

الفصل الثاني:

3/ الإجراءات

obeikandi.com

1/3 : المنهج :

وفقاً لطبيعة المشكلة وأهدافه تم استخدام المنهج الوصفي .

2/3 : المجتمع :

يمثل مجتمع البحث طلاب جامعة أسيوط للعام

الدراسي 2005/2006م .

3/3 : العينة :

تم اختيار عينة البحث بالطريقة الطبقية العشوائية من طلاب

جامعة أسيوط ويمثلون (8) كليات وهم (التربية، الصيدلة، الهندسة،

خدمة اجتماعية، تجارة، حقوق، الآداب والطب البيطري) .

جدول رقم (4)

حجم العينة وتوزيعها على الكليات قيد البحث (ن = 757)

م	الكليات	مارسين	غير مارسين	بمجموع
-1	كلية الطب البيطري	34	46	80
-2	كلية الصيدلة	41	39	80
-3	كلية الهندسة	46	54	100
-4	كلية الخدمة الاجتماعية	44	56	100
-5	كلية الآداب	47	53	100
-6	كلية التجارة	43	54	97
-7	كلية التربية	49	51	100
-8	كلية الحقوق	47	53	100
	المجموع	351	406	757

كما هو موضح بالجدول تم اختيار ثمان كليات وكان عدد الممارسين منهم (ن = 351) وغير الممارسين منهم (ن = 406) وكان مجموع الطلاب ككل (ن = 757).

4/3 : أدوات جمع البيانات

استخدمت في جمع البيانات الأدوات الآتية :

1- تحليل الوثائق والمراجع .

2- المقابلات الشخصية .

3- استمارة استبيان .

1/4/3 : خطوات إعداد الاستبيان

وفيما يلي توضيح الخطوات التي أتبعها الكاتب في بناء استمارة الاستبيان .

1/1/4/3 : إعداد صورة مبدئية للاستبيان

من خلال القراءات النظرية للمراجع العلمية والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة ومن خلال توجيهات السادة المشرفين قام الكاتب بإعداد استمارة في صورتها المبدئية كالتالي :

أ - تحديد المحاور الافتراضية للاستثمار وهم ثمانية محاور.

ب - عرض المحاور على مجموعة خبراء (6 خبراء) لإضافة أو حذف

أو تعديل أي محور من تلك المحاور، والجدول التالي يوضح المحاور

التي اشتملت عليها استثمار الاستبيان في صورتها الأولية :

جدول رقم (5)

محاور الاستبيان في صورتها الأولية

م	المحور	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
-1	مفهوم الترويج	6	-	100%
-2	الوعي الترويجي واستثمار وقت الفراغ	3	3	50%
-3	طرق استثمار وقت الفراغ	6	-	100%
-4	الإعلام والوعي الترويجي	5	1	83%
-5	تأثير الأنشطة الترويجية على الطلاب	5	1	83%
-6	الصحة والوعي الترويجي	6	-	100%

م	المحور	موافق	غير موافق	النسبة المئوية
-7	الإمكانات والوعي الترويجي	5	1	83%
-8	الدين والوعي الترويجي	3	3	50%

تم اختيار المحاور التي حصلت على نسبة (80%) فأكثر وبذلك

قد اتفق الخبراء على (6) محاور واستبعاد محوريين وهم :

1- الوعي الترويجي واستثمار وقت الفراغ .

2- الدين والوعي الترويجي .

2/1/4/3: تحديد محاور الاستبيان من خلال عرضها على

الخبراء :

أ - اتفق الخبراء على أن عدد المحاور (6) محاور تم استبعاد المحاور

التي حصلت على أقل من 80% .

ب - قام الكاتب بوضع عبارات داخل كل محور حيث بلغ عدد العبارات (120) عبارة بواقع (20 عبارة) في كل محور ثم عرضت على الخبراء للإدلاء برأيهم .

3/1/4/3 : الاستبيان في صورته النهائية:

تم إعداد استمارة الاستبيان في صورتها النهائية بعد استبعاد العبارات وهم ثلاثة التي حصلت على أقل من 80% والجدول الآتي يوضح محاور الاستمارة في صورتها النهائية .

جدول (6)

الاستبيان في صورته النهائية

م	المحاور	عدد المفردات	النسبة المئوية
-1	مفهوم الترويج	19	87%
-2	طرق استثمار وقت الفراغ	18	84%
-3	الإعلام والوعي الترويجي	20	83%

م	المحاور	عدد المفردات	النسبة المئوية
4-	تأثير الأنشطة الترويجية على الطلاب	20	88%
5-	الصحة والوعي الترويجي	20	86%
6-	الإمكانات والوعي الترويجي	20	83%
	المجموع	117	

وقد تم حذف العبارات من المحاور كالتالي :

1- عبارة رقم (11) في المحور الأول .

2- عبارة رقم (9)، (12) من المحور الثاني .

4/1/4/3 : الدراسة الاستطلاعية

قام الكاتب بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الطلاب

بلغ عددها (30) طالب وطالبة في الفترة من 2006/1/2 حتى

2006/1/17 .

1- تم تطبيق الاستمارة على عينة الدراسة الاستطلاعية في ظروف مناسبة وملائمة للإجابة على استمارة الاستبيان وهم عينة خارج عينة الدراسة قوامها (30) مفحوص .

2- بعد خمسة عشر يوماً تم تطبيق استمارة الاستبيان على نفس العينة .

وقد استفاد الكاتب من تطبيق الدراسة الاستطلاعية على الطلاب إلى ما يلي :

1- التأكد من صدق موضوعية استمارة الاستبيان .

2- إيجاد معامل الثبات للاستبيان حيث استخدم الاختبار وإعادة الاختبار .

3- زمن تطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة وهو يتراوح بين 10 إلى 15 دقيقة وهو زمن يراه الكاتب مناسباً للإجابة على استمارة الاستبيان .

5/1/4/3 : صدق استمارة الاستبيان :

- صدق المحتوى:-

قام الكاتب عرض الاستمارة في صورتها النهائية على عدد من السادة المختصين بلغ عددهم (6) خبراء ، وقد أبدوا مجموعة من الملاحظات تم إجراء التعديلات اللازمة في ضوءها.

- صدق الاستمارة :

من خلال حساب الاتساق الداخلي بمعاملات الارتباط بين العبارات وبين كل محور، قام الكاتب بحساب الاتساق الداخلي لمفردات الاستمارة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين العبارات ومجموع المحور.

ويوضح الجدول التالي الاتساق الداخلي لمحاور ومفردات الاستمارة.

جدول رقم (7)

الاتساق الداخلي ومفردات الاستمارة للمحور الأول والثاني والثالث

(ن=30)

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
ر	م	ر	م	ر	م
0.482	1	0.461	1	0.537	1
0.570	2	0.442	2	0.456	2
0.668	3	0.380	3	0.482	3
0.452	4	0.675	4	0.388	4
0.632	5	0.522	5	0.538	5
0.562	6	0.514	6	0.477	6
0.511	7	0.452	7	0.581	7
0.615	8	0.535	8	0.447	8
0.438	9	0.520	9	0.562	9
0.514	10	0.646	10	0.665	10
0.680	11	0.425	11	0.620	11
0.404	12	0.538	12	0.438	12
0.630	13	0.397	13	0.425	13
0.520	14	0.473	14	0.642	14

المحور الثالث		المحور الثاني		المحور الأول	
ر	م	ر	م	ر	م
0.531	15	0.485	15	0.590	15
0.457	16	0.361	16	0.585	16
0.376	17	0.572	17	0.391	17
0.412	18	0.563	18	0.689	18
0.587	19			0.667	19
0.435	20				

- قيمة دلالة معامل الاتساق عند مستوى معنوي (0.01) = (0.195)

- ثبات الاستمارة :

قام الكاتب بحساب ثبات الاستمارة بطريقة تطبيق الاختبار وإعادة الاختبار بفواصل زمني قدره خمسة عشر يوماً باستخدام معامل الارتباط على عينة الدراسة الاستطلاعية ممثلة خارج عينة الدراسة .
والجدول الآتي يوضح معامل ثبات محاور الاستمارة .

جدول رقم (8)

معامل الارتباط بين الاختبار الأول والاختبار الثاني لحاور

استمارة الاستبيان (ن = 30)

م	المحاور	الاختبار الأول		الاختبار الثاني		قيمة (ر)	مستوى الدلالة
		ع	م	ع	م		
-1	المحور الأول	2.11	14.2	2.3	14	0.704	**
-2	المحور الثاني	7.5	6.24	2.5	6.13	0.627	**
-3	المحور الثالث	1.4	34.6	2.7	34.3	0.785	**
-4	المحور الرابع	1.32	21.3	1.33	21	0.676	**
-5	المحور الخامس	22.4	15.8	1.7	15.6	0.727	**
-6	المحور السادس	8.2	9.7	7.9	9.2	0.690	**
	الدرجة الكلية	7.12	101.84	8.3	100.23	0.785	

- قيمة دلالة معاملات الارتباط عند مستوى معنوي (0.05) = (0.354)

جدول (9)

الاتساق الداخلي لحاور ومفردات الاستمارة

للمحور الرابع والخامس والسادس (ن = 30)

المحور السادس		المحور الخامس		المحور الرابع	
ر	م	ر	م	ر	م
0.385	1	0.621	1	0.387	1
0.490	2	0.453	2	0.532	2
0.391	3	0.421	3	0.452	3
0.526	4	0.587	4	0.654	4
0.526	5	0.425	5	0.540	5
0.435	6	0.526	6	0.535	6
0.369	7	0.536	7	0.452	7
0.506	8	0.473	8	0.514	8
0.396	9	0.336	9	0.522	9
0.383	10	0.547	10	0.675	10
0.571	11	0.417	11	0.517	11
0.382	12	0.581	12	0.462	12
0.405	13	0.433	13	0.376	13
0.526	14	0.518	14	0.524	14

المحور السادس		المحور الخامس		المحور الرابع	
ر	م	ر	م	ر	م
0.482	15	0.467	15	0.452	15
0.519	16	0.381	16	0.365	16
0.448	17	0.698	17	0.543	17
0.588	18	0.675	18	0.452	18
0.473	19	0.433		0.538	19
0.449	20	0.642		0.412	20

- قيمة دلالة معاملات الارتباط عند مستوى معنوي $(0.05) = (0.354)$

- تطبيق الاستمارة :

- تم تطبيق الاستمارة في صورتها النهائية على طلبة وطالبات جامعة أسيوط في الفترة من 18/2/2006م إلى 20/6/2006م وقد اتبع الكاتب الخطوات التالية لتطبيق الاستمارة على الطلاب .
- إعداد خطة زمنية لتوزيع الاستمارة على جميع طلاب الكليات التي تم اختيارها لعينة الدراسة .

□ قام الكاتب بالتوجه إلى إدارات رعاية الشباب بالكليات والاستعانة بالسادة الزملاء الأخصائيين المتواجدين في الكليات التي وقع عليها الاختيار.

□ قام الكاتب بتجميع الاستمارات بعد توقيع إجابات الطلاب عليها وإعدادها للمعاملات الإحصائية الخاصة بها.

الأسلوب الإحصائي :

□ اختبار مربع كاي² لدلالة الفروق بين المتوسطات .

□ النسبة المئوية .

□ معامل الارتباط (بيرسون) .

□ تطبيق الاختبار وإعادة الاختبار *Re-Test* .