

المصادر المعرفية لأنشطة الترويح و اوقات الفراغ للعمال في القاهرة الكبرى

* ا . د . امين الخولسي

** د . مصطفى عبد الباقي

يصف البعض المعرفة بأنها قوة ومصدرا لحرية الافراد ، ويسري هذا الاعتقاد الي حد بعيد علي المعرفة الترويحية المتصلة بأنشطة وقت الفراغ ، ذلك لأن المعرفة احدي المقومات الهامة التي تؤثر في حجم ومدى وطبيعة الاهتمامات الترويحية والمشاركة الايجابية فيها ، فكلما زادت معلومات الفرد ومفاهيمه نحو نشاط ما كلما زادت فرص المشاركة الفاعلة فيه .

ويشير شوب و شوب Chubb & Chubb الي أن المعرفة الترويحية هي أحد الجوانب السلوكية المرتبطة بالترويح، لأن السلوك الترويحي ما هو الا معارف ومعلومات، مهارات واداءات ، اتجاهات وميول وأهتمامات متصله بنشاط ترويحي معين، كما يشير الي ان المعرفة الترويحية ذات مدى واسع من المعلومات لكنها تبدأ من الامام بالقراءة والكتابة والحساب، وذلك لأن الفرد الأمي تكون مصادره المعرفية المتصلة بالترويح محدودة للغاية، ونتيجة لنقص المعارف والمهارات كثيرا ما يزهد الشباب النشاط ويمله حتي لو كان اختياره عن حب وميل شخصي، لأن نقص المعارف والمعلومات يحد من أدائه في ممارسة هوايته (٥ : ١٩٦ ، ١٩٧) .

* أستاذ بقسم أصول التربية الرياضية والترويح بجامعة حلوان

** مدرس بكلية التربية بالفيوم ، جامعة القاهرة

ويعتقد المفكر التربوي بول وودرنج P. Woodring أن الانسان في الواقع لا يكون حرا في اختيار أنشطة ترويحوية لا علم له بها أصلا، فكيف يختار بين سماع الموسيقى السيمفونية وصيد الاسماك دون أن تتوفر لديه أي معرفه أو خبرة بهما (٣ : ١٣١) .

ولقد فطنت المؤسسات التجارية الي ما يسببه نقص المعلومات من حد في اقبال الشباب علي الهوايات المختلفة فأغرقت الأسواق بأجهزة ترويحوية لا تتطلب الكثير من المعلومات كآلات التصوير الفوري، وآلات الموسيقى المبرمجة كالأورج او الجيتار الذي لا يتطلب من الممارس الا الحد الأدنى من المعرفه بقواعد الموسيقى، الا أن المؤشرات العامة تفيد بأن غالبية الافراد لا يلقون الرضا الكافي من هذه الاجهزه الفوريه، لأن نقص المعرفه تكون نتيجته افتقار ممارس الترويح لفرص الابداع ونمو الشخصية (٥ : ١٩٨) .

وذكر كل من نيكسون ،جويت Nixon & Jewett أن المجال المعرفي للانشطة الترويحوية يتمثل في المفاهيم والمصطلحات ، تاريخ وتطور النشاط ، الادوات والاجهزة ، قواعد اللعب ، الخطط والاستراتيجيات ، المهارات ، الاسس والمبادئ الوظيفية (٨ : ٤٠٥) .

واكتساب الشباب للمعارف والمعلومات المرتبطة بالترويح تتيح له فرص تعلم مهارات جديدة بدون كثير من المضايقات او الخوف من الفشل او الاصابه ، فكلما زادت معارف الفرد بجوانب النشاط كلما تمكن من زيادة فرص الاشتراك فيه بنجاح وثقه (٥ : ١٩٩ ، ٢٠٠)

ولقد عدد شوب وشوب بعضا من مصادر المعرفة الترويحوية وذكر انها تتمثل في المكتبات العامة والخاصة -التليفزيون والاذاعه - الصحف والمجلات العامه او المتخصصة في النشاط - الكتب المتخصصة - السياحة - الكتيبات الارشادية والخرائط - المعارض والمتاحف-الوالدين والاقارب والمعارف (٥ : ٢٠٠) .

ويشير عالم الاتصال فرانك موت Frank Mott الي ان اختيار او استخدام الفرد لمصادر الاتصال الجماهيري يتحدد بشكل عام في ضوء قانون يتمثل في المعادلة التالية :

= المنفعة أو المتعة المتوقعة من المصدر

اختيار المصدر الجهد المبذول للحصول علي المصدر (١ : ٧٧)

ولقد اشار شافر Schafer الي مفهوم ثقافة الترويح بإعتبارها احدي مكونات ثقافة الفراغ والتي تشتمل علي ثقافة الرياضة ، وثقافة الاعلام ، وثقافة الفنون ، وثقافة البيئة والمجتمع ، بالاضافة الي الوان اخري من الثقافات المتنوعة (٤) : (٢٣١) .

ومجتمع شباب العمال في مصر بإعتباره ركيزة قومية كبري في تصديه لقضايا زيادة الانتاج وتنمية المجتمع ، يجب أن ينال منا اكبر قدر من الاهتمام وقد يكون من المفيد التعرف علي الوعي الترويحي لشباب العمال من خلال البحث عن أهم المصادر التي يلجأون اليها في سبيل المعرفة الترويحية وتنمية ثقافتهم المتصلة بأنشطه وقت الفراغ، ومن ثم العمل علي اثرائها وتسهيل سبل الوصول اليها والتخطيط الجيد في سبيل تيسير تدفق المعلومات بينها وبين شباب العمال .

ان الفراغ... بإعتباره اشكاليه الحياه المعاصرة وأحد ثمار الحضارة الحديثه التي ..نحياها.. يجب ان يوظف بأساليب تنمويه ايجابية في اوساط الشباب عامة وشباب العمال خاصه والا فإن المناشط السلبية الهدامه في انتظارهم!

هدف البحث :

يهدف هذا البحث الي التعرف علي المصادر المعرفية لأنشطة الترويح وأوقات الفراغ الأكثر إستخداما لدي شباب العمال

تساؤلات البحث:

١- ما هي المصادر المعرفية المرتبطة بأنشطة الترويح وأوقات الفراغ الاكثر إستخداما لدي العمال بشكل عام ؟

٢- ما هي المصادر المعرفية المرتبطة بأنشطة الترويح وأوقات الفراغ الاكثر استخداما لدي العمال بالنسبه للفئات النوعية من أنشطة الترويح

٣- هل يؤثر مستوي التعليم في اختيار مصادر المعرفة الترويحية للعمال .

الدراسات السابقة :

في دراسة اجراها هينيغ Hennig ١٩٧٤ علي ١٣٠٠ طالب في المانيا الديمقراطي، تتراوح اعمارهم بين ١١ - ١٨ سنة يقطنون في أماكن حضرية وريفية، اظهرت النتائج ان هناك ثلاث عوامل اساسيه اثرت في الارتقاء بالاهتمامات الرياضيه تتمثل في الاحتياجات الناشئه عن الرغبة في الاشتراك في الرياضة، المعرفة بالرياضة وتأثيراتها علي الافراد، المجال أو البيئة التي تدخل

في بنية الاهتمامات الرياضية. ولقد اوضح هينيج انه بدون مستوي معين من المعرفة لا يتشكل الاهتمام بالرياضة، كما انه يكون اهتماما غير مستقر (٩ : ١٩٠) .

وفي دراسة راوي ماو Ray Maw ١٩٧٤ والتي تعرف باسم حمام سباحه (الكوخ السويسري)، وجد من خلال دراسته مسحيه عريضه لسكان مدينة لندن، ان وجود تسهيلات ترويحية في مكان قريب ليس شرطا للاقبال علي استخدامها ، وانما العبره في المعرفه أو الوعي بوجود هذه التسهيلات الترويحية وطبيعة ما تقدمه من خدمات، فقد تمت هذه الدراسة علي حمام سباحة اسمه الكوخ السويسري (Swiss Cottage)، وقد أظهرت النتائج ان عدم الاقبال علي استخدام حمام السباحة يرجع الي اسباب معرفية اهمها وجوده في شارع جانبي يعبره عدد قليل نسبيا من الافراد، وعدم مشاهدة أي اعلانات او أي شكل من اشكال التوعية او الدعاية في وسائل الاعلام عنه، كما ان الافراد لم تعره اهتماما بسبب اسمه غير المعبر عن طبيعة نشاطه (٧ : ١٠٣-١٠٥) .

وفي دراسة اجرتها جمعية فاي دلتا كابان Phi Delta Kappan ١٩٧٧ علي طلاب الجامعة من الجنسين للتعرف علي المصادر المعرفية التي يلجأون اليها في سبيل اكتساب المعلومات المرتبطة بالانشطة البدنية والترويحية ، ولقد اشارت النتائج الي ان ٤٥٪ من الطلاب قد تلقوا معلوماتهم الترويحية من التليفزيون ، ثم جاءت المصادر التالية بعد ذلك بالترتيب ، الصحف ، المدارس ، الاسره ، الاذاعة ، المجلات ، الاصدقاء والمعارف ، وهذا الترتيب قد حسب علي ضوء متوسط مجموع اراء كلا الجنسين (٦ : ٢٢٣) .

وفي دراسة ريبا Riba ١٩٨١ والتي اجراها باستخدام الاسلوب المسحي لمدينتي سومجيت وياكو، بجمهورية ازبيجان ، عن اهتمامات الشعب بالثقافه البدنيه والرياضة ، افادت النتائج ان اهم المصادر والعوامل التي نمت وشجعت علي هذه الاهتمامات هي بالترتيب : الاذاعة والتليفزيون ، قراءة المجلات والدوريات الرياضية ، مشاهدة الافلام المتصلة ، قراءة سير الابطال المتميزين ، وسائل الاعلام البصرية والدماية ، الجهود المنظمه للمؤسسات الاجتماعية والتربوية والعسكرية ... الخ ، التطلع للبطولة وتحطيم الارقام ، النتائج الرياضية خلال سني الدراسة ، الاقتداء بالاصدقاء والمعارف ، نصائح وتوجيهات الوالدين ، مشاهدة العروض الجماهيرية للرياضة ، وكان اخر مصدر هو مناقشة المدرسين وزيارة اماكن السياحة الرياضية (٩ : ١٨٨ ، ١٨٩) .

وفي دراسة أمين الخولي ١٩٨٣ عن مصادر المعرفة الرياضية لطلاب كليات الهندسة ، الخدمة الاجتماعية ، التجارة بجامعة حلوان ، حيث صنفت العينه (٣٠٠)

الي ممارسين للرياضة (طلبه وطالبات) ، ومشاهدين (طلبه وطالبات) وتطبق استبيان للتعرف علي اهم المصادر التي يلجأ اليها الطلاب ، فكانت النتائج ان جاء ترتيب مشاهدة المباريات في المرتبة الاولى للطلبة (ممارسين ، مشاهدين) وجاء التليفزيون في المرتبة الاولى للطالبات (ممارسات ، مشاهدات) ثم يلي ذلك بقية المصادر بشكل عام بالترتيب التالي : المشرف الرياضي او المدرب ، الصحف والمجلات المتخصصة ، الاذاعات العامة ، اذاعة الشباب والرياضة ، وقد اوضح حساب (كا٢) عدم وجود فروق معنوية بين مصادر الطلبة والطالبات (٢ : ١٢٧ - ١٤٣) .

وفي دراسة مصطفى عبد القادر ١٩٨٣ عن وقت الفراغ لطلاب الجامعة ، اوضحت القيمة التربوية لانشطة الفراغ وعالجت بطريقة ميدانية الواقع الثقافي الاجتماعي المحيط بطلاب الجامعة في مصر ، وبرزت درجة رضا الطلاب نحو البرامج والانشطة الترويحية المتاحة لهم حيث ظهرت فروق في مشاعر الرضا حيث يزداد رضا الطلاب عن الطالبات ، كما اظهرت النتائج ان الاتجاهات الايجابية للطلاب نحو وقت الفراغ هي نتاج وعيهم الثقافي والمعرفي (٤ : ٢٥٦ ، ٢٦٣) .

* اجراءات البحث :

المنهج :

طبق المنهج الوصفي (الاسلوب المسحي) في هذه الدراسة لاعتبارات تتعلق بأهداف البحث وللإجابة علي تساؤلاته .

العينة :

تم اختيار عينة البحث عشوائيا من بين عمال اربع شركات صناعيه كبري وهي فقط التي سمحت بإجراء هذا البحث علي عمالها وجميعها تقع في نطاق القاهرة الكبرى وبلغ العدد الاجمالي للعينه ٣٠٠ عاملا ، بحيث توصف العينه علي النحو التالي :

الشركة الشرقية للدخان (ايسترن كومباني)	٩٩	عاملا
شركة كولدير	٩٠	عاملا
شركة تنمية الصناعات الكيماوية (سيد)	٥٥	عاملا
المصانع الحربية (مصنع ٩٩)	٥٦	عاملا
المجموع	=	٣٠٠ عاملا

وقد تم تصنيف العينه في ضوء متغير مستوي التعليم علي النحو التالي :

الحاصلون علي الشهادة الاعدادية فما فوقها	=	١٦٥ عاملا
الحاصلون علي اقل من الشهادة الاعدادية	=	١٣٥ عاملا
المجموع	=	٣٠٠ عاملا

اداة جمع البيانات :

استخدم الباحث في جمع بيانات هذا البحث استمارة استبيان ، من تصميم الباحثين ولقد اتبعت الخطوات التالية في بناء الاستبيان :

- تحليل الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة في الترويج وانشطة الفراغ للتعرف علي الفئات الرئيسية لانشطة الترويج ، ولقد استعان الباحثان بتصنيفات بارزة في هذا المجال كتصنيف ثورسن ، كامبل Gambell .

- تحليل الدراسات السابقة والمراجع المتخصصة في الاعلام ووسائل الاتصال الجماهيري ، وكذلك مراجع الترويج وخبرائه المتخصصون ، وذلك لتحديد مصادر المعرفة المحتمل ان يلجأ اليها العمال ، كما تم اجراء بعض المقابلات الشخصية مع بعض العمال في هذا الصدد .

- عرضت الاستمارة قبل تطبيقها في شكلها النهائي علي مجموعة من خبراء الترويح والاعلام (خمسة خبراء بدرجة استاذ) فأقروا صلاحية الاستمارة ، كما تم اجراء دراسة استطلاعية للتأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق علي عينة ممثلة ، وقد تم تبسيط بعض الصياغات لتناسب والمستوي الثقافي للعينة ، كما اثمرت الدراسة الاستطلاعية اهمية ان يقوم الباحثان بقراءة استمارة الاستبيان للافراد الأميين العينة .

- الاستبيان في صورته النهائية :

كان تصميم الاستبيان في شكل مصفوفة تتيح امكانية جمع بيانات عن الفئات الرئيسة للانشطة الترويحية في الخانات الرأسية ، بحيث يقابل العامل بينها وبين المصادر المعرفية التي اعتمد عليها في الخانات الافقية للاستمارة .

وتمثلت الفئات الرئيسية للانشطة الترويحية في التالي :

الهوايات - انشطة الخلاء - الانشطة الرياضية - الانشطة الاجتماعية -
الانشطة الثقافية - الانشطة الاعلامية .

وتمثلت مصادر المعرفة التي يختار من بينها العامل مايلجأ اليه في التالي :

التليفزيون - الاذاعة - الصحف والمجلات العامه - الصحف والمجلات المتخصصة - المعارض والمتاحف - الوالدين والاقارب والاصدقاء - الاندية ومراكز الشباب - برامج الانشطة للنقابات العمالية .

ولقد استكملت العينة بعض البيانات عن مستوي التعليم ، كما سمح للعام بأن يختار اكثر من مصدر معرفي لفئة النشاط الترويحي الذي يهتم به .

* عرض النتائج :

جدول (١)

التكرارات والنسب المئوية وقيم كا^٢ المحسوبة لمصادر المعرفة المتصلة

بالأنشطة الترويحية للعمال بشكل عام

قيمة كا ^٢ المحسوبة	الانشطة الاعلامية	الانشطة الثقافية	الانشطة الاجتماعية	الانشطة الرياضية	انشطة الحلاء	الهوايات	الانشطة المصادر	
							ك	%
* ٤٨,٢	٧١ ١٧,٧	٤٢ ١٤,٤٣	٦٦ ١٤,٥٧	٦٣ ١٥,٢١	١٦ ١٣,٠	٣٢ ١٨,٦	ك	التليفزيون
* ٤٦,٩	٧١ ١٧,٧	٤١ ١٤,٠٨	٦٣ ١٣,٩٠	٥٦ ١٣,٥٢	١٧ ١٣,٨٢	٢٧ ١٥,٧٠	ك	الاذاعة
* ٤٢,٤٤	٥٦ ١٣,٩٦	٣٩ ١٣,٤٠	٦٠ ١٣,٢٤	٦٠ ١٤,٤٩	١٧ ١٣,٨٢	٢٤ ١٣,٩٥	ك	الصحف والمجلات العامة
* ٤٦,٠٤	٤٤ ١٠,٩٧	٣٦ ١٢,٣٧	٥٤ ١١,٩٢	٥٣ ١٢,٨٠	١٣ ١٠,٥٧	٢٤ ١٣,٩٥	ك	الصحف والمجلات المتخصصة
* ٦١,٩٤	٤٠ ٩,٩٧	٣٣ ١١,٣٤	٤٥ ٩,٩٣	٣٥ ٨,٤٥	١٣ ١٠,٥٧	١٧ ٩,٨٨	ك	المعارض والمتاحف
* ٤٦,١٢	٥٥ ١٣,٧١	٣٨ ١٣,٠٦	٧٢ ١٥,٨٩	٥٢ ١٢,٥٦	١٨ ١٤,٦٣	٢٥ ١٤,٥٣	ك	الوالدان والاقارب والاصدقاء
* ٥٦,١	٣٣ ٨,٢٢	٣٣ ١١,٣٤	٥٠ ١١,٠٣	٥٧ ١٣,٧٧	١٧ ١٣,٨٢	١٧ ٩,٨٨	ك	الاندية ومراكز الشباب والساحات
* ٨٧,٥	٣١ ٧,٧٣	٢٩ ٩,٩٧	٤٣ ٩,٤٩	٣٨ ٩,١٨	١٢ ٩,٧٦	٦ ٣,٤٩	ك	النقابات العمالية وبرامجها

قيمة كا^٢ الجدولية عند مستوي ٠,٠٥ = ٢,٨٤١

جدول (٢)

ترتيب مصادر المعرفة لكل فئة

من فئات الأنشطة الترويحية للعمال في ضوء تكراراتها

والترتيب العام للمصادر

الترتيب العام	الانشطة الاعلامية	الانشطة الثقافية	الانشطة الاجتماعية	الانشطة الرياضية	انشطة الخلاء	الهوايات	الانشطة / المصادر
١	١	١	٢	١	٥	١	التلفزيون
٢	١	٢	٣	٤	٢	٢	الاذاعة
٣	٢	٣	٤	٢	٢	٤	الصحف العامة
٣٥	٤	٥	٥	٥	٦	٤	الصحف المتخصصة
٦	٥	٦	٧	٨	٦	٦	المعارض والمتاحف
٤	٣	٤	١	٦	١	٣	الوالدين والاصدقاء
٣٥	٦	٦	٦	٣	٢	٦	الاندية والمراكز
٧	٧	٧	٨	٧	٧	٧	برامج النقابات

جدول (٣)

قيم كآ المحسوبة لدلالة الفروق بين مصادر

المعرفة الترويجية للعمال في ضوء متغير مستوي تعليم العمال

الانشطة المصادر	الهويات	انشطة الخلاء	الانشطة الرياضية	الانشطة الاجتماعية	الانشطة الثقافية	الانشطة الاعلامية
التلفزيون	١٩٨,	١,٠٩	٠,٧١	٢٤٨,	٠,٣٨	٨٨٤,
الاذاعة	٤٢,	٠,٢	١,٥٩	٦٧٧,	١,٠٦	٨٨٤,
الصحف العامة	٤٣,	٤٦,	٠,٤٨	٣,٠٣٣	٣,٩٠٨*	٧٧٥,
الصحف المتخصصة	٤٣,	٦١,	٤٤٠,	٠,٢٤	٠,٥٠	١,٦٦٥
المعارض والمتاحف	٣٦,	٠,٢	٣٨٥,	١,٨٠٠	٢١٨,	٧١٣,
الوالدين والاصدقاء	٠,٨	٥٣,	٠,٦٢	٦٠٤,	٠,١٦	٥٧٢,
الاندية والمراكز	٠,١	١٤,	٢٢٨,	٢٥٢,	٠,١٧	٠,٧٨
برامج النقابات	٧٣,	٤٣,	٥,٠٢٤*	٢٧٨,	٠,١٥	١,٩١
المجموع	٠,٤٦	١٦,٠٥٩*	١٩,٦٢٨*	٣,٥٩٦	٢,٣٥٨	٥,٢٩٦*

قيمة كآ الجدولية عند مستوي ٠,٥ = ٣,٨٤١

التعليق علي النتائج :

سبق ان أشار الباحثان الي قانون « فرانك موت » والذي يشير الي ان اقبال الفرد علي استخدام مواد الاتصال الجماهيرية يعتمد علي المنفعة او الاستمتاع المتوقع من المصدر ، وايضا في ضوء الجهود التي تبذل في سبيل الحصول علي المصدر ، ويسري هذا علي نتائج هذا البحث الي حد بعيد .

اولا : بالنسبة للتساؤل الاول الخاص بالتعرف علي المصادر المعرفية المرتبطة بأنشطة الترويج و اوقات الفراغ الاكثر استخداما لدي شباب العمال :

بدراسة الجدول (١) والذي يوضح التكرارات والنسب المئوية وقيم كاي^٢ لمصادر المعرفة المتصلة بالانشطة الترويجية للعمال بشكل عام ، والجدول (٢) والذي يوضح ترتيب مصادر المعرفة لكل فئة رئيسية من أنشطة الترويج للعمال في ضوء تكراراتها ، يتضح ان المصدر الذي تبوأ المرتبة الاولى علي مستوي كل فئات الأنشطة الترويجية بشكل عام كان التليفزيون ، يليه الاذاعة ، ثم الصحف والمجلات العامة ، ثم الصحف والمجلات المتخصصة ، ثم المعارض والمتاحف ، ثم النوادي والاقارب والاصدقاء ، ثم الاندية ومراكز الشباب ، وجاءت برامج أنشطة النقابات العمالية اخر مصدر يلجأ اليه العمال لاكتساب المعرفة الترويجية ، ولقد اوضح حساب كاي^٢ ان هذا الترتيب لايعزي للصدفة وانما هو ترتيب مقصود ، فقد كانت كل قيم كاي^٢ دالة احصائيا .

واحتلال التليفزيون لهذه المرتبة امر متوقع بإعتباره اهم وسائل الاتصال الجماهيرية واشدها جاذبية ، كما ان العامل لايبذل جهدا يذكر في استخدامه وخاصة العامل الامي او من يجد صعوبة في قراءة او فهم المواد المكتوبة .

وهذا نفس ما يبرر احتلال الاذاعة للمرتبة الثانية ، الا ان التليفزيون (صوت وصورة) ، بينما الاذاعة (صوت فقط) فالذي قد يكون غامضا من خلال الصوت تفسره الصورة وتزيل غموضه .

ولعله من الامور اللافتة للنظر ان تأتي الصحف والمجلات والمطبوعات المتخصصة في مرتبة تالية للصحف والمجلات العامة كمصدر للمعرفة الترويجية بينما الاسواق المصرية تشاهد وقد غمرت بكم كبير من المجلات والصحف والمطبوعات المتخصصة ، نذكر منها علي سبيل المثال لا الحصر الصحف والمجلات الرياضية ، وقد يفسر ذلك علي ان الجرائد والمجلات العامة أرخص ثمنا ، فضلا عن كون مادتها الصحفية شاملة لكافة أنشطة الحياة وقضايا واهتمامات الناس ، أو ان الصحف والمجلات المتخصصة لاتشبع اهتمامات العامل الترويجية ، فقد تكون مفتقرة الي المعرفة والمعلومات التي تنمي هواياته ، وهو امر اصبح بعد أن باتت

هذه المجالات المتخصصة ونخص بالذكر منها الرياضية والفنية وقد صبت جل اهتمامها وتركيزها علي الجانب الاخباري مع عدم اعطاء بقية الجوانب الثقافية والمعرفية والترويحية حقاها في مساحات النشر علي كثرتها .

واحتلال المعارض والمتاحف ، والوالدين والاقارب ، لمرتبة وسيطة كمصدر للمعرفة الترويحية فإن ذلك يمكن تفهمة في ضوء المستوي الثقافي للاوساط العمالية في مصر كما أنه من الواجب الاشارة الي احتلال النادي أو مركز الشباب أو الساحة الشعبية للمكانه قبل الاخيرة ، وذلك في ضوء الاهداف التي انشئت من أجلها هذه الهيئات وخاصة في اماكن التجمعات العمالية والصناعية !!

ولعل أهم نتائج هذا البحث هو احتلال برامج أنشطة النقابات العمالية للمرتبة الاخيرة كمصدر للمعرفة المتصلة بالترويج وأوقات الفراغ لدي العمال ، ولعل السبب يكمن في تركيز هذه البرامج علي الانشطة النقابية بالرغم من الواجهة الثقافية لها .

ثانيا : بالنسبة للتساؤل الثاني والمتعلق بالمصادر المعرفية الاكثر استخداما وذلك بالنسبة للفئات الرئيسية من أنشطة الترويج :

بدراسة الجدول (٢) والذي يوضح ترتيب مصادر المعرفة لكل فئة من فئات الانشطة الترويحية للعمال في ضوء تكراراتها ، والترتيب العام للمصادر ، يتضح أنه بالنسبة لفئة الهوايات احتل التليفزيون المرتبة الاولى ، الاذاعة المرتبة الثانية وقد يبدو هذا منطقيا .

بينما جاءت برامج النقابات في المرتبة الاخيرة تليها الاندية ومراكز الشباب وهذا هو غير المنطقي بالنسبة لرسالة الاندية ومراكز الشباب وكذلك برامج النقابات .

وبالنسبة لانشطة الخلاء وكذلك الانشطة الاجتماعية فقد جاء الوالدان والاقارب والاصدقاء في المرتبة الاولى وقد يفسر ذلك في ضوء الطبيعة الاجتماعية والاسرية لهذه الانشطة وبالنسبة للانشطة الرياضية، والانشطة الثقافية ، وكذلك الانشطة الاعلامية فقد احتل التليفزيون المرتبة الاولى وقد يفسر هذا في ضوء الطبيعة الاتصالية لهذه الانشطة ، الا أن احتلال الاندية ومراكز الشباب المرتبة الثالثة فإن ذلك يدعو الي اعادة النظر في الدور المعرفي الثقافي للأندية ودورها في نشر الثقافة الترويحية.

ثالثا: بالنسبة للتساؤل الثالث للبحث والمتعلق بتأثير مستوي التعليم في اختيار مصادر المعرفة الترويحية للعمال:

بدراسة الجدول (٣) والذي يوضح قيم كا^٢ المحسوبة لدلالة الفروق بين مصادر المعرفة الترويجية للعمال في ضوء متغير مستوي تعليم العمال يتضح أن هناك فروقا دالة بين مجموع إستجابات العمال في اللجوء لمصادر المعرفة المتعلقة بفئات النشاط الترويجي التاليه:

انشطة الخلاء - الانشطة الرياضية - الانشطة الاعلامية ، حيث بلغت قيم كا^٢ المحسوبة علي التوالي ١٦,٠٥٩ - ١٩,٦٢٨ - ٥,٢٩٦ ، بينما كانت قيمته كا^٢ الجدوليه عند مستوي ٠,٠٥ = ٣,٨٤٣ ، وهذا يعني أن الثلاثة فئات المذكوره للنشاط فقط هي التي كان مستوي تعليم العمال مؤثرا في اختياره المصادر المعرفية المرتبطه بها بشكل عام، ولعل مرجع ذلك الي احتياج هذه الانشطه لمستوي معين من التعليم

كما تفيد نتائج حساب كا^٢ ايضا أن هناك فروقا دالة تعزي الي مستوي تعليم العمال في مصدر برامج النقابات فيما يتصل بالانشطة الرياضية حيث بلغت قيمة كا^٢ ٥,٠٢٤ ، وهذا يعني ان هذه البرامج ربما تتجاهل العامل الأمي او مستوي تعليمه منخفض، او ان هذه النوعية من العمال لا تلجأ لهذه البرامج كمصدر للمعرفة الرياضيه

وايضا افادت نتائج حساب كا^٢ أن هناك فروقا داله تعزي كمتغير مستوي تعليم العمال في مصدر الصحف والمجلات العامة فيما يتصل بالانشطه الثقافية وقد يبدو هذا منطقيا لأن الاهتمامات الثقافية تتطلب مستوي معين من التعليم مما يفسر هذا الفرق

الاستخلاصات

- التليفزيون هو اكثر مصادر المعرفة الترويجية التي يلجأ اليها العمال بشكل عام بغض النظر عن نوع النشاط الترويجي
- الاذاعة هي المصدر الثاني للمعرفة الترويجية للعمال
- احتلت برامج النشاط للنقابات العماليه المرتبة الاخيريه كمصدر للمعرفة الترويجية للعمال.
- الاندية ومراكز الشباب هي المصدر قبل الاخير للمعرفة الترويجية للعمال.
- لا توجد فروق جوهريه بين مصادر المعرفة الترويجية للعمال في ضوء متغير مستوي التعليم بشكل عام فيما عدا:

. الصحف والمجلات العامة كمصدر للأنشطة الثقافية

. برامج وأنشطة النقابات العمالية كمصدر للأنشطة الرياضية

التوصيات

- يجب ان يضع المسئولون عن إتحاد الاذاعة والتليفزيون في اعتبارهم أن التلفزيون والاذاعة من أهم المصادر التي يلجأ اليها العمال لإكتساب المعرفة المتصلة بالترويج وأنشطة الفراغ وذلك من خلال تخطيط واعداد البرامج والمواد المذاعة التي تحقق ذلك وتيسره.

- يجب أن يعاد النظر جذريا في برامج وانشطة الهيئات النقابية العمالية، اذ يجب ان تعتمد مؤسسات الثقافة العمالية الي نشر الثقافة والمعرفة الترويحية بين العمال لحمايتهم من النتائج السلبية الهدامة للفراغ وخاصة بين أوساط شباب العمال.

- يجب أن يقوم بالتخطيط للوعي الترويحي وثقافة الفراغ للعمال خبراء في هذا المجال بحيث يتم ذلك وفق خطة قصيره الامد تستهدف محو أمية الترويج بين العمال وخطه موازيه طويلة الأمد تستهدف تكثيف حجم المشاركة الفعلية في مختلف الانشطة الترويحية وتسهيل ذلك من خلال التعاون بين المجلس الاعلي للشباب والرياضة وبين النقابات والهيئات العمالية والصناعية في مصر.

- أن الاوان لكي تبادر المؤسسات الثقافية في مصر كدور النشر الكبرى والمؤسسات الصحفية المهتمه بنشر اصدارات سواء مجلات او صحف أو اي مواد او مصنفات من شأنها نشر الوعي الترويحي بين الشباب بشكل عام سواء علي المستوي الترويحي العام او علي مستوي مجال معين من أنشطة الترويج

قائمة المراجع

- ١- ابراهيم الامام : الاعلام والاتصال بالجماهير، ط١، الانجلو المصرية، ١٩٦٩.
- ٢- أمين انور الخولي : مصادر المعرفة الرياضية لطلبة وطالبات جامعة حلوان بالقاهرة، مؤتمر ترشيد التربية البدنية لشباب الجامعات، كلية التربية الرياضية للبنين بأبي قير، ١٩٨٣.
- ٣- بول ودرنج، ترجمة سعد مرسى، فكري ريان : نحو فلسفة للتربية، عالم الكتب، ١٩٦٦.
- ٤- مصطفى عبد القادر عبد الله : وقت الفراغ ومتطلباته التربويه لدي طلاب الجامعة، دراسه ميدانية ، رساله دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية، جامعة عين شمس، ١٩٨٣.
- 5- Chubb, M. & Chubb, H.: One third of our Time, John Wiley & son, inc., N.Y.,1981.
- 6- Daughtrey, G. & Lewis, C.: Effective Teaching Strategies in secondary Physical Educcation, third ed., W.B. Saunders Co., Philadelphia,1979
- 7- Maw, RAY : Assessment of demand for Recreation, ed.by Ian Appleton, scottish Academic press Edinburgh,1974.
- 8- Nixon, J. & Jewett, A.: an Introduction to Physical Education, Saunders Co., Philadelphia,1980.
- 9- Ponomaryov, N. I.: Sports and Society, Progress Pub., Mcow,1981

المصادر المعرفية لأنشطة الترويح وأوقات الفراغ للعمال

في القاهرة الكبرى

اجري هذا البحث للتعرف علي اكثر المصادر المعرفية التي يلجأ اليها العمال في القاهره الكبرى للحصول علي معارف مرتبطه بأنشطة الترويح وأوقات الفراغ وقد طبق استبيان لجمع بيانات البحث بحيث يتكون صف العناوين الافقية من المصادر المعرفية المحتمل أن يلجأ اليها العمال، ويتكون صف العناوين الأساسية من الفئات الرئيسية لأنشطة الترويح بحيث يشكلان مصفوفة تتيح للعامل اختيار الاستجابة المناسبه له، وكان العدد الاجمالي للعينه (٣٠٠) عامل صنفوا في ضوء مستوي التعليم (١٦٥) فوق الشهادة الاعدادية، (١٣٥) اقل من الشهاده الاعدادية، اوضحت النتائج تفوق التلفزيون عن سائر المصادر حيث احتل المركز الأول، وجاءت بقية المصادر بالترتيب التالي: الاذاعة، الصحف والمجلات العامة، الصحف والمجلات المتخصصة، المتاحف والمعارض، الوالدين والاقارب والاصدقاء، النوادي ومراكز الشباب، وجاءت برامج نقابات العمال في المرتبة الاخيره، ووضحت النتائج عدم وجود فروق دالة بين المصادر لدي العمال في ضوء متغير مستوي التعليم فيما عدا الصحف والمجلات العامه كمصدر للانشطه الثقافيه، وبرامج النقابات كمصدر للانشطة الرياضية وذلك بحساب كا بين المجموعات.

Abstract

"Cognitive sources of Recreation activities & Leisure
of Labor in Greater Cairo.

The purpose of this study was to identify the most available cognitive sources concerning recreation & leisure activities among labors in greater Cairo. Subject were (300) workmen, a questionnaire was administered and it has consisted of the cognitive sources, and recreation activities within a matrix the results indicate the priority of T.V. as the First cognitive source for leisure activities, the other sources could be ranked in this order: Radio, Public journals, specialist journals, Museums & exhibitions, parents & friends, clubs and labor syndicate programs.