

التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي في ضوء متغيري الجنس والتخصص الدراسي
**Academic procrastination among university students in light of the
 variables of gender and speciality**

د. فاطيمة بن خليفة

جامعة غليزان (الجزائر)، fatima.benkhelifa@univ-relizane.dz

تاريخ النشر: 2023/6/10

تاريخ القبول: 2023/4/4

تاريخ الاستلام: 2022/9/18

ملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي في ضوء متغيري الجنس والتخصص الدراسي، وتكونت عينة الدراسة من 276 طالبا وطالبة من تخصص العلوم والتكنولوجيا وتخصص العلوم الانسانية والاجتماعية، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي وكذلك مقياس التسويق الأكاديمي بعد التأكد من خصائصه السيكومترية، وأظهرت النتائج مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة، وكذلك توصلت النتائج إلى فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، كما توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية في متوسطات درجات أفراد العينة تعزى لمتغير التخصص الدراسي لصالح طلبة تخصص العلوم الانسانية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: التسويق الأكاديمي؛ الطالب الجامعي؛ المؤشرات؛ آثار.

Abstract :

The current study aimed to identify the academic procrastination of university students in the light of the variables of gender and academic speciality. The study sample consisted 276 male and female students from science and technology speciality and humanities and social sciences. The researcher used the descriptive approach, as well as the academic procrastination scale after confirming its psychometric properties. The results showed the average level of academic procrastination among the sample members, and the results also found statistically significant differences in the average scores due to the gender variable in favor of males. The study also found that there were statistically significant differences in the average scores of the sample members due to the academic speciality in favor of students of humanities and social sciences.

Keywords : academic procrastination; university student; indicators; effects.

المؤلف المرسل: فاطيمة بن خليفة،

1. مقدمة:

تشير التوجهات الحديثة في التربية وعلم النفس إلى ضرورة أن يضطلع المتعلم بمكتسباته ويتحمل مسؤوليته في هذا الشأن من حيث تطوير مهاراته عبر سلسلة الأداء الحسن بتطوير إمكانياته وقدراته وتوظيفها بشكل فعال، ويعد مفهوم التسوية الأكاديمي من المفاهيم الهامة في حقل التربية والتعليم ومن المتغيرات التي عرفت دراسات كثيرة بسبب تأثيره القوي على التحصيل الأكاديمي للمتعلمين بمختلف المراحل التعليمية مما يهدد بضعفهم الدراسي وقد يكون سببا مؤثرا في الرسوب المدرسي.

يمكن أن نلاحظ التسوية في جميع مراحل التعليم، وخاصة في مرحلة التعليم الجامعي حيث أن أحد الأسباب التي تجعل الطلاب يميلون للتسوية الأكاديمي هو ارتفاع المسؤوليات والمطالب الدراسية أكثر من ذي قبل. (Maharani,2020,76) إشكالية الدراسة:

يشير التسوية الأكاديمي إلى ميل الفرد لتأخير في بدأ نشاط ما أو إكمال المهام الأكاديمية المطلوب إنجازها مع التحول إلى أنجاز أو الانشغال بأنشطة أخرى غير مفيدة. (Ferrari & Johnson,1995)

ويشير "ستيل" Steel إلى أن عددا من المتغيرات يرتبط ارتباطا وثيقا بالتسوية الأكاديمي ويؤدي إلى تطوره منها الخوف من الفشل، المعتقدات غير المنطقية، انخفاض الكفاءة الذاتية، تدني احترام الذات، الحافز الأكاديمي المنخفض، عدم القدرة على تأخير الإشباع، مشكلة ضبط النفس، عوائف العمل، ضعف التنظيم الذاتي، سمات الشخصية مثل الاندفاع والعصابية والسعي وراء الإثارة والكمالية وضعف الوعي وعليه يمكن استنتاج أن التسوية مرتبط بمتغيرات داخلية وأخرى خارجية (Steel,2007)

يؤكد هندياني " Handayani في (Maharani,2020) أن التأثير السلبي للتسوية الأكاديمي على الطلاب يتجلى في انخفاض الدافع التعليمي، ووقت الدراسة غير المنتظم، والغياب المتكرر عن الفصول الدراسية والتأخر عن موعد الدراسة مما قد يتسبب في تعرض الطالب للتهديد بالطرد وفي نفس السياق يشير (Effendi) إلى إنه توجد مجموعة من الأساسيات التي يحتاجها الطالب في تعلمه أهمها: استراتيجيات ومسارات التعلم المتنوعة؛ الأنشطة المختلفة التي تمكنه من القراءة والوصف والاستماع

والتعبير والتنفيذ؛ أدلة توجيهية في التعلم التي تؤدي إلى استقلال الطالب في عملية تعلمه؛ القدرة على العمل بمفرده مع طرق التقييم المناسبة وأخيرا يحتاج إلى وسائل وتكنولوجيا مناسبة للتعلم المستقل والموجه (Maharani,2020,78)

كثيراً ما يتم ملاحظة التسويق الأكاديمي في المدارس في مهام مثل التحضير للامتحانات وأداء الواجبات المنزلية المشاريع الدراسية المشاريع حيث يعتقد أن أكثر من 80% من الطلبة الجامعيين يمارسون التسويق الأكاديمي بين الحين والآخر وأن ما يصل إلى 50% منهم لديهم تسويق أكاديمي ثابت، كما أن هناك نتائج تشير إلى أن النفور من إنجاز المهام وتأخيرها وإدارة الوقت السلبية هي من بين المؤشرات القوية والمتسقة الدالة على الميل للتسويق الأكاديمي (Yilmaz,2017, 147-152).

لاحظ الباحثون أيضاً أن التسويق في المجال الأكاديمي قد يؤدي إلى عواقب سلبية على الصحة العقلية للطلاب، مثل التوتر وعدم الراحة بسبب مرور الوقت بينما تظل المهام غير مكتملة، وتراكم تصورات عدم الكفاءة، وكذلك المشاعر غير السارة مثل القلق والشعور بالذنب (Peixoto & al,2021,878)

في الوقت الحالي، يوجد عدد متزايد من الطلبة الذين يلجئون إلى تأجيل القيام بنشاطات العلم الخاصة بهم ويعانون من التأخير المستمر في أدائها، وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى أن التسويق الأكاديمي له تأثير سلبي على التطوير المهني المستقبلي للطلبة نتيجة ما يسببه التسويق من ضعف في المكتسبات. (Kuftyak,2020,966)

كما أظهرت بعض الدراسات اختلافات كبيرة في التحصيل الدراسي بين الطلاب الذين لديهم تسويق أكاديمي مرتفع مقارنة بأولئك الذين لديهم انخفاض في مستوى التسويق الأكاديمي حيث أظهرت الفئة الأخيرة مستوى تحصيل تعليمي أعلى، كما أظهرت الدراسة تأثيراً تفاعلياً بين نماذج التعلم والتسويق الأكاديمي على التحصيل الأكاديمي للطلاب وبالتالي أظهرت هذه النتيجة أن التسويق الأكاديمي له تأثير على التحصيل التعليمي، لذلك يجب مراعاته في تحسين عملية التعلم. (Santayasa & al,2021,911)

من جهة أخرى وجدت دراسة (Kuftyak) أن الطلاب ذوي الأداء الضعيف هم أكثر عرضة للمماطلة واتخاذ القرارات المتسارعة عند محاولة إدارة وقتهم. في الوقت نفسه، يتمتع الطلاب المتفوقون بضبط النفس وقادرون على تنظيم أنشطتهم الخاصة، وبالتالي يمكن

القول أن التسوية الأكاديمية للطلاب هو مؤشر على التدهور الأكاديمي. وتطرح الدراسة في هذا الصدد سؤالاً مهماً فيما إذا كان التسوية الأكاديمي هو السبب في انخفاض الأداء الأكاديمي، أو على العكس من ذلك، يؤدي الأداء الضعيف إلى التسوية الأكاديمي كآلية للتعامل مع الإجهاد، كما تشير الدراسة إلى أن التسوية يساعد الطلبة في تبرير النقص عن العمل بسبب الخوف من ارتكاب الأخطاء، أو عدم النجاح، أو إدراك مدى عجزهم. وبالتالي، في وجود تسوية عال، تكون الاستجابات العاطفية والسلوكية عالية أيضاً كما أظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب المسوفين هم أكثر استجابة للتوتر والإصابة بالاكئاب وعدم الرضا والضغط النفسي الذي يتجلى في القلق والصداع واضطرابات الجهاز الهضمي والإرهاق والخوف والغضب والشعور بالذنب بالإضافة إلى وجود علاقة دالة بين المستوى المرتفع من التسوية الأكاديمي وكل من الاجهاد والفشل الدراسي. (Kuftyak,2020,971-972) وقد وجد آزري وآخرون (Asri & al) أن الطلاب الذين يعانون من مستويات مرتفعة من التسوية الأكاديمي لديهم سمات شخصية ضعيفة، وصورة ذاتية سلبية، ونقص في التنظيم الذاتي، ومستوى عال من القلق، وضعف في الإدراك، وتجارب تعلم سلبية بالإضافة إلى ضعف الصحة النفسية والعقلية وكذلك تحصيل تعليمي منخفض. (Asri & al,2017) من خلال ما سبق يتضح أهمية متغير التسوية الأكاديمي في تأثيره على المسار الدراسي للطالب الجامعي فضلاً عن تأثيراته النفسية التي تشكل عائقاً في الالتزام بالأداء الحسن ومتابعة التحصيل الأكاديمي بشكل منهجي، سهل وفعال، تبعاً لذلك تتحدد مشكلة دراستنا في التساؤلات التالية:

- ما مستوى التسوية الأكاديمي لدى الطالب الجامعي؟
 - هل توجد فروق دالة إحصائية في التسوية الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس؟
 - هل توجد فروق دالة إحصائية في التسوية الأكاديمي تعزى لمتغير التخصص الدراسي؟
- فرضيات الدراسة:**

- مستوى التسوية الأكاديمي لدى الطالب الجامعي مرتفع.
- توجد فروق دالة إحصائية في التسوية الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس.
- توجد فروق دالة إحصائية في التسوية الأكاديمي تعزى لمتغير التخصص الدراسي.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

تتبع أهمية الدراسة من طبيعة الموضوع نفسه حيث يشكل موضوع التسويق الأكاديمي موضوعا هاما نظرا لما ينتج عنه من آثار سلبية قصيرة المدى أو طويلة المدى من حيث تأثيره على أداء الطالب الجامعي ومن حيث تأثيره على جوانب متعددة في حياته النفسية وسمات شخصيته مما يتطلب المزيد من الدراسات في تقصي مدى انتشار هذه الظاهرة.

الأهمية التطبيقية:

يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في بناء البرامج التي من شأنها خفض التسويق الأكاديمي لدى الطلبة الذين يعانون منه في محاولة لتحسين أدائهم التحصيلي و معالجة الآثار الناجمة عن التسويق الأكاديمي، كما يمكن للدراسة الحالية أن تشكل منطلقا لدراسات لاحقة تتناول متغيرات أخرى ذات علاقة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

- التعرف على مستوى التسويق الأكاديمي لدى الطالب الجامعي.
- التعرف على الفروق في التسويق الأكاديمي بين الجنسين.
- التعرف على الفروق في التسويق الأكاديمي تبعا لمتغير التخصص الدراسي الذي يزاوله الطالب الجامعي.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر الدراسة الحالية على تعرف مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة في ضوء متغيري الجنس والتخصص الدراسي.

الحدود المكانية: كلية العلوم والتكنولوجيا وكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة غليزان

الحدود البشرية: طلبة الجامعة بالكليتين المذكورتين من مستويات دراسية مختلفة

الحدود الزمنية: السداسي الأول من السنة الجامعية 2022/2021

التحديد الاجرائي لمفاهيم الدراسة:

أولاً: التسوييف الأكاديمي:

1- يعرف "ستيل" Steel التسوييف الاكاديمي بأنه: التأخير المقصود في إنجاز نشاط معين مهم وضروري على الرغم من توقع عواقب سلبية محتملة تفوق التبعات الإيجابية لهذا التأخير. (Steel,2007,66)

2- اما " بيكسوتو" Peixoto فيشير إلى أن التسوييف الأكاديمي هو الميل لتأخير الأنشطة المطلوبة لتحقيق هدف معين، وهو شائع جدًا في الأوساط الأكاديمية حيث يعتمد الطلاب إهمال وتأجيل مهمة ما بشكل مقصود لأنهم لا يعرفون كيفية تحقيقها أو ينفرون منها. (Peixoto & al,2021,878)

ويعرف إجرائيا بالدرجة التي يحصل عليها المستجيب من خلال إجابته على فقرات مقياس التسوييف الاكاديمي المستخدم في هذه الدراسة
ثانياً: الطالب الجامعي:

يعرف إجرائيا بالطالب الجامعي الذي يزاول دراسته الجامعية في أي مستوى دراسي وفي أي تخصص جامعي بعد حصوله على شهادة البكالوريا.

2. الاطار النظري للدراسة :

2.1 مفهوم التسوييف الاكاديمي:

يعرفه عبد الهادي (2015) على أنه تأخير متعمد للطالب في إنجاز المهام الأكاديمية والأنشطة التعليمية، وعدم الالتزام بإكمالها، وتجاهل الوقت والإدعاء بأن المهمة صعبة وغير قابلة للتكيف نفسياً، وتأخير مواعيد الدراسة، وقلة الدافع للتعلم، والإدعاء بأنه يحتاج إلى وقت لإكمال مهمة يجب عليه إكمالها، أو تأجيلها وإنجازها في نهاية الوقت المحدد لها، أو التكاثر في أدائها. (عبد الهادي، 2015، 207-208).

أما " كلينقزيك" Klingsieck فيعرف التسوييف الاكاديمي بأنه تأخير طوعي لنشاط مهم وضروري بالنسبة للشخص، على الرغم من توقع عواقب سلبية محتملة تفوق النتائج الإيجابية للتأخير (Klingsieck,2013,26)

يعرفه " بيكسوتو" Peixoto وآخرون أنه الميل لتأجيل الأنشطة الهادفة والمطلوب إنجازها في فترة زمنية معينة وهو شائع جدًا في السياق الأكاديمي حيث قد يؤجل أو يضيع

الطلاب مهمة عن عمد لأنهم لا يعرفون كيفية تحقيقها أو ينفرون منها. (Peixoto & al,2021,878)

وعليه يمكن تعريف التسويق الأكاديمي بأنه ميل المتعلم إلى تأجيل مهامه الدراسية مهما كانت طبيعتها بالرغم من أهميتها مع وعي المتعلم بالعواقب السلبية الناجمة عن هذا التأخير غير المبرر.

2. 2 النظريات والاتجاهات المفسرة للتسويق الأكاديمي:

ككل المتغيرات النفسية والتربوية، الكثير من النظريات فسرت ظاهرة التسويق

الأكاديمي ومن أهمها:

النظرية السلوكية: فسر السلوكيون التسويق الأكاديمي كعادة متعلمة تنشأ عن ميل الفرد إلى تقضيل النشاطات التي تمنحه الشعور بالسرور والرضى الفوري. (أبو غزال، 2012، 132)

الاتجاه المعرفي: يعتقد هذا الاتجاه أن سلوك التسويق مبني على معتقدات لاعقلانية تؤدي بالفرد إلى مشاعر غير سارة وإلى تراجع في الأداء ناجم عن شعور بانهزام الذات، وهذه المعتقدات الخاطئة التي كونها الشخص عن نفسه تتركز خاصة حول عدم امتلاكه القدرات الكافية لأداء مهامه وأن هذه المهام - في حال إنجازها- سيفشل في أدائها أو ستكون دون المستوى لذلك يلجأ إلى تجنب المهمات والمسؤوليات. (العبيدانية وآخرون، 2018، 580)

الاتجاه الموقفي: على عكس الاتجاهات المذكورة أعلاه والتي يكون فيها الشخص المماطل أو المسوف هو محور التفسير، يركز المنظور الموقفي على الموقف بحد ذاته، وفي هذا السياق يُفهم التسويق على أنه ظاهرة تثيرها سمات ظرفية معينة بحيث ترتبط هذه السمات الظرفية بخصائص المهمة مثل صعوبة المهمة ومدى جاذبيتها، ومعقولة المهمة، والاستقلالية المحتملة في إنجازها. (Klingsieck,2013)

نموذج أوزر وفيراري (Ozer & ferarri,2011): يفسر هذا النموذج التسويق الأكاديمي على أنه شكل من أشكال الاضطراب الانفعالي والمعرفي والسلوكي والذي بموجبه يقوم الطالب بتأجيل أداء النشاطات الموكلة له في وقتها المحدد على الرغم من وعيه بالنتائج

السلبية المحتملة لهذا التأجيل، والتسويق الأكاديمي -وفق هذه النظرية- ظاهرة معقدة ذات مكونات معرفية وانفعالية وسلوكية.

العديد من النظريات قامت بتفسير سلوك التسويق الأكاديمي ورغم بعض الاختلافات في منظور كل منها إلا أنها تتفق جميعاً أن سلوك التسويق يرتبط بعدة عوامل ذاتية وأخرى بيئية تعزز استعداد الطالب للتسويق الأكاديمي وتأجيل مهامه رغم أهميتها بالنسبة له.

كما يرتبط التسويق الأكاديمي بالكفاءة الذاتية التي يستشعرها الفرد حول قدرته على تنفيذ السلوكيات الناجحة في المواقف المختلفة خاصة منها في المواقف التعليمية وبالتالي كلما كانت كفاءته عالية كان أكثر ميلاً لإنجاز واجباته وكلما كانت كفاءته منخفضة كان ذلك سبباً نحو تأجيل مهامه الدراسية.

2. 3 خصائص التسويق:

حسب " كلينجزايك" (Klingsieck) فإن التسويق الأكاديمي يتميز بمجموعة من الخصائص هي: تأخر واضح على مستوى تنفيذ النشاطات؛ صعوبات على مستوى بداية أو الانتهاء من هذه النشاطات رغم أهميتها الشخصية؛ التأخير طوعي وليس مفروضاً بفعل أمور خارجية؛ التأخير غير ضروري أو غير منطقي؛ اللجوء إلى التأجيل والتمادي فيه على الرغم من إدراك عواقبه السلبية المحتملة؛ التأخير مصحوب بعدم ارتياح شخصي أو عواقب سلبية أخرى. (Klingsieck,2013,26)

2. 4 مؤشرات التسويق الأكاديمي:

ينص (Milgram, 1991) في (Lindblom-Ylänne & al, 2015) على أن التسويق الأكاديمي يتكون من مجموعة مؤشرات تدل عليه على النحو التالي:

- سلسلة من السلوكيات المؤجلة والتي تتجلى في التأخير المتواصل في إنجاز المهمات الأكاديمية

- سلوكيات دون المستوى نتيجة التأخر في العمل أو إنجاز المهام ووجود فجوة زمنية طويلة بين خطة إجراء المهمة والأداء الفعلي لهذه المهمة

- أهمية أنشطة أخرى مقارنة بالنشاط الفعلي الأساسي حيث يميل المسوفون إلى القيام بأنشطة أخرى أكثر متعة بالنسبة لهم.

- حالة نفسية من عدم الارتياح التي يمكن الوقوف عليها من خلال مظاهر التوتر والقلق.

بينما ترى (العبيدانية وآخرون، 2018، 582) أن هناك عناصر تشكل أبعاد ومؤشرات للتسوية الأكاديمية في نفس الوقت تتمثل في: نقص الدافعية الأكاديمية؛ سوء إدارة الوقت؛ السلوك التجنبي؛ الاعتقاد النفسي بخصوص القدرات؛ الاتجاهات الدراسية.

أما (Lenggono & Tentama, 2020, 456) فيحددان في دراستهما أهم مؤشرات التسوية الأكاديمية لدى الطلبة في:

- المماثلة في كتابة ورقة بحثية؛

- المماثلة في الدراسة والتحضير لامتحان؛

- المماثلة في مواكبة مهام القراءة الأسبوعية؛

- المماثلة في أداء المهمة الأكاديمية بشكل عام؛

ما تم التوصل إليه من مؤشرات دالة على التسوية الأكاديمية هي امتداد لخصائص سلوك التسوية نفسه ويعتبر التأجيل والمماثلة في الجوانب المتعلقة بالنشاطات الدراسية وضعف الدافعية الأكاديمية بالإضافة لسوء إدارة الوقت والميل الواضح نحو ممارسة نشاطات أخرى أهم الدلائل على هذا السلوك.

2. 5 العوامل المؤدية إلى التسوية الأكاديمية:

هناك عوامل عديدة تساهم في ظهور سلوك التسوية الأكاديمية حيث يعتبر "ألمر" Elmer أن التسوية الأكاديمية يرتبط عادةً بنقص مهارات الاتصال، واستراتيجيات التعلم غير المناسبة، والمهام المملة أو الصعبة، عمد التخطيط للدراسة، وأنماط التعلم غير الفعالة، والأعذار الخادعة، والقلق والتوتر العاطفي، والتفكير غير العقلاني، وانخفاض الكفاءة الذاتية، وانخفاض ضبط النفس وتأخر الإشباع. (Elmer, 2000)

ويرى "حسين" (Hussain & Sultan) أن هناك عوامل مختلفة تساهم في التسوية بين طلاب الجامعات على وجه الخصوص أهمها: قلة الالتزام، ونقص التوجيه والتشجيع، ومهارات إدارة الوقت غير المناسبة، والضغط العاطفي، والمشاكل الاجتماعية، والنقطة المفرطة والمرض. (Hussain & Sultan, 2010, 1898)

في حين يعتقد "كوفياك" Kuftyak أن التسوية نتيجة تفاعل عوامل الشخصية وعوامل المهمة وعوامل الوقت (الحالة المزاجية وموارد الأنا ووجود أنشطة أخرى أكثر إثارة للاهتمام). (Kuftyak,2020,967).

وعليه يمكن تقسيم عوامل التسوية الأكاديمية إلى ما يلي:

عوامل داخلية: ترتبط بسمات الشخصية والعوامل المعرفية وما يتعلق بها من قلق؛ توتر؛ تفكير لا عقلائي؛ انخفاض في الكفاءة الذاتية والتنظيم الذاتي؛ الثقة المفرطة في النفس أو ضعفها؛ تدني تقدير الذات، اللامبالاة؛ الضغوط الشخصية واتجاهات الطلبة الدراسية. **عوامل خارجية:** وتشمل العوامل المتعلقة بالبيئة الدراسية (المناخ الجامعي، عدم مناسبة المناهج وطرق التدريس والعلاقات التي تسود العملية التعليمية، سوء إدارة الوقت) والبيئة الاسرية والاجتماعية منها المناخ الاسري غير المشجع وأساليب المعاملة الوالدية ونقص التوجيه والتشجيع والمشاكل الاجتماعية وكذا تأثير الرفاق والأصدقاء والبيئة الفيزيائية والتي تتضمن عموماً عدم مناسبة البنى التحتية والضوضاء والمشتتات المختلفة.

2. 6 آثار التسوية الأكاديمية:

للتسوية آثار سلبية على تعلم الطلبة حيث يؤدي إلى انخفاض أدائهم في الامتحانات مما يؤدي بدوره إلى الاكتئاب والقلق مما يزيد من احتمال شعورهم بالتردد في بدء عملهم الأكاديمي بسبب فقدانهم روح المنافسة وتؤدي الإنجازات المنخفضة والفشل المستمر إلى تطوير موقف عدائي بين طلاب الجامعة.

من جهة أخرى يخلق التسوية بعض الممارسات غير الصحية المرتبطة بالمواقف أو القيم الاجتماعية غير المقبولة بما في ذلك الإدمان وتنمية عادات الشرب والتدخين وتناول الحبوب المنومة في ليلاً مما يجعل الطلبة سلبين وأكثر استعداداً للانقطاع عن الدراسة. (Hussain & Sultan,2010,1903)

كذلك تظهر الدراسات أن هناك علاقات بين سلوكيات التسوية والنتائج السلبية مثل قضاء فترات طويلة في التعليم دون تحقيق تقدم، الفشل في الامتحانات، والتسرب من برامج التكوين المختلفة بالإضافة إلى الاضطرابات النفسية والعقلية المتعددة الناتجة عن التسوية ومن بينها تدني احترام الذات والقلق والتوتر والاكتئاب. (Savithri, 2014,378)

تظهر الأدبيات والدراسات السابقة أن للتسويق آثارا سلبية متعددة على رأسها انخفاض الأداء الأكاديمي للطلبة من الناحية الدراسية فضلا عن الآثار النفسية المصاحبة مثل القلق والتوتر وفقدان الثقة بالنفس بالإضافة لتنمية عادات سلوكية ضارة مثل التدخين والإدمان والسلوك العدواني.

3. الإجراءات المنهجية للدراسة:

منهج الدراسة: اتبعت الباحثة المنهج الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة وأهداف الدراسة. **مجتمع الدراسة:** تكون من الطلبة الجامعيين بجامعة أحمد زبانه غليزان. **عينة الدراسة:** تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية البسيطة كما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول 1: خصائص أفراد عينة الدراسة

الرقم	المتغير	نوعه	العدد	النسبة
1	الجنس	ذكور	124	44.93
2		إناث	152	55.07
	المجموع		276	100
3	التخصص الدراسي	علوم اجتماعية وإنسانية	166	60.14
4		علوم وتكنولوجيا	110	39.86
	المجموع		276	100

يظهر من خلال الجدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الاناث (55.07%) وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور التي بلغت (44.93%) وهذا يعود لارتفاع نسبة النجاح لدى الطالبات الاناث والتحاقهن بالجامعة، كما بلغت نسبة طلبة العلوم الاجتماعية والإنسانية (60.14%) مقارنة بطلبة العلوم والتكنولوجيا البالغ نسبتهم (39.86%).

أداة الدراسة وخصائصها السيكمترية:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على مقياس التسويق الأكاديمي (إعداد الباحثة) حيث وبعد الاطلاع على الأدب النظري حول متغير التسويق الأكاديمي ومجموعة من المقاييس والاستبيانات الأجنبية منها: مقياس التسويق الأكاديمي النسخة القصيرة لـ "يوكاي" (Yockey, 2016)، مقياس التسويق الأكاديمي (APS) لـ "ماكوسكي وسيلزو" (McCloskey)

(Scielzo,2015 &) ومقياس "تاكمان" للتسويق الأكاديمي (Tuckman,1991) وأخرى عربية منها: مقياس التسويق الأكاديمي (شبيب،2015) ومقياس (أبو غزال،2012)، قامت الباحثة بإعداد المقياس بحيث يتكون من (16) فقرة تتم الاستجابة عليها وفق التدرج الخماسي: (تتطبق علي بدرجة منخفضة جدا =1)؛ (تتطبق علي بدرجة منخفضة =2)؛ (تتطبق علي بدرجة متوسطة =3)، (تتطبق علي بدرجة كبيرة =4)؛ (تتطبق علي بدرجة كبيرة جدا =5)، وكلما ارتفعت الدرجة على المقياس دل ذلك على ارتفاع مؤشر سلوك التسويق الأكاديمي بحيث تبلغ أعلى درجة على المقياس (80) وأدنى درجة (16).

وتحدد مستويات التسويق الأكاديمي على النحو التالي: مستوى منخفض (ما بين 16-36)؛ مستوى متوسط (ما بين 37-57)؛ مستوى مرتفع (ما بين 58-80) ولأجل التأكد من الخصائص السيكومترية للمقياس، قامت الباحثة بتطبيق مقياس التسويق الأكاديمي على عينة استطلاعية قدرت بـ (40) طالبا وطالبة جامعيين من خارج عينة الدراسة الأساسية وقد كانت نتائج الصدق والثبات كالتالي:
أولا: صدق الأداة:

1- صدق المحكمين: تم تقديم المقياس لمجموعة من خمس أساتذة بقسم علم النفس وعلوم التربية لإبداء آرائهم حول فقرات المقياس وقد أجمع الأساتذة على صلاحية العبارات ومناسبتها للموضوع المراد دراسته حيث حازت الفقرات على اتفاق المختصين بنسبة (90%)

2- صدق الاتساق الداخلي: قامت الباحثة بحساب التجانس الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس كما هو مبين في الجدول (2).
الجدول 2: معاملات الارتباط بين درجات كل فقرة والدرجة الكلية لمقياس التسويق الأكاديمي

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
**0.91	13	**0.87	7	**0.94	1
**0.83	14	**0.97	8	**0.90	2
**0.79	15	**0.93	9	**0.94	3
**0.85	16	**0.86	10	**0.90	4
		**0.95	11	**0.74	5
		**0.93	12	**0.73	6

** دالة عند مستوى 0.01

كما هو مبين في الجدول (2) تراوحت معاملات الارتباط ما بين (0.73) و(0.97) وكلها معاملات دالة عند مستوى (0.01) مما يجعل من المقياس ذا تجانس مرتفع وبالتالي يعد صالحا للاستخدام في الدراسة الحالية.

3- الصدق التمييزي (صدق المقارنة الطرفية): بعد جمع البيانات وتحليلها تمت المقارنة بين متوسطات الأرباعي الأعلى والأرباعي الأدنى، وباستخدام اختبار "ت" في المقارنة بين المتوسطات جاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول 3: نتائج اختبار "ت" لدراسة الفروق بين متوسطات المجموعات الطرفية : ن = 40

المتغير	العينة العليا: ن = 11		العينة الدنيا: ن = 11		قيمة "ت"	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م		
مقياس التسويق الأكاديمي	01.75	62.45	06.70	41.00	10.26	0.01

م = المتوسط الحسابي ع = الانحراف المعياري.

يظهر من الجدول (3) أنه توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات مجموعة الأرباعي الأعلى ومتوسطات مجموعة الأرباعي الأدنى عند مستوى (0.01) على مقياس التسويق الأكاديمي مما يدل على تمتع الأداة بدرجة موثوقة من الصدق .

ثانياً: ثبات الاداة:

تم حساب ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ وباستعمال إعادة التطبيق، حيث تم إعادة التطبيق على العينة الاستطلاعية بعد مرور 15 يوماً وكانت النتائج كالتالي:

الجدول 4: قيم معاملات ثبات مقياس التسويق الأكاديمي

المتغير	معامل ثبات ألفا كرونباخ	إعادة التطبيق
التسويق الأكاديمي	0.77	**0.82

** دالة عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول (4) أن معامل ثبات المقياس ألفا كرونباخ بلغ (0.77) وبلغ (0.82) بطريقة إعادة الاختبار وبالتالي يظهر أن المقياس ثابت وصالح للاستخدام في هذه الدراسة.

الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة:

لغرض تحقيق أهداف الدراسة واختبار فروضها تم استخدام الأدوات الاحصائية

التالية:

- 1- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري؛
- 2- اختبار الفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات المقياس المستخدم في الدراسة؛
- 3- معامل الارتباط لحساب الثبات بطريقة إعادة التطبيق؛
- 4- اختبار "ت" (T.test) لحساب الفروق وفق الجنس والتخصص الدراسي.

4. عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الأولى والتي تنص على " مستوى التسويف

الأكاديمي لدى الطالب الجامعي مرتفع"، وللتحقق من هذه الفرضية تم حساب المتوسط الحسابي لدرجات أفراد عينة الدراسة كما هو موضح بالجدول التالي :

الجدول 5: مستوى التسويف الأكاديمي لدى الطالب الجامعي

المتغير	عدد افراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
مقياس التسويف الأكاديمي	276	40.16	26.08	متوسط

نلاحظ من خلال الجدول (5) استجابات الطلبة على مقياس التسويف الأكاديمي حيث بلغ متوسط الدرجات (40.16) وبانحراف معياري قدر ب (26.08) وهو مستوى متوسط.

تتفق هذه النتيجة المتوصل إليها مع نتائج دراسة (Balkis & Duru,2009) التي بحثت في انتشار التسويف الأكاديمي وعلاقته بالعمر والجنس والنجاح الأكاديمي والاختيارات الشخصية ومدى تأثير هذه المتغيرات على التسويف حيث أظهرت النتائج أن 23% و 27% من المعلمين المتوقع تخرجهم لديهم مستويات عالية ومتوسطة من التسويف على التوالي وتشير هذه النتائج إلى أن ما يقرب من نصف طلاب الجامعات يعانون من درجات متفاوتة من الصعوبة تتعلق بالتسويف الأكاديمي.

وتتفق أيضا مع دراسة أبو غزال (2012) التي أشارت إلى أن 25.20% من الطلبة لديهم مستوى مرتفع من التسويف الأكاديمي و 57.7% لديهم تسويف أكاديمي متوسط و 17.20% لديهم مستوى منخفض.

كما وتتفق مع نتائج دراسة (صوالحة،2018) التي توصلت الى أن مستوى التسويف لدى طلبة الجامعة كان متوسطا وكذلك دراسة (تلاحمة،2019) ودراسة (أحمد، 2021) التي تؤكد هذه النتيجة.

يمكن إيعاز هذه النتيجة إلى وجود التسويق الأكاديمي دون مبالغة كبيرة حيث يعتبر الطلبة الجامعيون أنفسهم في مرحلة مهمة من التعليم يستحيل معها تأجيل المهام الدراسية بشكل مفرط مما قد يعرضهم لمزيد من التأخير في حالة تكرار السنوات أو متابعة تعويض مواد دراسية تم إهمالها .

كما تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى التشابه الكبير في العملية التعليمية على مستوى الجامعة بما في ذلك أساليب وطرق التدريس مما يجعل سلوكيات الطلبة متشابهة، بالإضافة لميل الكثير من الطلبة إلى تأجيل عملية إنجاز نشاط البحوث والمهام المطلوبة وكذا التحضير لامتحانات إلى آخر لحظة.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الثانية: والتي تنص على " توجد فروق دالة

إحصائياً في التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس"، وللتحقق من هذه الفرضية تم حساب الفروق باستخدام اختبار t.test كما هو موضح بالجدول:

الجدول 6: نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين متوسطات الذكور والإناث على مقياس التسويق الأكاديمي

المقياس	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
التسويق الأكاديمي	ذكور	124	56.95	26.37	11.85	0.01
	إناث	152	26.47	15.88		

يشير الجدول (6) إلى وجود فروق دالة إحصائياً في متوسط درجات مقياس التسويق الأكاديمي لصالح الذكور، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (شبيب، 2015) التي أوضحت وجود فروق دالة إحصائياً في انتشار التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، كما تتفق مع دراسة (Balkis & Duru, 2009) والتي توصلت إلى أن التسويق يتفاوت حسب الجنس بحيث أظهر الطلبة المعلمون الذكور مستويات أعلى من التسويق مقارنة بالطالبات المعلمات، وكذلك تتفق مع دراسة (Khan & al, 2014) التي أظهرت أن الطلاب الذكور أكثر تسويفاً من الطالبات. في حين تتعارض مع دراسة (صالح وصالح، 2013) والتي توصلت إلى عدم وجود فروق بين الجنسين في التسويق الأكاديمي. ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى ميل الذكور - غالباً - نحو عدم الانضباط الدراسي وتفضيل النشاطات الخارجية غير المقيدة وكذلك النشاطات الأكثر متعة وعلى رأسها مرافقة الأصدقاء والانشغال بأمور خارجية، وفي مجتمعنا يفضل الذكور عموماً البحث عن عمل أو ممارسة نشاط يدر أرباحاً معينة إما للمساعدة في تغطية نفقات الدراسة

وهذا بدوره يشكل عبئا جسديا ومعنويا يعزز من فرص التسوية الاكاديمية أو أنه يجعل الطالب ينظر للدراسة الجامعية كنشاط ثانوي مقابل نشاطات أخرى أكثر أهمية لديه.

عرض وتحليل ومناقشة الفرضية الثالثة: والتي تنص على " توجد فروق دالة

احصائيا في التسوية الاكاديمية تعزى لمتغير التخصص الدراسي"، وللتحقق من هذه الفرضية تم حساب الفروق باستخدام اختبار t.test كما هو موضح بالجدول:

الجدول 7: نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين متوسطات أفراد العينة وفق التخصص الدراسي

المقياس	التخصص	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
التسوية الاكاديمية	علوم انسانية واجتماعية	166	46.00	27.66	04.73	0.01
	علوم وتكنولوجيا	110	31.36	20.68		

يشير الجدول (7) إلى وجود فروق دالة احصائيا في متوسط درجات مقياس التسوية الأكاديمية بين التخصصين لصالح طلبة التخصصات الانسانية والاجتماعية، حيث يظهر الطلبة مستوى أعلى من التسوية الاكاديمية مقارنة بطلبة العلوم والتكنولوجيا حيث بلغ متوسط درجات الطلبة في العلوم والتكنولوجيا (31.36) بانحراف معياري (20.68) في حين بلغ المتوسط في التخصصات التابعة للعلوم الانسانية والاجتماعية (46.00) وانحراف معياري (27.66).

تختلف هذه النتيجة المتوصل اليها مع دراسة (شبيب، 2015) والتي أظهرت أن هناك تقاربا في مستوى التسوية الاكاديمية بين الطلبة المنتمين لكلية العلوم الانسانية وطلبة الكليات العلمية الأخرى وعدم وجود فروق دالة احصائيا بينهما، كما تختلف ايضا مع نتائج دراسة (زغبى، 2020) والتي أظهرت هي الأخرى عدم وجود فروق دالة احصائيا في التسوية الاكاديمية تعزى لمتغير التخصص الدراسي.

تعزى الباحثة الفروق المتوصل إليها إلى طبيعة التخصص بحد ذاته، حيث أن التخصصات العلمية والتكنولوجية أكثر إثارة وتحفيزا مقارنة ببعض التخصصات الانسانية أو الاجتماعية، كما أن أغلب الطلبة ذوي معدلات البكالوريا العالية متواجدون بالاقسام العلمية عموما مما يعني أنها تستقطب طلبة ذوي دافعية مرتفعة أكثر من طلبة التخصصات الانسانية والاجتماعية .

5. خاتمة وتوصيات:

يعتبر التسويق الأكاديمي ظاهرة شائكة تحتاج البحث والدراسة وهو ظاهرة خطيرة حيث أن تداعياتها شديدة الضرر على الطالب نظرا لما يسببه التسويق الأكاديمي من الركون للكسل وإهمال الحياة الدراسية وانخفاض مستوى الأداء والإنجاز الأكاديمي وهذا كله قد يرهن مستقبل الطالب الدراسي والمهني على المدى المتوسط والبعيد حيث يجد الطالب نفسه ضمن فئة المنقطعين أو الراسبين، كما أن التسويق الأكاديمي يؤثر بشكل سلبي على نفسية الطالب نظرا لما يحدثه من شعور متفاقم بالقلق والتوتر وفقدان الاتزان واحترام الذات مع انخفاض في الثقة بالذات والميل لتكريس المعتقدات السلبية حول الامكانيات الذاتية وحتمية الفشل.

لقد أظهرت الدراسة التطبيقية أن لدى الطالب الجامعي مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لكن احتمال ارتفاعه وارد في حال توفر العوامل المؤدية إليه وتفاقمها وهذا لن يكون في صالح الطالب الجامعي، كما أظهرت النتائج فروقا دالة إحصائيا في التسويق الأكاديمي بين الجنسين لصالح الذكور وأيضا وجود فروق دالة إحصائيا في التسويق الأكاديمي باختلاف التخصص الدراسي لصالح تخصصات العلوم الانسانية والاجتماعية. وبناءا على نتائج الدراسة الحالية نقترح ما يلي:

- تحسين المناخ الدراسي الجامعي بكل مكوناته .
- إنشاء مصالح خاصة بمرافقة الطالب الجامعي وإرشاده.
- التقصي حول الأسباب المؤدية للتسويق الأكاديمي بغرض معالجتها في حينها.
- إجراء دراسات حول التسويق الأكاديمي فيما يتعلق بآثاره النفسية على الطالب الجامعي.

6. قائمة المراجع:

1. أبو غزال، معاوية. (2012). التسوية الأكاديمي: إنتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، مجلد 8، عدد 2، ص ص. 131-149
2. أحمد، هيثم محمد عبد الخالق. (2021). مستوى التسوية الأكاديمي لدى طلبة السنة التحضيرية في ضوء متغيري الجنس والتحصيل الدراسي. *المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية*، 5(19)، 509-539.
3. تلاحمة، اجبارة عبد. (2019). التسوية الاكاديمي وعلاقته بمفهوم الذات لدى عينة من طلبة جامعة الخليل. *التسوية الأكاديمي . مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية*، 10(18). ص ص. 50-58
4. زغبوي، محمد أحمد. 2020. التسوية الأكاديمي لدى طلبة الكلية الجامعية بحقل و علاقته ببعض المتغيرات. *المجلة العربية للآداب و الدراسات الإنسانية*، مج. 4، ع. 14، ص ص. 161-196.
5. شبيب، هناء صالح. (2015). الخصائص السيكومترية لمقياسي التسوية الاكاديمي وأسبابه، دراسة ميدانية على عينة من طلبة تشرين. دراسة مقدمة لنيل درجة ماجستير في الارشاد النفسي. جامعة تشرين، كلية التربية، الجمهورية العربية السورية.
6. صالح، علي عبد الرحيم وصالح، زينة علي. (2013). التسوية الاكاديمي وعلاقته بأدارة الوقت لدى كلية التربية، مجلة دراسات في التربية وعلم النفس. عدد 38، جزء 2، ص ص: 241-271. المملكة العربية السعودية
7. صوالحة، عبد المهدي محمد وصوالحة، أحمد محمد. (2019). التسوية الأكاديمي وعلاقته بمفهوم الذات الأكاديمي لدى عينة من طلبة جامعة إربد الاهلية. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية*، 9(26). ص ص. 161-175
8. عبد الهادي، داليا خيري عبد الوهاب.. (2015). الفروق بين مرتفعي ومنخفضي التلكؤ الأكاديمي في التعلم ذاتي التنظيم والتحكم الذاتي لدى طلاب التربية الخاصة بجامعة الطائف . *المجلة التربوية الدولية المتخصصة*. مج. 4، ع. 5 ص ص. 203-239
9. العبيدانية، كوثر شعبان إبراهيم وعبد الرشيد، ناصر سيد جمعة والمجالي، مصلح مسلم مصطفى. (2018). فاعلية برنامج إرشادي انتقائي في خفض مستوى التسوية الأكاديمي لدى طالبات مرحلة ما بعد التعليم الأساسي بمحافظة ظفار. *مجلة كلية التربية (أسيوط)*، 34(12)، 570-607.

- Learning: A Qualitative Study. *International Education Studies*, 10(9), 70-77.
11. Balkis, M., & Duru, E. (2009). PREVALENCE OF ACADEMIC PROCRASTINATION BEHAVIOR AMONG PRE-SERVICE TEACHERS, AND ITS RELATIONSHIP WITH DEMOGRAPHICS AND INDIVIDUAL PREFERENCES. *Journal of Theory & Practice in Education (JTPE)*, 5(1).
 12. Elmer, D. (2000). Academic procrastination: Wasted time or informed delay. In *Research presented at Central States Communication Association Convention, Detroit, MI in April*.
 13. Ferrari, J. R., Johnson, J. L., & McCown, W. G. (1995). *Procrastination and task avoidance: Theory, research, and treatment*. Springer Science & Business Media.
 14. Hussain, I., & Sultan, S. (2010). Analysis of procrastination among university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5, 1897-1904.
 15. Karimi Moonaghi, H., & Baloochi Beydokhti, T. (2017). Academic procrastination and its characteristics: A Narrative Review. *Future of medical education journal*, 7(2), 43-50.
 16. Khan, M. J., Arif, H., Noor, S. S., & Muneer, S. (2014). Academic procrastination among male and female university and college students. *FWU Journal of Social Sciences*, 8(2).
 17. Klingsieck, Katrin B. (2013). Procrastination When Good Things Don't Come to Those Who Wait. *European Psychologist*; Vol. 18(1):24-34
 18. Kuftyak, E. (2022). Procrastination, stress and academic performance in students. *ARPHA Proceedings*, 5, 965-974.
 19. Lenggono, B., & Tentama, F. (2020). Construct measurement of academic procrastination of eleventh grade high school students in Sukoharjo. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(01), 454-459.
 20. Lindblom-Ylänne, S. A., Saariaho-Räsänen, E. J., Inkinen, M. S., Haarala-Muhonen, A. E., & Hailikari, T. K. (2015). Academic procrastinators, strategic delayers and something betwixt and between: An interview study. *Frontline Learning Research*.
 21. Maharani, R., Neviyarni, S., & Effendi, Z. M. (2020). Role Playing in an Effort to Reduce Academic Procrastination for College Students. *Psychocentrum Review*, 2(2), 77-86.
 22. McCloskey, J., & Scielzo, S. A. (2015). Finally!: The development and validation of the academic procrastination scale. *Manuscript submitted for publication*.
 23. Ozer, B. U., & Ferrari, J. R. (2011). Gender orientation and academic procrastination: Exploring Turkish high school students. *Individual Differences Research*, 9(1), 33-40.
 24. Peixoto, E. M., Pallini, A. C., Vallerand, R. J., Rahimi, S., & Silva, M. V. (2021). The role of passion for studies on academic procrastination and mental health during the COVID-19 pandemic. *Social Psychology of Education*, 24(3), 877-893.

25. Santyasa, I. W., Agustini, K., & Pratiwi, N. W. E. (2021). Project Based E-Learning and Academic Procrastination of Students in Learning Chemistry. *International Journal of Instruction*, 14(3), 909-928.
26. Savithri, J. J. (2014). Interactive effect of academic procrastination and academic performance on life satisfaction. *International Journal of Science and Research*, 3(3), 377-381.
27. Steel, P. (2007). The nature of procrastination: a meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological bulletin*, 133(1), 65.
28. Steel, P. (2007). The nature of procrastination: a meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological bulletin*, 133(1), 65.
29. Yilmaz, M. B. (2017). The Relation between Academic Procrastination of University Students and Their Assignment and Exam Performances: The Situation in Distance and Face-to-Face Learning Environments. *Journal of Education and Training Studies*, 5(9), 146-157.
30. Yockey, R. D. (2016). Validation of the short form of the academic procrastination scale. *Psychological reports*, 118(1), 171-179.