

الفصل الثالث

خطة وإجراءات البحث

المنهج المستخدم.

مجتمع البحث.

عينة البحث

أدوات جمع البيانات.

خطوات البحث.

المعاملات العلمية والمعالجات الإحصائية للبطاقة التقويمية

الفصل الثالث

خطة وإجراءات البحث

المنهج المستخدم

استخدم الباحث المنهج الوصفي - الدراسات المسحية بخطواتها وإجراءاتها.

مجتمع البحث

يتحدد مجتمع البحث الحالي في الكليات (العملية والنظرية) التي تضمها جامعة المنصورة والبالغ عددها (٢٦) كلية، وما يقرب من (١٢٥٦٦٦) طالب يدرسون بها بنظامي الانتظام والانتساب.

عينة البحث

قام الباحث باختيار عينة البحث من كليات الجامعة بالطريقة التطبيقية العشوائية بواقع (١٠) طلبة و (١٠) طالبات من كل كلية وقد بلغت عينة البحث (٥٠٠) طالب وطالبة من بين المشاركين داخل الجامعة لبرامج الترويج الخلوي.

جدول (٢)

بيان عددي بعينة البحث من الطلبة والطالبات المشاركين ببرامج الترويج الخلوي بكليات جامعة المنصورة عينة البحث (ن=٥٠٠)

م	الكلية	طلاب جامعة المنصورة		المجموع الكلي للطلاب
		طلبة	طالبات	
١	آداب	١٠	١٠	٢٠
٢	تجارة	١٠	١٠	٢٠
٣	تربية	١٠	١٠	٢٠
٤	حقوق	١٠	١٠	٢٠
٥	صيدلة	١٠	١٠	٢٠
٦	زراعة	١٠	١٠	٢٠
٧	علوم	١٠	١٠	٢٠
٨	هندسة	١٠	١٠	٢٠
٩	طب	١٠	١٠	٢٠
١٠	طب أسنان	١٠	١٠	٢٠
١١	طب بيطري	١٠	١٠	٢٠
١٢	حاسبات ومعلومات	١٠	١٠	٢٠
١٣	سياحة وفنادق	١٠	١٠	٢٠
١٤	تربية رياضية	١٠	١٠	٢٠
١٥	تربية نوعية المنصورة	١٠	١٠	٢٠
١٦	تربية نوعية منية النصر	١٠	١٠	٢٠
١٧	تربية نوعية ميت غمر	١٠	١٠	٢٠
١٨	تمريض	-	١٠	١٠
١٩	آداب دمياط	١٠	١٠	٢٠
٢٠	تجارة دمياط	١٠	١٠	٢٠
٢١	تربية دمياط	١٠	١٠	٢٠

تابع جدول (٢)

بيان عددي بعينة البحث من الطلبة والطالبات المشاركين ببرامج الترويج الخلوي بكليات جامعة المنصورة عينة البحث (ن=٥٠٠)

م	الكلية	طلاب جامعة المنصورة		المجموع الكلي
		طالبات	طلبة	
٢٢	زراعة دمياط	١٠	١٠	٢٠
٢٣	علوم دمياط	١٠	١٠	٢٠
٢٤	فنون تطبيقية دمياط	١٠	١٠	٢٠
٢٥	تربية رياضية دمياط	—	١٠	١٠
٢٦	تربية نوعية دمياط	١٠	١٠	٢٠
	مجموع عينة البحث	٢٥٠	٢٥٠	٥٠٠

من الجدول السابق (٢) يتضح أن : عدد المشاركين في عينة البحث (٢٥٠) طالب و (٢٥٠) طالبة من الكليات النظرية والعملية بجامعة المنصورة.

جدول (٣)

بيان عددي ونسبي لعينة البحث وفقا لمكان المشاركة ومرات المشاركة أسبوعيا وأشكال المشاركة وطبيعة المشاركة في برامج الترويج الخلوي (ن=٥٠٠)

م	المتغيرات	المشاركين						المجموع	
		طالبات		طلبة		عدد	%	عدد	%
		عدد	%	عدد	%				
	مكان المشاركة								
١	داخل الجامعة	١٩٥	%٧٨,٠	١٧٥	%٧٠,٠	٣٧٠	%٧٤,٠		
٢	خارج الجامعة	٢٠	%٨,٠	٣٩	%١٥,٦	٥٩	%١١,٨		
٣	داخل وخارج الجامعة	٣٥	%١٤,٠	٣٦	%١٤,٤	٧١	%١٤,٢		
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠	٢٥٠	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠		
م	مرات المشاركة								
١	ثلاث مرات فأكثر	٤٠	%١٦,٠	١٦	%٦,٤	٥٦	%١١,٢		
٢	مرتان	٧٧	%٣٠,٨	٣٨	%١٥,٢	١١٥	%٢٣,٠		
٣	مرة واحدة	٩٦	%٣٨,٤	١٣٩	%٥٥,٦	٢٣٥	%٤٧,٠		
٤	غير منتظم	٣٧	%١٤,٨	٥٧	%٢٢,٨	٩٤	%١٨,٨		
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠	٢٥٠	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠		
م	أشكال المشاركة								
١	جماعية	١٣٥	%٥٤,٠	١٤٩	%٥٩,٦	٢٨٤	%٥٦,٨		
٢	ثنائية	٦٧	%٢٦,٨	٧٦	%٣٠,٤	١٤٣	%٢٨,٦		
٣	فردية	٤٨	%١٩,٢	٢٥	%١٠,٠	٧٣	%١٤,٦		
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠	٢٥٠	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠		
م	طبيعة المشاركة								
١	بإشراف	٣٥	%١٤,٠	١٥	%٦,٠	٥٠	%١٠,٠		
٢	بدون إشراف	٢١٥	%٨٦,٠	٢٣٥	%٩٤,٠	٤٥٠	%٩٠,٠		
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠	٢٥٠	%١٠٠	٥٠٠	%١٠٠		

من الجدول السابق (٣) يتضح أن

- أعلى نسبة لإجمالي عدد الطلبة والطالبات المشاركين كانت داخل الجامعة بنسبة مئوية (٧٤,٠%) بواقع نسبة مئوية (٨٧,٠%) للطلبة و(٧٠,٠%) للطالبات بينما أقل نسبة لإجمالي عدد الطلبة والطالبات المشاركين كانت خارج الجامعة بنسبة مئوية (١١,٨%).
- أعلى نسبة لمرات المشاركة أسبوعياً لإجمالي عدد الطلبة والطالبات المشاركين لمرة واحدة بنسبة مئوية (٤٧,٠%) بواقع نسبة مئوية (٣٨,٤%) للطلبة ونسبة مئوية (٥٥,٦%) للطالبات بينما أقل نسبة لمرات المشاركة للطلبة والطالبات كانت لثلاث مرات فأكثر بواقع (١١,٢%).
- أعلى نسبة لأشكال الممارسة لعينة البحث كانت الممارسة الجماعية بنسبة مئوية (٥٦,٨%) بواقع نسبة مئوية (٥٤,٠%) للطلبة ونسبة مئوية (٥٩,٦%) للطالبات بينما أقل نسبة لأشكال الممارسة لعينة البحث كانت الممارسة الفردية بنسبة مئوية (١٤,٦%) بواقع نسبة مئوية (١٩,٢%) للطلبة ونسبة مئوية (١٠,٠%) للطالبات.
- أعلى نسبة لعينة البحث وفقاً لطبيعة الممارسة كانت بإشراف بنسبة مئوية (٩٠,٠%) بواقع نسبة مئوية (٨٦,٠%) للطلاب ونسبة مئوية (٩٤,٠%) للطالبات.

أدوات جمع البيانات

استعان الباحث في جمع بيانات هذه الدراسة بالأدوات التالية:

بناء البطاقة التقييمية

لبناء البطاقة التقييمية قام الباحث بما يلي:

- ١- تحديد أربع أبعاد توصل إليها الباحث من خلال ما جمعه من معلومات عن طريق المقابلة الشخصية وما اطلع عليه من دراسات ومراجع متخصصة.
- ٢- قام الباحث بعرض الأبعاد الأربعة المقترحة على سبع من الخبراء مرفق (أ) لإبداء الرأي عن مدى مناسبتها ومدى كفايتها لبناء البطاقة التقييمية مرفق (ب).
- ٣- بعد موافقة الخبراء على الأبعاد الخاصة للبطاقة التقييمية تم وضع العبارات لكل بُعد من الأبعاد، وتم عرضها على الخبراء لاستطلاع رأيهم في مدى مناسبة العبارات وملاءمتها لكل بُعد من الأبعاد وتحديد الأهمية النسبية بينهما مرفق (ج).

جدول (٤)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في
البعد الخاص بأهداف برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	الأهداف	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	إشباع الدافع للحركة.	٧	٠	%١٠٠
٢	تنمية اللياقة البدنية.	٧	٠	%١٠٠
٣	تجديد نشاط وحيوية الجسم.	٦	١	%٨٥,٧١
٤	زيادة كفاءة الجهاز الدوري والجهاز التنفسي.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	الاسترخاء العضلي والعصبي.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	الوقاية من الأمراض.	٦	١	%٨٥,٧١
٧	إشباع حب الاستطلاع من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٨	تنمية النواحي الابتكارية والإبداعية المرتبطة بأنشطة الخلاء.	٤	٣	%٥٧,١٤
٩	تنمية الخبرات المرتبطة بالبيئة والطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
١٠	التعرف على العديد من مناسط الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١١	التعرف على عوامل الأمان والسلامة المرتبطة بمناسط الخلاء.	٦	١	%٨٥,٧١
١٢	التزود بثقافة الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
١٣	التدريب على كيفية الاستفادة المثالية من المصادر والعناصر المتوفرة في الطبيعة.	٥	٢	%٧١,٤٢
١٤	التدريب على المعيشة في الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١٥	تهيئ الفرص لتعلم مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٦	فهم أفضل للبيئة المحيطة.	٦	١	%٨٥,٧١
١٧	تدعيم مفهوم الذات.	٧	٠	%١٠٠
١٨	تحقيق النضج العاطفي من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٩	الرضا النفسي.	٧	٠	%١٠٠
٢٠	إشباع الميل للمنافسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة.	٦	١	%٨٥,٧١
٢١	إشباع الرغبة للعودة إلى الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٢٢	التغلب على الميول العدوانية في شكل مقبول اجتماعيا .	٤	٣	%٥٧,١٤
٢٣	التخلص من التوتر النفسي والعصبي الناتج عن ضغوط الدراسة.	٧	٠	%١٠٠

جدول (٤)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقويمية في
البعد الخاص بأهداف برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	الأهداف	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	إشباع الدافع للحركة.	٧	٠	%١٠٠
٢	تنمية اللياقة البدنية.	٧	٠	%١٠٠
٣	تجديد نشاط وحيوية الجسم.	٦	١	%٨٥,٧١
٤	زيادة كفاءة الجهاز الدوري والجهاز التنفسي.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	الاسترخاء العضلي والعصبي.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	الوقاية من الأمراض.	٦	١	%٨٥,٧١
٧	إشباع حب الاستطلاع من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٨	تنمية النواحي الابتكارية والإبداعية المرتبطة بأنشطة الخلاء.	٤	٣	%٥٧,١٤
٩	تنمية الخبرات المرتبطة بالبيئة والطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
١٠	التعرف على العديد من مناسط الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١١	التعرف على عوامل الأمان والسلامة المرتبطة بمناشط الخلاء.	٦	١	%٨٥,٧١
١٢	التزود بثقافة الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
١٣	التدريب على كيفية الاستفادة المثالية من المصادر والعناصر المتوفرة في الطبيعة.	٥	٢	%٧١,٤٢
١٤	التدريب على المعيشة في الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١٥	تهيئ الفرص لتعلم مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٦	فهم أفضل للبيئة المحيطة.	٦	١	%٨٥,٧١
١٧	تدعيم مفهوم الذات.	٧	٠	%١٠٠
١٨	تحقيق النضج العاطفي من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٩	الرضا النفسي.	٧	٠	%١٠٠
٢٠	إشباع الميل للمنافسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة.	٦	١	%٨٥,٧١
٢١	إشباع الرغبة للعودة إلى الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٢٢	التغلب على الميول العدوانية في شكل مقبول اجتماعياً.	٤	٣	%٥٧,١٤
٢٣	التخلص من التوتر النفسي والعصبي الناتج عن ضغوط الدراسة.	٧	٠	%١٠٠

جدول (٤)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في
البعد الخاص بأهداف برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	الأهداف	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	إشباع الدافع للحركة.	٧	٠	%١٠٠
٢	تنمية اللياقة البدنية.	٧	٠	%١٠٠
٣	تجديد نشاط وحيوية الجسم.	٦	١	%٨٥,٧١
٤	زيادة كفاءة الجهاز الدوري والجهاز التنفسي.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	الاسترخاء العضلي والعصبي.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	الوقاية من الأمراض.	٦	١	%٨٥,٧١
٧	إشباع حب الاستطلاع من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٨	تنمية النواحي الابتكارية والإبداعية المرتبطة بأنشطة الخلاء.	٤	٣	%٥٧,١٤
٩	تنمية الخبرات المرتبطة بالبيئة والطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
١٠	التعرف على العديد من مناسط الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١١	التعرف على عوامل الأمان والسلامة المرتبطة بمناسط الخلاء.	٦	١	%٨٥,٧١
١٢	التزود بثقافة الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
١٣	التدريب على كيفية الاستفادة المثالية من المصادر والعناصر المتوفرة في الطبيعة.	٥	٢	%٧١,٤٢
١٤	التدريب على المعيشة في الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١٥	تهيئ الفرص لتعلم مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٦	فهم أفضل للبيئة المحيطة.	٦	١	%٨٥,٧١
١٧	تدعيم مفهوم الذات.	٧	٠	%١٠٠
١٨	تحقيق النضج العاطفي من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناسط الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٩	الرضا النفسي.	٧	٠	%١٠٠
٢٠	إشباع الميل للمنافسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة.	٦	١	%٨٥,٧١
٢١	إشباع الرغبة للعودة إلى الطبيعة.	٧	٠	%١٠٠
٢٢	التغلب على الميول العدوانية في شكل مقبول اجتماعياً.	٤	٣	%٥٧,١٤
٢٣	التخلص من التوتر النفسي والعصبي الناتج عن ضغوط الدراسة.	٧	٠	%١٠٠

تابع جدول (٤)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في
البعد الخاص بأهداف برامج الترويج الخلوي

(ن = ١)

م	الأهداف	مناسب	غير مناسب
٢٤	الإستمتاع بمناشط الحياة الخلوية.	٧	٠
٢٥	التمتع بجمال الطبيعة والمحافظة عليها.	٦	١
٢٦	إشباع الميل للمشاركة في نمط وأسلوب جديد للحياة	٧	٠
٢٧	إشباع الحاجة للالتقاء مع أفراد أو جماعات من ذوى الميول والاهتمامات المشتركة.	٧	٠
٢٨	إشباع الميل للمغامرة والمخاطرة.	٦	١
٢٩	الاتصال الفعال والمستمر بين المشاركين في البرامج.	٦	١
٣٠	تدريب وتأهيل الطلاب وتطوير طاقاتهم لخدمة البيئة والمجتمع.	٦	١

يتضح من جدول (٤) أن : نسبة موافقة السادة الخبراء على مف
البعد الأول تتراوح ما بين (٥٧,١٤ %) إلى (١٠٠ %) وقد ارتضى الباحث
الخبراء بنسبة مئوية (٨٥,٠ %) فأكثر للبقاء على العبارات وبالتالي تم .
عبارات (٨ ، ١٣ ، ٢٢) لعدم حصولها على نسبة الموافقة المقررة.

جدول (٥)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في
البعد الخاص بمعايير بناء برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	المعايير	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	مناسبة برامج الترويج الخلوي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع.	٧	٠	%١٠٠
٢	مناسبة برامج الترويج الخلوي مع خصائص المراحل السنية.	٧	٠	%١٠٠
٣	مراعاة برامج الترويج الخلوي الحالة الصحية للمشاركين.	٦	١	%٨٥,٧١
٤	وجود علاقة وثيقة بين أوجه النشاط الخلوي وأهدافه بطريقة تسمح بتحقيق تلك الأهداف.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	مراعاة برامج النشاط الخلوي لاهتمامات وميول الطلاب.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	مراعاة برامج الترويج الخلوي الخبرة السابقة للطلاب في الأنشطة الخلوية.	٦	١	%٨٥,٧١
٧	مراعاة توافر عوامل الأمان والسلامة للمشاركين.	٦	١	%٨٥,٧١
٨	تنوع أوجه النشاط التي يمكن للمشاركين ممارستها في أي وقت.	٦	١	%٨٥,٧١
٩	مراعاة برامج الترويج الخلوي الفروق الفردية بين المشاركين.	٦	١	%٨٥,٧١
١٠	توافر المنشآت التي تخدم كافة مناشط الترويج الخلوي.	٤	٣	%٥٧,١٤
١١	مناسبة عدد المنشآت الخلوية مع عدد المشتركين في برامج الترويج الخلوي.	٣	٤	%٤٢,٨٦
١٢	مراعاة برامج الترويج الخلوي قلة تكلفة المادية للاشتراك في مناشط الخلاء.	٥	٢	%٧١,٤٢
١٣	تتلاءم أدوات برامج الترويج الخلوي مع طبيعة البرنامج الخلوي.	٤	٣	%٥٧,١٤
١٤	تتسم البرامج بالمرونة والتعديل في محتواها.	٦	١	%٨٥,٧١
١٥	تتفق البرامج مع البيئة المحيطة.	٦	١	%٨٥,٧١
١٦	تتيح البرامج فرص التنافس بين المشاركين.	٧	٠	%١٠٠

يتضح من جدول (٥) أن : نسبة موافقة السادة الخبراء على مفردات البعد الثاني تتراوح ما بين (٤٢,٨٦%) إلى (١٠٠%) وقد ارتضى الباحث الموافقة الخبراء بنسبة مئوية (٨٥,٠%) فأكثر للبقاء على العبارات وبالتالي تم حذف عبارات (١٠، ١١، ١٢، ١٣) لعدم حصولها على نسبة الموافقة المقررة.

جدول (٦)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في
البعد الخاص بمناشط برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	مناشط برامج الترويج الخلوي	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	المعسكرات.	٧	٠	%١٠٠
٢	الرحلات الخلوية.	٧	٠	%١٠٠
٣	التجوال.	٧	٠	%١٠٠
٤	الترحال.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	النزهات.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	الجولة.	٧	٠	%١٠٠
٧	هوايات الجمع والاقتناء.	٦	١	%٨٥,٧١
٨	الفنون اليدوية.	٧	٠	%١٠٠
٩	المخيمات الشاطئية.	٧	٠	%١٠٠
١٠	ألعاب بسيطة (صغيرة).	٧	٠	%١٠٠

يتضح من جدول (٦) أن : نسبة موافقة السادة الخبراء على مفردات
البعد الثالث تتراوح ما بين (%٨٥,٧١) إلى (%١٠٠) وقد ارتضى الباحث موافقة
الخبراء بنسبة مئوية (%٨٥,٠) فأكثر للبقاء على العبارات.

جدول (٧)

النسبة المئوية لموافقة الخبراء على مفردات البطاقة التقييمية في البعد
الخاص بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي (ن = ٧)

م	المعوقات	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
* عدم الاهتمام الكافي بما يلي :				
١	الدعاية والإعلان.	٧	٠	%١٠٠
٢	الامكانيات المادية.	٧	٠	%١٠٠
٣	البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٦	١	%٨٥,٧١
٤	الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٦	١	%٨٥,٧١
٥	برامج الترويج الخلوي بالكتليات.	٦	١	%٨٥,٧١
٦	الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
٧	فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٧	٠	%١٠٠
٨	الحوافز المادية والمعنوية.	٦	١	%٨٥,٧١
٩	التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٦	١	%٨٥,٧١
١١	الإرهاق والحاجة إلى النوم بعد انتهاء اليوم الدراسي.	٥	٢	%٧١,٤٢
١٢	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٣	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٧	٠	%١٠٠
١٤	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة بمناشط الخلاء.	٧	٠	%١٠٠
١٥	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٦	١	%٨٥,٧١
١٦	اهتمام المسؤولين بالموهوبين وإهمال القاعدة العريضة من المشاركين.	٤	٣	%٥٧,١٤
١٧	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠
١٨	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٦	١	%٨٥,٧١
١٩	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٧	٠	%١٠٠

يتضح من جدول (٧) أن : نسبة موافقة السادة الخبراء على مفردات البعد الرابع تتراوح ما بين (٥٧,١٤ %) إلى (١٠٠ %) وقد ارتضى الباحث موافقة الخبراء بنسبة مئوية (٨٥,٠ %) فأكثر للبقاء على العبارات وبالتالي تم حذف عبارات (١٦ ، ١١) لعدم حصولها على نسبة الموافقة المقررة.

٤- بناء على آراء الخبراء تم استبعاد مجموعة من العبارات التي استقر الرأي على عدم ملائمتها للأبعاد، وكانت العبارات المستبعدة للبعد الأول أرقام (٨ ، ١٣ ، ٢٢) وعبارات للبعد الثاني أرقام (١٠ ، ١١ ، ١٢ ، ١٣) وعبارات للبعد الرابع أرقام (١١ ، ١٦) وبذلك فقد بلغ عدد العبارات الخاصة بالبطاقة التقييمية (٦٦) عبارة موزعة على كل بُعد من الأبعاد حسب الأهمية النسبية.

جدول (٨)

عدد العبارات الخاصة بكل بُعد من أبعاد البطاقة التقييمية

م	الأبعاد	عدد العبارات
١	أهداف برامج الترويج الخلوي.	٢٧
٢	معايير بناء برامج الترويج الخلوي.	١٢
٣	مناشط برامج الترويج الخلوي.	١٠
٤	معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي.	١٧
إجمالي عدد عبارات البطاقة التقييمية		٦٦

٥- وضع الباحث ميزان تقدير للاستجابات على عبارات البطاقة التقييمية على النحو التالي:-

- (نعم) وتقدر بثلاث درجات.
- (إلى حد ما) وتقدر بدرجتين.
- (لا) وتقدر بدرجة واحدة.

٤/٣ خطوات البحث

بعد تحديد عينة البحث وإعداد أداة جمع البيانات، قام الباحث بالخطوات التالية:

المعاملات العلمية والمعالجات الإحصائية للبطاقة التقييمية

• حساب معامل الصدق

استعان الباحث بالطرق الآتية لحساب معامل صدق البطاقة التقييمية وهي:

- أ- صدق المحتوى
 - ب- صدق المحكمين
 - ج- صدق الاتساق الداخلي
- أ- صدق المحتوى:

توصل الباحث من خلال تحليل المراجع والوثائق إلى تحديد أبعاد البطاقة التقييمية واقتراح عبارات لكل بُعد وفقاً لأهميتها النسبية وتكرار ورودها في المراجع المتخصصة في الترويج وبرامج الترويج الخلوي بالجامعة.

ب- صدق المحكمين:

قام الباحث بعرض أبعاد البطاقة التقييمية المقترحة مرفق (ب)، وكذلك عبارات كل بُعد من الأبعاد مرفق (ج)، على سبع خبراء مرفق (أ) لإبداء الرأي حول مناسبة وكفاية الأبعاد والعبارات ومناسبة صياغتها لعينة البحث. وقد أسفر ذلك عن موافقة الخبراء بنسبة (١٠٠%) على الأبعاد والعبارات المقترحة.

ج- صدق الاتساق الداخلي:

للتحقق من مدى ملائمة عبارات البطاقة لتقويم برامج الترويج الخلوي ، قام الباحث بتطبيق البطاقة التقويمية على عينة استطلاعية قوامها (٦٠) طالباً من طلاب الجامعة المشاركين في برامج الترويج الخلوي المختلفة ومن خارج عينة البحث.

استخدم الباحث صدق الاتساق الداخلي لحساب صدق عبارات وأبعاد البطاقة التقويمية من خلال إيجاد معامل الارتباط بين العبارات و أبعادها وبين الأبعاد والدرجة الكلية للبطاقة التقويمية كما هو موضح بجدول (٩)

جدول (٩)

معاملات الارتباط بين العبارات وأبعاد

البطاقة التقويمية قيد البحث

البعد الأول			البعد الثاني			البعد الثالث			البعد الرابع		
معامل الارتباط		العبارات	معامل الارتباط		العبارات	معامل الارتباط		العبارات	معامل الارتباط		العبارات
البطاقة	البعد		البطاقة	البعد		البطاقة	البعد		البطاقة	البعد	
٠,٨٧٧	٠,٨٢٩	١	٠,٨٤٨	٠,٨٥٨	١	٠,٧٠٠	٠,٧٩٥	١	٠,٧٩٩	٠,٧٠٦	١
٠,٧٩٩	٠,٧٠٦	٢	٠,٨٧٧	٠,٧٢٩	٢	٠,٨٣٩	٠,٨٢٥	٢	٠,٨٥٣	٠,٨٢٠	٢
٠,٧٩٢	٠,٨٩٦	٣	٠,٨٩٩	٠,٧٠٦	٣	٠,٨٥٦	٠,٨٤١	٣	٠,٧١٨	٠,٨١٤	٣
٠,٨٦١	٠,٧٤٦	٤	٠,٧٩٢	٠,٨٩٦	٤	٠,٧٩٢	٠,٧٧٨	٤	٠,٧١٦	٠,٧٨٣	٤
٠,٨٧٤	٠,٧٦٠	٥	٠,٨٣٢	٠,٧٤١	٥	٠,٨١٤	٠,٨٥٢	٥	٠,٨٤٤	٠,٨٦١	٥
٠,٨٨٧	٠,٨٣٨	٦	٠,٨٥٦	٠,٧٧٣	٦	٠,٨٥٢	٠,٨٧٨	٦	٠,٧٩٦	٠,٧٧١	٦
٠,٨٧٧	٠,٨٢٩	٧	٠,٧١٥	٠,٨٩٠	٧	٠,٧٣٧	٠,٧٢٨	٧	٠,٧٦٢	٠,٧٦٠	٧
٠,٧٤١	٠,٧٤٥	٨	٠,٧٦١	٠,٧٩٤	٨	٠,٨٣٤	٠,٧٧٥	٨	٠,٧١٥	٠,٨١٦	٨
٠,٧٨٨	٠,٨١٧	٩	٠,٧٨٩	٠,٧٢٨	٩	٠,٧٢٦	٠,٨٢٩	٩	٠,٨٤١	٠,٧٢٦	٩
٠,٨٩٩	٠,٧٥٩	١٠	٠,٨٢١	٠,٨١٣	١٠	٠,٨٠٥	٠,٨٢٨	١٠	٠,٨٢٩	٠,٨٢٦	١٠
٠,٨١٧	٠,٨٣٣	١١				٠,٨١٦	٠,٧٨٣	١١	٠,٧٣٦	٠,٨٠١	١١
٠,٨١٩	٠,٧٧٨	١٢				٠,٧٦١	٠,٨٠٢	١٢	٠,٨١٩	٠,٨٢٠	١٢
٠,٧٩٩	٠,٨٥٩	١٣							٠,٧١١	٠,٧٢٢	١٣
٠,٨٣٥	٠,٨٦٠	١٤							٠,٧١٧	٠,٨٣٧	١٤
٠,٨٣٥	٠,٧١٩	١٥							٠,٨٣٩	٠,٧٩٠	١٥
٠,٧٢٧	٠,٨٢٥	١٦							٠,٨٨٤	٠,٧٤٧	١٦
٠,٨٨٩	٠,٨٢٥	١٧							٠,٧٥٧	٠,٨٩٦	١٧
									٠,٨٦١	٠,٨٠٢	١٨
									٠,٨٤٩	٠,٨٣٩	١٩
									٠,٨١٤	٠,٧٤٧	٢٠
									٠,٧٣٠	٠,٨٧٠	٢١
									٠,٨٠٧	٠,٨٥٩	٢٢
									٠,٧٤٣	٠,٨١٢	٢٣
									٠,٨٢٩	٠,٧٦٦	٢٤
									٠,٨٧٠	٠,٧٩٩	٢٥
									٠,٨٧٣	٠,٨٦٦	٢٦
									٠,٨٣٤	٠,٨١٦	٢٧

قيمة ر الجدولية عند (٠,٠٥) = ٠,٢١٤

يتضح من جدول (٩) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين العبارات والأبعاد الخاصة بها وبين العبارات و البطاقة التقويمية مما يدل على صدق الاتساق الداخلي .

جدول (١٠)

معاملات الارتباط بين أبعاد البطاقة التقييمية قيد البحث

م	البعد	قيمة الارتباط
الأول	أهداف برامج الترويج الخلوي.	٠,٨٦٤
الثاني	معايير بناء برامج الترويج الخلوي.	٠,٨٥٤
الثالث	مناشط برامج الترويج الخلوي.	٠,٨٩٥
الرابع	معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي.	٠,٨٧٢

قيمة ر الجدولية عند $(٠,٠٥) = ٠,٢١٤$

يتضح من جدول (١٠) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى معنوية $(٠,٠٥)$ بين الأبعاد وبين البطاقة التقييمية مما يدل على صدق الاتساق الداخلي .

النتائج

استخدم الباحث طريقة التجزئة النصفية لسبيرمان براون و معادلة جتمان العامة للتجزئة النصفية لحساب معامل ثبات البطاقة التقييمية ، وذلك بتطبيق البطاقة التقييمية على مجموعة الدراسة الاستطلاعية وعددهم (٦٠) طالب من نفس مجتمع البحث وخارج عينة الدراسة الميدانية في الفترة من (٣ - ٣ - ٢٠٠٧م) إلى (٨ - ٣ - ٢٠٠٧م) ، وتم حساب معامل الثبات للبطاقة التقييمية من خلال حساب معامل الارتباط بين العبارات الفردية والزوجية كما هو موضح بجدول (١١) . (١٥ : ٢٨٣-٢٨٧)

جدول (١١)

ثبات البطاقة التقييمية قيد البحث (ن=٦٠)

م	البعد	الارتباط	الثبات	
			سبيرمان براون	جتمان
١	أهداف برامج الترويج الخلوي.	*٠,٧٩٤	٠,٨٨٥	٠,٨٣٧
٢	معايير بناء برامج الترويج الخلوي.	*٠,٨٣٦	٠,٩١١	٠,٨٨٥
٣	مناشط برامج الترويج الخلوي.	*٠,٨٧٨	٠,٩٠١	٠,٩٣٥
٤	معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي.	*٠,٨٩٧	٠,٩٤٦	٠,٨٩٤
٥	البطاقة التقييمية	*٠,٨٨٥	٠,٩٠٢	٠,٩٣٩

دال *

قيمة ر الجدولية عند مستوى معنوية $(٠,٠٥) = ٠,٢١٤$

يتضح من جدول (١١) ثبات البطاقة التقييمية وأبعدها حيث بلغ معامل ثبات الاستمارة بطريقة سبيرمان براون (٠,٩٠٢) بينما بلغ بطريقة جتمان (٠,٩٣٩)

- تحديد مستويات تقديرية للبطاقة التقييمية

قام الباحث بتحديد مستويات تقديرية للإستعانه بها في اتخاذ قرار تقويمي
جدول (١٢)

جدول (١٢)

المستويات التقديرية للبطاقة التقييمية لبرامج الترويج الخلوي

الأبعاد	المستويات التقديرية				
	ضعيف	مقبول	جيد	جيد جدا	ممتاز
	من ٠ إلى أقل من ٥٠%	من ٥٠ إلى أقل من ٦٥%	من ٦٥ إلى أقل من ٧٥%	من ٧٥ إلى أقل من ٨٥%	من ٨٥ إلى أقل من ١٠٠%
	الدرجة	الدرجة	الدرجة	الدرجة	الدرجة
أهداف برامج الترويج الخلوي	٤٠,٥	٥٢,٦٥	٦٠,٧٥	٦٨,٨٥	٨١
معايير بناء برامج الترويج الخلوي	١٨,٠٠	٢٣,٤	٢٧	٣٠,٦	٣٦
مناشط برامج الترويج الخلوي	١٨,٠٠	٤٠,٩٥	٤٧,٢٥	٥٣,٥٥	٦٣
معوقات المشاركة فى برامج الترويج الخلوي	٣١,٥٠	٣٣,١٥	٣٨,٢٥	٤٣,٣٥	٥١
البطاقة التقييمية	١١٥,٥	١٥٠,١	١٧٣,٢	١٩٦,٣	٢٣١

جدول (١٣)

حساب زمن الإجابة على البطاقة التقييمية

زمن البطاقة التقييمية	الزمن التجريبي		المجموع	الزمن المناسب
	إجابة أول مفحوص	إجابة آخر مفحوص		
	٧	١٧	٢٤	١٢

من الجدول السابق (١٣)، يتضح أن: زمن الإجابة على عبارات البطاقة التقييمية والبالغ عددها (٦٦) عبارة هو (١٢) دقيقة.

الدراسة الميدانية

بعد الاطمئنان لمعاملات الصدق والثبات قام الباحث بتطبيق البطاقة على عينة البحث والبالغ قوامها (٥٠٠) مشارك ومشاركة من طلاب الكليات النظرية والعملية لعينة البحث وذلك في الفترة من (٢٤ - ٣ - ٢٠٠٧م) إلى (١٩ - ٤ - ٢٠٠٧م). وبعد الانتهاء من تطبيق البطاقة التقييمية تم جمعها وتنظيمها وتفرغ البيانات لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة.

المعاملات العلمية والمعالجات الإحصائية للبطاقة التقييمية

تمت المعالجة الإحصائية لبيانات البحث باستخدام البرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وقد استخدم الباحث المعالجات الإحصائية التالية:

١. معامل الارتباط لسبيرمان براون وجتمان.
٢. تحليل التباين.
٣. اختبار "ت" للفروق بين المتوسطات.