

الفصل الرابع

عرض وتفسير ومناقشة النتائج

- تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي.
- معايير بناء برامج الترويج الخلوي.
- المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي.
- معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي.

الفصل الرابع

عرض وتفسير ومناقشة النتائج

في حدود منهج وإجراءات هذا البحث، يعرض الباحث ما توصل إليه من نتائج مصنفة وفقاً للأهداف على النحو التالي:

١. تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٢. معايير بناء برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٣. المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.
٤. معوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي وفقاً لرأي طلاب جامعة المنصورة.

مع مراعاة أن يتم العرض لكل هدف على النحو التالي:

تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي.

- ١- المقارنة بين الطلبة والطالبات _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٢- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات العملية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٣- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات النظرية - عينة البحث - جامعة المنصورة
- ٤- المقارنة بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٥- المقارنة بين طالبات الكليات العملية وطالبات الكليات النظرية _ عينة البحث _ جامعة المنصورة.
- ٦- المقارنة بين طلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية عينة البحث - جامعة المنصورة.

- نتائج المحور الأول :-
 - أهداف برامج الترويج الخلوي وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترجيحية و النسبة المئوية لأراء الطلبة و الطالبات فى المحور الأول :-
 جدول (١٤)

الدرجة الترجيحية و النسبة المئوية و كآ لأراء الطلبة و الطالبات فى المحور الأول

الدرجة النسبة الترجيحية	الطالبات			الطلبة			نوع الهدف	م
	لا	الى حدما	نعم	لا	الى حدما	نعم		
٦٨٨	٦	٥٠	١٩٤	٨	٤١	٢٠١	إشباع الدافع للحركة.	١
٦١٥	١٣	١٠٩	١٢٨	١٩	٩٤	١٣٧	تتمية اللياقة البدنية.	٢
٥٧٢	٤٦	٨٦	١١٨	٤٠	٧٢	١٣٨	تجديد نشاط وحيوية الجسم.	٣
٥٨٢	٢٦	١١٦	١٠٨	٢٦	٩٧	١٢٧	زيادة كفاءة الجهاز الدوري و الجهاز التنفسي.	٤
٥٤٨	٤٧	١٠٨	٩٥	٤٣	٩٩	١٠٨	الاسترخاء العضلي و العصبى.	٥
٥٠٧	٦١	١٢١	٦٨	٤٨	١٠٢	١٠٠	الوقاية من الأمراض.	٦
٥٦٦	٣٨	١٠٨	١٠٤	٤١	٨٦	١٢٣	إشباع حب الاستطلاع من خلال الاستكشاف للعديد من أسرار الطبيعة.	٧
٥٦٠	٣٥	١٢٠	٩٥	٣٤	١١٣	١٠٣	تتمية الخبرات المرتبطة بالبيئة و الطبيعة.	٨
٥٨١	٣٩	٩١	١٢٠	٤٢	١٠٣	١٠٥	التعرف على العديد من مناشط و الخلاء.	٩
٥٥٢	٤٧	١٠٤	٩٩	٤١	٩٨	١١١	التعرف على عوامل الأمان و السلامة المرتبطة بمناشط الخلاء.	١٠
٥٦٦	٤٥	٩٤	١١١	٤٦	٨١	١٢٣	التزود بثقافة الترويج الخلوي.	١١
٥٥٠	٥٢	٩٦	١٠٢	٤٦	٨٨	١١٦	التدريب على المعيشة فى الخلاء.	١٢
٥٧٩	٣٨	٩٥	١١٧	٥٠	٧٠	١٣٠	تهيئ الفرص لتعلم مناشط الترويج الخلوي.	١٣
٥٥٦	٤٣	١٠٨	٩٩	٢٨	١٠٧	١١٥	فهم أفضل للبيئة المحيطة.	١٤
٥٥٧	٥٠	٩٣	١٠٧	٤٤	٩٣	١١٣	تدعيم مفهوم الذات.	١٥

الدرجة الترجيبية والنسبة المئوية لأراء الطلبة والطالبات في المحور الأول
تابع جدول (١٤)

النسبة المئوية	الطلاب				النسبة المئوية	درجة الترجيبية	الطلاب				نوع الهدف	م
	لا	إلى حدما	نعم	لا			إلى حدما	نعم	لا	إلى حدما		
%٧٣,٥	٤٦	١٠٧	٩٧	٤٦	٥٤٧	٥٤٧	٤٦	١١١	٩٣	تحقيق النضج العاطفي من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناسبات الترويج الخلوي.	١٦	
%٧٥,٩	٣٦	١٠٩	١٠٥	٣٣	٥٩٠	٥٩٠	٣٣	٩٤	١٢٣	الرضا النفسي.	١٧	
%٧٨,٠	٣٦	٩٣	١٢١	٣٢	٥٨٧	٥٨٧	٣٢	٩٩	١١٩	إشباع الميل للمناقسة مع الذات أو مع الآخرين أو مع الطبيعة.	١٨	
%٨٠,٣	٢٨	٩٢	١٣٠	٤٢	٥٧٤	٥٧٤	٤٢	٩٢	١١٦	إشباع الرغبة للعودة إلى الطبيعة.	١٩	
%٧٨,٤	٣٩	٨٤	١٢٧	٢٩	٥٨١	٥٨١	٢٩	١١١	١١٠	التخلص من التوتر النفسي والعصبي الناتج عن ضغوط الدراسة.	٢٠	
%٧٨,٣	١٨	١٢٧	١٠٥	٣٤	٥٨٦	٥٨٦	٣٤	٩٦	١٢٠	الاستمتاع بمناسبات الحياة الخلوية.	٢١	
%٧٧,٢	٣٦	٩٩	١١٥	٣٥	٦٠١	٦٠١	٣٥	٧٩	١٣٦	التمتع بجمال الطبيعة والمحافظة عليها.	٢٢	
%٧٤,٨	٤٣	١٠٣	١٠٤	٤٥	٥٥٨	٥٥٨	٤٥	١٠٢	١٠٣	إشباع الميل للمشاركة في نمط وأسلوب جديد للحياة	٢٣	
%٧٥,١	٤١	١٠٥	١٠٤	٤٠	٥٧٧	٥٧٧	٤٠	٩٣	١١٧	إشباع الحاجة للالتقاء مع أفراد أو جماعات من نوى الميول والاهتمامات المشتركة.	٢٤	
%٧٤,٨	٤٨	٩٣	١٠٩	٤٥	٥٧١	٥٧١	٤٥	٨٩	١١٦	إشباع الميل للمغامرة والمخاطرة.	٢٥	
%٧٦,٤	٣٦	١٠٥	١٠٩	٢٦	٥٨٥	٥٨٥	٢٦	١١٣	١١١	الاتصال الفعال والمستمر بين المشاركين في البرامج.	٢٦	
%٨٠,٧	٣٤	٧٧	١٣٩	٣٩	٦٠٠	٦٠٠	٣٩	٧٢	١٣٩	تدريب وتأهيل الطلاب وتطوير طاقاتهم لخدمة البيئة والمجتمع.	٢٧	

قيمة كاي الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (١٤) يتضم أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأهم أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هي (إشباع الدافع للحركة وتنمية اللياقة البدنية) بنسبة مئوية (٩٢,٤ % ، ٨٢,٤ %) و (٩١,٧ % ، ٨٢,٠ %) على التوالى ويرجع ذلك إلى انه فى ظل التقدم العلمى والتكنولوجى والمدنية الحديثة نجد أن الآلة حلت محل الإنسان فى كثير من مواقع العمل والإنتاج مما أدى إلى نقص الحركة التى تشبعها برامج الترويح الخلوي والتي تمارس مناشطها فى أحضان الطبيعة، وانه من خلال برامج الترويح الخلوي تشبع المشاركة طبيعته الفطرية وهى حب الحركة والتنقل فى أحضان الطبيعة وبرامج الترويح الخلوي بالجامعة هى المتنافس الحقيقى لإشباع الحركة واكتساب الصحة والقوام الجيد لديهم .

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "ستيورات Stewart-WP" وآخرون (١٩٩٦) (٦٤) إلى أن الراحة الجسدية واللياقة البدنية والقوام السليم من أهم الفوائد والخبرات المكتسبة من الترويح الخلوي.

وتوضح نتائج دراسة "جوردان Jordan" ، و"ديب Deb" (١٩٩٨) (٥٧) أن رغبة الفتيات فى التواجد فى الخلاء هى الحركة نظرا لزيادة أوزانهم. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "كلاى جى Clay -G" (١٩٩٩) (٤٤) التى تشير إلى أن الأنشطة الخلوية التى تمارس فى الخلاء تساعد على تنمية اللياقة البدنية واكتساب المهارات والفوائد المختلفة.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "تارانت Tarrant" وآخرون (١٩٩٤) (٦٧) التى تشير إلى أن العامل النفسى عندما يكون ايجابى يساعد على استرجاع الخبرات السابقة وعندما يكون غير ايجابى يقلل من استعادة الخبرات السابقة. كما يتفق ذلك مع نتائج دراسة "أندرسون Anderson" وآخرون (٢٠٠٠) (٤٠) التى تشير إلى أن من أهم دوافع المشاركة فى مناشط الترويح الخلوي تنمية اللياقة البدنية والحركة.

وتشير نتائج دراسة "ايورت Ewert"، وآخرون (٢٠٠٠) (٤٨) إلى أهمية إتقان خبرات الخلاء وتنمية اللياقة البدنية والقيادة والتبعية.

ويتفق ذلك مع نتائج دراسة "ملهولاند Mulholland"، وآخرون (٢٠٠٣) (٦١) التى تشير إلى أن ممارسة المناشط الخلوية تساعد على زيادة العلاقات الايجابية بين الطلاب وإحساس كبير بالكفاءة والأهلية البدنية وتزايد الثقة بالنفس .

وتوضح تهانى عبد السلام (٣: ١١٥) أن الدافع للحركة والنشاط يعتبر دافعا أساسيا لجميع الأفراد ويزداد فى الأهمية لدى الصغار والكبار والغرض الحركى أساس النشاط البدنى فى البرنامج الترويحى.

بينما كانت اقل نسبة فى رأى الطلبة فيما يرتبط باقل أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هى (تحقيق النضج العاطفى من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناشط الترويح الخلوى) بنسبة مئوية (٧٢,٩%) بينما كانت اقل نسبة فى رأى الطالبات فيما يرتبط باقل أهداف برامج الترويح الخلوى التى تتحقق لهم هى (الوقاية من الأمراض) بنسبة مئوية (٦٧,٦%).

و يتفق ذلك مع نتائج دراسة "أندرسون Anderson" وآخرون (٢٠٠٠)(٤٠) التى تشير إلى أن من اقل دوافع المشاركة هى الوقاية من الأمراض والتغلب على الميول العدوانية.

ويختلف ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣: ١١٩ - ١٢٠) أن النشاط الترويحى يعمل على تنمية النضج العاطفى من خلال مواقف متنوعة تنشأ أثناء ممارسة مناشط الترويح بالإضافة إلى التخلص من كثير من الأمراض ويشير محمد الحماحمى وعائدة عبد العزيز (٢٤: ١١٠) إلى أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويح الخلوى هو توفير عوامل الأمن والسلامة للوقاية من كثير من الأمراض.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الأول من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هى أهداف برامج الترويح الخلوى وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الأول :-

- أهداف برامج الترويج الخلوي وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة.
١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

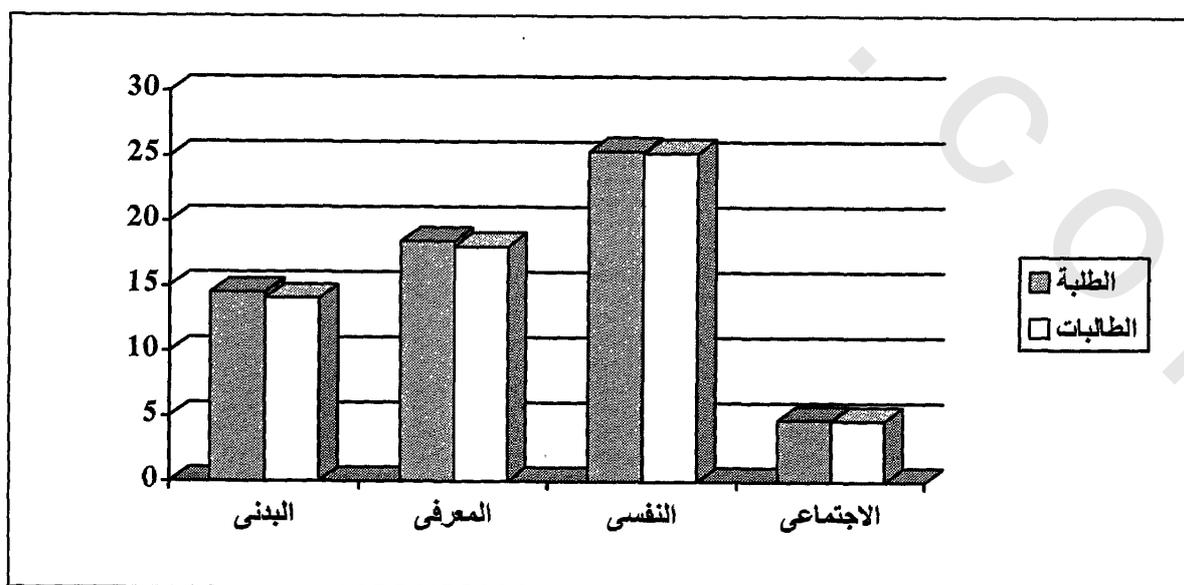
جدول (١٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الاهداف	الطلبة ن = ٢٥٠		الطالبات ن = ٢٥٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
البدنى (عبارات من ١-٦)	١٤,٥٠	٢,٠٠	١٤,٠٥	١,٧٩٥	*٢,٦٥٩
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٤٢٤	٢,٥٣٥	١٨,٠٠٨	٢,٣٠٥	١,٩١٩
النفسى (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٣٤٨	٢,٨٥٠	٢٥,٢٢٨	٢,٥٧٤	٠,٤٩٤
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٤٤	١,٠٥٢	٤,٧٠٨	١,٠٤٨	٠,٣٨٣

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق الجانب البدنى لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن الجانب البدنى يحقق متطلبات الطلبة أكثر من الطالبات لذا يجب مراعاة المحتوى البدنى ببرامج الترويج الخلوى بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة والطالبات فى المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٠) متوسط درجات آراء الطلبة والطالبات فى تحقيق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

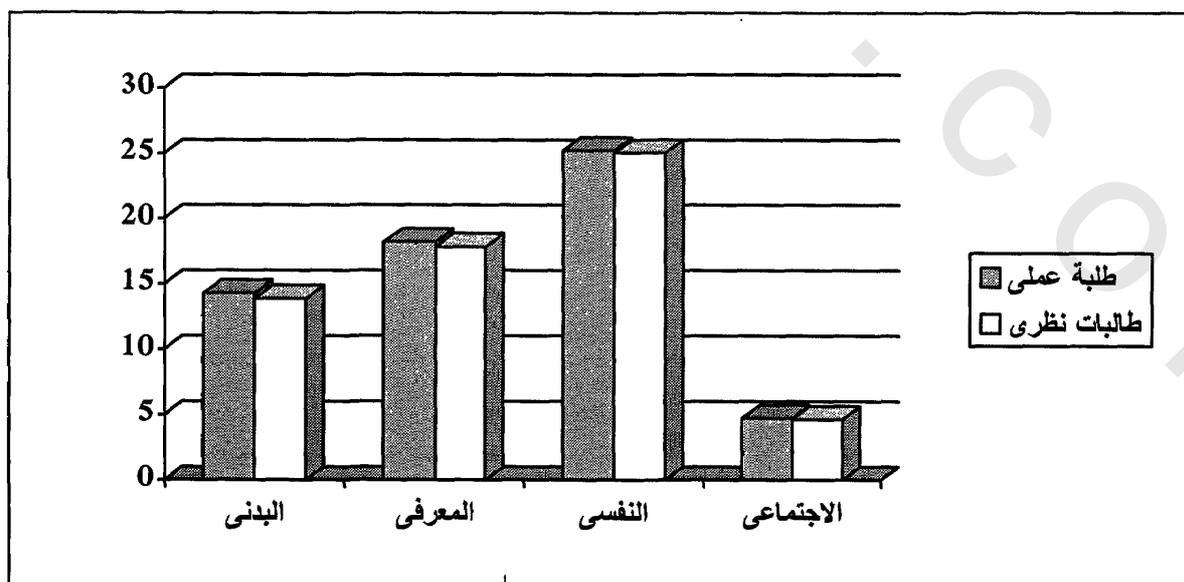
جدول (١٦)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٣٦٠)

الاهداف	الطلبة ن = ١٨٠		الطالبات ن = ١٨٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	
البدني (عبارات من ١-٦)	١٤,٢٨٨	١,٨٩٨	١٣,٨٧٧	١,٧٨٠	*٢,١١٩
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٢١٦	٢,٥٢٨	١٧,٨١٦	٢,٣٧٤	١,٥٤٧
النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٢١١	٢,٩٢٧	٢٥,٠٣٣	٢,٥١٦	٠,٦١٨
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٤٤	١,٠٧٣	٤,٦٦٦	١,١٠٨	٠,٦٧٦

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق الجانب البدني لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، حيث أن الجانب البدني يحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات في المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١١) متوسط درجات آراء طلبة وطالبات الكليات العملية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٣- دلالة الفروق بين آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق برامج الترويج الخلي لأهدافها.

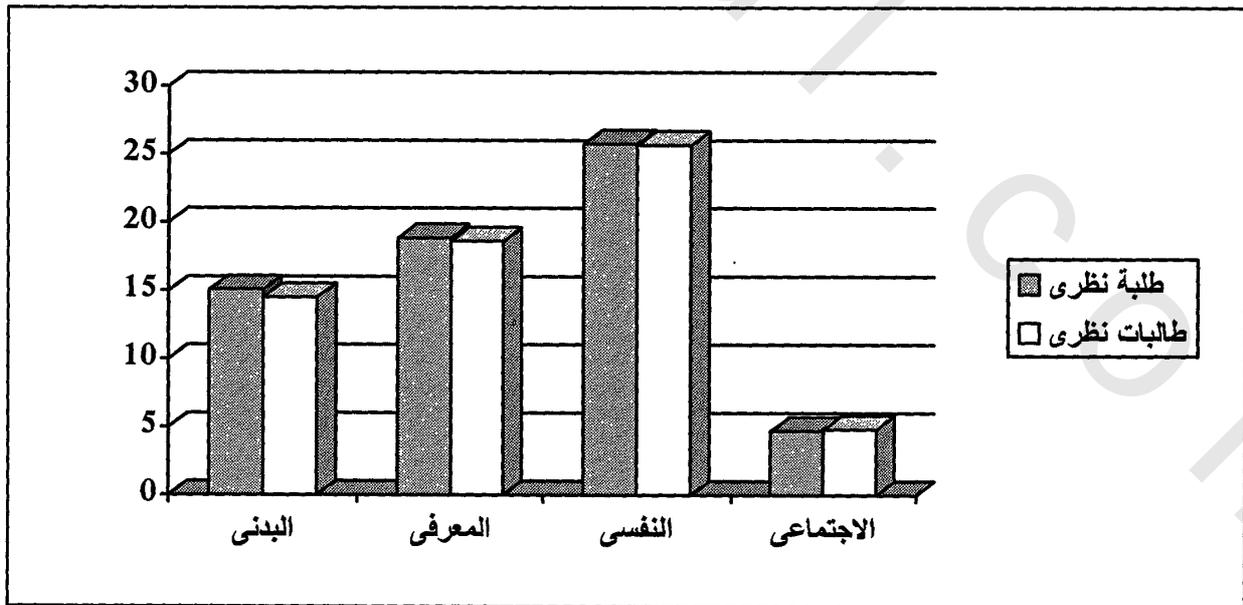
جدول (١٧)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلي بجامعة المنصورة (ن=١٤٠)

الاهداف	الطلبة ن = ٧٠		التالبات ن = ٧٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
البدنى (عبارات من ١-٦)	١٥,٠٧١	١,٨٩١	١٤,٤٨٥	٢,٠٤٨	١,٧٥٨
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٨٤٢	٢,٥٥٧	١٨,٦١٤	١,٩٩٤	٠,٥٩٠
النفسى (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٧٥٧	٢,٦٧٢	٢٥,٦٧١	٢,٦٢٥	٠,١٩١
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٢٨	٠,٩٦١	٤,٨٢٨	٠,٩١٦	٠,٦٦١

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٩

يتضح من جدول (١٧) توجد فروق غير دالة إحصائيا بين متوسط آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في المتغيرات البدنية و المعرفية و النفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٢) متوسط درجات آراء طلبة وطالبات الكليات النظرية في تحقيق أهداف برامج الترويج الخلي بجامعة المنصورة

٤- دلالة الفروق بين آراء طلبة الكليات العملية والكليات النظرية في تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

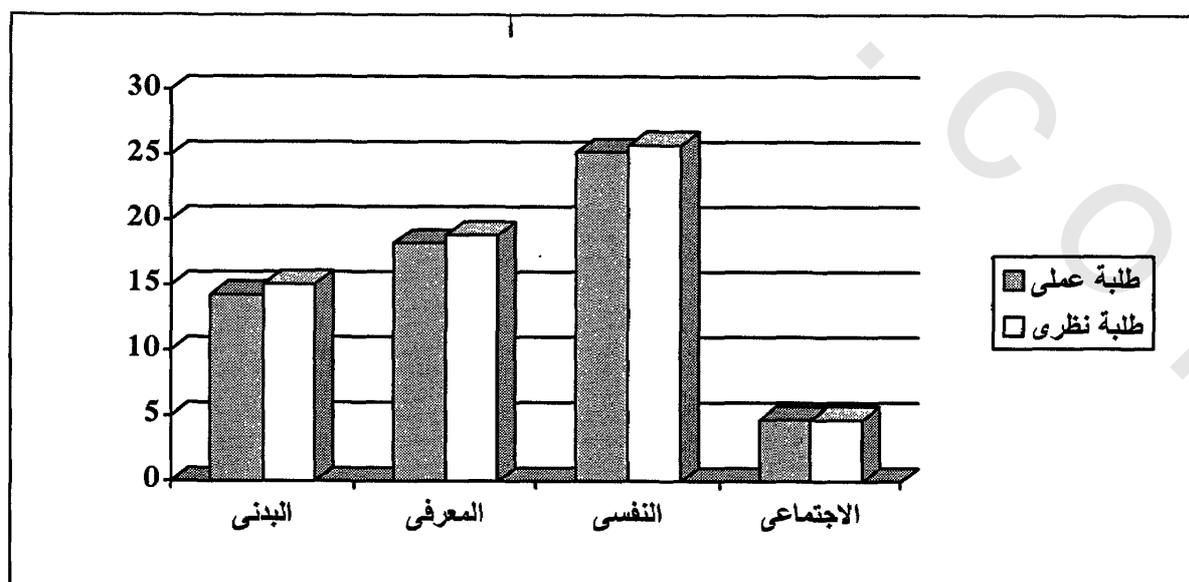
جدول (١٨)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطلبة نظري ن=٧٠		الطلبة عملي ن=١٨٠		الأهداف
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٩٣٠	١,٨٩١	١٥,٠٧١	١,٨٩٨	١٤,٢٨٨	البدني (عبارات من ١-٦)
١,٧٥٢	٢,٥٥٧	١٨,٨٤٢	٢,٥٢٨	١٨,٢١٦	المعرفي (عبارات من ٧-١٥)
١,٣٥٦	٢,٦٧٢	٢٥,٧٥٧	٢,٩٢٧	٢٥,٢١١	النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)
٠,١٠٨	٠,٩٦١	٤,٧٢٨	١,٠٧٣	٤,٧٤٤	الاجتماعي (عبارات من ٢٦-٢٧)

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط آراء طلبة الكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدني لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طلبة الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدني يحقق متطلبات طلبة الكليات النظرية أكثر من طلبة الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائياً بين الطلاب فى المتغيرات المعرفية والنفسية والاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٣) متوسط درجات آراء طلبة الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٥- دلالة الفروق بين آراء طالبات الكليات العملية و الكليات النظرية فى تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

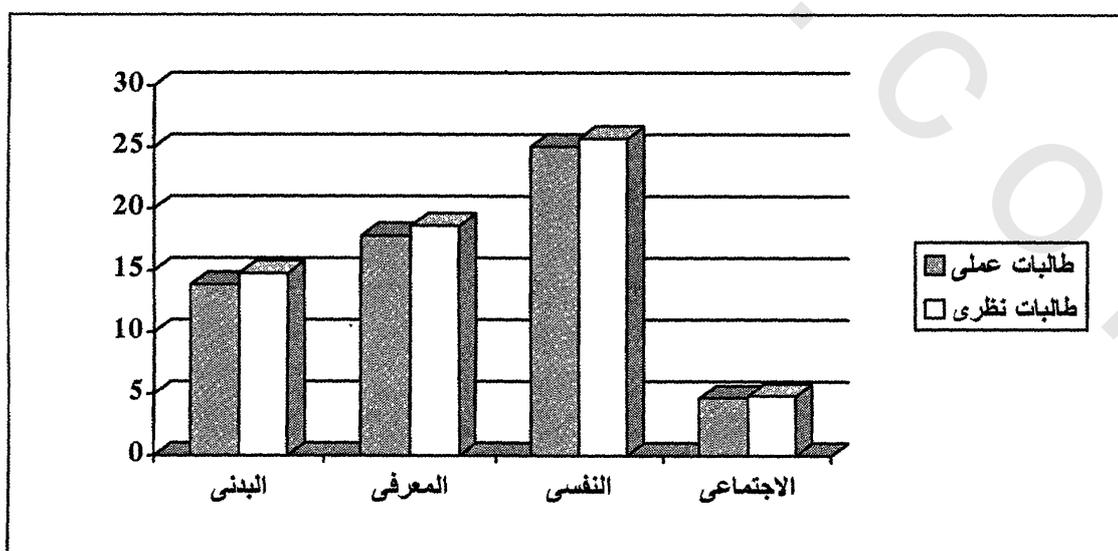
جدول (١٩)

الفروق بين متوسطى آراء طالبات الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظري ن=٧٠		الطالبات عملي ن=١٨٠		الأهداف
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٣٢٢	٢,٠٤٨	١٤,٧٨٥	١,٧٨٠	١٣,٨٧٧	البدني (عبارات من ١-٦)
*٢,٤٨٩	١,٩٩٤	١٨,٦١٤	٢,٣٧٤	١٧,٨١٦	المعرفي (عبارات من ٧-١٥)
١,٧٧٨	٢,٦٢٥	٢٥,٦٧١	٢,٥١٦	٢٥,٠٣٣	النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)
١,٠٨٦	٠,٩١٦	٤,٨٢٨	١,١٠٨	٤,٦٦٦	الاجتماعي (عبارات من ٢٦-٢٧)

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦

يتضح من جدول (١٩) وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط آراء طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدني و المعرفي لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن الجانب البدني و المعرفي يحقق متطلبات طالبات الكليات النظرية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني و المعرفي ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التي ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلاب فى المتغيرات النفسية و الاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٤) متوسط درجات آراء طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٦- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

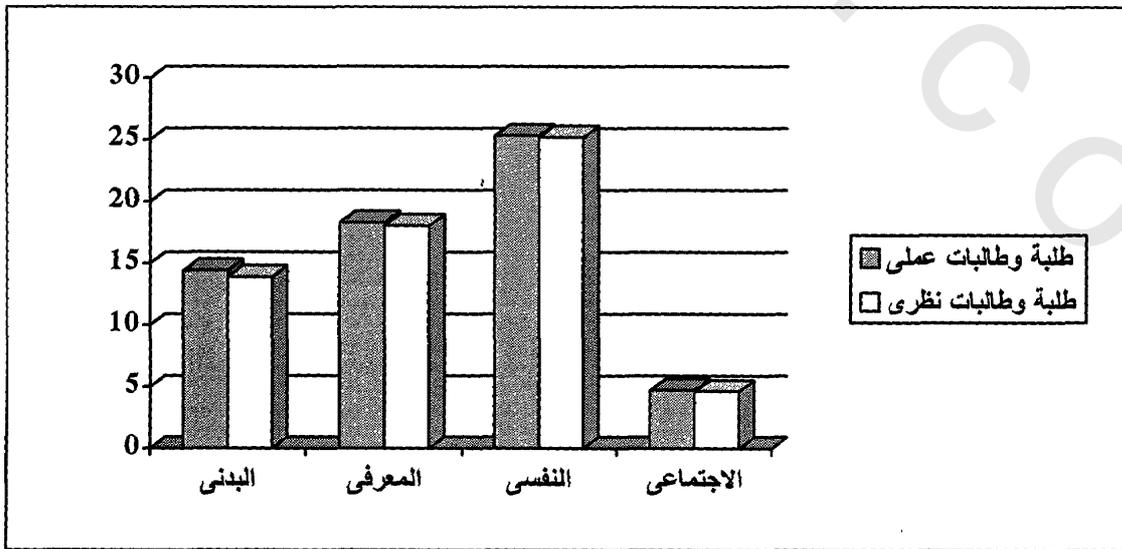
جدول (٢٠)

الفروق بين متوسطى آراء طلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الاهداف	الكليات العملية ن = ٣٦٠		الكليات النظرية ن = ١٤٠		قيمة (ت)
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	
البدني (عبارات من ١-٦)	١٤,٤٢٢٢	١,٩١٧٤	١٣,٩٠٧١	١,٨٥٤	*٢,٧٢٢
المعرفى (عبارات من ٧-١٥)	١٨,٢٨٨٩	٢,٤١٩٧	١٨,٠٢٨٦	٢,٤٥٥٢	١,٠٧٦
النفسي (عبارات من ١٦-٢٥)	٢٥,٣٢٥	٢,٧٦٤٢	٢٥,١٩٢٩	٢,٥٨٦٣	٠,٤٨٩
الاجتماعى (عبارات من ٢٦-٢٧)	٤,٧٥٢٨	١,٠٠٨٣	٤,٦٥٧١	١,١٤٩١	٠,٩١٥

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٠) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى تحقيق الجانب البدني لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي لصالح طلبة و طالبات الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدني يحقق متطلبات طلبة و طالبات الكليات العملية أكثر من طلبة و طالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المحتوى البدني ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى المتغيرات المعرفية و النفسية و الاجتماعية قيد البحث .



شكل (١٥) متوسط درجات آراء طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى تحقيق برامج الترويج الخلوي لأهدافها.

جدول (٢١)

تحليل التباين بين آراء طلبة طالبات الكليات العملية والنظرية فى تحقيق أهداف برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
البدنى	بين المجموعات	٨٢,٦٧١	٣	٢٧,٥٥٧	*٧,٨٤٨
	داخل المجموعات	١٧٤١,٦٨٧	٤٩٦	٣,٥١١	
	المجموع	١٨٢٤,٣٥٨	٤٩٩		
المعرفى	بين المجموعات	١٢١,٦٥٨	٣	٤٠,٥٥٣	*٧,١٢٠
	داخل المجموعات	٢٨٢٥,٠١٤	٤٩٦	٥,٦٩٦	
	المجموع	٢٩٤٦,٦٧٢	٤٩٩		
النفسى	بين المجموعات	٤٢,٤٣٦	٣	١٤,١٤٥	١,٩٣٢
	داخل المجموعات	٣٦٣٢,٠٩٢	٤٩٦	٧,٣٢٣	
	المجموع	٣٦٧٤,٥٢٨	٤٩٩		
الاجتماعى	بين المجموعات	٢,٤٢٢	٣	٠,٨٠٧	٠,٧٣٢
	داخل المجموعات	٥٤٧,٠٤٠	٤٩٦	١,١٠٣	
	المجموع	٥٤٩,٤٦٢	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٢١) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية و الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى تحقيق الجانب البدنى و المعرفى لأهدافه ببرامج الترويج الخلوي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن الجانب البدنى يحقق متطلبات طلبة الكليات العملية والنظرية أكثر من طالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المحتوى البدنى ببرامج الترويج الخلوى بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات فى المتغيرات النفسية والاجتماعية قيد البحث .

جدول (٢٢)

الفرق بين الطلبة والطالبات باستخدام طريقة شيفية فى تحقق أهداف
برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

الأهداف	الفئات	المتوسط الحسابى	الفرق بين المتوسطين الحسابيين	
			طلبة نظرى	طلبات عملى
البدنى	طلبة عملى	١٤,٢٨٨	*٠,٧٨٣	٠,٤١١
	طلبة نظرى	١٥,٠٧١		*١,١٩٤
	طلبات عملى	١٣,٨٧٧		*٠,٦٠٨
	طلبات نظرى	١٤,٤٨٥		
المعرفى	طلبة عملى	١٨,٢١٦	٠,٦٢٦	٠,٤
	طلبة نظرى	١٨,٨٤٢		*١,٠٢٦
	طلبات عملى	١٧,٨١٦		*٠,٧٩٨
	طلبات نظرى	١٨,٦١٤		

يتضح من جدول (٢٢) وجود فروق بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح طلبة الكليات النظرية فى الجانب البدنى ، وبين طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات العملية لصالح طلبة الكليات النظرية ، وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات النظرية فى الجانب البدنى .

بينما توجد فروق فى الجانب المعرفى بين طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات العملية لصالح طلبة الكليات النظرية وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات النظرية .

- نتائج المحور الثاني :-
 - معايير بناء برامج الترويج الخليوي وفقا لراى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترجيحية و النسبة المئوية لآراء الطلبة و الطالبات فى المحور الثانى :-
 جدول (٢٣)

الدرجة الترجيحية و النسبة المئوية و كا^٢ لآراء الطلبة و الطالبات فى المحور الثانى

النسبة المئوية	درجة ترجيحية	الطالبات		نعم	النسبة المئوية	درجة ترجيحية	الطلاب		نعم	م
		لا	الى حدما				لا	الى حدما		
٧٢,٥	٥٣٦	١٤	٨٦	١٥٠	٧٢,٥	٦٣٨	١٤	٨٤	١٥٢	١
٧٥,٢	٥٦٤	٢٧	١٣٢	٩١	٧٤,١	٥٥٦	٣٢	١٣٠	٨٨	٢
٧٤,٠	٥٥٥	٥٤	٨٧	١٠٩	٧٠,٧	٥٣٠	٦٣	٩٤	٩٣	٣
٧٢,٤	٥٤٣	٤١	١٢٥	٨٤	٧٣,٧	٥٥٣	٣٣	١٣١	٨٦	٤
٧٢,٨	٥٤٦	٤٨	١٠٨	٩٤	٧٣,٧	٥٥٣	٤٦	١٠٥	٩٩	٥
٧٠,٩	٥٣٢	٥١	١١٦	٨٣	٧٣,١	٥٤٨	٥٧	٨٨	١٠٥	٦
٧٢,٥	٥٤٤	٥٢	١٠٢	٩٦	٧٤,٨	٥٦١	٤٦	٩٤	١٠٩	٧
٧١,٧	٥٣٨	٤٥	١٢٢	٨٣	٧٣,٦	٥٥٢	٣٥	١٢٨	٨٧	٨
٧١,٩	٥٣٩	٥٣	١٠٥	٩٢	٧٤,٤	٥٥٨	٤٢	١٠٨	١٠٠	٩
٧٠,٥	٥٢٩	٥١	١١٦	٨٢	٧٢,١	٥٤١	٤٦	١١٧	٨٧	١٠
٧٠,٧	٥٣٠	٤٩	١٢٥	٧٧	٧٣,١	٥٤٨	٣٩	١٢٤	٨٧	١١
٧٣,٢	٥٤٩	٥٦	٨٩	١٠٥	٧٣,٣	٥٥٠	٥٥	٩٠	١٠٥	١٢

قيمة كا^٢ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (٢٣) يتضح أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأهم معايير برامج الترويج الخلوى كان معيار (مناسبة برامج الترويج الخلوي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع) بنسبة مئوية (٨٥,١% ، ٨٤,٨%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى إدراك الطلبة بأهمية برامج الترويج الخلوي ومدى مناسبتها مع عادات وسلوكيات المجتمع رغم التقدم العلمي والتكنولوجي ، ووعي الجامعة كأحد المؤسسات التربوية في المجتمع بأهمية دورها في تقديم برامج ترويجية لا تتنافى مع عادات وسلوكيات المجتمع وخاصة الفئة العمرية التي تتعامل معها.

ويتفق هذا مع ما أشار إليه كل من محمد الحماحي وعايدة عبد العزيز (٢٤ : ١١٠-١١١) إلى أن دور المجتمع هو سن التشريعات والقوانين التي تحافظ على مصادر الترويج الخلوي ويتناسب وعادات وتقاليد المجتمع. كما تشير تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٥-٢٣٨) إلى ضرورة دراسة الرغبات الترويجية لاختلاف المناشط التي يقبل عليها الأفراد في مختلف المراحل السنوية وقدراتهم ومهاراتهم ودراسة نوع المجتمع فتوجد برامج تنجح في مجتمعات وتفشل في مجتمعات أخرى لاختلاف العادات والتقاليد السائدة في كل مجتمع.

بينما اقل نسبة في رأى الطلبة فيما يرتبط بأقل معايير برامج الترويج الخلوى كان معيار (تتسم البرامج بالمرونة والتعديل في محتواها) بنسبة مئوية (٧٠,٥%) ويرجع الباحث ذلك إلى عدم مناسبة البرامج الترويجية الخلوية المقدمة بالجامعة مع ذوى الاحتياجات الخاصة بالجامعة ولا تتم إجراءات الكشف الطبى الدورى على المشاركين في برامج الترويج الخلوي بالجامعة.

ويتفق ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٤-٢٣٥) أن رغبات الأفراد تتأثر بخبراتهم السابقة، فإذا كانت خبراتهم محدودة فهذا سوف ينعكس على المناشط المتوفرة في البرنامج وهذا يعمل على تضيق قاعدة اختيار المناشط بالنسبة للمستفيدين من البرنامج.

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التي تشير إلى محدودية فرص الاشتراك والاختيار في مجالات المناشط المختلفة.

وأقل نسبة في رأى الطالبات فيما يرتبط بأقل معايير برامج الترويح الخلوى كان معيار (تتفق البرامج مع البيئة المحيطة) بنسبة مئوية (٧٠,٥%) ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر مساحات فضاء حول الجامعة تسمح بممارسة برامج ترويحية خلوية حيث أن الوحدات السكنية تحيط بها من جميع الاتجاهات. ويتفق ذلك مع ما تشير إليه تهانى عبد السلام (٣ : ٢٣٩) أن البرنامج الترويحي يتحدد بالإمكانات المتوفرة بالمجتمع من المؤسسات الترويحية والرواد والدعم المالى حتى تتحقق الأهداف المطلوبة

ويوضح محمد الحماحمي وعائدة عبد العزيز (٢٤ : ١١٠-١١١) إلى أن دور المجتمع هو توفير كافة التسهيلات الضرورية لممارسة حياة الخلاء والتوسع فى إقامة وتجهيز الحدائق والمنتزهات وتجهيز العديد من المخيمات فى المناطق الخلوية داخل وخارج المدن وتزويدها بالعديد من وسائل الترويح .

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الثانى من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالى ما هى أهم المعايير العلمية التى يجب مراعاتها فى بناء برامج الترويح الخلوى وفقا لرأى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الثانى :-

- معايير بناء برامج الترويج الخلوي وفقا لراى طلاب جامعة المنصورة.

١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٤)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى توافر المعايير
ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٥٠٠)

قيمة(ت)	الطلبات ن=٢٥٠		الطلبة ن = ٢٥٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
١,٤٨٢	٣,١٢٢	٢٦,٣٨٠	٣,٠٩٢	٢٦,٧٩٢	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٤) وجود فروق غير دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير
ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٣٦٠)

قيمة (ت)	طالبات عملى ن=١٨٠		طلبة عملى ن = ١٨٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
*١,٩٧	٣,١٨٧	٢٦,٣٦٧	٣,٠٥٢	٢٧,٠١٦	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسط آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكليات التى ينتمى إليها .

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٦)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=١٤٠)

قيمة (ت)	طلبات نظري ن=٧٠		طلبة نظري ن = ٧٠		المعايير
	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
٠,٣٨٧	٢,٩٧١	٢٦,٤١٤	٣,١٤٣	٢٦,٢١٤	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٦) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلاب والطالبات بالكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية والكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة.

جدول (٢٧)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	طلبة نظري ن=٧٠		طلبة عملي ن = ١٨٠		المعايير
	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الاتحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
*٢,١٥٧	٣,٢٥٨٥	٢٦,٠٧١٤	٣,٠٥١٧	٢٧,٠١٦٧	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٧) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية لصالح طلبة الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التى ينتمى إليها .

٥- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية والكليات النظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

جدول (٢٨)

الفروق بين متوسطى آراء الطالبات عملى ونظرى فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظرى ن=٧٠		الطالبات عملى ن= ١٨٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
٠,١٠٨	٢,٩٧١	٢٦,٤١٤	٣,١٨٦	٢٦,٣٦٧	توفر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٨) توجد فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

٦- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

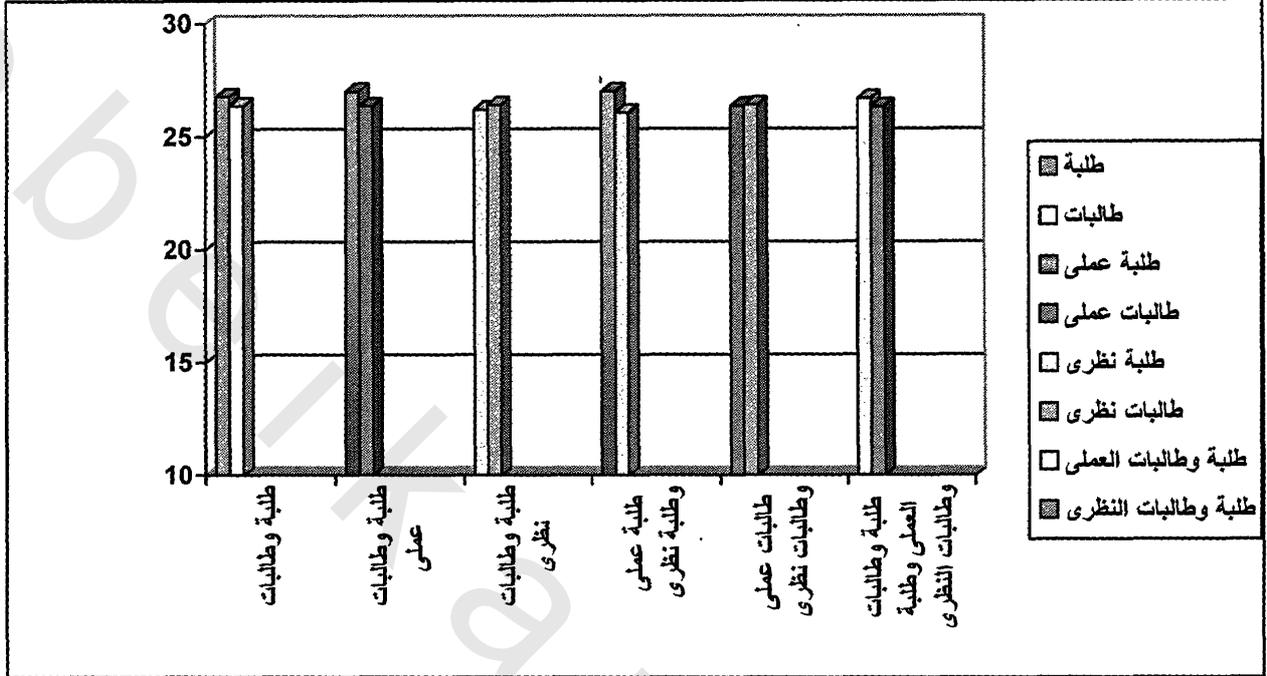
جدول (٢٩)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والكليات النظرية فى توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة(ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	الكليات النظرية ن=١٤٠		الكليات العملية ن=٣٦٠		المعايير
	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
١,٢١٩	٣,٠٤٩	٢٦,٣١٤٣	٣,١٣٢٥	٢٦,٦٩١٧	توافر معايير برامج الترويج الخلوي

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٢٩) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين متوسط آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.



شكل (١٦) متوسط درجات آراء الطلبة والطالبات وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية وطلبة الكليات العملية والنظرية وطالبات الكليات العملية والنظرية وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة

جدول (٣٠)

تحليل التباين بين آراء طلبة طالبات الكليات العملية والنظرية في توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المعايير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
المحور الثاني	بين المجموعات	٥٨,٨١	٣	١٩,٦٠٤	٢,٠٣٨
	داخل المجموعات	٤٧٧٠,٤٩	٤٩٦	٩,٦١٨	
	المجموع	٤٨٢٩,٣٠	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٣٠) وجود فروق غير دالة إحصائياً بين آراء الطلبة والطالبات في تحقيق توافر المعايير ببرامج الترويج الخلوي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن المعايير تحقق متطلبات طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية لذا يجب مراعاة المعايير ببرامج الترويج الخلوي.

- نتائج المحور الثالث :-
 - المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة.
 - الدرجات الترويجية و النسبة المئوية لأراء الطلبة و الطالبات في المحور الثالث :-

جدول (٣١)
 الدرجة الترويجية و النسبة المئوية وكأ لآراء الطلبة و الطالبات في المحور الثالث

النسبة المئوية	الطلاب				الطلبة				م
	درجة ترويجية	لا	إلى حدما	نعم	النسبة المئوية	درجة ترويجية	لا	إلى حدما	
٦٤٥	٢٧	٥١	١٧٢	٦٧٤	١٦	٤٤	١٩٠	١٩٠	المسكرات.
٧٥,٣	٤٧	٩١	١١٢	٥٨٠	٤٢	٨٦	١٢٢	١٢٢	الرحلات الخلوية.
٧٣,٢	٤٧	١٠٧	٩٦	٥٦٤	٤٤	-	٩٥	١١٠	التجوال.
٧١,٧	٥١	١١٠	٨٩	٥٤٣	٥٨	٩٨	٩٤	٩٤	التزاحل.
٧٥,٩	٤٣	٩٥	١١٢	٥٥٠	٤٤	١١٢	٩٤	٩٤	التزهات.
٧٤,٧	٥٦	٧٨	١١٦	٥٨٢	٥٠	٦٨	١٣٢	١٣٢	الجولة.
٧٢,٣	٥٥	٩٨	٩٧	٥٤٧	٥٠	١٠٣	٩٧	٩٧	هوايات الجمع والافتناء.
٧٩,٧	٣٦	٨٠	١٣٤	٥٨١	٤٣	٨٣	١٢٤	١٢٤	القنود الدوية.
٤٨٨	٩٣	٨١	٧٦	٥٣٦	٦١	٨٥	١٠٤	١٠٤	المخيمات الشاطئية.
٦٧,٧	٦٥	١١٢	٧٣	٥٦٣	٤٥	٩٧	١٠٨	١٠٨	العاب بسيطة (صغيرة).

قيمة كآ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول (٣١) السابق يتضح أن:

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هي (المعسكرات) بنسبة مئوية (٨٩,٩% ، ٨٦,٠%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لإقامة المعسكرات بجامعة المنصورة وخاصة المخيم الكشفى الدائم ونزل الإقامة بالإضافة إلى إقبال المشاركين فى هذه المرحلة السنوية على ممارسة حياة الجماعة المنظمة تحت إشراف قيادات تربوية مؤهلة لما لها من فوائد عديدة.

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التى تشير إلى أن أوجه النشاط التى يقبل عليها الطلبة والطالبات هي (المعسكرات).

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن أوجه النشاط الترويحي الخلوي الأكثر شيوعا للأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هو (المعسكرات)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى تشير إلى أن أعلى مشاركة للطلاب كانت إقامة المعسكرات.

بينما اقل نسبة في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم فى برامج الترويج الخلوى هي (المخيمات الشاطئية) بنسبة مئوية (٧١,٥% ، ٦٥,١%) على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى أن بعد الشواطئ وبعد مخيم الجامعة بجمصة عن الجامعة ونقص الإمكانيات المادية لإقامة مثل هذه المخيمات.

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التى أوضحت أن اقل المناشط شيوعا لدى الأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هي (المخيمات الشاطئية)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التى تشير إلى أن اقل مشاركة للطلاب هي المخيمات الشاطئية.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن اقل المناشط ممارسة لدى الطلاب هو المخيمات الشاطئية.

الدرجة الترجيبية والنسبة المئوية لأراء الطلبة والطالبات في المحور الثالث
جدول (٣٢)

الطالبات	الطلبة		طالبات نظرى		طالبات عملى		طلبة نظرى		طلبة عملى		العبارة	م
	درجة النسبة المئوية											
٦٤٥	٦٧٤	٦٧٤	١٥٧	١٥٧	٤٨٨	٤٨٨	١٩٣	١٩٣	٤٨١	٤٨١	المسكرات.	١
٥٦٥	٥٨٠	٥٨٠	١٥٣	١٥٣	٤١٢	٤١٢	١٤٥	١٤٥	٤٣٥	٤٣٥	الرحلات الخلوية.	٢
٥٤٩	٥٦٤	٥٦٤	١٤٤	١٤٤	٤٠٥	٤٠٥	١٥٦	١٥٦	٤٠٨	٤٠٨	التجوال.	٣
٥٣٨	٥٤٣	٥٤٣	١٤٧	١٤٧	٣٩١	٣٩١	١٤٢	١٤٢	٤٠٩	٤٠٩	الترحال.	٤
٥٦٩	٥٥٠	٥٥٠	١٥٨	١٥٨	٤١١	٤١١	١٤٧	١٤٧	٤٠٣	٤٠٣	التزهات.	٥
٥٦٠	٥٨٢	٥٨٢	١٥١	١٥١	٤٠٩	٤٠٩	١٥٤	١٥٤	٤٢٨	٤٢٨	الجواله.	٦
٥٤٢	٥٤٧	٥٤٧	١٤٧	١٤٧	٣٩٥	٣٩٥	١٥٢	١٥٢	٣٩٥	٣٩٥	هوايات الجمع والاقتناء. -	٧
٥٩٨	٥٨١	٥٨١	١٥٩	١٥٩	٤٣٩	٤٣٩	١٥٩	١٥٩	٤٢٢	٤٢٢	القنون اليدويه.	٨
٤٨٨	٥٣٦	٥٣٦	١٣٤	١٣٤	٣٥٠	٣٥٠	١٣٤	١٣٤	٣٩٣	٣٩٣	المخيمات الشاطئية.	٩
٥٠٨	٥٦٣	٥٦٣	١٤٩	١٤٩	٣٥٩	٣٥٩	١٤٦	١٤٦	٤١٧	٤١٧	العاب بسيطة (صغيرة).	١٠

قيمة كا الجدولية عند (١٠٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول (٣٣) السابق يتضح أن :

أعلى نسبة في رأى الطلبة والطالبات وطلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية وطالبات الكليات العملية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم في برامج الترويج الخلوى هي (المعسكرات) بنسبة مئوية (٨٩,٩% ، ٨٦,٠% ، ٨٩,١% ، ٩١,٩% ، ٩٠,٤%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لإقامة المعسكرات بجامعة المنصورة وخاصة المخيم الكشفى الدائم ونزل الإقامة بالإضافة إلى إقبال المشاركين في هذه المرحلة السنوية على ممارسة حياة الجماعة المنظمة تحت إشراف قيادات تربوية مؤهلة لما لها من فوائد عديدة

ويتفق ذلك مع دراسة عفت عبد السلام (١٩٩٣) (١٤) التي تشير إلى أن أوجه النشاط التي يقبل عليها الطلبة والطالبات هي (المعسكرات). ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التي أوضحت أن أوجه النشاط الترويجي الخلوي الأكثر شيوعا للأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هو (المعسكرات)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التي تشير إلى أن أعلى مشاركة للطلاب كانت إقامة المعسكرات. بينما أعلى نسبة في رأى طالبات الكليات النظرية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم في برامج الترويج الخلوى هي (الفنون اليدوية) بنسبة مئوية (٧٥,٧%) ويرجع الباحث ذلك إلى توافر معرض للفنون التشكيلية ومعرض لعرض وبيع منتجات الطلاب اليدوية داخل الجامعة.

ويتفق ذلك مع دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن الطلاب تفضل ممارسة الفنون اليدوية. بينما اقل نسبة في رأى الطلبة والطالبات وطلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية فيما يرتبط بأوجه النشاط المفضلة لديهم في برامج الترويج الخلوى هي (المخيمات الشاطئية) بنسبة مئوية (٧١,٥% ، ٦٥,١% ، ٧٣,٠% ، ٦٣,٨% ، ٦٤,٤% ، ٦٣,٨%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى أن بعد الشواطئ وبعد مخيم الجامعة بجمصة عن الجامعة ونقص الإمكانيات المادية لإقامة مثل هذه المخيمات.

ويتفق ذلك مع دراسة (U.S.D.A) (١٩٩٥) (٦٠ : ٤٥٥) التي أوضحت أن اقل المناشط شيوعا لدى الأشخاص بعمر (١٦) عاما فيما فوق هي (المخيمات الشاطئية)

ويتفق ذلك مع دراسة "ثودورى Theodori" وآخرون (١٩٩٨) (٦٨) التي اقل مشاركة للطلاب هي المخيمات الشاطئية.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (٢٠٠١) (٧٠) إلى أن اقل المناشط ممارسة لدى الطلاب هو المخيمات الشاطئية.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الثالث من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هي المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوى لدى طلاب جامعة المنصورة؟

عرض نتائج المحور الثالث :-

- المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة.

١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

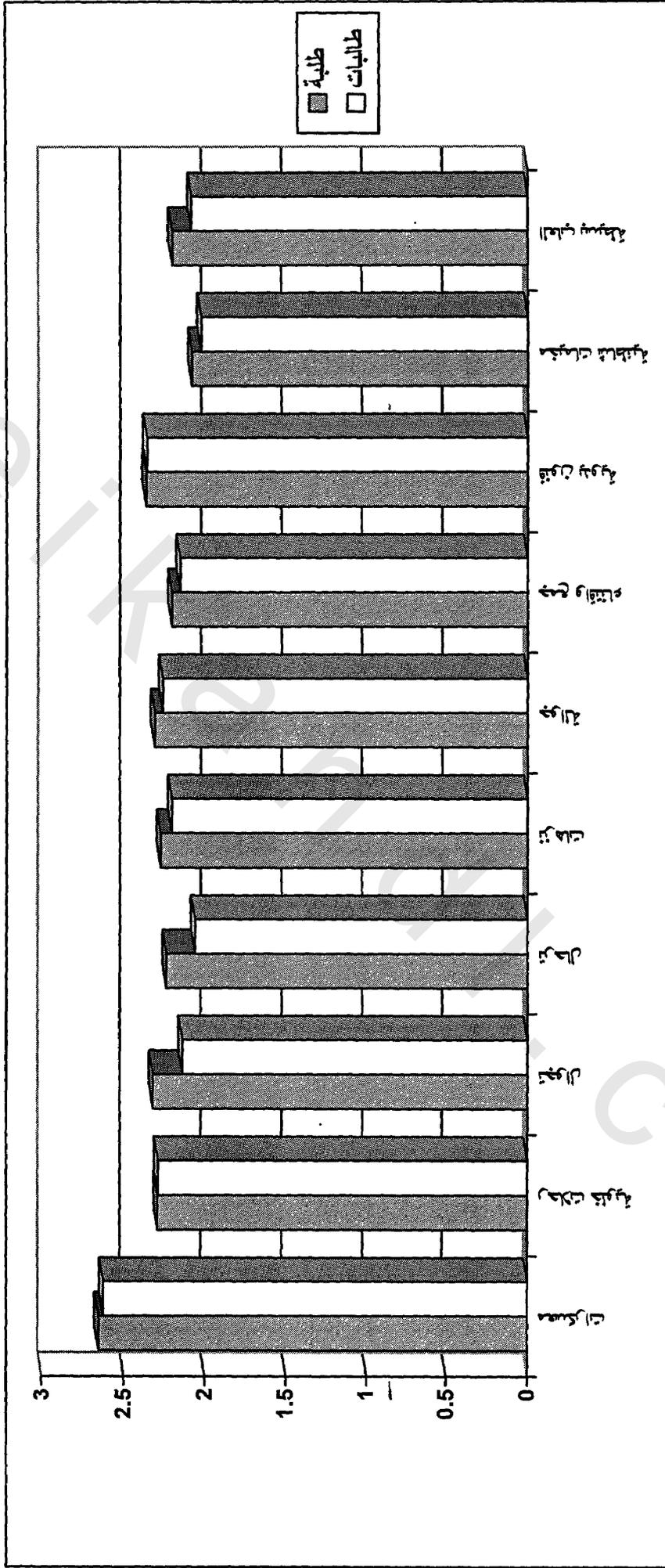
جدول (٣٣)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	الطالبات عدد ٢٥٠		الطلبة عدد ٢٥٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٤٩٢	٠,٦٢٩	٢,٦٢٤	٠,٠٤١	٢,٦٥٢	المعسكرات.
٠,٠٦٠	٠,٧٠٩	٢,٢٨٨	٠,٠٥٠	٢,٢٩٢	الرحلات الخلوية.
*٢,٧٦٦	٠,٧٣٩	٢,١٤٠	٠,٠٤٦	٢,٣٢١	التجوال.
*٢,٦٣٨	٠,٧٢٨	٢,٠٦٠	٠,٠٤٨	٢,٢٣٦	الترحال.
١,٠٤٤	٠,٧٣٠	٢,٢٠٤	٠,٠٤٦	٢,٢٧٢	النزهات.
٠,٦٧٧	٠,٧٦٦	٢,٢٦٠	٠,٠٥٢	٢,٣٠٨	الجوالة.
٠,٧٧١	٠,٧٤٠	٢,١٥٢	٠,٠٤٩	٢,٢٠٤	هوايات الجمع والافتناء.
٠,٠٦٠	٠,٧٢٦	٢,٣٥٦	٠,٠٤٨	٢,٣٦٠	الفنون اليدوية.
٠,٧٦٧	٠,٧٨١	٢,٠٢٤	٠,٠٥٤	٢,٠٨٠	المخيمات الشاطئية.
١,٧٣٢	٠,٧٢٦	٢,٠٨٤	٠,٠٤٩	٢,٢٠٠	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ * دال

يتضح من جدول (٣٣) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة و الطالبات فى بعض مناشط الترويج الخلوي (التجوال ، الترحال) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ، حيث أن مناشط التجوال و الترحال تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية و النظرية أكثر من طالبات الكليات العملية و النظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة و الطالبات فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (١٧) الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

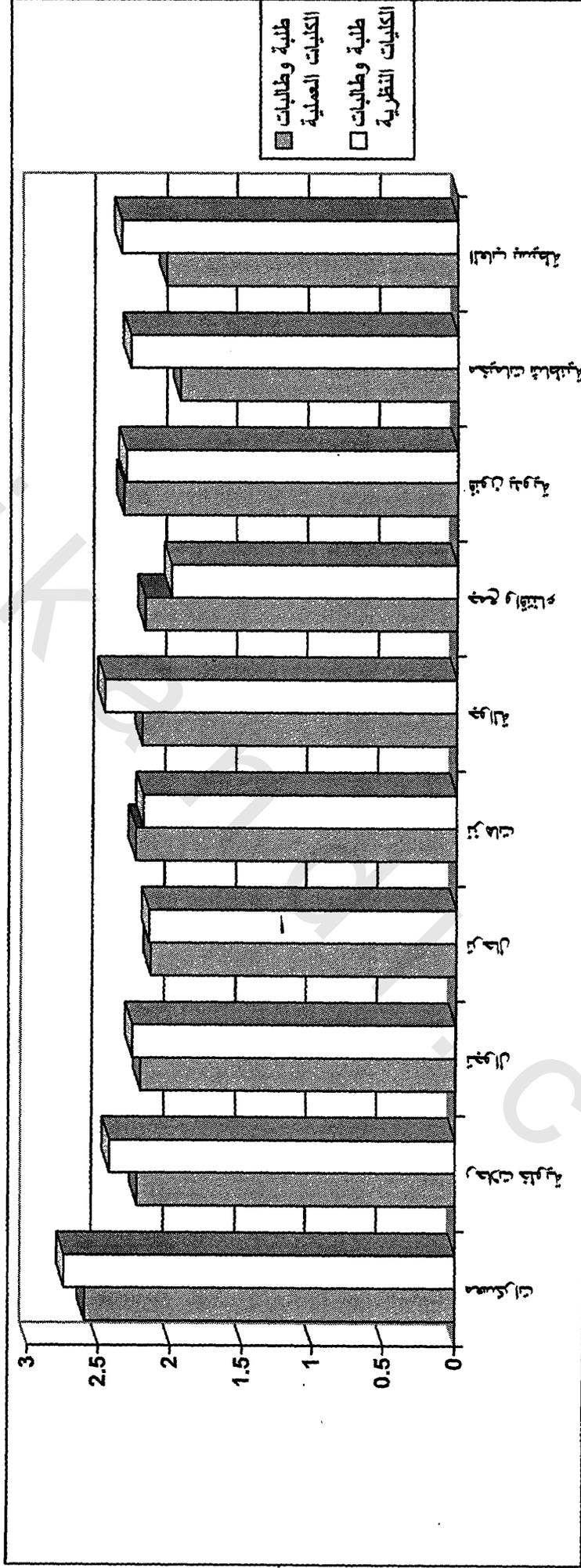
جدول (٣٤)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

قيمة (ت)	نظري ن=١٤٠		عملي ن=٣٦٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٢,٣١١-	٠,٥٠٠	٢,٧٤٣	٠,٠٣٦	٢,٥٩٧	المعسكرات.
*٢,٥٩٠-	٠,٦٦٩	٢,٤٢٩	٠,٠٤١	٢,٢٣٦	الرحلات الخلوية.
٠,٧٧٥-	٠,٧٧٦	٢,٢٧١	٠,٠٣٨	٢,٢١٤	التجوال.
٠,١٧٠-	٠,٧٦١	٢,١٥٧	٠,٠٣٩	٢,١٤٤	الترحال.
٠,٧٢٧	٠,٧١٢	٢,٢٠٠	٠,٠٣٩	٢,٢٥٣	النزهات.
*٣,٣٣٠-	٠,٦٩٤	٢,٤٧١	٠,٠٤٣	٢,٢١١	الجوالة.
١,٤٦٧-	٠,٧٣٣	٢,٢٥٧	٠,٠٤٠	٢,١٤٧	هوايات الجمع و الاقتناء.
٠,٧٩٢-	٠,٦٩٧	٢,٤٠٠	٠,٠٤٠	٢,٣٤٢	الفنون اليدوية.
*٤,٣٠٩-	٠,٧٥٦	٢,٣٠٠	٠,٠٤٣	١,٩٥٦	المخيمات الشاطئية.
*٤,١٩٩-	٠,٦٨١	٢,٣٦٤	٠,٠٤٠	٢,٠٥٦	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ * دال

يتضح من جدول (٣٤) وجود فروق دالة إحصائيا بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات ، الرحلات الخلوية ، الجوالة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة) لصالح طلبة و طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات ، الرحلات الخلوية ، الجوالة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة و طالبات الكليات النظرية أكثر من طلبة و طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (١٨) الفرق بين متوسطي آراء طلبة وطلبات الكليات العملية وطلبة وطلبات الكليات النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب بجامعة المنصورة

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٥)

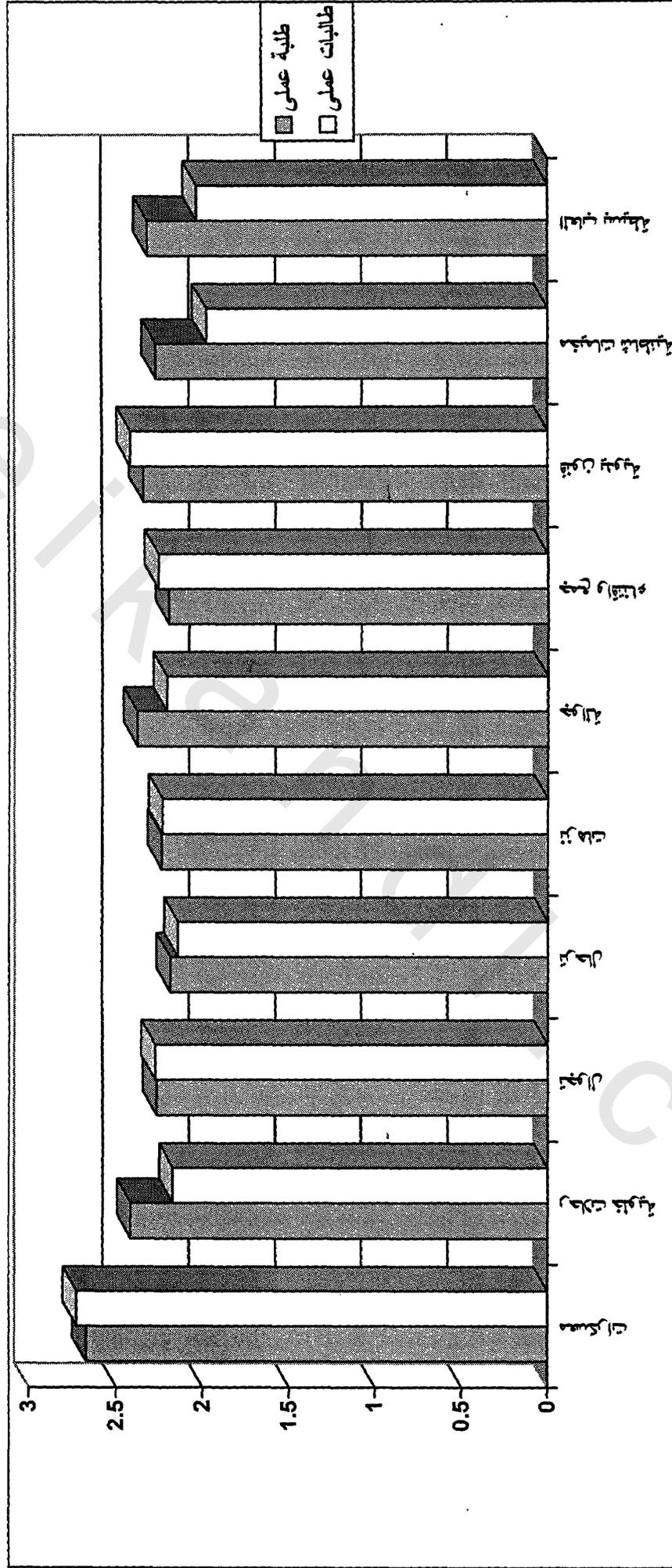
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٣٦٠)

قيمة (ت)	الطلبة عدد ١٨٠		الطالبات عدد ١٨٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	
٠,٨٩٨-	٢,٧٢٨	٠,٥٦٨	٢,٦٧٢	٠,٠٤٥	المعسكرات.
*٣,٠٩٢	٢,١٧٢	٠,٨١٨	٢,٤١٧	٠,٠٥٠	الرحلات الخلوية.
٠,٠٩١-	٢,٢٧٤	٠,٦٩٣	٢,٢٦٧	٠,٠٥٨	التجوال.
٠,٥٤٦	٢,١٤٤	٠,٧٩٢	٢,١٨٩	٠,٠٥٦	الترحال.
٠,٠٧٤	٢,٢٣٣	٠,٧١٨	٢,٢٣٩	٠,٠٥٣	النزهات.
*٢,٠٥٨	٢,٢٠٦	٠,٨٣٧	٢,٣٧٨	٠,٠٥٦	الجولة.
٠,٧٩١-	٢,٢٥٦	٠,٧٢٦	٢,١٩٤	٠,٠٥٥	هوايات الجمع والاقتناء.
٠,٩٣٠-	٢,٤١٧	٠,٧٣١	٢,٣٤٤	٠,٠٥٥	الفنون اليدوية.
*٣,٥٦٧	١,٩٧٨	٠,٨١٨	٢,٢٧٢	٠,٠٥٦	المخيمات الشاطئية.
*٣,٦٦٣	٢,٠٣٣	٠,٧٦٢	٢,٣١٧	٠,٠٥٣	ألعاب بسيطة (صغيرة).

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٥) وجود فروق دالة إحصائيا بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، الألعاب البسيطة الصغيرة) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط الرحلات الخلوية ، الجولة ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات العملية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها ، فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة و الطالبات بالكليات العملية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (١٩) الفرق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٦)

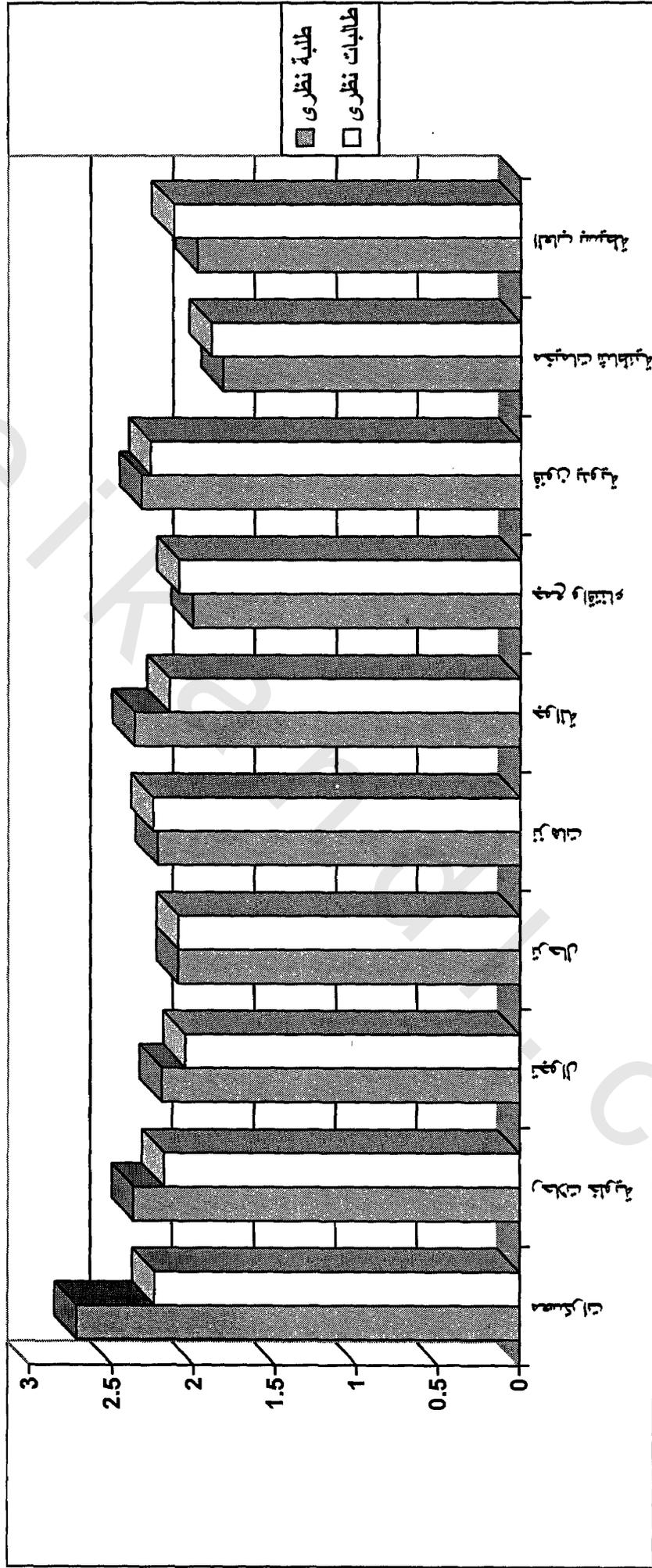
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=١٤٠)

قيمة (ت)	الطلبات عدد ٧٠		الطلبة عدد ٧٠		المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٤,٠٥٩	٠,٧٨٨	٢,٢٤٣	٠,٠٦٨	٢,٧١٤	المعسكرات.
١,٥١١	٠,٧٢٨	٢,١٨٦	٠,٠٨٧	٢,٣٧١	الرحلات الخلوية.
١,١٤٧	٠,٧٤٠	٢,٠٥٧	٠,٠٨٨	٢,٢٠٠	التجوال.
٠,٠٠٠	٠,٧٤٥	٢,١٠٠	٠,٠٧٧	٢,١٠٠	الترحال.
٠,٢٢٠-	٠,٧٥٥	٢,٢٥٧	٠,٠٩٤	٢,٢٢٩	النزهات.
١,٦٢٩	٠,٧٩٢	٢,١٥٧	٠,٠٩١	٢,٣٧١	الجولة.
٠,٦٣٨-	٠,٧٨٣	٢,١٠٠	٠,٠٩٧	٢,٠١٤	هوايات الجمع و الاقضاء.
٠,٤٥٢	٠,٧٢١	٢,٢٧١	٠,٠٩٣	٢,٣٢٩	الفنون اليدوية.
٠,٥٠١-	٠,٧٦٤	١,٩٠٠	٠,١١٠	١,٨٢٩	المخيمات الشاطئية.
١,١١٨-	٠,٧٤١	٢,١٢٩	٠,٠٩٢	١,٩٨٦	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٦) وجود فروق دالة إحصائيا بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات) لصالح الطلبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن نشاط المعسكرات يحقق متطلبات طلبة الكليات النظرية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى هذا النشاط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التى ينتمى إليها، فى حين توجد فروق غير دالة إحصائيا بين الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (٢٠) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٥- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

جدول (٣٧)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطلبة نظري عدد ٧٠		الطلبة عملي عدد ١٨٠		المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠,٥٠١-	٠,٥٦٨	٢,٧١٤	٠,٠٤٥	٢,٦٧٢	المعسكرات.
٠,٤٦٥	٠,٧٢٦	٢,٣٧١	٠,٠٥٠	٢,٤١٧	الرحلات الخلوية.
٠,٦٢٠	٠,٧٣٤	٢,٢٠٠	٠,٠٥٨	٢,٢٦٧	التجوال.
٠,٨٧٢	٠,٦٤٠	٢,١٠٠	٠,٠٥٦	٢,١٨٩	الترحال.
٠,١٠٠	٠,٧٨٣	٢,٢٢٩	٠,٠٥٣	٢,٢٣٩	النزهات.
٠,٠٦٠	٠,٧٦٥	٢,٣٧١	٠,٠٥٦	٢,٣٧٨	الجوالة.
١,٦٨٣	٠,٨٠٧	٢,٠١٤	٠,٠٥٥	٢,١٩٤	هوايات الجمع والافتناء.
٠,١٥٠	٠,٧٧٥	٢,٣٢٩	٠,٠٥٥	٢,٣٤٤	الفنون اليدوية.
*٣,٩٥١	٠,٩١٦	١,٨٢٩	٠,٠٥٦	٢,٢٧٢	المخيمات الشاطئية.
*٣,٢٤٦	٠,٧٧١	١,٩٨٦	٠,٠٥٣	٢,٣١٧	ألعاب بسيطة (صغيرة).

* دال

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٣٧) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة بالكليات العملية و الطلبة بالكليات النظرية في بعض مناشط الترويج الخلوي (المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة) لصالح الطلبة بالكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات طلبة الكليات العملية أكثر من طلبة الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب و الكلية التي ينتمى إليها، في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة بالكليات العملية و النظرية في باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .

٦- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة .

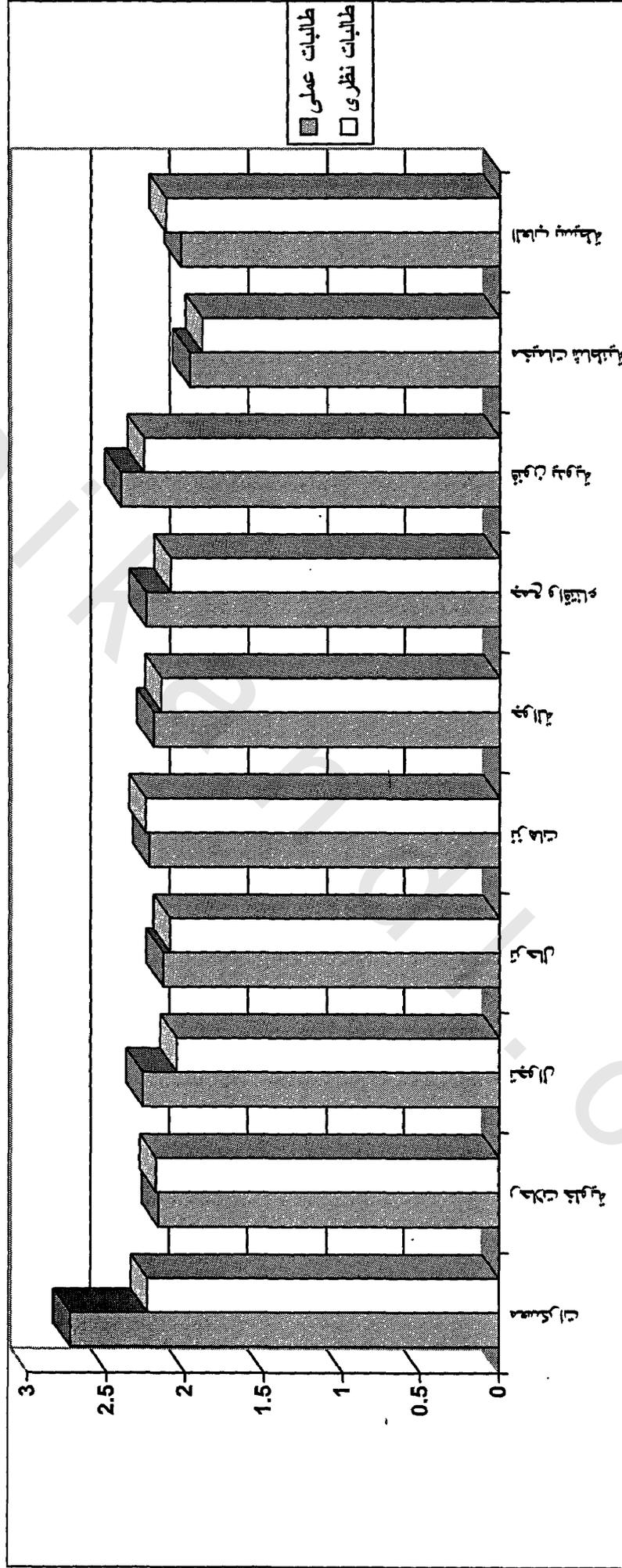
جدول (٣٨)

الفروق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية و النظرية في المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٢٥٠)

قيمة (ت)	الطالبات نظري عدد ٧٠		الطالبات عملي عدد ١٨٠		المناشط المفضلة في برامج الترويج الخلوي
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
*٥,٤٠٧	٠,٧٨٨	٢,٢٤٣	٠,٠٤٢	٢,٧٢٨	المعسكرات.
٠,١٢١-	٠,٧٢٨	٢,١٨٦	٠,٠٦١	٢,١٧٢	الرحلات الخلوية.
*٢,١٧٤	٠,٧٤٠	٢,٠٥٧	٠,٠٥٢	٢,٢٧٤	التجوال.
٠,٤٠٥	٠,٧٤٥	٢,١٠٠	٠,٠٥٩	٢,١٤٤	الترحال.
٠,٢٣٢-	٠,٧٥٥	٢,٢٥٧	٠,٠٥٣	٢,٢٣٣	النزهات.
٠,٤١٧	٠,٧٩٢	٢,١٥٧	٠,٠٦٢	٢,٢٠٦	الجولة.
١,٤٨٨	٠,٧٨٣	٢,١٠٠	٠,٠٥٤	٢,٢٥٦	هوايات الجمع والافتناء.
١,٤١٥	٠,٧٢١	٢,٢٧١	٠,٠٥٥	٢,٤١٧	الفنون اليدوية.
٠,٦٨٧	٠,٧٦٤	١,٩٠٠	٠,٠٦١	١,٩٧٨	المخيمات الشاطئية.
٠,٨٩٥-	٠,٧٤١	٢,١٢٩	٠,٠٥٧	٢,٠٣٣	ألعاب بسيطة (صغيرة) .

قيمة ت الجدولية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) = ١,٩٦٠ * دال

يتضح من جدول (٣٨) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطالبات بالكليات العملية والطالبات بالكليات النظرية في بعض مناشط الترويج الخلوي (المعسكرات ، التجوال) لصالح الطالبات بالكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات والتجوال تحقق متطلبات طالبات الكليات العملية أكثر من طالبات الكليات النظرية لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها ، في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطالبات بالكليات العملية و النظرية في باقى مناشط الترويج الخلوي بجامعة المنصورة .



شكل (٢٢) الفرق بين متوسطى آراء الطالّبات بالكليات العملية والطلّبات بالكليات النظرية فى المناشط المفضّلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة

٧- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة.

جدول (٣٩)

تحليل التباين بين آراء الطلبة و طالبات الكليات العملية والنظرية فى المناشط المفضلة فى برامج الترويج الخلوي لدى طلاب جامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

م	المناشط	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة (ف)
١	المعسكرات	بين المجموعات	١٣,١٠	٣	٤,٣٧	* ١١,٤٩
		داخل المجموعات	١٨٨,٣٨	٤٩٦	٠,٣٨	
		المجموع	٢٠١,٤٨	٤٩٩		
٢	الكشافة	بين المجموعات	٣,٨٣	٣	١,٢٨	* ٢,٦٣
		داخل المجموعات	٢٤٠,٧٢	٤٩٦	٠,٤٩	
		المجموع	٢٤٤,٥٥	٤٩٩		
٣	الرحلات الخلوية.	بين المجموعات	٦,٩٩	٣	٢,٣٣	* ٤,٢٢
		داخل المجموعات	٢٧٣,٩٦	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٨٠,٩٥	٤٩٩		
٤	التجوال	بين المجموعات	٢,٤٧	٣	٠,٨٢	١,٥٢
		داخل المجموعات	٢٦٨,٠٣	٤٩٥	٠,٥٤	
		المجموع	٢٧٠,٥٠	٤٩٨		
٥	الترحال	بين المجموعات	١,٥٧	٣	٠,٥٢	٠,٩٣
		داخل المجموعات	٢٧٩,٤٨	٤٩٦	٠,٥٦	
		المجموع	٢٨١,٠٥	٤٩٩		
٦	النزهات	بين المجموعات	١,٧٣	٣	٠,٥٨	١,٠٩
		داخل المجموعات	٢٦٢,٩٥	٤٩٦	٠,٥٣	
		المجموع	٢٦٤,٦٨	٤٩٩		
٧	الجولة	بين المجموعات	٣,٢٣	٣	١,٠٨	١,٧٢
		داخل المجموعات	٣١٠,٤٤	٤٩٦	٠,٦٣	
		المجموع	٣١٣,٦٧	٤٩٩		
٨	هوايات الجمع والاقتناء.	بين المجموعات	٠,٥٣	٣	٠,١٨	٠,٣١
		داخل المجموعات	٢٨٢,٦٣	٤٩٦	٠,٥٧	
		المجموع	٢٨٣,١٦	٤٩٩		
٩	الفنون اليدوية.	بين المجموعات	٢,٢٦	٣	٠,٧٥	١,٣٨
		داخل المجموعات	٢٧٠,٦٦	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٧٢,٩٢	٤٩٩		
١٠	المخيمات الشاطئية.	بين المجموعات	١٣,٧٦	٣	٤,٥٩	* ٧,١٣
		داخل المجموعات	٣١٨,٨٩	٤٩٦	٠,٦٤	
		المجموع	٣٣٢,٦٥	٤٩٩		
١١	ألعاب بسيطة (صغيرة).	بين المجموعات	٩,٦٤	٣	٣,٢١	* ٥,٨٨
		داخل المجموعات	٢٧١,٢٧	٤٩٦	٠,٥٥	
		المجموع	٢٨٠,٩٢	٤٩٩		

قيمة ف الجدولية عند (٠,٠٥) = ٢,٦٠٠

يتضح من جدول (٣٩) وجود فروق دالة إحصائية بين آراء الطلبة والطالبات في مناشط) المعسكرات و الكشافة و الرحلات الخلوية ، المخيمات الشاطئية ، الألعاب البسيطة "الصغيرة" عند مستوى معنوية (٠,٠٥) حيث أن مناشط المعسكرات ، والكشافة الرحلات الخلوية ، المخيمات الشاطئية ، ألعاب بسيطة تحقق متطلبات الطلبة والطالبات لذا يجب مراعاة محتوى تلك المناشط ببرامج الترويج الخلوي بحيث يتناسب مع نوع الطلاب والكلية التي ينتمى إليها ، في حين توجد فروق غير دالة إحصائية بين الطلبة والطالبات في باقى مناشط برامج الترويج الخلوي قيد البحث .

جدول (٤٠)

الفرق بين الطلبة والطالبات باستخدام طريقة شيفية في مناشط

برامج الترويج الخلوي بجامعة المنصورة (ن=٥٠٠)

المناشط	الفئات	المتوسط الحسابي	الفرق بين المتوسطين الحسابيين		
			طلبة نظري	طلبات عملي	طلبات نظري
المعسكرات	طلبة عملي	٢,٦٧٢	٠,٠٨-	٠,٠٤-	*٠,٤٣
	طلبة نظري	٢,٧٥٧		٠,٠٥	*٠,٥١
	طلبات عملي	٢,٧١١			*٠,٤٧
	طلبات نظري	٢,٢٤٣			
الكشافة	طلبة عملي	٢,٢٦٧	٠,٠٢	٠,٠١-	٠,٢٥
	طلبة نظري	٢,٢٤٣		٠,٠٣-	٠,٢٣
	طلبات عملي	٢,٢٧٢			*٠,٢٦
	طلبات نظري	٢,٠١٤			
الرحلات الخلوية	طلبة عملي	٢,٤١٧	*٠,٣٥	٠,١٣	٠,٢٣
	طلبة نظري	٢,٠٧١		٠,٢٢-	٠,١١-
	طلبات عملي	٢,٢٨٩			٠,١٠
	طلبات نظري	٢,١٨٦			
المخيمات الشاطئية	طلبة عملي	٢,٢٧٢	*٠,٣٦	*٠,٣٣	*٠,٣٧
	طلبة نظري	١,٩١٤		٠,٠٣-	٠,٠١
	طلبات عملي	١,٩٤٤			٠,٠٤
	طلبات نظري	١,٩٠٠			
الألعاب البسيطة "الصغيرة"	طلبة عملي	٢,٣١٧	٠,٢٣	*٠,٣٢	٠,١٩
	طلبة نظري	٢,٠٨٦		٠,٠٩	٠,٠٤-
	طلبات عملي	١,٩٩٤			٠,١٣-
	طلبات نظري	٢,١٢٩			

يتضح من جدول (٤٠) وجود فروق دالة إحصائية في المعسكرات بين آراء طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات النظرية ، وبين آراء طلبة الكليات النظرية وطلبات الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات النظرية ، وبين طالبات الكليات العملية وطلبات الكليات النظرية لصالح طالبات الكليات العملية .

بينما توجد فروق دالة إحصائية في الكشافة بين آراء طالبات الكليات العملية و طالبات الكليات النظرية لصالح آراء طالبات الكليات العملية .

و توجد فروق دالة إحصائية في الرحلات الخلوية بين آراء طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية لصالح آراء طلاب الكليات العملية.

في حين توجد فروق دالة إحصائية في الألعاب البسيطة "الصغيرة" بين آراء طلبة الكليات العملية و بين آراء طالبات الكليات النظرية لصالح آراء طلبة الكليات العملية.

- نتائج المحور الرابع :-
 - معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.
 - الدرجات الترويجية و النسبة المئوية لآراء الطلبة و الطالبات في المحور الرابع :-
 جدول (٤١)

الدرجة الترويجية و النسبة المئوية وكآآراء الطلبة و الطالبات في المحور الرابع

الدرجة الترويجية	الطالبات		الطلبة		نعم	نسبة المئوية	درجة ترويجية	لا	إلى حد ما	نعم	المعوقات	م
	لا	إلى حد ما	لا	إلى حد ما								
٦٩٠	١٠	٤٠	٣٠	٥٠	١٧٠	٦٤٠	٣٠	٥٠	١٧٠	١٧٠	١- الدعاية والإعلان.	
٦٠٥	٢٥	٩٥	٢٧	١٠٤	١١٩	٥٩٢	٢٧	١٠٤	١١٩	١١٩	٢- الإمكانيات المادية.	
٥٨٤	٣٧	٩٢	٤٠	١١١	٩٩	٥٥٩	٤٠	١١١	٩٩	٩٩	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	
٥٦٥	٣١	١٢٣	٤٤	٨٩	١١٧	٥٧٣	٤٤	٨٩	١١٧	١١٧	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	
٥٥٥	٤٨	٩٩	٤٠	٩١	١١٩	٥٧٩	٤٠	٩١	١١٩	١١٩	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	
٥٥٢	٥٠	٩٨	٣٩	٩٤	١١٧	٥٧٨	٣٩	٩٤	١١٧	١١٧	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	
٥٤٧	٤٦	١١١	٣٧	١٠٠	١١٣	٥٧٦	٣٧	١٠٠	١١٣	١١٣	٧- فرص الإشتراك أو الاختيار في البرامج و المناشط الترويجية الخلوية.	
٥٦٣	٤٢	١٠٣	٣٩	١١٢	٩٩	٥٦٠	٣٩	١١٢	٩٩	٩٩	٨- الحوافز المادية و المعنوية.	
٥٤٣	٤٧	١١٣	٤٥	١١٢	٩٣	٥٤٨	٤٥	١١٢	٩٣	٩٣	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	
٥٤٠	٤٦	١١٨	٥٠	٩٣	١٠٧	٥٥٧	٥٠	٩٣	١٠٧	١٠٧	١٠- الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	
٥٦٠	٤٠	١١٠	٥٣	١٠٣	٩٤	٥٤١	٥٣	١٠٣	٩٤	٩٤	١١- الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي.	
٥٩٧	٣٢	٨٩	٥١	٩٢	١٠٧	٥٥٦	٥١	٩٢	١٠٧	١٠٧	١٢- التضارب بين أوقات الدراسة و مواعيد الممارسة.	
٥٧٨	٣٦	١٠٠	٤٥	١١٨	٨٧	٥٤٢	٤٥	١١٨	٨٧	٨٧	١٣- التضارب و الإزدواج بين مناشط الجامعة الخلوية و المناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	
٥٧٢	٣٦	١٠٦	٤٣	١٠٧	١٠٠	٥٥٧	٤٣	١٠٧	١٠٠	١٠٠	١٤- إجماع أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة و الإشراف على برامج الترويج الخلوي.	
٥٩٢	٣٠	٩٨	٤٠	١٠٣	١٠٧	٥٦٧	٤٠	١٠٣	١٠٧	١٠٧	١٥- الافتقار للبرامج التنفيذية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	
٥٦٣	٣٦	١١٥	٢٨	١٠٩	١١٣	٥٨٥	٢٨	١٠٩	١١٣	١١٣	١٦- الإحساس بالمثل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	
٥٤٤	٧٣	٦٠	٦٠	٨٩	١٠١	٥٤١	٦٠	٨٩	١٠١	١٠١	١٧- الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	

قيمة كآ الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (٤٠) يتضح أن:

كثير المعوقات في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة فى برامج الترويج الخلوى هو (نقص الدعاية والإعلان ونقص الإمكانيات المادية) بنسبة مئوية (٨٥,٣% ، ٧٨,٩%) لدى الطلبة ونسبة مئوية (٩٢,٠% ، ٨٠,٧%) لدى الطالبات على التوالى ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر ميزانية مالية للاستعانة بأفضل أساليب ووسائل الدعاية والإعلان بالإضافة إلى عدم توافر مسئول للعلاقات العامة بإدارة رعاية الشباب بكليات جامعة المنصورة والذي ترتب عليه قصور فى أداء إدارة العلاقات العامة بالجامعة فى الدعاية والإعلان عن المناشط الترويجية الخلوية من خلال إدارات رعاية الشباب بالكليات.

ويتفق ذلك مع دراسة محمد الذهبى (٢٠٠٥) (٢٥) التي تشير إلى أهمية الاستفادة من الإمكانيات المتوافرة لممارسة المناشط الترويجية. وتشير دراسة اشرف عبد الرزاق (٢٠٠٦) (١) إلى الإمكانيات المادية المتوافرة غير كافية كذلك الإدارة العامة لرعاية الشباب لا تسهم فى نشر المناشط الطلابية.

وتوضح دراسة محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦) (٣١) أن من أهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط عدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية.

ويتفق ذلك مع دراسة "ايورت Ewert وآخرون (١٩٩٢) (٤٧) التي تشير إلى أن أسباب العزوف عن المشاركة لدى الفتيات أكثر منها عند الذكور والتعليم الاجتماعى يؤثر على زيادة العزوف لدى الفتيات أكثر من الذكور. وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (١٩٩٧) (٧١) أن البرامج الخلوية لا يتوافر لها دعم مالى مناسب.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones" ، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي اتساع قاعدة الدعاية والإعلان عن تلك البرامج وتوفير مصدر مالى من المنح والهبات.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة فى البرامج الخلوية نقص الإمكانيات المادية والبشرية.

وتشير دراسة "هيندرسون Henderson" ، وآخرون (١٩٩٩) (٥٣) إلى أن تقدير الطالبات للخلاء كان متعلق بالإعلان عن المناشط الخلوية من خلال الأسرة أو الجامعة. وتقدم الاهتمامات والمهارات والفرص فى الخلاء كانت ضرورية بالنسبة للطالبات.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة "بهات Bhat" (١٩٩٩) (٤١) التي توضح أهم معوقات ممارسة برامج الترويج الخلوي نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي ونقص الإشراف ونقص الدعم المالى.

بينما اقل المعوقات في رأى الطلبة فيما يرتبط بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي هو معوق (الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٧٢,١% ، ٧٢,١%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى توافر عوامل الأمن والسلامة عند ممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وما يتميز به الطلاب في هذه المرحلة السنوية من خصائص نفسية واجتماعية والتي من أهمها الشجاعة والإقدام وحب المغامرة.

ويتفق ذلك مع ما يشير إليه محمد الحماحمي وعايدة عبد العزيز (٢٤: ١١٠) أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويج الخلوي توفير وسائل الأمان والسلامة في المناطق التي يتم فيها ممارسة مناشط الترويج الخلوي. وتشير تهانى عبد السلام (٣: ٢٣٩) إلى أن من أهم المبادئ المساعدة في تخطيط البرنامج الترويجي مبدأ الأمن والسلامة وهو تامين كل المشتركين أو المستفيدين من البرنامج الترويجي.

بينما اقل المعوقات في رأى الطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي هو معوق (التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٧٢,٠%) ويرجع الباحث ذلك إلى توافر الإمكانيات اللازمة لممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وممارسة المناشط الترويجية الخلوية يحقق المتعة دون النظر إلى التشجيع من قبل الزملاء.

وتوضح دراسة "فريمان Freeman"، و"زابرسكى Zabriskie" (٢٠٠٢) (٤٩) 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.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones"، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحول لبرامج الترويج الخلوي تحفيز الأفراد نحو المشاركة في برامج الترويج الخلوي.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة في البرامج الخلوية نقص أصدقاء الترويج الخلوي في المناطق الطبيعية.

الدرجة الترجيحية والنسبة المئوية لأراء الطلبة والطالبات في المحور الرابع
جدول (٤٢)

الطالبات	الطلبة		طالبات نظري		طالبات عملي		طلبة نظري		طلبة عملي		المعوقات
	درجة النسبة المئوية										
٦٩٠	٦٤٠	٦٤٠	١٩٤	١٩٤	٤٩٦	٤٩٦	١٩١	١٩١	٤٤٩	٤٤٩	١- الدعاية والإعلان.
٦٠٥	٥٩٢	٥٩٢	١٨١	١٨١	٤٢٤	٤٢٤	١٦٤	١٦٤	٤٢٨	٤٢٨	٢- الإمكانيات المادية.
٥٨٤	٥٥٩	٥٥٩	١٧٤	١٧٤	٤١٠	٤١٠	١٤٩	١٤٩	٤١٠	٤١٠	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.
٥٦٥	٥٧٣	٥٧٣	١٥٥	١٥٥	٤١٠	٤١٠	١٥٤	١٥٤	٤١٩	٤١٩	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.
٥٥٥	٥٧٩	٥٧٩	١٤٨	١٤٨	٤٠٧	٤٠٧	١٦٦	١٦٦	٤١٣	٤١٣	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.
٥٥٢	٥٧٨	٥٧٨	١٤٨	١٤٨	٤٠٤	٤٠٤	١٦٥	١٦٥	٤١٣	٤١٣	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.
٥٤٧	٥٧٦	٥٧٦	١٥٦	١٥٦	٣٩١	٣٩١	١٦١	١٦١	٤١٥	٤١٥	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناسط الترويجية الخلوية.
٥٦٣	٥٦٠	٥٦٠	١٥٤	١٥٤	٤٠٩	٤٠٩	١٥٥	١٥٥	٤٠٥	٤٠٥	٨- الحوافز المادية والمعنوية.
٥٤٣	٥٤٨	٥٤٨	١٥٥	١٥٥	٣٨٨	٣٨٨	١٤٦	١٤٦	٤٠٢	٤٠٢	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٤٠	٥٥٧	٥٥٧	١٥٦	١٥٦	٣٨٤	٣٨٤	١٦١	١٦١	٣٩٦	٣٩٦	١٠- الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.
٥٦٠	٥٤١	٥٤١	١٦٥	١٦٥	٣٩٥	٣٩٥	١٥٦	١٥٦	٣٨٥	٣٨٥	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٩٧	٥٥٦	٥٥٦	١٦٥	١٦٥	٤٣٢	٤٣٢	١٥٧	١٥٧	٣٩٩	٣٩٩	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.
٥٧٨	٥٤٢	٥٤٢	١٦٠	١٦٠	٤١٨	٤١٨	١٤٨	١٤٨	٣٩٤	٣٩٤	التضارب والازدواج بين مناسط الجامعة الخلوية والمناسط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.
٥٧٢	٥٥٧	٥٥٧	١٦٣	١٦٣	٤٠٩	٤٠٩	١٤٩	١٤٩	٤٠٨	٤٠٨	إجماع أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.
٥٩٢	٥٦٧	٥٦٧	١٧٠	١٧٠	٤٢٢	٤٢٢	١٥٦	١٥٦	٤١١	٤١١	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.
٥٦٣	٥٨٥	٥٨٥	١٦٠	١٦٠	٤٠٣	٤٠٣	١٦٠	١٦٠	٤٢٥	٤٢٥	الإحصاس بالمعمل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.
٥٤٤	٥٤١	٥٤١	١٤٦	١٤٦	٣٩٨	٣٩٨	١٥٥	١٥٥	٣٨٦	٣٨٦	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.

قيمة كا الجدولية عند (٠,٠٥) = ٥,٩٩

من الجدول السابق (٤٢) يتضح أن:

أكثر المعوقات في رأى الطلبة والطالبات فيما يرتبط بمعوقات المشاركة في برامج الترويج الخلوي هو (نقص الدعاية والإعلان ونقص الإمكانيات المادية) بنسبة مئوية (٧٨,٩% ، ٨٥,٣%) لدى الطلبة ونسبة مئوية (٩٢,٠% ، ٨٠,٧%) لدى الطالبات ونسبة مئوية (٨٣,١% ، ٧٩,٣%) لدى طلبة عملي ونسبة مئوية (٩١,٠%) لدى طلبة نظري ونسبة مئوية (٩١,٩%) لدى طالبات عملي ونسبة مئوية (٩٢,٤% ، ٨٦,٢%) لدى طالبات نظري على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى عدم توافر ميزانية مالية للاستعانة بأفضل أساليب ووسائل الدعاية والإعلان بالإضافة إلى عدم توافر مسئول للعلاقات العامة بإدارة رعاية الشباب بكلية جامعة المنصورة والذي ترتب عليه قصور فى أداء إدارة العلاقات العامة بالجامعة فى الدعاية والإعلان عن المناشط الترويجية الخلوية من خلال إدارات رعاية الشباب بالكليات.

ويتفق ذلك مع دراسة محمد الذهبى (٢٠٠٥)(٢٥) التي تشير إلى أهمية الاستفادة من الإمكانيات المتوافرة لممارسة المناشط الترويجية.

وتشير دراسة اشرف عبد الرزاق (٢٠٠٦)(١) إلى الإمكانيات المادية المتوافرة غير كافية كذلك الإدارة العامة لرعاية الشباب لا تسهم فى نشر المناشط الطلابية.

وتوضح دراسة محمد سويلم وآخرون (٢٠٠٦)(٣١) أن من أهم المعوقات المرتبطة بممارسة النشاط عدم توافر المعلومات عن النشاط بواسطة لوحات الإعلانات والدعاية.

ويتفق ذلك مع دراسة "ايورت Ewert وآخرون (١٩٩٢) (٤٧) التي تشير إلى أن أسباب العزوف عن المشاركة لدى الفتيات أكثر منها عند الذكور والتعليم الاجتماعى يؤثر على زيادة العزوف لدى الفتيات أكثر من الذكور.

وتشير دراسة "ويب Webb" ، و"دافيد David" (١٩٩٧) (٧١) أن البرامج الخلوية لا يتوافر لها دعم مالى مناسب.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones" ، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي اتساع قاعدة الدعاية والإعلان عن تلك البرامج وتوفير مصدر مالى من المنح والهبات.

وتوضح دراسة "تيرنى Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة فى البرامج الخلوية نقص الإمكانيات المادية والبشرية.

وتشير دراسة "هيندرسون Henderson" ، وآخرون (١٩٩٩) (٥٣) إلى أن تقدير الطالبات للخلاء كان متعلق بالإعلان عن المناشط الخلوية من خلال الأسرة أو الجامعة. وتقدم الاهتمامات والمهارات. والفرص فى الخلاء كانت ضرورية بالنسبة للطالبات.

وتتفق تلك النتائج مع دراسة "بهاث Bhat" (١٩٩٩) (٤١) التي توضح أهم معوقات ممارسة برامج الترويج الخلوي نقص الدعاية والإعلان عن مناشط الترويج الخلوي ونقص الإشراف ونقص الدعم المالى.

بينما اقل المعوقات لدى الطلبة هو (الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٧٢,١% ، ٧٢,١%) وطلبة عملي (٧١,٣%) وطلبات نظري (٦٩,٥%) على التوالي ويرجع الباحث ذلك إلى توافر عوامل الأمن والسلامة عند ممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وما يتميز به الطلبة في هذه المرحلة السنوية من خصائص نفسية واجتماعية والتي من أهمها الشجاعة والإقدام وحب المغامرة.

ويتفق ذلك مع ما يشير إليه محمد الحماحي وعايدة عبد العزيز (٢٤: ١١٠) أن دور المجتمع نحو تدعيم الترويج الخلوي توفير وسائل الأمان والسلامة في المناطق التي يتم فيها ممارسة مناشط الترويج الخلوي.

وتشير تهاني عبد السلام (٣: ٢٣٩) إلى أن من أهم المبادئ المساعدة في تخطيط البرنامج الترويجي مبدأ الأمن والسلامة وهو تامين كل المشتركين أو المستفيدين من البرنامج الترويجي.

بينما اقل المعوقات لدى الطالبات (٧٢,٠%) وطلبات عملي (٧١,١%) هو (الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام) وطلبة نظري هو (التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي) بنسبة مئوية (٦٩,٥%) ويرجع الباحث ذلك إلى أن توافر الإمكانيات اللازمة لممارسة برامج الترويج الخلوي بالجامعة وممارسة المناشط الترويجية الخلوية يحقق المتعة دون النظر إلى التشجيع من قبل الزملاء.

وتوضح دراسة "فريمان Freeman"، و"زابرسكي Zabriskie" (٢٠٠٢) (٤٩) 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.

ويتفق تلك النتائج مع دراسة "جون Jones"، و"أرت Art" (١٩٩٧) (٥٦) أن من أهم الحلول لبرامج الترويج الخلوي تحفيز الأفراد نحو المشاركة في برامج الترويج الخلوي.

وتوضح دراسة "تيرني Tierney" وآخرون (١٩٩٨) (٦٩) أن من أهم معوقات زيارة الأماكن الطبيعية والمشاركة في البرامج الخلوية نقص أصدقاء الترويج الخلوي في المناطق الطبيعية.

وبذلك يكون الباحث قد حقق الهدف الرابع من بحثه، والذي يجيب عن التساؤل التالي ما هي معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي؟

عرض نتائج المحور الرابع :-

- معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .
١- دلالة الفروق بين آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية و النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .

جدول (٤٣)

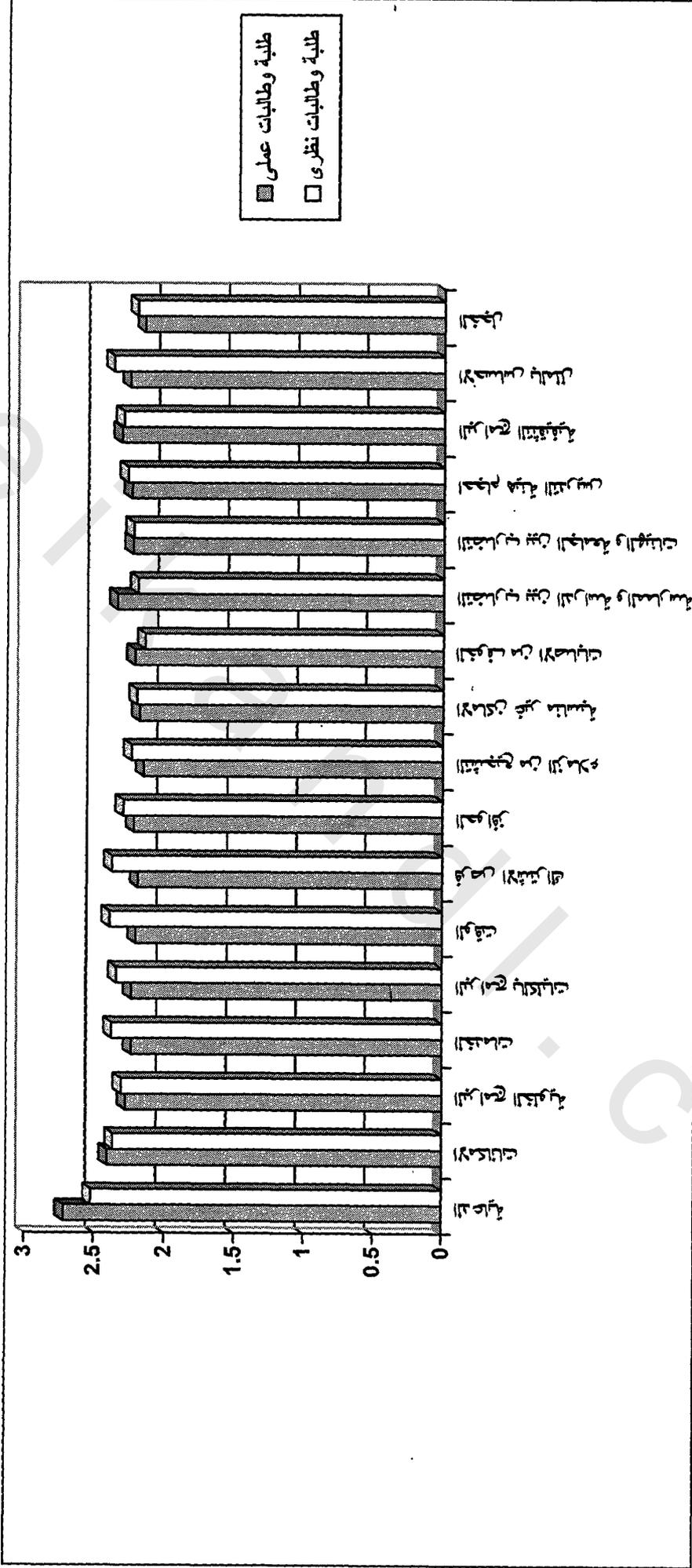
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية و النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=٥٠٠)

م	المعوقات	العملي ن= ٣٦٠		النظري ن= ١٤٠	
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى
					قيمة (ت)
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :				
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧١٤	٠,٥٦٧	٢,٥٢١	٠,٧٢٤
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٤٠٦	٠,٠٣٥	٢,٣٦٤	٠,٦٨١
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,٠٣٩	٢,٣٠٧	٠,٦٤٥
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٣٦	٠,٠٣٦	٢,٣٧٩	٠,٧٥٤
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٣٩	٠,٠٣٩	٢,٣٤٣	٠,٧١٧
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٠٨	٠,٠٣٩	٢,٣٩٣	٠,٧١٧
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,١٩٤	٠,٠٣٩	٢,٣٧٩	٠,٦٧٣
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٢٥	٠,٠٣٨	٢,٣٠٠	٠,٦٧٥
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٨	٠,٠٣٩	٢,٢٤٣	٠,٦٥٦
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٨٩	٠,٠٣٨	٢,٢٠٧	٠,٧٥٤
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٢٢	٠,٠٣٩	٢,١٥٠	٠,٧١٩
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٤٧	٠,٠٣٨	٢,٢٠٠	٠,٧٧٩
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٢	٠,٠٣٨	٢,٢٣٦	٠,٦٩٥
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٥٠	٠,٠٣٩	٢,٢٧٩	٠,٦٥٨
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣٢٢	٠,٠٣٧	٢,٣٠٧	٠,٦٩٨
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٢٦٤	٠,٠٣٨	٢,٣٧٩	٠,٥٨١
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٥٦	٠,٠٤٥	٢,٢٠٧	٠,٧١٥

* دال

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٣) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة وطالبات الكليات العملية وطلبة وطالبات الكليات النظرية في معوقات (الدعاية والإعلان ، التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة) لصالح طلبة وطالبات الكليات العلمية و (الخدمات التي تقدم للمشاركين ، الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي ، فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية) لصالح طلبة وطالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة وطالبات الكليات العملية والنظرية في باقى المعوقات .



شكل (٢٣) الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي

٢- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٤)

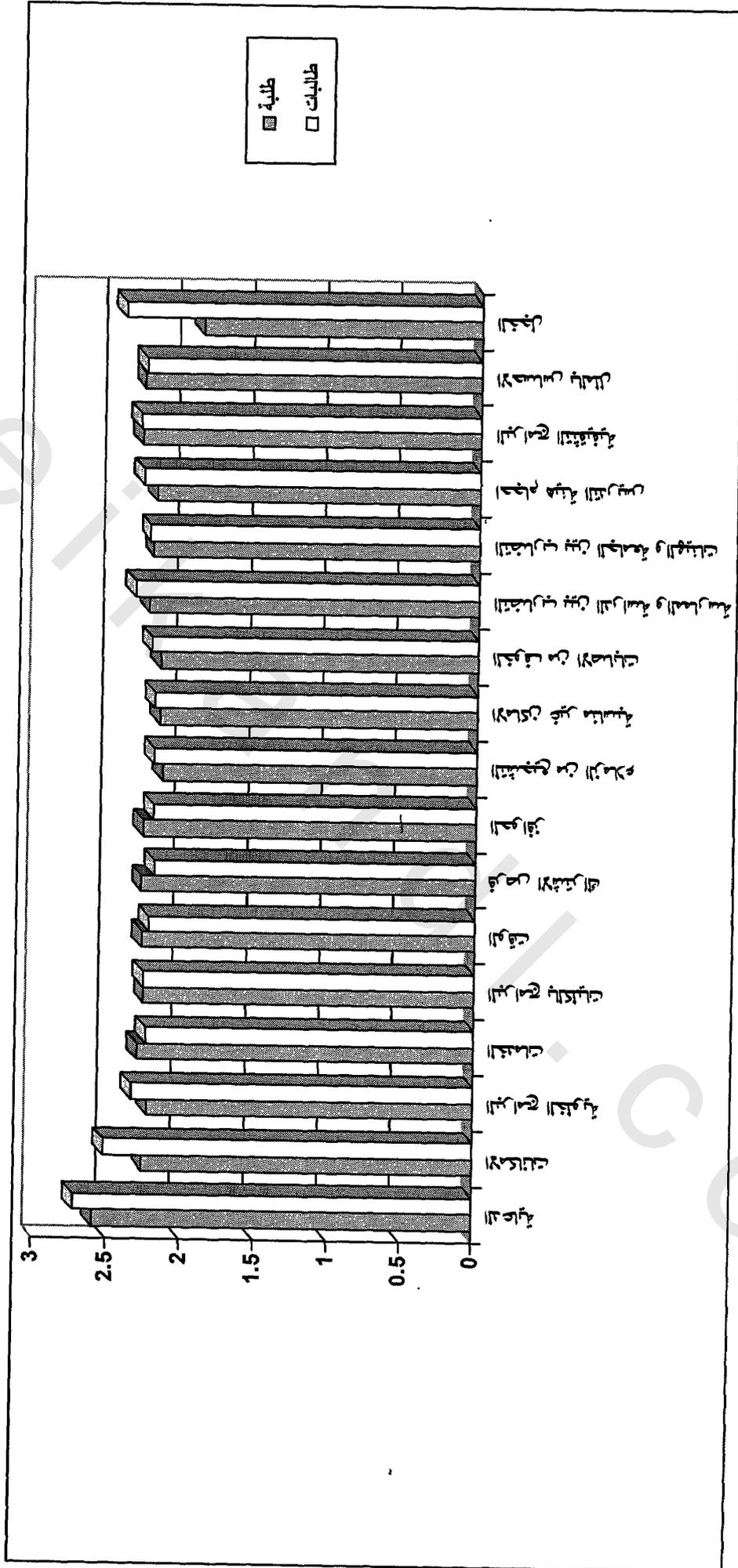
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية و النظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي (ن=٥٠٠)

م	المعوقات	الطلبة ن= ٢٥٠		الطابات ن= ٢٥٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٥٩٢	٠,٦٧٨	٢,٧٢٨	٠,٥٥١	*٢,٤٦٢-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٢٦٤	٠,٠٤٤	٢,٥٢٤	٠,٦٠٩	*٤,٤٢٥-
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٣٢	٠,٠٤٦	٢,٣٤٠	٠,٦٩٤	١,٦٨٩-
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٠٤	٠,٠٤٤	٢,٢٤٨	٠,٧١٣	٠,٨٨٥
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٦٤	٠,٠٤٧	٢,٢٧٢	٠,٧٣٨	٠,١٢١-
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٤	٠,٠٤٧	٢,٢٣٦	٠,٧٣٧	٠,٧٢٤
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج و المناشط الترويجية الخلوية.	٢,٢٨٨	٠,٠٤٦	٢,٢٠٤	٠,٧١٩	١,٣٠٥
	٨- الحوافز المادية و المعنوية.	٢,٢٨٠	٠,٠٤٥	٢,٢١٢	٠,٧١٦	١,٠٦٤
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٦	٠,٠٤٦	٢,٢٠٨	٠,٧١٥	٠,٨٠٨-
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٧٢	٠,٠٤٧	٢,٢١٦	٠,٧٢٩	٠,٦٦٨-
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٧٢	٠,٠٤٦	٢,٢٣٢	٠,٧٣٠	٠,٩١٨-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة و مواعيد الممارسة.	٢,٢٦٠	٠,٠٤٨	٢,٣٥٢	٠,٧١٤	١,٣٩٤-
١٣	التضارب و الازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية و المناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٢٨	٠,٠٤٦	٢,٢٥٢	٠,٧٠٣	٠,٣٧٦-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة و الإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢١٢	٠,٠٤٥	٢,٣٠٤	٠,٧٠٨	١,٤٤٤-
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٢	٠,٠٤٦	٢,٣٢٤	٠,٦٧٩	٠,١٩٠-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٠٠	٠,٠٤٤	٢,٢٩٢	٠,٦٧٦	٠,١٣١
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	١,٩٠٤	٠,٠٥٣	٢,٤٣٦	٠,٧١٠	*٧,٦٤٨-

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٤) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى معوقات (الدعاية و الإعلان ، الإمكانيات المادية ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) لصالح طالبات الكليات العملية و النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية و النظرية فى باقى العبارات.



شكل (٢٤) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٣- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٥)

الفروق بين متوسطى آراء الطلبة و الطالبات بالكليات العملية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن = ٣٦٠)

م	المعوقات	الطلبة ن = ١٨٠		الطالبات ن = ١٨٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٤٩٤	٠,٧٤٤	٢,٧٦١	٠,٥١١	٣,٩٦٥*
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٧٨	٠,٠٥١	٢,٣٦٧	٠,٦٥١	٠,١٥٨
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,٠٥٠	٢,٢٥٠	٠,٧٦١	٠,٣٦٨
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٢٨	٠,٠٥٧	٢,٢٦١	٠,٦٨٠	٠,٨٧٧
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٩٤	٠,٠٥٥	٢,٢٤٤	٠,٧٥٩	٠,٦٣٤
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٩٤	٠,٠٥٧	٢,٢٨٩	٠,٦٨٩	٠,٠٧٢
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٣٠٦	٠,٠٥٣	٢,٢٥٠	٠,٧٢٤	٠,٧٣١
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٤	٢,٢٨٩	٠,٦٨٩	٠,٥٢٢-
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٣٣	٠,٠٥٣	٢,١١١	٠,٧٢٤	١,٦١٧
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,٢٠٠	٠,٠٥٦	٢,١٨٩	٠,٧٥٣	٠,١٤٠
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٣٩	٠,٠٥٥	٢,٢٠٦	٠,٧٦٧	٠,٨٤٠-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٢١٧	٠,٠٥٨	٢,٣٧٨	٠,٦٩٤	٢,٠٧٢*
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهتمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,١٨٩	٠,٠٥٢	٢,٢٤٤	٠,٧٢٩	٠,٧٣٨-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦٧	٠,٠٥٢	٢,٢٦١	٠,٧٥٠	٠,٠٧٣
١٥	الافتقار للبرامج التقييمية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٣	٠,٠٥٤	٢,٣١٧	٠,٧٠٥	٠,٤٤٤-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٦١	٠,٠٤٧	٢,٢٨٣	٠,٧١٩	١,٠٩٠
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٤٤	٠,٠٥٧	٢,١٢٨	٠,٨٥٩	٠,١٩٤

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٥) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية في معوقات (الدعاية والإعلان ، التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة) لصالح طالبات الكليات العملية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات العملية في باقى العبارات .

٤- دلالة الفروق بين آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي .
جدول (٤٦)

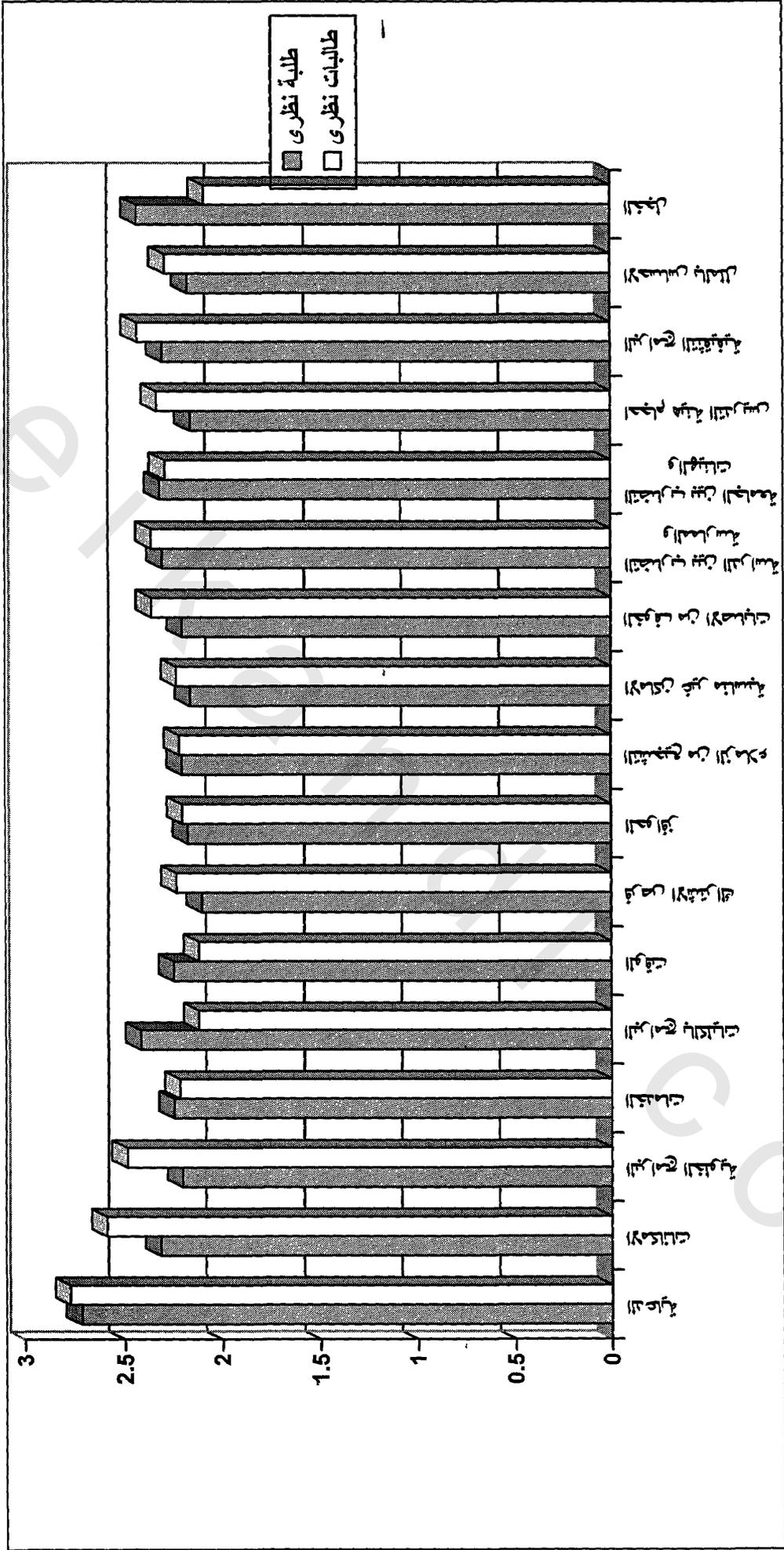
الفروق بين متوسطي آراء الطلبة و الطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=١٤٠)

م	المعوقات	الطلبة ن= ٧٠		الطالبات ن= ٧٠	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
					قيمة (ت)
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :				
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧١٤	٠,٥٩٣	٢,٧٧١	٠,٤٥٦
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣١٤	٠,٠٩٠	٢,٥٨٦	٠,٥٥١
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٠٠	٠,٠٩٠	٢,٤٨٦	٠,٦٥٤
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٤٣	٠,٠٨٥	٢,٢١٤	٠,٦٣٥
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٤١٤	٠,٠٨٠	٢,١١٤	٠,٧٥٣
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٣	٠,٠٩٤	٢,١١٤	٠,٧٥٣
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,١٠٠	٠,٠٨٢	٢,٢٢٩	٠,٧٤٥
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,١٧١	٠,٠٩٥	٢,٢٠٠	٠,٦٧٢
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٠٠	٠,٠٨٣	٢,٢١٤	٠,٧٥٩
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٥٧	٠,٠٨٥	٢,٢٢٩	٠,٦٨٥
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٠٠	٠,٠٧٨	٢,٣٥٧	٠,٦٨٢
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٠٠	٠,٠٩٢	٢,٣٥٧	٠,٧٠٣
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٤	٠,٠٨٨	٢,٢٨٦	٠,٦٨٤
١٤	إعجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,١٥٧	٠,٠٨٠	٢,٣٢٩	٠,٦٩٦
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣٠٠	٠,٠٩٠	٢,٤٢٩	٠,٦٢٧
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,١٧١	٠,٠٨٦	٢,٢٨٦	٠,٦٦٣
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,٤٢٩	٠,٠٩٩	٢,٠٨٦	٠,٨١٢

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٦) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات النظرية في معوقات (الإمكانيات المادية ، البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها) لصالح طالبات الكليات النظرية بينما توجد فروق دالة إحصائية لصالح طلبة الكليات النظرية في (برامج الترويج الخلوي بالكليات ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة و طالبات الكليات النظرية في باقي العبارات.



شكل (٢٦) الفروق بين متوسطي آراء الطلبة والطالبات بالكليات النظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٥- دلالة الفروق بين آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٧)

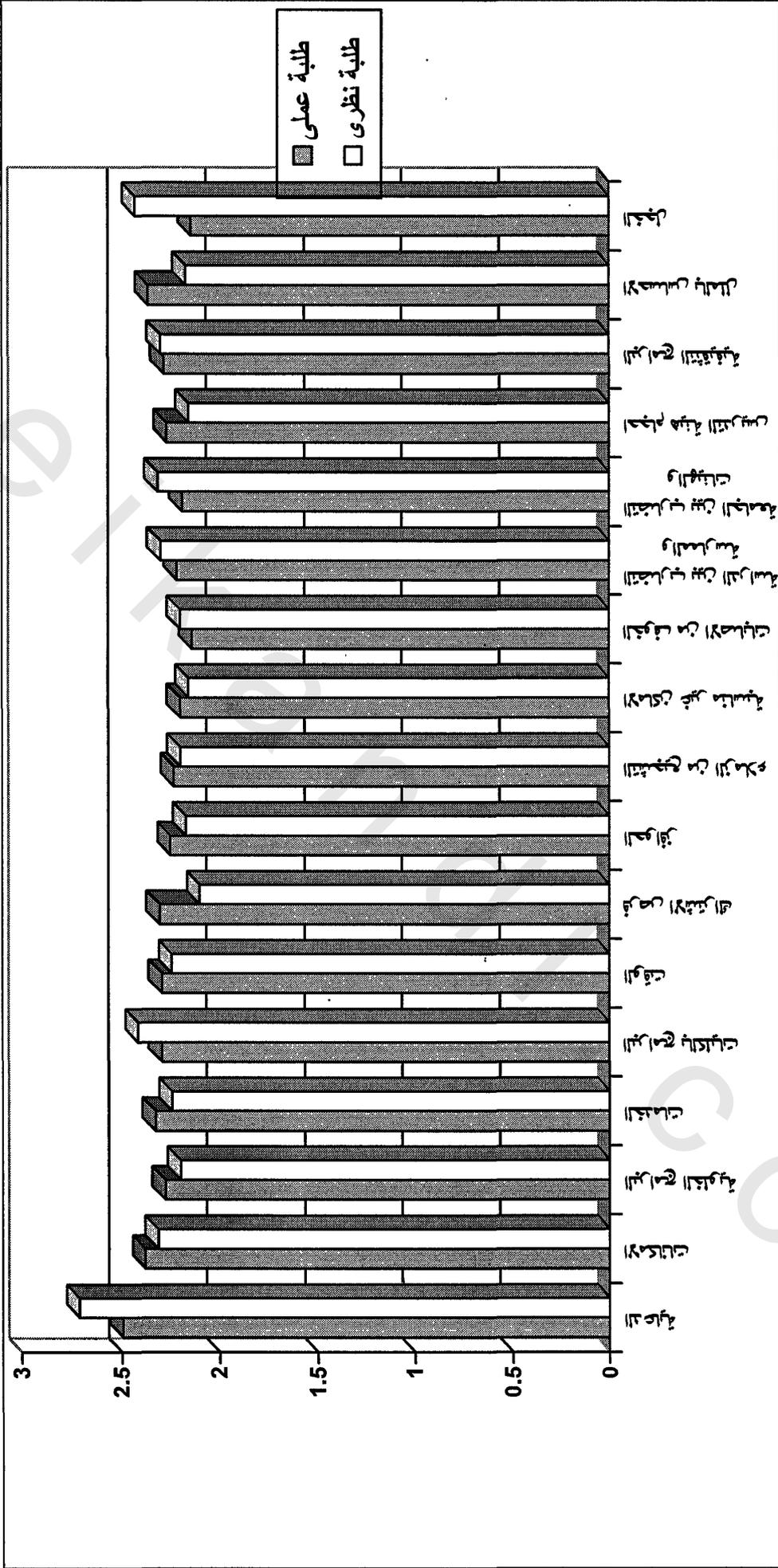
الفروق بين متوسطى آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي (ن=٢٥٠)

م	المعوقات	الطلبة عملي ١٨٠		الطلبة نظري ٧٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٤٩٤	٠,٧٤٤	٢,٧١٤	٠,٥٩٣	*٢,٢١٤-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٧٨	٠,٠٥١	٢,٣١٤	٠,٧٥٣	٠,٦٣٩
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٧٨	٠,١٥٠	٢,٢٠٠	٠,٧٥٤	٠,٧٩٦
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٣٢٨	٠,١٥٧	٢,٢٤٣	٠,٧١١	٠,٨٠٧
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٩٤	٠,١٥٥	٢,٤١٤	٠,٦٧٠	١,١٨٢-
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٩٤	٠,١٥٧	٢,٢٤٣	٠,٧٨٨	٠,٤٧٤
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٣٠٦	٠,١٥٣	٢,١٠٠	٠,٦٨٤	*٢,٠٦٠
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٥٠	٠,١٥٤	٢,١٧١	٠,٧٩٨	٠,٧٤٩
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٣٣	٠,١٥٣	٢,٢٠٠	٠,٦٩٤	٠,٣٣٥
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,٢٠٠	٠,١٥٦	٢,١٥٧	٠,٧١٥	٠,٤١١
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,١٣٩	٠,١٥٥	٢,٢٠٠	٠,٦٥١	٠,٦٠٧-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٢١٧	٠,١٥٨	٢,٣٠٠	٠,٧٦٨	٠,٧٦٣-
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,١٨٩	٠,١٥٢	٢,٣١٤	٠,٧٣٣	١,٢٥٦-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦٧	٠,١٥٢	٢,١٥٧	٠,٦٧٣	١,١٢٥
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٣	٠,١٥٤	٢,٣٠٠	٠,٧٤٩	٠,١٦٣-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٣٦١	٠,١٤٧	٢,١٧١	٠,٧٢٢	*٢,٠٤٦
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٤٤	٠,١٥٧	٢,٤٢٩	٠,٨٢٧	*٢,٥٦٥-

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٧) وجود فروق دالة إحصائية بين طلبة الكليات العملية وطلبة الكليات النظرية في معوقات (الدعاية والإعلان ، الخجل من ممارسة الترويج الخلوي) لصالح طلبة الكليات النظرية بينما توجد فروق دالة إحصائية لصالح طلبة الكليات العملية في (فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية ، الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طلبة الكليات العملية و النظرية في باقى العبارات.



شكل (٢٧) الفرق بين متوسطي آراء الطلبة بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي

٦- دلالة الفروق بين آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية في معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة في برامج الترويج الخلوي.

جدول (٤٨)

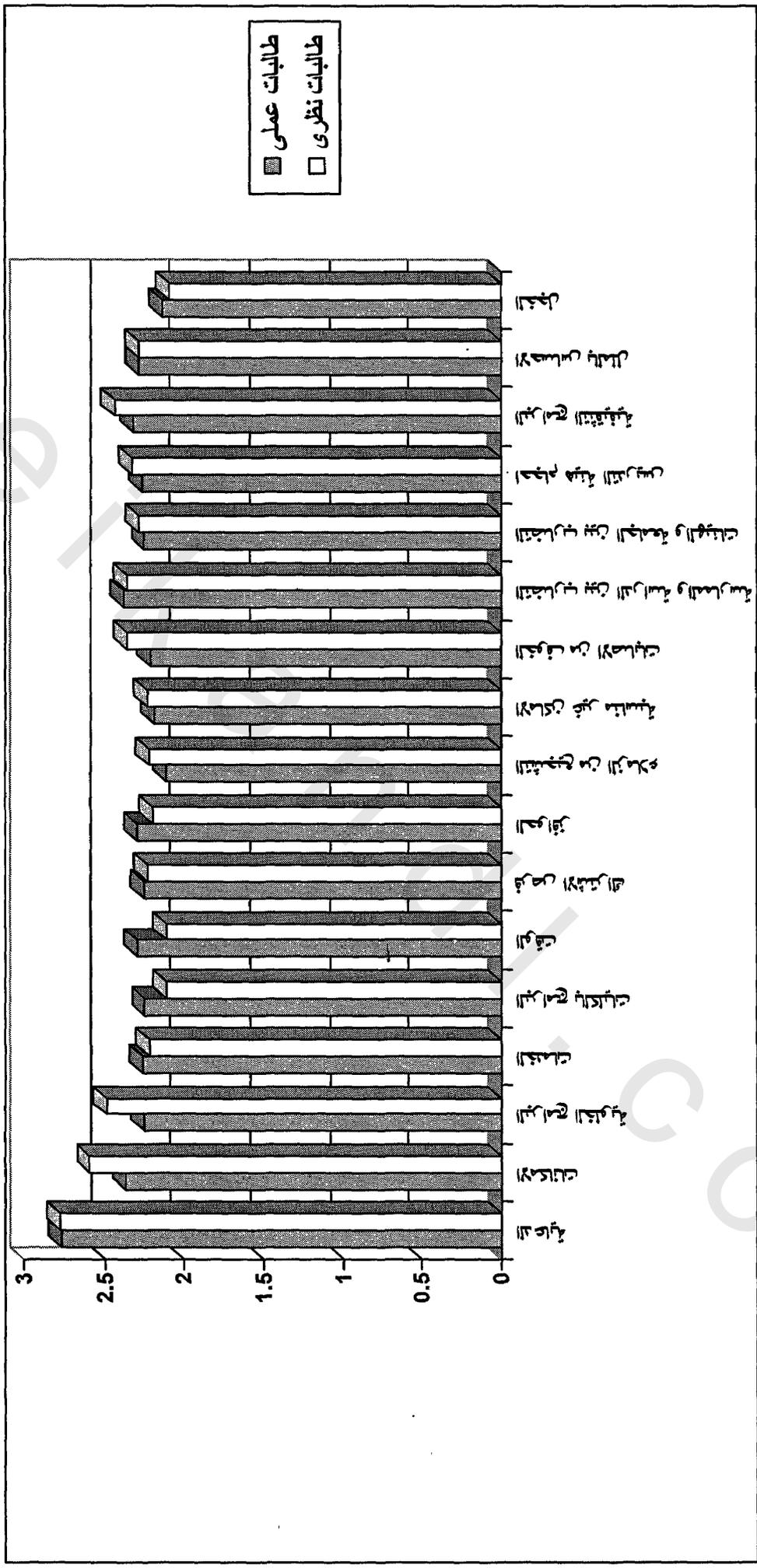
الفروق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة فى برامج الترويج الخلوي (ن=٢٥٠)

م	المعوقات	الطالبات عملي ١٨٠		الطالبات نظري ٧٠		قيمة (ت)
		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
	❖ عدم الاهتمام الكافي بما يلي :					
	١- الدعاية والإعلان.	٢,٧٦١	٠,٥١١	٢,٧٧١	٠,٤٥٦	٠,١٤٨-
	٢- الإمكانيات المادية.	٢,٣٦٧	٠,٠٤٩	٢,٥٨٦	٠,٥٥١	*٢,٤٨٩-
	٣- البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٧	٢,٤٨٦	٠,٦٥٤	*٢,٢٨٣-
	٤- الخدمات التي تقدم للمشاركين.	٢,٢٦١	٠,٠٥١	٢,٢١٤	٠,٦٣٥	٠,٤٩٨
	٥- برامج الترويج الخلوي بالكليات.	٢,٢٤٤	٠,٠٥٧	٢,١١٤	٠,٧٥٣	١,٢٢٠
	٦- الوقت المخصص لممارسة مختلف برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٨٩	٠,٠٥١	٢,١١٤	٠,٧٥٣	١,٧٥٣
	٧- فرص الاشتراك أو الاختيار في البرامج والمناشط الترويجية الخلوية.	٢,٢٥٠	٠,٠٥٤	٢,٢٢٩	٠,٧٤٥	٠,٢٠٨
	٨- الحوافز المادية والمعنوية.	٢,٢٨٩	٠,٠٥١	٢,٢٠٠	٠,٦٧٢	٠,٩٢٢
	٩- التشجيع من قبل الزملاء على ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,١١١	٠,٠٥٤	٢,٢١٤	٠,٧٥٩	٠,٩٩٨-
١٠	الأماكن الخلوية بالجامعة غير مناسبة طوال العام.	٢,١٨٩	٠,٠٥٦	٢,٢٢٩	٠,٦٨٥	٠,٣٨٣-
١١	الخوف من الإصابات التي قد تحدث أثناء ممارسة برامج الترويج الخلوي	٢,٢٠٦	٠,٠٥٧	٢,٣٥٧	٠,٦٨٢	١,٤٤٥-
١٢	التضارب بين أوقات الدراسة ومواعيد الممارسة.	٢,٣٧٨	٠,٠٥٢	٢,٣٥٧	٠,٧٠٣	٠,٢١٠
١٣	التضارب والازدواج بين مناشط الجامعة الخلوية والمناشط التي تنظمها الهيئات الأخرى المهمة ببرامج الترويج الخلوي.	٢,٢٤٤	٠,٠٥٤	٢,٢٨٦	٠,٦٨٤	٠,٤٠٩-
١٤	إحجام أعضاء هيئة التدريس عن المشاركة والإشراف على برامج الترويج الخلوي.	٢,٢٦١	٠,٠٥٦	٢,٣٢٩	٠,٦٩٦	٠,٦٥١-
١٥	الافتقار للبرامج التثقيفية التي تعمل على خلق الوعي بأهمية ممارسة برامج الترويج الخلوي.	٢,٣١٧	٠,٠٥٣	٢,٤٢٩	٠,٦٢٧	١,١٦١-
١٦	الإحساس بالممل خلال تنفيذ البرامج لتكرار المحتوى.	٢,٢٨٣	٠,٠٥٤	٢,٢٨٦	٠,٦٦٣	
١٧	الخجل من ممارسة الترويج الخلوي.	٢,١٢٨	٠,٠٦٤	٢,٠٨٦	٠,٨١٢	

دال *

قيمة ت الجدولية عند (٠,٠٥) = ١,٩٦٠

يتضح من جدول (٤٨) وجود فروق دالة إحصائية بين طالبات الكليات العملية و النظرية فى معوقات (الإمكانيات المادية ، البرامج الترويجية الخلوية المرغوب فيها) لصالح طالبات الكليات النظرية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بينما توجد فروق غير دالة إحصائية بين طالبات الكليات العملية و النظرية فى باقى العبارات .



شكل (٢٨) الفرق بين متوسطى آراء الطالبات بالكليات العملية والنظرية فى معوقات مشاركة طلاب جامعة المنصورة بـ برامج الترويج الخلوي