

**إسهام القلق والدافعية للإنجاز في التنبؤ
بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة**

إعداد

الباحثة / ریحانة علي عبد الله

باحثة ماجستير في الآداب تخصص علم النفس
كلية الآداب جامعة أسيوط

د. سناء محمد خليل
مدرس علم النفس بكلية الآداب
جامعة أسيوط

أ.د. طه أحمد المستكاوي
أستاذ علم النفس بكلية الآداب
جامعة أسيوط

تاريخ الاستلام : ٢٠٢١/٩/١ م

تاريخ القبول : ٢٠٢١/٩/١٥ م

ملخص:

هدف هذا البحث إلى التعرف على إسهام كل من القلق كسمة، والدافعية للإنجاز، في التنبؤ بالتسويف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وقد تكونت عينة البحث من (٢٨٠) طالب وطالبة من طلاب جامعة أسيوط، بواقع (١٣٧) من كليات نظرية، و(١٤٣) من كليات عملية، وقسمت العينة وفقاً لمتغير الجنس إلى (١٠٥) من الذكور، و(١٧٥) من الإناث، وبلغ متوسط سن عينة البحث (٢٠.٥) وانحراف معياري (١,٦)، طبق عليهم ثلاثة مقاييس، هي: مقياس التسويف الأكاديمي (أبو إزريق وجرادات، ٢٠١٣)، ومقياس الدافعية للإنجاز (أماني عبد المقصود، ب. ت)، ومقياس سمة القلق (سبيلبرجر وآخرون، ٢٠٠٥ ب)، وتم التحقق من صدق وثبات كل أداة بعدة طرق، وتوصلت نتائج البحث إلى أنه يوجد إسهام بنسبة (٣٥,٤%) للدافع للإنجاز، وسمة القلق مجتمعين، في التنبؤ بالتسويف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وكان الإسهام الأكبر لمتغير الدافع للإنجاز بنسبة (٢٩,٧%)، يليه متغير سمة القلق بنسبة (٥,٧%).

الكلمات المفتاحية: التسويف الأكاديمي، سمة القلق، الدافع للإنجاز.

Abstract:

This research aimed at identifying to which extent each of the anxiety as a trait and achievement motivation contribute to predicting academic procrastination among university students. The research sample consisted of (280) students from Assiut University; (137) students from theoretical faculties, and (143) from Practical faculties; (105) males, and (175) females, with average age (20.5), SD. (1.6). Three measures were applied on the research sample, which are the academic procrastination scale (Abu Izreiq & Jaradat, 2013), the achievement motivation scale (Abdel-Maqsoud), and the anxiety trait scale (Spielberg et al). The validity and reliability of each tool were verified in several ways. The research results have shown the following: There is a contribution of both the anxiety trait and motivation to achievement with a percentage of (35.4%) In predicting academic procrastination among university students, the greater contribution was to the achievement motivation variable with a percentage of (29.7%), followed by the anxiety trait variable with a percentage of (5.7%).

Keywords: Academic procrastination - Achievement motivation - Anxiety trait.

مقدمة:

تعتبر المرحلة الجامعية مرحلة حساسة ومهمة في حياة الطالب، وذلك بسبب اختلافها عن المراحل التعليمية السابقة لها من حيث الأنظمة والتعليمات والمناهج والعلاقات مع الأساتذة والزملاء، إضافة إلى شعور الطالب بالمسؤولية الذاتية والاستقلالية والسعي لتحقيق النجاح وتحقيق الأهداف المستقبلية (الربدي، ٢٠١٢: ص ٤٣٠)؛ ونظراً لهذا النوع من الاستقلالية والمسؤولية نجد الكثير من طلبة الجامعات يتعرضون لصعوبات أكاديمية ومشكلات نفسية واجتماعية، قد يكون من بينها التسويف الأكاديمي.

ويعتبر التسويف الأكاديمي سمة، يمكن أن يكون لها عواقب وخيمة خاصة على الطلاب، الذين تتميز حياتهم بمواعيد نهائية متكررة، ويرى "Knaus, 2000" أن المماطلين يسعون إلى تبرئة أنفسهم، وبالتالي الحفاظ على الصورة الإيجابية للذات، وتجنب العقوبة، من خلال تجاهل اللوم، باستخدام عبارات مثل: خلق الأعداء، والتبرير، كما تبين أن هناك أشخاص يبررون لأنفسهم سبب التأخير بقولهم "نحن نعمل بشكل أفضل تحت الضغط (ضغط الوقت)"، كطريقة لجعل التأخير يبدو منطقياً (Tuckman,2002, p.3)، ولقد تزايد البحث في مجال التسويف الأكاديمي بشكل كبير، منذ ظهور عالم النفس الأسترالي عام ١٩٦٦ لأول مرة، حيث أن هناك العديد من الأسباب لتزايد البحث في مجال التسويف منها: التقدم الهائل في دراسة شخصية المماطلين، وكذلك تطور أدوات جديدة لقياس التسويف (Mann,2016,P.47)

وبناءً على ما سبق، يمكن الافتراض أن بعض سمات الشخصية كالدافعية للإنجاز، والقلق، تؤثر بشكل كبير على تسويف الطالب للمهام الأكاديمية، وقد يكون هذا التأثير بالإيجاب أو السلب، حسب درجة الدافعية للإنجاز والقلق، وحسب طبيعة الطالب نفسه ومستوى طموحه. وقد توصلت نتائج بعض الدراسات، أن هناك

ارتباط سلبي بين التسويق الأكاديمي والدافعية للإنجاز؛ كدراسة (أحمد، ٢٠٠٨)، وهناك دراسات أيضاً توصلت إلى وجود ارتباط موجب بين التسويق الأكاديمي والقلق، كدراسة (شبيب وآخرون، ٢٠١٤؛ Soysa & Weiss, 2014) حيث وجد الباحثون ارتباطاً دالاً بين التسويق والقلق، وأن القلق يزيد من نزعة التسويق، كما أن القلق عامل منبئ بحدوث التسويق (Haycock et al, 1998)

ومن سمات الشخصية التي قد تؤثر على التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي "الدافعية للإنجاز"، حيث أن الدافعية للإنجاز يمكن أن تؤثر بشكل قوي على التسويق الأكاديمي؛ فالأشخاص الذين لديهم دافعية عالية للإنجاز، يمكنهم أن يضعوا أهدافاً أكثر صعوبة لأنفسهم، وغالباً ما يستمتعون بأداء هذه المهام (Steel, 2007, p.70)، فالدافع للإنجاز يعد مكوناً أساسياً في سعي الفرد تجاه تحقيق ذاته. حيث يشعر الإنسان بتحقيق ذاته، من خلال ما يتم إنجازه، وفيما يتم تحقيقه من أهداف، وحيث يعتبر تحقيق الذات أرقى مستويات الدافعية الإنسانية، باعتباره حاجة تعبر عن ميل الإنسان لتحقيق ما لديه من إمكانيات، لتغدو حقيقة واقعة، وفقاً لنموذج "ماسلو" للدافعية (حسن، ١٩٩٨: ص ١٤٦).

وإلى جانب الدافعية للإنجاز يوجد أيضاً متغير القلق كأحد سمات الشخصية التي تؤثر على التسويق، لدى الطلاب والأفراد عامة، حيث أن للقلق وجهين مختلفين، فمن جهة قد يساعد القلق الإنسان على تحسين ذاته، وعلى الإنجاز، والوصول إلى مستويات أعلى من الكفاءة، ومن الجهة الأخرى، يمكن للقلق أن يحطم الإنسان، ويشيع التعاسة في حياته، وحياة المحيطين به. إن الفرق بين وجهي القلق، يكمن في الدرجة التي يكون عليها، وهو في ذلك، مثله كباقي جوانب حياة الإنسان، والتي يفضل دائماً أن تكون على درجة معينة من الاعتدال، وتبقى الحاجة الأساسية للإنسان في هذا الصدد، وهي اكتساب المعرفة المناسبة لاستخدام وتطوير القلق بطريقة بناءة، وأن يكون الإنسان سيد القلق، ولا يكون عبداً له (الأنصاري، ٢٠٠٤: ص ٣٣٨ - ٣٣٩).

ونظراً لانتشار ظاهرة التسويف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة بنسبة كبيرة، وفقاً لنتائج بعض البحوث السابقة (الزعيبي، ٢٠١٧؛ بن عامر، ٢٠١٧؛ زغيبي، ٢٠٢٠؛ أبو ضيف وآخرون، ٢٠٢١)، فإن هذه الظاهرة تستحق البحث والدراسة العلمية، من هنا جاء اهتمام البحث الحالي، بدراسة بعض سمات الشخصية المنبئة بالتسويف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة.

٢ - مشكلة البحث وأسئلته:

يعد التسويف الأكاديمي أحد أهم المشاكل التي يعاني منها طلاب الجامعة، كونها تؤثر على العملية التعليمية برمتها، وعلى المستقبل الأكاديمي لطلاب الجامعة، كونه سبباً رئيساً في تدني المستوى التحصيلي للطلاب، متمثل في تأجيل الامتحانات، وتأجيل المذاكرة والواجبات التي يكلف بها من قبل الأساتذة، وهي نتيجة حتمية للتقصير والإهمال والتهرب من أداء ما يقع على عاتقه من مسؤوليات أكاديمية (علي، وآخرون، ٢٠١٩: ص ٢٠).

وقد اهتم بعض الباحثين، بدراسة معدلات انتشار سلوك التسويف بين الأفراد، وركز عدداً منهم على طلاب الجامعة، نظراً للمشكلات التي يسببها التسويف لهذه الفئة تحديداً، فقد قدر "Ellis & Knaus, 1977" أن حوالي ٩٥% من طلاب الجامعة يقومون بالتسويف، في حين أن دراسة "سولون وروثبلوم"، أوضحت فروقاً في معدل انتشار التسويف، بناءً على الأشكال المختلفة للمهام المطلوبة، وقد تصدرت أكثر المهام تأجيلاً، مهمة كتابة الأبحاث بنسبة ٤٦%، تليها تأجيل المذاكرة من أجل الامتحانات بنسبة ٢٧,٦%، ثم مهمة تأجيل الواجبات الأكاديمية المتعلقة بالقراءة بنسبة ٣٠,١% (Solomon & Rothblum, 1984, p.505)

وتشير نتائج دراسات سابقة، إلى انتشار ظاهرة التسويق الأكاديمي بنسب مرتفعة، كدراسة (Ozer, Demir & Ferrari, 2009) التي توصلت إلى أن ٥٢% من الطلبة، أشاروا إلى وجود تسويق أكاديمي متكرر، في حين كشفت دراسات أخرى، كدراسة (Balkis & Duru, 2009) أن ٢٣% من عينة الدراسة كشفوا عن مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي، و ٢٧% منهم كشفوا عن مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي، وأيضاً كشفت دراسة (أبوغزال، ٢٠١٢)، أن ٢٥,٢% من الطلبة ذوى تسويق مرتفع، و ٥٧,٧% من ذوى التسويق المتوسط، و ١٧,٢% من ذوى التسويق المتدني، كما بينت دراسة (الزعيبي، ٢٠١٧)، وجود مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة؛ حيث بلغ ٧٥% فأكثر، كما أظهرت دراسة (زغيبى، ٢٠٢٠)، حيث بلغت ٥٦,٤% وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسب العالمية، حيث أن تكرار التسويق بصورة مستمرة يعتبر مشكلة تحتاج للدراسة، والبحث عن حلول لها للحد من مخاطر التسويق، لما قد يكون له من تأثيرات سلبية على الفرد، وتعد هذه النسب مؤشراً لوجود مشكلة كبيرة لدى طلاب الجامعة، وتحتاج إلى الدراسة والبحث عن حلول لها وطرق لمعالجتها، وهذا يمثل أحد دوافع القيام بهذا البحث.

وتتحدد مشكلة البحث في الإجابة على السؤال التالي: ما مدى إسهام كل من سمة القلق، والدافعية للإنجاز في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة؟

٣ - هدف البحث:

هدف البحث الحالي إلى: التعرف على مدى إسهام كل من سمة القلق، والدافعية للإنجاز في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة.

٤ - تعريف المفاهيم والإطار النظري:

اشتمل البحث الحالي على ثلاثة مفاهيم رئيسة، هي: التسوية الأكاديمية، وسمة القلق، والدافعية للإنجاز. وفيما يلي عرض مختصر لكل مفهوم من هذه المفاهيم.

أ - مفهوم التسوية الأكاديمية:

يعرف التسوية في معجم "لسان العرب" بأنه: سَوَفَ: كلمة معناها التفتيس والتأخير، والتسوية: التأخير، من قولك سوف أفعل، وقولهم: فلان يفتت السوفَ، أي يعيش بالأمان، والتسوية: المَطْلُ (ابن منظور، د.ت: ص ٢١٥٢). كما يعرف التسوية، بأنه فعل تأجيل المهام بلا داع، لدرجة الشعور بعدم الراحة الذاتية" (Solomon & Rothblum, 1984, p.503)

وهناك من يعرف التسوية بأنه: نزعة سلوكية نحو تأجيل المهام والأعمال إلى وقت آخر دون مسوغ، على الرغم من القدرة على إنجازها في وقتها المطلوب، وبمعنى آخر، فإن التسوية سلوك تجنبى، يتصف بالابتعاد عن المهمة المطلوب إنجازها، واستخدام أعذار واهية، لتبرير ذلك الابتعاد، ولتجنب اللوم من الآخرين (عبد الخالق، والدغيم، ٢٠١١: ص ٢٠١-٢٠٢).

إضافة لما سبق، يعرف التسوية الأكاديمية بأنه "ميل الفرد لتأجيل البدء في المهمات الأكاديمية أو إكمالها، ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي" (أبو غزال، ٢٠١٢: ص ١٣٤).

كما يعرف التسوية الأكاديمية بأنه: نمط سلوكي متكرر، داخل المدارس والجامعات، والذي يؤدي إلى نتائج سلبية خطيرة، على أداء الطلاب، وصحتهم النفسية والجسدية (Garrido et al, 2020, p.399) ويعرف الباحثون التسوية الأكاديمية بأنه: مدى تأجيل الطلاب للمهام الدراسية المطلوبة منهم؛ كالمذاكرة

للامتحانات وتسليم الأبحاث وغيرها من المهام الأكاديمية حتى اللحظات الأخيرة، قبل الموعد النهائي، حيث يمكن تقسيم التسويف الأكاديمي، إلى: (١) تسويف قصير المدى: وهو التسويف الذي يرتبط بمهام لها موعد نهائي أي محددة الوقت (Deadline)، و(٢) تسويف طويل المدى: وهو التسويف الذي يرتبط بمهام ليس لها موعد نهائي أي غير محددة الوقت.

النظريات والنماذج المفسرة للتسويف الأكاديمي:

يمكن تفسير التسويف الأكاديمي من خلال نظرية التحليل النفسي، النظرية الديناميكية النفسية، النظرية السلوكية كما يلي:

١- نظرية التحليل النفسي:

ترى هذه النظرية أن التسويف ظاهرة ناتجة عن القلق بشكل أساسي، أى أن الفرد يؤجل أداء المهام الأكاديمية لشعوره بأن هناك تهديداً للأنا، ومن ثم يُعد التأجيل أو التسويف بمثابة ميكانيزم دفاعي.

٢- النظرية الديناميكية النفسية:

أكدت هذه النظرية على سلوك الوالدين الاستبدادي (التحكم الوالدي) في نمو وتطور التسويف، حيث ترى أن ممارسة الضغوط على الأطفال في إنجاز مهامهم الأكاديمية تجعلهم عندما يبلغون يؤجلون أداء أية مهمة، لأنهم يتذكرون بشكل غير واعى النزاع الأبوي، فيستجيبون لهذه الذاكرة اللاواعية بعدم الإنجاز للمهام، والاستياء اللاحق لها، من خلال محاولة إحباط رغبات الوالدين التي تفرض إنجاز المهمة، والنتيجة هي أنهم يجدون أنفسهم غير قادرين بشكل مزمن على إنهاء أى مهمة تدل على نزاعات الطفولة المبكرة بينهم وبين والديهم.

٣- النظرية السلوكية:

تفسر النظريات السلوكية السلوك التسويقي في ضوء البيئة الاجتماعية المحيطة والخبرات السابقة، فلقد تعلم الطلاب بالفعل تأجيل إتمام مهامهم الأكاديمية، خاصة إذا كانت هذه المهام غير سارة أو غير مرغوب فيها، وتوجيه انتباههم نحو الأنشطة الممتعة لهم، وتم تعزيز هذا السلوك من قبل الطلاب أنفسهم أو أقرانهم أو بيئتهم الاجتماعية، وفي الوقت نفسه لم تتم معاقبة الطالب على هذا السلوك؛ لذلك أصبح سلوك التسويف عادة مع مرور الوقت (Jaradat, 2004 , 19-20)

٤ - نظرية الدافع:

ترى هذه النظرية أن التسويف الأكاديمي يرجع إلى غياب الدافع، فالدافع هو الطاقة المحركة نحو تحقيق الأهداف الأكاديمية، فالدافع وراء متابعة الدراسات الأكاديمية يدفع الطلاب إلى حضور دوراتهم ومحاضراتهم اليومية، والاستعداد للامتحانات من أجل اجتيازها بنجاح، وبالتالي الاقتراب من تحقيق أهدافهم، ومع ذلك فإن الدافع الدراسي ليس هو الدافع الوحيد لجذب انتباه الطالب للجامعة، فهناك دوافع أخرى تتنافس مع الدافع الدراسي لدى الطالب، وهي الدوافع الاجتماعية، فالحياة الطلابية في الجامعة حلاً وسطاً بين الدراسة والمشاركة الاجتماعية (Schouwenburg & Groenewoud, 2001, 229-230)

ب - مفهوم سمة القلق:

يعرف القلق، بأنه "شعور عام غامض غير سار، بالتوجس والخوف والتحفز والتوتر، مصحوب عادة ببعض الاحساسات الجسمية، خاصة زيادة نشاط الجهاز العصبي اللاإرادي، ويأتي في نوبات متكررة، مثل: الشعور بفراغ في فم المعدة، أو السحبة في الصدر، أو ضيق في التنفس، أو الشعور بنبضات القلب، أو الصداغ، أو كثرة الحركة". (عكاشة، ١٩٩٨؛ ربيع، ٢٠٠٥). كما يعرف أيضاً

بأنه: حالة توتر شامل ومستمر نتيجة توقع تهديد خطر فعلى أو رمزي قد يحدث، ويصاحبها شعور غامض، وأعراض نفسية جسمية. (جبل، ٢٠٠٠: ص ١٣٠؛ زهران، ٢٠٠٥: ص ٤٨٤). ويلخص "القريطي"، ما سبق، فيذكر أن الخوف عبارة عن "حالة انفعالية مركبة، غير سارة، تمثل ائتلافاً أو مزيجاً من مشاعر الخوف المستمر والفرع والرعب، والانقباض، والهم نتيجة توقع شر وشيك الحدوث، أو الاحساس بالخطر والتهديد من شيء ما مبهم غامض، يعجز المرء عن تبينه أو تحديده، على نحو موضوعي" (إسماعيل، ٢٠٠٤، ص ١٣٤).

ويرى "سبيلبرجر"، "أنه يمكن تمييز جانبيين للقلق: الجانب الأول أطلق عليه "حالة القلق" Anxiety State ويشير إلى القلق كحالة انفعالية مؤقتة، أو حالة الكائن الإنساني التي يتسم بها داخلياً، وذلك لمشاعر التوتر والخطر المدركة شعورياً، والتي تزيد من نشاط الجهاز العصبي الذاتي، فتظهر علامات حالة القلق، وتختلف حالات القلق هذه في شدتها وتقلبها معظم الوقت. والجانب الثاني أطلق عليه "سمة القلق" Anxiety Trait ويشير إلى الاختلافات الفردية (الثابتة نسبياً)، في قابلية الإصابة بالقلق، التي ترجع إلى الاختلافات الموجودة بين الأفراد في استعدادهم للاستجابة للمواقف المدركة كمواقف تهديدية بارتفاع حالة القلق. (البحيري، ٢٠٠٥ ب: ص ١٠-١١).

وقد عرّف "سبيلبرجر" حالة القلق، بأنها حالة انفعالية مؤقتة يشعر بها الإنسان عند إدراكه لموقف يهدد ذاته فينشط جهازه العصبي اللاإرادي، ويشعر بالتوتر ويستعد لمواجهة هذا التهديد بحالة القلق. وعادة ما تزول هذه الحالة بزوال مصدر التهديد أي أنها مذبذبة، تتغير من موقف لآخر، بحسب ما يدركه الإنسان من مواقف ضاغطة، فتزداد من مواقف التهديد والشدة وتخفض في مواقف الأمان والاسترخاء. أما سمة القلق، فلها الخصائص نفسها، التي أطلق عليها "أتكنسون" (1964)، Atkinson، دوافع، وأطلق عليها "كامبل" (1963) Campbell،

الاستعدادات السلوكية المكتسبة". (البحيري، ٢٠٠٥ أ: ٨). والبحث الحالي معني بالنوع الثاني، وهو سمة القلق، وليس حالة القلق.

ج - مفهوم الدافعية للإنجاز:

يعرف الدافع للإنجاز بأنه قدرة الفرد على تحقيق الأشياء التي يرى الآخرون أنها صعبة، والسيطرة على البيئة الفيزيقية والاجتماعية، والتحكم في الأفكار وحسن تناولها وتنظيمها، وسرعة الأداء، والاستقلالية، والتغلب على العقبات، وبلوغ معايير الامتياز، والتفوق على الذات ومنافسة الآخرين والتفوق عليهم، والاعتزاز بالذات، وتقديرها بالممارسة الناجحة للقدرة. (موسى، ١٩٩٤: ص ٨٩). كما يعرف أيضاً بأنه: الرغبة أو الميل إلى أداء المهام بسرعة وبأفضل طريقة ممكنة أحدهما أو كلاهما. ويتضمن الدافع للإنجاز أنماطاً وأنواعاً متباينة من السلوك، ويتدخل فيه عنصر التحدي. وهو الدافع إلى إنجاز شيء ذي شأن، فضلاً عن كونه الحافز إلى حل مشاكل صعبة، تتحدى الفرد، وتعرض طريقه (عبد الخالق، والنيال، ١٩٩١: ص ٦٣٨).

كما أن البحوث والدراسات التي تناول أصحابها خصائص شخصية الأفراد ذوي دافعية الإنجاز المرتفعة، بأنهم يميلون إلى التصرف والسلوك بطرق وأساليب معينة، يتميزون فيها عن غيرهم من الأفراد، وهي مثل:

- ١- السعي نحو الاتقان والتميز.
- ٢- القدرة على تحمل المسؤولية.
- ٣- القدرة على تحديد الهدف.
- ٤- القدرة على استكشاف البيئة.
- ٥- القدرة على التخطيط لتحقيق الهدف.

٦ - القدرة على تعديل المسار.

٧- القدرة على التنافس مع الذات.

وقد اتفق الباحثون على أن المجتمع الذي تشيع لدى أبنائه مثل هذه الخصائص يكون مجتمعاً مميزاً يسعى إلى الإتقان والتميز" (الأعسر، ١٩٨٨: ص ١٦٥)

٥- بحوث سابقة:

هناك بحوث سابقة اهتمت بقياس التسويق الأكاديمي ونسب انتشاره في المجتمع، واختلاف نسب الانتشار وفقاً لاختلاف بعض المتغيرات الديموجرافية، كالجنس (ذكر / أنثى)، أو نوع الدراسة (نظرية - عملية)، أو محل الإقامة (ريف - حضر)، وهي بحوث كثيرة العدد، وهناك إلى جانب ما سبق، بحوث اهتمت بدراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي، وبين كل من الدافع للإنجاز، وسمة القلق، وهذا النوع من البحوث، لم يجد نفس الاهتمام من الباحثين بالمقارنة ببحوث نسب الانتشار.

وقد اختلفت نتائج البحوث التي اهتمت بقياس نسب انتشار التسويق الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة، حيث توصلت بحوث إلى أن التسويق الأكاديمي ينتشر انتشاراً واسع النطاق لدى طلبة وطالبات الجامعة، منها بحث "الزعيبي" (٢٠١٧)، على عينة من طلبة جامعة دمشق في سوريا (ن = ٣٠٠)، وتوصلت النتائج إلى وجود مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي لدى عينة الدراسة وذلك بنسبة ٧٥% فأكثر. واتفق مع هذه النتيجة أيضاً بحث "بن عامر، وسيلة" (٢٠١٧)، على عينة من طلاب الجامعة (ن = ٩٦)، وبحث "ميسون، وآخرين" (٢٠١٨)، على عينة من طلبة وطالبات قسم علم النفس وعلوم التربية

بجامعة قاصدي مرباح بورقلة في الجزائر (ن = ١٠٠)، وبحث "زغبيبي" (٢٠٢٠)، على عينة مكونة من (٢٢٧) من طلبة وطالبات الكلية الجامعية بحقل، حيث بلغت نسبة انتشار التسويق الأكاديمي (٥٦,٤ %)، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالنسب العالمية. كما انتهى بحث "أبو ضيف، إيمان وآخرون" (٢٠٢١)، على عينة من طلبة وطالبات كلية التربية (ن = ٤٣٧)، أن مستوى التسويق الأكاديمي لدى عينة البحث كان مرتفعاً.

وهناك بحوث توصلت إلى أن التسويق الأكاديمي ينتشر لدى طلبة وطالبات الجامعة، لكن تختلف نسب الانتشار وفقاً للشدة، ففي بحث "أبو غزال" (٢٠١٢)، على عينة من (٧٥١) من طلبة وطالبات كليات جامعة اليرموك بالأردن، توصل إلى نتائج منها، أن (٢٥,٢%) من الطلبة، أظهروا مستوى مرتفعاً من التسويق الأكاديمي، و(٥٧,٧%) أظهروا مستوى متوسطاً، و(١٧,٢%) أظهروا مستوى منخفضاً. وفي بحث "الربابعة" (٢٠١٣)، على عينة من طلبة جامعة اليرموك في الأردن (ن = ٨٧٠)، توصلت النتائج إلى أن (١٩,٤%) أظهروا مستوى مرتفع من التسويق، و(٦٦,٦%) أظهروا مستوى متوسطاً، و(١٤%) أظهروا تسويقاً منخفضاً. أما بحث "شبيب" (٢٠١٥)، على عينة من طلبة جامعة تشرين (ن = ٤٩٦)، فقد توصل إلى أن (١٤,٥%) من الطلبة كانوا من ذوي التسويق المرتفع، و(٦٥,٥%) من ذوي التسويق المتوسط، و(١٤,٥%) من ذوي التسويق المنخفض.

وإلى جانب ما سبق، هناك بحوث توصلت إلى أن التسويق الأكاديمي ينتشر بدرجة متوسطة لدى طلبة وطالبات الجامعة، ومن هذه البحوث، بحث "الزغاليل" (٢٠١٦)، على عينة من (٤٤٢) طالباً وطالبة، فقد توصل إلى نتيجة بأن السلوكيات والممارسات التي تتعلق بالتسويق الأكاديمي عند طلبة وطالبات الجامعة، تنتشر بصورة متوسطة. كما اهتم بحث "السلمي" (٢٠١٧)، بتعرف

مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وتكونت عينة الدراسة من (٤٠٠) طالباً من طلاب جامعة أم القرى بمكة المكرمة، والكلية الجامعية بالقنفذة في المملكة العربية السعودية، وتوصل البحث إلى وجود مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي. وجاءت نتائج بحث "السرطان، وصوالحة" (٢٠١٧)، على عينة من طلبة وطالبات الجامعة (ن = ٥٦١)، في هذا الاتجاه، حيث توصلت إلى وجود مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة. وافقت مع هذه النتيجة، نتائج بحوث منها (الأحمد، وياسين، ٢٠١٨)؛ عيفي، ٢٠١٨؛ السعدي، ٢٠١٨؛ صوالحة، وصوالحة، ٢٠١٨؛ النواجحة، وبركة، ٢٠١٨؛ عبود، وآخرون، ٢٠١٩).

وعلى الرغم مما سبق، فهناك بحوث توصلت نتائجها إلى أن التسويق الأكاديمي موجود بنسب منخفضة لدى طلبة وطالبات الجامعة، منها بحث "حسب الله" (٢٠١٩)، على عينة من طلاب كلية التربية جامعة المنيا (ن = ٧٥٠)، فقد توصلت نتائجها إلى وجود مستوى منخفض من التسويق الأكاديمي لدى عينة البحث. وهناك إلى جانب ما سبق، بحوث توصلت نتائجها إلى عدم وجود تسويق أكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة؛ ففي بحث "صالح، وصالح"، (٢٠١٢)، والذي اهتم فيه بتعرف نسب انتشار ظاهرة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية جامعة القادسية في العراق، وبلغ عدد أفراد العينة (٣٦٨) طالباً وطالبة، توصل البحث إلى نتائج منها، أنه ليس لدى طلبة كلية التربية تسويق أكاديمي. وفي بحث "صالح" (٢٠١٦)، على عينة من طلبة كلية الآداب في جامعة القادسية (ن = ٢٠٠)، توصلت النتائج إلى عدم وجود تسويق أكاديمي لدى عينة البحث. وجاءت نتائج بحث "علي، وآخرون" (٢٠١٩)، مؤيدة لهذه النتيجة، وذلك على عينة من طلبة وطالبات جامعة البصرة في العراق (ن = ١٧٠)، حيث توصلت النتائج إلى عدم وجود تسويق أكاديمي لدى عينة البحث أيضاً.

ومن البحوث التي درست العلاقة بين متغيري التسويف الأكاديمي وبين الدافع للإنجاز، بحث "أحمد"، (٢٠٠٨)، والذي هدف إلى إلقاء الضوء على مفهوم التسويف بصفة عامة، والتسويف الأكاديمي بصفة خاصة، وإلى تعرف علاقة التسويف الأكاديمي بالدافعية للإنجاز لدى طلاب جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية. وتكونت عينة البحث من (٢٠٠) طالب بكليتي اللغة العربية والشريعة بجامعة الملك خالد، طبق عليهم مقياس التسويف الأكاديمي (مصليحي، والحسيني، ٢٠٠٤)، ومقياس الدافعية للإنجاز (إعداد الباحث)، ومن بين نتائج هذا البحث، وجود فروق جوهرية بين مرتفعي ومنخفضي التسويف الأكاديمي في الإنجاز الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وأن هذه الفروق في اتجاه منخفضي التسويف الأكاديمي، بمعنى أن طلاب الجامعة الأقل تسويفاً أكاديمياً، يكون مستوى الإنجاز لديهم أعلى، على حين أن الطلاب الأكثر تسويفاً أكاديمياً، كان مستوى الإنجاز لديهم ضعيفاً.

وفي بحث Liu, (2010) والذي اهتم بفحص العلاقة بين التسويف الأكاديمي وبين الإنجاز الأكاديمي في ضوء متغيري الجنس والتخصص، وتكونت عينة البحث من (٩١) طالباً وطالبة من الطلاب الصينيين، طبق عليهم مقياس التسويف الأكاديمي لـ "توكمان"، ومقياس الإنجاز الأكاديمي (للباحث)، وقد أوضحت نتائج البحث، وجود علاقة سلبية دالة بين التسويف الأكاديمي والإنجاز الأكاديمي لدى طلاب الجامعة.

كما أجرى Sipahelut & Leatemia (2018) بحثاً، هدف منه إلى تعرف العلاقة بين دافع الإنجاز والتسويف الأكاديمي لدى طلبة الكليات، حيث تكونت عينة البحث من (١٠٠) طالب من طلاب معهد "أجاما كريستين" في نيجيريا، طبق عليهم مقياسي التسويف الأكاديمي والدافع للإنجاز، وتوصل البحث لنتائج منها وجود علاقة ارتباطية سالبة، وذات دلالة إحصائية بين كل من الدافع

للإنجاز، والتسويق الأكاديمي لدى الطلاب، أي أن الطلاب الذين لديهم مستوى مرتفع من الدافع الأكاديمي لديهم التسويق الأكاديمي أقل، وسيقومون بإكمال المهام الدراسية المطلوبة منهم، في الوقت المحدد.

أما البحوث التي اهتمت بدراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي، وبين سمة القلق، منها بحث "القحطاني" (٢٠١٠)، والذي كان من بين أهدافه، تعرف طبيعة العلاقة بين كل من التسويق الأكاديمي، والقلق لدى طالبات المرحلة الثانوية، وتكونت عينة البحث من (٤١٣) من الطالبات، طبق عليهن مقياس التسويق الأكاديمي، ومقياس سمة القلق (البحيري، ٢٠٠٥ - ٢)، وتوصل البحث إلى نتائج منها وجود معامل ارتباط موجب ودال إحصائياً بين القلق والتسويق الأكاديمي، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى القلق كسمة، كلما زاد معدل التسويق الأكاديمي، وكلما انخفض مستوى القلق كسمة، كلما قل معدل التسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة. وفي بحث "شبيب وآخرين" (٢٠١٤)، والذي هدف إلى الكشف عن شكل العلاقة بين التسويق الأكاديمي، وبين القلق بوصفه (سمة وحالة)، لدى عينة من طلبة كلية التربية في جامعة تشرين، ومعرفة الفروق بين أفراد العينة في التسويق الأكاديمي، وفي القلق (كسمة، وحالة)، تبعاً لمتغير الجنس. وتكونت عينة البحث من (٩٢) طالباً وطالبة، من كلية التربية، وطبق عليهم مقياس التسويق الأكاديمي، ومقياس حالة وسمة القلق. وقد كشفت نتائج البحث عن وجود معامل ارتباط موجب، ودال إحصائياً، بين التسويق الأكاديمي، وبين كل من القلق كسمة، والقلق كحالة.

كما جاءت نتائج بحث (Soysa & Weiss (2014) في ذات الاتجاه، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً، بين كل من التسويق الأكاديمي والقلق، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى القلق لدى طلاب الجامعة، كلما كان مستوى التسويق الأكاديمي مرتفعاً لديهم. وتوصل (Zhang et al. (2020

أيضا إلى نفس النتيجة؛ بأن هناك ارتباط إيجابي بين كل من سمة القلق، وبين التسوييف الأكاديمي، وبلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (٠,٤٦)، ولها دلالة عند مستوى (٠,٠٠١).

تعليق على البحوث السابقة:

بمراجعة البحوث التي عرض لها في الجزء السابق، يمكن الخروج بما يلي:

١- أن التسوييف الأكاديمي، منتشر بنسب كبيرة لدى طلبة وطالبات الجامعة، وقد اختلفت البحوث فيما بينها في نسب الانتشار؛ فبعضها توصل إلى أن التسوييف الأكاديمي، ينتشر انتشارا كبيرا (الزعيبي، ٢٠١٧؛ بن عامر، وسيلة، ٢٠١٧؛ زغيبي، ٢٠٢٠؛ أبو ضيف، إيمان وآخرون، ٢٠٢١)، وبعضها توصل إلى أن التسوييف الأكاديمي ينتشر بصورة متوسطة لدى طلبة وطالبات الجامعة (الزغاليل، ٢٠١٦؛ السلمي، ٢٠١٧؛ السرحان، وصوالحة، ٢٠١٧؛ الأحمد، وياسين، ٢٠١٨؛ عفيفي، ٢٠١٨؛ السعدي، ٢٠١٨؛ صوالحة، وصوالحة، ٢٠١٨؛ النواجحة، وبركة، ٢٠١٨؛ عبود، وآخرون، ٢٠١٩)، وبعض البحوث توصلت إلى أنه ينتشر بصورة قليلة (حسب الله، ٢٠١٩)، كما توصلت بعض البحوث إلى عدم وجود تسوييف أكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة (صالح، وصالح، ٢٠١٢؛ صالح، ٢٠١٦؛ علي، وآخرون، ٢٠١٩).

٢- على الرغم من وجود اهتمام كبير من الباحثين بقياس نسب انتشار ظاهرة التسوييف الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة، إلا أن عدد البحوث التي اهتمت بدراسة العلاقة بين التسوييف الأكاديمي وبين كل من الدافع للإنجاز، وسمة القلق، كانت قليلة، وذلك في حدود ما اطلع عليه الباحثين في هذا البحث.

٣- أنه توجد علاقة ارتباطية سالبة بين كل من التسويق الأكاديمي، والدافع للإنجاز، بمعنى أنه كلما انخفض مستوى الدافع للإنجاز لدى طلاب الجامعة، كلما كان مستوى التسويق الأكاديمي مرتفعاً لديهم (أحمد، ٢٠٠٨؛ Liu, 2010؛ Sipahelut & Leatemia, 2018)

أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة بين كل من التسويق الأكاديمي، وسمّة القلق، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى القلق، كلما ارتفع مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة (القحطاني، ٢٠١٠؛ شبيب، ٢٠١٤؛ Soysa&Weiss, 2020؛ Zhang et al, 2014)

٦- منهج وإجراءات البحث:

(أ) المنهج:

استخدم في البحث الحالي المنهج الوصفي الارتباطي، لملاءمته لطبيعة البحث وأهدافه، حيث تم فيه إجراء تحليل انحدار متعدد بطريقة Stepwise، والذي يتم الاعتماد فيه على معاملات الارتباط.

(ب) فرض البحث:

ينص فرض البحث على أنه: "تسهم كل من سمّة القلق والدافعية للإنجاز، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة".

(ج) العينة:

تكونت عينة البحث من (٢٨٠) طالب وطالبة من طلاب جامعة أسويط بكليات متنوعة بعضها نظرية والبعض الآخر عملية، تتراوح أعمارهم ما بين (١٨-٣٢) بمتوسط عمري (٢٠,٥)، وانحراف معياري قدره (١,٦)، وتنقسم العينة على متغير الجنس إلى (١٠٥) من الذكور بنسبة (٣٧,٥%)، و(١٧٥) من الإناث (بنسبة ٦٢,٥%)، ووفقاً لمتغير التخصص الأكاديمي، تنقسم إلى (١٤٣) من طلاب الكليات العملية (بنسبة ٥١,١%)، و(١٣٧) من طلاب الكليات النظرية (بنسبة

٤٨,٩%). ونظرا لظروف انتشار جائحة "كورونا" في مصر والعالم أجمع، وقت تطبيق أدوات البحث على العينة، فقد تم التطبيق إلكترونيا.

(د) أدوات البحث:

اشتملت أدوات البحث، على ثلاثة مقاييس، هي: (١) مقياس التسوييف الأكاديمي (محمد أبو إزريق وكريم جرادات، ٢٠١٣)، و (٢) مقياس الدافعية للإنجاز (أماني عبد المقصود، ب. ت)، و (٣) مقياس سمة القلق (سبيلبرجر وزملاؤه، ٢٠٠٥ - ب)، وفيما يلي عرض موجز لكل مقياس منها.

(١) مقياس التسوييف الأكاديمي:

مقياس التسوييف الأكاديمي، هو مقياس طوره كل من "محمد أبوإزريق وكريم جرادات" (٢٠١٣)، بعد الرجوع إلى بعض المقاييس التي تكرر استخدامها في الدراسات السابقة واختيار فقرات منها. وهذه المقاييس هي: مقياس "إيتكن" للتسوييف (١٩٨٢)، ومقياس "توكمان" للتسوييف (١٩٩١)، ومقياس التسوييف العام (١٩٨٦). ويتكون مقياس التسوييف الأكاديمي المستخدم في هذا البحث، من (١٥ فقرة)، تقيس مدى تأجيل الطالب لواجباته ومهامه الدراسية، ويتم الاستجابة على كل فقرة من فقرات هذا المقياس، من خلال تدرج خماسي للاستجابات، كما يلي (تنطبق بدرجة منخفضة جداً - تنطبق بدرجة منخفضة - تنطبق بدرجة متوسطة - تنطبق بدرجة عالية - تنطبق بدرجة عالية جداً)، ويتم تصحيح هذه الاختيارات الخمسة بإعطاء الدرجات التالية (١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥) على التوالي، وهكذا فإن الدرجة الكلية للمقياس تتراوح ما بين (١٥ - ٧٥) درجة، وكلما ارتفعت درجة الفرد على هذا المقياس، كلما كان ذلك مؤشراً على ارتفاع مستوى التسوييف الأكاديمي لديه، والعكس أيضا صحيح. وهناك أربع فقرات صيغت في الاتجاه السالب، وهي (٢ - ٦ - ٨ - ١٥)، ويتم تصحيح الاختيارات الخمسة للإجابة عليها، بإعطاء الدرجات (٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١). (أبو إزريق، وجرادات، ٢٠١٣: ص ص ١٩-٢٠).

التحقق من الكفاءة السيكومترية لمقياس التسويق الأكاديمي في نسخته العربية:

قاما كلا من محمد أبوإزريق، وكريم جرادات (٢٠١٣)، بحساب ثبات الاتساق الداخلي لمقياس التسويق الأكاديمي، باستخدام معادلة ألفا-كرونباخ وذلك على عينة مكونة من (٥٥) طالباً، وقد بلغ معامل ثبات المقياس (٠,٧٦)، وهو معامل ثبات جيد. أما بالنسبة لحساب صدق المقياس فقد استخدم صدق المحتوى وذلك بعرضه على (٨) محكمين من أعضاء هيئة التدريس بقسم علم النفس الإرشادي والتربوي بجامعة اليرموك، وقد أظهر المحكمين موافقتهم على جميع فقرات المقياس، كما تم حساب معاملات الارتباط بين فقرات المقياس والدرجة الكلية للمقياس، وقد تراوحت بين (٠,٢٢ - ٠,٥٦) وهي قيم دالة إحصائياً عند ٠,٠٥ مما يشير إلى صدق المقياس.

التحقق من الكفاءة السيكومترية لمقياس التسويق الأكاديمي في البحث الحالي:

تم التحقق من ثبات مقياس التسويق الأكاديمي، في هذا البحث، باستخدام عينة استطلاعية قوامها (١٠٠) من طلبة وطالبات الجامعة، منهم (٢٧) ذكراً، و(٧٣) أنثى، وقد بلغ معامل ثبات ألفا كرونباخ (٠,٨٨)، كما حسب معامل ثبات التجزئة النصفية للمقياس، وبلغ معامل الارتباط بين جزئي المقياس، (٠,٥٩٧)، وبلغ معامل ثبات التجزئة النصفية، بعد تصحيح الطول باستخدام معادلة "جتمان" Guttman (٠,٧٤٨)، كما تم حساب معاملات الاتساق الداخلي، بين كل فقرة من فقرات مقياس التسويق الأكاديمي، وبين الدرجة الكلية للمقياس، وكانت جميعها معاملات اتساق مرتفعة، ولها دلالة عند مستوى دلالة (٠,٠١). كما تم التحقق من صدق المقياس، باستخدام التحليل العاملي، بطريقة المكونات الرئيسية لـ "هوتلينج"، وأظهرت النتائج أن المقياس صادق عاملياً (يمكن الرجوع للمصدر التالي: عبد الله، ريحانة علي، ٢٠٢١).

(٢) مقياس سمة القلق:

مقياس سمة القلق، أعده "سبيلبرجر، وزملاءه"، وقام بترجمته ونقله إلى البيئة المصرية "البحيرى"، عام (٢٠٠٥)، ويتكون مقياس القلق من مقياسين فرعيين، هما: حالة القلق (ط ١)، وسمة القلق (ط ٢)، وقد استخدم في هذا البحث الصورة الثانية من المقياس، والمتعلق بسمة القلق. ويتكون هذا المقياس من (٢٠) فقرة، يطلب فيها من الأفراد وصف ما يشعرون به بوجه عام، ويستجيب المفحوص على المقياس وفقاً لأربعة بدائل متفاوتة في الشدة، وهي: (مطلقاً - قليلاً - أحياناً - كثيراً)، ويتم تصحيحها بإعطاء الدرجات (٤ - ٣ - ٢ - ١) على التوالي، وبذلك تتراوح الدرجة الكلية على هذا المقياس ما بين (٢٠ - ٨٠)، وتوجد بعض العبارات، في صياغة سلبية، ويتم تصحيحها عكس ما سبق، أي بإعطاء الدرجات (١ - ٢ - ٣ - ٤) على التوالي، وهذه العبارات السلبية عددها (١٣) فقرة، هي الفقرات أرقام (٢٢ - ٢٣ - ٢٤ - ٢٥ - ٢٨ - ٢٩ - ٣١ - ٣٢ - ٣٤ - ٣٥ - ٣٧ - ٣٨ - ٤٠)، وكلما ارتفعت الدرجة الكلية للفرد على هذا المقياس، كلما كان الفرد أميل لأن يكون أكثر قلقاً. (سبيلبرجر، وآخرون، ٢٠٠٥ - ب).

التحقق من الكفاءة السيكومترية لمقياس سمة القلق فى نسخته العربية:

وقد قام "البحيرى" بحساب ثبات المقياس بعدة طرق وهي: إعادة تطبيق الإختبار حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٨٢) عند الذكور، (٠,٨٦) عند الإناث وذلك بعد مرور شهر من التطبيق، ومعامل ألفا كرونباخ حيث بلغ معامل الثبات (٠,٧١) عند الذكور، (٠,٦٩) عند الإناث، وطريقة التجزئة النصفية حيث بلغ معامل الثبات بطريقة "سبيرمان - براون" (٠,٨٧) عند الذكور، (٠,٩٠) عند الإناث، وهذا يشير إلى معاملات ثبات مرتفعة؛ كما تم حساب صدق المقياس بعدة طرق كصدق المحك حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجات أفراد العينة وبين درجاتهم على مقياس كاتل للقلق ومقياس إيزنك للعصابية حيث تراوحت معاملات الارتباط ما بين

(٠,٥٠-٠,٧٠)، هذا وبالإضافة إلى التحليل العاملي لحساب الصدق العاملي للمقياس مما تبين من خلاله صدق المقياس أيضاً.

التحقق من الكفاءة السيكومترية لمقياس سمة القلق في البحث الحالي:

تم التحقق من معامل ثبات مقياس سمة القلق في هذا البحث، بعدة طرق، باستخدام عينة استطلاعية قوامها (١٠٠) من طلبة وطالبات الجامعة، منهم (٢٧) من الذكور، و(٧٣) من الإناث، وبلغ معامل ثبات ألفا كرونباخ (٠,٨٦٣)، كما حسب معامل ثبات التجزئة النصفية، وبلغ معامل الارتباط بين جزئي المقياس (٠,٦٥٢)، وبلغ معامل الثبات بعد تصحيح الطول باستخدام معادلة "سبيرمان- براون"، (٠,٧٨٩)، كما أظهرت معاملات الاتساق الداخلي بين الفقرة والدرجة الكلية لمقياس سمة القلق، أن جميع الفقرات لها معاملات اتساق داخلي مرتفع، ودالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، فيما عدا فقرة واحدة فقط. كما تم التحقق من صدق المقياس باستخدام التحليل العاملي بطريقة المكونات الرئيسية لـ "هوتلينج". (يمكن الرجوع للمصدر التالي: عبد الله، ریحانة علي، ٢٠٢١).

(٣) مقياس الدافع للإنجاز:

مقياس الدافع للإنجاز، مقياس أعدته (عبد المقصود، أماني)، ويتكون من (١٥) فقرة، ويطلب من المستجيب اختيار إجابة واحدة من الاختيارات الخمسة التالية (أبداً - قليلاً - أحياناً - كثيراً - دائماً)، يتم تصحيحها بإعطاء الدرجات (١ - ٢ - ٣ - ٤ - ٥)، أما العبارات سلبية الصياغة، فيتم تصحيحها عكس ذلك، أي بإعطاء الدرجات (٥ - ٤ - ٣ - ٢ - ١)، والعبارات السالبة هي العبارات أرقام (٦ - ٨ - ١١ - ١٣ - ١٥). وتتراوح الدرجة الكلية على المقياس ما بين (١٥- ٧٥) درجة، وكلما ارتفعت درجة الفرد على المقياس، كلما كان أكثر ميلاً لارتفاع مستوى الإنجاز لديه، (عبد المقصود، أماني، د. ت).

التحقق من الكفاءة السيكومترية للمقياس في نسخته العربية:

وقد قامت أمانى عبد المقصود بحساب ثبات المقياس على عينة قوامها (١٠٠) وذلك بطريقتين هما: إعادة تطبيق الاختبار، طريقة كرونباخ، حيث بلغ معامل الثبات (٠,٧٥٣)، (٠,٨٤١) على الترتيب مما يشير إلى تمتع المقياس بثبات عالٍ. كما قامت بحساب صدق المقياس بعدة طرق هي: صدق المحكمين وذلك بعرضه على عدد من المحكمين، وصدق البناء أو التكوين ويقصد به صدق الاتساق الداخلي للأداة فقد تم حساب معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المقياس والدرجة الكلية للمقياس، وصدق المحك حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجات الطلاب على مقياس الدافع للإنجاز ودرجاتهم على مقياس الدافع للإنجاز لفاروق عبدالفتاح موسى (١٩٨٧) حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٦٣٧) وهذا مؤشر على صدق المقياس.

التحقق من الكفاءة السيكومترية للمقياس في البحث الحالي:

تم التحقق من ثبات مقياس الدافع للإنجاز في هذا البحث بعدة طرق، باستخدام عينة استطلاعية قوامها (١٠٠)، من طلبة وطالبات الجامعة (٢٧ من الذكور، و ٧٣ من الإناث)، وبلغ معامل ثبات ألفا كرونباخ (٠,٧٠٣)، كما حسب معامل ثبات التجزئة النصفية للمقياس، وبلغ معامل الارتباط بين جزئي المقياس (٠,٤٢٦)، وباستخدام معادلة "جتمان" لتصحيح الطول، بلغ معامل ثبات التجزئة النصفية (٠,٥٩)، كما أظهرت معاملات الاتساق الداخلي لجميع فقرات مقياس الدافع للإنجاز، مع الدرجة الكلية للمقياس، أن جميع الفقرات كانت ذات معامل اتساق داخلي مرتفع، ودال عند مستوى دلالة (٠,٠١)، فيما عدا فقرة واحدة دالة عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، كما تم التحقق من صدق المقياس، باستخدام التحليل العاملي بطريقة المكونات الرئيسية لـ "هوتلينج"، فيما عدا ثلاث فقرات، كان تشبع كل منها على العامل العام ضعيفاً، مما يعني أن المقياس صادق عاملياً بشكل عام (يمكن الرجوع للمصدر التالي: عبد الله، ریحانة علي، ٢٠٢١).

(هـ) الأساليب الإحصائية المستخدمة:

استخدم في هذا البحث، حزمة البرامج الإحصائية المعروفة اختصاراً SPSS (إصدار ٢٦)، لإدخال البيانات ومعالجتها إحصائياً، وذلك للتحقق من الخصائص السيكومترية لمقاييس البحث، والتحقق من صحة فرض البحث، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١- الإحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٢- تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis بطريقة Stepwise للتحقق من صحة فرض البحث.

٣- معامل ارتباط "بيرسون" Pearson ومعامل ألفا كرونباخ"، للتحقق من ثبات وصدق أدوات البحث.

٧- نتائج البحث وتفسيرها:

ينص فرض البحث على أنه: "يسهم كل من سمة القلق والدافع للإنجاز في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة". وقد استخدم تحليل الانحدار المتعدد بطريقة Stepwise، على اعتبار أن المتغيران المستقلان هما: "سمة القلق، والدافع للإنجاز"، وأن المتغير التابع هو "التسويق الأكاديمي". وتم حساب معامل الارتباط بين متغيرات البحث (جدول ١)، كما تم استخراج معامل الارتباط (R)، ومعامل التحديد (R^2) (والذي يمثل مربع معامل الارتباط)، وتحليل تباين الانحدار (قيمة "ف" ودلالاتها الإحصائية)، للتحقق من مدى تأثير المتغيرين المستقلين المنبئين (سمة القلق، والدافع للإنجاز) معاً، في المتغير التابع (التسويق الأكاديمي) لدى طلاب الجامعة، كما تم استخراج معامل الانحدار الجزئي (B)، ومعامل الانحدار المعياري ($Beta$)، وقيمة "ت" الانحدارية، ودلالاتها الإحصائية، ونسبة إسهام المتغير المستقل في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي (جدول ٢).

جدول (١).

معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة (ن = ٢٨٠)

| ١- التسوية الأكاديمية | ٢- سمة القلق | ٣- الدافع للإنجاز |
|-----------------------|--------------|-------------------|
| ١- التسوية الأكاديمية | ٠,٤٦٠ *** | ٠,٥٤٥- *** |
| ٢- سمة القلق | (--) | ٠,٤٥٣- *** |

(*** معامل الارتباط دال عند مستوى (٠,٠٠١)).

وتشير نتائج الجدول (١) إلى أن أعلى معامل ارتباط بين التسوية الأكاديمية وبين المتغيرين الآخرين (سمة القلق، والدافع للإنجاز)، كان بين التسوية الأكاديمية والدافع للإنجاز، حيث بلغ (٠,٥٤٥-)، وهو معامل سالب، وله دلالة عند مستوى (٠,٠٠١)، يليه معامل الارتباط بين كل من التسوية الأكاديمية، وسمة القلق، والذي بلغ (٠,٤٦)، وهو معامل موجب الإشارة، وله دلالة عند مستوى (٠,٠٠١) أيضاً. وتشير هذه النتيجة، إلى أنه كلما انخفض الدافع للإنجاز، لدى طلاب الجامعة، كلما كان مستوى التسوية الأكاديمية مرتفعاً، لديهم، وأنه كلما ارتفع مستوى القلق كسمة، كلما ارتفع مستوى التسوية الأكاديمية لديهم.

جدول (٢).

نتائج تحليل الانحدار باعتبار سمة القلق والدافع للإنجاز متغيران مستقلان،
والتسويق الأكاديمي متغيراً تابعاً لدى طلاب الجامعة
(ن = ٢٨٠)

| نسبة الإسهام % | قيمة ت | | stand. Coeffi. | Unstand. Coeffi. | | R2 معامل التحديد | R | قيمة "ف" F | Model | |
|----------------------|---------|--------|---------------------------------------|---------------------|----------------------------------|------------------------|-------|------------------|-------------------|-------------------|
| | الدلالة | القيمة | Beta معامل الانحدار المعياري | الخطأ المعياري | B معامل الانحدار الجزئي | | | | القيمة الثابتة | الدافع للإنجاز |
| %٢٩,٧ | ٠,٠٠١ | ٢٣,٥٣ | -- | ٣,٥٦ | ٨٣,٦٦ | ٠,٢٩٧ | ٠,٥٤٥ | ١١٧,٢٤ | القيمة الثابتة | ١ |
| | ٠,٠٠١ | ١٠,٨٣ | ٠,٥٥- | ٠,٠٧ | ٠,٧٧- | | | | الدافع للإنجاز | |
| %٣٥,٤ | ٠,٠٠١ | ١٠,٢٩ | -- | ٥,٨٥ | ٦٠,١٦ | ٠,٣٥٤ | ٠,٥٩٥ | ٧٥,٨٥ | القيمة الثابتة | ٢ |
| | ٠,٠٠١ | ٧,٨١ | ٠,٤٢- | ٠,٠٨ | ٠,٥٩- | | | | الدافع للإنجاز | |
| | ٠,٠٠١ | ٤,٩٥ | ٠,٢٧ | ٠,٠٦ | ٠,٢٩ | | | | سمة القلق | |

وتشير نتائج الجدول (٢)، إلى ما يلي:

١- بلغت قيمة (ف) الانحدارية المحسوبة لمتغيري سمة القلق، والدافع للإنجاز، (٧٥,٨٥)، وهي قيمة لها دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠١)، وتظهر هذه النتيجة أن التباين الخاص بالمتغيرين المستقلين (سمة القلق والدافع للإنجاز)، يؤثر - وبشكل دال إحصائياً - على التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة.

٢- بلغت قيمة معامل الارتباط بين الدافع للإنجاز وسمة القلق مجتمعين، وبين التسويق الأكاديمي بلغ (٠,٥٩٥)، كما بلغ معامل التحديد "مربع معامل

الارتباط المتعدد" (٠,٣٥٤)، وعلى ذلك فإن متغيري الدافع للإنجاز وسمة القلق، يسهمان معا بمقدار (٣٥,٤%) في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي. كما أن معامل الارتباط بين الدافع للإنجاز وحده، وبين التسويق الأكاديمي بلغ (٠,٥٤٥)، كما بلغ معامل التحديد "مربع معامل الارتباط المتعدد" (٠,٢٩٧)، وعلى ذلك فإن متغير الدافع للإنجاز وحده، يسهم بمقدار (٢٩,٧%) في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي وهو الإسهام الأكبر، أما متغير سمة القلق وحده، فإنه يسهم بمقدار (٥,٧%) فقط في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة.

٣- تبين أن قيمة معامل الانحدار الجزئي (B)، سالبة لمتغير الدافع للإنجاز، أما العلاقة بين متغير سمة القلق، وبين التسويق الأكاديمي فكانت موجبة وطردية، وعلى ذلك، يمكن صياغة معادلة الانحدار، التي تساعد في التنبؤ بدرجة التسويق الأكاديمي (المتغير التابع)، بمعلومية درجات كل من الدافع للإنجاز، وسمة القلق (المتغيرين المستقلين)، كما يلي:

التسويق الأكاديمي =

$$٦٠,١٦ - (٠,٥٩ \times \text{عامل الدافع للإنجاز}) + (٠,٢٩ \times \text{عامل سمة القلق})$$

٤- وتوضح هذه المعادلة، أنه كلما انخفض مستوى الدافع للإنجاز لدى طلاب الجامعة، كلما ارتفع مستوى التسويق الأكاديمي عندهم، وفي نفس الوقت فإنه كلما ارتفع مستوى القلق كسمة، كلما ارتفع مستوى التسويق الأكاديمي لديهم.

□

مناقشة وتفسير النتائج:

جاءت نتائج هذا البحث، في الاتجاه المؤيد لصحة الفرض، بأنه يوجد إسهام لكل من الدافع للإنجاز، وسمة القلق، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وأن إسهام الدافع للإنجاز هو الإسهام الأعلى (٢٩,٧%)، على حين كان إسهام سمة القلق في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي، إسهاما أقل (٥,٧%). وبالرجوع إلى معادلة التنبؤ التي أوضحت أنه كلما انخفض مستوى الدافع للإنجاز لدى طلاب الجامعة، كلما ارتفع مستوى التسويق الأكاديمي عندهم، وفي نفس الوقت فإنه كلما ارتفع مستوى القلق كسمة، كلما ارتفع مستوى التسويق الأكاديمي لديهم، هذه النتيجة جاءت متفقة مع نتائج بحوث سابقة؛ حيث توصلت بحوث إلى أن العلاقة الارتباطية بين كل من التسويق الأكاديمي وبين الدافع للإنجاز، هي علاقة سالبة، ومنها بحوث كل من (أحمد، ٢٠٠٨؛ Liu, 2010؛ Sipahelut & Leatemia, 2018، وانفتقت أيضا مع نتائج بحث (صبري، وسالم، ٢٠١٥)، بأنه يمكن التنبؤ بالتسويق الأكاديمي من خلال مستوى الدافعية للإنجاز.

أما النتيجة الثانية التي توصل إليها البحث الحالي، والتي تشير إلى أن هناك إسهاما لمتغير سمة القلق، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، ووجود علاقة ارتباطية موجبة (طردية) بين هذين المتغيرين، والتي تشير إلى أنه كلما زاد مستوى القلق كسمة، كلما زاد التسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، فإن هذه النتيجة جاءت أيضا متفقة مع نتائج بحوث كل من (القحطاني، ٢٠١٠؛ شبيب، ٢٠١٤؛ Soysa & Zhang et al, 2020؛ Weiss, 2014)، كما اتفقت مع نتيجة بحث (Haycock et al, 1998) والتي مؤداها أن القلق عامل منبئ بحدوث التسويق الأكاديمي.

ولتفسير نتيجة البحث، فيما يتعلق بعلاقة الدافعية للإنجاز بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، فإنه يمكن تفسير ذلك، في إطار الدافعية نحو النجاح والإنجاز الأكاديمي، قد تكون خارجية في المرحلة الثانوية حيث يكون هدف الطالب الرئيسي هو الحصول على درجات مرتفعة تمكنه من الالتحاق بالجامعة، كما أنه يتحتم عليه الالتزام بأداء الواجبات والامتنان لمتابعة الوالدين والمعلمين له، إلا أن معظم هذه العوامل تبدأ في التغير عند الالتحاق بالجامعة؛ حيث يتمتع الطالب بقدر كبير من الحرية، سواء كان ذلك على المستوى الشخصي، فيما يتعلق بحضور المحاضرات، والالتزام بالقواعد الجامعية، أو فيما يتعلق بحريته في اختيار الدراسة الأكاديمية التي يرغب في الالتحاق بها، وهذا معناه غياب الدافع الخارجي الذي يجبره على الاستمرار في النشاط التعليمي، وهنا يصبح الطالب في حاجة إلى وجود نوع آخر من الدوافع الداخلية التي تدفعه إلى مواصلة التعليم (أحمد، ٢٠٠٨: ٢٥). وقد يكون ذلك، سببا من أسباب انخفاض مستوى دافعية الإنجاز لدى عينة البحث الحالي من طلبة وطالبات الجامعة، الأمر الذي يكون مسئولا أيضا عن ارتفاع مستوى التسويق الأكاديمي لديهم.

إضافة لما سبق، فإنه يمكن تفسير نتيجة البحث الحالي، في إطار علاقة كل من الدافع للإنجاز والتسويق الأكاديمي، بمتغير الغش الدراسي في الجامعة؛ فهناك بحوث عديدة توصلت إلى أن الغش الدراسي ينتشر انتشارا واسع النطاق لدى طلاب المدارس والجامعات؛ كبحث (المستكاوي، ٢٠٠٢)، حيث أظهرت النتائج أن نسبة الغاشين (٧٣.٧٥%)، لدى عينة من طلبة وطالبات قسم علم النفس بكلية الآداب جامعة أسيوط.

وطالما أن نسبة الغش مرتفعة لدى طلاب الجامعة، فقد يكون ذلك، بسبب انخفاض مستوى دافعية الإنجاز لديهم، وقد يكون هذا الانخفاض في دافعية الإنجاز، بسبب اعتماد بعض طلاب الجامعة، على الفكرة القائلة: (لماذا أتعب نفسي في أداء

المهام الأكاديمية المطلوبة مني، ولدي إمكانية قيامي بالغش في امتحاناتي؟!، مما قد يكون سببا من أسباب ارتفاع مستوى التسويق الأكاديمي لديهم، ومع ذلك، فإن الباحثين في هذا البحث، يوصون بأهمية تحويل هذا الافتراض إلى بحث علمي للتحقق منه بطريقة علمية.

ولا يغفل الباحثون - في هذا البحث - أنه تم تطبيق أدوات البحث الحالي، في ظروف استثنائية، مرت بها مصر والعالم أجمع، والمتعلقة بانتشار فيروس "كورونا" المعروف باسم COVID-19 مع ما استلزم ذلك من إجراءات غلق مؤسسات التعليم بما في ذلك الجامعات، وبقاء طلاب الجامعات في المنازل، وتلقي دروسهم الأكاديمية من خلال متابعتهم لمنصات التعليم الإلكترونية، وهو نمط جديد من أنماط التعلم لم يكن الطلاب على ألفة به قبل انتشار فيروس "كورونا المستجد"، إضافة إلى أن هناك قطاعا كبيرا من طلاب الجامعة - خاصة في الريف والأماكن النائية - لم يتمكنوا من متابعة دراستهم باستخدام تلك المنصات، سواء بسبب عدم امتلاكهم أجهزة "لاب توب"، أو عدم اشتراكهم في النت، أو ضعف شبكة الإنترنت، أو لأفقتهم بالمذاكرة في الكتاب الجامعي الورقي، والذي لم يكن متوفرا بسبب اعتماد الجامعة على الكتب بصيغة PDF التي نشرت على موقع الجامعة الإلكتروني. كل ذلك قد يكون سببا في انخفاض مستوى دافعية الإنجاز لدى عينة البحث من طلاب الجامعة، وزيادة مستوى القلق لديهم، وبالتالي كان ذلك أحد أسباب ارتفاع مستوى التسويق الأكاديمي، كما أظهرته نتائج هذا البحث. لكل ما سبق، فإن الباحثين القائمين بهذا البحث، يرون أهمية القيام ببحث آخر، يهتم بتعرف إسهام كل من دافعية الإنجاز، وسمة القلق، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة، في ظروف طبيعية، بعد انتهاء فترات انتشار فيروس كورونا المستجد (COVID-19)، والذي بدأ بنهاية عام ٢٠١٩، وما يزال مستمرا ومنتشرا حتى كتابة تقرير هذا البحث في شهر أغسطس عام ٢٠٢١م.

الخلاصة:

توصل هذا البحث إلى أنه يوجد إسهام لكل من الدافع للإنجاز، وسمة القلق، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، وأن إسهام الدافع للإنجاز كان الإسهام الأكبر (بنسبة ٢٩,٧%)، على حين كان إسهام سمة القلق، إسهاما أقل (بنسبة ٥,٧%). وعلى ذلك، فإنه يجب وضع هذه النتيجة في الاعتبار، عند بناء برامج تستهدف خفض التسويق الأكاديمي لدى طلاب الجامعة، حيث يجب التركيز في مثل هذه البرامج، بصورة رئيسة على تدريب طلاب الجامعة الذين يعانون من التسويق الأكاديمي، على رفع مستوى دافعيتهم للإنجاز، وأيضا تدريبهم على خفض مستوى القلق لديهم، لكن الجهد الأكبر في هذه البرامج يجب أن يتجه نحو بناء استراتيجيات تهدف إلى رفع دافعية الإنجاز لدى طلاب الجامعة، وتدريبهم على ضرورة إنجاز مهامهم الأكاديمية وغير الأكاديمية، وعدم تأجيلها بأي صورة من الصور، الأمر الذي يصب في نهاية الأمر، في خفض مستوى التسويق الأكاديمي لديهم، بل إن الأمر قد يسهم في خفض مستوى التسويق بشكل عام في حياتهم الخاصة خارج نطاق الجامعة، وفقا لافتراض انتقال أثر التدريب.

□

التوصيات:

في ضوء ما أسفر عنه البحث الحالي من نتائج، تم صياغة التوصيات الآتية:

١- تفعيل دور الأخصائي النفسي في المدارس والجامعات، في المساهمة في حل المشكلات التي تواجه الطلبة والطالبات أولاً بأول، والتي تؤثر على مستوى التحصيل الدراسي لديهم.

٢- تنويع طرق التدريس بدلاً من الاعتماد على الطرق التقليدية التي تعتمد على قيام أستاذ المادة بالشرح والتلقين فقط، بل يجب إدخال الطرق الحديثة التي تعتمد على الحوار والمناقشة، والتعلم الذاتي، مع استخدام وسائل وأدوات العرض الحديثة، مثل أجهزة الـ Data show وبرنامج PowerPoint

٣- بناء شراكة بين كل من الأساتذة وبين الطلاب الأكثر تسويفاً، والأخصائي النفسي والأخصائي الاجتماعي، وأولياء الأمور، لتشجيع الطلاب المسوفين، على تنفيذ المهام الدراسية المطلوبة منهم أولاً بأول، والعمل على تقليل حجم التسويف الأكاديمي لدى هؤلاء الطلاب.

٤- بناء برامج تدريبية وإرشادية تستهدف إكساب الطلبة والطالبات المسوفين، مهارات رفع مستوى الإنجاز، وتقليل مستوى القلق النفسي، الأمر الذي يؤدي في نهاية الأمر، لخفض مستوى التسويف الأكاديمي لديهم.

٥- نشر ثقافة مخاطر التسويف الأكاديمي وأضرارها، على مستوى التحصيل الدراسي، لدى طلبة وطالبات المدارس والجامعات.



بحوث مقترحة:

- من خلال نتائج البحث، تم اقتراح بعض النقاط البحثية الجديدة، وهي:
- ١- إسهام القدرة على اتخاذ القرار، في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة.
 - ٢- إسهام التسويق الأكاديمي، في التنبؤ بالغش الدراسي لدى طلبة وطالبات الجامعة.
 - ٣- إسهام العوامل الخمسة الكبرى للشخصية في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة.
 - ٤- العلاقة بين التسويق الأكاديمي وبين كل من تقدير الذات والتدين والتحصيل الدراسي لدى طلبة وطالبات الجامعة.
 - ٥- العلاقة بين التسويق الأكاديمي وبين قلق المستقبل لدى طلاب الجامعة في ضوء متغيرات: نوع الدراسة (نظري - عملي)، والجنس (ذكر / أنثى)، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي للأسرة (مرتفع - متوسط - منخفض).
 - ٦- الفروق في معدلات انتشار التسويق الأكاديمي بين طلاب التعليم الثانوي وطلاب التعليم الجامعي.
 - ٧- فعالية برنامج تدريبي في خفض مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلاب الكليات النظرية.

المراجع

المراجع العربية

- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين. (د.ت). *لسان العرب*. القاهرة: دار المعارف.
- أبو إزريق، محمد؛ جرادات، عبد الكريم. (٢٠١٣). أثر تعديل العبارات الذاتية السلبية في تخفيض التسويق الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية الأكاديمية. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*. عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بجامعة اليرموك. ٩ (١)، ص ص ١٥ - ٢٧.
- أبوضيف، إيمان محمد، وقاسم، آمنة قاسم إسماعيل، والسهولي، نوره عادل زكي. (٢٠٢١). التلكؤ الأكاديمي وعلاقته بيقظة الضمير لدى عينة من طلاب كلية التربية بسوهاج. *مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية*. جامعة سوهاج. ع (٧)، ٥١٨ - ٥٦٤.
- أبو غزال، معاوية. (٢٠١٢). التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*. عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بجامعة اليرموك. ٨ (٢)، ص ص ١٣١ - ١٤٩.
- الأحمد، أمل، وياسين، فداء. (٢٠١٨). التسويق الأكاديمي وعلاقته بالثقة بالنفس لدى عينة من طلبة قسم علم النفس في كلية التربية بجامعة دمشق. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس*. ١٦ (١)، ص ص ١٣ - ٥٦.
- أحمد، عطية عطية محمد سيد. (٢٠٠٨). التسويق الأكاديمي وعلاقته بالدافعية للإنجاز والرضا عن الدراسة لدى طلاب جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية. *المكتبة الإلكترونية، أطفال الخليج نوي الاحتياجات الخاصة*، ص ص ١ - ٧٩.
- الأسعر، صفاء. (١٩٨٨). برنامج في تنمية دافعية الإنجاز. *دراسات في علم النفس التربوي*، مركز البحوث التربوية، جامعة قطر، م (٢٤)، ص ص ١٦٥ - ١٧٧.
- إسماعيل، بشرى. (٢٠٠٤). *ضغوط الحياة والاضطرابات النفسية*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- الأنصاري، بدر محمد. (٢٠٠٤). القلق لدى الشباب في بعض الدول العربية: دراسة ثقافية مقارنة. *مجلة دراسات نفسية. رابطة الأخصائيين النفسيين المصريين (رانم). ١٤ (٣)*، ص ٣٣٧-٣٧٠.
- بن عامر، وسيلة. (٢٠١٧). التسوية الأكاديمي وعلاقته بالصحة النفسية لدى الطالب الجامعي. *مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة. ع (٤٨)*. ص ٢٦٧-٢٧٨.
- جبل، فوزي محمد. (٢٠٠٠). *الصحة النفسية وسيكولوجية الشخصية*. الاسكندرية: المكتبة الجامعية.
- حسب الله، عبد العزيز محمد. (٢٠١٩). إدارة الوقت وحكمة الاختبار وبعض المتغيرات الديموجرافية كمنبئات بالتسوية الأكاديمي لدى طلاب كلية التربية. *مجلة كلية التربية. جامعة أسيوط. ٣٥ (٩)*. ٤٣٥ - ٥٣٢.
- حسن، حسن على (١٩٩٨). *سيكولوجية الإنجاز (الخصائص المعرفية والمزاجية للشخصية الإنجازية)*. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
- خليفة، عبد اللطيف محمد. (٢٠٠٠). *الدافعية للإنجاز*. القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع.
- الربابعة، خالد زكي. (٢٠١٣). التسوية الأكاديمي وعلاقته بالفاعلية الذاتية الأكاديمية ومركز الضبط لدى طلبة جامعة اليرموك. رسالة ماجستير (غير منشورة)، مقدمة إلى كلية التربية. جامعة اليرموك.
- الربدي، سفيان بن إبراهيم. (٢٠١٢). التوافق مع الحياة الجامعية لدى طلبة كلية التربية بجامعة القصيم. *مجلة العلوم العربية والإنسانية. جامعة القصيم - السعودية. ٦ (١)*، ص ٤٢٩ - ٤٧٢.
- ربيع، محمد شحاته. (٢٠٠٥). *أصول الصحة النفسية (ط ٦)*. القاهرة: دار غريب للنشر والتوزيع.

- الزعبي، أحمد محمد عبد المجيد. (٢٠١٧). التسويق الأكاديمي وعلاقته بكل من فاعلية الذات الأكاديمية وقلق المستقبل لدى عينة من طلبة جامعة دمشق. *مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية. جامعة دمشق*. ٣٣ (١)، ص ٤٤١ - ٤٨٤.
- الزغاليل، أحمد سليمان. (٢٠١٦). مدى انتشار سلوكيات المماثلة والتسويق عند طلبة الجامعة والاختلاف في ذلك تبعاً لكل من جنسهم وتخصصاتهم ومستواهم الدراسي ومعدلاتهم التراكمية. *المجلة التربوية الأردنية. الجمعية الأردنية للعلوم التربوية*. ١ (١). ص ٢٢ - ١.
- زغبوي، محمد أحمد. (٢٠٢٠). التسويق الأكاديمي لدى طلبة الكلية الجامعية بحقل وعلاقته ببعض المتغيرات. *المجلة التربوية الدولية المتخصصة. دار سمات للدراسات والأبحاث*. ٩ (١). ص ١٦١ - ١٩٦.
- زهران، حامد عبد السلام. (٢٠٠٥). *الصحة النفسية والعلاج النفسي*. ط ٤. القاهرة: عالم الكتب.
- سيدليبيرجر - ترجمة وإعداد عبد الرقيب البحيري (٢٠٠٥ - أ): *اختبار حالة وسمة القلق للأطفال STAIC كراسة التعليمات، الطبعة الثانية*. أسبوط: مركز الإرشاد النفسي والتربوي، كلية التربية، جامعة أسبوط.
- سيدليبيرجر، جورشش، لوشين - ترجمة وإعداد عبد الرقيب البحيري (٢٠٠٥ - ب): *اختبار حالة وسمة القلق للكبار STAI كراسة التعليمات، الطبعة الثانية*. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
- السرحان، محمد نياز مرجي، وصالحة، محمد أحمد. (٢٠١٧). التسويق الأكاديمي وعلاقته بالتعلم المنظم ذاتياً لدى طلبة جامعة آل البيت. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية. جامعة القدس المفتوحة*. ٥ (١٧). ص ١٦١ - ١٧٢.
- السعدي، رحاب عارف. (٢٠١٨). التسويق الأكاديمي وعلاقته بالرضا عن الدراسة الجامعية لدى طلبة جامعة الاستقلال في مدينة أريحا. *مجلة جامعة الأقصى للعلوم التربوية والنفسية. جامعة الاستقلال - أريحا- فلسطين*. ١ (١). ص ٣٣ - ٧٣.

- السلمي، طارق عبد الوالي. (٢٠١٧). مستوى التفكير الجانبي والتسويق الأكاديمي والعلاقة بينهما لدى طلاب جامعة أم القرى بمكة المكرمة والقنفذة في ضوء متغيري التخصص الدراسي والموقع الجغرافي. *المجلة المصرية للدراسات النفسية. الجمعية المصرية للدراسات النفسية*. ٢٧ (٩٤). ص ١٢١ - ١٥٣.
- شبيب، هناء صالح. (٢٠١٥). *الخصائص السيكومترية لمقياس التسويق الأكاديمي وأسبابه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تشرين*. رسالة ماجستير (غير منشورة)، مقدمة لكلية التربية. جامعة تشرين.
- شبيب، هناء صالح، وبوبو، منذر، وشريبه، بشرى. (٢٠١٤). التسويق الأكاديمي وعلاقته بالقلق بوصفه (سمة وحالة). *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية*. ٣٦ (٦)، ص ٤٧٣ - ٤٨٨.
- صالح، رواء ناطق. (٢٠١٦). التسويق الأكاديمي وعلاقته بمعنى الحياة لدى طلبة كلية الآداب - جامعة القادسية في العراق. *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*. كلية الإمارات للعلوم التربوية. ع(١٠)، ص ٩٥-١٢٠.
- صالح، على عبد الرحيم، وصالح، زينة على. (٢٠١٢). التسويق الأكاديمي وعلاقته بإدارة الوقت لدى طلبة كلية التربية. *مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس*. رابطة التربويين العرب. ٣ (٣٢). ص ص ٢٤١-٢٧١.
- صبري، نصر محمود، وسالم، هانم أحمد. (٢٠١٥). التنبؤ بالتسويق الأكاديمي من الذكاء الوجداني والرضا عن المهنة لدى طلاب الدبلوم العامة بكلية التربية. *مجلة دراسات تربوية ونفسية. كلية التربية جامعة الزقازيق*. ع(٨٩). ص ١٤٩ - ٢٤٦.
- صوالحة، عبد المهدي محمد، وصوالحة، أحمد محمد أحمد. (٢٠١٨). التسويق الأكاديمي وعلاقته بمفهوم الذات الأكاديمي لدى عينة من طلبة جامعة إربد الأهلية. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية*. جامعة القدس المفتوحة. ٩ (٢٦). ص ١٦١ - ١٧٥.

- عبد الخالق، أحمد محمد، الدغيم، محمد دغيم. (٢٠١١). المقياس العربي للتسويق: إعداده وخصائصه السيكمترية. *المجلة الدولية للأبحاث التربوية. جامعة الإمارات العربية المتحدة*. ع (٣٠)، ص ٢٠٠ - ٢٢٥.
- عبد الخالق، أحمد محمد، النيال، مایسة أحمد. (١٩٩١). الدافع للإنجاز وعلاقته بالقلق والانبساط. *مجلة دراسات نفسية، رابطة الاخصائيين النفسيين المصرية (رانم)*. ١ (٤). ص ٦٣٧ - ٦٥٣.
- عبد الله، ریحانة علي. (٢٠٢١). *التسويق الأكاديمي وعلاقته ببعض سمات الشخصية لدى طلاب الجامعة*. رسالة ماجستير (غير منشورة)، مقدمة لقسم علم النفس في كلية الآداب جامعة أسيوط.
- عبد المقصود، أماني. (ب. ت). *مقياس الدافع للإنجاز للأطفال والمراهقين*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- عبود، محمد هاني محمد، ومهيدات، فاتن عبد الرحمن حسين، وغزو، أحمد محمد عبد الله، والحربي، بسام هلال منور. (٢٠١٩). العلاقة بين التسويق الأكاديمي والسمات الشخصية وفقاً للعوامل الخمسة الكبرى لدى عينة من طلبة الجامعة. *مجلة دراسات العلوم التربوية. الجامعة الأردنية - عمادة البحث العلمي*. ٤٦ (١). ص ٧٨٤ - ٧٩٣.
- عفيفي، منال شمس الدين أحمد. (٢٠١٨). الإسهام النسبي لأساليب التفكير والضغط الأكاديمية في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية التربية بجامعة قناة السويس. *مجلة كلية التربية. جامعة كفر الشيخ*. ١٨ (٢). ص ٨٨ - ١.
- عكاشة، أحمد. (١٩٩٨). *الطب النفسي المعاصر*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- علي، أسماء صالح، وإبراهيم، إكثار خليل، وعبد الرازق، زينب سمير. (٢٠١٩). إيمان الأنترنت وعلاقته بالتسويق الأكاديمي لدى عينة من طلبة الجامعة. *مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية. كلية التربية للعلوم الإنسانية جامعة البصرة*. ٤٤ (٤). ص ١٨ - ٤٠.

- القحطاني، ريم سعيد علي. (٢٠١٠). *التسويق الأكاديمي وعلاقته بكل من القلق والفاعلية الذاتية لدى طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة خميس مشيط*. رسالة ماجستير (غير منشورة). مقدمة لكلية التربية للبنات بأبها. جامعة الملك خالد. السعودية.
- المستكاوي، طه أحمد. (٢٠٠٢). *الغش الدراسي لدى طلبة وطالبات الجامعة؛ دراسة نفسية. مجلة دراسات طفولة (نفسية - إجتماعية - إعلامية طبية)، كلية الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس، ٥(١٤)، يناير ٢٠٠٢م، ص ٨٥ - ١١٨.*
- المستكاوي، طه أحمد. (٢٠٢٠). *سيكولوجية التعلم*. نسخة PDF منشورة على موقع كلية الآداب جامعة أسيوط (الإلكتروني).
- موسى، رشاد علي عبد العزيز. (١٩٩٤). *علم النفس الدافعي (دراسات وبحوث)*. القاهرة: دار النهضة العربية.
- ميسون، سميرة، وقبائلي، رحيمة، وخويلد، أسماء. (٢٠١٨). *التسويق الأكاديمي لدى الطلبة الجامعيين: دراسة استكشافية لدى عينة من الطلبة بجامعة ورقلة. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة قاصدي مرباح - ورقلة. ع (٣٣). ص ٧١٣ - ٧٢٦.*
- النواحة، زهير عبد الحميد، وبركة، رمضان عزازي. (٢٠١٨). *القلق الوجودي والتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية. كلية التربية. جامعة القدس المفتوحة. ٢٦٢ - ٢٩٢.*

المراجع الأجنبية

- Balkis, M., & Duru, E. (2009). Prevalence of Academic procrastination Behavior among pre-service Teachers, and its relationship with Demographics and Individual preferences, *Journal of Theory and practice in Education*, 5(1), 18-32.
- Garrido, C. B., Hidalgo, J. M., Limonero, J. T., Romero, M. G., Sabado, J. T. (2020) , *Relationship of academic procrastination with perceived* (6), 398 – 403.
- Haycock, L. A., MC charty, P., & Skay, C. L. (1998). Procrastination in college students: The role of self-efficacy and anxiety, *Journal of counseling and Development*, 76, 317-324.
- Jaradat, A. M, (2004). *Test Anxiety in Jordanian students: Measurement, Correlates and Treatment*, unpublished Ph.D. Dissertation, Department of psychology the Philipps university Marburg, 1-103.
- Liu, K. (2010). *The relationship between Academic procrastination and academic Achievement in Chinese university students*, Department of counseling, school and Educational Psychology, New York. 1-56.
- Mann, L., (2016). Procrastination Revisited A commentary, *Australian psychological society*, 51(1), 47-51.
- Murry, H. A. (1938). *Exploration in Personality*. New York: Oxford.
- Ozer, B.U., Demir, A., & Ferrari , J. R., (2009). Exploring academic procrastination among Turkish students: possible gender differences in prevalence and reasons, *Journal of social psychology*, 149 (2) , 241-257.

- Schouwenburg, H.C.,& Groenewoud, J.T.(2001). Study motivation under social temptation: effects of trait procrastination. *Journal of personality and individual Differences*, 30, 229-240.
- Sipahelut, J.,& Leatemala, B. I., (2018). Relationship between Achievement Motivation with Academic procrastination in college students, *International Journal of scientific development and Research*, 3, 145-148.
- Solomon, L.,& Rothblum, E. (1984). Academic Procrastination frequency and cognitive- Behavioral correlates . *Journal of counseling psychology* , 31 , 503-509.
- Soysa, C. K.,& Weiss, A., (2014). Mediating perceived parenting styles-test anxiety relationships: Academic procrastination and maladaptive perfectionism, *Learning and individual Differences*, 34,77-85.
- Steel. P. (2007). The Nature of procrastination A Meta-Analytic and theoretical of Quintessential Self-Regulatory failure,*psychological Bulletin*,133(1) , 65-94.
- Tuckman,B. W. (2002). Academic procrastinators: Their Rationalizations and web-course performance, *paper presented at the Annual Meeting of the American Psychological Association (110 th)*, Chicago, 1-13.
- Zhang, R.,Chen. Z, Xu. T, Zhang. L,Feng. T., (2020). The overlapping region in right hippocampus accounting for the link between trait anxiety and procrastination, *Neuropsychologia*,146,1-7.