

الترويج لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض

دراسة جغرافية بالعينة

جميلة بنت يحيى غرمان العمري

جامعة الاميرة نورة بنت عبد الرحمن

الملخص

الترويج لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض

العنوان

دراسة جغرافية

جميلة بنت يحيى بن غرمان العمري

الباحثة

جامعة الاميرة نورة بنت عبد الرحمن

الجامعة

1439 / 1440 هـ (2017/2018م)

الكلمات الدالة الترويج، الجغرافيا السياحية، الرياض، المملكة العربية السعودية

تتناول هذه الدراسة الترويج عند طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، حيث ركزت على التعرف على أنماط الترويج عند الفتاة في هذه المرحلة لما لها من أهمية كبيرة. وقد تناولت تحليل مجتمع الدراسة وعيبتها، كما تناولت تحليل بيانات العمل الميداني التي تم جمعها من مجتمع الدراسة، والتي تتضمن عوامل زيادة الطلب على الترويج والمتمثلة في مستوى اهتمام الأسرة بالنشاط الترويجي وعلاقة ذلك بالمستوى الاقتصادي، ثم إبراز دور التطور التقني وتأثيره في اختيار نوعية الترويج.

كما تناولت الأنماط الترويجية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض بالتحليل، وهذه الأنماط قد صنفت وفقاً للمكان والمسافة وكذلك صنف بعضها حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية، والبعض الآخر صنف بحسب الأغراض الترويجية، كما تطرق البحث إلى مستقبل النشاط الترويجي للطالبات من خلال التعرف على متطلبات زيادة النشاط الترويجي ورفع كفاءة الخدمات في أماكن الترويج.

.1

Abstract

Title	Recreation for high school students in Riyadh city “ Geographical Study “
Name	Jameela Yahya Gharman al Omari
University	Princess Nora bint AbdulRahman University
Date	2017/2018
Keywords	Recreation , tourist geography , Riyadh , Kingdom of Saudi Arabia .

This study deals with the recreation of high school female students in Riyadh city , where it focused on recognizing the recreation patterns for the girl at this stage because of its great importance.

It dealt with analysis of study community and its sample, and it also dealt with analysis of fieldwork data collected from the study community which include factors of increased demand for recreation represented by level of family interest in the recreational activity and its relation to the economic level, and then to highlight the role of technical development and its impact in selection of recreation quality.

The recreational patterns of secondary school girls students in Riyadh were analyzed. These patterns have been classified according to location and distance , some have been classified according to technologies and electronic devices and others were classified according to recreational purposes. The study also discussed the future of recreational activities for female students by identifying the requirements of increasing recreational activity and raising the efficiency of services in recreation areas.

مقدمة

يتناول هذا البحث تحليل مجتمع الدراسة وعينتها، في مدينة الرياض، كما يتناول تحليل بيانات العمل الميداني التي تم جمعها من مجتمع الدراسة بواسطة استمارة الاستبيان، والتي تتضمن عوامل زيادة الطلب على الترويح، والمتمثلة في مستوى اهتمام الأسرة بالنشاط الترويحي وعلاقة ذلك بالمستوى الاقتصادي، ثم إبراز دور التطور التقني وتأثيره في اختيار نوعية الترويح. كما يعرض هذا البحث عدة محاور يتناولها بالتحليل وتتمثل هذه المحاور في الأنماط الترويحية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، وقد تم تصنيفها وفقاً للمكان والمسافة إلى

النشاط الترويجي داخل المنزل ونشاطات ترويجية خارج المنزل ثم خارج المملكة، وكذلك أنماط ترويجية حسب التقنيات، والأجهزة الإلكترونية بالإضافة إلى النشاطات الترويجية حسب الأغراض الترويجية كالتسوق، والراحة، والاستجمام، كما تطرّق البحث إلى مستقبل النشاط الترويجي للطالبات من خلال التعرف على متطلبات زيادة النشاط الترويجي ورفع كفاءة الخدمات في أماكن الترويج.

استخدمت الاستبانة بوصفها أداة لجمع البيانات المطلوبة، بالإضافة إلى أنها الوسيلة المناسبة لاستقصاء المعلومات المراد الحصول عليها من أفراد العينة وجمعها. وتكونت استبانة الدراسة من بيانات شخصية عن الطالبة مثل العمر، الصف، مستوى التحصيل، وبيانات عن الوضع الاقتصادي مثل نوع السكن، مقدار الدخل، مصدره، فضلاً عن بيانات أساسية عن محاور الدراسة، وهي بيانات الأنماط الترويجية التي تمارسها الطالبة، وبيانات عن الأنشطة والمتطلبات الترويجية التي تناسب الفتاة، بالإضافة إلى المتطلبات التي ترغب الفتاة إضافتها لتوفير الترويج المناسب للفتاة.

تم إجراء قياس صدق الاستبانة من خلال عرضها على عينة استطلاعية مكونة من (50) طالبة من طالبات المرحلة الثانوية، (ملحق 2).

تم الحصول على بيانات الدراسة الميدانية من خلال توزيع الاستبانات على المدارس وتوزيعها على طالبات المستوى (الأول-الثاني-الثالث) عشوائياً، واختلفت طريقة التوزيع من مدرسة لأخرى حسب إمكانيات الباحثة وحالة كل مدرسة، وكان توزيع الاستبانات على الطالبات بإحدى الطرق التالية:

1. تكليف المرشدة الطلابية بتوزيعها.

2. التوزيع من قبل الباحثة.

3. تعاون بعض الزميلات في بعض المدارس.

وكان توزيع الاستبانات على الطالبات بالصدفة بحيث نُختار كل طالبة يكون رقمها 40 في مدينة الرياض، عند دخول الطالبات للمدرسة ونسلمها استبانة الى ان تنتهي من الاستبانات المطلوبة.

بعد ذلك قامت الباحثة بجمع الاستبانات ومراجعتها حيث تبين فقد بعض منها، ووجود بعض الثغرات والقصور في بعض الاستبانات، فحذفت من مجموع العينة، واستبدلت بالاستبانات التي تم إضافتها عند التوزيع تحسباً لمثل هذه الأخطاء حتى نخرج بالعدد المطلوب من الاستبانات لكل مدينة.

وتم تفريغ الاستبانات من خلال إدخال البيانات في الحاسب الآلي باستخدام برنامج SPSS الإحصائي شائع الاستخدام في مثل هذه الدراسات.

وقد نتج عن ذلك عمل جداول إحصائية بسيطة مثلت خصائص العينة، وجدأول إحصائية مركبة مثلت أنواع النشاطات الترويحية، ومدى توفرها، ودرجة موافقة الطالبات عليها.

1-1 وصف ومناقشة بيانات الدراسة في مدينة الرياض:

1-1-1 وصف عينة الدراسة لمدينة الرياض:

يتحدد المجتمع الأصلي (المجتمع الكلي) للدراسة بمدينة الرياض بأنه يشمل جميع الطالبات المسجلات في المدارس الثانوية للعام الدراسي (1435-1434هـ)، ويشير الجدول (1-1) إلى مجتمع الدراسة البالغ مجموع عددهن (99900) طالبة، من مختلف المستويات (الأول-الثاني-الثالث)، يتوزعن على 359 مدرسة موزعة على مختلف أحياء مدينة الرياض. وتم حساب حجم العينة من مجتمع الدراسة الكلي باستخدام برنامج تحديد حجم العينة، حيث كان حساب حجم عينة مدينة الرياض كالتالي:

حجم مجتمع الدراسة = (99900) طالبة

درجة الثقة = 95%

نسبة الخطأ = 5%

حجم العينة = 383 طالبة

وبالتالي كان عدد الاستبانات المطلوب توزيعها (383) استبانة، وقد تمت إضافة 20% من الاستبانات إلى إجمالي عدد الاستبانات لنحصل على العدد المطلوب من الاستبانات الكاملة، بحيث يكون عدد الاستبانات المطلوب توزيعها (460) استبانة.

ولحساب عدد الاستبانات المطلوب توزيعها في كل مدرسة تم أخذ 3.5% من المجموع الكلي لطالبات كل مدرسة من مدارس العينة في مدينة الرياض حيث كان العدد الكلي لجميع الاستمارات (497) استبانة وتوزيعها عشوائياً على طالبات المرحلة الثانوية (حيث يتم الحضور باكراً من قبل الباحثة او من ينوب عنها الى المدرسة ومن ثم عد الطالبات عند الدخول وإعطاء كل طالبة يكون رقمها 40 استبانة، حتى يتم الانتهاء من عدد الاستبانات، ومن ثم يتم التنبيه على الطالبات بتسليم الاستبانة بعد الانتهاء اما للباحثة او للمرشدة الطلابية).

وكان عدد الاستبانات المفقودة (39) استبانة، والمسترجعة (458) استبانة، منها (44) استبانة بياناً ناقصة تم استبعادها، وبالتالي فإن مجموع الاستبانات السليمة (414) استبانة، أخذ منها (383) استبانة بطريقة عشوائية هي حجم العينة الفعلي لتحليلها ودراستها واستبعاد العدد الزائد من الاستبانات.

وكان اختيار مدارس مدينة الرياض عشوائياً من قائمة المدارس التي تم الحصول عليها من وزارة التربية والتعليم، حيث إن مجموع عدد مدارس المجتمع الكلي (359) مدرسة، وكان الاختيار كل تاسع مدرسة اختياراً عشوائياً (9، 18، 27، الخ)، فكان عدد مدارس العينة (42) مدرسة.

جدول (1-1) عدد مدارس العينة

عدد مدارس مجتمع الدراسة	نسبة مدارس مجتمع الدراسة	عدد مدارس عينة الدراسة	نسبة مدارس عينة الدراسة	
359	%88	42	%12	الرياض

ويتضح من الجدول (1-2) أنّ عدد أفراد العينة في المدارس كان متفاوتاً، حيث تراوحت النسبة من 1 إلى 12.

جدول (1-2) عدد أفراد العينة وفق متغير الموقع

عدد الاستمارات	جملة الطالبات	الموقع	المدرسة	التسلسل
2	62	الرياض	5 تحفيظ	1
18	511	حي الروابي	8	2
7	188	جنوب	14	3
15	424	حي جرير	22	4
14	408	حي السويدي	28	5
11	309	الوسطى	35	6
5	154	الخليج	42	7
19	535	الرياض	50	8
19	537	حي الروضة	59	9
17	492	الوسطى	65	10
19	550	حي العريجات	73	11
13	359	الرياض	81	12
20	574	حي النسيم	90	13
21	589	حي التنظيم	98	14
10	295	الرياض	106	15
3	88	العريجات الوسطى	112	16
9	268	حي العقيق	120	17
8	225	حي الربوة	127	18
18	501	حي الخليج	139	19
2	67	حي بدر	153	20

عدد الاستمارات	جملة الطالبات	الموقع	المدرسة	التسلسل
11	311	حي طويق	167	21
3	82	الرياض	الأبناء	22
7	197	حي الحمراء	الارقم	23
4	118	الرياض	الاولائل	24
8	237	حي الريان	التربية	25
11	317	الوسطى	الحرمين	26
10	274	حي القدس	الديوان	27
9	266	حي الازدهار	الرواد	28
16	448	الرياض	السمو	29
6	170	الوسطى	العروبة	30
2	71	حي الملك فهد	الفتح	31
7	187	حي العقيق	المتقدمة	32
3	95	حي الغدير	المناهج	33
8	224	حي الورود	الورود	34
3	84	حي الاندلس	جرير	35
4	102	حي الرحمانية	دار السلام	36
5	134	حي اشبيلية	رحاب المعرفة	37
14	394	الحرس الوطني	سمية بنت الخياط	38

التسلسل	المدرسة	الموقع	جملة الطالبات	عدد الاستمارات
39	عرقة	حي عرقة	258	9
40	علوم الرياض	حي الصحافة	170	6
41	منارات الرياض	الوسطى	364	13
42	وسائل الشروق	حي المصيف	198	7

4-1-2 وصف البيانات الخاصة بمدينة الرياض:

ويشير الجدول (3-1) إلى التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب السن في مدينة الرياض، والتي تركزت في فئة السن (16) إلى أقل من (19) سنة بنسبة 87% في مدينة الرياض ومثلت أعلى فئة ونلاحظ أنها الفئة العمرية المتوسطة، بينما مثلت الفئة العمرية أقل من (16) سنة نسبة 8%، أما الفئة العمرية (19) سنة فأكثر فقد مثلت أقل الفئات العمرية في مجتمع الدراسة بنسبة 5% في مدينة الرياض.

جدول (3-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب السن

المفردات		فئات السن
النسبة المئوية	عدد الأفراد	
8%	31	أقل من 16 سنة
87%	332	16-أقل من 19 سنة
5%	20	19 سنة فأكثر
100%	383	المجموع

أما التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي فقد جاء متبايناً بين المستويات الدراسية حيث نلاحظ من الجدول (4-1) أنّ عينة الدراسة في مدينة الرياض تراوحت نسبة توزيعها بين 47.40% في المستوى الدراسي الثاني كأعلى نسبة، ثم نسبة 33.16% في المستوى الدراسي الأول، بينما مثلت العينة نسبة 26.37% في المستوى الدراسي الثالث.

جدول (4-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

		المستوى الدراسي
النسبة المئوية	العدد	
33%	127	أول ثانوي
41%	155	ثاني ثانوي
26%	101	ثالث ثانوي
100%	383	المتوسط

ومن الجدول (5-1) الذي يمثل التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب التحصيل الدراسي في مدينة الرياض وبناءً على إجابات أفراد العينة يلاحظ الآتي:

1- تراوحت نسبة التحصيل الدراسي لعينة الدراسة ما بين تقدير ممتاز إلى جيد بين 11% إلى 56% بنسبة 98% لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض.

2- يمثل مستوى التحصيل الدراسي بتقدير ممتاز النسبة الأعلى لأفراد العينة بنسبة 56% في مدينة الرياض.

3- يأتي مستوى التحصيل الدراسي بتقدير جيد جداً ثانياً بنسبة 31%، ثم تقدير جيد بنسبة 11%.

4- أقل نسبة لمستوى التحصيل الدراسي كانت في تقدير مقبول بنسبة 1% في مدينة الرياض.

جدول (5-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب مستوى التحصيل

الدراسي

--	--

النسبة المئوية	عدد الأفراد	مستوى التحصيل الدراسي
56%	215	ممتاز
31%	119	جيد جداً
11%	41	جيد
1%	5	مقبول
1%	3	أقل من ذلك
100%	383	المجموع

ويوضح الجدول (6-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري للأسرة في مدينة الرياض ومنهما يلاحظ الآتي:

1- يمثل مستوى الدخل الشهري أكثر من 9000 ريال أعلى نسبة دخل للأسرة في مجتمع عينة الدراسة.

2- أن الدخل الشهري للأسرة في مجتمع العينة لأكثر من 9000 ريال يمثلون نسبة 60%.

3- يمثل مستوى الدخل الشهري أقل من 3000 ريال النسبة الأقل في مجتمع العينة بنسبة 7%.

4- أن التوزيع العددي لأفراد عينة الدراسة قد شمل كل فئات الدخل الشهري، مع تفاوت في نسبة الفئات، حيث كانت الفئة 12001 ريال فأكثر أعلى الفئات ممثلة في العينة لمدينة الرياض بنسبة 38%، وأقلها الفئة أقل من 3000 ريال بنسبة 7%.

جدول (6-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري للأسرة

		الدخل الشهري للأسرة
7%	27	أقل من 3000
18%	68	3000 - 6000
15%	56	6001 - 9000

12001 - 9001	85	22%
12001 فأكثر	147	38%
المجموع	383	100%

وتشير بيانات التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب مصدر دخل الأسرة في مدينة الرياض.

ويوضح الجدول (7-1) إلى أنّ الوظيفة الحكومية كمصدر لدخل الأسرة مثلت النسبة الأكثر في مجتمع عينة الدراسة في مدينة الرياض حيث مثلت نسبة 64% كأعلى نسبة في مصادر دخل الأسرة، ثم القطاع الخاص بنسبة 20%، وفي المرتبة الثالثة الحالة العملية في الأعمال الحرة بنسبة 14%، وفي المرتبة الأخيرة الأعمال الأخرى بنسبة 2% في مدينة الرياض.

جدول (7-1) التوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة الدراسة حسب مصدر دخل الأسرة

الحالة العملية		عدد الأفراد	النسبة المئوية
وظيفة حكومية		247	64%
قطاع خاص		75	20%
أعمال حرة		52	14%
أخرى		9	2%
المجموع		383	100%

أمّا فيما يتعلق بالتوزيع العددي والنسبي لأفراد عينة مجتمع الدراسة حسب نوع السكن في مدينة الرياض. فيلاحظ من الجدول (8-1) أنّ نوع السكن في فيلا يمثل النسبة الأكثر تمثيلاً للعينة في مدينة الرياض بما يساوي أكثر من نصف العدد الإجمالي للعينة بنسبة 60%، بينما مثل نوع السكن في شقة المرتبة الثانية بنسبة 24%، وفي المرتبة الثالثة نوع السكن في دور من مبنى بنسبة 17%.

جدول (8-1) التوزيع العددي النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب نوع السكن

نوع السكن		عدد الأفراد	النسبة المئوية
فيلا	228	60%	
دور	64	17%	
شقة	91	24%	
أخرى	0	0%	
المجموع	383	100%	

1-1-3 عوامل زيادة الطلب على الترويج في مدينة الرياض:

1-1-3-1 اهتمام الأسرة بالترويج:

يعد اهتمام الأسرة بالترويج وعمل برامج منظمة داخل الأسرة لممارسة الترويج، من عوامل زيادة الطلب على الترويج، وتشمل هذه البرامج السفر داخل المملكة، زيارة الأماكن السياحية والاثريّة والدينيّة، وزيارة المعارض، وعمل برامج داخل المنزل كالمسابقات والأعمال الفنيّة وغيرها.

تشير بيانات الجدول (9-1) إلى مستوى اهتمام الأسرة بعمل البرامج الترويجية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، ومنها نلاحظ الآتي:

1- أنّ اهتمام الأسرة الدائم بالبرامج الترويجية في مدينة الرياض يمثل نسبة 21% من مجتمع الدراسة، ويمثل الاهتمام بالبرامج الترويجية من حين إلى آخر أعلى نسبة لمستوى الاهتمام حيث بلغت النسبة 53%، أمّا مستوى اهتمام الأسرة بالبرامج الترويجية في فترات متباعدة فقد كانت نسبة 16%، كما أبرزت النتائج أنّ الأسرة التي لا تهتم أبداً بعمل البرامج الترويجية بلغت حينها في مدينة الرياض 10%. نستنتج مما سبق أنّ الاتجاه العام لمستوى اهتمام الأسرة بعمل البرامج الترويجية في مدينة الرياض بلغت نسبة 90% وهذا يدل على زيادة اهتمام الأسر ووعيها بأهمية الترويج، وهذه

النسبة عالية جداً مقارنة بالأسرة التي لا تهتم أبداً بعمل البرامج الترويجية لطالباتها في المرحلة الثانوية والتي بلغت نسبة 10%.

جدول (9-1) مستوى اهتمام الأسرة بعمل البرامج الترويجية

		مستوى الاهتمام
النسبة المئوية	عدد الأفراد	
21%	79	دائماً مهمة
53%	203	أحياناً
16%	61	في فترات متباعدة
10%	40	لا تهتم أبداً
100%	383	المجموع

1-1-3-2 المستوى الاقتصادي والترويج:

يبين الجدول (10-1) دور المستوى الاقتصادي لأسر طالبات المرحلة الثانوية في مدينة

الرياض في زيادة مستوى الفراغ، ومنهما نلاحظ الآتي:

- 1- أن المستوى الاقتصادي ليس له دور في زيادة وقت الفراغ بصورة عامة لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض حيث بلغت نسبة الطالبات اللاتي لا يؤثر مستواهن الاقتصادي في زيادة وقت فراغهن 44%. كأعلى نسبة مقارنة بدوره الدائم في زيادة وقت الفراغ بنسبة 7%. كما أن دور المستوى الاقتصادي يؤثر بعض الأحيان في زيادة وقت الفراغ وذلك بنسبة 37%. أما دور المستوى الاقتصادي في زيادة وقت الفراغ نادراً ما يحدث في مدينة الرياض بنسبة 11%.
- 2- أن تأثير المستوى الاقتصادي في زيادة وقت الفراغ بدرجاته المتفاوتة يكون بنسبة 66% لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض.
- 3- أما التأثير على إجمالي عينة الدراسة فإن دور المستوى الاقتصادي للأسرة في زيادة وقت الفراغ يكون بنسبة 55%.

جدول (1-10) تأثير المستوى الاقتصادي في زيادة وقت الفراغ

النسبة	العدد	تأثير المستوى الاقتصادي
7%	28	دائمًا
37%	143	أحيانًا
11%	42	نادرًا
44%	170	لا يؤثر
100%	383	المجموع

1-1-4 التطور التقني والترويج لمدينة الرياض:

يبين الجدول (1-11) درجة تأثير التطور التقني على نوعية الترويج لطالبات المرحلة

الثانوية في مدينة الرياض، ومنهما نلاحظ الآتي:

1- أنّ درجة تأثير التطور التقني على نوعية الترويج لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض عالية بنسبة 45%. بينما درجة التأثير متوسطة على نوعية الترويج بنسبة 49%. وتنخفض نسبة التأثير حيث تكون ضعيفة بنسبة 2%، أما انعدام تأثير درجة التطور التقني على نوعية الترويج لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض فقد بلغ نسبة 4%.

2- الاتجاه العام لعلاقة التطور التقني بنوعية الترويج تكون عالية إلى متوسطة بنسبة 94%. لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض.

3- أنّ متوسط درجة التأثير العالية إلى المتوسطة للتطور التقني على نوعية الترويج في منطقة الدراسة تكون بنسبة 91%.

جدول (1-11) درجة تأثير التطور التقني على نوعية الترويج

درجة تأثير التطور التقني على نوعية الترويج	
النسبة المئوية	عدد الأفراد
45%	174
عالية	

متوسطة	186	49%
ضعيفة	8	2%
لا يؤثر	15	4%
المجموع	383	100%

1-1-5 الأنماط الترويجية لطالبات مدينة الرياض:

1-1-5-1 الأنماط الترويجية حسب المكان والمسافة:

يتضمن هذا النمط ثلاثة أنواع من النشاطات الترويجية هي نشاط ترويجي داخل المنزل، ونشاط خارج المنزل سواء كان في مدينة الرياض أو مناطق المملكة الأخرى.

أ-النشاط الترويجي داخل المنزل:

يكون النشاط الترويجي داخل المنزل من خلال القيام بالأعمال المنزلية، أو القراءة والاطلاع، وكذلك الطبخ والأعمال المنزلية، وتربية الحيوانات الأليفة بالإضافة إلى الاهتمام ببعض الأعمال اليدوية والمشغولات الفنية. وهذه من الأنشطة التي تستهوي عدداً من الطالبات يجدن المتعة والفائدة في ممارستها، وقضاء وقت الفراغ في القيام بهذه الاعمال التي يراها عدد منهن ترويحاً ومتنفساً لهن وقت الفراغ.

ويشير الجدول (1-12) إلى مستوى توفر أنواع النشاطات الترويجية داخل المنزل

لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض ومنها نلاحظ الآتي:

1- أنّ القيام بالأعمال المنزلية متوفر بنسبة 57%، ومتوفر نوعاً ما بنسبة 31%، ومتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 4%. وبذلك نلاحظ أنّ 92% من الطالبات يتوفر لهنّ هذا النوع من النشاط مقارنة بنسبة 7%. لم يتوفر لهنّ، ونسبة من لا يعملن بهذا النشاط كانت صفر.

2- توفر النشاط الترويجي بالاطلاع والقراءة بنسبة 42%. إلى جانب توفره نوعاً ما بنسبة 33%. ومتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 8%، وبهذا يكون النشاط متوفر بمستويات متعددة بنسبة 83%، بينما تمثل نسبة عدم توفره 15%، ونسبة 2% لا يعلمن به.

3- القيام بالطبخ والأعمال المنزلية يتوفر بنسبة 55%، ويتوفر نوعاً ما بنسبة 28%، ويتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 5%، وبهذا يكون النشاط متوفر بمستويات متعددة بنسبة 88%، كما أنّ هناك نسبة 11% لا يتوفر لهنّ النشاط، ونسبة 1% لا يعلمن به.

4- تعد تربية الحيوانات الأليفة من نوع النشاطات الترويحية غير المتوفرة بنسبة 62%، كأعلى نسبة ضمن الأنشطة في عدم توفر أو ممارستها من قبل طالبات المرحلة الثانوية، بينما يتوفر بنسبة 15%، ويتوفر نوعاً ما بنسبة 16%، ويتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 5%، وبهذا يكون النشاط متوفر بمستويات متعددة بنسبة 36%، بينما نجد نسبة 2% لا يعلمن به.

5- الاهتمام ببعض الأعمال اليدوية والمشغولات الفنية من النشاطات الترويحية المنزلية التي تتوفر بنسبة 16%، ومتوفرة نوعاً ما بنسبة 36%، ومتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 8%، وبهذا يكون النشاط متوفر بمستويات متعددة بنسبة 60%، بينما لا تتوفر بنسبة 36%، وبنسبة 5% لا يعلمن بهذا النشاط.

6- بلغت نسبة مستوى توفر النشاط الترويحي داخل المنزل 37% بنسبة انحراف معياري 0.2%، بينما بلغت نسبة مستوى توفره نوع ما 29% وانحراف معياري 8%، في حين بلغت نسبة متوسط مستوى عدم توفره 26% وانحراف معياري 0.2%.

جدول (1-12) النشاط الترويحي داخل المنزل لطالبات المرحلة الثانوية

لا أعلم		متوفر لكنه غير مرضٍ		متوفر		متوفر نوعاً ما		غير متوفر		مستوى التوفر النشاط الترويحي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	

القيام بالأعمال المنزلية	28	7%	120	31%	218	57%	16	4%	1	0%
الإطلاع والقراءة	56	15%	127	33%	161	42%	31	8%	8	2%
الطبخ	42	11%	106	28%	211	55%	21	5%	3	1%
تربية الحيوانات الأليفة	237	62%	61	16%	57	15%	19	5%	9	2%
الاهتمام ببعض الأعمال اليدوية والمشغولات الفنية	139	36%	137	36%	60	16%	29	8%	18	5%
المتوسط	100	26%	110	29%	141	37%	23	6%	8	2%

ب-النشاط الترويحي خارج المنزل:

يتضمن هذا النمط عدة أنواع من النشاطات، والمتمثلة في التسوق وزيارة المهرجانات التسويقية، وزيارة الأهل والأصدقاء، وكذلك الملاهي والحدايق العامة والمتنزهات بالإضافة إلى القيام بالرحلات القصيرة مع الأهل إلى البر.

ونلاحظ أن هناك علاقة جغرافية بين ممارسة بعض هذه الأنشطة والإقبال عليها أكثر من غيرها، وبين أوقات ممارستها بمنطقة الدراسة التي تمتاز بارتفاع درجة الحرارة خاصة في فصل الصيف، مما يدعو الكثير من الطالبات إلى اختيار الأسواق والمهرجانات وزيارة الأهل والأصدقاء أكثر، خاصة في فصل الصيف، لما تمتاز به هذه الأماكن من اعتدال الجو كونها أماكن مغلقة.

ويشير الجدول (1-13) إلى أنواع النشاطات الترويجية خارج المنزل لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض خارج المنزل ومنهما نلاحظ الآتي:

1- توفر ممارسة التسوق والمهرجانات التسويقية بنسبة 48% وكذلك توفرها نوعاً ما بنسبة 39% بينما تتوفر لكن غير مرضٍ بنسبة 6%، لتصل نسبة توفره بمستويات متعددة بنسبة 93%، في حين لا تتوفر بنسبة 7% وبنسبة 1% لا يعلمن بهذا النشاط، وبذلك يعد نشاط ممارسة التسوق والمهرجانات التسويقية من أهم الأنشطة التي تمارس خارج المنزل وبنسبة عالية، ويرجع ذلك إلى جذب المجمعات التجارية الكثير من الطالبات وأسرهن، خاصة في فترة المواسم والإجازة الصيفية، نظراً لارتفاع درجة الحرارة في مدينة الرياض، وعدم ملاءمة الجو لقضاء وقت الفراغ وممارسة الترويج في الأماكن المفتوحة، لذلك تلجأ الطالبة للمجمعات التجارية والأسواق المغلقة لتوفر الجو المناسب لقضاء الوقت وممارسة الترويج.

2- تعد زيارة الأهل والأصدقاء من أكثر النشاطات الترويجية توفراً داخل المنزل بنسبة 73%، وتتوفر نوعاً ما بنسبة 17%، وبمستوى متوفر لكنه غير مرضٍ بنسبة 4%، وبهذا يكون توفر هذا النشاط بمستوياته المتعددة بنسبة 94%، في حين أن عدم توفر هذا النشاط بلغت نسبته 5%، ونسبة اللاتي لا يعلمن بهذا النشاط 1%، ويمكننا القول إن هذا النشاط الأعلى نسبة في الأنشطة الترويجية التي تمارسها الطالبة خارج المنزل، وهذا يرجع إلى طبيعة المجتمع والعلاقة الكبيرة التي تربط أفراد المجتمع ببعضه وعلاقة الطالبة القوية بالأهل والأصدقاء.

3- تمثل النشاطات الترويجية بزيارة الملاهي والحدايق العامة والمنتزهات من أنواع الترويج المهمة لطالبات مدينة الرياض حيث يتوفر بنسبة 73,41% ومتوفر نوعاً ما بنسبة 16,62% ومتوفر ولكن غير مرضٍ بنسبة 3,93%، وبهذا بلغت نسبة توفره بمستويات متعددة 90.63%، مقارنة بعدم توفره بنسبة 8.16%، بينما كانت نسبة اللاتي لا يعلمن بهذا النشاط 1.21%.

4- يعد القيام بالرحلات القصيرة مع الأهل إلى البر من أنواع النشاطات الترويحية التي تجذب اهتماماً من الأسرة حيث يتوفر بنسبة 57%، ومتوفر نوعاً ما بنسبة 27% إلى جانب توفره لكنّه غير مرضٍ بنسبة 6%، وبالتالي يتوفر بمستويات متعددة بمجموع 90%، بينما لا يتوفر بنسبة 10%، واللاقي لا يعلمن بهذا النشاط بنسبة 1%،

وبذلك نلاحظ أنّ نشاط القيام بالرحلات القصيرة مع الأهل إلى البر مرتفع رغم ارتفاع درجة الحرارة في بعض شهور السنة، إلا أن وقت انخفاض درجة الحرارة واعتدال الجو في فصلي الشتاء والربيع في المناطق البرية تجذب عدداً كبيراً من الطالبات مع أسرهن للتنزه والترويح وقضاء الوقت في مثل هذه الأماكن.

5- بلغت نسبة متوسط مستوى توفر النشاط الترويحي 57% بنسبة انحراف معياري 12%، وبمستوى توفر نوعاً ما بنسبة 28% وانحراف معياري 9%، مما يشير إلى تباين توفر هذه النشاطات لدى الطالبات، في حين انخفضت نسبة متوسط مستوى عدم توفرها إلى 8% وبنسبة انحراف معياري 2%.

جدول (1-13) النشاط الترويحي لطالبات المرحلة الثانوية خارج المنزل

مستوى التوفر		غير متوفر		متوفر نوعاً ما		متوفر		متوفر لكنّه غير مرضٍ		لا أعلم
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
27	7%	148	39%	184	48%	22	6%	2	1%	ممارسة التسوق والمهرجانات التسويقية
20	5%	64	17%	281	73%	15	4%	3	1%	زيارة الأهل والأصدقاء

الملاهي والخدائق العامة والمتنزهات	31	8%	119	31%	189	49%	39	10%	5	1%
القيام بالرحلات القصيرة مع الأهل في البر	39	10%	103	27%	216	57%	23	6%	2	1%
المتوسط	26	8%	90	28%	174	57%	33	7%	2	1%
الانحراف المعياري	7.9	2%	35	9%	44.6	12%	10.1	3%	1.4	0%

1-1-5-2 الأتماط الترويجية حسب التقنيات والأجهزة الالكترونية:

يشمل هذا النمط من الترويج مشاهدة التلفاز، والأفلام DVD، والألعاب الإلكترونية Play Station، وتصفح الإنترنت بالإضافة إلى برامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال. ومن الجدول (1-15) للأتماط الترويجية حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض نلاحظ الآتي:

1- توفر جميع أنواع النشاطات الترويجية المرتبطة بالتقنية والأجهزة الالكترونية بنسب تتراوح بين 65%-91% وبمتوسط 80% حيث بلغت نسبة توفر مشاهدة التلفاز والأفلام DVD 76% والألعاب الإلكترونية 65% وكذلك تصفح الإنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عن طريق هذه التقنية والتي تستهوي شريحة كبيرة من الفتيات بنسبة 89%، بينما مثلت برامج التواصل الاجتماعي على الجوال أعلى النسب بنسبة 91%.

2- توفر النشاط الترويجي حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية نوعاً ما بنسب تتراوح بين 5%-19% وبمتوسط 12%، حيث بلغت النسبة 14% لمشاهدة

التلفاز وافلام DVD ونسبة 19% للألعاب الإلكترونية وغيرها من الألعاب كأعلى نسبة، ونسبة 8% لتصفح الأنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عبره، ونسبة 5% لبرامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال.

3- توفر النشاط الترويجي حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية ولكن غير مرضٍ بنسب تتراوح بين صفر-5%، بمتوسط 2% حيث تشير البيانات إلى أنّ نشاط مشاهدة التلفاز والأفلام DVD متوفر لكنّه غير مرضٍ بنسبة 5% كأعلى نسبة، وكذلك الألعاب الإلكترونية Play Station وغيرها من الألعاب بنسبة 3%، ونسبة 1% لتصفح الأنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عبره ونسبة 1% لبرامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال.

4- أمّا عدم توفر هذا النوع من النشاط فيتراوح بنسب بين 2% - 9% بمتوسط 5% وهي نسبة منخفضة مقارنة بتوفرها إلى توفرها نوعاً ما التي يصل متوسطها إلى نسبة 92%، حيث كانت نسبة عدم توفر مشاهدة التلفاز وافلام DVD 4% والألعاب الإلكترونية وغيرها من الألعاب بنسبة 9% كأعلى نسبة وبنسبة 3% لتصفح الأنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية عبره وبنسبة 2% لبرامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال.

5- انخفاض نسبة عدم علم طالبات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض بهذه الأنواع من الأنشطة الإلكترونية بمتوسط نسبة 2% بنسب تتراوح بين 1% - 3%، حيث كانت نسبة مشاهدة التلفاز والأفلام DVD 2% وبنسبة 3% للألعاب الإلكترونية وغيرها من الألعاب وبنسبة 1% لكلٍ من تصفح الأنترنت والا الاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عبره، وبنسبة 1% لبرامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال.

6- توفر النشاطات الترويجية حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية بنسبة متوسط 80% وبانحراف معياري 0.1%، وبمستوى توفر نوعاً ما بلغت نسبته 12% وبانحراف معياري بنسبة 0.1%، بينما انخفضت نسبة متوسط عدم توفره 5%.

جدول (1-15) الأنماط الترويجية حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية لطالبات المرحلة

الثانوية

لا أعلم		متوفر لكنّه غير مرضي		متوفر		متوفر نوعاً ما		غير متوفر		مستوى التوفر النشاط الترويجي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
%2	7	%5	20	%76	289	%14	53	%4	14	مشاهدة التلفاز والأفلام DVD
%3	10	%4	14	%65	249	%19	74	%9	36	الألعاب الإلكترونية (PlayStation) وغيرها من الألعاب
%1	3	%1	2	%89	337	%8	29	%3	12	تصفح الإنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عبره
%1	3	%0	1	%91	349	%5	21	%2	8	برامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال
%2	6	%2	9	%80	306	%12	44	%5	18	المتوسط
%0.01	3.4	%0.02	9.3	%0.1	46	%0.1	24	%0.03	12.5	الانحراف المعياري

1-1-5-3 الأنماط الترويجية حسب الأغراض الترويجية:

يشمل هذا النوع من الأنماط الترويجية نشاط التسوق والبحث عن عمل تقوم الطالبة

بممارسته وقت فراغها، ونشاط الراحة والاستجمام، ونشاط المؤضة والتثقيف الذاتي.

أ- نشاط التسوق والبحث عن عمل:

يكون هذا النشاط من خلال متابعة النجوم وأخبار المؤضة والتسوق وكذلك البحث

عن فرص عمل في وقت الفراغ، ومن الجدول (1-16) للأنماط الترويجية حسب نشاط التسوق

والبحث عن عمل لفتيات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض نلاحظ الآتي:

- 1- توفر نشاط متابعة النجوم وأخبار الموضه بنسبة 50%، وتوفره نوعاً ما بنسبة 26%، ومتوفر لكنّه غير مرضٍ بنسبة 5%، لتصبح نسبة توفره بمستويات مختلفة 81%، مقارنة بعدم توفره بنسبة 16%، ولا علم للطالبات به بنسبة 2%.
- 2- انخفاض نسبة توفر نشاط البحث عن فرص عمل في وقت الفراغ وذلك بنسبة 14%، وتوفره نوعاً ما بنسبة 18%، ومتوفر لكنّه غير مرضٍ بنسبة 5%، لتصبح نسبة توفره بمستويات مختلفة 37%، مقارنة بعدم توفره بنسبة 57%، ولا علم للطالبات به بنسبة 6%.
- 3- متوسط توفر الانماط الترويجية حسب نشاط التسوق والبحث عن عمل 32% بانحراف معياري 0.3%، بينما بلغ متوسط عدم توفره 37% بانحراف معياري 0.3%.

جدول (1-16) الأنماط الترويجية حسب نشاط التسوق والبحث عن عمل لطالبات

المرحلة الثانية

لا أعلم		متوفر لكنّه غير مرضٍ		متوفر		متوفر نوعاً ما		غير متوفر		مستوى التوفر النشاط الترويجي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
2%	9	5%	20	50%	193	26%	100	16%	61	متابعة النجوم وأخبار الموضه
6%	23	5%	20	14%	52	18%	69	57%	219	البحث عن فرص عمل في وقت الفراغ
4%	16	5%	20	32%	122	22%	85	37%	140	المتوسط
0.03%	9.9	0	0	0.3%	99.7	0.1%	21.9	0.3%	111.7	الانحراف المعياري

ب- نشاط الراحة والاستجمام:

تتعدد أنواع نشاط الراحة والاستجمام بين الاهتمام بالوسائل الترويحية والتعليمية وممارسة الأنشطة الرياضية المفضلة بالإضافة إلى الاشتراك في المراكز الاجتماعية، ويشير الجدول (1-17) إلى الأنماط الترويحية حسب نشاط الراحة والاستجمام لطالبات المرحلة الثانوية لمدينة الرياض، ومنه نلاحظ الآتي:

1- بلغت نسبة توفر نشاط الاهتمام بالوسائل الترويحية والتعليمية نسبة 41%، إلى جانب توفرها نوعاً ما بنسبة 40%، وتوفرها لكن بشكل غير مرضٍ بنسبة 7%، وبذلك فإنّ وجود هذا النشاط بمستوياته المختلفة يكون بنسبة 88%، مقارنة بعدم توفره بنسبة 6%، بينما عدم علم الطالبات بهذا النوع من النشاط بنسبة 7%.

2- توفر ممارسة الأنشطة الرياضية المفضلة بنسبة 38%، وتوفرها نوعاً ما بنسبة 37%، أمّا توفرها لكنّه بشكل غير مرضٍ بنسبة 8%، لتصبح نسبة توفر هذه الأنشطة بمستوياتها المختلفة 83%، في حين بلغت نسبة عدم توفرها 15%، ولا علم للطالبات بهذه الأنشطة بنسبة 2%.

3- عدم توفر نشاط الاشتراك في المراكز الاجتماعية بنسبة 52%، بينما بلغت نسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 7%، وتنخفض نسبة توفره إلى 11%، وتوفره نوعاً ما بنسبة 26%، وتوفره لكنه غير مرضٍ بنسبة 4% وبذلك فإنّ توفر هذا النشاط يكون بنسبة 41%.

4- بلغت نسبة متوسط مستوى توفر نشاط الراحة والاستجمام 30% وبانحراف معياري 0.2% مقارنة بنسبة متوسط عدم توفره 24% وبانحراف معياري 0.2% لأنماط الترويح لنشاط الراحة والاستجمام، وقد بلغت أعلى نسبة متوسط في مستوى توفره نوعاً ما وذلك بمتوسط 34% وبانحراف معياري 0.1%.

جدول (1-17) الأنماط الترويحية حسب نشاط الراحة والاستجمام لطالبات المرحلة

الثانوية

لا أعلم		متوفر لكنّه غير مرضٍ		متوفر		متوفر نوعاً ما		غير متوفر		مستوى التوفر	النشاط الترويجي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
%7	25	%7	25	%41	157	%40	154	%6	22		ممارسة الترويج بالوسائل الترويجية والتعليمية
%2	8	%8	32	%38	146	%37	141	%15	56		ممارسة الأنشطة الرياضية المفضلة
%7	28	%4	16	%11	40	%26	101	%52	198		الاشتراك في المراكز الاجتماعية
%5	20	%6	24	%30	115	%34	132	%24	92		المتوسط
%0.03	10.8	%0.02	8	%0.2	64.6	%0.1	27.6	%0.2	93.4		الانحراف المعياري

ج- نشاط زيادة المعرفة والتثقيف الذاتي:

يهدف هذا النوع من النشاطات إلى زيادة المعرفة والثقافة وذلك من خلال السياحة الداخلية بزيارة مناطق المملكة السياحية والتاريخية والاهتمام بالعروض المسرحية والبرامج السياحية التي تنظمها البلديات والهيئة العليا للسياحة، وكذلك الأيام الثقافية إلى جانب تعلم اللغات الأجنبية والمهن، بالإضافة إلى الاستماع للأناشيد والشعر ومتابعة البرامج الإذاعية. ومن الجدول (1-18) لأنماط الترويج حسب نشاط زيادة المعرفة والتثقيف الذاتي لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض نلاحظ الآتي:

- 1- توفر ممارسة السياحة الداخلية والتعرف على مناطق المملكة السياحية والتاريخية بنسبة 19%، وتوفرها نوعاً ما بنسبة 43%، بالإضافة إلى توفرها لكن بشكل غير مرضٍ بنسبة 8%، وبذلك نجد أنّ هذا النشاط يتوفر بنسبة 70%، مقابل عدم توفره بنسبة 27%، بينما تبلغ نسبة عدم علم الطالبات به 2%.
- 2- أنّ الاهتمام بالعروض المسرحية والبرامج السياحية التي توفرها البلدية غير متوفر بنسبة 49%، إلى جانب عدم علم الطالبات بوجود هذا النشاط بنسبة 5%، مقابل توفره

بدرجات متفاوتة بنسبة 46% حيث يتوفر بنسبة 9%، وتوفره نوعاً ما بنسبة 29%، بالإضافة إلى توفره لكن بشكل غير مرضٍ بنسبة 8%.

3- توفر الاهتمام بالبرامج الدينية عبر المحاضرات والندوات والكتب والأشرطة المسموعة والمرئية بنسبة 31%، وكذلك توفرها نوعاً ما بنسبة 51%، وبشكل غير مرضٍ بنسبة 4%، ليصبح توفر هذا النشاط بنسبة 86%، بينما غير متوفر بنسبة 11%، في حين تبلغ نسبة عدم علم الطالبات به 2%.

4- أنّ دراسة اللغات الأجنبية وتعلم المهن الجديدة كانشاط ترويجي متوفرة نوعاً ما بنسبة 35%، وتتوفر بنسبة 28%، ومتوفرة بشكل غير مرضٍ بنسبة 4%، وبذلك فهي تتوفر بمستويات متفاوتة بنسبة 67%، مقابل عدم توفرها بنسبة 31%. ولا علم للطالبات بنسبة 2%.

5- أنّ نشاط الاستماع للأناشيد والشعر متوفر بنسبة 39%، ومتوفر نوعاً ما بنسبة 31%، وكذلك توفره لكنه غير مرضٍ بنسبة 4%، بمجموع نسبة توفره 74%، بينما تبلغ نسبة عدم توفره 22%، ولا علم للطالبات بهذا النشاط بنسبة 4%.

6- انخفاض نسبة توفر نشاط متابعة البرامج الإذاعية إلى 19%، مقارنة بنسبة عدم توفرها بنسبة 24%، في حين تتوفر نوعاً ما بنسبة 39%، وكذلك بشكل غير مرضٍ بنسبة 11%، بينما لا علم للطالبات بهذا النشاط بنسبة 7%.

7- أنّ الاتجاه العام لنسبة متوسط مستوى توفر النشاط هو توفره نوعاً ما، وذلك بنسبة 38% وبانحراف معياري 0.1%، بينما تمثل نسبة متوسط مستوى عدم توفره المرتبة الثانية بنسبة 28% وبانحراف معياري 0.1% مقارنة بمستوى توفره بنسبة متوسطة 24% وبانحراف معياري 0.1%.

جدول (1-18) الأنماط الترويجية حسب نشاط زيادة المعرفة والتثقيف الذاتي لطالبات

المرحلة الثانوية

مستوى التوفر		غير متوفر		متوفر نوعاً ما		متوفر		متوفر لكنّه غير مرضٍ		لا أعلم
النشاط الترويجي	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
ممارسة السياحة الداخلية والتعرف على	105	27%	16	43%	74	19%	32	8%	6	2%

مناطق المملكة السياحية والتاريخية										
186	49%	111	29%	34	9%	29	8%	21	5%	الاهتمام بالعروض المسرحية والبرامج السياحية التي توفرها البلديات
44	11%	196	51%	119	31%	15	4%	9	2%	الاهتمام بالبرامج الدينية عبر (المحاضرات والندوات والكتب والأشرطة المسموعة والمرئية)
120	31%	136	35%	106	28%	14	4%	7	2%	دراسة لغة أجنبية أو مهنة جديدة
84	22%	117	31%	150	39%	16	4%	15	4%	الاستماع للأناشيد والشعر
90	24%	148	39%	74	19%	43	11%	28	7%	متابعة البرامج الإذاعية
105	28%	146	38%	93	24%	25	7%	14	4%	المتوسط
47.3	0.1%	31.7	0.1%	40.7	0.1%	11.8	0.03%	8.8	0.02%	الانحراف المعياري

1-1-6 مستقبل النشاط الترويجي لطالبات مدينة الرياض:

أ- الأنشطة والمتطلبات الترويجية:

للأنشطة والمتطلبات الترويجية دور في زيادة فرص الترويج لطالبات المرحلة الثانوية في منطقة الدراسة، حيث تشمل تفعيل دور السياحة الداخلية وذلك من خلال عمل المهرجانات الصيفية التي تعكس الثقافة والتراث سواء كان ذلك على مستوى منطقة الدراسة أو المملكة، إلى جانب المهرجانات التسويقية التي تقام داخل المجمعات التجارية، كما يمكن زيادة فرص الترويج بتفعيل دور مشاركة الطالبات في الجمعيات الوطنية والخيرية، أيضاً يتطلب زيادة فرص

الترويج زيادة الثقافة التوعوية للأسر بأهمية ملء وقت فراغ الفتيات سواء كان ذلك بتنوع النشاطات الترويجية داخل المنزل أو خارجه، إلى جانب أهمية إنشاء شركات خاصة تعمل على تنظيم برامج سياحية خارجية للأسر تناسب مع ميول الفتيات وعمرهن، ولأهمية مشاركة طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض في التعرف على أهمية هذه الأنشطة والمتطلبات كانت نتائج استعراض آرائهن كما في الجدول (1-19) لطالبات مدينة الرياض، ومن خلال هذا الجدول نلاحظ الآتي:

- 1- أن أهمية تفعيل دور السياحة الداخلية من خلال عمل المهرجانات المتخصصة للسياحة والثقافة والتراث بلغت نسبتها 68% بمستويات مختلفة (مهم جداً، مهم، مهم نوعاً ما)، حيث بلغت نسبة مهم جداً 24%، ومهم بنسبة 13%، ومهم نوعاً ما بنسبة 31%، بينما بلغت نسبة غير مهم 26%، كما بلغت نسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 7%.
- 2- بلغت نسبة أهمية عمل المهرجانات التسويقية والثقافية بصورة دورية بمستويات مختلفة 84%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 44%، ومهم بنسبة 15%، ونسبة مهم نوعاً ما 25%، بينما بلغت نسبة غير مهم 13%، كما بلغت نسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 3%.
- 3- بلغت نسبة أهمية تفعيل دور المشاركة في الجمعيات الوطنية والخيرية بمستويات مختلفة 90%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 37%، ومهم بنسبة 27%، ونسبة مهم نوعاً ما 26%، بينما بلغت نسبة غير مهم 7%، ونسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 3%.
- 4- بلغت نسبة أهمية زيادة الثقافة التوعوية للأسر بأهمية ملء وقت فراغ الطالبات بمستويات مختلفة 91%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 34%، ونسبة مهم 39%، ونسبة مهم نوعاً ما 18%، بينما بلغت نسبة غير مهم 8%، ونسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 2%.

5- بلغت نسبة أهمية إنشاء شركات خاصة تعمل على عمل برامج سياحية خارجية بمستويات مختلفة 78%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 33%، ونسبة مهم 15%، ونسبة مهم نوعاً ما 30%، بينما بلغت نسبة غير مهم 15%، ونسبة عدم علم الطالبات بهذا النشاط 7%.

6- الأنشطة الترويجية التي تزيد من فرص الترويج متوفرة ولكنها غير مرضية إذ يرى 34% منهن في نسبة المتوسط العام لمستوى توفر النشاطات الترويجية بعدم رضائهن عن مستوى توفرها وذلك بانحراف معياري 0.1% مما يشير إلى عدم وجود تباين عن مستوى الرضا لجميع فرص النشاطات الترويجية، بينما بلغت نسبة متوسط مستوى توفرها 22% بانحراف معياري 0.1%.

جدول (1-19) زيادة فرص الترويج للطالبات

لا أعلم		متوفر لكنه غير مرضٍ		متوفر		متوفر نوعاً ما		غير متوفر		مستوى التوفر	النشاط الترويجي
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
7%	28	24%	91	13%	49	31%	117	26%	98		تفعيل دور السياحة الداخلية من خلال عمل مهرجانات متخصصة للسياحة والثقافة والتراث
3%	12	44%	169	15%	58	25%	95	13%	50		عمل المهرجانات التسويقية والثقافية بصورة دورية
3%	12	37%	140	27%	105	26%	101	7%	25		تفعيل دور المشاركة في الجمعيات الوطنية والخيرية

زيادة الثقافة التوعوية للأسر بأهمية ملء وقت فراغ الطالبات	29	8%	69	18%	149	39%	128	34%	7	2%
إنشاء شركات خاصة تعمل على عمل برامج سياحية خارجية	57	15%	115	30%	59	15%	126	33%	27	7%
المتوسط	52	14%	99	26%	84	22%	131	34%	17	4%
الانحراف المعياري	29.2	0.1%	19.4	0.1%	42.4	0.1%	28.1	0.1%	9.6	0.02%

ب-الطلب على الخدمات في أماكن الترويج:

هناك متطلبات وخدمات يجب توافرها في أماكن الترويج وكذلك رفع كفاءتها بما يتناسب مع راحة زوارها، ومن أهم هذه المتطلبات توفر المنتزهات وحدائق الحيوان وحدائق العامة، والمراكز الثقافية والرياضية الخاصة بالفتيات، بالإضافة إلى معاهد التدريب وأماكن ومراكز ممارسة الهوايات مما يساعد على تطوير وزيادة فرص الترويج. ويبين الجدول (20-1) مستوى أهمية المتطلبات والخدمات والأنشطة التي يجب توافرها في أماكن الترويج لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض ومنه نلاحظ الآتي:

- 1- أهمية توفر المنتزهات وحدائق الحيوان وحدائق العامة بلغت نسبة أهميتها 92%، بمستويات مختلفة (مهم جداً-مهم-مهم نوعاً ما)، حيث بلغت نسبة مهم جداً 43% أعلى نسبة، ومهم 28%، ومهم نوعاً ما 21%، بينما كانت نسبة غير مهم 7%، ونسبة عدم علم الطالبات 2%.
- 2- بلغت نسبة أهمية إنشاء مراكز ثقافية ورياضية للفتيات بمستويات مختلفة 95%، فقد بلغت نسبة مهم جداً 32%، مهم 56% أعلى نسبة، ومهم نوعاً ما 7%، بينما بلغت نسبة غير مهم 5%، ونسبة عدم علم الطالبات 1%.
- 3- بلغت نسبة زيادة الطلب على عمل معاهد تدريبية تملأ وقت فراغ الفتيات بمستويات مختلفة 95%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 32%، ومهم 54% وهي النسبة الأعلى، ومهم نوعاً ما 9%، بينما بلغت نسبة غير مهم 4%، ونسبة عدم علم الطالبات 1%.

- 4- بلغت أهمية توفر أماكن ومراكز ممارسة الهويات الخاصة بالطالبات بمستويات مختلفة 96%، حيث بلغت نسبة مهم جداً 32%، ومهم 54%، ومهم نوعاً ما 10%، بينما بلغت نسبة غير مهم 3%، ونسبة عدم علم الطالبات 1%.
- 5- بلغت نسبة المتوسط العام لمستوى توفر الخدمات في أماكن الترويح 48% بانحراف معياري 0.1%، وكذلك بمستوى متوفر ولكنه غير مرض بنسبة متوسط 35% وبانحراف معياري 0.1%، وعليه فإن هناك توفراً للخدمات في أماكن الترويح لدى جميع الفئات على نحو سواء.

جدول (1-20) الطلب على الخدمات في أماكن الترويح ورفع كفاءتها للطالبات

مستوى التوفر		غير متوفر		متوفر نوعاً ما		متوفر		متوفر لكنّه غير مرضٍ		لا أعلم
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
النشاط الترويحي		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
توفير المنتزهات وحدائق الحيوان والحدايق العامة		7%	25	21%	80	28%	10	43%	16	2%
إنشاء مراكز ثقافية ورياضية للطالبات		5%	20	7%	25	56%	21	32%	12	1%
عمل معاهد تدريبية تملأ وقت الفراغ للطالبات		4%	15	9%	36	54%	20	32%	12	1%
توفير أماكن ومراكز ممارسة		3%	10	10%	39	54%	20	32%	12	1%

الهوايات الخاصة بالطلّبات										
المتوسط	18	5%	45	12%	18	48%	13	35%	4	1%
الانحراف المعياري	6.5	0.01%	24.1	0.1%	51.1	0.1%	21.7	0.1%	1.8	0.01%

ج-متطلبات توفير الفرص الترويحية لطلّبات مدينة الرياض:

تتمثل هذه المتطلبات في أنواع النشاطات الترويحية التي ترغب الطّالبات في منطقة الدراسة إضافتها للخدمات الترويحية لتوفير الترويج المناسب لهنّ، والتي يمكن تصنيفها إلى نشاطات ترويحية داخل المدرسة، وتسويقية، وثقافية، ومجتمعية، ورياضية، وترفيهية، ومهنية حيث يبين الشكل (1-21) متطلبات النشاطات الترويحية داخل المدرسة والمجتمعية لدى طّالبات مدينة الرياض. ويتضمن الجدول (1-21) هذه المتطلبات مصنفة حسب إجابات الطّالبات حيث نلاحظ المتطلبات التالية:

متطلبات ترويحية داخل المدرسة:

تتعد متطلبات الطّالبات في مدينة الرياض للأنشطة التي يرغبن في توفرها داخل المدرسة للترويج وقضاء وقت الفراغ، ومن هذه المتطلبات إعطاء الفرصة لممارسة الرياضة داخل المدرسة وتوفير المسابح والملاعب، كملاعب كرة القدم، والطائرة، وكرة السلة، وتوفير الوسائل والأدوات الرياضية، بالإضافة إلى توفير وسائل التسلية والترفيه وأدواتها، كالشاشات التلفزيونية لعرض بعض الأفلام والمواد العلمية للطّالبات، كما طالبن بتوفير الألعاب الإلكترونية بجميع أنواعها، وإنشاء مكاتب داخل المدرسة للاستفادة منها وقت الفراغ وممارسة هواية القراءة، والسماح للطّالبات بإحضار الأجهزة الذكية إلى المدرسة، وأخيراً المطالبة بإقامة يوم مفتوح للترويج بعيداً عن اليوم الدراسي المعتاد.

● متطلبات ترويجية في مجال التسوق:

كانت متطلبات الطالبات في مدينة الرياض لهذه الأنشطة التي يرغبن توفرها في مجال التسوق للترويج وقضاء وقت الفراغ، حيث طالبن بإقامة أسواق ومجمعات خاصة بالنساء والفتيات.

● متطلبات ترويجية ثقافية:

تتعدد متطلبات الطالبات في مدينة الرياض للأنشطة الثقافية التي يرغبن توفرها لقضاء وقت الفراغ وممارسة نشاط الترويج، ومن أهم هذه المتطلبات، إقامة المسرحيات النسائية، وإقامة أنشطة، ومهرجانات، ومعارض خاصة لعرض مواهب الطالبات وإنتاجهن في مجالات مختلفة، وفتح معاهد تدريبية وثقافية لإقامة الدورات المتخصصة للطالبات في شتى المجالات، فتح معاهد وإقامة دورات للغات الأجنبية، وإنشاء مكاتب خاصة بالطالبات (نسائية) داخل الأحياء.

● متطلبات ترويجية مهنية:

اقتصرت متطلبات الطالبات في مدينة الرياض على الأنشطة الترويجية التي لها علاقة بالمهنة أو العمل في إنشاء أماكن عمل للطالبات.

● متطلبات ترويجية رياضية:

تتعدد المتطلبات الترويجية الرياضية للطالبات في مدينة الرياض وكان أهمها إنشاء اندية ومراكز رياضية للطالبات، وتوفير أماكن خاصة للطالبات لممارسة رياضة ركوب الخيل، وإنشاء أماكن خاصة للطالبات لممارسه هواية المشي.

● متطلبات ترويجية ترفيهية:

تعددت المتطلبات الترفيهية لممارسه الترويج وقضاء وقت الفراغ لدى طالبات مدينة الرياض، وكان أهمها وأكثرها تكراراً عند الطالبات توفير أماكن خاصه للطالبات للأنشطة الترفيهية والملاهي، وتنظيم رحلات مدرسية، وتوفير مقاهي خاصة بالطالبات (نسائية)، وحدائق خاصة للطالبات (نسائية)، وعمل برامج تهتم بالهوايات المختلفة لدى الطالبات، وكان من المتطلبات التي تكررت كثيراً هو فتح سينما خاصة للطالبات (نسائية).

كانت هذه أهم ما تطلبه الطالبة في مدينة الرياض في مجال الترويج والترفيه.

● متطلبات ترويجه مجتمعية:

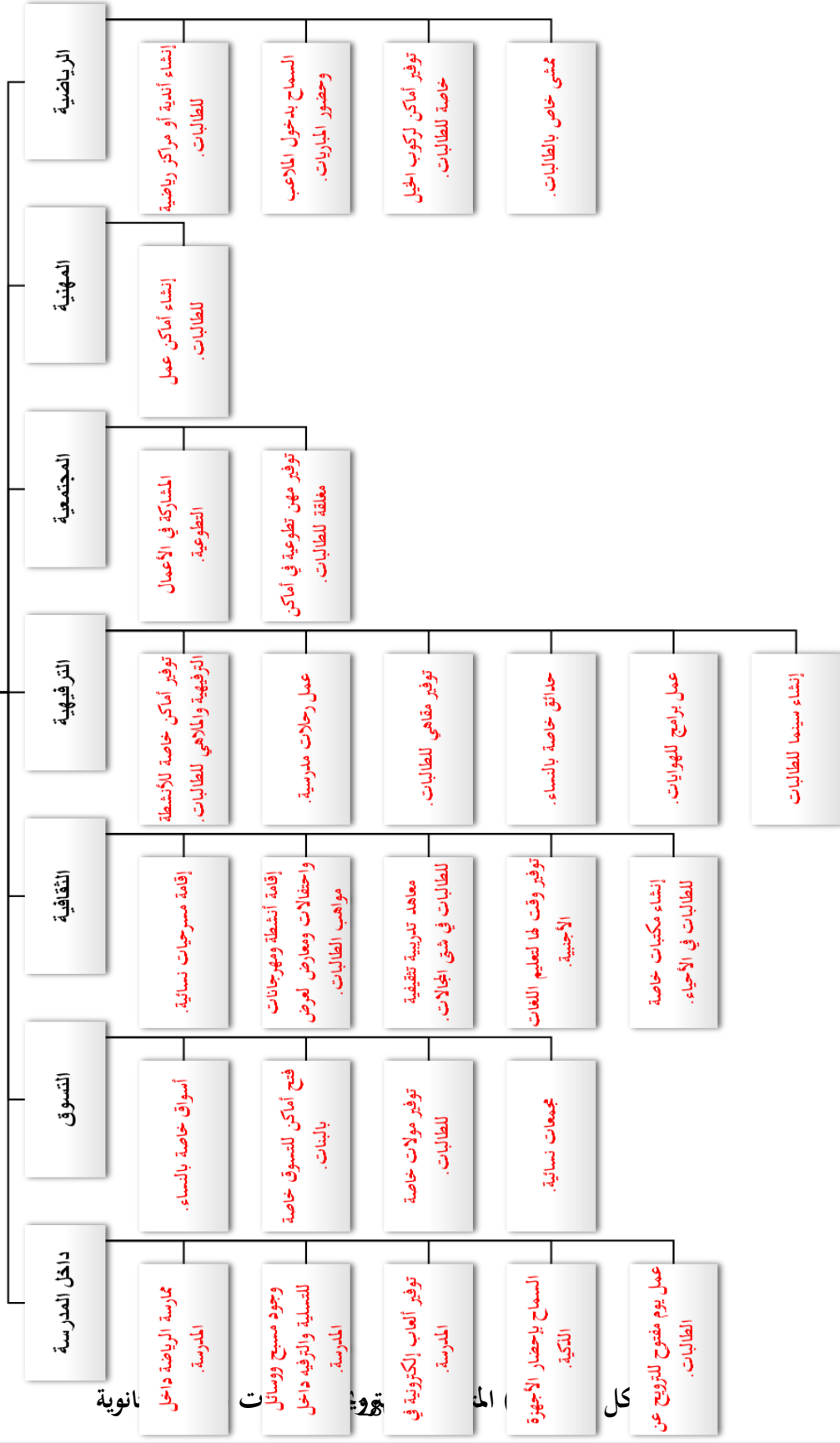
يلاحظ أن المتطلبات الترويجية في مجال خدمه المجتمع كانت محدودة رغم تكرارها عند معظم الطالبات في مدينة الرياض وكان أهمها المشاركة في الاعمال التطوعية بالإضافة إلى الرغبة في توفير مهن تطوعية في أماكن مغلقة للطالبات.

جدول (1-21) متطلبات توفير الفرص الترويجية

المتطلبات الترويجية	مجال النشاط المقترح للطالبات
داخل المدرسة	<ul style="list-style-type: none"> - ممارسة الرياضة داخل المدرسة. - وجود مسبح ووسائل للتسليه والترفيه داخل المدرسة. - توفير ألعاب إلكترونية في المدرسة. - إنشاء مكاتب داخل المدرسة. - السماح بإحضار الأجهزة الذكية. - عمل يوم مفتوح للترويج عن الطالبات.
التسوق	<ul style="list-style-type: none"> - أسواق خاصة بالنساء. - فتح أماكن للتسوق خاصة بالبنات. - توفير مولات خاصة للطالبات. - مجموعات نسائية.
ثقافية	<ul style="list-style-type: none"> - إقامة مسرحيات نسائية. - إقامة أنشطة ومهرجانات واحتفالات ومعارض لعرض مواهب الطالبات. - معاهد تدريبية تثقيفية للطالبات في شتى المجالات. - توفير وقت لها لتعليم اللغات الأجنبية. - إنشاء مكاتب خاصة للطالبات في الأحياء.
المهنية	<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء أماكن عمل للطالبات.

<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء أندية أو مراكز رياضية للطلّبات. - السماح بدخول الملاعب وحضور المباريات. - توفير أماكن لركوب الخيل خاصة للطلّبات. - ممشى خاص بالطلّبات. 	<p>رياضية</p>
<ul style="list-style-type: none"> - توفير أماكن خاصة للأنشطة الترفيهية والملاهي للطلّبات. - عمل رحلات مدرسية. - توفير مقاهي للطلّبات. - حدائق خاصة بالنساء. - عمل برامج للهوايات. - إنشاء سينما للطلّبات 	<p>ترفيهية</p>
<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة في الأعمال التطوعية. - 	<p>مجتمعية</p>

المتطلبات الترويحية لطالبات مدينة الرياض



تأنيوت

ت

ت

ت

ت

خاتمة البحث

دراسة الترويج لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض هدفت إلى التعرف على الأنماط الترويجية التي تخص طالبات المرحلة الثانوية لما لها من أهمية اجتماعية لهذه الفئة العمرية وما يترتب عليها من تأثير على نوع وسلوك الترويج لدى الفتيات في هذه المرحلة خاصة مع التطور التقني وتزايد وقت الفراغ، وربط ذلك بتأثير الاختلافات البيئية في السلوك الترويجي، إلى جانب ذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على الأنشطة والمتطلبات الترويجية التي ترغب طالبة المرحلة الثانوية في توفرها.

1 نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- هناك العديد من الأنماط الترويجية لطالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، والمتمثلة في النمط الترويجي حسب المكان والمسافة، والنمط الترويجي حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية بالإضافة إلى الأنماط الترويجية حسب الغرض من الترويج.

2- تتضمن نمط الترويج حسب المكان والمسافة ثلاثة أنواع من النشاطات الترويجية هي: نشاط ترويجي داخل المنزل وخارجه. تشمل النشاطات الترويجية داخل المنزل القيام بالأعمال المنزلية والاطلاع والقراءة والطبخ والأعمال المنزلية، أما النشاط الترويجي خارج المنزل فقد تضمن ممارسة التسوق وزيارة المهرجانات التسويقية وزيارة الأهل والأصدقاء إلى جانب الملاهي والحدايق العامة والمتنزهات والرحلات القصيرة إلى البر.

3- يشمل نشاط الترويج حسب التقنيات والأجهزة الإلكترونية نشاطات مشاهدة التلفاز والألعاب الإلكترونية وتصفح الإنترنت إلى جانب برامج التواصل الاجتماعي عبر الجوال، حيث بينت نتائج تحليل البيانات توفر جميع أنواع النشاطات بمستويات مختلفة بنسبة 94% لمدينة الرياض.

4- تعدد النشاطات الترويجية حسب الغرض من الترويج وتتضمن التسوق والبحث عن عمل والراحة والاستجمام ونشاط متابعة الموضة والتثقيف الذاتي، حيث أشارت النتائج إلى توفر نشاط

التسوق والبحث عن عمل في وقت الفراغ بمستويات متفاوتة لطالبات مدينة الرياض بنسبة 59%.

5- تمثل نشاطات الراحة والاستجمام في ممارسة الأنشطة الرياضية والاشتراك في المراكز الاجتماعية، حيث تتوفر بمستويات متفاوتة بنسبة 83%.

6- الاهتمام بنشاط زيادة المعرفة والثقيف الذاتي يكون من خلال زيارة المناطق التاريخية والبرامج الثقافية وتعلم اللغات الأجنبية ومتابعة البرامج الإذاعية، والتي بلغت متوسط نسبة توفرها في مدينة الرياض 69%.

7- أثر التطور التقني في السلوك الترويحي وتعدد وسائله، فقد أظهرت النتائج اهتمام طالبات المرحلة الثانوية في منطقة الدراسة بمشاهدة التلفاز وأفلام DVD وتصفح الإنترنت والاستفادة من الوسائل الترويجية المتوفرة عبره وبرامج التواصل الاجتماعي من خلال الجوال، حيث مثلت هذه النشاطات أعلى نسبة توفر بنسبة 94%.

ويعد هذا النشاط من أعلى النشاطات التي تمارسها الطالبة في منطقة الدراسة.

8- اهتمام الأسرة بعمل البرامج الترويجية حيث بلغت نسبة الاهتمام 90% في منطقة الدراسة.
9- أنّ المستوى الاقتصادي للأسرة كان له دور في زيادة وقت الفراغ لطالبات المرحلة الثانوية في منطقة الدراسة.

10- وعي طالبات المرحلة الثانوية في منطقة الدراسة بأهمية تفعيل الأنشطة الترويجية وزيادة فرص الترويج، وأهمية الطلب على الخدمات في أماكن الترويج ورفع كفاءتها.

11- المتطلبات في أنواع النشاطات الترويجية التي ترغب الطالبات في توفرها لزيادة الطلب على الترويج تتمثل في نشاطات ترويجية داخل المدرسة مثل الأنشطة الرياضية، والتسويقية مثل فتح أماكن للتسوق خاصة بالنساء، والثقافية كإقامة مسرحيات نسائية، والمهنية والرياضية.

2 توصيات الدراسة:

- بناءً على هذه النتائج توصي الدراسة بالآتي:
2. تفعيل الأنشطة الترويجية داخل المدارس لطالبات المرحلة الثانوية كالألعاب الرياضية والمكتبات، والاهتمام بالأسابيع والبرامج الثقافية، من قبل وزارة التربية والتعليم وتوجيه المدارس بتفعيل ذلك.
 3. الاهتمام بخصوصية النساء في أماكن التسوق، وذلك بتوفير الأسواق والمحلات التجارية والمقاهي الخاصة بالنساء، تحت مظلة وزارة التجارة.
 4. التخطيط لإقامة الأنشطة والمهرجانات النسائية التي تعكس مواهب الطالبات ضمن البرامج الثقافية التي تنفذها الجهات الحكومية المهتمة بالنشاطات الثقافية والاجتماعية، مثل هيئة السياحة، وزارة الثقافة والاعلام، وغيرها من الجهات المعنية.
 5. توفير المعاهد التدريبية لتعليم الأنشطة المنزلية واللغات لتدريب طالبات المرحلة الثانوية في أوقات الفراغ، ويكون ذلك عن طريق القطاع الخاص، كجزء من دوره في الخدمة المجتمعية.
 6. إيجاد فرص عمل لطالبات المرحلة الثانوية في الفترات المسائية وفي الإجازات السنوية.
 7. تخصيص أندية ومراكز رياضية للطالبات من قبل الهيئة العامة للرياضة، وتوفير أماكن لركوب الخيل ورياضة المشي.
 8. توفير أماكن خاصة للأنشطة الترفيهية والحدائق والمقاهي الخاصة بالطالبات.
 9. توسيع فرص مشاركة الطالبات في المرحلة الثانوية في الأعمال التطوعية.

المراجع العربية

- أبو داود، عبد الرزاق سليمان، وزعزوع، ليلي صالح. (1428هـ). السياحة والترويج في جدة: المفاهيم والسياسات والموارد. ط1. بيروت: الدار العربية للعلوم.
- أبو داود، عبد الرزاق سليمان. (1998م). تصنيف وتوزيع الخدمات الترويجية في مدينة جدة. مجلة البحوث والدراسات العربية، ع(29) صص(288-241).
- أبو داود، عبد الرزاق سليمان. (1423هـ). تطور السياحة في محافظة جدة: دراسة في الجغرافيا السياحية، (سلسلة بحوث جغرافية)، الجمعية الجغرافية السعودية، ع 8، ص ص 1-113.
- أبو صالح، محمد صبحي، وعوض، عدنان محمد. (1990م). مقدمة في الإحصاء. عمان: مركز الكتب الأردني.

- الباحسين، احمد. (1406هـ). **أوقات الفراغ لدى الشباب: دراسة وصفية تحليلية لمدينة الرياض**. رسالة ماجستير، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- البارقي، شريفة هيازع. (1432هـ). **السلوكيات الترويحية للسياح القادمين من منطقة عسير إلى محافظة جدة**. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- بدر، عبد المنعم محمد. (1983م). **مشكلة أوقات الفراغ في السعودية**. *مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية*، السنة الثانية، ع(2). صص (335-385).
- بدر، عبد المنعم محمد. (1985م). **مشكلة أوقات الفراغ واتجاهات الترويح: دراسة على مدينة الرياض وما حولها من ريف وبادية**.
- بسيوني، فاروق؛ وأحمد، زكريا؛ وطاهر، صلاح الدين. (1983م). **استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب في قطر، ندوة استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب، الدوحة، قطر: جامعة الدول العربية**.
- البشري، محمد بن شديد. (1418هـ). **الأنشطة الترويحية لدى طلاب المرحلة الثانوية**. *مجلة التوثيق التربوي، السعودية*، ع(39). صص (58 - 67).
- بكر، سيد. (1408هـ). **تطور الخدمات الترويحية في مدينة جدة**. *مجلس البحث العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة*.
- الجاسر، لميعة عبد العزيز. (2000م). **السياحة والتنزه في حاضرة الدمام: دراسة جغرافية لواقع النشاط السياحي لخصائص السياح وسلوكياتهم**. رسالة دكتوراه، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، الرياض.
- جامعة الملك عبد العزيز، (1397هـ). **دراسة مركز البحوث التربوية والنفسية بجامعة الملك عبد العزيز بالتعاون مع الرئاسة العامة للشباب**. جدة.
- خليفة، إبراهيم والحسن، إدريس. (1410هـ). **الترويح في المجتمع العربي السعودي**. مركز البحوث، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.
- درويش، كمال، والحويلي، امين. (1410هـ). **أصول الترويح وأوقات الفراغ: مدخل العلوم الإنسانية**. دار الفكر العربي.
- الدليمي، خلف حسين علي. (1432هـ). **الاتجاهات الحديثة في البحث العلمي الجغرافي**. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- زهران، هناء حامد. (2004م). **الثقافة السياحية وبرامج تنميتها**. بيروت: عالم الكتب.
- الزوكة، محمد خميس. (1992م). **صناعة السياحة من المنظور الجغرافي**. ط3. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- ساسبي، كمال. (1983م). **استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب، ندوة استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب، الدوحة، قطر: جامعة الدول العربية**.
- السدحان، عبد الله ناصر. (2005م). **التطلعات الترويحية لدى الفتيات وعوائق تحقيقها: دراسة على طالبات المرحلة الجامعية بمدينة الرياض**. *مجلة شؤون اجتماعية، الشارقة*، ع 87.
- السدحان، عبد الله ناصر. (2006م). **بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في أنشطة الترويح لدى الفتاة الجامعية: دراسة تطبيقية على عينة من الطالبات الجامعيات في مدينة الرياض**. *مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 34، ع (2)*.

- السدحان، عبد الله ناصر. (2007م). الترويج في المجتمع السعودي في عهد الملك عبد العزيز. كتاب الدارة: دارة الملك عبد العزيز، الكتاب الرابع عشر.
- السدحان، عبد الله ناصر. (1419هـ). الترويج واوقات الفراغ. ط1. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية اثناء النشر.
- السلمي، عزيزة. (1434هـ). أنماط توزيع الخدمات الترويجية في مدينة مكة المكرمة. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة ام القرى، مكة المكرمة.
- الشثري، عبد العزيز حمود. (1406م). وقت الفراغ وشغله في مدينة الرياض: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الشثري، عبد العزيز حمود. (2001م). وقت الفراغ وشغله في مدينة الرياض: لفئة الشباب من طلاب المدارس الثانوية بمدينة الرياض.
- الشمري، بشير عبيد. (1429هـ). التنزه والسياحة البرية عند سكان مدينة حائل: دراسة في جغرافية السياحة والترفيه. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الشهراني، امل محمد علي. (1438هـ). السلوك الترويجي لدى ربات البيوت في حي الإسكان بطريق الخرج في مدينة الرياض. رسالة ماجستير. قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- شيخ، آمال والدويكات، قاسم. (2007م). التوزيع الجغرافي للأنشطة الترويجية المتاحة للمرأة السعودية في مدينة جدة. مجلة أبحاث اليرموك، جامعة اليرموك، الأردن.
- شيخ، آمال يحيى. (1414هـ). النشاطات الترويجية لمراتدات الحدائق من السعوديات في مدينة الرياض: دراسة جغرافية. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية الآداب، جامعة الملك سعود.
- الصالح، ناصر عبد الله، والسرياني، محمد محمود. (1420 هـ). الجغرافيا الكمية والاحصائية: أسس وتطبيقات بالأساليب الحاسوبية الحديثة. ط1. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الصيدلاني، خالد عتيق. (2007م). اختيار المكان لشغل أوقات الفراغ لدى معلمي التعليم العام في مدينة الرياض. رسالة دكتوراه، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- الطحطيطح، سالم مرزوق. (1985م). الشباب ووقت الفراغ. الديوان الأميري، الكويت.
- عبد الرحيم، آمال صلاح. (2006م). النشاط الترويجي للطالبة الجامعية بين الصعوبات والتطلعات: دراسة مطبقة في مركز الدراسات الجامعية للبنات/ جامعة الملك سعود. مجلة جامعة دمشق، المجلد 22-ع(1+2). ص ص (351-382). جامعة دمشق.
- عبيدات، ذوقان وعبد الحق، كايد وعدس، عبد الرحمن. (1437هـ). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. ط18. عمان: دار الفكر.
- العتيبي، عبيد. (2002م). السياحة والترويج في دولة الكويت: دراسة جغرافية. مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، ع (107). السنة 28، ص ص(221-155). جامعة الكويت.
- عدس، عبد الرحمن. (1999م). أساسيات البحث التربوي. ط3. عمان: دار الفرقان.

العلي، أحمد عبد الله. (1985م). الشباب والفراغ. منشورات ذات السلاسل، الكويت، (ط1)، (ص12).

العمر، خالد. (2006م). السلوك السياحي للأسر السعودية في مدينة الرياض خلال مائة عام. رسالة دكتوراه، قسم الجغرافيا، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض.

العنزي، سارة الحميدي. (1437هـ). توزيع أماكن الترويح والترفيه للمرأة في مدينة تبوك. رسالة ماجستير، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

العودة، خالد فهد. (1414هـ). الترويح التربوي رؤية إسلامية. ط1. الرياض: دار المسلم.

الغامدي، غازي. (2002م). المرافق الثقافية الترويحية في مدينة الرياض خلال مائة عام. مجلة العلوم الهندسية بجامعة أسيوط، ع (30). السنة 4، ص ص (1055-1039).

الفارس، محمد عبد الرحمن، (1422هـ)، الترويح غير المنظم على أطراف المدن السعودية الداخلية: دراسة حالة لشمال مدينة الرياض، سجل البحوث المحكمة الأول، ندوة مدن المستقبل، ص ص (126-101)، الرياض: المعهد العربي لإنماء المدن.

الفريح، آمال عبد الله. (1413هـ). العوامل المؤثرة في مدى استفادة الفتاة من وسائل الترويح المتاحة لها في مدينة الرياض: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود، الرياض.

فوتاوي، جميلة أحمد. (1431هـ). السلوك الترويحي للمرأة العاملة في القطاع الحكومي بالمدينة المنورة: دراسة في جغرافية الترويح. رسالة دكتوراه، قسم الجغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.

الفرغوني، إسماعيل والمفتي، وداد. (1989م). التربية الترويحية. وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، بيت الحكمة.

محمود، إبراهيم وجيه والشناوي، محمد محروس. (1410هـ). أنشطة أوقات الفراغ لدى الشباب الجامعي وعلاقتها ببعض جوانب الصحة النفسية. مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ع (2). السنة 2. ص (339).

مصاورة، أكرم، (آذار، 1986م)، ندوة استثمار أوقات الفراغ لدى الشباب، الدوحة: قطر. جامعة الدول العربية.

الملحم، غادة. (2012م). الأنماط الترويحية لسكان حاضرة محافظة الأحساء بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية: دراسة في جغرافية الترويح. رسالة ماجستير، جامعة الدمام.

النجار، عبد الله بن عمر. (1424هـ). استخدام حزمة البرامج الإحصائية (SPSS) في تحليل البيانات. ط1. الرياض: مؤسسة شبكة البيانات.

هندي، محمود محمد إبراهيم وسلمان، خلف سلمان سلطان. (1427هـ). مفاهيم لطرق التحليل الإحصائي. ط2. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.

وظفة، علي أسعد. (1993م). توظيف وقت الفراغ عند الشباب في سوريا: دراسة مقارنة بين طلاب المرحلة الثانوية والمرحلة الجامعية. كلية التربية، جامعة الكويت.

الوليحي، عبد الله بن ناصر. (1433هـ). المدخل إلى إعداد البحوث والرسائل الجامعية في العلوم الاجتماعية. ط1. الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.