

Levels of Academic Procrastination among Students of Princess Rahma University College at Al-Balqa Applied University and their Variation by Place of Residence

مستويات التسويف الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية واختلافها بمكان إقامتهم

Omar Al-Khamaiseh^{1*}.

¹Al-Balqa Applied University, Princess Rahma University College, Jordan.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 23 Sep 2018

Accepted 23 Dec 2018

Published 01 Jul 2020.

*Corresponding author:

Al-Balqa Applied University, Princess Rahma University College, Jordan.

Email: omarsoud25@yahoo.com.

Abstract

This study aimed to identify the levels of academic procrastination and the differences based on place of residence (village, city, refugee camp) among the students of Princess Rahma University College at Al-Balqa Applied University. The study sample consisted of 140 male and female students, who were selected using stratified sampling from the study population. The academic procrastination scale, which consists of 15 items, was used to measure the extent of a student's postponement of academic duties and assignments. The results of the study indicated that the level of academic procrastination among the students of Princess Rahma University College at Al-Balqa Applied University was high, with an average score of 3.75 and a standard deviation of 0.92. The results also showed statistically significant differences ($\alpha \geq 0.05$) in academic procrastination levels between students residing in villages and those living in refugee camps and cities. Additionally, the results indicated statistically significant differences ($\alpha \geq 0.05$) favoring students residing in cities.

Keywords: Academic Procrastination, College Students, Residence, Princess Rahma University College.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات التسويف الأكاديمي واختلافها بمكان الإقامة (قرية، مدينة، مخيم لاجئين) لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية. وتكونت عينة الدراسة من (١٤٠) طالباً وطالبة وتم اختيارهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية من مجتمع الدراسة، وتم استخدام مقياس التسويف الأكاديمي الذي يتكون من (١٥) فقرة تقيس مدى تأجيل الطالب لواجباته ومهامه الدراسية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن مستوى التسويف الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية جاء بمستوى مرتفع، وبمتوسط حسابي (٣,٧٥) وانحراف معياري (٠,٩٢)، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq ٠,٠٥$) ولصالح الطلبة

الذين إقامتهم في القرية مقابل مخيم لاجئين والمدينة، وكذلك أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) ولصالح الطلبة الذين إقامتهم مخيم لاجئين مقابل المدينة.

الكلمات المفتاحية: التسويق الأكاديمي، طلبة الكلية، مكان الإقامة، كلية الأميرة رحمة الجامعية.

١. المقدمة

١.١ الإطار النظري والدراسات السابقة

على الرغم من الجهود التي تبذلها مؤسساتنا التعليمية، وما طرأ عليها من تحولات كمية وكيفية، فإن برامجها وأنشطتها وطرائقها ما تزال قاصرة نسبياً عن أساليب التعامل وتنميتها مع الوقت، وكيفية تنظيم الأولويات الحياتية، حيث يوجد الكثير من الطلبة الجامعيين اليوم غير المبالين لأهمية الوقت الذي يهدرونه في بعض السلوكيات والأنشطة غير الضرورية في الحياة اليومية (التميمي، ٢٠١٢).

ويُعدّ تأجيل المهمات والواجبات لأمر طارئ أو مشكل أو رغبة في جمع المزيد من المعلومات، أو نتيجة ترتيب الأولويات وإعطاء الأولوية لأداء بعض المهمات دون غيرها مما يزيد فرص نجاحها هو أمر طبيعي ومقبول. وعده فيراري (Ferrari, 2000) شكلاً من أشكال الإلتقان. إلا أن التأجيل المستمر للمهام والوظائف، دون وجود مبرر مقبول، هو أمر مُشكل ويعوق أداء المهام، ويقلل من فرص نجاحها.

والتسويق هو التأجيل المتعمد لبعض الأعمال الهامة وواجب القيام بها، بحيث يصبح ذلك التأجيل عادة؛ من خلال فن مواكبة الأمس والعيش فيه. والتسويق عادة سيئة تؤثر على الفرد نفسياً وجسدياً، فأغلب من يمتنون التسويق يعانون من مضاعفات الشد العصبي والتوتر والقلق والإرهاق، ويعمل على خنق نمو الفرد الشخصي والمهني ويعيق حصوله على مكافآت يستحقها (شيرمان، ٢٠١٠).

ويعتبر التسويق سلوك تجنبني ينظر إليه على أنه تجنب الفرد لإتمام أو إنجاز المهمة أو العمل المطلوب فهو مهم بالنسبة له من الناحية الوجدانية مما يولد لديه صراع إقدام – إحجام، ويفسر التسويق على أنه نوع من أنواع الهدر الفكري لدى الطالب الذي مفاده فقدان السيطرة وانغلاق زمام تسيير أموره الأكاديمية بسبب تكرار الفشل، الذي يتجلى في قصور التخطيط في اتخاذ القرار وحل المشكلات التي تواجهه في الحياة كذلك يرافقه أيضاً تدني السيطرة على التحكم في الذات والانفعالات والوقوع في دوامة الصراع (حجازي، ٢٠٠٥).

ومع هذه الصراعات يرى عبد الهادي (٢٠١٠) تبعاً لنظرية تعارض الذات، أن التفاوت بين الذات الواقعية والذات المثالية، يحدث صراعاً انفعالياً المؤدي إلى مشاعر سلبية مختلفة عن ذات الفرد، وبهذا التفاوت يجعله يحدد الأفكار التي تسبب التسويق.

ويواجه الطلبة حالات من التسويق الأكاديمي، فمنها ما يرجع إلى الإهمال واللامبالاة أو الاعتقاد اللاعقلاني بضعف القدرة على تحقيق النجاح، ويتولد لديهم سلوك التسويق الأكاديمي بالرغم من توفر المؤهلات والقدرات التي تمكنهم من تحقيق النجاح، مما يدفعهم إلى التفكير بسبل سلبية تجاه قدراتهم وإمكاناتهم وينخفض مستوى تقديرهم لذواتهم، فيتولد لديهم قناعة بأنهم مهما حاولوا مواجهة الصعوبات التي تعترضهم في الحياة فلن يتغير الوضع. ومع تكرار تعرض الفرد إلى الضغوط، إضافة إلى وجود استعداد وتوقع بعدم القدرة على التحكم بالصعوبات والمواقف الضاغطة، فإن هذا الوضع يجعل الفرد يشعر بالتسويق الأكاديمي، وهو سلوك غير مرغوب فيه معرفياً، وهو خاصية شخصية سالبة تؤثر على الفرد بشكل سلبي، وترتبط بخصائص معرفية وانفعالية وسلوكية منخفضة، وهو ضعف في الإدارة وهي مشكلة يصعب حلها، لأنها لا تأتي من سبب واحد محدد (Kamphorst, 2011).

إن الطلبة يميلون إلى التسويق الأكاديمي للهروب من المهام التي يجدون أنها غير سارة وغير ممتعة، وهذا يعتبر تسويقاً موفقياً، أما التسويق المرضي يميل فيه الأفراد بشكل مستمر في التسويق محاولة إتمام مهمة ما، إذ أن هذا من أجل حماية صورة الذات لديهم، وبذلك يظهر التسويق الأكاديمي في التقييم للمهمة الدراسية التي أجلوها (عدس، ١٩٩٩).

وتجدر الإشارة إلى أن التسويق الأكاديمي كغيره من العديد من الظواهر النفسية لم يحظ بإجماع العلماء على تعريفه،

إذ أكد بعض الباحثين أن المكون الحاسم للتسويق هو التأجيل، بينما أشار البعض الآخر من الباحثين إلى أن القلق الذي يؤدي إلى هذا التأجيل هو المكون الأساسي للتسويق، ومع ذلك يلاحظ أن معظم تعريفات التسويق تُجمع على أن التسويق يتضمن أفعال وسلوكيات تؤثر بطريقة سلبية على إنتاجية وتوافق الفرد النفسي والمهني والدراسي (Piccarelli, 2003).

ويعرف التسويق الأكاديمي بأنه التأجيل الطوعي لإكمال المهمات الأكاديمية ضمن الوقت المرغوب فيه أو المتوقع منه، رغم اعتقاد الفرد بأن إنجازها لتلك المهمات سوف يتأثر سلباً، وكذلك يمكن وصفه بأنه تأجيل البدء في المهمات التي ينوي الفرد في نهاية المطاف إنجازها، وينتج عنه الشعور بالتوتر الانفعالي لعدم تأديته للمهمة في وقت مبكر والمتوقع منه إنجازها (السلمي، ٢٠١٥).

ويعرفه أبو غزال (٢٠١٢) بأنه ميل الفرد إلى تأجيل بدء المهام الأكاديمية، أو إكمالها مما ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي.

وفي تعريف تشو وتشوي (Chu & Choi, 2005) للتسويق الأكاديمي بأنه التأجيل الواضح والإرجاء المتكرر إلى حد التأخير في البدء أو الانتهاء من الأعمال والمهام الدراسية المطلوبة في المواعيد المحددة لها؛ الأمر الذي ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي.

ويعرف ماير (Meyer, 2000) التسويق الأكاديمي بأنه سمة شخصية تمثل عائق ذاتي مزمن يسيطر على أداء الفرد لمهامه الدراسية سواء في البدء فيها أو الانتهاء منها، محاولاً إكمالها تحت ضغط في اللحظات الأخيرة.

وعرف روثبلوم وآخرون (Rothblum, et L., 1986) التسويق الأكاديمي بأنه الميل المقرر ذاتياً لتأجيل المهمات الأكاديمية بشكل دائم تقريباً، ويكون عادةً مصحوباً بالقلق، وقد اعتبروا أن التسويق المقرر ذاتياً يجب أن يتضمن كلاً من التأجيل المستمر والقلق.

ولا يوجد شك بأن التأجيل العرضي للمهام أو الوظائف هو أمر مقبول، إذ أن كل الطلبة يجدون أنفسهم أحياناً مجبرين على تأجيل مهماتهم حتى اللحظة الأخيرة، خصوصاً عندما تحدث ظروف غير متوقعة بسبب رغبتهم بعمل بعض التغييرات في خطط عملهم، بينما يؤجل بعض الأفراد باستمرار إكمال مهماتهم والذي ربما يجعلهم يشعرون بالذنب نتيجة لتبديدهم الوقت وفقدانهم للفرص (أبو غزال، ٢٠١٢).

لذا اهتم الباحثون والمختصون في ميادين علم النفس المتعددة بدراسة التسويق الأكاديمي؛ كونه متغيراً مهماً يرتبط ارتباطاً مباشراً بسلوك الإنسان وشخصيته، وذا أهمية في بناء العلاقات الاجتماعية المتفاعلة بين الأفراد، لإشباع حاجاتهم ورغباتهم وصولاً لتحقيق هدفهم في الحياة (وحيد، ٢٠٠١).

وتبين العنزي والدغيم (٢٠٠٣) أن هذه الظاهرة منتشرة بين المتعلمين، وتتمثل في تأخير إكمال الواجبات الدراسية في وقتها، وضعف الاستعداد للاختبارات، والدراسة لأوقات غير كافية، وتتنوع أسباب التسويق فقد بينت الدراسات إلى الكمال قد يكون عاملاً يزيد من احتمالية التسويق؛ إذ يضع الساعون إلى الكمال معايير عالية للأداء مما يؤدي بهم إلى التسويق، كما قد يكون سبب التسويق فكرة أنني أعمل بشكل أفضل تحت الضغط محاولة من المسوف لجعل التأخير يبدو عقلانياً.

وللتسويق آثاره السلبية على الحياة الأكاديمية والاجتماعية، وأهمها التحصيل الأكاديمي المنخفض والانقطاع عن حضور الحصص الدراسية يصاحبه صراع انفعالي، كما ينتج عنه هبوط في الإنتاجية، وشعور بعدم الكفاية، وسوء الإدارة وعدم الالتزام بالمواعيد وبالتالي الشعور بالإحباط والذنب (عطية، ٢٠٠٨).

والتسويق مشكلة تؤثر سلباً على الفرد؛ فداخلياً يشعر بالندم واليأس ولوم الذات، أما خارجياً فيؤثر على تقدمه في العمل وإفقاده فرصاً كثيرة في الحياة، إضافة إلى التوتر، والذعر، وصعوبات في النوم، والقلق، وممارسة سلوكيات غير توافقية كالتدخين واللجوء إلى الكحول (العنزي وآخرون، ٢٠٠٣).

وهناك جهات نظر مختلفة في تفسير التسويق الأكاديمي، إذ يعتقد علماء المدرسة السلوكية أن التسويق عادة متعلمة تنشأ من تفضيل الإنسان للنشاطات السارة والمكافآت الفورية، بينما ينظر أنصار مدرسة التحليل النفسي إلى التسويق كثورة ضد المطالب المبالغ بها أو التسامح المبالغ فيه من قبل الوالدين. أما وجهة النظر المعرفية فتتجلى في إبراز أثر المتغيرات المعرفية كمتنبئات بالتسويق ومن ضمنها المعتقدات اللاعقلانية وأسلوب العزو والمعتقدات المتعلقة بالوقت وتقدير الذات

والتفاؤل واستراتيجيات التعويق الذاتي، ويبدو أن أكثر النظريات التي بحثت في أسباب التسويف انتشاراً تلك التي فسرت التسويف على أنه إستراتيجية تستخدم لحماية الإحساس الضعيف بتقدير الذات، فالأفراد الذين يتوقف احترامهم لذواتهم على الأداء المرتفع يسمح لهم التسويف تجنب الاختبار الكامل لقدراتهم؛ لذلك يتمسكون بمعتقداتهم التي تتضمن بأن لديهم قدرات مرتفعة مقارنة بأدائهم الحقيقي (Asikhia, 2010).

وقد لخص توكرمان (Tuckman, 1991) أسباب التسويف وفقاً لنتائج الأبحاث بالاعتقاد بعدم القدرة على إنجاز المهمات، وعدم القدرة على تأجيل الإشباع، والعزو الخارجي، وارتباط التسويف بمستويات مرتفعة من الضغط، وتدني تقدير الذات وضعف الفعالية الذاتية، والمستويات المنخفضة من الدهاء واليقظة والمستويات المرتفعة من التعويق الذاتي والاكتئاب.

وقد أورد جارد (Gard, 1999) أسباب التسويف في عدة أسباب، وهي: إعطاء الأولوية لإنجاز المهام الممتعة على المهام الأهم، والضعف في مهارة إدارة الوقت لدى المسوف، والسعي نحو الكمال، والتهرب من المهام الصعبة والمملة والخوف من الفشل. أما سزلاتز (Szalavitz, 2003) فقد أرجع التسويف إلى الأسباب التالية: المعتقدات الخاطئة، السعي نحو الكمال، وضعف القدرة على الضبط الذاتي، ومعاانة المسوف من أب متسلط، وقلق إنجاز المهمة، والاكتئاب.

وأضاف نوران (Noran, 2000) أسباباً أخرى للتسويف الأكاديمي، منها ضعف إدارة الوقت وتنظيمه، وغموض الأولويات والأهداف، وانغماس المسوف بالمهام مما يدفعه إلى تأجيل إنجاز بعض مهماته الأكاديمية والتركيز على نشاطات غير منتجة أكاديمياً، وكذلك عدم القدرة على التركيز أو مستويات منخفضة من اليقظة عند أداء المهام الأكاديمية، وأيضاً الخوف والقلق المرتبط بالفشل، إذ يقضي الفرد في مثل هذه الحالة معظم وقته في حالة قلق حول قرب موعد الامتحانات والمشاريع أكثر من التخطيط لها وإكمالها.

أما بالنسبة لأنماط المسوفين فتتحدد في ثلاثة أنماط، وهي: المسوف الاستثاري (Arousal) الذي يستمتع بتغلبه على المواعيد الأخيرة، والمسوف التجنبي (Avoider) وهو الذي يؤجل إنجاز الأشياء التي ربما تجعل الآخرين يفكرون به بطريقة سلبية، وأخيراً هناك المسوف القرار (Decisional) الذي يؤجل اتخاذ قرارات معينة (Ferrari, 2000).

وقد حدد فالادز (Valdez, 2006) ثلاث سمات للطلبة المسوفين، وهم الطلبة اللامبالين (Unconcerned)، والطلبة الموجهون نحو الهدف (Target-Oriented)، والطلبة المتحمسون (Passionate). كما أشار إلى أن هدف الطلبة اللامبالين هو النجاح فقط والبحث عن الطرق الأسهل للدراسة، والبحث عن المساعدة في اللحظات الأخيرة، والغش في الامتحانات، والحفظ الآلي للمعلومات، وعدم الدراسة بشكل جيد، وعدم الانتباه للتنظيم المناسب للوقت. وأكد أن الطلبة اللامبالين يظهرون مستويات مرتفعة من التسويف الأكاديمي، بينما يظهر الطلبة المتحمسون والطلبة الموجهون نحو الهدف مستويات منخفضة من التسويف الأكاديمي.

وتذهب الربيعي (٢٠١٤) في تفسيرها للتسويف الأكاديمي على أنه نوع من أنواع الهدر الفكري لدى الطالب الذي مفاده فقدان السيطرة وانغلاق زمام تيسير أموره الأكاديمية بسبب تكرار الفشل، والذي يتجلى في قصور التخطيط في اتخاذ القرار وحل المشكلات التي تواجهه في الحياة.

ويذكر أن ليس كل السلوكيات التسوفية مؤذية وذات نتائج سلبية، إذ يوجد شكلان للمسوفين هما: المسوفون السلبيون (Passive Procrastinators) وهم مسوفون تقليديون يؤجلون إنجاز المهمات حتى اللحظات الأخيرة بسبب عدم قدرتهم على اتخاذ قرار للعمل في حينه، وعلى العكس من ذلك فهناك المسوفون الفعالون (Active Procrastinator)، وهم الذين يتخذون قرارات تأجيلية مقصودة، ويستخدمون دافعية مرتفعة تحت ضغط الوقت، وهم قادرون على إكمال مهماتهم في المواعيد المحددة، ويحققون بعضاً من النتائج المرضية (Chu & Choi, 2005).

والتسويف الأكاديمي يرتبط بالإخفاق المعرفي، فالتسويف الأكاديمي هو أحد العوامل البيئية المكتسبة التي يتعلمها الطلبة من بيئتهم على اختلاف أنواعها ولا سيما التفكير، وهو الذي يقود إلى اكتساب ما يرغب فيه وما يوافق الميول الذاتية للطالب، فيبني إزاء ذلك اتجاهاته وقراراته وكيفية اتخاذها، فعندما يشعر الطالب بالتسويف فإنه يتراجع في اتخاذ القرار المناسب، وتفوته فرصة المواجهة، فكلما كان التردد مرادفاً له كان التأجيل هو السائد، وكثرة التأجيلات يمكن أن يتداخل مع الأحكام المعرفية للطالب؛ مما يقوده إلى ارتكاب الكثير من الأخطاء المعرفية التي تعبر وبشكل فعلي عن مشاكل في الانتباه

والإدراك والتذكر، والتي سوف يظهر صداها في عمليات التعلم والتعليم (عباس، ٢٠١٧).

ويتضح مما سبق أن التسويف الأكاديمي يرتبط بعوامل داخلية تتعلق بطبيعة القدرات والإمكانيات، والجوانب النفسية التي يمتلكها الطلاب أو بعوامل خارجية كأسلوب التدريس، وضغط الأقران والأسر، والإمكانيات البيئية، وبناءً على ذلك فقد يتأثر التسويف الأكاديمي بالكثير من العوامل الداخلية والظروف الخارجية، والتي منها مكان السكن الذي سيتم التعرف على مدى علاقته بالتسويف الأكاديمي في هذه الدراسة. ويبدو أيضاً من خلال استعراض الأدب النظري وجود إسناد نظري لموضوع الدراسة الحالية، الأمر الذي استثار الباحث التحقق من صحة وجودها ميدانياً لدى عينة من طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية.

١,١,١ الدراسات السابقة

لقد أجريت العديد من الدراسات العربية والأجنبية السابقة التي تناولت موضوع التسويف الأكاديمي، وسيتم عرضها من الأحدث إلى الأقدم، كما يأتي:

قام السرحان وصوالحة (٢٠١٧) بدراسة هدفت إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين التسويف الأكاديمي والتعلم المنظم ذاتياً لدى طلبة جامعة آل البيت في الأردن، بالإضافة إلى معرفة مستوى كل منهما، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي. وتكونت عينة الدراسة من (٥٦١) طالباً وطالبة من مختلف التخصصات العلمية والإنسانية، ولغرض جمع البيانات تم استخدام أداتين هما: مقياس التسويف الأكاديمي، ومقياس التعلم المنظم ذاتياً. وكشفت نتائج الدراسة إلى أن مستوى التسويف الأكاديمي جاء متوسطاً، بينما مستوى التعلم المنظم كان مرتفعاً لدى أفراد عينة الدراسة، وكذلك أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية سلبية بين التسويف الأكاديمي والتعلم المنظم ذاتياً.

وأجرى السلمي (٢٠١٥) دراسة هدفت التعرف إلى مستوى ممارسة التسويف الأكاديمي ومستوى الدافعية والعلاقة بينهما لدى عينة من طلاب جامعة أم القرى في السعودية باعتبار متغيري السنة الدراسية والموقع الجغرافي، من خلال المنهج الوصفي الارتباطي، مستخدماً مقياس شو وموران (Choi and Moran) للتسويف الأكاديمي ومقياس الدافعية الذاتية لعبد الله والوزني. وتكونت عينة الدراسة من (١٦٠) طالباً من طلاب الكلية الجامعية والليث، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى التسويف الأكاديمي والدافعية الذاتية جاء بمستوى متوسط، كما أظهرت النتائج وجود فروق في مستوى ممارسة التسويف الأكاديمي تعزى إلى متغير الموقع الجغرافي ولصالح طلاب كلية الليث، وكذلك وجود فروق في مستوى الدافعية الذاتية بين أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي ولصالح السنة الدراسية الأولى لدى طلاب كلية الليث، وأيضاً وجود فروق لصالح طلاب مكة المكرمة فيما يخص الدافعية الذاتية للسنة الدراسية الثانية، وأخيراً وجود علاقة ارتباطية سلبية دالة إحصائياً بين التسويف الأكاديمي والدافعية الذاتية.

واهتمت دراسة الكفيري (٢٠١٥) بالكشف عن نسبة انتشار التسويف الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل في السعودية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي ومقياس التسويف الأكاديمي من إعداد الباحثة نفسها وذلك لتحقيق أهداف دراستها. وتكونت عينة الدراسة من (٣٦٠) طالبة من طالبات كلية التربية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي (١٤٣٦/١٤٣٥هـ)، وكشفت نتائج الدراسة عن مستوى متوسط للتسويف الأكاديمي لدى طالبات، وكذلك قد وجدت فروق ذات دلالة إحصائية للتسويف الأكاديمي تعزى لمكان السكن ولصالح مدينة حائل، بينما لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية للتسويف الأكاديمي يعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

وفي دراسة أجراها أبو أزريق وجردات (٢٠١٣) هدفت استقصاء أثر تعديل العبارات الذاتية السلبية المسببة للتسويف الأكاديمي في خفض التسويف الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية لدى عينة من طلاب الصف العاشر في إحدى مدارس لواء الرمثا في الأردن، حيث استخدم الباحثان المنهج التجريبي لتحقيق أهداف دراستهم، وتكون مجتمع الدراسة من (١٢٠) طالباً، وبناءً على درجات أفراد مجتمع الدراسة على مقياس التسويف الأكاديمي الذي طوره الباحثان تم اختيار عينة الدراسة التي تكونت من (٣٣) طالباً تم تقسيمهم عشوائياً إلى مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة. وقد تلقت المجموعة التجريبية برنامجاً لتعديل العبارات الذاتية المنتجة للتسويف الأكاديمي، والذي تكون من (١٣) جلسة، في حين أن المجموعة الضابطة لم تتلق أي معالجة. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن المجموعة التجريبية أظهرت انخفاضاً أعلى بشكل دالٍ إحصائياً في التسويف الأكاديمي وتحسناً أعلى بشكل دالٍ في الفاعلية الذاتية في كل من القياسين البعدي والمتابعة، مقارنة مع أداء المجموعة الضابطة.

وقام دورو وبالكس (Duru & Balkis, 2013) بدراسة والتي اهتمت بعلاقة المعتقدات العقلانية حول الدراسة على التسويف الأكاديمي والرضا عن الحياة الأكاديمية والتحصيل الدراسي، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي الارتباطي لتحقيق أهداف دراستهم، من خلال تطبيق مقياس التسويف الأكاديمي ومقياس الرضا عن الحياة الأكاديمية على هذه الدراسة والتي تكونت من (٢٩٠) طالباً من طلبة جامعة "باموق دنيزلي" التركية. وكشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة سلبية ما بين المعتقدات العقلانية والتسويف الأكاديمي، ووجود علاقة إيجابية ما بين المعتقدات العقلانية والرضا عن الحياة الأكاديمية والإنجاز الأكاديمي.

كما هدفت دراسة لكشميرمين ورادي (Lakshminarayan & Reddy, 2013) الكشف عن العلاقة بين التسويف الأكاديمي والأداء الأكاديمي، واعتمد الباحثان على المنهجية الوصفية لتحقيق أهداف دراستهم، من خلال تطوير مقياس التسويف الأكاديمي، وتكونت العينة من (٢٠٩) طالباً وطالبة من طلبة كلية طب الأسنان بالهند، إذ أشارت النتائج إلى وجود علاقة سالبة بين التسويف الأكاديمي والأداء الأكاديمي، وهي دالة عند مستوى (٠,٠١)، مشيرين إلى أن الطلبة المرتفعين في مستوى التسويف أبدوا أداء أقل من المتوسط في الجوانب الأكاديمية الخاصة بهم.

كما أجرى أبو غزال (٢٠١٢) دراسة هدفت التعرف إلى مدى انتشار التسويف الأكاديمي وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، وفيما إذا كان مدى هذا الانتشار وأسبابه يختلفان باختلاف جنس الطالب ومستواه الدراسي وتخصصه الأكاديمي. واعتمد الباحث على المنهج الوصفي لتحقيق أهداف دراسته، وتكونت عينة الدراسة من (٧٥١) طالباً وطالبة من جميع كليات جامعة اليرموك في الأردن، واستخدم الباحث مقياس التسويف الأكاديمي الذي طوره، حيث كشفت نتائج الدراسة أن (٢٥,٢٪) من الطلبة هم من ذوي التسويف المرتفع، وأيضاً نسبة (٥٧,٧٪) من ذوي التسويف المتوسط، وكذلك نسبة ذوي التسويف المتدني (١٧,٢٪). وكما كشفت نتائج الدراسة عن فروق دالة إحصائية في انتشار التسويف الأكاديمي تعزى لمتغير المستوى الدراسي، إذ كانت نسبة التسويف الأكاديمي مرتفعة لدى طلبة السنة الدراسية الرابعة عنه لدى طلبة السنوات الدراسية الأخرى، ولم تكشف نتائج الدراسة عن فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص الأكاديمي.

وفي دراسة قام بها كو (Cao, 2012) والتي هدفت إلى معرفة التعلم الذاتي ومقارنته بأنواع التسويف (السلي والفعال) والدافعية الأكاديمية بين طلبة البكالوريوس والدراسات العليا لتخصص علم النفس التروي في الكلية الجامعية جنوب شرق الولايات المتحدة الأمريكية، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي لتحقيق هدف دراسته، مستخدماً أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات. وتكونت عينة الدراسة من (٦٦) من طلبة البكالوريوس و(٦٨) من طلبة الدراسات العليا، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب الذين يعتقدون بمنفعة التأجيل كانوا أكثر تسويفاً مقارنة بالطلبة الذين يعتقدون بالكفاءة الذاتية، كما أن الطلاب الأصغر سناً يمتازون بالتسويف الفعال بينما الطلاب الأكبر سناً يمتازون بالتسويف السلبي.

وأجرى بالكس ودورو (Balkis & Duru, 2009) دراسة هدفت إلى التحقق من انتشار سلوك التسويف الأكاديمي لدى معلمي ما قبل الخدمة في التدريس والتعليم (pre service teacher) وعلاقته بالمتغيرات الديمغرافية والتفضيلات الفردية. واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي الارتباطي، مستخدمين الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات والمعلومات، وتألفت عينة الدراسة من (٥٨٠) طالباً وطالبة من كلية التربية في جامعة "باموكال" (Pamukkale) في دنيزلي بتركيا، وتراوحت أعمار الطلبة بين ١٩_٢٨ سنة. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن (٢٣٪) من عينة الدراسة كشفوا عن مستوى مرتفع من التسويف الأكاديمي و(٢٧٪) منهم كشفوا عن مستوى متوسطاً من التسويف الأكاديمي، كما كشفت نتائج الدراسة عن فروق بين الجنسين في مستوى التسويف الأكاديمي، إذ أظهر الذكور مستويات مرتفعة ودالة إحصائية من التسويف الأكاديمي مقارنة بالإناث، وأن مستوى التسويف الأكاديمي يتناقص كلما تقدم الطالب في العمر.

أما أوزر وآخرون (Ozer, et al., 2009) فقد هدفت دراستهم إلى التحقق من انتشار التسويف الأكاديمي وأسبابه في ضوء متغيري الجنس والمستوى الدراسي لدى طلبة المرحلة الجامعية في تركيا، واعتمد الباحثون على المنهج الارتباطي لتحقيق هدف دراستهم، مستخدمين مقياس تقييم التسويف الأكاديمي، وتألفت عينة الدراسة من (٧٨٤) طالباً وطالبة. وكشفت نتائج الدراسة إلى أن نسبة (٢٥٪) من الطلبة أشاروا إلى وجود تسويف أكاديمي متكرر، وأن الذكور أكثر تكراراً في تسويف المهمات الأكاديمية مقارنة بالإناث. وكشفت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين في أسباب التسويف الأكاديمي، إذ عزت الإناث تسويفهن الأكاديمي إلى الخوف من الفشل والتكاسل مقارنة بالذكور، بينما أظهر الذكور تسويفاً أكاديمياً أكثر نتيجة للمخاطرة ومقاومة الضبط مقارنة بالإناث، ولم تكشف نتائج الدراسة فروقاً دالة إحصائية في كل من مستوى التسويف الأكاديمي وأسبابه تعزى إلى المستوى الدراسي.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة التي تم عرضها، والتي تمكن الباحث من الاطلاع عليها، يلاحظ عدم اتساق في نتائجها، بمدى ما يرتبط بظاهرة التسويق الأكاديمي، والذي هو محور الدراسة الحالية، كدراسة (السلمي، ٢٠١٥؛ الكفيري، ٢٠١٥)، وبالمقابل فإن هناك دراسات سابقة ربطت التسويق الأكاديمي بعمليات ومفاهيم نفسية مرتبطة بالحياة الجامعية لدى طلبة الجامعات والكليات، كدراسة (السرطان وصوالحة، ٢٠١٧؛ أبو أزيق وآخرون، ٢٠١٣)، وكذلك كشفت دراسات سابقة أخرى عن أن أسباب التسويق الأكاديمي مرتبط بالتحصيل الأكاديمي والنوع الاجتماعي، كدراسة (أبو غزال، ٢٠١٢؛ Duru & Balkis, 2013؛ Lakshminarayan & Reddy, 2013) التي هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي والأداء الأكاديمي، وأيضاً دراسة كو (Cao, 2012) والتي درست أنواع التسويق الأكاديمي، وكذلك دراسة بالكس ودورو (Balkis & Duru, 2009) والتي بحثت في انتشار سلوك التسويق الأكاديمي في مجتمع الطلبة.

وبناء على ذلك وفي ضوء عدم اتساق نتائج الدراسات السابقة العربية والأجنبية منها، تظهر الحاجة الماسة لإجراء دراسة عربية تبحث في مستويات التسويق الأكاديمي واختلافها باختلاف مكان السكن لدى طلبة الجامعات والكليات، ولا سيما أن التسويق الأكاديمي ظاهرة خطيرة على الجسم والمجتمع الطلابي، والذي قد يختلف من مجتمع لآخر من حيث المستوى والأسباب والعوامل الخارجية.

وتعقيباً على ذلك، فإن الدراسة الحالية تتشابه بهدف إجرائها ألا وهو البحث في الظاهرة النفسية لموضوع التسويق الأكاديمي مع معظم الدراسات السابقة الواردة أعلاه، وكذلك استخدام الدراسة الحالية لمنهجية بحثية مقارنة مع المنهجيات الدراسات السابقة، وكذلك مجتمع الدراسة والعينة والأداة الخاصة بموضوع الدراسة الحالية، لكن بوجود شيئاً من التعارض في نتائج الدراسات السابقة، فيما يتعلق بظاهرة التسويق الأكاديمي وعلاقته بالمتغيرات المستقلة، يتيح إجراء المزيد من البحث في هذا المجال لاكتشاف أسباب هذا التعارض، ولقلة عدد الدراسات السابقة التي ارتبطت بموضوع الدراسة الحالية ومجاله، تنطلق هذه الدراسة من هذا الواقع.

وتعتبر الدراسة الحالية مختلفة عن سابقتها من الدراسات السابقة العربية والأجنبية منها، في أنها أضافت متغير لم يسبق أن تناولته الدراسات السابقة العربية والأجنبية بشكل مستقل، وتحديدًا متغير مكان السكن (مدينة، قرية، مخيم لاجئين)، بالإضافة إلى اختيارها عينة مختلفة في الخصائص عن عينات الدراسات السابقة سواء أكان ذلك على مستوى المكان أم الزمان. كما أن أفراد عينة الدراسة الحالية ممثلين لمجتمع الدراسة الأصلي وقت تطبيق أداة الدراسة، وأيضاً استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد أداة الدراسة، وفي إثراء المقدمة النظرية، وتقدم الدراسة الحالية إطاراً نظرياً غنياً بمجموعة كبيرة من المعلومات، مما يقدم صورة شاملة للمتخصصين والقراء.

٢. مشكلة الدراسة وأسئلتها

يُعد التسويق في أداء المهمات والواجبات أمراً شائعاً بين الطلبة الجامعيين، وبالتالي فإن تكرار هذا السلوك يعد سلوكاً هازماً للذات وظاهرة يمكن أن نعدّها مشكلة شائعة بالنسبة لهؤلاء الطلبة؛ لما لها من عواقب سلبية على الطلبة الجامعيين أنفسهم والمجتمع. حيث قد يؤدي التسويق إلى لوم الذات، والندم، وضعف الإنجاز الأكاديمي، وفقدان الفرص. وتُعد ظاهرة التسويق الأكاديمي من الظواهر التي تنتشر بين أوساط الطلبة الجامعيين حيث أشارت نتائج دراسة (السرطان وآخرون، ٢٠١٧؛ السلمي، ٢٠١٥؛ أبو غزال، ٢٠١٢)، إلى وجود التسويق الأكاديمي لدى العينات التي أجريت عليها الدراسات السابقة، ولاحظ الباحث أثناء عمله كعضو هيئة تدريس مؤشرات تدل على انتشار ظاهرة التسويق الأكاديمي لدى الكثير من طلبة الكلية الجامعية، كالتأخير والتذمر من تقديم الواجبات والوظائف الأكاديمية المطلوبة منهم، ومحاولاتهم المتكررة لتأجيل إنجازهم للمهام الأكاديمية.

٢,١ أسئلة الدراسة

سعت الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة التالية:

١. ما مستويات التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية؟
٢. هل يختلف مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية باختلاف

مكان إقامتهم (قرية، مدينة، مخيم لاجئين)؟

٣. هدف وأهمية الدراسة

٣،١ هدف الدراسة

هدفت الدراسة الحالية، إلى التعرف على مستويات التسويق الأكاديمي واختلافها بمكان الإقامة (قرية، مدينة، مخيم لاجئين) لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية.

٣،٢ أهمية الدراسة

تكمّن أهمية الدراسة الحالية من خلال الآتي:

١. أنها الدراسة الأولى من نوعها - في حدود علم وإطلاع الباحث - التي ستتناول مستويات التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية واختلافها بمكان إقامتهم (قرية، مدينة، مخيم لاجئين).
٢. أنها تبحث في ظاهرة عامة حظيت باهتمام العديد من الباحثين التربويين ومشكلة خطيرة معقدة ذات أشكال وأسباب متعددة، وتعد عاملاً حاسماً في تهديد سير العملية التعليمية بشكل أمثل، وفي شخصيات الطلبة ورفاهيتهم النفسية وإنجازهم الأكاديمي وتوافقهم الجامعي بشكل عام.
٣. أنها ستساعد المدرسين والمؤسسات التعليمية والتربوية والمجتمع بشكل عام، في الاطلاع على مستويات هذه الظاهرة وبالتالي العمل على الحد من انتشارها، حيث يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في مجال الإرشاد النفسي لطلاب الكليات الجامعية وتقديم البرامج الإرشادية اللازمة لتنمية دافعيتهم نحو الإنجاز.
٤. كما وتبرز أهمية الدراسة في الفئة التي تتعرض لها، وهي طلبة الجامعات والكليات، والذين يشكلون عماداً لمستقبل الوطن والأمة، وأيضاً ما يمكن أن تضيقه الدراسة الحالية للأدب النظري والدراسات السابقة حول مستويات ظاهرة التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعات والكليات.

٤. مصطلحات الدراسة

التسويق الأكاديمي

ويشير إلى ميل الفرد بشكل اختياري لتأجيل البدء في المهمات الأكاديمية أو إكمالها، ينتج عنه شعور الفرد بالتوتر الانفعالي" (عباس، ٢٠١٧). ويُعرف إجرائياً في هذه الدراسة، بأنه الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب من خلال الإجابة على فقرات مقياس التسويق الأكاديمي المُعد لهذه الدراسة بدلالته الكلية.

طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية

وهم جميع الطلبة المسجلين للفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠١٧/٢٠١٨م، لبرامج البكالوريوس، في كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية، من مجتمع الدراسة الأصلي، والذين استجابوا إلى الأداة التطبيقية في الدراسة الحالية، من خلال تحليل نتائج، والخروج بتفسير لتلك النتائج والتوصيات المقترحة في ضوء موضوع ومجال اهتمام الدراسة.

٥. حدود الدراسة ومحدداتها

تم إجراء هذه الدراسة في كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ٢٠١٧/٢٠١٨م، واقتصرت الدراسة الحالية على طلبة هذه الكلية، كما يعتمد تعميم نتائج الدراسة الحالية على ما تتمتع به أداة الدراسة من خصائص سيكو مترية (معامل الصدق، ومعامل الثبات)، وعليه فإنه لا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة إلا على مجتمعه الإحصائي والمجتمعات المماثلة له فقط، وتحدد نتائج هذه الدراسة بالأداة المستخدمة والمعدة لأغراض هذه الدراسة والاستجابة على فقراتها من قبل عينة الدراسة، إذ لا يمكن اعتبارها أداة صادقة صدقاً مطلقاً، وكذلك تنحصر دلالات المفاهيم والمصطلحات الواردة في هذه الدراسة بالتعريفات الإجرائية والمفاهيم المحددة فيها.

٦. الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الجانب عرضاً لمنهجية الدراسة من حيث مجتمعها، وعينتها، والأداة المستخدمة في قياس مستويات التسويق الأكاديمي وعلاقتها بمكان الإقامة لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية، وطريقة تصحيحها، كما ويتناول عرضاً لإجراءات الدراسة، والتحليل الإحصائي المتبع للوصول إلى النتائج.

٦,١ متغيرات الدراسة

١. المتغير المستقل: مكان إقامة الطالب وله ثلاث فئات (قرية، مدينة، مخيم لاجئين).
٢. المتغير التابع: تقديرات طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية لمستوى التسويق الأكاديمي لديهم.

٦,٢ مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة البكالوريوس في كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية للعام الجامعي ٢٠١٧/٢٠١٨م، والمسجلين في الفصل الدراسي الثاني والبالغ عددهم (٦٩٧) طالب وطالبة وفق الإحصائيات الصادرة عن قسم القبول والتسجيل في الكلية الجامعية. وتكونت عينة الدراسة من (١٤٠) طالب وطالبة، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة، ويوضح جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة الحالية تبعاً لمكان إقامتهم:

جدول (١): توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمكان إقامتهم

مكان السكن	العدد	النسبة المئوية
قرية	٦٢	٤٤,٣٪
مدينة	٥٥	٣٩,٣٪
مخيم لاجئين	٢٣	١٦,٤٪
المجموع	١٤٠	١٠٠٪

٦,٣ أداة الدراسة

تتمثل أداة الدراسة الحالية بمقياس التسويق الأكاديمي، والذي طوره أبو إزريق وجردات (٢٠١٣). ويتكون المقياس من (١٥) فقرة تقيس مدى تأجيل الطالب لواجباته ومهامه الدراسية، وقام أبو إزريق وجردات بحساب الثبات للمقياس بطريقة كرونباخ ألفا وبلغ معامل الاتساق الداخلي (٠,٧٦)، وقام الباحث في الدراسة الحالية باستخراج معامل الثبات للمقياس بطريقة كرونباخ ألفا وتطبيقه على عينة استطلاعية من خارج أفراد عينة الدراسة وعددهم (٢٥) طالب وطالبة، وبلغ معامل الاتساق الداخلي للمقياس (٠,٨٢) وهو مؤشر مقبول للثبات ولأغراض البحث العلمي.

وتمت الاستجابة على بنود المقياس من خلال التدرج الخماسي، حيث يمثل رقم (١) ينطبق بدرجة منخفضة جداً، والرقم (٢) تنطبق بدرجة منخفضة، والرقم (٣) تنطبق بدرجة متوسطة، والرقم (٤) تنطبق بدرجة عالية، والرقم (٥) تنطبق بدرجة عالية جداً. وعليه فإن درجات المقياس تتراوح من (١٥ - ٧٥) لقياس مستويات التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية، حيث تمثل من (١,٠٠ - ٢,٣٣) مستوى منخفض من التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة، وتمثل (٢,٣٤ - ٣,٦٧) مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة، في حين تمثل (٣,٦٨ - ٥,٠٠) مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة.

٦,٤ المعالجات الإحصائية

لتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة الحالية، تم استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم التربوية والإنسانية (SPSS)، في الإجابة عن أسئلة الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي (1-way ANOVA) واختبار شيفيه للمقارنات البعدية (Scheffe' Test).

٧. نتائج الدراسة ومناقشتها

يتضمن هذا الجزء عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، من خلال الإجابة عن أسئلتها ومناقشة ما أسفرت عنه من نتائج، وذلك على النحو الآتي:

نتائج السؤال الأول ومناقشته: "ما مستويات التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية؟" للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة من طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية على فقرات مقياس التسويق الأكاديمي، وجدول (٢) يبين نتائج تلك التقديرات.

جدول (٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة من طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية على مقياس التسويق الأكاديمي مرتبة ترتيباً تنازلياً تبعاً لموسطاتها

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	المستوى
١	أؤجل واجباتي حتى آخر لحظة.	٤,٣٥	٠,٨٧	١	مرتفع
٣	أقول لنفسى باستمرار سأكمل واجباتي فيما بعد.	٤,٣٥	١,٠٨	١	مرتفع
٤	أحدد وقتاً للبدء في الدراسة، ولا ألتزم به.	٤,٣٢	٠,٧٤	٣	مرتفع
٥	مهما بذلت من جهد، فإن الوقت لا يكفي لإنجاز الواجبات المطلوبة مني.	٤,٣٠	٠,٩٠	٣	مرتفع
١٢	أؤجل الواجبات المطلوب مني إنجازها، حتى الضرورية منها.	٤,٠٩	١,٠٧	٥	مرتفع
١١	أفضل عمل أي شيء، على أن أقوم بالواجبات المتعلقة بدراستي.	٣,٩٠	١,٢٧	٦	مرتفع
٧	ألاحظ أنني أنشغل بأمور أخرى عندما يقترب موعد الامتحان.	٣,٩٠	١,٤٢	٦	مرتفع
٩	أحتاج لأن أعلم كيف أنجز واجباتي دون تأخير.	٣,٨٠	١,١٠	٨	مرتفع
١٠	أنهي العمل بالواجب قبل موعد تسليمه بلحظات.	٣,٨٠	١,١٤	٩	مرتفع
٨	أحرص على عدم تأجيل الواجبات التي أعرف أنني يجب أن أنجزها.	٣,٧٠	١,٤٤	١٠	مرتفع
٢	أبدأ فوراً بإنجاز واجباتي.	٣,٦٥	١,٣٠	١١	متوسط
١٣	إنني مقتنع بأنني إذا أجلت واجباتي فإن دافعتي ستكون أفضل.	٣,٥٠	١,١٨	١٢	متوسط
١٤	أقول لنفسى إنه لا يزال أمامي وقت طويل للتخضير للامتحانات.	٣,٠٠	٠,٨٩	١٣	متوسط
٦	أنهي واجباتي بشكل منتظم أولاً بأول.	٢,٩٠	١,١٢	١٤	متوسط
١٥	أكمل واجباتي أبكر من الوقت المحدد.	٢,٧٩	١,١٨	١٥	متوسط
	الدرجة الكلية	٣,٧٥	٠,٩٢		مرتفع

تشير نتائج التقديرات الواردة في جدول (٢) إلى أن مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية جاء بمستوى مرتفع وبمتوسط حسابي (٣,٧٥) وانحراف معياري (٠,٩٢). كما أشارت نتائج التقديرات إلى أن الفقرة رقم (١) أؤجل واجباتي حتى آخر لحظة جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (٤,٣٥) وانحراف معياري (٠,٨٧). وكذلك الفقرة رقم (٣) أقول لنفسى باستمرار سأكمل واجباتي فيما بعد بمتوسط حسابي (٤,٣٥) وانحراف معياري (١,٠٨) وبمستوى مرتفع، يليها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (٤) أحدد وقتاً للبدء في الدراسة، ولا ألتزم به وبمتوسط حسابي (٤,٣٢) وانحراف معياري (٠,٧٤) وبمستوى مرتفع. في حين جاء في المرتبة قبل الأخيرة الفقرة رقم (٦) أنني واجباتي بشكل منتظم أولاً بأول في المرتبة الرابعة عشر وبمتوسط حسابي (٢,٩٠) وانحراف معياري (١,١٢) وبمستوى متوسط، في حين جاءت الفقرة رقم (١٥) أأكمل واجباتي أبكر من الوقت المحدد في المرتبة الخامسة عشرة والأخيرة وبمتوسط حسابي (٢,٧٩) وانحراف معياري (١,١٨) وبمستوى متوسط.

يلاحظ أن مستويات التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية جاءت ضمن المستوى (المرتفع) للدرجة الكلية لتقديرات أفراد عينة الدراسة، وبمستوى (المرتفع والمتوسط) للتقديرات على فقرات

مقياس التسويق الأكاديمي المُعد لغايات هذه الدراسة، مما يعني أن هناك تسويقاً يعاني منه الطلبة بصفة عامة، وقد يعزى ذلك ربما إلى عدم المتابعة من قبل الأسرة لأبنائها الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بإنجاز الأبحاث والواجبات والمذاكرة المستمرة. كما قد يشير ارتفاع مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية إلى ضعف الإجراءات والمتابعة من قبل أعضاء هيئة التدريس في الكلية والجامعة.

وتتفق نتيجة هذا السؤال جزئياً مع نتائج دراسة كل من (السرhan وصوالحة، ٢٠١٧؛ السلمي، ٢٠١٥؛ وأبو غزال ٢٠١٢؛ Balkis & Duru, 2009)، ومن هنا تظهر الحاجة الماسة إلى أن تولي المؤسسات التربوية وخصوصاً الجامعات والكليات اهتماماً كبيراً بهذه الظاهرة، وذلك بوضع الخطط والبرامج والتي تستهدف خفض هذه الظاهرة لدى الطلبة الجامعيين، لا سيما وأن الأدب التربوي والنظري السابق أكد على خطورة هذه الظاهرة وانعكاساتها السلبية على الطالب الجامعي والتي تتضمن سلوكيات معرفية وانفعالية وسلوكية منخفضة وضعف في الإدارة وهي مشكلة يصعب حلها (Kamphorst, 2011) وضعف في انتاجية وتوافق الفرد النفسي والمهني والدراسي (Piccarelli, 2003)، وما يرافقه أيضاً تدني في السيطرة على التحكم في الذات والانفعالات (حجازي، ٢٠٠٥)، ولا يوجد اختلاف في نتيجة هذا السؤال مع نتائج الدراسات السابقة التي تم عرضها سابقاً.

نتائج السؤال الثاني ومناقشته: "هل يختلف مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية باختلاف مكان إقامتهم (قرية، مدينة، مخيم لاجئين)؟" وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية باختلاف مكان إقامتهم (قرية، مدينة، مخيم لاجئين)، كما تم إجراء تحليل التباين الأحادي (1-way ANOVA) لاستخراج دلالة الفروق الاحصائية تبعاً لمتغير مكان الإقامة، وجدول (٣) يبين ذلك.

جدول (٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية على درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية تبعاً لمتغير مكان إقامتهم

مكان الإقامة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
قرية	٦٢	٣,٧٨	٠,٩١
مدينة	٥٥	٣,٧٢	١,٠٩
مخيم لاجئين	٢٣	٣,٧٧	٠,٨٨

* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $(\alpha \leq 0,05)$

تشير نتائج الواردة في جدول (٣) إلى أن هنالك فروق ظاهرية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة على درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية تبعاً لمتغير مكان الإقامة، وللكشف عن مستوى الدلالة الاحصائية تم استخدام تحليل التباين الأحادي (1-way ANOVA) لتقديرات أفراد عينة الدراسة على مقياس التسويق الأكاديمي، والجدول (٤) يبين ذلك.

جدول (٤): تحليل التباين الأحادي (1-way ANOVA) لدلالة الفروق بين تقديرات أفراد عينة الدراسة على درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية تبعاً لمتغير مكان إقامتهم

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٧,٢٣٧	٢	٠,٦٤٢	١٢,١٠	٠,٠٠٠
داخل المجموعات	٧,٢٣٧	١٣٧	٠,٥٣٠	—	—
المجموع	٧,٦٩٤	١٣٩	—	—	—

* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $(\alpha \leq 0,05)$.

تشير النتائج الواردة في جدول (٤) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) $(\alpha \leq 0,05)$ بين تقديرات أفراد عينة الدراسة على درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية تعزى لمتغير مكان إقامتهم، حيث بلغت قيمة (ف) (١٢,١٠) وهي قيمة دالة احصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) $(\alpha \leq 0,05)$ ، وللتعرف على دلالة

ومصادر الفروق في درجة التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة الدراسة تمّ استخدام اختبار شيفيه (Scheffe' Test) للمقارنات البعدية والتي تظهر نتائجه في الجدول (٥).

جدول (٥) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe' Test) للمقارنات البعدية للتعرف على مصادر الفروق في درجة التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية تعزى لمكان إقامتهم

مكان الإقامة (I)	مكان الإقامة (J)	الفرق بين المتوسطات (I - J)	الدلالة Sig
قرية	مدينة	٠,٢٤٨٩٢	٠,٠٣٧
	مخيم لاجئين	٠,٩٦٧٦٢ *	٠,٠٤٥
مدينة	قرية	٠,٢٤٨٩٢ -	٠,٠٣٧
	مخيم لاجئين	٠,٧١٨٧٠ *	٠,٠٠٧
مخيم لاجئين	قرية	٠,٩٦٧٦٢ *	٠,٠٤٥
	مدينة	٠,٧١٨٧٠ *	٠,٠٠٧

* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥ α).

تشير نتائج اختبار شيفيه (Scheffe' Test) إلى وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥ α) وذلك لصالح طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية الذين مكان إقامتهم في القرية مقابل مخيم لاجئين والمدينة، كما تشير نتائج اختبار شيفيه (Scheffe' Test) إلى وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥ α) وذلك لصالح طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية الذين مكان إقامتهم مخيم لاجئين مقابل المدينة.

إن وجود اختلاف في مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية بجامعة البلقاء التطبيقية باختلاف مكان إقامتهم وهذا المستوى حسب النتائج الواردة وبترتيب تنازلي بحيث جاء مكان الإقامة في المدينة الأعلى تسويقاً ومن ثم مخيم لاجئين وأخيراً الطلبة الذين مكان إقامتهم القرية، وربما يعلل أسباب ذلك بأن الطلبة الذين مكان إقامتهم في المدينة ومخيم لاجئين محاطين بظروف بيئية وجغرافية مساهمة بشكل مباشر في رفع مستوى التسويق الأكاديمي، وكذلك فإن طلبة المدينة والمخيم أنعكس ذلك عليهم بشكل سلبي وبصورة أعلى من الطلبة القاطنين في القرية، وربما يعزى ذلك إلى بُعد المسافة بين مناطق إقامتهم وكتبتهم الجامعية، وأيضاً التكلفة المادية والمعنوية لهذا الأمر، واستخدامهم لوسائل النقل العام؛ وما له من صعوبات على كافة الأصعدة وخصوصاً في الفصول والأجواء الشتوية الماطرة، وكذلك التزام معظم طلبة الذين مكان إقامتهم في المدينة ومخيم لاجئين بأعمال ومهن أخرى لتغطية التكاليف المرتبطة بالرسوم الدراسية وغلاء المعيشة في وقتنا الحاضر، وهذا مما ساهم في رفع مستوى التسويق الأكاديمي لديهم، وهي كأحد سمات عصر الظاهرة السيكلوجية وما لها من تبعات سلبية على الأفراد والجماعات والمجتمعات، وجميعها عوامل ساهمت بأن يكون مستوى التسويق الأكاديمي لديهم مرتفعاً.

ولا سيما أن الأدب التربوي والنظري أكد على أن هناك أسباباً أخرى للتسويق الأكاديمي، منها ضعف إدارة الوقت وتنظيمه، وغموض الأولويات والأهداف، وانغماس المسوف بالمهمات مما يدفعه إلى تأجيل إنجاز بعض مهماته الأكاديمية والتركيز على نشاطات غير منتجة أكاديمياً، وكذلك عدم القدرة على التركيز أو مستويات منخفضة من اليقظة عند أداء المهمات الأكاديمية، وأيضاً الخوف والقلق المرتبط بالفشل، إذ يقضي الفرد في مثل هذه الحالة معظم وقته في حالة قلق حول قرب موعد الامتحانات والمشاريع أكثر من التخطيط لها وإكمالها (Noran, 2000). وتتفق نتيجة هذا السؤال جزئياً مع نتائج دراسة الكفيري (٢٠١٥) والتي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية للتسويق الأكاديمي تعزى لمكان السكن، ولكن لم تحدد الباحثة درجة التسويق والاختلاف في مناطق السكن.

٨. التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه نتائج هذه الدراسة، فإن الباحث يوصي بما يأتي:

١. إجراء المزيد من الدراسات حول الظاهرة والأسباب المؤدية إليها، وخصوصاً التي تبحث في علاقة التسويق الأكاديمي بمصادر الدعم الاجتماعي والأسري والتخصص الأكاديمي.

٢. وضع البرامج والخطط الإرشادية التي من شأنها خفض مستوى سلوك التسويق الأكاديمي لدى الطلبة، وذلك لأن مستوى التسويق الأكاديمي قد جاء مرتفعاً.
٣. قيام الأساتذة الجامعيين بدور المحفز لدى الطلبة، من خلال التشجيع على تبني الأهداف الإثباتية في التعلم، وجعل المحتوى الدراسي أكثر جاذبية.
٤. البحث عن أسباب أخرى لتشخيص التسويق الأكاديمي، ومعرفة مظاهره، وأوقات تكراره، ومناقشتها، ثم معالجتها.
٥. تفعيل دور وسائل الإعلام في توعية طلبة الجامعات وأسرها عن سلبيات ظاهرة التسويق الأكاديمي وتأثيرها على الطالب والأسرة والمجتمع.

قائمة الملاحق

- ملحق (١).

بيان تضارب المصالح

يقر جميع المؤلفين أنه ليس لديهم أي تضارب في المصالح.

المراجع

- أبو أزيق، محمد وجرادات، عبد الكريم. (٢٠١٣). أثر تعديل العبارات الذاتية السلبية في تخفيض التسويق الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية الأكاديمية. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، ٩ (١)، ٢٧-١٥.
- أبو غزال، معاوية. (٢٠١٢). التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، ٨ (٢)، ١٤٩-١٣١.
- التميمي، حسن ناصر. (٢٠١٢). *التلوك الأكاديمي وعلاقته بالضغوط النفسية لدى طلبة الجامعة* [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة ديالى، ديالى، العراق.
- حجازي، مصطفى. (٢٠٠٥). *التخلف الاجتماعي مدخل إلى سيكولوجية الإنسان المقهور*. المغرب: المركز العربي الثقافي.
- الريبيعي، دينا. (٢٠١٤). *التسويق الأكاديمي وعلاقته بأنماط الشخصية (الأنيكرا)* لدى طلبة الجامعة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة بابل، بابل، العراق.
- السرطان، محمد ذياب وصوالحة، محمد أحمد. (٢٠١٧). *التسويق الأكاديمي وعلاقته بالتعلم المنظم ذاتياً لدى طلبة جامعة آل البيت*. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية*، ٥ (١٧)، ١٦١-١٧٢.
- السلي، طارق. (٢٠١٥). *مستوى التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية والعلاقة بينهما لدى طلاب كليات مكة المكرمة والليث في المملكة العربية السعودية*. *مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة البحرين*، ١٦ (٢)، ٦٣٩-٦٦٤.
- شيرمان، جيمس آر. (٢٠١٠). *دع التسويق وابدأ العمل* (محمد طه علي، مترجم). الرياض: دار المعرفة للتنمية البشرية.
- عباس، حسام. (٢٠١٧). *التسويق الأكاديمي وعلاقته بالإخفاق المعرفي لدى طلبة الإعدادية* [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القادسية، العراق.
- عبد الهادي، فخري. (٢٠١٠). *علم النفس المعرفي*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عديس، محمد. (١٩٩٩). *تدني الإنجاز الدراسي (أسبابه وعلاجه)*. عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
- عطية، أحمد. (٢٠٠٨). *التلوك الأكاديمي وعلاقته بالدافعية للإنجاز والرضا عن الدراسة لدى طلاب جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية*. *المجلة الإلكترونية أطفال الخليج ذوي الاحتياجات الخاصة*. تم استرجاعه بتاريخ ٢٠١٨/٠٢/٠٥ من الموقع: www.gulfkids.com.

العنزي، فريج والدغيم، محمد. (٢٠٠٣). سلوك التسويف الدراسي وعلاقته ببعض متغيرات الشخصية لدى طلاب كلية التربية الأساسية بالكويت. *مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة*، ٢ (٢)، ١٠١-١٣٧.

الكفيري، وداد. (٢٠١٥). التسويف الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل. *مجلة الدراسات التربوية والنفسية، جامعة السلطان قابوس*، ١٠ (٢)، ٢٩٠-٢٩٩.

وحيد، أحمد عبد النبي. (٢٠٠١). *علم النفس الاجتماعي*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

References

- Asikhia, O. (2010). Academic procrastination in mathematics: Causes, dangers, and implications of counseling for effective learning. *International Education Studies*, 3, 205-210.
- Balkis, M., & Duru, E. (2009). Prevalence of academic procrastination behavior among pre-service teachers, and its relationships with demographics and individual preferences. *Journal of Theory and Practice in Education*, 5(1), 18-32.
- Cao, L. (2012). Differences in procrastination and motivation between undergraduate and graduate students. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 12(2), 39-64.
- Chu, A., & Choi, J. (2005). Active Procrastination Scale: Analysis of procrastination and flow experiences. Georgia Southern University.
- Chu, A., & Choi, J. (2005). Rethinking procrastination: Positive effects of active procrastination behavior on attitudes and performance. *The Journal of Social Psychology*, 145, 254-261.
- Duru, E., & Balkis, M. (2013). The roles of academic procrastination tendency on the relationships among self-doubt, self-esteem, and academic achievement. *Education and Science*, 39, 274-287.
- Ferrari, J. R. (2000). Procrastination and attention: Factor analysis of attention defect, boredom, intelligence, self-esteem, and task delay frequencies. *Journal of Social Behavior and Personality*, 15, 185-196.
- Gard, C. (1999). Getting over the "I'll do it tomorrow" blues. *Current Health*, 2(26), 22-23.
- Kamphorst, B. (2011). Reducing procrastination by scaffolding the formation of implementation intentions [Master's thesis]. Graduate School of Humanities, Department of Philosophy, Utrecht University.
- Lakshminarayan, N., Potdar, S., & Reddy, S. G. (2013). Relationship between procrastination and academic performance among a group of undergraduate dental students in India. *Journal of Dental Education*, 77(4), 518-524.
- Meyer, C. (2000). Academic procrastination and self-handicapping: Gender differences in response to non-contingent feedback. *Journal of Social Behavior*, 12(6), 60-70.
- Noran, F. Y. (2000). Procrastination among students in institutes of higher learning: Challenges for the economy. Retrieved 8 Feb 2018 from: <http://www.mahdzan.com/papers/procrastinate/Ac>
- Ozer, B., Demir, A., & Ferrari, J. (2009). Exploring academic procrastination among Turkish students: Possible gender differences in prevalence and reasons. *The Journal of Social Psychology*, 149, 241-257.

-
- Piccarelli, R. (2003). How to overcome procrastination. *The American Salesman*, 48, 27-29.
- Rothblum, E. D., Solomon, L., & Murakami, J. (1986). Affective, cognitive, and behavioral differences between high and low procrastinators. *Journal of Counseling Psychology*, 33, 387-394.
- Szalaietz, M. (2003). Stand and deliver. *Psychology Today*, 36(4), 50-53.
- Tuckman, B. W. (1991). The development and concurrent validity of the procrastination scale. *Educational and Psychological Measurement*, 51, 473-480.
- Valdes. (2006). Math study skills: 12 steps to success in math. Retrieved 10 Nov 2018 from: <http://www.rock.uwc.edu/academics/trio/math.pdf>