم المشكلات التي تعوق سير النشاط والمتمثلة في محدودية فرص الاشتراك والاختيار في مجالات النشاط المختلفة. إبحام هيئة التدريس عن المشاركة أو الإشراف على هذه المناشط، قلة الحوافز المادية والمعنوية للمشاركين في النشاط. (١٤)

دراسة قام بها دسوقي أيمن (٢٠٠٤) بعنوان " ألعاب المغامرة كأحد أنشطة الخلاء الترويحية لدى طلاب جامعة المنيا" هدفت الدراسة إلى إعداد ألعاب المغامرة المخططة والمدرسة والمقننة في حدود قدرات طلبة وطالبات الجامعة، وتقديمها للمسؤولين والجهات المختصة لتطوير وتحديث برامج الرياضة المدرسية والجامعية في مصر والتي تتمثل في إنشاء مركز ألعاب المغامرة في جامعة المنيا،

مع وضع هذه الألعاب موضع التنفيذ لتصبح برنامجاً قومياً. طبق البحث على طلبة وطالبات الجامعة للتعرف على مدى إقدام الأفراد من الفئات العمرية المختلفة على ممارسة ألعاب المغامرة. توصل البحث إلى إمكانية عمل مشروع "مركز ألعاب المغامرة" لجميع الأعمار السنوية في مصر. (٧)

دراسة قام بها محمد الذهبي (٢٠٠٥) بعنوان "بناء مقياس لتقويم الأنشطة الطلابية بجامعة المنصورة من منظور تروحي" واستخدم المنهج الوصفي (النمط المسحي) وكانت عينة الدراسة (١٠٢٢) طالب و طالبة من الكليات العملية و النظرية واستخدم المقابلة الشخصية والمقياس والدراسة الميدانية لجمع البيانات. وكانت أهم النتائج هي:

- إدراك الطلاب لأهمية ممارسة النشاط التروحي وأهدافها.
- الطلاب المشاركون من الكليات العملية أكثر فهماً للنشاط الطلابية.
- إدراك الطلاب لأهمية الاستفادة من إمكانات ممارسة النشاط التروحي.
- إدراك الطلاب لأهمية استثارة أساليب تقويم للنشاط الطلابية. (٢٥)

دراسة قام بها أشرف عبد الرازق (٢٠٠٦) بعنوان "دراسة تقويمية لأنشطة الجواله لطلاب جامعة طنطا" و استخدم الباحث المنهج الوصفي الدراسة المسحية وكانت عينة البحث عبارة عن ١٨ جوال و ٣ مشرفين من كل كلية واستخدم الباحث المقابلة الشخصية و الاستبيان لجمع البيانات. وكانت أهم النتائج هي:

- إن نشاط الجواله التي تنفذ لطلاب جامعة طنطا يتم التركيز على بعضها وينفذ بصورة جيدة والبعض الآخر لا يتم التركيز عليه.
- الإمكانيات المادية المتوفرة لنشاط الجواله لطلاب جامعة طنطا غير كافية لتنفيذ النشاط الكشفية مما يعوق تنفيذ بعض النشاط.
- الإمكانيات البشرية المتوفرة لنشاط الجواله ليست على المستوى المناسب لتنفيذ النشاط الكشفية وتحتاج إلى ثقل في بعض المحاولات الكشفية.
- لا تسهم الإدارة العامة لرعاية الشباب بجامعة طنطا في نشر حركة الجواله بجامعة طنطا ولا يساعد على الارتقاء بالجواله في الجامعة. (١)

دراسة قام بها محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦) بعنوان "استراتيجية تفعيل المشاركة في الأنشطة الطلابية بجامعة المنصورة" بهدف تحليل الأوضاع المحيطة ببرامج النشاط الطلابي بجامعة المنصورة وصياغة استراتيجية التي تفعل مشاركة الطلاب ببرامج النشاط، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، وبلغت عينة الدراسة (٣١٠٥) من الطلاب (٦٢) عضو هيئة تدريس (١٤٤) من إداري رعاية الطلاب بالكليات والجامعة، واستخدموا الملاحظة والمقابلة والاستبيانات، وتحليل الوثائق في جمع البيانات. وكانت أهم النتائج أن نسبة (٨,١%) من إجمالي طلاب الجامعة هم الذين يشاركون في النشاط الطلابية من

بينهم (١٠,٦%) هم الذين يمارسون مناشط خلوية، وأهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط هي كثرة الأعباء الدراسية وتضارب توقيت الممارسة مع الجدول الدراسي ، وعدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية (٣١)

ثانياً الدراسات باللغات الأجنبية.

دراسة قام بها "ايورت Ewert وآخرون (١٩٩٢) بعنوان "أسباب العزوف عن المشاركة في أنشطة الترويج الخلوي" وهدفت الدراسة إلى قياس حالة الخوف التي تنتاب وتنتج عن المشاركة في مناشط الترويج الخلوي وبرامجه والتي تعتمد على الخبرات السابقة ، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وقد أسفرت النتائج على أن أسباب العزوف عند الفتيات أكثر منها عند الذكور. ويعد التعليم الاجتماعي مؤثراً على زيادة العزوف لدى الفتيات عنها لدى الذكور، وتعد مثل هذه الدراسة لها دور كبير على الإقلال من أسباب العزوف لدى الجنسين. (٤٩)

دراسة قام بها "تارانت Tarrant وآخرون (١٩٩٤) بعنوان "استعادة الخبرات المكتسبة من عملية الترويج الخلوي" تقوم الدراسة على اختيار الاستجابات النفسية المرتبطة بعملية استعادة الخبرات الخاصة بعملية الترويج الخلوي، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وأجريت الدراسة على (٥٤) شخصاً من الإناث متوسط أعمارهن يصل إلى (٢٥,٢) سنة من جامعات الولايات المتحدة حيث قاموا بعمل تقرير عن الموصفات والخصائص النفسية لديهن و مقدار المعرفة، ثم طلب منهن أن يقمن باسترجاع الخبرات السلبية والإيجابية التي أثرت فيهن أثناء عمليات الترويج الخلوي التي قمن بالاشتراك فيها من قبل، وقد أسفرت النتائج إلى أن العامل النفسي عندما يكون إيجابياً يساعد كثيراً على عملية استرجاع الخبرات السابقة بعكس العامل النفسي غير الإيجابي يقلل بين عملية استعادة واسترجاع الخبرات المكتسبة من عمليات الترويج الخلوي. (٦٧)

دراسة قام بها (U.S.D.A) وهو مكتب إدارة الأراضي ، وخدمة المتنزهات القومية بالولايات المتحدة (١٩٩٥) تبين أن أوجه النشاط الترويجي الخلوي الأكثر شيوعاً للأشخاص بعمر ١٦ عاماً فيما فوق من خلال مقارنة معدلات المشاركة وقد بينت نتائج الدراسة أن أكثر النشاط شيوعاً لدى الأفراد هو (المعسكرات) بينما أقل النشاط شيوعاً لدى الأفراد هي (المخيمات الشاطئية، ومشاهدة أو مراقبة الطيور) (٦٠ : ٤٥٥)

دراسة قام بها "ستيورات Stewart-WP وآخرون (١٩٩٦) بعنوان "الخبرات والفوائد الخاصة بالترويج الخلوي في اليابان" وهدفت الدراسة إلى معرفة الجدل في اليابان حول مناشط الترويج الخلوي وثبت أنها تتيح الفرصة

لتطبيق وإشباع الاحتياجات الفردية وتساعد على اكتساب الفوائد والخبرات، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وتم التطبيق على مجموعتين من سكان اليابان الذين يفضلون الترويج الخلوي وهم المنتزهون على الأقدام (الذين يفضلون السير على الأقدام لفترات متواصلة) وعددهم (٣٩٧)، وبعض من طلاب الجامعة المشتركين في بعض الجماعات الترويجية وعددهم (٣٤٦) وقد أشارت النتائج إلى أن المجموعتين مرتبطتان بالقدرة العالية على الاعتماد على النفس، والراحة الجسدية، وتعد اللياقة البدنية والقوام السليم من أهم الفوائد والخبرات المكتسبة من الترويج الخلوي. (٦٤)

دراسة قام بها "ويب Webb"، و"دافيد David" (١٩٩٧) بعنوان "المنتزهات، الترويج الخلوي، أوقات الفراغ، دراسات اللياقة، مراجعة البرنامج" حيث قامت بفحص المناهج ضمن النظام الجامعي بولاية فلوريدا، سمات الطلاب والكلية، طبيعة وكفاية التسهيلات والموارد، الاستجابة لبرنامج الترويج الخلوي الموضوع ومدى تقدم البرنامج، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وتتمثل عينة البحث في كل من عميد الكلية، رؤساء الأقسام بالكلية، الطالبة الخريجين وآخرين، وتشير النتائج إلى أن حالة ووضع البرامج الخلوية بفلوريدا لا تتناسب مع ميول ورغبات المشاركين ولا يتوافر دعم مالي. (٧١)

دراسة قام بها "جون Jones"، و"أرت Art" (١٩٩٧) بعنوان "شرعية برامج الترويج الخلوي في حرم الجامعة والكلية" واستهدفت الدراسة التعرف على أسباب انخفاض الإقبال على الترويج الخلوي ونقص التنوع في فئة المشاركين ونقص الإشراف وميزانية التدعيم الذاتي، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات واقترحت بعض الحلول أهمها : اتساع قاعدة الدعاية والإعلان عن برامج الترويج الخلوي، توفير مصدر مالي من المنح والهبات وتحفيز الأفراد نحو المشاركة في برامج الترويج الخلوي. (٥٦)

دراسة قام بها كل من "جوردان Jordan"، و"ديب Deb" (١٩٩٨) بعنوان "تعلم مهارات الترويج الخلوي في مكان آمن"، استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية تعلم مهارات الترويج الخلوي في معسكرات للفتيات بالأماكن الآمنة، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (١٠٠) متطوعة من الفتيات وكانت أهم النتائج رغبتهم في تعلم مهارات جديدة وميولهن للتواجد في الخلاء والحركة نظرا لزيادة الوزن (٥٧)

دراسة قام بها كل من "كيلبرت Kellert"، و"ستيفن آر Stephen R" (١٩٩٨) بعنوان "دراسة تقويمية للخبرات الخلوية" استهدفت الدراسة التعرف

على تأثير الخبرات الخلوية على تطور التعلم وشخصية الأفراد، واشتمل البحث على دراسة مرجعية حول مقدار ما تم إنجازه من البرامج الخلوية موضوع الدراسة ، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وقد بلغ عدد أفراد العينة ٤٢٩ مشارك في البرامج، وكذلك اشتمل البحث على دراسة أخرى حول قدر ما تم إنجازه قبل ، وبعد ، وأثناء الممارسة المستمرة لبرنامج خلوى لمدة ٦ أشهر ، وقد أشارت النتائج إلى تطور واضح في شخصية الأفراد عينة البحث، حيث تساعد الخبرات الخلوية على تنمية الثقة بالنفس، واحترام الذات، وكذلك احترام أكبر للطبيعة وحمايتها والحفاظ عليها. (٥٩)

دراسة قام بها "ثودوري Theodori" وآخرون (١٩٩٨) بعنوان " الترويج الخلوي والاهتمام البيئي لطلاب الجامعة" حيث وجدت أن السلوكيات والاتجاهات البيئية لطلاب الجامعة كانت مرتفعة نتيجة المشاركة في النشاط الترويجية الخلوية، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، ووجد أن أعلى مشاركة في الاهتمام البيئي كانت (إقامة المعسكرات ، الصيد البحري) بينما أقل مشاركة كان (المخيمات الشاطئية ، الصيد البري).(٦٨)

دراسة قام بها "تيرني Tierney" وآخرون (١٩٩٨) بعنوان "معوقات زيارة المناطق الطبيعية والمشاركة في البرامج الخلوية"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وتم فحص أنواع من زيارة المناطق الطبيعية غير المطورة بأجزاء متنوعة من السكان والحوازر المدركة لمثل تلك الزيارات حوالى (٨٩٤) مقابلة وكانت أهم تلك النتائج هي: نقص أصدقاء الترويج الخلوي في المناطق الطبيعية، الاحتشاد المتزايد على المناطق الطبيعية، نقص العاملين بمجال الترويج الخلوي، عدم المعرفة أين تذهب؟ وماذا تفعل؟ نقص وسائل النقل والمواصلات.(٦٩)

دراسة قام بها "دورانس Dorrance" (١٩٩٨) بعنوان "مناطق الترويج القومية: تخطيط صورة طبيعية للترويج الخلوي"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، حيث تفحص المناطق الترويجية القومية ويعتبر ذلك بمثابة استكشاف في الطبيعة والبحث في توضيح تاريخهم، وكيف يحسنون العمل اليوم والتوقعات في المستقبل . وتم إجراء مقابلة شخصية لستة وثلاثين مديرا من سبعة وثلاثين منطقة ترويج موجودة عن طريق التأليف مع الوضع في الاعتبار سمات المنطقة، عملية التعيين، التدعيم العام، قدرة التشريع، آثار التعيين ، وآليات الإدارة.(٤٨)

دراسة قام بها "هيندرسون Henderson" ، وآخرون (١٩٩٩) بعنوان " مفاهيم طالبات الجامعة عن أنشطة الخلاء" ، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات،

وبلغت العينة (٣٦) من الطالبات وتتراوح أعمارهن من (١٩-٢٥) سنة وناقشت الطالبات القيود والمعوقات العامة للمشاركة مثل الخوف، الحاجة إلى زملاء، وقد اشتملت النتائج: تقدير الطالبات للخلاء كان متعلقا بالإعلان عن المناشط الخلوية من خلال الأسرة أو الجامعة. وتقدم الاهتمامات والمهارات والفرص في الخلاء كانت ضرورية بالنسبة للطالبات. كانت معظم الطالبات متفائلات واحتجن أن يؤمن بأن الخلاء هو بيئة طبيعية ، ولكن خبراتهن في بعض الأحيان تعارضت مع الاتجاهات المثالية.(٥٢)

دراسة قام بها "كلاى جى Clay -G" (١٩٩٩) بعنوان "الأنشطة الخلوية المرتبطة بعامل المغامرة" وهدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير المناشط الخلوية المرتبطة بعامل المغامرة على الطلاب في المراحل المختلفة ، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وقد تم تطبيق الدراسة في المناطق الريفية والحضرية. وتم قياس قدرة الفرد على أداء بعض المناشط أثناء الزيارات للأماكن الخلوية والمناشط التي تتم في المراكز المهتمة بالمناشط الخلوية، وقد أسفرت النتائج على أن المناشط الخلوية المرتبطة بعامل المغامرة التي تمارس في الطبيعة والخلاء تساعد على اكتساب الشعور بالالتزام والعمل بحماس وتنمية اللياقة البدنية واكتساب المهارات والفوائد المختلفة، المساهمة في تطوير وبناء الشخصية أثناء القيام بالمناشط القيمة نفسها. (٤٤)

دراسة قام بها "بها Sygerman" ، و"ديرو Deborah" (١٩٩٩) بعنوان "تعليم القيادة الخلوية" فحص هذا البحث برامج الدرجة الأكاديمية التي تدرب القيادات الخلوية وقد لوحظ (١٢) أهلية وكفاءة للقائد الخلوي وتطابق مخطط البرامج الخلوية بالكلية مع (١٥) برنامج للدرجة الأكاديمية بالسنوات الأربعة في القيادة الخلوية بجامعات وكليات الولايات المتحدة ، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وبينت النتائج أنه لا يوجد التدريب القيادي الخلوي في وضع التعليم العالي، وانعكاس نقص المعايير المهنية المقبولة محليا بالنسبة للتعليم الخلوي وغياب أي هيئة اعتماد لقياس المناهج الخلوية، ويظهر أن معظم برامج الكلية تتطلب مقررات لتطوير الكفاءات الخلوية الضرورية.(٦٥)

دراسة قام بها "برانت Bryant" ، و"جوديث Judith" (١٩٩٩) بعنوان "تأثير برامج الترويج الخلوي بالحرم الجامعي" حيث إن جمع وتحليل البيانات أمكن جوهريا من تعزيز مفهوم تأثير مناشط الكلية والبيئات على الطلاب، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، حيث إن مجموعة من المهن طورت نظاما مناسباً للاستخدام التقويمي عن طريق المؤسسات. وتشير استجابات الطلاب إلى أهمية

المناشط والبرامج الترويجية الخلوية على قراراتهم للحضور والاستمرار في المؤسسات المختارة. (٤٣)

دراسة قام بها "Bhat" (١٩٩٩) بعنوان "تقويم الأنشطة الترويجية الخلوية في الولايات المتحدة" يعتبر الترويج الخلوي هام للعديد من الأفراد، والحكومة، المنظمات الخاصة، والفرد باعتباره ترويجي، ويعتبر الهدف من هذا البحث هو تقديم منهج لقيمة الترويج الخلوي، واستخدام المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدام الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وأهم النتائج نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي، ونقص الإشراف ونقص الدعم المالي. (٤١)

دراسة قام بها "أندرسون Anderson" وآخرون (٢٠٠٠) بعنوان "دوافع الترويج الخلوي" حيث وصفت الدراسة دوافع، وسلوكيات، وخصائص المشارك فيما يتعلق بمناشط الترويج الخلوي وسمات المشارك (عدد مرات تكرار المشاركة، مستوى المهارة والخبرة)، واستخدام المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدام الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وتضمنت الدراسة (٦٠) طالبا بقسم الترويج، ومن ضمن المفحوصين (٦٢%) من الإناث بمتوسط عمر (٢٣) عاما وأهم النتائج أن دوافع المشاركة في مناشط الترويج الخلوي تنمية اللياقة البدنية والحركة وقلة الدوافع الواقية من الأمراض، والتغلب على الميول العدوانية. (٤٠)

دراسة قام بها كل من "ايورت Ewert"، وآخرون (٢٠٠٠) بعنوان "مكونات رحلة خلوية" واستهدفت هذه الدراسة التعرف على مدى الفوائد التي يمكن استخلاصها من خلال رحلة تعليمية خلوية، واستخدام المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدام الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، اشتملت عينة البحث على مجموعة من طلاب الجامعة، وقد تضمن برنامج الرحلة مجموعة من المناشط الخلوية لمدة تتراوح ما بين ثلاثة إلى أربعة أسابيع، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تدعيم أهمية إتقان خبرات الخلاء وتنمية اللياقة البدنية والقيادية والتبعية. (٥٠)

دراسة قام بها "ويب Webb"، و"دافيد David" (٢٠٠١) بعنوان "برامج المغامرة الخلوية في الفترة (١٨٦٣-٢٠٠٠) تاريخ البرامج الخلوية الطلابية"، واستخدام المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدام الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، حيث العوامل التي قد حفزت نمو برامج الترويج الخلوي بالكليات والجامعات قد تضمنت الرغبة في الحصول على الخلاء والاكتشاف. وأهم النتائج: تشكيل الطلاب نوادي التنزه حيث كانت تروج للصدقة والزمالة داخل الكليات، وممارسة الفنون اليدوية، وتبادل المعلومات وأقل المناشط كان التجديف، المخيمات الشاطئية. (٧٠)

دراسة قام بها "فريمان Freeman"، و"زابرسكى Zabriskie" (٢٠٠٢) بعنوان "دور الترويح الخلوي في إثراء الروابط العائلية"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، حيث تم جمع بيانات نوعية وكمية من (٢٤) عائلة مشاركة في برامج مغامرة خلوية دام لمدة ثمان ساعات، ومن إحدى عشر عائلة في برنامج معسكر إقامة للعائلات. وقد أشارت الاكتشافات إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين هذه البرامج وبين تقوية الروابط العائلية واقتراح الحلول للمشاكل. وكانت أهم النتائج ما يلي: أن اختلاف النوع بين العينة غير المشاركة لم يكن سبباً هاماً في الحد من المشاركة. هناك معوقات تتعلق بالفرد نفسه، ومعوقات أخرى خارج إرادة الفرد تحد من المشاركة. (٥١)

دراسة قام بها "بريير Bruyere"، و"براتل Brett" (٢٠٠٢) بعنوان "فوائد البرامج الخلوية لطلاب الجامعة"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، وطبق على طلاب الجامعة وكانت أهم النتائج تنمية اللياقة البدنية والاسترخاء العصبي وإشباع الميل للمغامرة والمخاطرة الخلوية وتعزيز تقدير الذات. (٤٢)

دراسة قام بها "سيجرمان Sygerman"، و"ديبرو Deborah" (٢٠٠٢) بعنوان "دوافع المشاركة في برامج المغامرة الخلوية"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، حيث فحصت الدراسة دوافع الطلاب للمشاركة في خبرات مغامرة خلوية وكانت عينة الدراسة (٧٨٢) طالب من المشاركين في (٧٢) برنامج للمغامرة الخلوية حيث كانت الدوافع متشابهة بالنسبة لجميع المشاركين وقد تضمنت الانخراط في الطبيعة، النشاط البدني، الانخراط في جو تعليمي، كونهم مع مجموعة ممن لديهم اهتمامات متشابهة. (٦٦)

دراسة قام بها "ملهولاند Mulholland"، وآخرون (٢٠٠٣) بعنوان "اكتشاف الخلاء معا: أسلوب علاج قائم على الخلاء لطلاب الجامعة"، واستخدم المنهج الوصفي باستخدام النمط المسحي، واستخدم الاستبيان والمقابلة الشخصية كأدوات لجمع البيانات، أن برنامج اكتشاف الخلاء معا هو برنامج استرالي حيث يدمج تداخلات العلاج بمستشفيات الجامعة بالعلاج بالمغامرة، تقديم الفرصة للطلاب للمشاركة في برامج المغامرة، ويركز البحث على وصف مناشط البرنامج، وكانت أهم النتائج: زيادة العلاقات الإيجابية بين الطلاب، تقليل الصراع بين الطلاب، اتصال أكثر بين الطلاب، إحساس كبير بالكفاءة والأهلية البدنية، تزايد الثقة الشخصية، وقد تم مناقشة تلك النتائج في إطار مزج ممارسات العلاج بمستشفيات الجامعة مع العلاج بالمغامرة. (٦١)

التعليق على الدراسات المرجعية

تلقى الدراسات السابقة الضوء على كثير من المعالم التي تفيد البحث، كما تبرز نوع العلاقات بين الدراسات وبعضها مع البعض الآخر وعلاقتها بالبحث الحالي مما ينير الطريق أمام الباحث لتحديد خطة البحث وعينة الأفراد واختيار أدوات الدراسة.

بالنسبة للعينة: يلاحظ أن الدراسات السابقة كانت العينة المختارة أغلبها من طلاب الجامعة، ومن ثم فإن الدراسة الحالية دراسة مسحية وصفية تهدف إلى تقويم برامج الترويج الخلوي لطلاب الجامعة.

بالنسبة للمنهج المستخدم: استخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، والدراسة الحالية تهدف إلى تقويم برامج الترويج الخلوي فإن المنهج الوصفي هو المنهج المستخدم لهذه الدراسة.

بالنسبة للأدوات: استخدمت أغلب الدراسات استمارات الاستبيان والمقابلات الشخصية كأداة لجمع البيانات، ولما كانت الدراسة الحالية تهدف إلى دراسة مسحية فإن البطاقة التقويمية لبرامج الترويج الخلوي سوف تكون من أفضل الأدوات التي يمكن الاعتماد عليها لجمع البيانات.

بالنسبة للنتائج

توصلت دراسة "عفت عبد السلام" (١٩٩٦) أن أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلاب والطالبات هي المعسكرات. والبرامج الحالية بالجامعة غير مناسبة للجميع وغير كافية لأعداد المشتركين وغير شاملة لأوجه النشاط المختلفة. وأهم المشكلات التي تعوق سير النشاط والمتمثلة في محدودية فرص الاشتراك والاختيار في مجالات المناشط المختلفة. إحجام هيئة التدريس عن المشاركة أو الإشراف على هذه المناشط، قلة الحوافز المادية والمعنوية للمشاركين في النشاط. وتوصلت دراسة "ثودوري Theodori" وآخرون (١٩٩٨) أن أعلى مشاركة في الاهتمام البيئي كانت (إقامة المعسكرات) بينما أقل مشاركة كانت (المخيمات الشاطئية). كما توصلت دراسة "بهات Bhat" (١٩٩٩) إلى أن نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي ونقص الإشراف ونقص الدعم المالي من أهم المعوقات لمناشط الترويج الخلوي. وتوصلت دراسة "بريير Bruyere"، و"براتل Brett" (٢٠٠٢) إلى أن تنمية اللياقة البدنية والاسترخاء العصبي وإشباع الميل للمغامرة والمخاطرة الخلوية وتعزيز تقدير الذات هي أهم فوائد الترويج الخلوي. كما توصلت دراسة محمد سويلم، وآخرون (٢٠٠٦) أن نسبة (٨,١%) من اجمالي طلاب الجامعة هم الذين يشاركون في المناشط الطلابية من بينهم (١٠,٦%) هم الذين يمارسون مناشط خلوية. وأهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط هي كثرة الأعباء الدراسية وتضارب توقيت الممارسة مع الجدول الدراسي وعدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية.

وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة فيما يلي:

تميزت الدراسات السابقة في استخدام أدوات مختلفة لجمع البيانات مثل المقابلة الشخصية، استمارات الاستبيان والمقاييس، مما أعطى للباحث فرصة الاستفادة من بعض هذه الأدوات في بناء البطاقة التقييمية المستخدمة في جمع بيانات دراسته.

تنوعت في هذه الدراسات الكثير من المتغيرات المرتبطة ببرامج الترويج الخلوي والتي تتناسب مع جميع المراحل السنوية المختلفة، مما أعطى للباحث فرصة لاختيار مجموعة من العبارات التي تعبر عن كل بعد من أبعاد البطاقة وتتلاءم مع عينة الدراسة.

واستفاد الباحث من الدراسات السابقة في التعرف على العديد من المراجع التي ترتبط بالدراسة وكذلك الاستفادة في تفسير النتائج ومناقشتها.