

دراسة تحليلية لمستويات سلوك التسويق الأكاديمي  
وما يترتب عليها من قلق لدى طلبة الجامعة

إعداد

د/خيري أحمد حسين

أستاذ مساعد الصحة النفسية

كلية التربية - جامعة أسوان

مجلة كلية التربية . جامعة دمنهور . المجلد الرابع العدد (٤) الجزء (٢) لسنة ٢٠١٢



دراسة تحليلية لمستويات سلوك التسويف الأكاديمي وما يترتب عليها من قلق  
لدى طلبة الجامعة

د. خيرى أحمد حسين

مقدمة :

إن التطورات السريعة التى فرضت نفسها فى مجال الساحة التعليمية الالكترونية، جعلت التوجهات البحثية فى السنوات الأخيرة تهتم بالأفراد فى كافة المجالات الاجتماعية عامة، والمجالات التعليمية لشريحة المتعلمين خاصة من حيث تدريبهم فى المراحل الدراسية المختلفة على المهارات الدراسية والحياتية التى تعينهم على استخدام أقصى طاقاتهم وقدراتهم العقلية المتعلقة بجوانب الأداء الأكاديمي والإنجاز العلمى بشكل عام، والإنجاز الدراسى بشكل خاص مما يتسبب فى ظهور مشكلات تربوية وشخصية فى حياة المتعلمين.

وتعد مشكلة التسويف الأكاديمي **Academic Procrastination** من أهم هذه المشكلات الشائعة فى أوساط المتعلمين عامة، وطلبة الجامعة خاصة بمختلف الكليات النظرية والعملية، حيث تعبر عن طبيعة المواقف المحددة ذات المتطلبات والتى تنطوى على التأخير المقصود فى الابتداء والانتهاء من المهام والواجبات الدراسية المطلوبة من المتعلم وعن إنجازها قبيل الاستعداد للاختبارات الفصلية والنهائية . ونظراً لارتباط هذه المشكلة بمستويات الإنجاز الدراسى لدى بعض الطلاب فقد ترتبط بمظاهر سلوكية ذات تأثيرات سلبية ينتج عنها معوقات للتقدم الدراسى وضعف فى مستوى الأداء يصل إلى حد التعثر الدراسى الذى يشكل ظاهرة التأخر الدراسى العام والنوعى. وفى هذا أشار كل من **Akinsola & Tella** (2007), **Tuckman** (2007) إلى انتشار ظاهرة التسويف الأكاديمي لدى طلاب الجامعة بشكل يستحق البحث والتقصى نظراً لما يترتب عليه من تفريط تحصيلي وتدنى فى مستويات الإنجاز الأكاديمي وإهدار الوقت دون الاستفادة منه،

بالإضافة إلى ظهور بعض السمات والمشاعر السلبية والميل إلى الانسحاب من أداء المهام لدى بعض الطلاب.

كما أكد كل من **Balkis & Duru (2009)** في دراستهما بتركيا أن سلوك التسويق الذي يعنى الإرجاء المتعمد والشائع لدى قطاعات كبيرة من المجتمع وبالتحديد قطاع الراشدين والطلاب الجامعيين خاصة، وأظهرت نتائج الدراسات أن نحو ٢٣% من الطلاب الجامعيين بإحدى كليات التربية لديهم مستويات مرتفعة من التسويق الأكاديمي، كما أشارت النتائج أن الذكور يسوفون دراسياً أي يرجئون مهامهم الدراسية أكثر من الإناث، كما وجد أن ارتباط جوهري عكسي بين التسويق والتحصيل الدراسي لأفراد العينة من الجنسين.

في حين أشار **Freeman et al. (2011)** إن سلوك التسويق الذي يعنى المماثلة المجردة يمثل ظاهرة منتشرة وعقدة نفسية بلغت نسبتها ٢٠% لدى الطلاب في الجامعة، لأنه يعد من المظاهر السلوكية غير الفاعلة لإدارة الوقت والتأجيل في اتخاذ القرارات الحاسمة حتى اللحظة الأخيرة قبل الاختبار، مما يؤثر سلبياً في الأداء الأكاديمي ومنحى الاتجاهات السلوكية التي تميل إلى الانطوائية وتتصف بالعصابية ويغلب عليها الشعور بالملل والاندفاع وانخفاض الكفاءة الذاتية.

هذا وقد اتفقت الكثير من الدراسات والكتابات التي اطلع عليها الباحث على أن سلوك التسويق في جوهره سلوك سلبي ومنتج لكثير من المشكلات النفسية والاجتماعية لدى المتعلمين، حيث أكدت العديد من التوجهات إلى ضرورة الكشف عن جذور هذا السلوك والعوامل الكامنة وراءه، من حيث أن التسويق يحدث لأن المسوفين يرون أنهم يستمتعون لكونهم عفويين ولديهم مشكلات في تحديد أهدافهم.

وفى هذا المجال توصلت كذلك نتائج دراسة (Ferrari et al. 2005) إلى وجود مشكلات لدى المسوفين فى تحديد أهدافهم من زاوية رؤية أنفسهم على أنهم أقل تحكماً في الوقت خلال الفترة المطلوبة لإنجاز المهام الدراسية. كما أشارت نتائج العديد من الدراسات (Knaus 2000 , Burns et al. 2000 & Wolters 2003) من خلال تناولهم لظاهرة التسويف وتحليلها إلى أن سلوك التسويف يرتبط بالعديد من المتغيرات الشخصية مثل : التحكم الذاتي، تحقيق الذات، القلق الانفعالي، الدافعية والاستعداد، الإتقان، الثقة بالنفس، اللجوء إلى الأعدار الخادعة والكاذبة.

ولما كان التسويف يمثل ظاهرة مركبة ينتمى إلى جملة الظواهر التى تتشابه فيها المكونات الوجدانية والمعرفية والسلوكية للفرد، مما يستدعى تفعيل أدوار التوجيه والإرشاد النفسى فى المجال الأكاديمى بصفة خاصة لمراعاة طبيعة الاختلافات لدى الجنسين فى مجال الأداء المرتبط بإنجاز المهام الأكاديمية خلال مراحل المراهقة المختلفة، حيث يغلب فيها ظهور العديد من التوجهات الشخصية مثل: الميل إلى الأعدار بهدف المماثلة خوفاً من الفشل، وعدم الوقوع كفريسة فى حيز القلق الاجتماعى الذى يتجنب فيه الفرد التقويم السلبى من الآخرين حفاظاً على صورته وتأكيداً للمرغوبة الاجتماعية.

وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة (Ferrari & Ozer 2011) إلى وجود أربع عوامل رئيسية ذكرت من قبل الطلاب كأعدار تدعو إلى المماثلة وتجنب التقويم السلبى فى المجال الأكاديمى هى : الخوف من الفشل، الكسل، التمرد ضد السيطرة والمخاطرة، الانسحاب من أداء المهام، كما أظهرت نتائج الدراسة من خلال التحليل العاملى لمكونات ظاهرة التسويف الأكاديمى أن الذكور أكثر مماثلة فى الحياة اليومية من الإناث.

وحيث أن القدرة على إدارة المخاوف الأكاديمية ترتبط بالشعور بالهوية والتأكيد على قيمتها لدى الطلاب فى المرحلة الجامعية بهدف تقدير الذات وقياس

دافعية الانجاز لتحقيق الأهداف، والوصول إلى مستويات أدنى في القلق الناتج عن التسويق الأكاديمي، أشارت نتائج دراسة (Williams et al. 2008) من خلال ما هدفت إليه استكشاف متغيرات تقدير الذات والدافعية والتسويق إلى أن سلوك التسويق يرتبط بجملة من العوامل سلباً من أهمها : الخوف من الفشل والإعداد الأكاديمي والمعدل التراكمي والميول تجاه سلوك التسويق، كما أظهرت النتائج أيضاً من خلال تحليل سلوك البيانات والمعالجة الإحصائية أن القلق بمستوياته المختلفة (المنخفضة والمتوسطة والعالية) قد ارتبط جوهرياً مع سلوك التسويق وخاصة أنه حصل على درجات عالية في إنجاز المهام الصعبة مثل: الامتحانات، والأوراق البحثية، والعروض التقديمية والمواعيد النهائية المحددة لتقديم الامتحانات.

مما تقدم يتبين أن نتائج الكثير من الدراسات في مجال التسويق أظهرت العديد من المشاعر السلبية لدى الأفراد المسوفين مثل: الاكتئاب، تدنى تقدير الذات، الشعور بالتوتر والتردد وعقدة الشعور بالذنب ... التي تعتبر جميعها تعتمد على متغيرات وسيطة تتمثل في أنواع القلق المختلفة.

### مشكلة الدراسة :

يعُد التسويق من الأمراض الحديثة في العالم المعاصر في كلا البلدان المتقدمة والنامية، لذا فهو يمثل في الدراسة الحالية مشكلة شائعة على المستوى التطويري والبحث الأمبريقي باختلاف النسب الشائعة لمشكلة التسويق الأكاديمي في المحاور التالية:

• من خلال عمل الباحث في مجال الإرشاد وتدريب الطلاب إلى جانب التدريس بهدف تنمية المهارات الدراسية اللازمة، لاحظ أن نسبة غير قليلة من الطلبة لديهم تدنى في المستوى التحصيلي في المقررات الدراسية سواء التخصصية أو التربوية، كما أن معظم التكاليف البحثية والاختبارات القصيرة لا يحصلون من خلالها على الدرجات التي تتناسب مع قدراتهم وإمكاناتهم على الرغم من توافر ظروف المناخ البيئي الدراسي لجميع الطلبة على حد سواء، الأمر الذي لفت نظر الباحث نحو استطلاع وتقصى جوانب هذه الظاهرة من خلال طرح سؤال مفتوح لمعرفة أسباب تعثرهم الدراسي من وجهة نظرهم ومدى مناسبة مواعيد ومحتوى الاختبارات كمكونات معرفية وسلوكية ووجدانية لظاهرة التسويف الأكاديمي وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات عينة من الطلاب ان غالبية الاسباب تركزت حول عدم القدرة على تنظيم الوقت أو بشكل واضح على إدارة الذات في تنظيم الأعمال والمهام في المجال الدراسي وما يترتب عليها من ظهور للمؤثرات السلبية المتنوعة من القلق والتوتر والضيق والشعور بعقدة الذنب والإحباط.

• من خلال الشكوى المتكررة من العديد من الطلاب على مستوى الكليات النظرية والعملية بشأن التأجيل المتعمد لأعمالهم الدراسية وعدم وجود الرغبة في إنجازها في الوقت المحدد، أجرى الباحث مقابلة مع عينة عشوائية عبر من خلالها عدد من الطلاب على استحواذ القلق من المستقبل وملامح الوظيفة، كما عبر عدد منهم عن الإحباط والميول الاكتئابية المصاحبة، ومنهم من أظهر تخوفه من تقييم الأفراد والمجتمع لهم بشكل مستمر طيلة أيام الامتحانات، ومنهم من أبدى الخوف من المذاكرة وكيفية الاستذكار ومدى الاستعداد المستمر للاختبارات.

وفي ضوء هذه المؤشرات البحثية التي دعمت ملاحظات الباحث حول مظاهر سلوك التسويق وذلك من خلال الدراسات السابقة التي أجريت في مجال سلوك التسويق ( التأجيل ) الأكاديمي، وقد أيدت نتائج الكثير من الدراسات وجود نسب متفاوتة من القلق لدى الطلاب تنوعت باختلاف البيئات الدراسية ومتغيراتها.

فعلى سبيل المثال أوضحت دراسة (Onwuegbuzie 2004) التي هدفت إلى محاولة التعرف على العلاقة بين التسويق ببعديه (الخوف من الفشل، الانسحاب من أداء المهام) وأبعاد القلق في مجالات متعددة إلى أن حوالي ٨٠% من الطلاب كان القلق الإحصائي السبب الرئيسي في ضعف أدائهم الأكاديمي، مما ترتب عليه تأخير سلوكي عام كمظهر أساسي لظاهرة التسويق.

في حين أشارت دراسة (Williams et al. 2008) إلى أن حوالي ٨٤% من طلاب الجامعة كان القلق الانفعالي السبب الجوهرى في ارتباط الميول نحو الإجهاد بالنتائج السلبية لسلوك لتسويق الأكاديمي.

كما أظهرت نتائج دراسة (Fritzsche et al. 2003) ارتباط التسويق إيجابياً بنوعي القلق (السمة، الحالة)، وأن قلق الاختبار يتسبب في تسويق الطلاب وخاصة من ناحية الأداء الأكاديمي.

في حين أكدت نتائج دراسة (Ferrari & Ozer 2011) على أن القلق المرتبط بالتقويم السلبي من قبل الآخرين كان من المظاهر الأساسية التي تدعو بعض الطلاب إلى المماثلة الأكاديمية، كما أوضحت نتائج دراسة (Ang et al. 2008) أن القلق الاجتماعي يلعب دوراً رئيسياً في تأجيل الطلاب لأعمالهم وتوقعات الآخرين مثل الوالدين والمعلمين للمسوف.



وحيث أن قلق الاختبار قد يتسبب في تسويف الكثير من الطلاب، فقد أوضحت نتائج دراسة (Ang et al.(2008) أيضاً أن قلق الامتحان يرتبط بالتسويف بشكل مباشر نظراً لأنه يعد معيار ومؤشر للدرجات التي يحصل عليها الطلاب في الجامعة، حيث أن الحصول على درجات منخفضة تعرض الطالب للضغوط النفسية وتجعله غير راض على أدائه ونفسه في الحياة جراء التقييم السلبي الذي يتلقاه.

كما أن قلق المستقبل قد يتسبب في ظهور سلوك التسويف الأكاديمي لدى بعض الطلاب، وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة (Capan(2010 إلى وجود علاقة سلبية بين الكمالية الاجتماعية التي تتجه نحو توقعات الآخرين من الذات وما يحمله من سلوكيات متنافرة والرضا عن الحياة لدى الطلاب.

كذلك أكدت نتائج دراسة (Dilmac(2009 على أن التسويف يتسبب في كفاءة المعلم المهنية في العملية التعليمية من خلال التأثير على شخصية المتعلمين في المستقبل المرتبطة بانعدام الحافز والخوف من عدم الكفاءة والفشل الذاتي وثبات القلق.

من خلال العرض السابق لتحديد مشكلة الدراسة الحالية يبدو أن سلوك التسويف ارتبط بالعديد من المشاعر السلبية التي قد يعد القلق من أهم المتغيرات الوسيطة في ظهورها لدى الطلاب.

كما أنه سبق أن توصلت نتائج (Specter&Ferrari (2000، ودراسة (Johnson et al.(2000 إلى أن التسويف كاتجاه نحو المماثلة والتأجيل واجه عدة مشكلات ارتبطت بقراءة تاريخ المستقبل والخوف من المجهول.

وتحاول الدراسة الحالية الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما مظاهر سلوك التسويف الأكاديمي بمستوياته المختلفة لدى أفراد عينة الدراسة؟

• ما البنية العاملية المحددة لأبعاد سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة؟

• هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات التسويق الأكاديمي (بسيط - مرتفع) وفقاً:

- للنوع (ذكور - إناث) .

- الكليات (النظرية، العملية) .

• ما طبيعة العلاقات الارتباطية بين مستويات التسويق الأكاديمي وأنواع القلق لدى أفراد العينة؟

• هل يمكن التنبؤ من خلال أنواع القلق بمستوى التسويق الأكاديمي (بسيط - مزمن)؟

#### أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق أهدافها من خلال التعرف على :

١. المظاهر السلوكية الأكثر شيوعاً لمستويات التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة؟

٢. مكونات البنية العاملية المحددة لأبعاد سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة؟

٣. الفروق الجوهرية في مستويات التسويق الأكاديمي (بسيط - مزمن) وفقاً:

• للنوع (ذكور - إناث).

• للكليات (النظرية، العملية).

٤- طبيعة العلاقات الارتباطية بين مستويات التسويق الأكاديمي وأنواع القلق لدى أفراد العينة؟

٥- إمكانية التنبؤ بمستوى التسويق الأكاديمي من خلال أنواع القلق لدى أفراد عينة الدراسة؟

### أهمية الدراسة والحاجة إليها :

تبدو أهمية الدراسة الحالية فى ضوء ما أجمعت عليه الدراسات السابقة من شيوع مشكلة التسويف الأكاديمى لدى شريحة كبيرة من طلبة الجامعة أنها قد ترتبط بمفاهيم مجتمعية تبعد الطلاب عن الدراسة، وكذلك من خلال الأسئلة المطروحة والكتابات النظرية وخاصة الأجنبية التى تتبلور فى النقاط التالية:

- يعد سلوك التسويف(التأجيل) وما يترتب عليه من مظاهر ومؤشرات سلوكية مرتبطة به . من المعوقات التى تؤثر على الطلبة فى أداء المهام الأكاديمية والتى تترك تأثيرات سلبية على المستوى الشخصى والاجتماعى، كما ترتبط بمخاوف اجتماعية ودراسية تقود الطالب إلى الفشل وتجعله عرضه لاستخدام ميكانيزمات الدفاع بصورة مسرفة قد تأخذ شكل المهنة أو الوظيفة فى مجال أداء المهام الحياتية بصورة عامة.

- تلقى الدراسة الضوء على مكونات البيئة المعرفية والإدراكية الناتجة عن معرفة الفرد لإشباع حاجاته المختلفة تبعاً لمدرج ماسلو فى ترتيب الحاجات النفسية كمتطلبات يسعى إليها فى العالم المدرك فى اللاوعى قبل وصولها إلى العالم المدرك الواقعى (المجتمع الذى يتعامل معه) مما تجعل سلوكه مضطرباً.

- تُعد بداية المرحلة الجامعية من المراحل الأكثر أهمية فى حياة الفرد وخاصة أنها توازى مرحلة المراهقة بخصائصها الجسمية والانفعالية والاجتماعية والخلقية والأزمات التى يقابلها المراهق وما يترتب عليها من صراعات تقود إلى الكثير من المشكلات النفسية والاجتماعية التى قد تعبر عن نفسها من خلال سلوك التسويف فى المواقف الحياتية عامة، وفى المواقف الدراسية خاصة.

- يعد الكشف عن المظاهر السلوكية لمستويات التسويف من الموضوعات

الحديثة التي تناولتها دراسات أجنبية في مجال الأداء الأكاديمي للطلاب الجامعي، ولم تتوفر دراسات عربية تتناسب وحجم ظاهرة التسويق في الوقت التي تحرص الاتجاهات المعاصرة في مجال الدراسات التربوية والنفسية على التركيز على - تعلم الفرد كيف يتعلم.

- حجم وشيوع هذه المشكلة نظراً لانتشارها في المرحلة الجامعية التي تتطلب مساعدة الطالب على كيفية إدارة ذاته بشكل يتناسب مع إمكاناته وقدراته وينمي الاستعدادية والعوامل المهيئة الموجودة لديه، والتي توقعه بشكل مباشر في طائلة المخاوف وزيادة حدة القلق لمصاحبة للاختبارات الدراسية.

- محاولة التقصي بالكشف عن أنواع القلق التي ترتبط بسلوك التسويق الأكاديمي والتي تعبر عن قلق الاختبار والقلق الاجتماعي والقلق من التقويم السلبي والقلق الإحصائي وقلق المستقبل من التأثيرات المتبادلة الهامة التي تسهم بشكل فعال في زيادة التمادي لسلوك التسويق (التأجيل) الأكاديمي.

- تسعى الدراسة الحالية من الناحية التطبيقية إلى إعطاء نتائج ذات صورة تنبؤية واضحة من أهم المظاهر والمؤشرات المرتبطة بسلوك التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة لإمكانية الاستفادة منها في مجال التوجيه والإرشاد النفسي عامة، ومجال الإرشاد الأكاديمي خاصة .

- تحاول الدراسة الحالية الكشف عن البنية العاملية المكونة لسلوك التسويق وتحديد مستوياته.

- ترتبط ظاهرة التسويق الأكاديمي بالصعوبات الدراسية التي يقابلها الطالب في مجال الدراسة الجامعية، والتي صنفنا من الظواهر ذاتية المنشأ، حيث أكدت نتائج كثير من الدراسات شيوع تلك الظاهرة وما نتج عنها من صعوبات ومعوقات، كذا تزايدت التوجهات العالمية العاصرة نحو

الكشف المبكر عن مظاهره والمتغيرات المرتبطة به فى البيئة العربية خاصة لندرة الدراسات - على حد علم الباحث- فى هذا المجال الذى يركز على المتعلم وضرورة استكشاف بنية ذاته أثناء تعلمه فى دراسته الجامعية التى تؤهله لقيادة الآخرين بفن ومهارة وفاعلية.

- إعداد أداة لتحديد وفرز سلوك التسويق الأكاديمى فى البيئة العربية تتسم بالكفاءة والموثوقية، ومحاولة الاستفادة منها فى برامج إرشادية متنوعة فى مجال هذه الظاهرة من حيث التشخيص والتدخل.
- محاولة إعداد قائمة تسهم فى الكشف عن أنواع القلق الأكثر ارتباطاً فى استمرارية سلوك التسويق الأكاديمى، مما يلفت نظر المتخصصين فى المجال بأهمية مراعاة المشاعر والميول والاتجاهات السلبية تجاه الدراسة.
- أن سلوك التسويق ارتبط بالعديد من المشاعر السلبية التى قد يُعد القلق من أهم المتغيرات الوسيطة فى ظهورها لدى الطلبة ذوى التسويق الأكاديمى مما يستدعى دراسة هذه لمتغيرات مجتمعه(القلق،التسويق).

#### محددات الدراسة :

تحدد الدراسة الحالية بالعينة التى اشتملت عليها من طلبة الجامعة (ذكور- إناث) بالكليات النظرية والعملية بجامعة أسوان، كما تتحدد بالمتغيرات الإمبريقية التى تضمنتها، وتقاس بالأدوات المستخدمة فى الدراسة الحالية، وأساليب المعالجة الإحصائية التى اشتملت على: معاملات الارتباط، قيمة ت Test . T ، حجم التأثير، التحليل العاملى، تحليل التباين ذو التصميم العاملى (٢×٢)، تحليل الانحدار المتعدد.

#### مفاهيم ومصطلحات الدراسة الحالية :

تضمنت الدراسة الحالية مجموعة من المفاهيم يمكن تحديدها بشكل إجرائى كما تقاس بالأدوات المستخدمة، كما يلى:  
أولاً: التسويق الأكاديمى :

أشار **Ferrari & Ozer (2011)** إلى أن التسويق هو اتجاه لتأجيل ما هو ضروري للوصول إلى هدف وإدارة الوقت بغير فاعلية.

في حين يرى **Freeman et al.(2011)** أن التسويق هو المماثلة المجردة التي ترتبط بالتأخير الهادف في بداية أو الانتهاء من المهمة وخاصة في الأداء الأكاديمي أو المهني.

كما عرفه من قبل **Capan(2010)** بأنه:تعتمد تأخير المهام الأكاديمية أو تركها أو تأجيلها مثل : التحضير للامتحانات والقيام بالواجبات المنزلية هي اللحظات الأخيرة نتيجة الخوف من الوقوع في الخطأ وسوء إدارة الوقت والشعور بعدم الراحة للخروج من هذا التل.

وتناول **Dilmac(2009)** التسويق على أنه من الأمراض الحديثة في العالم المعاصر في كلا البلدان المتقدمة والنامية نظراً لما يحمله من تأجيل ما هو ضروري من المهام التي من شأنها أن يستفيد منها الأفراد حتى يوم غد، والتي ترتبط بالفشل الذاتي.

كما تناول **Kagan et al.(2010)** التسويق على أنه صعوبة في برمجة حياة المهام المتكررة في المجال الأكاديمي واستكمالها في الوقت المحدد لأسباب مقنعة حتى لا تؤثر على الحياة الجامعية في مجالات الأنشطة الأخرى، نظراً لارتباط ظاهرة التسويق بالعديد من المهام والخصائص الشخصية مثل:المسئولية،الكمالية، الميل العصابي،الأفكار غير العقلانية،الخوف من الفشل،عدم القدرة على التركيز،عدم القدرة على توجيه الأهداف بنجاح، نقص مهارات حل المشكلات،التوقعات غير الواقعية،احترام الذات،القلق.

لكن أشار **Johnson et al. (2000)** إلى أن التسويق هو الميل إلى تأجيل القيام بالأشياء حتى معرفة ملامح المستقبل المهني.

**التعريف الإجرائي لسلوك التسويق الأكاديمي:**

يعرف الباحث سلوك التسويق الأكاديمي بأنه: صعوبة الفرد في برمجة الحياة

الوجدانية المرتبطة بالمهام الدراسية المتكررة في المجال الأكاديمي، والتعمد الإرادي في تأخير هذه المهام، مما يترتب عليه عدم قدرة الطالب على توجيه الأهداف بنجاح، وتفقدته إيجاد بدائل لحل المشكلات، بل قد تفقده الشعور بالهوية. ويقاس في الدراسة الحالية بمجموع الدرجات التي يحصل عليها الطلاب في الأبعاد التي حددها الباحث في المقياس المعد في الدراسة الحالية والتي تمثلت في: ( إدارة الذات في تنظيم الوقت، ميل الانسحاب من أداء المهام، الخوف من الفشل، المشاعر السلبية، الاتجاهات الكمالية، التأخير في مهام الحياة اليومية).

### ثانياً : القلق :

تعددت مفاهيم القلق بنوعية (الحالة، السمة) وكذلك مصادره الداخلية والخارجية وطبيعة المواقف والمثيرات التي يتعرض لها الفرد في حياته، وما تحمله من معانى ودلالات وتفسيرات ترتبط بالضغوط النفسية والرضا عن الذات والحياة بما يجعل الفرد في مواجهة مباشرة لمواقف تتسم بالصراع المستمر وتتعلق بتوقعات الآخرين وكيفية التقييم لأعماله وانجازاته، كذلك بكيفية قراءة المستقبل والخوف من المجهول مما يجعله يتوقع النتائج السلبية أكثر من الإيجابية.

ونظراً لهذا التعدد الذي ارتبط بتوجهات الباحثين في انتقاء المفاهيم الأكثر ارتباطاً ودقة في الدراسة، يحاول الباحث في الدراسة الحالية توضيح أنواع القلق من خلال مجموعة المؤشرات والمعايير المرتبطة به كما جاء في الدليل التشخيصي والإحصائي الرابع للاضطرابات النفسية **American DSM-IV** **Psychiatric Association (1994)**، ومن ثم تبنى المفاهيم الإجرائية لكل نوع من أنواع القلق على النحو التالي:

#### ١. قلق الاختبار:

يعرف بأنه سمة في الشخصية في موقف محدد، ويتكون من الانزعاج والانفعالية كأبرز عناصر قلق الاختبار، وردود فعل الفلق تؤثر على الأداء والإدراك وقدرة الطلاب على فهم المواد الدراسية مما ينعكس سلباً في الاختبارات

كأداة للتقويم، ويقاس في الدراسة الحالية من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطالب في بند " قلق الاختبار " كمحك لتقييم مهارة الطلاب.

## ٢. القلق الاجتماعي:

يعرف بأنه الخوف الناتج من واحد أو أكثر من المواقف الاجتماعية والتي يتطلب منها أداء من الفرد عندما يكون أمام الغرباء، أو يكون في موقع تقييم أو فحص من قبل الآخرين، ويكون الخوف ناتجاً عن الشعور بالارتباك أو التحقير والإذلال، ويدرك الفرد أن خوفه غير عقلاني أو غير منطقي، ويقاس في الدراسة الحالية من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطالب في بُعد " القلق الاجتماعي".

## ٣. القلق الانفعالي:

يعبر عن الاستعداد التلقائي الذي يؤدي بالفرد إلى التسرع وعدم السيطرة على تصرفاته بحكمة، ما يجعله يشعر بالندم على إقدامه للقيام بهذه التصرفات تجاه الأعمال المكلف بها، كما يلجأ من خلال تصرفاته الهوجاء إلى التبرير أمام المحيطين به، ويلقى اللوم أحياناً على إحساسات عضوية مؤلمة تفقده توازنه وسيطرته على أعصابه، كما يساعد القلق الانفعالي على إظهار العواطف السلبية أو الإيجابية، فلا يستطيع الفرد إخفاء عواطفه من حب وكره واستياء، فيعلق مواقفه بصوت عالٍ تصاحبها الحركات والإيحاءات التمثيلية المسرحية، لذلك يوصف هؤلاء الأفراد بالأمزجة العصبية المتقلبة، التي يصاحبها التعصب، وفي ضوء هذه المؤشرات فيتم تصنيف الأفراد الذين يعانون من القلق الانفعالي إلى:

أ- العصبيين.

ب- سريعي الغضب شديدي الحساسية

ج- العاطفيون ذوي السلبية

د- المولوعون (سريعي التصميم وتنفيذ الأعمال).

## ٤. القلق من التقويم السلبي:

يشير إلى البرمجة الذاتية التي يضعها الفرد لنفسه، مما يجعله يشعر بعدم



السعادة والنجاح لتحقيق أهدافه وأحلامه لاعتقاده المسبق بأن الآخرين لا يعطونه حقه فى التقييم لأعماله وانجازاته التى سوف يقوم بها، مما يعتقد بأن الآخرين يقومون ببرمجته سلبياً ، وقد يصفونه بالكسل وعدم التنظيم وعدم القدرة على التحدث واقناع الآخرين، ويقاس فى الدراسة الحالية بالدرجة التى يحصل عليها الطالب فى بعد القلق من التقييم السلبى.

#### ٥. القلق الإحصائى:

يشير قلق الإحصاء كما ذكره (Onwuegbuzie & Wilson, 2003) إلى مشاعر التوتر الناتجة عن التعامل مع المواقف الإحصائية والمكتسبة من المقررات التى تتطلب إجراء العمليات الإحصائية، ويحدد قلق الإحصاء بشكل أوسع على أنه حالة من القلق أو التوتر التى تظهر لدى الطلبة لمتحقيين فى مقررات الإحصاء الدراسية سواء كان داخل التعليم الرسمى أو خارجه، ويعرفه الباحث فى الدراسة الحالية بأنه خبرة انفعالية غير سارة تحدث للفرد حالات من الخوف الغامض والتنبؤ السلبى للأحداث التى سوف تقع فيشعر بالتوتر والضيق والانقباض عند إسهاب التفكير فيها، مما يؤدي إلى ضعف فى قدرة الفرد على تحقيق أهدافه وطموحاته والشعور بأن الحياة غير جديرة بالاهتمام والشعور أيضاً بالانزعاج وعدم القدرة على التركيز والأمان نحو المستقبل، ويقاس فى الدراسة الحالية من خلال الدرجة التى يحصل عليها الطالب فى بُعد القلق الإحصائى.

#### ٦. قلق المستقبل:

يظهر قلق المستقبل نتيجة تعرض الفرد لمجموعة من التغيرات المعبرة عن الشعور بعدم الثقة بالمستقبل، وهو ناتج عن تفكير ثابت بأمر تسير باتجاه خاطئ وغير صحيح، ولذلك فإن الأفراد القلقين من المستقبل يميلون بأن تكون مساحة حياتهم قصيرة إلى المستقبل أى أن الحاضر يبقى محصوراً فى ظروف القلق، وأن الامتداد المستقبلى يميل إلى التناقص لأنه يحمل فى طياته مزيجاً من الرعب والأمل للمستقبل، كما يعانى منه الفرد من الاكتئاب والأفكار السلبية وقلق الموت

والياس بشكل غير طبيعي، ويقاس في الدراسة الحالية من خلال الدرجة التي يحصل عليها الفرد في بُعد " قلق المستقبل".

### الخلفية النظرية والدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الباحث للكتابات النظرية ورصد الدراسات السابقة سواء العربية والأجنبية في مجال البيئة الدراسية عامة، ومجال الأداء الأكاديمي خاصة، وجد أن التوجهات البحثية في المجال السيكولوجي تشير إلى أن سلوك التسويف (التأجيل) ظاهرة شائعة لدى العديد من الطلبة في مراحل التعليم قبل الجامعي عامة، والمرحلة الجامعية خاصة، حيث أنه ارتبط بالعديد من المشاعر السلبية التي يعد القلق من أهمها كمتغيرات وسيطة يلعب دوراً هاماً في ظاهرة التسويف الأكاديمي والتي قد تؤدي بدورها إلى التعثر الدراسي وتشكيل ظاهرة التأخر الدراسي.

ففي مجال تناول المظاهر المختلفة لسلوك التسويف في علاقته بأهم المتغيرات ذات التأثيرات الدالة، توصلت نتائج دراسة **Onwuegbuzie(2004)** التي أجريت على عينة قوامها ١٣٥ من طلاب الجامعة، إلى أن نسبة عالية من الطلاب عبروا عن وجود مشكلات دراسية ناتجة عن سلوك التسويف في أداء المهام المطلوبة وكتابة التكاليفات البحثية المطلوبة منهم أثناء الدراسة، كما أظهرت النتائج وجود ارتباط دال بين التسويف وأربعة أنواع مختلفة من القلق كان أهمها (قلق الاختبار، القلق الاجتماعي، القلق من التقويم السلبي، القلق الإحصائي).

كما أوضحت نتائج دراسة **Beck et al.(2000)** التي هدفت على تقصي العلاقة بين التسويف (التأجيل) الأكاديمي وعدد من العوامل الشخصية منها (مستوى تقدير الذات، إدراك الوعي بالذات، المهام الخاصة بالاستعداد، ودقة الأداء في الامتحانات)، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كأن أهمها أن مظاهر التسويف الأكاديمي تعددت لدى الطلاب والطالبات في (مهام المواظبة والانتظام

في حضور المحاضرات، ومستوى تقدير الذات)، كما وجد ارتباط سلبي بين سلوك التسويف ومستوى التحصيل الأكاديمي وارتباط موجب بالإستراتيجية الذاتية كعائق، ولم تظهر النتائج فروقاً جوهرية بين الجنسين في سلوك لتسويف.

في حين كشف نتائج دراسة (Prohaska et al. (2000 التي أجريت على عينة قوامها (٣٨٦) طالباً وطالبة بالمرحلة الجامعية إلى أن التسويف العالي كان في الحضور والمواظبة وعمل الواجبات الدراسية والقراءة الأسبوعية والأنشطة الدراسية والتكليفات البحثية خلال الفصل الدراسي الأول، كما توصلت النتائج على وجود ارتباط سلبي بين التسويف والمعدل التراكمي GPA للتحصيل الطلاب في المقررات الدراسية، واختتمت النتائج بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في التسويف كانت بنسبة أعلى لدى الإناث عن الذكور .

كما توصلت نتائج دراسة (Ozer, Demir & Ferrari(2009 إلى وجود فروق جوهرية دالة في سلوك التسويف لعينة بلغ قوامها ٧٨٤ من الطلاب الجامعيين كان منهم (٣٦٣ طالباً، ٤٢١ طالبة)، وتبين أن الطلاب الذكور أكثر تسويفاً في إنجاز الواجبات الدراسية والاستعداد للامتحانات.

وأكدت دراسة (Pyehyi et al.(2000 إلى أن سلوك التسويف يمثل مشكلة جوهرية للطلاب في العادات الدراسية التي تحدث خارج حدود المؤسسة التعليمية. وقد اكدت الكتابات النظرية والدراسات السابقة أن للتسويف أنماط وصور متعددة، حيث تم تقسيمهما الى نوعين هما: التسويف القطعي **Procrastination** **Decisional** المتمثل في العجز عن اتخاذ القرارات المهمة في فترة زمنية محددة، أما النوع الثاني فهو التسويف التجنبي **Procrastination** **Avoidant** وفيه يتجنب الفرد الابتداء أو الانتهاء من المهمة، لأن النتيجة النهائية للعمل تتضمن تهديداً لمفهوم وتقدير الذات. وفي هذا المجال اشارت دراسة كل من (Ferrari & Diaz-Morale (2007 إن ادراكات الفرد نحو مفهوم الذات ارتبط سلبياً مع التسويف التجنبي، في حين كشفت دراسة

كل من (Sagar & Stoeber 2009) إلى وجود نمطين من التسويق، أولهما التسويق الخامل المرتبط بالمسوفين التقليديين الذين يؤجلون مهامهم حتى اللحظة الأخيرة بسبب عدم قدرتهم على اتخاذ القرار نحو العمل في الوقت المناسب، والنمط الثاني المقابل هو التسويق النشط المرتبط بالقدرة على اتخاذ قرارات متعمدة التأجيل واستخدام قدراتهم في العمل تحت ضغط، وإمكانية إنجاز المهام قبل المواعيد النهائية ومحاولة تحقيق نتائج مقبولة، واعتبار أن التأخير الناتج عن الوقت المخصص للتخطيط وجمع المعلومات والبيانات يمكن أن يكون نافعا، كما توصلت أهم النتائج أيضاً إلى أن سلوك التسويق يتناقض مع نمط السلوك حيث انه يتسم أصحاب نمط السلوك الأخير بالتنافس والانجاز ونفاذ الصبر والتعجل والشعور بضغط الوقت والحاحه.

وفى مجال التحديد الدقيق والفرز للبنية العملية التي تسهم في بلورة وتكوين المظاهر السلوكية بوضوح لسلوك التسويق الأكاديمي لدى الطلبة في المرحلة الجامعية، توصلت نتائج دراسة (Vestervelt 2000) إلى وجود خمسة عوامل تشكل مظاهر سلوك التسويق تمثلت في:

- التأخير السلوكي العام .
- عدم الدقة في تقدير المواعيد المناسبة .
- التردد في اتخاذ القرارات المطلوبة .
- الروتين في المهام الشخصية .
- عدم الالتزام أو الفشل في الالتزام بالمواعيد المحددة للعمل .

كما كشفت نتائج دراسة (Konig & Kleinmann 2004) من خلال مفاهيم النظرية السلوكية حول كيفية صنع القرار وكيف يتنبأ بالمشكلات الخارجية في اختيارات إدارة الوقت لدى عينة من طلاب الجامعة بلغ قوتها (٥٣) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان أهمها : أن بعضاً من المسوفين وبالأخص الذكور يتسمون بالمماطلة من خلال إزاحة وترحيل العمل

والمهام المطلوبة منهم فى المجال الدراسى إلى أوقات أخرى واختيار الأشياء الأكثرمتعة التى تلى فى الترتيب (الأشياء الأقل أهمية).

كما أظهرت نتائج دراسة (Freeman et al. 2011) من خلال مفاهيم نظرية الشخصية لأيزنك Eysenck التى درست العلاقة بين الانبساط وسلوك الإثارة بمصادرة الداخلية والخارجية والسلوكية لدى عينة من طلبة الجامعة بلغ قوامها ٩٨ من الطلبة والطالبات المسجلين فى المستوى التمهيدي لمقرر علم النفس إلى أن سلوك التسويق ارتبط كسمة شخصية مع العديد من المتغيرات المرتبطة بالملاحظة فى اتخاذ القرارات البسيطة فى الوقت المناسب ومحاولة تجنب المهام والنظراليها على أنها غيرسارة والانتظار حتى اللحظة الأخيرة لأدائها، مما يدعو لزيادة الفهم العام للأسباب والسلوكيات والنتائج المرتبطة بسلوك التسويق(المماثلة)الأكاديمية.

فى حين أكدت دراسة (Dilmac 2009) من خلال مفاهيم نظرية باندورا فى التعلم الاجتماعى على أن سلوك التسويق ارتبط بكفاءة الذات أو الثقة فى النفس على وجه الخصوص، حيث تناول باندورا مفهوم الكفاءة من زاوية القدرة على تنظيم الوجبات والمسئوليات ومدى التزام الفرد بهذه الوجبات وإيمانه فى كفاءته الذاتية على نحو يجعله (يفكر،يشعر،يحفز) نفسه لأداء المهام التى يعانى منها المسوفين بعيدا عن المماثلة المكتسبة فى الجوانب المرتبطة بها .

وعن انتشار وشيوع ظاهرة التسويق فى المجالات الأكاديمية ومعرفة مستويات التسويق عبرثقافات متعددة باعتباره سلوك مزمن وحاد لدى الأفراد الذين يتسمون به، توصلت نتائج دراسة (Ferrari et al. 2005) التى أجريت على عينات

مختلفة من طلاب الجامعة، كانت موزعة كالتالى :

- الولايات المتحدة (٢٠٧) طالباً وطالبة .
- المملكة المتحدة (٢٣٩) طالباً وطالبة .
- استراليا (٢١٣) طالباً وطالبة .

وبواسطة معالجة النتائج بأساليب إحصائية استخدم (اختبار كا ٢)، وتحليل التباين الأحادي، أشارت أهم النتائج على انتشار سلوك التسويق المزمّن لدى أفراد العينات الثلاث حيث كان تأخير العمل على اللحظة الأخيرة وتجنب القيام بالمهام المطلوبة من الدوافع الأساسية التي تكمن وراء الخوف من الفشل.

كما توصلت نتائج دراسة (Scher & Osterman 2002) التي أجريت بهدف المقارنة بين عينات مختلفة أن الطلاب في سلوك التسويق ومعرفة متى يصل إلى الدرجة المزمّنة لدى بعض الطلاب، وأوضحت النتائج من خلال ارتباط التسويق بسمات متعددة الأوجه مثل: الثقة بالنفس، ضبط النفس، الكمالية، الوعي بالذات، خداع الذات، الاندفاع واختلاله، الاكتئاب، انخفاض احترام الذات، انخفاض القدرة التنافسية، تحديد الأهداف، تأنيب الضمير، القلق، السيطرة على الانفعالات، انهزام الذات (التوجهات نحو هزيمة الذات، التوجهات نحو تعزيز الذات)، كما أشارت النتائج أيضاً أن التسويق المزمّن يرتبط بمهمة تجنب التوجهات القائمة على الأنا لدى طلاب الجامعات نظراً لارتباطها بتقييمات المعلمين وأولياء الأمور التي تأخذ منحى الخوف من الفشل.

ومن خلال ارتباط التسويق بسمات متعددة الأوجه لارتباط ارتباطاً قوياً مع إدارة الوقت أو التخطيط له فقط، بل تتمركز في ضعف القدرة على تقدير الوقت، وفي هذا المحتوى بذلت محاولات من قبل المهتمين لتفسير العوامل الكامنة وراء سلوك التسويق، حيث أشارت دراسة كل من (Lay & Schouwenbug 1993) إلى أن المسوفين لديهم مشكلة في كيفية وضع الأهداف لأنفسهم، ومن ثم يرون أنفسهم على أنهم أقل تحكماً في الوقت خلال الفترة المحددة لإنجاز المهام المطلوبة منهم مما يجعل سيطرة المشاعر السلبية وظهور مكونات القلق الدراسي عوامل استعدادية ترتبط بالمسوفين، وفي إطار هذه المكونات أكدت دراسة رعد الصرن (٢٠٠١) إلى أن عملية التسويق التي توصف بالمماطلة والتأجيل كأحد العمليات النفسية لا تعد من العادات السيئة

فحسب، بل تعتبر طريقة للتعبير عن الصراع الداخلى وحماية مشاعر التقدير الذاتى للفرد.

وفى إطار تعدد وتنوع المظاهر السلوكية التي يتصف بها المسوفون والمرتبطة بضعف القدرة على إنجاز المهام الأكاديمية، وما يترتب عليه من تأثيرات سلبية تؤدي بدورها إلى الدخول في دائرة الاضطرابات الانفعالية التي تظهر في أشكال متعددة أهمها الفوبيا الاجتماعية، اتفقت نتائج دراسة كل من: **Milgram&Marshesky(1995)**، ودراسة **Milgram&Naaman (1996)** فى أن التأخير السلوكى Behavioral Delay بنوعية (التأخير الأكاديمى والتأخير فى مهام الحياة اليومية) يعد من أهم المظاهر الدالة على التسويف، حيث أوضحت أهم النتائج أن الطلاب غير المسوفين كلنا أكثر تكيفاً ولديهم توجه تفاؤلى وقلق موضوعى مقارنة بأقرانهم الطلاب ذوى التسويف المرتفع.

كما كشفت نتائج دراسة **Ferrari & Ozer (2011)** التي هدفت إلى محاولة استكشاف طبيعة الفروق الفردية بين الجنسين بتركيا في سلوك التسويف الأكاديمي والدلالات التي يعبر عنها الطلاب كمظاهر وأشكال للأعدار الخادعة إلى ارتباط هذا السلوك بتأخير المهمة وفعالية احترام الذات والتنظيم الذاتي والذات المنخفض، كما أظهرت أهم النتائج أن الزملاء والأنماط الوالدية لها تأثير دال في تطوير سلوك المماثلة لدى الطلاب في جميع صفوف المراهقين بدءاً من المرحلة الثانوية وانتقالاً بالجامعة مع مراعاة طبيعة الاختلافات في ثقافات المجتمع الواحد ونوعية الواجبات والمسئوليات والسلوكيات والمهام والحقوق والخصائص الشخصية الخاصة بهم سواء أكانت مرغوبة أو غير مرغوبة اجتماعياً للذكور والإناث، واختتمت الدراسة من خلال التقييم لأسباب ومظاهر المماثلة أن ٢٣,٧% من أفراد العينة اتسموا بالقلق وشكل عامل الكمالية **Perfectionism** الدرجة الكبرى بين متوسطات درجات المجموعات المستخدمة

في الدراسة.

وفي مجال الكمالية **Perfectionism** أشارت الكثير من الكتابات الأجنبية عن ارتباط الكمالية مع الحالات السلبية لسلوك التسويق مثل : تدنى احترام الذات، والاكتئاب والقلق، كما أوضحت الكتابات أيضاً أنه في حالة وجود مظاهر كالحسم والانضباط والطموح للنجاح لدى الأفراد تعبر عن السمات الإيجابية بجانب السلبية لتزويد الأفراد الكماليين بالسعادة في حياتهم.

وفي هذا الصدد أشارت دراسة **Capan(2010)** إلى أن مفهوم الكمالية بأبعادها الشخصية والاجتماعية تحتاج إلى تقييم بطريقة متعددة الأبعاد نظراً للمعايير والتوقعات العالية والقدرة التي ينظر لها الفرد لتلبية تلك المعايير والتوقعات، فالبعد الشخصي للكمالية هو (ذاتي المنحى كمالاً) وخصائص هذا البعد لا تحتاج إلى فرض معايير عالية إلى حد ما، ولكن الأمر يحتاج إلى تقييم واحدة من السلوكيات المرتبطة بالأداء، والتركيز على النجاح أو الفشل في النتائج المحققة مما يحفز الفرد نحو الكمال (الاقتراب منه)، وفي الوقت نفسه يجمع بين الرغبة في تجنب الخطأ، أما البعد الاجتماعي للكمالية فهو (المنحى تجاه الآخر كمالاً) فيحتوى على فرض معايير عالية تجاه الأفراد لأنه يرتبط بالتقييم النقدي لأداء الآخرين وقد يحتمل وجود مشاعر عدائية ضدها، وأضافت الدراسة بعد ثالث للكمالية الاجتماعية يتجه منحى " نحو توقعات الآخرين من الذات " ويتحدد بوضع الآخرين معايير عالية للغاية وضرورة تواجدها لدى الفرد في المجال المرتبط بالقضايا الأكاديمية، وقد يتزامن مع عدم توافر بعض المعايير اضطرابات نفسية عديدة وسلوكيات متنافرة لدى طلاب الجامعة.

كما أظهرت نتائج دراسة **Williams et al. (2008)** التي أجريت على عينة بلغ قوامها (٩١) طالباً وطالبة من طلاب جامعة الفنون الحرة الصغيرة في جنوب غرب الولايات المتحدة الأمريكية، إلى أن التوجهات نحو التسويق الأكاديمي ارتبطت بدوافع القلق من نظرة الآخرين تجاه أداء الواجبات الأكاديمية مما ينعكس سلباً بالقدرة على تحديد الأهداف بدقة وتحقيقها، وأوصت الدراسة بضرورة



معالجة العلاقات بين متغيرات الشفقة على الذات والدوافع والتسويق في المجال الأكاديمي للشعور بقيمة الهوية والتركيز على التعلم الفعال. ونتيجة لشيوع سلوك التسويق بدرجة كبيرة بين طلاب الجامعة، الأمر الذي يترتب عليه ضرورة فهم سلوكيات المماثلة التي تؤثر على عملية التعلم وتسهل المهارات اللازمة للتعامل مع هذه السلوكيات، فقد تناولت الكثير من الدراسات تفسير سلوك التسويق الأكاديمي مع الكمالية والوسواس القهري وعوامل أخرى ترتبط مع سمات شخصية المسوفين.

حيث أظهرت نتائج دراسة (Kagan et al. 2010) التي أجريت على عينة بلغ قوامها (٢٦٥) طالباً من مختلف جامعات تركيا بهدف تحديد ميول الطلاب إلى التسويق الأكاديمي، وبواسطة استخدام مقياس التسويق الأكاديمي ل(Aitken) في الدراسة، توصلت أهم النتائج إلى أن تأجيل الأمور حتى اللحظة الأخيرة (مفهوم ساعة الذروة) في الثقافة التركية لدى عدد كبير من الطلاب ارتبط بالميل إلى الكمالية وظهور أعراض اضطراب الوسواس القهري، كما وجدت علاقة بين هذا السلوك ومتغيرات الشخصية المتمثلة في: المسؤولية، الانبساط، النظام، التأمل، الميل على التحكم. وبالرجوع إلى التتبع التاريخي والمقاييس التنبؤية المستهدفة لقياس ظاهرة التسويق الأكاديمي يتبين أن الاتجاه نحو المماثلة يرتبط بشكل جوهري ببعض الصفات المعرفية والوجدانية التي تلعب فيها الكمالية دوراً كبيراً في الخوف من الفصل والانهاء من المرحلة الجامعية وهذا ما أكدته دراسة (Johnosn et al. 2000).

#### خلاصة وتعليق:

- من خلال قراءة أدبيات البحث من الكتابات والتوجهات النظرية وما توصلت إليه الدراسات السابقة من توصيات ومقترحات تتعلق بسلوك التسويق الأكاديمي من حيث مظاهره وعوامله والمتغيرات النفسية المتنوعة التي ارتبطت به كظاهرة مركبة في المجال الأكاديمي، يتضح ندرة الدراسات العربية في هذا

المجال- على حد علم الباحث- على الرغم من تعدد الدراسات الأجنبية التي أجريت في مجال التسويق، مما يدعو إلى تناول هذا المتغير في علاقته ببعض المتغيرات النفسية المرتبطة به لتوعية المختصين والمهتمين بخطورة تلك الظاهرة وتأثيراً أنها السلبية على الذات والآخرين، لذا يتناول البحث الحالي دراسة سلوك التسويق الأكاديمي في علاقته بأنواع القلق الأكثر ارتباطاً بالبيئة الجامعية.

-تعددت الدراسات في تناولها لعدد من المتغيرات التي حاولت الكشف عن سلوك التسويق الأكاديمي ومعرفة تأثيراته القريبة أو البعيدة على نجاح أو فشل الفرد مما جعل الأهداف تأخذ منحى يتناسب مع معالجة المتغيرات المحددة في كل دراسة في مختلف مجالات الأداء الأكاديمي للطلاب بالمرحلة الجامعية، لذا حاولت الدراسة الحالية الكشف عن المتغيرات الجديدة المرتبطة بسلوك التسويق الأكاديمي والذي تمثل في " أنواع القلق".

- اختلفت الدراسات التي تناولت مجتمع وعينة الدراسة وتأثيرات المتغيرات كالنوع ( ذكور، إناث) في علاقته بسلوك التسويق الأكاديمي، حيث توصلت نتائج البعض منها إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الجنسين في سلوك التسويق كانت لصالح الذكور كما في دراسة (Konig & Kleinmann 2004) ، في حين كان عدد منها لصالح الإناث كما في دراسة (Prohaska et al. 2000)، أما الغالبية العظمى من الدراسات فتوصلت نتائجها إلى عدم وجود فروق جوهرية في متغير النوع كما في دراسة (Beck et al 2000) ، وهذا الأمر جعل الدراسة الحالية تسعى إلى تحديد متغير النوع لمراعاته في تفاعل المتغيرات المحددة مع تناول متغير الكليات ( نظرية، عملية)، حيث لم تتناول أي دراسة من الدراسات السابقة تفاعل هذا المتغير مما يجعلها تختص بمعالجة هذا المتغير.

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في اختيار المنهج المستخدم والذي يتناسب مع الدراسة الحالية وهو المنهج الوصفي الذي يقوم على الاتجاه الكمي

- الإحصائي لدراسة العلاقات المتبادلة بين الظواهر، ومن ثم إتباع خطواته بدءاً من الشعور بمشكلة الدراسة ووصولاً إلى صياغة توصيات الدراسة.
- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في كيفية بناء المقاييس وبلورة محتواها وأهم الأبعاد والعوامل التي تناولتها وخاصة خطوات بناء مقياس سلوك التسويف الأكاديمي المستخدم في الدراسة الحالية، أما قائمة أنواع القلق المعدة في الدراسة الحالية فقد استفاد الباحث من خلال ما تناولته الدراسات السابقة من استخدام قائمة تشتمل على الكشف عن نوع واحد فقط من أنواع القلق، في حين لا توجد قائمة استخدمت جميع الأنواع الممددة ( قلق الاختيار، القلق الاجتماعي، القلق الانفعالي، القلق من التقويم السلبي، القلق الإحصائي، قلق المستقبل) في الدراسة الحالية.
- حاول الباحث الاستفادة من الأساليب الإحصائية التي استخدمتها الدراسات السابقة في اختيار أساليب المعالجة الإحصائية التي تتناسب مع تحليل بيانات الدراسة الحالية، لذا فاستخدمت الدراسة الحالية مجموعة من الأساليب تمثلت في (معاملات الارتباط، قيمة (ت)  $t.test$ ، حجم التأثير ثيتا ( $\theta$ )، التحليل العاملي، تحليل التباين ذو التصميم العاملي ( $2 \times 2$ )، تحليل الانحدار المتعدد).
- تمت الاستفادة من مجموعة النتائج التي توصلت إليها الدراسة السابقة وتوظيفها حسب ما تشير إليه النتيجة سواء بالاتفاق أو الاختلاف، وكذلك تم الاستفادة من التوصيات والمقترحات التي عرضتها هذه الدراسات في تفسير ومناقشة نتائج الدراسة الحالية.

### فروض الدراسة :

- في ضوء ما بلورته مشكلة الدراسة الحالية وأهدافها والخلفية النظرية وما اشتملت عليه من متغيرات، ومجموعة الدراسات السابقة لتي تم تناولها وتوظيف نتائجها في الدراسة، حاول الباحث صياغة فروض إجرائية على النحو التالي:
١. يوجد تأثير دال إحصائياً لتفاعل متغيري النوع (ذكور، إناث) والكليات

(نظرية، عملية) على الدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة.

٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية على أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة.

٣. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث على أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة.

٤. يوجد تأثير دال إحصائياً لتفاعل متغيري النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية) على قائمة أنواع القلق المعدة في الدراسة الحالية.

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب المسوفين من ذوى المستوى البسيط والمستوى المرتفع بالكليات النظرية والعملية في قائمة أنواع القلق المعدة في الدراسة الحالية، لحساب ذوى المستوى المرتفع.

٦. توجد علاقة ارتباطيه موجبة ودالة إحصائياً بين مستويات سلوك التسويق الأكاديمي وأنواع القلق لدى أفراد العينة.

٧. يمكن التنبؤ بمستوى التسويق الأكاديمي (بسيط - مرتفع) من خلال أنواع القلق لدى أفراد العينة، وذلك بدرجة دالة إحصائياً.

### منهج الدراسة وإجراءاتها:

استخدمت الدراسة الحالية المنهج الوصفي الذى يقوم على الاتجاه الكمي الإحصائي لدراسة العلاقات المتبادلة بين الظواهر، وذلك لمعرفة المظاهر السلوكية الأكثر انتشاراً على أفراد العينة الاستطلاعية وتقنين الأدوات المستخدمة فى الدراسة الحالية والتي أهمها قائمة القلق المرتبطة بظاهرة التسويق الأكاديمي.

أولاً - عينة الدراسة :

أ- العينة الاستطلاعية : تم اختيار (١٤٠) طالباً وطالبة بالطريقة العشوائية من

الكليات النظرية والعملية على مستوى الفرق الأربع، وذلك لتقنين الأدوات المطلوبة على بيئة الدراسة الحالية، والجدول (١) يوضح ذلك :

جدول (١): يوضح توزيع أفراد العينة الاستطلاعية على الكليات

النوع الكلية	ذكور	إناث
الكليات النظرية	٣٥	٣٥
الكليات العملية	٣٥	٣٥
المجموع	٧٠	٧٠
المجموع الكلى	١٤٠	

ب- العينة الأساسية: بعد استبعاد العينة التي استخدمت لحساب الخصائص السيكومترية للمقياس، تم اختيار أفراد العينة الأساسية وفقاً للتقديرات التي حصل عليها الطلاب وقد تم ترتيبهم تنازلياً لتحديد مجموعات الدراسة الحالية وبلغ قوامها (٥٠٠) طالباً وطالبة موزعين على الكليات النظرية والعملية، والجدول (٢) يوضح ذلك:

جدول (٢) يوضح عدد أفراد العينة الأساسية وفقاً للكليات النظرية والعملية

النوع الكلية	ذكور	إناث
كلية التربية	٥٠	٥٠
كلية الآداب	٣٥	٣٥
كلية الخدمة الاجتماعية	٤٠	٤٠
كلية العلوم	٢٥	٢٥
كلية الهندسة	٥٠	٥٠
كلية هندسة الطاقة	٥٠	٥٠
المجموع	٢٥٠	٢٥٠
المجموع الكلى	٥٠٠	

ثانياً- أدوات الدراسة :

إنجاز أهداف الدراسة الحالية يتطلب تصميم أداتين مناسبتين لقياس طبيعة

ونظم التعليم وأساليب التقويم فى البيئة المصرية، لذلك تم القيام بعدد من الخطوات والإجراءات البحثية لبناء مقياس سلوك التسويق الأكاديمي، وكذلك قائمة أنواع القلق مستمدة من خصائص وسمات المتعلمين أنفسهم ومتطبعة بألوان الثقافة العربية السائدة. وحتى تتصف أدوات الدراسة بدلالات ومعانى سيكومترية موثوقة، تم إتباع الخطوات التالية:

#### أولاً - مقياس سلوك التسويق الأكاديمي: (إعداد.الباحث).

يُعد سلوك التسويق الأكاديمي من السلوكيات الشائعة لدى الطلاب بالمراحل التعليمية عامة، ومراحل التعليم الجامعي خاصة، ونظراً لانتشار هذا السلوك الذى يشبه العدوى الانفعالية فى تناقله بين شريحة كبيرة من الطلاب، الأمر الذى يستحق البحث والتقصي عن أهم مظاهره المتنوعة فى بيئة التعلم لضمان جودة المتعلم، لذا حاول الباحث فى الدراسة الحالية إعداد مقياس يهدف إلى قياس سلوك التسويق الأكاديمي بمظاهره وأبعاده ومكوناته المختلفة، من خلال بلورة المراحل التالية :

أولاً : الإطلاع على الكتابات والأطر والتوجهات النظرية فى مجال سلوكيات التسويق لدى المتعلمين فى مراحل التعليم الجامعي بمختلف الثقافات المتعددة بهدف المقارنة بين عينات الدراسة فى مجال البيئة الدراسية عامة، ومجال الأداء الأكاديمي خاصة .

ثانياً: الاستفادة من الدراسات السابقة التى تم الحصول عليها فى هذا المجال - فى حدود علم الباحث- وما اشتملت عليه من مقياس وأدوات استخدمت فيها، حيث تم الاسترشاد بها كان منها :

- مقياس مستويات المماثلة الأكاديمية كما فى دراسة (Freeman et al. 2011).

- قائمة تقييم انتشار الأعذار المتعلقة بالمماثلة الأكاديمية التى أعدها (Ferrari & Ozer 2011).

- مقياس التسويف الأكاديمي الذي أعده كل من:  
(Balkis & Duru 2009) في دراسة (Kagan et al. 2010)
- مقياس الاتجاه نحو التسويف في دراسة (Williams et al. 2008)
- مقياس عوامل التسويف الأكاديمي في دراسة (Scher & Osterman 2002)
- قائمة أيتكين للتسويف **Aitken Procrastination Inventory** من إعداد (Aitken 1982)
- مقياس توكمان للتسويف **Tuckm Procrastination scale** من تأليف. (Tuckman 1991)
- قائمة التسويف للكبار من إعداد ماك كراون، جونسون (McCown & Johnson 1989, 1999)
- المقياس العام للتسويف **Genera procrastinatio scale** من تأليف لاي (Lay 1986, 1992)
- ثالثاً:** حاول الباحث تمثيل النطاق السلوكي لظاهرة التسويف الأكاديمي باعتبارها ظاهرة منتشرة لدى قطاع عريض من الطلاب في الجامعة بمختلف الكليات، إلى إجراء دراسة استطلاعية مسحية لدى عينة من الطلاب أثناء التدريس وللتدريب لهم بهدف اكتساب المهارات الدراسية والحياتية المناسبة إلى توجيه بعض الأسئلة حول أبرز وأهم المشكلات الدراسية التي تقابلهم في المجال الأكاديمي وتعوق أدائهم من وجهة نظرهم وكتابة ذلك في الورقة المعدة لذلك، والتي تناولت الاستفسار عن محتوى الأسئلة التالية:
- ذكر أهم الأسباب والعوامل الجوهرية لتأجيل الأعمال الدراسية المطلوب إنجازها في وقت محدد.
  - ذكر أهم الأسباب والعوامل الجوهرية لتأخير الواجبات والعروض التقديمية والتكليفات البحثية.

- ذكر أكثر المعوقات التي تواجه الطلاب في الدراسة والمتعلقة ب: المقررات الدراسية، عادات سلوك الاستذكار، الأساتذة، والامتحانات، ..... وغيرها .
- ذكر التأثيرات الإيجابية والسلبية للتأجيل الموجه لذات الفرد، والاقتراحات المناسبة للتغلب على المعوقات والصعوبات الدراسية من وجهة نظرهم.

### وعاء البنود Item Pool:

- في ضوء تحليل الاستجابات التي تم جمعها من عينة الطلاب حول المحتوى المعرفي والوجداني والسلوكي لظاهرة التسويق المرتبطة بإنجاز المهام الأكاديمية والتي تدعو إلى التأجيل المتعمد والمتكرر لجميع الأعمال الدراسية، تم صياغة عدد من العبارات التي تعبر عن الآراء المشتركة للمشكلات الدراسية التي يعاني منها الطلاب وتسبب معوقات.
- تم عرض هذه العبارات التي تناولت الصياغة التقريرية المباشرة للأفكار المطروحة ومعرفة وضوح المعنى لدى عينة أولية من الطلاب بلغت (٢٥) طالباً وطلبة.
- تمت صياغة العبارات بطريقة إجرائية في صورة مواقف سلوكية متنوعة تشتمل على عدداً كبيراً من ممارسات المتعلم في المواقف التعليمية لتمثل النطاق السلوكي لظاهرة التسويق حيث اشتملت المقياس في صورته الأولية على (٤٥) عبارة.

### تحكيم بنود المقياس:

للتأكيد على التحليل السيكمترى للمقياس، تم عرض المقياس على سبعة من الأساتذة المتخصصين في علم النفس وذلك للحكم على مدى انتماء وتمثيل ومناسبة وصلاحيه العبارات لقياس سلوك التسويق بأبعاده السلوكية والمعرفية والانفعالية لدى المتعلمين من حيث الحذف أو الإضافة أو التعديل.

وعلى ضوء الملاحظات التي أبدتها السادة المحكمين، أجريت التعديلات



المناسبة من حيث مراعاة جوانب الاتفاق والاختلاف فى مضمون العبارات، وتم استبعاد (٢) عبارتين لم تحظ بالاتفاق، وبذلك أصبح عدد عبارات المقياس (٤٣) عبارة.

#### مفتاح التصحيح :

تمت الإجابة عن العبارات على تدرج ثلاثى تمثلت فى (دائماً، أحياناً، نادراً) تقابلها على الترتيب الدرجات (٣، ٢، ١) وفقاً لاتجاه العبارة سواء سلبية أو إيجابية، وبذلك تراوحت الدرجات فى مجموعها على المقياس بين (٤٣) درجة كحد أدنى، (١٢٩) درجة كحد أقصى، وتشير الدرجة المرتفعة إلى ارتفاع التسوييف لدى المتعلمين .

#### الخصائص السيكومترية للمقياس :

##### أولاً: ثبات المقياس :

قام الباحث بحساب ثبات المقياس بأبعاده من خلال حساب بعض أنواع معاملات الارتباط على أفراد عينة التقنين بطريقتين هما :

أ) **طريقة التجزئة النصفية** التي تمت عن طريق حساب معاملات الارتباط ما بين الدرجات الفردية والدرجات الزوجية، حيث بلغ معامل الارتباط (٠,٨٩) وهو معامل مرتفع يطمئن الباحث لاستخدام المقياس فى الدراسة الحالية.

ب) **طريقة ألفا كرونباخ Alpha chconback** وقد بلغ معامل الارتباط للمقياس الحالي (٠,٨١) وهو معامل يساعد الباحث بتطبيق المقياس.

ثانياً: صدق المقياس : تم حساب الصدق بالطرق التالية :

##### ١. الصدق العاملي :

لتحديد البناء العاملي لسلوك التسوييف الأكاديمي، تم إجراء تحليل عاملي من واقع العبارات التي تمثل استجابات أفراد عينة التقنين لإيجاد رؤية لتصنيف تلك العبارات فى مجموعة عوامل تمثل الأبعاد التي تبلور المحتوى السيكولوجي الذي ورد فى تحليل استجابات الطلاب ومجموعة المفاهيم النظرية التي تناولت

متغيرات سلوك التسويق المنتشر بين المتعلمين في المجال التعليمي، وذلك من خلال مصفوفة الارتباط لدرجات ٤٣ عبارة، وباستخدام طريقة المكونات الأساسية لهتونلج **Principal components** - **Hotling**، كذلك التدوير المتعامد بطريقة **varimax** من أجل الحصول علي العوامل الأكثر تشبعاً للعبارات المتضمنة في المقياس المعد في الدراسة الحالية، حيث تم الاختبار في ضوء مراعاة معايير كان أهمها كما أشار إليها فؤاد أبو حطب وآمال صادق ( ١٩٩١ ):

- العامل الجوهرى الذي له جذر كامن أكبر من الواحد الصحيح.
  - محك التشبع الجوهرى للعبارات أكبر من ٠,٣.
- ووفقا لهذه المعايير تم انتقاء العبارات ذات التشبعات التي تزيد علي ٠,٣ وتصنيفها علي العامل الذي تنتمى إليه، ومن المتوقع في ظاهرة مركبة كالتسويق أن تتشبع بعض العبارات بأكثر من عامل، وبالنظر إلي جدول (٣) يمكن تسمية العوامل المتعامدة علي التوالي.

جدول (٣): العوامل بعد التدوير المتعامد لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي (ن ١٤٠)

العامل الأول		العامل الثاني		العامل الثالث		العامل الرابع		العامل الخامس		العامل السادس	
التشبع	العبارة	التشبع	العبارة	التشبع	العبارة	التشبع	العبارة	التشبع	العبارة	التشبع	العبارة
٠,٦٧	١	٠,٧١	١٣	٠,٧٦	١٥	٠,٦٦	١٦	٠,٧٥	١٤	٠,٨٣	
٠,٦٢	٧	٠,٧١	٨	٠,٧٢	٢٢	٠,٦٢	٢٣	٠,٧٠	٢٥	٠,٤٧	
٠,٦٢	١٠	٠,٦٠	١٩	٠,٧٢	٢٩	٠,٥١	٣٠	٠,٦٧	٢٠	٠,٣٨	
٠,٤٨	١٧	٠,٥٩	٢٦	٠,٦٣	٣٦	٠,٤٩	٣٧	٠,٥٧	٣٣	٠,٣٤	
٠,٤٦	٢٤	٠,٥٤	٢٧	٠,٤٩	٣٩	٠,٤٦	٢١	٠,٤٢	٣٥	0,٣٣	
٠,٤٦	١٨	٠,٤٧	٣٤	٠,٤٤	٤٢	٠,٣٩	٢٨	٠,٣١			
٠,٤١	٣١	٠,٤٢	٤١	٠,٤٢	٤٣	٠,٣٥	٣٢	٠,٣١			
٠,٣٣	٣٨	٠,٣٨									
	٤٠	٠,٣٤									
٢,٤٨	٢,٩١	٢,٨٢	٢,٢٦	٢,٥٥	١,٦٠	الجذر الكامن					
١٢,٣٨	١٤,٥٤	١٤,١١	١١,٣٢	١٢,٧٧	٧,٩٨	نسبة تباين العامل					

يتضح من الجدول (٣) أن التحليل العاملي أسفر عن ستة عوامل تمثل مستويات سلوك التسويق الأكاديمي لدي أفراد عينة الدراسة، وفي ضوء محتوى

وتوجهات العبارات حاول الباحث تسمية العوامل وتوزيع عبارات المقياس بأبعاده المختلفة كما يتضح في الجدول (٤).

جدول (٤): توزيع عبارات مقياس سلوك التسويق الأكاديمي وفقا لتشبعاتها علي  
العوامل (الأبعاد)

العبارات		البعد العامل	
الارقام	العدد	المسمي	البعد
٩،١١،٤،٦،١٢،٣،٢،٥	٨	إدارة الذات في تنظيم الوقت	الأول
٤٠،٣٨،٣١ ١٨،٢٤،١٧،١٠،٧،١	٩	ميل الانسحاب من أداء المهام	الثاني
٤١،٣٤،٢٧،٢٦،١٩،٨،١٣	٧	الخوف من الفشل	الثالث
٤٣،٤٢،٣٩،٣٦،٢٩،٢٢،١٥	٧	المشاعر السلبية	الرابع
٣٢،٢٨،٢١،٣٧،٣٠،٢٣،١٦	٧	الاتجاهات الكمالية	الخامس
٣٥،٣٣،٢٠،٢٥،١٤	٥	التأخير في مهام الحياة اليومية	السادس

ثالثاً: الاتساق الداخلي :

للتحقق من الاتساق الداخلي لعبارات المقياس تم عمل مصفوفة معاملات الارتباط بين كل بند والدرجة الكلية للمقياس والجدول (٥) يوضح ذلك .

جدول (٥): معاملات الارتباط بين درجة كل بند والدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويف الأكاديمي

البند	معامل الارتباط	البند	معامل الارتباط	البند	معامل الارتباط	البند	معامل الارتباط
١	٠.٧٠٦	١٣	٠.٧٥٨	٢٥	٠.٧٨٢	٣٧	٠.٦٩٩
٢	٠.٧٨٣	١٤	٠.٨٢١	٢٦	٠.٧٣٨	٣٨	٠.٦٩١
٣	٠.٧٦٤	١٥	٠.٧٥٤	٢٧	٠.٧٦٥	٣٩	٠.٥٩٤
٤	٠.٨٠٦	١٦	٠.٦٥٢	٢٨	٠.٦٦٩	٤٠	٠.٥٢٦
٥	٠.٧٩٨	١٧	٠.٧٤٢	٢٩	٠.٦٥٤	٤١	٠.٦٥٨
٦	٠.٧١٧	١٨	٠.٧٠٧	٣٠	٠.٨١٦	٤٢	٠.٤٥٥
٧	٠.٧٩٦	١٩	٠.٧٦٤	٣١	٠.٧٠٦	٤٣	٠.٦٤٠
٨	٠.٦٩٨	٢٠	٠.٧٧٣	٣٢	٠.٦٢٦		
٩	٠.٧٥٠	٢١	٠.٨٠١	٣٣	٠.٦٦٩		
١٠	٠.٧٩٠	٢٢	٠.٧٣٩	٣٤	٠.٥٩٦		
١١	٠.٧٥٠	٢٣	٠.٧٨٢	٣٥	٠.٥٨٣		
١٢	٠.٧٥١	٢٤	٠.٥٨٥	٣٦	٠.٧١٧		

\*\* تشير نتائج جدول (٥) إلي وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا عند مستوي (٠,٠١) في متغير سلوك التسويف الأكاديمي لدي طلبة الجامعة، وهذا يشيرالي أن البنود الخاصة في المقياس تتناسب في قياس مستويات السلوك التسويف الأكاديمي مما يوحي بالتجانس والاتساق الداخلي بين مكونات المقياس.

#### ثانياً: قائمة أنواع القلق:(إعداد.الباحث).

يعد الكشف عن أنواع القلق التي ترتبط بسلوك التسويف الأكاديمي والتي تعبر عن قلق الاختبار والقلق الاجتماعي والقلق الانفعالي والقلق من التقويم السلبي والقلق الإحصائي وقلق المستقبل من التأثيرات المتبادلة الهامة التي تسهم بشكل فعال في استمرارية سلوك التسويف الأكاديمي، مما يتطلب مساعدة الطالب علي كيفية إدارة ذاته بشكل يتناسب مع قدراته وإمكاناته، وينمي الاستعدادية ويحفز الدافعية لديه لكي يتجاوز مرحلة المخاوف وحدة القلق عامة والمصاحبة للاختبارات المدرسية خاصة.

ولتحقيق أهداف الدراسة الحالية، قام الباحث بتصميم قائمة أنواع القلق وقياسه من خلال استجابات المتعلمين أنفسهم والتي تعبر عن خصائصهم وسلوكياتهم وكيفية تصرفاتهم في المواقف المختلفة من خلال الخطوات التالية:

أ) **الدراسة الاستطلاعية:** أجريت دراسة استطلاعية علي عينة من طلاب جامعة أسوان من الكليات النظرية والعلمية علي مستوي جميع الفرق والتخصصات المختلفة بهدف جمع أكبر عدد ممكن من البنود التي تقيس القلق بأنواعه المحددة في الدراسة الحالية، حيث قدم الباحث سؤالاً مفتوحاً يكتب من خلاله الطالب أكبر عدد ممكن من العبارات التي تشير إلي أكثر أنواع القلق التي تتسبب في ظهور سلوك التسويق الأكاديمي بما يرتبط بالمشاعر والميول والاتجاهات السلبية تجاه الدراسة، وقد استخدم الباحث إجراء السؤال المفتوح النهائية **open- ended question** بوصفه مصدراً لوضع البنود، حيث يفيد هذا الأسلوب كما أشار **أحمد عبد الخالق (١٩٩٣)**، **(Mann 1982)** عادة في البحوث الكشفية أو المجالات الجديدة للبحث، كما يفيد عندما يهتم الباحث بنوع الاستجابة وليس درجاتها (التحليل الكيفي وليس الكمي).

ب) الاطلاع علي الكتاب النظرية في مجال القلق بأنواعه ومصادره المتعددة بهدف التعرف عن قرب بأكثر أنواع القلق المرتبطة بالمواقف التعليمية عامة، والدراسية خاصة.

ج) الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة التي أظهرت العديد من المشاعر السلبية لدي الأفراد المسوفين والتي تمثلت في [الثقة بالذات، تدني تقدير الذات، الاكتئاب، الشعور بالتوتر والتردد، عقدة الشعور بالذنب] حيث أن هذه المتغيرات تعتمد علي ظهور أنماط القلق بدرجات متفاوتة.

د) ما اشتملت عليه المقاييس والأدوات التي استخدمت لقياس القلق، حيث تم

الاسترشاد بها كان منها :

- قائمة تقييم القلق في دراسة (Ferrari & ozer 2011).
- مقياس عوامل الشخصية النموذجية:الذي أعده ( Kagan et al. 2010 ).
- مقياس تقييم مستويات القلق كما في دراسة (Dilmac 2009).
- مقياس تقييم دوافع القلق في دراسة (Williams et al. 2008).
- قائمة قلق الامتحان في دراسة (Ang et al. 2008) .

#### • الصورة الأولية لقائمة أنواع القلق:

في ضوء خطوات ومراحل إعداد قائمة أنواع القلق، تم جمع الاستجابات الصادرة من الطلاب و روجعت مراجعة سيكولوجية ولغوية دقيقة، وتم اختبار العبارات المتعلقة بمفاهيم القلق المختلفة، كما تم تجنب العبارات المكررة وذات الصياغة المعقدة والتي تحمل النفي، وقد روعي أن تكون العبارات مختصرة وتصاغ بلغة سهلة وواضحة، وقد أمكن بعد المراجعة والتصنيف للعبارات أن تحتوي القائمة علي ٤٨ عبارة، وقد أعدت تعليمات موجزة لها، كما وضعت بدائل للإجابتي تدرج خماسي كما يلي ( كثيراً جداً، كثيراً، متوسط، قليلاً، نادراً) يقابلها علي الترتيب الدرجات(١، ٢، ٣، ٤، ٥) وفقاً لاتجاه العبارة.

#### • تحكيم بنود القائمة:

تم عرض القائمة علي عدد من الأساتذة المختصين في قسم الصحة النفسية بالجامعات المختلفة بهدف التأكد من أن العبارات تقيس ما وضعت لقياسه، وبيان مدى تعلقها لقياس أنواع القلق المحددة في القائمة، وبعد مراجعة التعديلات من حيث الحذف أو الإضافة أو التعديل التي استقرت آراء المحكمين لها بلغ عدد العبارات المتضمنة في القائمة ٣٦ عبارة.

#### • الخصائص السيكومترية للقائمة.

#### أولاً: ثبات القائمة :

تم إيجاد ثبات القائمة بأنواعها المختلفة من خلال حساب بعض أنواع معاملات الارتباط على عينة التقنين بالطرق التالية :

#### أ. طريقة التجزئة النصفية:

تمت عن طريق حساب معاملات الارتباط بين الدرجات الفردية والزوجية، وقد بلغ معامل الارتباط (٠,٩٠) وهو معامل ارتباط مرتفع يشير إلى استخدام القائمة في الدراسة الحالية.

#### ب. طريقة ألفا كرونباخ Alpha chconback

كانت معاملات ثبات (ألفا كرونباخ) عند أفراد عينة التعيين (٠,٨٨)، حيث تشير إلى اتساق مرتفع لقائمة أنواع القلق المحددة في الدراسة الحالية. ثانياً : صدق القائمة : لحساب صدق قائمة أنواع القلق استخدم الباحث الطرق التالية:

أ) صدق المقارنة الطرفية: للتأكد من موثوقية العبارات في التمييز بين الأفراد وفقاً لمستوي القلق، تم حساب الفرق بين متوسطات درجاتهم بنسبة ٢٧% في كل من الطرفين الأعلى والأدنى لاستجابات الأفراد علي القائمة، وقد جاءت قيم **T. Test** جميعها دالة إحصائياً عند مستوي (٠,٠١,٠,٠٥) مما يؤدي إلي صدق التمييز والاطمئنان إلي كفاءة القائمة كأداة لقياس أنواع القلق في الدراسة الحالية، والجدول (٦) يوضح ذلك.



جدول (٦): الفروق بين المتوسطات في درجات الأفراد على أبعاد القائمة

قيمة ت دلالتها الإحصائية	الارباعي الأدنى		الإرباعي الأعلى		المجموع الأبعاد
	٢ع	٢م	١ع	١م	
**٥,٠٣١	١,٢٢٦	٣١,٩٢	٠,٤٩٧	٣٢,٧٢	قلق الاختبار
**٦,٦٠٣	٤,١٠	٢٢,٩٠	٤,٦٠	٢٧,٨٠	القلق الاجتماعي
**٧,١٥٥	٣,٣٢٥	٢٦,٠٩	١,٧٨٧	٢٩,٣١	القلق الانفعالي
*٢,٠٤٨	٤,٨٣٠	٢٥,٨٠	٤,٩٩٠	٢٧,٥٠	القلق من التقويم السلبي
**٨,٢٧٢	١,٠٢٧	٣٥,٩٢	١,٢١٦	٣٧,٥٠	القلق الإحصائي
**٢,٥٨٩	٣,٢٩٠	٣٥,٦٦	٣,٣٤٠	٣٧,١١	قلق المستقبل
**٤,٨٢٩	٣,٣٦٩	١٢٢,٤٤	٢,٠٨٢	١٢٤,٧١	المجموع الكلي للقائمة

\* \* (دال عند مستوى ٠,٠١) \* (دال عند مستوى ٠,٠٥)

### ثالثاً: الاتساق الداخلي :

للتحقق من الاتساق الداخلي لعبارات القائمة، تم حساب قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للقائمة وكذلك بين درجات أبعاد القائمة، وتراوحت قيم معاملات الارتباط بين ٠,٨٥ ، ٠,٦٤ وهي جميعها دالة عند مستوي (٠,٠١) مما يتضح مدي التجانس والاتساق الداخلي بين مكونات القائمة، وجدولى (٧,٨) يوضح ذلك.

جدول (٧): معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والمجموع الكلي لدرجات القائمة

العبارات	ر	العبارات	ر	العبارات	ر	العبارات	ر
١	**٠,٦٩	١٠	**٠,٧٤	١٩	**٠,٨٥	٢٨	**٠,٨٠
٢	**٠,٦٤	١١	**٠,٧٨	٢٠	٠,٧٤**	٢٩	**٠,٧٨
٣	**٠,٧١	١٢	**٠,٦٨	٢١	**٠,٧٩	٣٠	**٠,٧١
٤	**٠,٨٠	١٣	**٠,٧٥	٢٢	**٠,٧٦	٣١	**٠,٧٧
٥	**٠,٧١	١٤	**٠,٧٠	٢٣	**٠,٧٨	٣٢	**٠,٧٩
٦	**٠,٧٦	١٥	**٠,٧٩	٢٤	**٠,٧٠	٣٣	**٠,٦٩
٧	**٠,٦٤	١٦	**٠,٧٣	٢٥	**٠,٨١	٣٤	**٠,٨٢
٨	**٠,٦٥	١٧	**٠,٧٧	٢٦	**٠,٧٨	٣٥	**٠,٧٧
٩	**٠,٧٠	١٨	**٠,٧٢	٢٧	**٠,٨٤	٣٦	**٠,٧١

\*\*دال عند مستوي (٠,٠١)

جدول (٨): مصفوفة معاملات الارتباط لأبعاد قائمة أنواع القلق

م	المتغيرات	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس
١	قلق الاختبار	-					
٢	القلق الاجتماعي	**٠,٨٩	-				
٣	القلق الانفعالي	**٠,٨٠	**٠,٧٩	-			
٤	القلق من التقويم السلبي	**٠,٨١	**٠,٨٣	**٠,٧٦	-		
٥	القلق الإحصائي	**٠,٧٢	**٠,٧٧	**٠,٧١	**٠,٦٩	-	
٦	قلق المستقبل	**٠,٦٩	**٠,٧٢	**٠,٧٣	**٠,٧٠	**٠,٦٨	-
٧	المجموع الكلي	**٠,٨٦	**٠,٧٨	**٠,٨١	**٠,٧٧	**٠,٧٩	**٠,٨٩

## عرض النتائج وتفسيرها:

ضماناً للحصول على تفسير دقيق للنتائج، حاول الباحث الاطلاع على ملفات الطلاب بالكليات النظرية والعملية، حتى يتم التأكد من أن أفراد العينة المستهدفة متقاربة في العمر الزمني، والتحصيل الدراسي من خلال الإطلاع على النتائج الدراسية وكذلك اختبارات الذكاء، وذلك للتحقق من الفروق بين الطلاب

بالكليات النظرية والعملية، وكذلك التأكد من أن الفروق الحادثة فى المتغير التابع (أنواع القلق) ترتبط بالفروق الموجودة فى المتغير المستقل التى ترجع إلى (سلوك التسويق الأكاديمي)، ولا ترتبط بعوامل خارجية أخرى متعلقة بالسلوك المرضى.

وبواسطة معالجة بيانات الدراسة بواسطة الحاسب الآلي باستخدام برنامج SPSS (الإصدار السابع عشر للمعالجات الإحصائية)، تم حساب قيمة حجم التأثير (ثيتا) ( $\theta$ ) لاختبار (ت) (Wikipedia (2010) حيث بلغت قيمة ( $\theta$ ) لأبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي والدرجة الكلية له (٠,٨٦، ٠,٩١، ٠,٩٢، ٠,٨٧، ٠,٨٨، ٠,٩٢، ٠,٩٠)، وهذا يعنى أن (٨٦%، ٩١%، ٩٢%، ٨٧%، ٨٨%، ٩٢%، ٩٠%) على الترتيب من الفروق الحادثة فى المتغير التابع (قائمة أنواع القلق) التى ترتبط بالفروق الموجودة فى المتغير المستقل (سلوك التسويق الأكاديمي).

**الفرض الأول : للتحقق من صحة الفرض الأول الذي نصه:**

" يوجد تأثيردال إحصائياً لتفاعل متغيري النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية) على الدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي بأبعاده المختلفة لدى أفراد العينة.

تم استخدام تحليل التباين ذو التصميم العاملى  $2 \times 2$  } ٢ (النوع)  $2 \times$  (الكليات)، لبيان اثر متغيري الدراسة: النوع والكليات على ممارسة السلوك على مقياس التسويق الأكاديمي بأبعاده المختلفة، ويوضح الجدول (٩) نتائج تحليل التباين ذي التصميم العاملى  $2 \times 2$  لدرجات الكليات النظرية والعملية من الجنسين (ذكور، إناث) على الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي.

جدول(٩): يوضح نتائج تحليل التباين ذي التصميم العامل  $2 \times 2$  لمتغيري النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية) على الدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية	الكليات (نظرية-عملية) (أ)	٢١٣,٣٤٣٣١	١	٢١٣,٣٤٣٣١	١,٠٠١	غير دالة
	النوع ( ذكر، أنثى) (ب)	٧,٤٩٢	١	٧,٤٩٢	٠,٠٣٦	غير دالة
التسويق الأكاديمي	التفاعل : أ × ب	١٥,٨١١	١	١٥,٨١١	٠,٠٧٤	غير دالة
	داخـل المجموعات (الخطأ)	٣٢٥٢٩,٣٦١	٤٩٦	٢١١,٢٣١		
	المجموع الكلي	٣٢٧٦٦,٠٠٧٣١	٥٠٠			

يتضح من الجدول (٩) ما يلي:

- ١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي بين مجموعتي الطلاب بالكليات النظرية والعملية.
- ٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لمقياس سلوك التسويق الأكاديمي بين مجموعتي الذكور والإناث.
- ٣- لا يوجد تأثير دال إحصائياً على ممارسة سلوك التسويق الأكاديمي نتيجة تفاعل متغيري الدراسة (الكليات والنوع).

ومن خلال قراءة التحليل الإحصائي السابق يتبين أنه لا يوجد تأثير لتفاعل متغيري الكليات والنوع على ممارسة سلوك التسويق الأكاديمي، مما يدل على أن كل من الذكور والإناث بالكليات النظرية والعملية لا توجد بينهم فروق دالة في سلوك التسويق الأكاديمي، وهذا يشير إلى شيوع هذا السلوك لدى الجنسين على اختلاف كلياتهم مما يكشف إلى أن العوامل التي تكمن وراء تداول هذا السلوك قد ترجع إلى خصائص ذاتية المنشأ اختلفت تبعاً لنوعية المثيرات البيئية

والاجتماعية، وعدم توفير جوانب البيئة الوجدانية المناسبة، وكذلك نقص بعض المهارات الدراسية والحياتية كمهارات معينة للتنمية البشرية المستمرة في ظل الأزمات والنفسية والضغوط الحياتية التي يعايشها الفرد ويتعايش معها.

وتتفق هذه النتيجة مع مفاهيم نظرية الشخصية التي تناولتها دراسة **Freeman et al. (2011)**، والتي توصلت أهم نتائجها إلى أن سلوك التسويق ارتبط كسمة شخصية مع العديد من المتغيرات المرتبطة بالمماثلة في اتخاذ القرارات البسيطة في الوقت المناسب ومحاولة تجنب المهام والنظر إليها على أنها غير سارة، مما يدعو لزيادة الفهم العام لجملة الأسباب والنتائج المرتبطة بسلوك التسويق.

ومن خلال ما أوضحه نتائج تحليل التباين ذي التصميم العامل  $2 \times 2$  في الجدول (٩) لدرجات الكليات النظرية والعملية من الجنسين (ذكور، إناث) على الدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي، تم استخدام اختبار [ت] للتأكد من اتجاه الدلالة، وكانت النتائج كما يوضحها جدولي (١٠، ١١).

**الفرض الثاني: للتحقق من صحة الفرض الثاني الذي نصه:**

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية على أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة"، تم حساب قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية على أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي والدرجة الكلية كما يوضحها جدول (١٠).

جدول (١٠): المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الكليات (النظرية والعملية) على أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي والدرجة الكلية

المتغيرات	نظرية (ن= ٢٥٠)		عملية (ن= ٢٥٠)		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م		
إدارة الذات في تنظيم الوقت	٢٧,٨٤	٣,٦٠	٢٧,٥٤	٢,٥٤	١,٠٧٥	غير دالة
ميل الانسحاب من أداء المهام	٢٦,٩٨	٠,٤١٨	٢٦,٩٥	٠,٢٧٤	٠,٩٦٧	غير دالة
الخوف من الفشل	٣٨,٩١	٣,٣٨	٣٨,٤٢	٢,٤٨	١,٨١٥	غير دالة
المشاعر السلبية	٣٥,٣٤	٣,٨١	٣٥,٦٥	٣,٢٩	٠,٩٦٩	غير دالة
الاتجاهات الكمالية	٢١,٧٣	٢,١٣	٢١,٣٨	٢,٦٣	١,٦٦٧	غير دالة
التأخير في مهام الحيات اليومية	٢٦,٥٥	٤,٦٠	٢٦,٠١	٤,٥٠	١,٣٥٠	غير دالة
الدرجة الكلية	١٢٤,٠٤	٣,٤٠٤	١٢٣,٦٠	٢,٥٠١	١,٦٢٩	غير دالة

تشير قراءة التحليل الإحصائي للجدول (١٠) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير الكليات (نظرية، عملية) في جميع أبعاد مقياس سلوك التسويق الأكاديمي والدرجة الكلية للمقياس، حيث جاءت قيم (ت) غير دالة إحصائياً، وبذلك يتحقق صحة هذا الفرض وهذا يعني أن سلوك التسويق يُعد من الاضطرابات الشائعة والمنتشرة حديثاً في أوساط المتعلمين، حيث لا يقتصر حسب اعتقاد الكثيرين على الكليات النظرية فقط، بل شمل الكليات ذات الطابع العملي، مما يدعو إلى ضرورة البحث عن العوامل التي تكمن وراء هذا السلوك سواء أكانت ذاتية أم مكتسبة، وفي اعتقاد الباحث من خلال معاشته للطلاب أن غالبية الأسباب تتعلق بالجوانب الذاتية التي ترتبط بعدم اكتساب المهارات الدراسية والحياتية، والميل إلى محاكاة النماذج الاجتماعية السيئة التي

أصبح يقلدها الطلاب لتدعيم السلوك اللاتوافقي في البيئة الجامعية. وهذا يستدعي تفعيل أدوار التوجيه والإرشاد النفسي في المجال الأكاديمي لاستخدام فنيات إرشادية وعلاجية تساعد على إدارة المخاوف وتعمل على تأكيد قيمة الهوية لدى الطلاب في المرحلة الجامعية. وفي هذا المحتوى دارت مفاهيم نظرية باندورا في التعلم الاجتماعي حول ارتباط سلوك التسويف بكفاءة الذات أو الثقة في النفس، حيث تناول باندورا مفهوم الكفاءة من زاوية القدرة على تنظيم الواجبات والمسئوليات، ومدى التزام الفرد بهذه الواجبات وإيمانه في كفاءته الذاتية على نحو يجعله (يفكر، يشعر، يحفز) نفسه لأداء المهام التي يعاني منها المسوفين بعيداً عن المماطلة المكتسبة في الجوانب المرتبطة بها (Dilmac 2009).

#### الفرض الثالث: للتحقق من صحة الفرض الثالث الذي نصه :

للتحقق من صحة الفرض الثالث الذي نصه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث على أبعاد مقياس سلوك التسويف الأكاديمي لدى أفراد العينة ".

تم حساب قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث على أبعاد مقياس سلوك التسويف الأكاديمي والدرجة الكلية، وجدول (١١) يوضح ذلك.

جدول (١١):المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي

درجات الذكور والإناث على مقياس سلوك التسويف الأكاديمي بأبعاده المختلفة

المتغيرات	ذكور (ن= ٢٥٠)		إناث (ن= ٢٥٠)		قيمة ت	مستوى الدلالة
	م	ع	م	ع		
إدارة الذات في تنظيم الوقت	٣٩,٠٤	٣,١٨	٣٨,٦٣	٣,٦٤	١,٣٢٢	غير دالة
ميل الانسحاب من أداء المهام	٥١,٥٤	٤,٣٤	٥٠,٩٤	٤,٤٤	١,٥٢٦	غير دالة
الخوف من الفشل	٥٥,٤٤	٤,٠٩	٥٤,٤٨	٣,٨٢	٢,٧٤٢**	٠,٠١

المشاعر السلبية	٣٦,٨٦	١,٠٣	٣٦,٦٦	١,٦٤	١,٦٢٦	غير دالة
الاتجاهات الكمالية	٣٢,٥٦	٠,٧٥	٣٢,٢٨	١,٢٠	٣,١٨١**	٠,٠١
التأخيري في مهام لحيات اليومية	٣٦,٤٧	٣,٢٥	٣٦,٠٨	٣,٧٦	١,٢٥٨	غير دالة
الدرجة الكلية	١٠٢,٠٢	٢٢,٧٠	٩٩,٦٠	١٢,١٠	١,٤٨٤	غير دالة

### تشير قراءة التحليل الإحصائي لجدول (١١) إلى :

١- عدم وجود فروق جوهرية في سلوك التسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير النوع ( ذكور، إناث ) في الأبعاد التالية:

- أ- إدارة الذات في تنظيم الوقت.
- ب- ميل الانسحاب من أداء المهام.
- ج- المشاعر السلبية.
- د- التأخير في مهام الحياة اليومية.
- هـ- الدرجة الكلية.

٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( ٠,٠١ ) في سلوك التسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير النوع (ذكور، إناث) وكانت الفروق لصالح الذكور في بعدى:

- أ- الخوف من الفشل.
  - ب- الاتجاهات الكمالية.
- ويفسر الباحث ذلك انه على الرغم من شيوع وانتشار سلوك التسويق لدى النوعين (الذكور، الإناث)، إلا أن هذه الفروق التي جاءت في بعدى : الخوف من الفشل، الاتجاهات الكمالية لصالح الذكور قد ترجع إلى طبيعة الدور المتوقع منهم في المجتمع، والقدرة على تلبية المعايير والتوقعات المطلوبة منهم، والنظر إلى تقييم سلوكياتهم المرتبطة بالأداء جعلت التركيز على النجاح أكثر من الفشل لتحقيق النتائج المرغوبة، أي تحفيزهم نحو الكمال كرسبة في تجنب الخطأ، وعدم توافر المعايير العالية تجعل الفرد عرضة للدخول في دائرة الاضطرابات النفسية، وهذه الفروق تصاحب ذوى المستوى المرتفع من التسويق الأكاديمي.



وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (Beck et al. (2000) التي أشارت إلى عدم وجود فروق جوهرية بين الجنسين في سلوك التسويق كلية في ضوء الأبعاد المحددة والتي تختلف عن العوامل المسهمة في ضوء السلوك في الدراسة الحالية.

كما تختلف هذه النتيجة في الجزء الثاني منها مع ما توصلت إليه دراسة (Prohaska et al. (2000) التي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية كانت نسبتها أعلى لدى الإناث عن الذكور. في حين تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Vestervelt (2000) التي بحثت أهم العوامل التي تشكل مظاهر سلوك التسويق والتي كان منها: التأخير السلوكي العام، عدم الالتزام أو الفشل في الالتزام بالمواعيد المحددة لإنجاز المهام.

كما اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (Konig & Kleinmann (2004) التي أشارت إلى أن بعضاً من المسوفين وبالأخص الذكور يتسمون بالمماطلة من خلال إزاحة وترحيل العمل والمهام المطلوبة منهم في المجال الدراسي إلى أوقات أخرى واختيار الأشياء الأكثر متعة التي تلي في الترتيب الأشياء الأقل أهمية.

#### الفرض الرابع: للتحقق من صحة الفرض الرابع الذى نصه:

" يوجد تأثير دال إحصائياً لتفاعل متغيرى النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية) على قائمة أنواع القلق المعدة فى الدراسة الحالية "، تم استخدام تحليل التباين ذو التصميم العاىلى  $2 \times 2$  }  $2$  (النوع)  $\times 2$  (الكليات) لبيان أثر متغيرى الدراسة النوع والكليات على قائمة أنواع القلق المعدة فى الدراسة الحالية، ويوضح الجدول (١٢) نتائج تحليل التباين ذى التصميم العاىلى  $2 \times 2$  لدرجات الكليات النظرية والعملية من الجنسين (ذكور، إناث ) على قائمة أنواع القلق.

جدول (١٢): يوضح نتائج تحليل التباين ذي التصميم العامل  $2 \times 2$  لمتغيري النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية) على قائمة أنواع القلق

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	التباين	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية لقائمة أنواع القلق	الكليات (نظرية، عملية) (أ)	٨٧٠٧,٣٣٢	١	٨٧٠٧,٣٣٢	٣٣,٨٢٥	٠,٠١
	النوع ( ذكور، إناث ) (ب)	٧,٧٧٥	١	٧,٧٧٥	٠,٠٣١	غير دالة
	التفاعل أ × ب	٠,٧٧٠	١	٠,٧٧٠	٠,٠٠٣	غير دالة
	داخل المجموعات (الخطأ)	٣٩٦٤٢,٥٨٢	٤٩٦	٢٥٧,٤١٨		
	المجموع الكلي	٩٧٧٩٩٣,٠٠٠	٥٠٠			

تشير قراءة التحليل الإحصائي للجدول (١٢) إلى :

١- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٠١) في الدرجة الكلية لقائمة أنواع القلق بين مجموعتي الطلاب بالكليات النظرية والعملية، وحيث أن التباين بين الكليات النظرية والعملية دال عند مستوى (٠,٠١) ولتوضيح اتجاه دلالة الفروق تم استخدام اختبار [ت] وكانت النتائج كما يوضحها الجدول (١٣).

٢- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الدرجة الكلية لقائمة أنواع القلق بين مجموعتي الذكور والإناث.

٣- عدم وجود تأثير دال إحصائياً نتيجة تفاعل متغيري الدراسة الكليات والنوع على قائمة أنواع القلق.

ومن خلال تلك القراءة يتضح أنه لا يوجد تأثير لتفاعل متغيري الكليات والنوع على أنواع القلق المحددة في الدراسة الحالية، مما يشير إلى أن كل من الذكور والإناث بالكليات النظرية والعملية لا توجد بينهم فروق دالة في درجة القلق المرتبطة بسلوك التسويق الأكاديمي.

وهذه النتائج تعطى مؤشراً فى بلورة مفهوم القلق كأحد المتغيرات الوسيطة فى الظهور لدى الطلبة ذوى التسويف الأكاديمي، كما تلقى الضوء على أن مكونات البيئة المعرفية والإدراكية لا تشبع حاجات الطلاب المادية والمعنوية، مما يدعو إلى تكوين محتوى يحمل جملة اضطرابات نفسية وسلوكية متنافرة فى البيئة الجامعية ترتبط بالعديد من المشاعر السلبية التى تعمل على تنمية الاتجاهات السلبية تجاه الدراسة، وبالتالي تساعد على زيادة درجات القلق بأنواعه المختلفة (قلق الاختبار، القلق الاجتماعي، القلق الانفعالي، القلق من التقويم السلبى، القلق الإحصائي، قلق المستقبل).

وتوافر هذه الأنواع المتعددة من القلق تُعد كمظاهر ومؤشرات تنبؤية لاستمرار سلوك التسويف الأكاديمي، كما قد تأخذ منحى الخوف من الفشل وعدم القدرة على القراءة الواضحة لملاح مستقبل المهني.

وفى مجال الدراسات الاستكشافية التى حاولت التعرف على طبيعة الفروق بين الجنسين فى سلوك التسويف الأكاديمي ودلالاته تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Ferrari & Ozer, 2011) التى أظهرت من خلال التقييم لأسباب ومظاهر سلوك المماثلة، أن ٢٣,٧٠% من أفراد العينة اتسموا بالقلق، وشكل عامل الكمالية **Perfectionism** الدرجة الكبرى بين متوسطات درجات المجموعات المستخدمة فى الدراسة.

#### الفرض الخامس : للتحقق من صحة الفرض الخامس الذى نصه :

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الطلاب المسوفين من ذوى المستوى البسيط، والمستوى المرتفع " بالكليات النظرية والعملية فى قائمة أنواع القلق المعدة فى الدراسة الحالية "لحساب ذوى المستوى المرتفع من التسويف، تم حساب قيمة (ت) لمعرفة قيم هذه الفروق واتجاهاتها ومستوى دلالتها بين متوسطى درجات المسوفين من ذوى المستوى " البسيط، المرتفع . فى قائمة أنواع القلق والدرجة الكلية لها، كما يوضحها الجدول (١٣).

جدول (١٣): الفروق بين متوسطات درجات المسوفين من ذوى المستوى البسيط وذوى المستوى المرتفع بالكليات النظرية والعملية في قائمة أنواع القلق

المتغيرات	ذوى المستوى البسيط ن=٢٥٠		ذوى المستوى المرتفع ن=٢٥٠		قيمة ت
	ع	م	ع	م	
قلق الاختبار	٣٣,٣٠	٣٧,٥٠	٤٠,٠٢	٢,٦٥	**٢٢,٤٠٠
القلق الاجتماعى	٣٥,٠٥	٣٧,٢٩	٣٧,١١	٣,٣٤	**٦,٩٣٦
القلق الانفعالى	٣١,١٩	١,٦٨	٣٥,٠٠	١,٣٧	**٢٧,٨١٠
القلق من التقويم السلبى	٣٤,٣١	١,٧٨	٣٧,٩٤	١,٣٤	**٢٥,٧٤٤
القلق الإحصائى	٢٨,٦٣	١,٧٤	٣٤,٣١	٢,٤٦	**٢٩,٨٩٤
قلق المستقبل	٢٠,٦٣	١,٠٢	٢٤,٦٩	١,١٤	**٤٢,٢٩١
الدرجة الكلية	١٠٩,٨٥	٣,٢٥	١١٩,١٩	٤,٦٦٥	**٢٥,٩٤٤

يتضح من النتائج فى الجدول رقم (١٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين متوسطى درجات ذوى المستوى البسيط والمرتفع من المسوفين بالكليات النظرية والعملية في جميع أنواع القلق المحددة فى الدراسة الحالية، وجميع الفروق كانت دالة لحساب ذوى المستوى المرتفع، مما يؤكد أن الإفراط فى تأجيل الأعمال والمهام والواجبات الدراسية يقابله إفراط فى درجة القلق التى تفقد الفرد السيطرة على إدارة المواقف بفاعلية.

ويمكن للباحث تفسير ذلك من خلال الاطلاع فى هذا المجال والذى أوضح جانباً منه فى الكتابات والدراسات والتوجهات الحديثة إلى أن الطلاب ذوى المستوى المرتفع من التسويق يستخدمون عدة استراتيجيات تركز على التجنب والانسحاب من أداء المهام كميكانيزمات دفاعية من أجل الحفاظ على صورة الذات، فى حين يستخدم الطلاب ذوى التسويق البسيط إستراتيجيات التكيف الموجه للمهمة فى مختلف مواقف الإنجاز بما ينمى الاستعدادية والدافعية لديهم.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة **Scher & Osterman (2002)** التي أظهرت أن التسويق المزمّن يرتبط بمهمة تجنب التوجهات القائمة على الأنا لدى طلاب الجامعة نظراً لارتباطها بتقييمات المعلمين وأولياء الأمور

التي تأخذ منحى الخوف من الفشل. كما تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Ferrari et al. (2005) التي أشارت أهم نتائجها إلى انتشار سلوك التسويف المزمن لدى أفراد العينة المستهدفة في الدراسة، حيث كان تأخير العمل إلى اللحظة الأخيرة وتجنب القيام بالمهام المطلوبة من الدوافع الأساسية التي تكمن وراء الخوف من الفشل. كما اتفقت هذه النتيجة أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة كل من: (Milgram&Marshesky(1995) و (Milgram&Naaman(1996)، التي أوضحت أن الطلاب غير المسوفين كانوا أكثر تكيفاً ولديهم توجه تفاؤلي وقلق موضوعي مقارنة بأقرانهم من الطلاب ذوي التسويف المرتفع.

**الفرض السادس: للتحقق من صحة الفرض السادس الذى نصه:**

" توجد علاقة ارتباطيه موجبة دالة إحصائياً بين الدرجة الكلية لمستويات سلوك التسويف الأكاديمي وأنواع القلق لدى أفراد العينة "، تم حساب معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لمستويات لسلوك التسويف الأكاديمي وأنواع القلق المتعددة لدى أفراد العينة، كما يوضحها جدول (١٤).

جدول (١٤): معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لمستويات سلوك التسويف وأنواع القلق لدى أفراد العينة

أنواع القلق							الدرجة الكلية لمستويات التسويف الأكاديمي
الدرجة الكلية لفئة القلق	القلق المستقبل	القلق الإحصائي	القلق من التقييم السلبي	القلق الانفعالي	القلق الاجتماعي	قلق الاختبار	
	**٠,٧٦٠	**٠,٧٠١	**٠,٦٩١	**٠,٥٥١	**٠,٦٨١	**٠,٦٥٦	

يكشف جدول (١٤) عن وجود علاقة ارتباطيه دالة وإيجابية عند

مستوى (0,01) بين مستويات التسويق الأكاديمي وأنواع القلق المتعددة (قلق الاختبار، القلق الاجتماعي، القلق الانفعالي، القلق من التقويم السلبي، القلق الإحصائي، قلق المستقبل، الدرجة الكلية لقائمة القلق) لدى طلاب الجامعة من الذكور والإناث بالكليات النظرية والعملية، وهذا يعني أنه كلما ارتفعت درجة الفرد في نوع من أنواع القلق كلما زادت درجته في التسويق الأكاديمي، ويمكن تفسير ذلك من خلال إسهامات الكتابات النظرية والنظريات السيكلوجية المفسرة لهذا السلوك إلى أن التسويق يمثل ظاهرة مركبة تتشابه فيها مجموعة المكونات الوجدانية والمعرفية والسلوكية التي قد تعمل بشكل نسبي على حفاظ الفرد على الصورة الاجتماعية (الذات الاجتماعية) لتأكيد جانب المرغوبة الاجتماعية، ولكن في باطنها قد تؤدي إلى وقوع الفرد حيز القلق بما يفقده القدرة على إدارة الذات في التحكم للمخاوف الأكاديمية التي ينتج عنها مشاعر التوتر أثناء التعامل مع المواقف المصاحبة لجوانب البيئة الجامعية خاصة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (Onwuegbuzie 2004) التي أظهرت وجود ارتباط دال بين التسويق وأربعة أنواع من القلق تمثلت في (قلق الاختبار، القلق الاجتماعي، القلق من التقويم السلبي، القلق الإحصائي).

كما اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (Williams et al. 2008) التي أشارت إلى أن التوجهات نحو التسويق الأكاديمي ارتبطت بدوافع القلق من نظرة الآخرين تجاه أداء الواجبات الأكاديمية، مما ينعكس سلباً بالقدرة على تحديد الأهداف بدقة وتحقيقها.

#### الفرض السابع: للتحقق من صحة الفرض السابع الذي نصه :

" يمكن التنبؤ بمستوى التسويق الأكاديمي (بسيط - مرتفع) من خلال أنواع القلق لدى أفراد العينة، وذلك بدرجة دالة إحصائية ". تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد بواسطة حساب معامل الارتباط المتعدد الذي يعتمد على معرفة الارتباطات الداخلية بين المتغيرات المستقلة من ناحية، وارتباطات المتغيرات

المستقلة المتغير التابع من ناحية أخرى، كما تعتبر نسبة المساهمة من المنبئات الهامة فى تفسير الانحدار (صلاح الدين محمود علام، ٢٠٠٣، ١٩٩٣، ٦٣٥، ٦٣٦ )، و جدول (١٥) يوضح نتائج معامل تحليل الانحدار المتعدد للتنبؤ بمتغير أنواع القلق بكل من المستوى " البسيط، المرتفع " من ذوى التسويف الأكاديمي داخل العينة الكلية.

جدول (١٥):معامل تحليل الانحدار للتنبؤ بالمستوى(البسيط، المرتفع) من التسويف

الأكاديمي من خلال أنواع القلق داخل عينة الدراسة الكلية

الإحصاءات / المستوى	معامل الارتباط	معامل الارتباط المتعدد	معامل الانحدار	نسب المساهمة	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
بسيط	٠,٦٩٦	٠,٤٨٥	٠,٤٢١	٠,٦٩٦	١٧,٥٤	**٠,٠٠٠١
مرتفع	٠,٧٥٢	٠,٥٦٥	٠,٧٤٠	٠,٧٥٢	٢٠,٦٢	**٠,٠٠٠١

تكشف البيانات الواردة في الجدول (١٥) والذي يلخص نتائج تحليل الانحدار لمقدار تنبؤ التسويف الأكاديمي بمستوييه البسيط والمرتفع من خلال أنواع القلق، أن سلوك التسويف الأكاديمي يعد مسئولاً عن تفسير نسبة ٧٥% من تباين درجة أفراد العينة في ظهور أعراض القلق السيكولوجية التي تعد مؤشراً على ارتفاعه نظراً لارتباطه بهذا السلوك، وهذا يعنى أن هناك عوامل أخرى يمكن أن تسهم في التنبؤ بها بنسبة ٢٥%، في حين حصل الطلاب من ذوى المستوى البسيط على نسبة ٦٩%، وكان الفارق الذي يمثل ٦% بين المستويين يوضح أن الطلاب الذين حصلوا على درجات عالية فى سلوك التسويف الأكاديمي (ذوى المستوى المرتفع) يعانون من القلق بأنواعه المحددة فى الدراسة الحالية والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بهذا السلوك الشائع الذي أصبح يمثل نوعاً من الاضطرابات الدراسية لدى جميع الطلاب بتفاعل متغيرى النوع (ذكور، إناث) والكليات (نظرية، عملية).

من هنا يتضح تحقق صحة هذا الفرض بأن سلوك التسويف الأكاديمي لذوى المستويات المرتفعة يتنبأ بأنواع القلق المتمثلة في [قلق الاختبار، القلق

الاجتماعي،القلق الانفعالي، القلق من التقويم السلبي، القلق الإحصائي، قلق المستقبل].

### الفائدة العلمية والتطبيقية للدراسة الحالية :

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج، وما أشارت إليه الكتابات النظرية والدراسات السابقة من دلالات ومعاني ترتبط بأن القلق بأنواعه المختلفة يرتبط بمستويات ظاهرة التسويق الأكاديمي لدى الطلاب عامة، وطلاب الجامعة خاصة، يمكن توظيف تلك النتائج في المجال الإرشادي والمجال التربوي من خلال :

- محاولة إعداد دليل إرشادي أكاديمي يوزع للطلاب في بداية العام الدراسي للاسترشاد بتعليماته، ومعرفة الأنظمة واللوائح الجامعية المتعلقة بالنتائج الدراسية من جانب التقديرات والمعدل التراكمي وطريقة الأعداد المقبولة وغير المقبولة، ودرجات أعمال الفصل الشفهية والتحريرية، وحالات الغياب والانسحاب والرسوب في الدراسة للحد من ظاهرة التسويق [التأجيل/الإرجاء/المماطلة] الأكاديمية.

- محاولة إعداد برامج إرشادية تستخدم أساليب وفتيات الإرشاد الجمعي من خلال تحديد الجماعات الطلابية التي تلجأ إلى التسويق للحد من هذه الظاهرة.

- التعرف على ميكانيزمات التسويق التي يلجأ إليها الطلاب والتي تختلف تبعاً لمتغيرات: النوع، الكليات.

- محاولة تدعيم مظاهر الثقة بالنفس بين الطلاب للتغلب على ظاهرة التسويق.  
- يمكن اعتبار مؤشرات انخفاض الدرجات الدراسية من عادات اللجوء الى التسويق.

- إعداد برامج إرشادية تستخدم فتيات الإرشاد بالواقع للحد من المستويات المرتفعة لظاهرة التسويق الأكاديمي من خلال غرس مفاهيم الصواب



والخطأ وتحمل المسؤولية والاستفادة من خبرات الفشل لتحقيق النجاح،  
وتجنب أنواع القلق وخاصة المتعلقة بقلق المستقبل.



## المراجع

### اولاً: المراجع العربية

١. أحمد محمد عبد الخالق (١٩٩٣). استخبارات الشخصية (ط٢). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
٢. رعد الصرن (٢٠٠١). فن وعلم إدارة الوقت (ج٢). دمشق: دار الرضا للنشر.
٣. صلاح الدين محمود علام (٢٠٠٣). تحليل البيانات فى البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية. القاهرة: دار الفكر العربى.
٤. صلاح الدين محمود علام (١٩٩٣). الأساليب الاحصائية الاستدلالية البارامترية واللابارامترية فى تحليل بيانات البحوث النفسية والتربوية . القاهرة: دار الفكر العربى.
٥. فؤاد أبو حطب وآمال صادق (١٩٩١). مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي فى العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

## ثانياً: المراجع الأجنبية

6. Aitken, M.(1982). A personality profile of the college students procrastinator .*Unpublished doctoral dissertation* , University of Pittsburgh.
7. Akinsola, M., & Tella, A. ( 2007). Correlates of academic procrastination and mathematics achievement of University undergraduate students , *Eurasia Journal of mathematics Science & Technology Education*, 3 (4), 363 – 370.
8. American Psychiatric Association.(1994). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (4th ed). DSM-IV*. Geneva: American Psychiatric Association.
9. Ang, R., Tan, C., Klassen, M., Isabella, L., Wong, Y., Huan, V., & Chong, H. (2008). Correlates of Academic procrastination and students Grade Goals. *Curr Psychol*, 27, 135-144.
10. Balkis, M., & Duru, E. (2009). prevalence of academic of 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 .
11. Beck, B., Koons, S., & Milgram, D. (2000). Correlates and consequences of behavioral procrastination: The effects of academic procrastination self-consciousness, self-esteem and self-handicapping. *Journal of Social Behavior and personality*, 15 (5), 3-13 .
12. Burns , L., Dittman , K., Nguyen, N., & Mitchelson, J.(2000). Academic procrastination, perfectionism, and control: Associations with vigilant and avoidant coping. *Journal of Social Behavior and personality*, 15 (5), 35-46 .
13. Capan, B. (2010). Relationship among perfectionism academic procrastination and life satisfaction of university students. *procedia social and Behavioral sciences*, 5, 1665 – 1671.
14. Dilmac, B. (2009). An Analysis of Teachers: General tendency to procrastinate, perception of professional efficiency -self efficiency and Altruism, *Electronic Journal of research in Educational psychology*, 7 (3), 1323-1338.

15. Ferrari, J., & Ozer, B. (2011). Gender orientation and academic procrastination: Exploring Turkish High school students, *Individual differences Association*, 9 (1), 33-40.
16. Ferrari, J., O'Callaghan, J., & Newbegin, I. (2005). Prevalence of procrastination in the United States , United Kingdom , and Australia: Arousal and Avoidance Delays among Adults .North American. *Journal of Psychology*, 7 (1), 1-6.
17. Ferrari, J. & Diaz-Morales, J. (2007). Perceptions of self-concept and self-presentation by procrastinators: further Evidence. *The Spanish Journal of psychology*, 10 (1) , 91-96 .
18. Freeman, E., Eugenia, L., Fnenzalida, C., & Stoltenberg, I.(2011). Extraversion and Arousal procrastination: waiting for the kicks. *Curr psychol*, 30, 375-382.
19. Fritzsche, B., Young, B., & Hickson, K. (2003). Individual differences in academic procrastination tendency and writing success. *Journal of Personality and individual differences*, 35, 1549 -1557 .
20. Johnson, E., Green, K., & Kluever, R. (2000). Psychometric characteristics of the revised procrastination inventory. *Research in higher Education*, 41 (2).
21. Kagan, M., Cakir, O., Ilhan, T., & Kandemir, M. (2010). The explanation of the academic procrastination behaviour of university students with perfectionism, obsessive – compulsive and five factor personality traits. *procedia social and Behavioral scienses*, 2, 2121 – 2125.
22. Knaus, W.(2000). Procrastination, blame and change. *Journal of Social Behavior and personality*, 15, 153-166 .
23. Konig, C., & Kleinmann, M. (2004). Business before pleasure: no strategy for procrastinators. *Journal of Personality and individual differences*, 37, 1045 – 1057.
24. Lay, C. (1986). At last my research article on procrastination. *journal of Reaearch in personality*, 20, 474-495 .
25. Lay, C. (1992). Trait procrastination and the perception of person-task characteristics. *Journal of social behavior and personality*, 7, 483-494.

26. Lay, C., & Schouwenbug, H.(1993). Trait procrastination time management and academic behavior. *journal of social Behavior and personality*, 8, 647 – 662
27. Mann, I.( 1982 ). Decision– making questionnaire. *Unpublished inventory Flinders*. university of south Australia, Australia.
28. McCown, W., & jonhosn, J.(1989). Differential arousal gradients in chronic procrastination. *paper presented at the American psychological Association*, Alexandria, VA.
29. McCown, W., & jonhosn, J. (1999). personality and chronic procrastination by university students during an academic exam period. *journal of personality and individual differences*, 12, 413– 415.
30. Milgram, N., & Marshersky, S. (1995). Correlates of academic procrastination Discomfort task aversiveness and task Capability. *Journal of psychology interdisciplinary and Applied*, 129 (2), 145 –155.
31. Milgram, N., & Naaman, N. (1996). Typology in procrastination. *Journal of personality and individual differences*, 20 (6), 679 –683 .
32. Onwuegbuzie, A. (2004). Academic procrastination and statistics anxiety. *Journal of Assessment and Evaluation in Higher Education*, 29 (1), 1-19.
33. Onwuegbuzie, A., & Wilson, V. (2003). Statistics anxiety: Nature, etiology, antecedents, effects, and treatments –a comprehensive review of the literature. *Journal of teaching in Higher Education*, 8 (2), 195 –209.
34. Ozer, B., Demir, A., & Ferrari, J. (2009). Exploring academic procrastination among Turkish students: Possible gender differences in prevalence and reasons. *Journal of Social psychology*, 149, 241 – 257.
35. Prohaska, V., Morrill, P., Atilas, I., & Perez, A. (2000). Academic procrastination by nontraditional students. *Journal of Social Behavior and personality*, 15 (5), 125 –143 .
36. Pychyi, T., Morin, R., & Salmon, B. (2000). Procrastination and the planning fallacy: An Examination of the study of university students. *Journal of social Behavior and personality*, 15 (5), 133-150.

37. Sagar, S., & Stoeber, J. (2009). perfectionism fear of failure and affective responses to success and failure: The central role of fear of experiencing shame and embarrassment. *Journal of Sport and Exercise Psychology, 31*, 602-627 .
38. Scher, S., & Osterman, M. (2002). procrastination conscientiousness, Anxiety, and goals exploring the measurement and correlates of procrastination among school –AGED children. *psychology in the schools, 39* (4).1002
39. Specter, M., & Ferrari, J. (2000). Time Orientations of procrastination: Focusing on the past or future?. *journal of social behavior and personality, 15* (5), 197-202.
40. Tuckman, B. (1991). The development and concurrent validity of the procrastination scale. *journal of educational & psychological Measurement, 51*, 473 –480.
41. Tuckman, B. (2007). *The effect of motivational scaffolding on procrastinators distance learning outcomes computers & Education, 49* , 414 – 422.
42. Vestervelt, C. (2000). An examination of the content and construct validity of four measures of procrastination. *Diss. Abs. Int, 39* (1), 297.
43. Williams, J., Stark, K., & Foster, E. (2008). Start Today Or The Very Last Day? The Relationships Among self-compassion, Motivation, and procrastination. *American Journal of psychological research, 4* (1).
44. Wikipedia. (2010). Effect Size. Retrieved: Feb15,2010,From [http:// en.Wikipedia.org / wiki / Effect\\_ size](http://en.Wikipedia.org/wiki/Effect_size).
45. Wolters, C. (2003). Understanding procrastination from a self-regulated learning perspective. *Journal of Educational psychology, 95* (1), 179-187.

