

التسويق الأكاديمي وعلاقته بالثقة بالنفس لدى عينة من طلبة قسم علم النفس في كلية التربية بجامعة دمشق.

أ.د. أمل الأحمد *

د. فداء ياسين **

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تعرف طبيعة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس، بالإضافة إلى تعرف الفروق وفقاً لمتغيري السنة الدراسية والجنس. ولتحقيق هذه الأهداف تم استخدام مقياسي التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس من إعداد الباحثين. تألفت عينة البحث من (118) طالباً وطالبة، من طلبة السنتين الدراسيتين الأولى والرابعة من اختصاص علم نفس في كلية التربية - جامعة دمشق. أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

- كان مستوى التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث بدرجة متوسطة.
 - كان مستوى الثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث بدرجة متوسطة.
 - وجود علاقة ارتباطية سالبة بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث.
 - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير السنة الدراسية لصالح طلاب السنة الرابعة، ولمتغير الجنس لصالح الذكور.
 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغيري السنة الدراسية والجنس.
- الكلمات المفتاحية: التسويق الأكاديمي، الثقة بالنفس.

* أستاذ - قسم علم النفس - كلية التربية - جامعة دمشق - سورية.

** قسم علم النفس - كلية التربية - جامعة دمشق - سورية.

1- مقدمة

يكون التأجيل العرضي للقيام بالمهام والواجبات مقبولاً في بعض الأحيان بسبب ظروف معينة، حيث يؤجل الطلاب القيام بمهامهم نظراً لظروفهم الخاصة. ولكن التأجيل المستمر للواجبات والمهام يعتبر أمراً مشكلاً، وهذا ما يسمى بالتسويف Procrastination، والذي يعد ظاهرة سلوكية عامة ومنتشرة بين الناس بمختلف فئاتهم؛ وهو من العادات السيئة والسلوكيات السلبية-ولاسيما المزمّن منها - التي ابتلي بها كثير من الناس في كل زمان ومكان. وتتمثل سلبيات التسويف وتأثيراته السيئة في أنه يحرم صاحبه من إنجاز الأعمال التي من المحتمل أن تعود عليه بالنفع وتمنحه لذة النجاح، وتحقق له التطور والنماء. حيث مافتئ المسوف يؤجل الأعمال إلى الغد، فلا ينجز ما يلزمه من واجبات بدعوى أن الوقت مازال مبكراً، فيبقى في مكانه في الوقت الذي يسير فيه غيره إلى الأمام. لذلك يعد التسويف عملية تعيق الفرد عن تحقيق أهدافه، وهو شكل من أشكال التجنب لإنجاز الأنشطة والمهام التي يرى الفرد أنها غير ممتعة وليست سارة بالنسبة له.

ومن هنا فالتسويف هو أحد الظواهر التي تؤثر على فاعلية الأفراد ودافعيتهم نحو الإنجاز بمختلف جوانب الحياة وأنشطتها. ويعد الجانب الأكاديمي من أبرز المجالات التي تشيع بها ظاهرة التسويف لدى الطلبة وبمختلف مراحلهم. أصبح يطلق على هذه الظاهرة في هذا المجال التسويف الأكاديمي Academic Procrastination، الذي يُعرّف بأنه التأجيل الاختياري للمهام الأكاديمية وعدم إتمامها ضمن الفترة الزمنية المحددة (عبود، 2016، 643). من ناحية أخرى تعد الثقة بالنفس من العوامل الأساسية في تحقيق التوافق النفسي والقدرة على اتخاذ القرارات السليمة لتحقيق النجاح وبلوغ معايير الامتياز والتفوق. وتلعب الثقة بالنفس دوراً كبيراً وحاسماً في مواقف الفرد، من خلال حلّ المشكلات التي تعترض طريقه، وتذليل الصعاب التي تعرقل تحقيق أهدافه. فالمشكلات التي يواجهها الفرد بحاجة إلى قوة احتمال وطاقة نفسية، تساعد على اتخاذ القرار السليم لحلّها. لذلك، تُعدّ الثقة بالنفس مكوناً أساسياً من مكونات الشخصية بشكل عام والصحة النفسية بشكل خاص، إذ بفقدانها يحدث الاضطراب والقلق. كذلك تعتبر الثقة بالنفس أحد أهم مكونات النجاح التي تدفع المرء لاكتساب المزيد من الخبرات وتطوير

المهارات والقدرات، فالوائق بنفسه لا يخاف النقد، بل على العكس من ذلك فإنه يعترف بالنقص، مما يدعوه للاستمرار في مواصلة طريق النجاح. فالثقة بالنفس "سمة شخصية يشعر معها الفرد بالكفاءة والقدرة على مواجهة العقبات والظروف المختلفة، مستخدماً أقصى ما تتيحه له إمكانياته وقدراته لتحقيق الأهداف المرجوة لبلوغ المستوى المطلوب من الصحة النفسية والتكيف النفسي والاجتماعي" (العنزي، 2003، 8).

مما سبق يعد التسوييف الأكاديمي والثقة بالنفس مفاتيح أو طرائق لفهم أداء الطلبة، بسبب تأثيرهما على العملية التعليمية والتعلمية. وهذه الطرائق إذا ما أخذت في الاعتبار عند التدريس، فإنها تساعد على النجاح الأكاديمي.

ومن هنا برزت الحاجة لدراسة هذه المتغيرات: التسوييف الأكاديمي وعلاقته بالثقة بالنفس دراسة معمقة.

2- مشكلة البحث ومسوغاته

هناك مسوغات عديدة أشعرت الباحثين بضرورة معالجة هذه المشكلة، ومن أهمها:

2-1- ملاحظة الباحثين من خلال تدريسهما في كلية التربية بجامعة دمشق انتشار ظاهرة التسوييف الأكاديمي على نطاق واسع في أوساط الطلبة، وقد لمستا ذلك من خلال عدة مؤشرات: كالاستعداد للامتحانات في اللحظات الأخيرة والطلب المتكرر بتأجيلها، والتذمر من تقاسم الواجبات والوظائف المطلوبة في وقتها المحدد وإرجاء تسليم الواجبات الأكاديمية عن الموعد المحدد، وغيرها من المؤشرات الدالة على هذه الظاهرة. كما لاحظت الباحثتان أن من أهم أسباب التسوييف الأكاديمي لدى الطلبة ضعف الثقة بالنفس. فانعدام الثقة بالنفس لدى الطالب يجعله يفقد تقديره لذاته، مما يترتب عليه تولد أفكار سلبية، من أهمها: مشاعر العجز والإحساس بالنقص والدونية والحجل الزائد، وظهور أعراض الضغط النفسي. فإذا بدأ الطالب بتعلم محتوى علمي أو مادة أو أداء مهمة ما، وهو لا يثق بنفسه، فإن ذلك يشكل معوقاً أساسياً لعملية التعلم وما يتبعها، حيث ترسخ لدى الطالب اعتقاد بأنه غير قادر على عمل شيء ما، وهو في الحقيقة قادر على الأداء والإنجاز بالشكل المطلوب تقريباً. فالثقة بالنفس

تلعب دوراً بارزاً في التغلب على كثير من الجوانب التي تعيق التحصيل العام، وتساعد على رفع كفاءة المتعلم، وتدفعه إلى بذل جهد أكبر في تحصيله، لأن معظم الجوانب الإيجابية في شخصية الفرد كالاتقلال وتحقيق الذات والطموح والإنجاز لا تنمو إلا بنمو الثقة بالنفس.

2-2- إن للتسويق الأكاديمي تأثيراً سلبياً على حياة الطالب الجامعي وتوافقه الأكاديمي بشكل عام، وعلى طلبة كلية التربية بشكل خاص، وذلك لأنهم في هذه المرحلة يمرون بعملية إعداد وصقل شخصياتهم بوصفهم مدرسين ومرشدين ونماذج قدوة لأنبائهم الطلبة في المدارس التي سيدرسون فيها مستقبلاً، مما قد يؤدي إلى انتقال الآثار السلبية للتسويق الأكاديمي وسوء استعمال الوقت إلى التلاميذ في حال اتصافهم بهذه السمة عوضاً عن الحد منها.

2-3- نتائج الدراسة السابقة التي أظهرت نسب انتشار التسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، كدراسة كل من: (بلكيس ودورو، 2009) التي توصلت إلى أن (23%) من عينة الدراسة كشفوا عن مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي و(27%) منهم كشفوا عن مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي؛ ودراسة (أوزر وديمر وفيراري، 2009) التي توصلت إلى أن (25%) من الطلبة أشاروا إلى وجود تسويق أكاديمي متكرر؛ ودراسة (أبو غزال، 2012) التي توصلت إلى أن (25.2%) من الطلبة ذوي التسويق المرتفع، و(57.7%) من ذوي التسويق المتوسط، و(17.2%) من ذوي التسويق المتدني. وتعد هذه النسب مؤشراً لوجود مشكلة سلوكية متفاقمة لدى طلبة الجامعات وتستدعي عملاً دؤوباً للحد منها ومعالجتها.

2-4- نتائج دراسة العنزي والدغيم (2003) التي أكدت على وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين التسويق الدراسي من جهة والثقة بالنفس والمعدل الدراسي من جهة أخرى. وقد أثارت هذه النتيجة اهتمام الباحثين للتعرف على العلاقة الارتباطية بين هذين المتغيرين الهامين.

وعلى ضوء المسوغات السابقة، يمكن تحديد مشكلة البحث بالسؤال التالي: ما طبيعة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس لدى عينة من طلبة قسم علم النفس في كلية التربية في جامعة

دمشق؟

3- أهمية البحث على الصعيدين النظري والتطبيقي

3-1- لم تحظ دراسة العلاقة بين التسوييف الأكاديمي والثقة بالنفس لدى طلبة الجامعة بالاهتمام من قبل الباحثين المحليين، كما حظيت موضوعات علم النفس الأخرى. لذلك فإن هذا البحث قد يكون من أوائل البحوث في الجمهورية العربية السورية التي درست العلاقة بين التسوييف الأكاديمي والثقة بالنفس.

3-2- أهمية دراسة ظاهرة التسوييف باعتبارها حاسماً في تحديد سير العملية التعليمية-التعليمية بشكل أمثل، وفي شخصيات الطلبة ورفاهيتهم النفسية وإنجازهم الأكاديمي وتكيفهم الجامعي بشكل عام.

3-3- أهمية الثقة بالنفس في تحفيز الطلبة وزيادة نشاطهم ودافعيتهم للإنجاز، الأمر الذي ينعكس على سلوكهم، نظراً لأن أداء الفرد وإصراره على القيام بأعمال معينة أو مواصلة هذه الأعمال يتوقف في معظم المواقف على ما لديه من دافعية، فالدافعية للإنجاز توفر القوة أو الطاقة التي تحرك السلوك وتدفع الكائن إلى النشاط وبذل الجهد.

3-4- إمكانية استثمار نتائج البحث في وضع برامج تدريبية وإرشادية، تركز على رفع مستوى الثقة بالنفس. وبالتالي ينخفض مستوى التسوييف، الأمر الذي يدفع الطالب إلى زيادة الاعتماد على النفس، والحكم السليم في المواقف المختلفة، ومواجهة المشكلات، وبلوغ الأهداف المرسومة. وبالتالي رفع مستوى الأداء وتحقيق النجاح بشكل خاص، وتحسين جودة الحياة بشكل عام.

4- أهداف البحث

4-1- الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين التسوييف الأكاديمي والثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث.

4-2- تعرف الفروق في التسوييف الأكاديمي وفقاً لمتغيري السنة الدراسية والجنس.

4-3- تعرف الفروق في الثقة بالنفس وفقاً لمتغيري السنة الدراسية والجنس.

5- أسئلة البحث

5-1 ما مستوى التسويق الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث؟

5-2 ما مستوى الثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث؟

6- فرضيات البحث

6-1 توجد علاقة ارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث.

6-2 توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغيري السنة الدراسية والجنس.

6-3 توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغيري السنة الدراسية والجنس.

7- التعريف بمصطلحات البحث على الصعيدين النظري والإجرائي

أولاً: التسويق الأكاديمي Academic Procrastination

تأخير غير منطقي للمهام على الرغم من معرفة الآثار السلبية المترتبة على ذلك، وهو رغبة لتجنب المهام والواجبات والتعامل معها في وقت لاحق، وإيجاد الأعذار لتجنب الشعور بالذنب (عبود، 2016، 643). وهو السلوك الذي يترك فيه الفرد عملاً هاماً مخططاً له مسبقاً لوقت آخر دون أي سبب معقول (Balkis & Duru, 2009)، (p.2). ويعرف أيضاً بفشل الطالب في أن يكمل واجباً أكاديمياً ضمن الوقت المطلوب أو المفترض أن يتم إنجازه خلاله. ويوصف بأنه التأخير غير الضروري للنشاطات التي ينوي الشخص في النهاية أن يتمها (Wolters, 2003, 174). ويعرف التسويق الأكاديمي إجرائياً بأنها الدرجة التي حصل عليها الطالب من خلال إجابته على مقياس التسويق الأكاديمي.

ثانياً: الثقة بالنفس Self-Confidence

هي "القبول غير المشروط لقيمة الفرد وأفكاره ومشاعره الفطرية وغرائزه وانفعالاته، باعتباره مؤشرات حقيقية وصادقة للخبرة الذاتية للفرد" (Pasveer, 1997, 129). وهي أيضاً "الحزم والإصرار والحماس والاستقلالية والنضج الانفعالي، والقدرة على التعامل مع النقد" (Hanton, 2007, 478). وتعرف الثقة بالنفس إجرائياً بأنها الدرجة التي حصل عليها الطالب من خلال إجابته على مقياس الثقة بالنفس.

8- الإطار النظري

8-1- التسويف

يعد التسويف procrastination أحد المشكلات الشائعة التي يعاني منها بعض الأفراد في حياتهم اليومية. إذ يتضمن هذا السلوك تأجيل الفرد المتعمد للأعمال التي يكلف بها على الرغم من وعيه للنتائج السلبية المحتملة لهذا التأجيل. لذلك يتجنب المسوف العمل بالمهام التي يجب عليه إنجازها والمماطلة في القيام بها حتى مجيء الموعد النهائي لها، كتأجيل الأعمال الأسرية والواجبات الدراسية والقضايا المتعلقة بالصحة والالتزامات المهنية، مما يؤدي إلى شعوره بالضغط النفسي الشديد وافتقار الكفاية والإحساس بالذنب. وعليه نال هذا المفهوم اهتماماً واسعاً من علماء النفس، ووظفوه في مختلف المجالات الحياتية كالتعليم والإدارة والجيش والصحة النفسية. ويعد العالم نوس Knaus من أوائل علماء النفس الذين اهتموا بدراسة هذا المفهوم في المجال الأكاديمي والتربوي عام 1971، والذي عرفه بأنه سلوك يتضمن تأجيل وتأخير الطالب أداء واجباته ومواعيده الدراسية بطريقة تؤدي إلى تراكمها وصعوبة القيام بها فيما بعد (فيصل وصالح، 2016، 152). ويقف وراء التسويف مكونات سلوكية ومعرفية وانفعالية، حيث يرجع التسويف من الناحية السلوكية إلى ضعف مهارات إدارة الوقت (السلمي، 2015، 643)، أو أسلوب التدريس وضغط الأقران. أما من الناحية المعرفية، فقد يعزى التسويف إلى الأفكار غير المنطقية والخطئة، حيث يرى إليس وإيمونز (Ellis & Emmons, 1995) أن التسويف اضطراب انفعالي ينتج عن المعتقدات غير المنطقية، كعدم الإيمان بالقدرة على إكمال المهمة (Tuckman, 1991)، p. (474)، وعدم القدرة على التركيز أو المستويات المنخفضة من اليقظة عند أداء المهمات. ومن الناحية

الانفعالية، يرتبط التسويق بالخوف اللاعقلاني من النجاح أو الفشل مما يؤدي إلى تجنب العصبي من الموقف، فالطلبة المسوفون لا يفضلون التعقيد المعرفي في المهمات، وهذا يرتبط بالمستوى العالي من القلق والخوف من الفشل (عبود، 2016، 644). ومن الأسباب التي تدفع الطلبة إلى التسويق يمكن أن نذكر:

- ❖ ضعف إمكانيات الفرد في وضع برنامج دراسي وخطوات دراسية ناجحة.
- ❖ ضعف الثقة بالنفس بشأن قدرات الفرد الدراسية في إنجاز الواجبات المطلوبة.
- ❖ تدني الرغبة في النجاح والتفوق في الحياة الدراسية أو النفور من الأنشطة الدراسية.
- ❖ قلق الامتحانات.
- ❖ الخوف من الفشل.
- ❖ انخفاض دافعية الأفراد للقيام بأعمالهم الخاصة.

فالمسوفون تنقصهم الدافعية للقيام بالواجبات والمسؤوليات بحماس ونشاط كبيرين، فحين يكلف هؤلاء الأفراد بهذه الواجبات نراهم يتلكؤون ويتململون ويتهربون عن أدائها، أو قد يشغلون أنفسهم في أشياء أخرى أكثر متعة ومرغوبة (فيصل وصالح، 2016، 153).

وهناك ثلاثة شروط يجب أن تظهر حتى نستطيع أن نحدد في ضوءها التسويق لدى الأفراد، هي:

1. أن يكون للتأجيل نتائج عكسية.
2. ألا يكون للتأجيل معنى، أي ليس هناك هدف مبرر من التأجيل.
3. أن يترتب على التأجيل ضعف إنجاز المهام وصعوبة اتخاذ القرارات في الوقت المحدد (فيصل وصالح، 2016، 152).

وتوجد نماذج متعددة تناولت السمات والخصائص التي تميز الأفراد المسوفين بعضهم عن بعض أثناء تلكوتهم ومماطلتهم في أداء أعمالهم وواجباتهم الشخصية، من هذه النماذج:

1. نموذج سولومون وروثبلوم: (Solomon & Rothblum, 1984)

يصنف نموذج سولومون وروثبلوم المسوفين إلى نوعين، هما:

● **المسوف المسترخي: The relaxed procrastinator** وفيه يرى الأفراد مسؤولياتهم وواجباتهم على أنها أعباء ثقيلة عليهم. وسبب ذلك لأنهم لا يجدون فيها الراحة والمسرة، بل يشعرون بالاستياء والملل، لذلك يتجنبونها في ضوء توجيه طاقتهم نحو مهام أكثر متعة وسهولة.

● **المسوف المتوتر الخائف: The tense-afraid procrastinator** الذي يشعر عادة بالإرهاق والضغط، والمعتقدات غير الواقعية فيما يتعلق بتقديم واجباته بالوقت المطلوب سواء كانت أسرية أو مدرسية أو عملية. إذ يحاول الأفراد في هذا النمط أن يضعوا لأنفسهم أهدافاً وخططاً ضخمة في تنفيذ أعمالهم والتخطيط لها بصورة غير منطقية وبأوقات غير مناسبة، مما يؤدي إلى اعتقاد هؤلاء الأفراد بصعوبة إنجاز هذه الواجبات في الوقت المحدد على أكمل وجه مهما قاموا به من جهود، لذا يشعرون بالخوف والسلبية والضييق وفقدان القدرة على التركيز والنجاح.

2. نموذج تشو وشوا: (Chu & Choi, 2005)

يرى أصحاب هذا النموذج أن هناك نمطان من الأفراد المسوفين: **المسوفون النشطون مقابل المسوفين السلبيين (procrastinators Passive versus active).**

- يتسم المسوفون السلبيون بضعف الرغبة في تأخير أعمالهم وواجباتهم، ولكنهم غالباً ما ينتهون في نهاية الأمر إلى التأجيل والمماطلة في أداء أعمالهم، بسبب ضعف قدراتهم على اتخاذ القرارات المناسبة، بشأن كيفية بدء أنشطتهم والتخطيط المناسب للقيام بها، مما يدفعهم نحو التأجيل. لذلك يشعر المسوفون السلبيون بالضغط النفسي والتشاؤم والاكتئاب عندما يقترب الموعد المحدد لتقديم الواجبات المكلفين بها، فضلاً عن الشعور بالذنب وفقدان الثقة بالنفس.
- أما المسوفون النشطون فهم على النقيض من ذلك، إذ نجدهم يمتلكون القدرة على اتخاذ القرارات ولديهم معرفة حول كيفية القيام بواجباتهم وأعمالهم ولكنهم يعتمدون تأجيلها في ضوء البحث عن الأنشطة الأخرى التي يركزون اهتمامهم عليها. ورغم ذلك، فإننا نجد أنَّ المسوفين

النشطين يتسمون بالقدرة على التحدي والمثابرة والقدرة على إنجاز واجباتهم في الدقائق الأخيرة من موعد تقديم هذه الواجبات.

3. نموذج فرانك دالي: Frank Daley

يعد هذا النموذج من أحدث النماذج التي فسرت التسويق لدى الأفراد. ويرى دالي أن التسويق ليس بسبب انخفاض دافعية الفرد أو ضعف مقدرته في إدارة وقته وشؤون حياته فحسب، بل إن التسويق ناجم عن تدني وعي الفرد بذاته وإمكاناته وقدراته الخاصة. فإذا عرف الفرد نفسه على نحو أفضل فإنه سيتمكن من تحديد أهدافه وإمكاناته واستثمار وقته لتحقيق الأهداف والواجبات وفق أولوياتها وأهميتها بالنسبة له.

وعليه فإنَّ التسويق يتعلق بسمات الأفراد الشخصية وأفكارهم الخاصة بشأن قدراتهم وأهمية القيام بواجباتهم ومسؤولياتهم الاجتماعية والدراسية بصورة منظمة.

وقد توصل دالي نتيجة الدراسات التي قام بها على العديد من الأفراد المسوفين، إلى أنَّ معظم الناس ينقسمون إلى ثلاثة أتماط رئيسة من التسويق، هي:

1. المؤخِّرون: Delayers أولئك الأفراد يجدون صعوبة في بدء أية مهمة أو واجب اجتماعي

ودراسي ومهني معين، وذلك بسبب التبريرات التي يتبنونها حول أنفسهم والمهمات الخارجية مثل: التعب (أنا تعب)، الانشغال (ليس لدي الوقت الكافي للقيام بهذه المهمة)، الانغماس في الذات (أنا أحتاج إلى الاسترخاء)، التخطيط في وقت متأخر (لقد تأخرنا جداً لبدء العمل اليوم، أنا سأقوم به غداً عندما أكون نشطاً).

2. الساعون نحو الكمال: Perfectionists أولئك الأفراد الذين ينشغلون في تفاصيل

المهمة إلى الدرجة التي لا يستطيعون إتمامها، لأنهم يعتقدون أنهم غير مستعدين بعد لإتمام عملهم بشكل مثالي، فهم يفكرون بالطريقة الآتية: إن عملهم ناقص، إنهم ليسوا كفوئين، يفقدون الثقة في قيامهم بإنجاز المهمة مرة ثانية).

3. المشتتون: **Distractibles** أولئك الأفراد الذين يفضلون الانشغال بالأنشطة التي تجلب

لهم الشعور بالارتياح السريع على حساب تأجيل واجباتهم ومسئولياتهم. وغالباً ما يتضمن التشويشُ الانشغال بالألعاب والتلفزيون والكمبيوتر، وتناول الطعام، والذهاب إلى مراكز التسوق، والإنترنت (فيصل وصالح، 2016، 153-155).

وللتسويق عواقب سلبية متعددة كالتحصيل الأكاديمي المتدني، والانقطاع المستمر عن الحلقات الدراسية، وانخفاض معدل حضور الحصص الصفية، والتسرب أو الهروب من المدرسة. إضافة إلى بروز عواقب انفعالية للتسويق الأكاديمي، فعندما يكون الأفراد مدركين لسلوك التسويق لديهم، فإنهم يعانون من عدد من المشاعر الداخلية السلبية كالشعور بعدم الكفاءة والشعور بالذنب والتوتر والذعر. كما يعاني أصحاب سلوك التسويق من مستويات عالية من القلق والتدخين وتناول الكحول وصعوبات في النوم (أبو ازريق وجرادات، 2013، 16).

وتعد الثقة بالنفس من المقومات الرئيسية للنجاح في الحياة، وهي تظهر من خلال إحساس الشخص بكفاءته الجسمية، والنفسية، والاجتماعية، وبقدرته على عمل ما يريد، وإدراكه لتقبل الآخرين له وثقتهم به (المشعان، 1999، 21). وتعمل الثقة بالنفس كقوة دافعة تثير الانفعالات الإيجابية، وتبعث على الشعور بالحماس والبهجة، وتساعد على تركيز الانتباه، وتزيد المثابرة والجهد في سبيل تحقيق الأهداف والنجاح، مما يسهم في بناء مفهوم ذات إيجابي، فتجعل الفرد مرتاحاً حالياً من المخاوف قادر على تنظيم البيئة وأفكاره بسرعة ودقة وبأقل معونة من الآخرين (العمر، 2000، 83-88).

ويوجد خمسة مكونات للثقة بالنفس هي: النظر إلى الذات على أنها قادرة، والإيمان بقدراتها على عمل الأشياء كالآخرين، والشعور بالانتماء، والإيمان بأنه جزء متكامل مع الآخرين، والتفاؤل بالمستقبل، والنظرة الإيجابية للحياة، ومواجهة الفشل من خلال النظر إلى خبرات الفشل على أنها فرصة للتعلم، والنمو في الحياة، وامتلاك مصادر مناسبة من التعزيز من خلال نماذج الدور (Baggerly and Max 2005، 391-393).

وهناك الكثير من المقومات التي قد تؤثر في ثقة الفرد بنفسه وتعمل على تعزيزها، وتجعل منها قوة تساعد في بناء شخصيته وتحقيق نموه النفسي وإنجاز أعماله، منها:

مقومات جسمية: تساعد سلامة الجسم وخلوه من الأمراض-التي قد تعيق الشخص عن تحقيق أهدافه وإنجاز أعماله-بالإضافة إلى المظهر الجيد وامتلاك القدرات التعبيرية بالحركات الفرد على امتلاك الثقة بالنفس وتعزيزها (السقاف 2007، 31).

مقومات عقلية: يمكّن الذكاء وقوة الذاكرة واستعداد الفرد للتعلم واكتساب الخبرات الجديدة الفرد من التمييز بين الخطأ والصواب، والمهم والأهم، والقدرة على اتخاذ القرار لحل المشكلات التي تعترضه؛ كل هذه العوامل تساعد على بناء ثقته بنفسه (أسعد 2000، 66).

مقومات اجتماعية: يؤثر الوضع الاجتماعي للفرد في مدى ثقته بنفسه، فالشخص المتكيف اجتماعياً يستطيع التواصل مع أفراد مجتمعه وإبداء رأيه بشجاعة، ويستفيد من خبراتهم. وتكون ثقته بنفسه أكثر من الفرد الذي ينحرف عن المجتمع، ويقف ضده ويقاومه، ويصعب عليه التكيف مع أفراد مجتمعه، وبالتالي سيصبح هذا الفرد غير مقبول اجتماعياً، عندها سيشعر بأنه فقد ثقته بنفسه (أسعد، 2000، 132).

مقومات اقتصادية: من المؤكد وجود صلة وثيقة بين دخل الفرد وثقته بنفسه، فالدخل الكافي لسد حاجات الفرد وضمان مستوى معين، يشعر معه الشخص بأنه قادر على تلبية حاجاته وتحقيق الكثير من رغباته، وبالتالي يزيد من ثقته بنفسه (أسعد، 2000، 81).

أما أسباب فقدان الثقة بالنفس فيمكن إيجازها بالآتي:

البيئة المحيطة: تؤثر البيئة والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد في أفكاره ومعتقداته وتصرفاته، كما يوجد لذكريات الطفولة تأثير كبير. فإذا نشأ الطفل على الخوف فإنه سيستمر معه طوال حياته، وينشأ الخوف من المعاملة المتسلطة للآباء وعدم احترامهم لطفولته. لذلك فإن الثقة بالنفس مرتبطة بما تعلمه الفرد من اتخاذ قرارات وكيفية مواجهة المشكلات منذ الصغر؛ فالأفراد

الواثقون بأنفسهم يجذبون انتباه الآخرين بنسبة كبيرة، ويتقدمون بأعمالهم بصورة سريعة، وثقتهم هي نتيجة الاجتهاد الشخصي والبيئة المحيطة بهم (كارول، 2009، 24).

التجارب والمواقف: تحمل المواقف والتجارب السيئة آثاراً وذكريات قد تسبب فقدان الفرد لثقته بنفسه، فهو يخشى أن يتذكر تلك التجارب ويدمر حياته (هميسة، 2010، 6).

الشعور بالنقص ووهم العجز: يُفقد إحساس الفرد الداخلي بالنقص والدونية ثقته بنفسه، مما يدفعه إلى تهويل الأمور والمواقف، ويشعر بأن من حوله يركزون على ضعفه، ويراقبون كل حركاته وتصرفاته، ويخاف من أن يصدر منه تصرف مخالف للعادة. يسلب هذا الشعور الإنسان الإرادة والدافعية نحو النجاح والإبداع، كما أنه يؤثر في علاقته بكل من حوله ويجعله عاجزاً عن اتخاذ قراراته بنفسه (هميسة، 2010، 9).

مما سبق ثمة علاقة متبادلة بين التسوييف الأكاديمي والثقة بالنفس، فغالباً ما يكون التسوييف الأكاديمي لدى الفرد متسقاً مع مستوى الثقة بالنفس لديه، باعتبار أن الثقة بالنفس تلعب دوراً كبيراً وحاسماً في حل المشكلات التي تعترض طريق حياته والصعاب التي تعرقل تحقيق أهدافه التي رسمها لنفسه والتي أناط بها آماله وعلق عليها مطامحه؛ فهي تكسبه قوة الاحتمال، وطاقة ينفذ بها مراميه، وبالتالي تساعد على تجنب التسوييف. لذلك نجد أن الطلاب الذين تنخفض ثقتهم بأنفسهم وبقدراتهم على إكمال المهام والواجبات المطلوبة منهم، يؤجلون تلك الأعمال باستمرار وبشكل أكبر من أقرانهم الواثقين بقدرتهم الذاتية.

8-2- دراسات سابقة

1.2.8 - الدراسات المتعلقة بالتسوييف الأكاديمي

1.1.2.8 الدراسات العربية

- دراسة العنزي والدغيم (2003)

عنوان الدراسة: سلوك التسوييف الدراسي وعلاقته ببعض متغيرات الشخصية لدى طلاب كلية التربية الأساسية بالكويت.

هدف الدراسة: التعرف على البناء العاملي لمقياس التسويق الدراسي، الكشف عن العلاقة الارتباطية بين المعدل الدراسي والعمر وكل من: التسويق والثقة بالنفس والكذب، والتعرف على الفروق بين الجنسين في التسويق والثقة بالنفس والكذب والتحصيل الدراسي.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (324) طالباً وطالبةً من كلية التربية الأساسية في الكويت.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس التسويق الدراسي، ومقياس الثقة بالنفس، ومقياس الكذب من إعداد الباحثين.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين على مقياس التسويق الدراسي، كما توصلت أيضاً إلى وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين التسويق الدراسي من جهة والثقة بالنفس والمعدل الدراسي من جهة أخرى، بالإضافة إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين العمر والتسويق الدراسي.

- دراسة أبو غزال (2012)

عنوان الدراسة: التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين.

هدف الدراسة: التعرف على مدى انتشار التسويق الأكاديمي وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (751) طالباً وطالبةً من طلبة جامعة اليرموك في الأردن.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس التسويق الأكاديمي ومقياس أسباب التسويق الأكاديمي من إعداد الباحث.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن (25.2%) من الطلبة ذوي التسويق المرتفع، و(57.7%) من ذوي التسويق المتوسط، و(17.2%) من ذوي التسويق المتدني، كما توصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن الترتيب التنازلي لمجالات أسباب التسويق الأكاديمي كان على النحو الآتي: الخوف من الفشل، وأسلوب المدرس، والمهمة المنفرة، والمخاطرة، ومقاومة الضبط، وضغط الأقران؛ ووجود فروق دالة إحصائياً في انتشار التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير المستوى الدراسي، إذ كانت نسبة التسويق أعلى

لدى طلبة السنة الرابعة منه لدى طلبة السنوات الأخرى، وعدم وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيري الجنس والتخصص الأكاديمي.

- دراسة صالح وصالح (2013)

عنوان الدراسة: التسويق الأكاديمي وعلاقته بإدارة الوقت لدى طلبة كلية التربية.

هدف الدراسة: التعرف على العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي وإدارة الوقت لدى طلبة التربية في جامعة القادسية.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (368) طالباً وطالبةً من طلبة التربية في جامعة القادسية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس التسويق الأكاديمي، ومقياس إدارة الوقت من إعداد الباحثين.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن ليس لدى طلبة كلية التربية تسويق أكاديمي، وأنهم يعانون من ضعف في إدارة وقتهم، وأن العلاقة بين التسويق الأكاديمي وإدارة الوقت ضعيفة. كما توصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين على مقياس التسويق الأكاديمي.

- دراسة الربيع وآخرون (2014)

عنوان الدراسة: التسويق الأكاديمي وعلاقته بأساليب التفكير لدى الطلبة الجامعيين في الأردن.

هدف الدراسة: الكشف عن العلاقة بين التسويق الأكاديمي، وأساليب التفكير السائدة لدى أفراد عينة البحث.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (580) طالباً وطالبةً في مرحلتَي الماجستير والبيكالوريوس في جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا الأردنية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس التسويق الأكاديمي الذي طوره الباحثون، ومقياس أساليب التفكير لـ Harrisn and Bramson الذي ترجمه إلى العربية حبيب (1995).

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن أساليب التفكير السائدة لدى أفراد عينة الدراسة كانت: التركيبي، والمثالي، والعملية، والتحليلية، والواقعية على التوالي. أظهرت النتائج أيضاً وجود ارتباط بين

التسويق الأكاديمي وأساليب التفكير، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وأساليب التفكير الخمسة تعزى إلى متغير الجامعة ولصالح جامعة العلوم والتكنولوجيا الأردنية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التسويق الأكاديمي وأساليب التفكير تعزى إلى متغيري الجنس والمرحلة الدراسية.

- دراسة السلمي (2015)

عنوان الدراسة: مستوى التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية والعلاقة بينهما لدى طلاب كليات مكة المكرمة والليث في المملكة العربية السعودية.

هدف الدراسة: التعرف على مستوى ممارسة التسويق الأكاديمي ومستوى الدافعية والعلاقة بينهما في ضوء متغيري السنة الدراسية والموقع الجغرافي.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (160) طالباً وطالبةً من طلاب الكلية الجامعية بمكة المكرمة وكلية الليث.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس شوا وموران (Choi & Moran, 2009) للتسويق الأكاديمي ومقياس الدافعية الذاتية لعبد الله والوزني (2012).

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن مستويي التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية ظهرا بمستوى متوسط، ووجود علاقة ارتباطية سلبية دالة إحصائياً بين التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية. أما بالنسبة لمتغير الموقع الجغرافي، فقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق في مستوى ممارسة التسويق الأكاديمي لصالح طلاب كلية الليث؛ وفي مستوى الدافعية الذاتية لصالح طلاب الكلية الجامعية بمكة المكرمة. وبالنسبة لمتغير المستوى الأكاديمي فقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق في مستوى التسويق الأكاديمي لصالح السنة الدراسية الأولى لدى طلاب كلية الليث، كذلك وجود فروق لصالح طلاب مكة المكرمة فيما يخص الدافعية الذاتية للسنة الدراسية الثانية.

8-2-1-2- الدراسات الأجنبية

- دراسة براونلو وريزنجر (Browanlw & Reasinger, 2000)

Putting off until tomorrow what is better done today:

procrastination as a function of motivation toward Academic college work

عنوان الدراسة: تأجيل ما يمكن إنجازه اليوم بشكل أفضل إلى الغد: التسويف الأكاديمي كتابع للدافعية نحو العمل الجامعي.

هدف الدراسة: التعرف على الأثر النسبي للدافعية الداخلية والخارجية نحو العمل الأكاديمي، بالإضافة إلى التعرف على المتغيرات الشخصية كالخوف من الفشل والتوجه نحو الإتقان ومركز التحكم على التسويف الأكاديمي لدى الطلاب الجامعيين.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (96) طالباً وطالبةً من طلاب المرحلة الجامعية الأولى في كلية كتاوبا في ولاية كارولينا الشمالية في الولايات المتحدة الأمريكية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة المقياس الطلابي لتقييم التسويف الأكاديمي وبطارية العمل المفضل لقياس الدافعية، بالإضافة إلى مقياس الخوف من التقييم السلبي، ومقياس بيرنز burns للأداء المتقن، ومقياس مركز التحكم وأسلوب العزو.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة أن الدافعية الخارجية المنخفضة والتوجه نحو الإتقان (لاسيما عند الإناث بشكل خاص) وكل من مركز التحكم الخارجي وأسلوب العزو أسهمت في التوجه نحو التأخر في إنجاز المهام الدراسية، كما توصلت أيضاً إلى أن الطلاب الذين يعانون من التسويف الأكاديمي المنخفض، يمكن أن تعزز دافعيتهم بواسطة القوى الداخلية والخارجية أكثر مما هو الحال بالنسبة للطلاب ذوي التسويف الأكاديمي العالي. ويميل الأشخاص ذوي التسويف الأكاديمي العالي إلى عزو نجاحاتهم إلى قوى خارجية كالحظ والظروف المساعدة. وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن التسويف الأكاديمي كان أعلى عند الذكور.

- دراسة بلقيس ودورو (Balkis & Duru, 2009)

procrastination behavior among pre- Prevalence of academic teachers, and its relationship with demographicsand service individual preferences

عنوان الدراسة: انتشار سلوك التسويق الأكاديمي بين معلمي ما قبل الخدمة وعلاقته بالتفضيلات الديمغرافية والفردية.

هدف الدراسة: التعرف على مدى انتشار سلوك التسويق الأكاديمي لدى معلمي ما قبل الخدمة وعلاقته بالتفضيلات الديمغرافية والفردية.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (580) طالباً وطالبةً من كلية التربية في جامعة باموكال في تركيا.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة بطارية التسويق لإيتكن Aitken وصحيفة المعلومات الشخصية لجمع المعلومات.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن (23%) من عينة الدراسة كشفوا عن مستوى مرتفع من التسويق الأكاديمي و(27%) منهم كشفوا عن مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي، كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق بين الجنسين في مستوى التسويق الأكاديمي، إذ أظهر الذكور مستويات مرتفعة ودالة إحصائياً من التسويق الأكاديمي مقارنة بالإناث، وأن مستوى التسويق الأكاديمي يتناقض كلما تقدم الطالب في العمر.

- دراسة أوزر وديمير وفيراري (Özer et al., 2009)

academic procrastination among Turkish students: Exploring reasons Possible gender differences in prevalence and

عنوان الدراسة: سبر التسويق الأكاديمي بين التلاميذ الأتراك: الاختلافات الممكنة بين الجنسين في الانتشار والأسباب.

هدف الدراسة: التحقق من انتشار التسويق الأكاديمي وأسبابه في ضوء متغيري الجنس والمستوى الدراسي.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة من (784) طالباً وطالبةً من طلاب جامعة الشرق الأوسط التقنية في أنقرة في تركيا.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس PASS لتقييم التسويق عند الطلاب.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن (25%) من الطلبة أشاروا إلى وجود تسويف أكاديمي متكرر، وأن الذكور أكثر تكراراً في تسويف المهمات الأكاديمية من الإناث. وتوصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الجنسين في أسباب التسويف الأكاديمي، إذ عزت الإناث تسويهن الأكاديمي إلى الخوف من الفشل والتكاسل مقارنة بالذكور، بينما أظهر الذكور تسويفاً أكاديمياً أكبر نتيجة للمخاطرة ومقاومة الضبط مقارنة بالإناث، وتوصلت النتائج إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً في كل من مستوى التسويف الأكاديمي وأسبابه تعزى إلى المستوى الدراسي.

- دراسة يونغ (Yong, 2010)

of A Study on the Assertiveness and Academic Procrastination
English and Communication Students at a Private University in
Malaysia

عنوان الدراسة: دراسة التوكيد والتسويف الأكاديمي لدى طلاب اللغة الإنكليزية والتواصل في جامعة خاصة في ماليزيا.

هدف الدراسة: الكشف عن ظاهرة التسويف بين طلبة إحدى الجامعات الخاصة في ماليزيا في ضوء بعض المتغيرات الأخرى.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (171) طالباً وطالبةً من تخصصات إدارة أعمال وهندسة من جامعة سوينبيرن للتكنولوجيا في مدينة ساراواك في ماليزيا.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس التوكيد لراثوس (Rathus Assertiveness Scale)، ومقياس تقييم التسويف الأكاديمي-نسخة الطلاب (Procrastination Scale)، و (PASS، Assessment Scale-Student).

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن طلبة إدارة الأعمال يسوفون أكثر من طلبة الهندسة في واجباتهم الجامعية، وأن الذكور يسوفون أكثر من الإناث، وأن الطلبة الأكبر سناً يسوفون أكثر من الأصغر سناً.

- دراسة شيرين (Şirin, 2011)

Academic procrastination among undergraduates attending school of physical education and sports: Role of general procrastination, academic motivation and academic self-efficacy

عنوان الدراسة: التسويق الأكاديمي بين طلاب المرحلة الجامعية الأولى المنخرطين في التعليم الفيزيائي والرياضات: دور التسويق العام، والدافعية الأكاديمية، والكفاية الأكاديمية.

هدف الدراسة: دراسة التسويق بشكل عام، والدافعية الأكاديمية والكفاية الأكاديمية كعوامل نستطيع من خلالها التنبؤ بالتسويق الأكاديمي بين الطلبة الجامعيين لمرحلة البكالوريوس.

عينة الدراسة: بلغت عينة الدراسة (774) طالباً وطالبة من طلاب جامعات سيلشوك وسامصن ونيغد في تركيا.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس تقييم التسويق الأكاديمي، ومقياس التسويق العام، ومقياس الدافعية الأكاديمية، ومقياس الكفاية الأكاديمية، ونموذج المعلومات الشخصية.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين التسويق العام والتسويق الأكاديمي، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسويق الأكاديمي والدافعية الأكاديمية والكفاية الأكاديمية. كذلك لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بما يخص التسويق الأكاديمي.

7-2-2- الدراسات المتعلقة بالثقة بالنفس

1.2.2.7 الدراسات العربية

- دراسة الركابي (2000)

عنوان الدراسة: مستوى الطموح وعلاقته بالثقة بالنفس لدى طلبة كلية التربية بالجامعة المستنصرية.

هدف الدراسة: التعرف على العلاقة الارتباطية مستوى الطموح والثقة بالنفس، والتعرف على الفروق في هذين المتغيرين تبعاً لمتغيرات الجنس والتخصص والسنة الدراسية.

عينة الدراسة: تألفت عينة الدراسة من (277) طالباً وطالبة من طلاب كلية التربية بالجامعة المستنصرية في بغداد.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس مستوى الطموح والثقة بالنفس من إعداد الباحث. نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الطموح والثقة بالنفس، كما توصلت أيضاً إلى وجود فروق في المتغيرين لصالح الذكور. ولم تظهر نتائج الدراسة فروقاً تبعاً للمتغيري التخصص والسنة الدراسية.

- دراسة العنزي (2001)

عنوان الدراسة: المكونات الفرعية للثقة بالنفس والحنجل (دراسة ارتباطية عاملية). هدف الدراسة: التعرف على المكونات الفرعية للثقة بالنفس والحنجل. عينة الدراسة: بلغت العينة (342) طالباً من طلاب الهيئة العامة للتعليم التطبيقي بكلية التربية الأساسية في جامعة الكويت.

أدوات الدراسة: مقياس الثقة بالنفس من إعداد الباحث، ومقياس الحنجل (من إعداد لؤلؤة حمادة وحسن عبد اللطيف عام 1999).

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن العوامل الفرعية للثقة بالنفس هي: (عامل الاعتماد على النفس، عامل التردد في اتخاذ القرار، عامل الثقة بالنفس، عامل التصميم والإرادة). كما توصلت أيضاً إلى عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الجنسين في مقياس الثقة بالنفس.

- دراسة السقاف (2007)

عنوان الدراسة: الثقة بالنفس وانفعال الغضب لدى عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة وجامعة أم القرى بمكة المكرمة.

أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على نسبة انتشار الثقة بالنفس وانفعال الغضب بين طلاب وطالبات جامعة الملك عبد العزيز وجامعة أم القرى، والتعرف على الفروق بين طلاب الجامعتين في

الثقة بالنفس وانفعال الغضب تبعاً لمتغيرات العمر والجنس والتخصص والحالة الاجتماعية والمستوى الدراسي.

عينة الدراسة: تألفت عينة الدراسة من (927) طالباً وطالبة من جامعتي الملك عبد العزيز وأم القرى من المتزوجين وغير المتزوجين، ومن التخصصات العلمية والأدبية من المستويات الدراسية: الأول والثاني والثالث والرابع.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس الثقة بالنفس من إعداد شروجر (1990) ترجمة وتعريب محمد (1997)، ومقياس الغضب المتعدد الأبعاد إعداد وتقنين الشناوي والدماطي (1993).

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق دالة بين طلاب وطالبات جامعتي الملك عبد العزيز وأم القرى في مستويي الثقة بالنفس وانفعال الغضب، وعدم وجود فروق بين طلاب وطالبات جامعتي الملك عبد العزيز وأم القرى في مستويي الثقة بالنفس وانفعال الغضب تبعاً لمتغيري العمر والتخصص؛ وعدم وجود فروق بين طلاب وطالبات الجامعتين في الثقة بالنفس في متغيري الجنس والمستوى الدراسي، بينما وجد فروق في انفعال الغضب تبعاً لمتغيري الجنس لصالح الإناث، والمستوى الدراسي لصالح المستوى الرابع. أما في متغير الحالة الاجتماعية فقد وجد فروق في الثقة بالنفس وذلك لصالح المتزوجين، بينما لم توجد فروق في هذا المتغير في انفعال الغضب. أما بالنسبة لمستوى الثقة بالنفس في كلا الجامعتين، فقد بلغت النسبة المئوية عند طلاب وطالبات جامعة الملك عبد العزيز (69.2%) وأم القرى (64.4%)، بينما بلغت النسبة في انفعال الغضب عند طلاب وطالبات جامعة الملك عبد العزيز (67.7%) وأم القرى (64%).

- دراسة الطائي (2007)

عنوان الدراسة: الثقة بالنفس وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة كلية التربية في جامعة الموصل.

هدف الدراسة: التعرف على مستوى الثقة بالنفس لدى طلبة كلية التربية في جامعة الموصل وعلاقتها بدافعية الإنجاز الدراسي والتعرف على العلاقة في الثقة بالنفس وفقاً لمتغيرات الجنس والصف والتخصص.

عينة الدراسة: تألفت من (200) طالباً وطالبة من طلبة كلية التربية في جامعة الموصل في العراق.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة استبيان لقياس مستوى الثقة بالنفس لدى طلبة كلية التربية من إعداد الباحث ومقياس (لطيف، 2002) لقياس دافعية الإنجاز الدراسي.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة يتمتعون بمستوى جيد من الثقة بالنفس، كما توصلت أيضاً إلى وجود علاقة بين الثقة بالنفس ودافعية الإنجاز الدراسي، وعدم وجود فروق في الثقة بالنفس وفقاً لمتغيرات الجنس والصف والتخصص.

7-2-2-2- الدراسات الأجنبية

- دراسة إينرسون وسنتياغو (Einarson & Santiago, 1998)

Background Characteristics as Predictors of Academic Self-Confidence and Academic Self-Efficacy among Graduate Science and Engineering Students

عنوان الدراسة: مميزات الخلفية كمؤشرات للثقة بالنفس الأكاديمية، والفعالية الذاتية الأكاديمية بين طلاب كلية الهندسة وكلية العلوم والهندسة: استكشاف الفروق العرقية والجنسية.

هدف الدراسة: دراسة أثر الأصول العرقية والجنس على الثقة بالنفس والفعالية الذاتية عند طلاب الجامعة.

عينة الدراسة: تألفت من (590) طالباً وطالبة من طلاب جامعة ميشيغان في الولايات المتحدة الأمريكية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة استبيان عن الخبرة التعليمية السابقة والعمل، ومعلومات عن التسجيل في الجامعة والتوقعات من برنامج الدراسة والمعلومات الديمغرافية عن المشاركين .

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود علاقة بين الأصول العرقية وكل من: الثقة بالنفس والفعالية الذاتية؛ وعدم وجود فروق في الثقة بالنفس والفعالية الذاتية تبعاً لمتغير الجنس، كما توصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن أهم العوامل المؤثرة بالثقة بالنفس هي الحالة الاجتماعية والتوقعات المستقبلية.

- دراسة تافاني ولوش (Tavani & Losh, 2003)

Motivation, self-confidence, expectations as predictors of the academic performances among our high school students

عنوان الدراسة: الدافعية والثقة بالنفس والتوقعات كمؤشرات للأداء الدراسي عند طلاب المرحلة الثانوية.

هدف الدراسة: التعرف على العلاقة بين إنجازات الطلاب الأكاديمية والتوقعات والدافعية والثقة بالنفس.

عينة الدراسة: تألفت من (4012) طالباً من طلاب المرحلة الثانوية، في فلوريدا في الولايات المتحدة الأمريكية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة استبيان من إعداد الباحثان يقيس آثار القدرة الأكاديمية على الإنجاز أو التحصيل المدرسي.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المتغيرات جميعها: (إنجازات الطلاب الأكاديمية وتوقعات الطلاب ومستوى دافعتهم وثقتهم بنفسهم)؛ وأن هذه المتغيرات تعتبر جميعها تنبؤات هامة لإنجازات الطلاب الأكاديمية. كما وجد أن للجنس آثار دالة إحصائية على توقعات الطلاب ومستويات الثقة بالنفس.

- دراسة ماري (Marie, 2009)

Modeling the Effect of Diversity Experiences on Latina/o College Students` Academic Self Confidence

عنوان الدراسة: نموذج أثر تنوع الخبرات في الثقة بالنفس الأكاديمية عند طلاب مركز الدراسات اللاتينية.

هدف الدراسة: التعرف إلى أثر الخبرات المتنوعة في زيادة الثقة بالنفس الأكاديمية.

عينة الدراسة: تألفت من (50) طالباً وطالبة من طلاب مركز الدراسات اللاتينية في جامعة ميشيغان في الولايات المتحدة الأمريكية.

أدوات الدراسة: مقياس الثقة بالنفس من إعداد الباحثة.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الخبرة والثقة بالنفس، ووجود فروق دالة إحصائية في الثقة بالنفس لصالح الإناث.

- دراسة رضائي (Rezaei, 2012)

Can self-efficacy and self-confidence explain Iranian female students?

عنوان الدراسة: هل يمكن للكفاية والثقة بالنفس أن يشرحا الإنجاز الأكاديمي لدى الطالبات الإيرانيات؟
هدف الدراسة: التعرف على الأسباب المؤدية إلى زيادة عدد الطالبات الإيرانيات في المرحلة الجامعية، والتعرف على أسباب تفوقهن الأكاديمي على أقرانهن الذكور.

عينة الدراسة: تألفت عينة الدراسة من (549) طالباً من طلاب الجامعات الإيرانية من مدينتين كبيرتين هما: أهافز (276) طالباً وطالبة، وشيراز (273) طالباً وطالبة، من كليات العلوم والهندسة والعلوم الإنسانية.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مقياس الكفاية الذاتية العام لشورزر وجيروزالم (1995)، ومقياس الثقة بالنفس القائم على نوع الجنس المرتبط بمقياس هوفمان.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من أن الطالبات الإيرانيات قد أظهرن حضوراً متزايداً في المجالات الأكاديمية والاجتماعية بالمقارنة مع أقرانهن الذكور، لكن تفوقهن وإنجازهن الأكاديمي لا يمكن عزوه إلى الثقة بالنفس المبنية على الجنس أو على الكفاية الذاتية، كما افترض الباحث في البداية. كما توصلت نتائج الدراسة أيضاً إلى أن لدى الطالبات الإيرانيات ثقة بالنفس أعلى من تلك المسجلة لدى أقرانهن الذكور، لكن مستوى الكفاية الذاتية لديهن لم يكن مختلفاً عن مستوى الكفاية الذاتية عند أقرانهن الذكور.

- دراسة ليتزلر وسامويلسن ولورا (Litzler, Samuelson, and Lorah, 2014)

Breaking it Down: Engineering Student STEM Confidence at the Intersection of Race-Ethnicity and Gender

عنوان الدراسة: دراسة تفصيلية للثقة بالنفس لدى طلاب الهندسة وعلاقتها بالعرق والجنس.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الثقة بالنفس في مقررات الهندسة والرياضيات والعلوم بالعرف والجنس لدى طلاب الهندسة.

عينة الدراسة: تألفت عينة الدراسة من (10366) طالباً من كليات الهندسة المنخرطة في برنامج بيس PACE في المرحلة الجامعية الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد كان التوزيع العرقي لهؤلاء الطلاب وفق الآتي: أمريكيون أفارقة، إسبان، أمريكيون أصليون.

أدوات الدراسة: استخدم في هذه الدراسة مسح PACE المصمم لقياس الجو التعليمي الهندسي لدى الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية.

نتائج الدراسة: توصلت نتائج الدراسة إلى أنه على الرغم من أن بعض المجموعات العرقية (ضئيلة التمثيل) في هذه الدراسة قد أظهرت مستوى منخفضاً من الثقة بالنفس، لكن هذه النتيجة تصبح غير صحيحة عند تطبيقها على المجموعات نفسها بعد ضبط العوامل السلوكية والبيئية والشخصية. وبشكل خاص أظهر الذكور في مجموعات الأمريكيين الأفارقة والإسبان مستوىً عالياً من الثقة بالنفس بالمقارنة مع المستوى الذي أظهره الذكور البيض. بالإضافة إلى ذلك، كان مستوى الثقة بالنفس في العرق الواحد لدى الإناث أقل منه لدى الذكور. كما توصلت نتائج الدراسات إلى وجود مؤشرات أخرى لزيادة الثقة بالنفس منها: نظرة الطلاب لأساتذتهم والمقارنة مع أقرانهم وحبهم للاختصاص الذي تم اختياره، كلها كانت عوامل ذات أثر في زيادة أو نقصان الثقة بالنفس لدى الطلاب.

3.8 تعقيب على الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة كلاً من التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس وعلاقتهما ببعض المتغيرات، كما تناولت الفروق في التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس تبعاً للجنس والتخصص والسنة الدراسية. وقد استثمرت هذه الدراسات في هذا البحث من الناحية المنهجية، حيث سّرت تحديد مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وفرضياته، وكذلك في الناحية الميدانية فقد ساعدت في إعداد مقياسي البحث وتطبيقهما. وقد تشابه البحث الحالي مع الدراسات السابقة المذكورة آنفاً في اختيار المرحلة العمرية للعينة وهي المرحلة الممتدة بين المراهقة المتأخرة وبداية الرشد، وفي متغيرات البحث المستهدفة: السنة الدراسية، والجنس. في

حين اختلف البحث الحالي بدراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس، ودراسة الفروق في التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس تبعاً لمتغيري السنة الدراسية، والجنس لدى عينة من طلبة كلية التربية في البيئة السورية.

وبناءً على ما تقدم يمكن القول إن هذه الدراسة قد تسهم في إعداد قاعدة معرفية وبحثية لإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية حول موضوع التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس، ولاسيما على صعيد إعداد البرامج وتطبيقها للحد من التسويق الأكاديمي من جهة والعمل على تنمية الثقة بالنفس لدى الطلبة من جهة أخرى.

9. منهج البحث

اعتمد في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح الظاهرة وخصائصها؛ كما يهتم بدراسة العلاقات بين الظواهر وتحليل تلك الظواهر والتعمق فيها لمعرفة الارتباطات الداخلية في هذه الظواهر والارتباطات الخارجية بينها وبين الظواهر الأخرى (عباس ونوفل والعبسي وأبو عواد، 2007، 75).

10. مجتمع البحث

يتكون المجتمع الأصلي من جميع طلبة السنتين (الأولى والرابعة) في قسم علم النفس في كلية التربية - جامعة دمشق للعام الدراسي 2015-2016؛ والذي بلغ عددهم (825) طالباً وطالبة؛ (529) سنة أولى و(296) سنة رابعة. تم الحصول على هذا العدد من قسم شؤون الطلاب في كلية التربية - جامعة دمشق.

11. عينة البحث

اعتمد في سحب العينة الطريقة العشوائية الميسرة من بين أفراد المجتمع الأصلي للبحث (طلبة السنة الأولى والرابعة قسم علم النفس-جامعة دمشق) في محافظة دمشق، وهي العينة التي يختارها الباحث من

الأفراد الذين يسهل الوصول إليهم أو الأفراد الذين يقابلهم بالصدفة، أو الأفراد الذين يشعر أنهم لن يرفضوا الاشتراك في العينة (عباس وآخرون، 2007، 228)؛ حيث لم يمكّن عدد الطلبة المداومين من تحقيق منهجية السحب العشوائي المنظم للعينة، ولا سيما ضمن ظروف التطبيق المتاحة. بلغ عدد الطلاب المشاركين (118) طالباً وطالبة، (79) سنة أولى (أي ما نسبته 14.93 %) و(39) سنة رابعة (أي ما نسبته 13.18 %).

12. حدود البحث

12-1- حدود بشرية: طُبقت أدوات البحث على عينة من طلبة السنة الأولى والرابعة من اختصاص علم النفس في كلية التربية بجامعة دمشق.

12-2- حدود مكانية: طُبقت الاختبارات في كلية التربية في جامعة دمشق.

12-3- حدود زمنية: استغرق تطبيق المقياسين من 12\4\2016 حتى 3\5\2016، في الفصل الدراسي الثاني لعام 2015-2016.

12-4- حدود علمية: تتمثل في دراسة العلاقة بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس باعتماد مقياس أعدت لهذا الغرض.

13. أدوات البحث

1.13 مقياس التسويق الأكاديمي Academic Procrastination

أعدَّ المقياس بصورته الأولى من قبل الباحثين بعد مراجعة العديد من الأطر النظرية والدراسات السابقة، وكذلك المقاييس المعدة لقياس التسويق الأكاديمي كمقياس (فيصل وصالح، 2016) و(السلبي، 2015) و(أبو غزال، 2012) و(العنزي والدغيم، 2003).

يتألف المقياس من (25) عبارة تكشف عن مدى استخدام الطلبة للتسويق الأكاديمي، تم تدرجها وفق سلم ليكرت الخماسي ببدائل هي (بدرجة كبيرة جداً، بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة منخفضة، بدرجة منخفضة جداً)، وأعطيت الإجابات الخمس السابقة العلامات من (5، 4، 3، 2، 1)

في حال العبارات الإيجابية، أما في حال العبارات السلبية، فكانت النتائج بالترتيب كالتالي: (1، 2، 3، 4، 5).

13-1-1- دراسة الصدق والثبات

أولاً. ثبات المقياس

حُسب ثبات المقياس باستخدام طريقة إعادة تطبيق المقياس: حيث طُبِّقَ المقياس على عينة مكونة من (50) طالباً وطالبة، وبعد مضي أسبوعين أعيد تطبيق الاختبار على الأفراد أنفسهم. كما حُسب الثبات أيضاً باستخدام طريقة التجزئة النصفية (حساب الارتباط بين درجات العبارات الفردية ودرجات العبارات الزوجية للمقياس)، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول (1)

معاملات ثبات مقياس التسوييف الأكاديمي بطريقتي إعادة تطبيق المقياس والتجزئة النصفية

الدرجة الكلية	عدد أفراد العينة	الثبات بالإعادة	الثبات بالتجزئة النصفية
50	**0.642	**0.736	

يوضح الجدول (1) قيمة معامل الثبات بالإعادة باستخدام معامل بيرسون 0.642^{**} وهو ثبات عالٍ. ويوضح أيضاً قيمة معامل الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية 0.736^{**} والتي تم فيها استخدام صيغة سبيرمان وبراون وهو أيضاً ثبات عالٍ ودال عند مستوى 0.01 .

ثانياً. صدق المقياس

1. صدق المحكمين: عُرض المقياس على عدد من المحكمين في جامعة دمشق. وبناءً على ملاحظاتهم، عُدلت العبارات التي لم تحظَ بنسبة اتفاق (75%) فأكثر. وفيما يلي عرض للعبارات التي عُدلت موضحة في الجدول (2):

الجدول (2): العبارتان اللتان عدلتا بعد التحكيم في مقياس التسوييف الأكاديمي

رقم	الصيغة الأولى	الصيغة النهائية	سبب التعديل
14	أعتقد أنني نادراً ما أهي عملاً حتى آخره.	نادراً ما أهي عملاً حتى آخره.	أكثر وضوحاً نسبة الاتفاق (75%)

أحاول أن أجد ل نفسي أهداراً تبرر عدم قيامي بأداء الواجبات الدراسية المطلوبة مني.	أجد ل نفسي أهداراً تبرر عدم قيامي بأداء الواجبات الدراسية المطلوبة مني.	أكثر وضوحاً نسبة الاتفاق (75%)	24
--	---	-----------------------------------	----

2. صدق التكوين: بالنسبة لصدق التكوين، جاءت النتائج كالتالي:

بلغت قيمة الارتباط بين عبارات الاختبار والدرجة الكلية للاختبار ($0.315^* - 0.667^*$)، وبناءً على هذه النتائج حذفت العبارتان ضعيفتا الارتباط وهما العبارتان (9، 16). وبما أن قيم الارتباط دالة، فيمكن القول بأن للمقياس صدق تكوين.

3. الصدق الذاتي: يقاس بالجذر التربيعي لمعامل ثبات الاختبار. وبما أن معامل ثبات الاختبار 0.642^{**} فالجذر التربيعي له 0.80 ، وهو دال، مما يشير إلى صدق ذاتي للمقياس.

4. الصدق التمييزي: في هذا النوع من الصدق تُقسَّم درجات الاختبار إلى مستويين لانتقاء مجموعتين متطرفتين من المفحوصين في ضوء درجاتهم الكلية في الاختبار. ويمكن أن تتكون هاتان المجموعتان المتطرفتان من أولئك الذين ينتسبون إلى الربيع الأعلى وإلى الربيع الأدنى. وبعد تحديد المجموعتين المتضادتين، تتم المقارنة بين أداء المفحوصين لمعرفة دلالة الفروق باستخدام اختبار "ت" (أبو حطب وعثمان وصادق، 2003، 146-147)، فإذا تم التوصل إلى إيجاد فروق ذات دلالة إحصائية عالية بين تلك المجموعتين الطرفيتين، يُستنتج أن للمقياس القدرة على التمييز بين الأفراد مما يعني أنه صادق (عوض 1998، 238). ولحساب هذا الصدق بدلالة الفرق الطرفية، قُسمت عينة الصدق إلى فئتين، الفئة العليا التي تمثل الربيع الأعلى (أعلى 25% من الدرجات) والفئة الدنيا التي تدل على الربيع الأدنى (أدنى 25% من الدرجات)، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (3): الصدق التمييزي لمقياس التسويق الأكاديمي

القرار	القيمة الاحتمالية	درجة الحرية	t	الانحراف المعياري	المتوسط	N	المجموعة	
دالة	0.000	22	10.65	8.51	95.33	12	الفئة الدنيا	التسويق
				9.26	101.16	12	الفئة العليا	الأكاديمي

يلاحظ من الجدول السابق وجود فروق بين الفئتين العليا والدنيا، إذ كانت القيم الاحتمالية أصغر من مستوى الدلالة 0.05، وكان الفرق لصالح المجموعة العليا، وهذا يشير إلى أن الاختبار صادق بدلالة الفروق الطرفية.

2.12 مقياس الثقة بالنفس Self-Confidence

أعدَّ المقياس بصورته الأولى من قبل الباحثين بعد مراجعة العديد من الأطر النظرية والدراسات السابقة، وكذلك المقاييس المعدة لقياس الثقة بالنفس كمقياس (الركابي، 2000) و(العنزي، 2003) و(السقاف، 2007) و(الطائي، 2007). يتألف المقياس من (35) عبارة تكشف عن مدى امتلاك الأفراد للثقة بالنفس، تم تدرجها وفق سلم ليكرت الخماسي ببدائل هي (بدرجة كبيرة جداً، بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة، بدرجة قليلة جداً)، وأعطيت الإجابات الخمس السابقة العلامات من (5، 4، 3، 2، 1) في حال العبارات الإيجابية، أما في حال العبارات السلبية، فكانت النتائج بالترتيب كالتالي: (1، 2، 3، 4، 5).

1.2.13 دراسة الصدق والثبات

أولاً. ثبات المقياس

حُسب ثبات المقياس باستخدام طريقة إعادة تطبيق المقياس، حيث طُبِّق المقياس على عينة مكونة من (50) طالباً وطالبة، وبعد مضي أسبوعين أعيد تطبيق الاختبار على الأفراد أنفسهم. كما حسب الثبات أيضاً باستخدام طريقة التجزئة النصفية (حساب الارتباط بين درجات العبارات الفردية ودرجات العبارات الزوجية للمقياس)، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

الجدول (4): معاملات ثبات مقياس الثقة بالنفس بطريقتي إعادة تطبيق المقياس والتجزئة النصفية

الدرجة الكلية	عدد أفراد العينة	الثبات بالإعادة	الثبات بالتجزئة النصفية
	50	**0.712	**0.793

يوضح الجدول (4) قيمة معامل الثبات بالإعادة باستخدام معامل بيرسون 0.712^{**} وهو ثبات عالٍ. ويوضح أيضاً قيمة معامل الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية 0.793^{**} والتي تم فيها استخدام صيغة سبيرمان براون وهو أيضاً ثبات عالٍ ودال عند مستوى 0.01.

ثانياً. صدق المقياس

1. صدق المحكمين: عُرض المقياس على عدد من المحكمين في جامعة دمشق، ولم يتم اقتراح أي ملاحظة على هذا المقياس.
2. صدق التكوين: بالنسبة لصدق التكوين جاءت النتائج كالتالي: بلغت قيمة الارتباط بين عبارات الاختبار والدرجة الكلية للاختبار $(-0.276^* - 0.568^*)$. وبناءً على هذه النتائج حذفت العبارتان ذواتا الارتباط الضعيف، وهما العبارتان رقم (15 و 22). كانت قيم الارتباط بين عبارات الاختبار والدرجة الكلية دالة، مما يدل على أن للمقياس صدق تكوين.
3. الصدق الذاتي: يقاس بالجذر التربيعي لمعامل ثبات الاختبار؛ وبما أن معامل ثبات الاختبار 0.712^{**} فالجذر التربيعي له 0.82 ، وهو دال مما يشير إلى صدق ذاتي للمقياس.
4. الصدق التمييزي: لحساب هذا النوع من الصدق، قُسمت عينة الصدق إلى فئتين، الفئة العليا التي تمثل الربع الأعلى (أعلى 25% من الدرجات) والفئة الدنيا التي تدل على الربع الأدنى (أدنى 25% من الدرجات)، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (5): الصدق التمييزي لمقياس الثقة بالنفس

المجموعة	N	المتوسط	الانحراف المعياري	t	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	القرار
الثقة بالنفس	12	127.32	8.35	9.36	22	0.000	دالة
	12	131.51	9.28				

يلاحظ من الجدول السابق أن هناك فروق بين الفئتين العليا والدنيا، إذ كانت القيم الاحتمالية أصغر من مستوى الدلالة 0.05 ، وكان الفرق لصالح المجموعة العليا، وهذا يشير إلى أن الاختبار صادق بدلالة الفروق الطرفية.

14. تحليل النتائج ومناقشة الفرضيات

1.14 سؤالاً البحث

السؤال الأول: ما مستوى التسوييف الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث؟

حُسب مستوى التسوييف الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث وفق الآتي:

الدرجة المرتفعة = المتوسط + الانحراف المعياري

الدرجة المنخفضة = المتوسط - الانحراف المعياري

الدرجة المتوسطة: وهي القيم المحصورة بين قيمتي الدرجة المنخفضة والدرجة المرتفعة.

وقد كانت النتائج كالآتي:

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لمستوى التسوييف

الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث، حيث بلغ المتوسط الكلي للعينة 96.34، والانحراف

المعياري 8.73

النسبة	العدد	العلامة	المتوسط	
13.18	34	105 فما فوق	107.54	الدرجة المرتفعة
64.37	66	104 - 89	95.16	الدرجة المتوسطة
22.45	18	88 فما دون	79.37	الدرجة المنخفضة

يتبين من الجدول (6) أن مستوى التسوييف الأكاديمي لدى أفراد عينة البحث كان بدرجة متوسطة. تختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من: (صالح وصالح، 2013) التي توصلت إلى أن ليس لدى طلبة كلية التربية تسوييف أكاديمي، و(بلكيس ودورو، 2009) التي توصلت إلى أن (23%) من عينة الدراسة كشفوا عن مستوى مرتفع من التسوييف الأكاديمي، و(27%) منهم كشفوا عن مستوى متوسط من التسوييف الأكاديمي، و(أوزر وديمير وفيراري، 2009). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (السلمي، 2015) التي توصلت إلى أن مستوى التسوييف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة كان بدرجة متوسطة، ودراسة (أبو غزال، 2012) التي توصلت إلى أن (25.2%) من الطلبة ذوي التسوييف المرتفع و(57.7%) من ذوي التسوييف المتوسط و(17.2%) من ذوي التسوييف المتدني. وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن المناهج العامة المقدمة للطلبة في كلية التربية تتسم بشيءٍ من الجمود والروتين، بالإضافة إلى طول اليوم الدراسي

وكثافة المنهاج وضغط الواجبات الدراسية والمنزلية، مما يقلل من دافعية الإنجاز لدى الطلبة، وبالتالي يزداد اللجوء إلى التسويق الأكاديمي. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ مغريات الحياة (كالإنترنت، وأجهزة الخليوي، والفضائيات، ومواقع التواصل الاجتماعي) تلعب دوراً في جعل الطلاب يسوّفون، وهي متوافرة بكل سهولة ويسر ومتاحة للجميع متى شاؤوا، ويتعرض لها الجميع ذكوراً وإناثاً وفي أي مرحلة من المراحل التعليمية المختلفة.

السؤال الثاني: ما مستوى الثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث؟

كانت النتائج كالآتي:

الجدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لمستوى الثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث، حيث بلغ المتوسط الكلي للعينة 132.69، والانحراف المعياري 9.95.

الدرجة	المتوسط	العلامة	العدد	النسبة
الدرجة المرتفعة	155.45	142 فما فوق	31	18.60 %
الدرجة المتوسطة	131.72	141 - 124	64	66.05 %
الدرجة المنخفضة	102.30	123 فما دون	23	15.35 %

يتبين من الجدول (7) أن مستوى الثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث كان بدرجة متوسطة. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (السقاف، 2007) التي توصلت إلى أن مستوى الثقة بالنفس لدى طلبة الجامعة كان بدرجة متوسطة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (الطائي، 2007) التي توصلت إلى أن مستوى الثقة بالنفس لدى طلبة الجامعة كان بدرجة جيدة. وقد يعزى السبب في ذلك إلى طبيعة المرحلة التي يعيشها الطلبة والتي تعتبر مصيرية كونها تبني لهم مستقبلاً مهنيًا وعلميًا، ومن جهة أخرى ضرورة كسب هذه السمة التي تعتبر مفتاح النجاح، كون الثقة بالنفس تعد دافعاً نحو المثابرة والاجتهاد من أجل النجاح وتحقيق المستقبل، بالإضافة إلى أن الطلبة قد مرت عليهم ظروف اجتماعية واقتصادية وعانوا من سوء الأوضاع وويلات الحرب والحزن فأكسبتهم هذه الظروف قوة وزادت من ثقتهم بأنفسهم وضرورة الاعتماد على الذات.

2.14 فرضيات البحث

استخدم البرنامج الإحصائي SPSS 20 لتحليل النتائج، وكانت كالآتي:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس لدى أفراد عينة البحث. ولاختبار هذه الفرضية، حُسب معامل ارتباط بيرسون؛ ويوضح الجدول الآتي النتائج المتعلقة بهذه الفرضية:

الجدول (8): نتائج حساب العلاقة بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس

الثقة بالنفس		
- 0.392*	معامل ارتباط بيرسون	التسويق الأكاديمي
0.010	مستوى الدلالة (أحادي)	
118	العينة	

يتبين من الجدول (8) أن قيمة معامل الارتباط بين درجات التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس بلغت (-0.392^*) لدى أفراد عينة البحث. وعليه، تُقبل الفرضية التي تنص على "وجود علاقة ارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس"، وقد كانت هذه العلاقة سالبة، أي كلما انخفضت الثقة بالنفس زاد التسويق الأكاديمي. تتفق هذه النتيجة مع دراسة (العززي والدغيم، 2003) التي أكدت على وجود علاقة سلبية بين التسويق الدراسي والثقة بالنفس. وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن الأشخاص المسوقين لديهم مفهوم سلبي عن ذواتهم وثقة منخفضة بأنفسهم وقدراتهم، وبالتالي لا يسعون لإنجاز ما يوكل إليهم من أعمال وواجبات في أوقاتها، وليس لديهم القدرة على الاستمرار فيما يمارسونه من عمل ويهابون مواجهة العوائق والصعوبات، ولا يجوبون التحدي والمنافسة مع الآخرين؛ حيث يؤثر أسلوب التفكير هذا على ثقتهم بأنفسهم التي تعد من العوامل المؤثرة والدافعة لاستخدام الطلبة للتسويق الأكاديمي. بكلام آخر، تؤثر الكيفية التي يدرك بها الفرد ذاته في الطريقة التي يسلك بها أو يفكر بها.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير السنة الدراسية، ويوضح الجدول (9) النتائج المتعلقة بهذه الفرضية:

الجدول (9): الفروق في التسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت) (t-test)	د.ح	ع	م	ن		
دال عند مستوى دلالة 0.05	.000	4.932	116	8.7	97.13	79	السنة الأولى	التسويق الأكاديمي
				9.5	99.54	39	السنة الرابعة	

يتبين من الجدول (9) أن $p < \alpha = (0.05)$ ، وهذا يعني قبول الفرضية لتبقى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير السنة الدراسية، لصالح طلاب السنة الرابعة. تختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من (الربيع وآخرون، 2014) و(السلمي، 2015) و(بلقيس ودورو، 2009) و(أوزر ودبمر وفيزاري، 2009)، بينما تتفق مع دراستي (أبو غزال، 2012) و(يونغ، 2010). وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن طلاب السنة الأولى يتمتعون بالحماس والدافعية والنشاط الذي يدفعهم إلى إنجاز واجباتهم في الوقت المحدد وبكفاءة عالية. ويرتكز هذا الأمر على العادات والأساليب التي كانوا يتبعونها في المراحل الدراسية السابقة، ولاسيما في السنة الأخيرة من المرحلة الثانوية التي حصلوا بنتيجتها على الشهادة الثانوية، والتي تطلبت منهم التركيز والجهد المستمرين والإحساس العالي بالمسؤولية للحصول على شهادة الثانوية بمعدل عالٍ. أما طلاب السنة الرابعة فيبدو أن الدافعية لإنجاز الواجبات في الوقت المناسب قد انخفضت، وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن هؤلاء الطلاب قد تعودوا على أسلوب أداء واجباتهم بأسلوب يتميز بأنه تأجيلي.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس، ويوضح الجدول (10) النتائج المتعلقة بهذه الفرضية:

الجدول (10): الفروق في التسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير الجنس

الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت) (t-test)	د.ح	ع	م	ن		
دال عند مستوى دلالة 0.05	.000	6.54	116	8.85	97.38	99	إناث	التسويق الأكاديمي
				9.22	98.26	19	ذكور	

يتبين من الجدول (10) أن $(0.05) = \alpha < p$ ، وهذا يعني قبول الفرضية السابقة لتبقى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس، لصالح الذكور. تختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من (أبو غزال، 2012) و(صالح وصالح، 2013) و(الربيع وآخرون، 2014) و(آركان، 2011)؛ وتتفق مع دراسة كل من (براونلو وريزنجر، 2000) و(بلقيس ودورو، 2009) و(أوزر وديمير وفيراري، 2009) و(يونغ، 2010). وقد يعزى السبب في ذلك إلى انشغال الذكور بأمور وأعمال تلهيهم عن إنجاز واجباتهم الدراسية في وقتها المحدد واضطرارهم إلى التأجيل والتسويق، ومنها على سبيل المثال الانشغال بالمباريات الرياضية أو الانخراط في النوادي الرياضية أو مصاحبة الأقران والمشاركة معهم في أنشطة خارج المنزل، أو في بعض الحالات اضطرار بعض الذكور للعمل لمساعدة أنفسهم أو أهاليهم؛ مما يؤثر على قيامهم بواجباتهم الدراسية بالكفاءة المطلوبة وفي الوقت المحدد. وهناك بعض الحالات من التسويق والتأجيل التي قد تعود لميل الشباب الذكور للبقاء أطول فترة ممكنة في الجامعة، مما يتيح لهم تأجيل سوقهم إلى الخدمة العسكرية ولا سيما في ظل الظروف الاستثنائية التي تمر بها البلاد حالياً.

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغير السنة الدراسية، ويوضح الجدول (11) النتائج المتعلقة بهذه الفرضية:

الجدول (11): الفروق في الثقة بالنفس تبعاً لمتغير السنة الدراسية

الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت) (t-test)	د.ح	ع	م	ن	
غير دال عند مستوى دلالة	.542	.357	116	9.63	134.58	79	الثقة السنة الأولى
				10.56	136.34	39	الثقة السنة الرابعة

يتبين من الجدول (11) أن $(0.05) = \alpha > p$ ، وهذا يعني رفض الفرضية لتصبح: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء طلبة علم النفس على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغير السنة الدراسية. تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (الطائي، 2007) و(الركابي، 2000) و(السقاف،

2007). وقد يعزى السبب في ذلك إلى تشابه الظروف الثقافية والاجتماعية لطلبة السنتين الأولى والرابعة، وتعرضهم لأساليب تنشئة اجتماعية متقاربة، بالإضافة إلى تعرضهم لمقررات دراسية وأنشطة ومواقف تعليمية وخبرات وأساليب تدريس وتعزيز وتقويم متقاربة.

الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغير الجنس. يوضح الجدول (12) النتائج المتعلقة بهذه الفرضية:

الجدول (12): الفروق في الثقة بالنفس تبعاً لمتغير الجنس

الدلالة	القيمة الاحتمالية	قيمة (ت) (t-test)	د.ح	ع	م	ن	
غير دال عند مستوى دلالة 0.05	.531	4.57	116	10.13	135.37	99	إناث
				9.40	133.59	19	ذكور

يتبين من الجدول (12) أن $p > \alpha = (0.05)$ ، وهذا يعني رفض الفرضية السابقة لتصبح: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغير الجنس. تختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من (تافاني ولوش، 2003) و(ماري، 2009) و(الركابي، 2000) و(ليترز وسامويلسن ولورا، 2014) و(رضائي، 2012)؛ بينما تتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (العنزي، 2001) و(الطائي، 2007) و(السقاف، 2007) و(إينرسون وسنتياغو، 1998). وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن كلاً من الذكور والإناث يمرون بمرحلة نضج عقلي متقاربة، ويتعرضون لأساليب تنشئة متشابهة ومقررات دراسية وطرائق تدريس ونظم تقويم واحدة، كما يتعرضون لخبرات ومواقف تعليمية واحدة، كما أن الفروق في القدرات العقلية والعمليات المستندة إليها يمكن أن تكون بين فرد وآخر بغض النظر عما إذا كان ذكراً أم أنثى.

15. مقترحات البحث

15-1- استخدام أعضاء الهيئة التدريسية للأساليب المشوقة في تناول الموضوعات الدراسية، وتحفيز الطلبة معرفياً وسلوكياً من خلال المكافآت والتعزيزات الإيجابية، وذلك للحد من ظاهرة التسويق

الأكاديمي، بالإضافة لعقد ورش العمل والبرامج النفسية والتربوية الهادفة نحو تشجيع الطلبة المسوفين دراسياً ورفع روحهم المعنوية ودافعيتهم الأكاديمية.

15-2- تعزيز دور الإرشاد التربوي والنفسي الجامعي في التوجه نحو مساعدة الطلبة المسوفين وتطوير إمكانياتهم في مواجهة وحل الضغوط النفسية التي يعانون منها؛ وتصميم خطط وبرامج إرشادية تستهدف خفض ظاهرة التسويف الأكاديمي لدى طلبة الجامعة، انطلاقاً من خطورة هذه الظاهرة وانعكاساتها السلبية على الطالب الجامعي.

15-3- ضرورة الاهتمام بتعزيز الثقة بالنفس لدى طلبة الجامعة، وتوفير بيئة تعليمية تتيح للطلبة حرية المشاركة والتعبير وتبادل الأفكار، وتوفير فرص المسؤولية الذاتية، وتعزيز فرص الاستقلال والاعتماد على الذات.

15-4- استثمار نتائج البحث في إعداد برامج لتنمية الثقة بالنفس لدى الطلبة في المراحل التعليمية كافة.

15-5- إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول التسويف الأكاديمي والثقة بالنفس بالبحث والتقصي من حيث دورهما في التحصيل الدراسي، ودور الضغوط النفسية ومفهوم الذات والقلق الاجتماعي وأساليب المعاملة الوالدية فيهما.

المراجع

المراجع العربية

- أبو ازريق، محمد؛ جرادات، عبد الكريم (2013). أثر تعديل أثر تعديل العبارات الذاتية السلبية في تخفيض التسويق الأكاديمي وتحسين الفاعلية الذاتية الأكاديمية، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد 9، عدد 1. ص 15-27.
- أبو حطب، فؤاد؛ وعثمان، سيد؛ وصادق، آمال (2003). التقييم النفسي. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- أبو غزال، معاوية (2012). التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد 8، عدد 2، ص 131-149.
- أسعد، يوسف (2000). الثقة بالنفس، دار النهضة، القاهرة، مصر.
- الربيع، فيصل؛ شواشرة، عمر؛ حجازي، تغريد (2014). التسويق الأكاديمي وعلاقته بأساليب التفكير لدى الطلبة الجامعيين في الأردن، المنارة، المجلد 20، العدد 1، ص 199-235.
- الركابي، نضال (2000). مستوى الطموح وعلاقته بالثقة بالنفس لدى طلبة كلية التربية بالجامعة المستنصرية، رسالة ماجستير، بغداد.
- السقاف، منال (2007). الثقة بالنفس وانفعال الغضب لدى عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز وجامعة أم القرى، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية.
- السلمي، طارق (2015). مستوى التسويق الأكاديمي والدافعية الذاتية والعلاقة بينهما لدى طلاب كليات مكة المكرمة والليث في المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد 16 العدد 2، ص 639-664.
- صالح، علي؛ وصالح، زينة (2013). التسويق الأكاديمي وعلاقته بإدارة الوقت لدى طلبة كلية التربية، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد 38، الجزء 2، ص 243-271.
- الطائي، أنوار (2007). الثقة بالنفس وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة كلية التربية في جامعة الموصل، مجلة التربية والعلم، المجلد 14، العدد 1، ص 293-312.
- العمر، بدر (2000). علاقة الدافعية نحو العمل ببعض المتغيرات الشخصية والوظيفية لدى الموظفين في دولة الكويت، مجلة مركز البحوث التربوية، العدد 17.

- العنزي، سعود (2003). الثقة بالنفس ودافع الإنجاز لدى عينة من الطلاب المتفوقين دراسياً والعاديين في المرحلة المتوسطة بمدينة عرعر، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- العنزي، فريح (2001). المكونات الفرعية للثقة بالنفس والخجل دراسة عاملية ارتباطية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 29، العدد 3، الكويت، ص ص 47-77.
- العنزي، فريح؛ والدغيم، محمد (2003). سلوك التسويف الدراسي وعلاقته ببعض متغيرات الشخصية لدى طلاب كلية التربية الأساسية بالكويت، مجلة كلية التربية بجامعة المنصورة، العدد 52، الجزء الثاني، ص ص 101-137.
- عباس، محمد خليل؛ ونوفل، محمد؛ والعبسي، محمد؛ وأبو عواد، فريال (2007). مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبود، محمد (2016). العلاقة بين ضغوط الحياة والتسويف الأكاديمي لدى طلبة جامعة عجلون الوطنية في الأردن، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 30 (3)، ص ص 641-662.
- عوض، عباس (1998). القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. السويس: دار المعرفة الجامعية.
- فيصل، سناء؛ صالح، علي (2016). أنماط التسويف وعلاقتها بالكفاية الذاتية المدركة لدى الطلبة الفاشلين دراسياً، مجلة أماراباك، المجلد 7، العدد 22، ص ص 151-174.
- كارول، أرنولد (2009). قوة الثقة بالنفس، الطبعة 1، مكتبة الهلال، القاهرة، مصر.
- المشعان، عويد (1999). دافع الإنجاز وعلاقته بالقلق والاكتئاب والثقة بالنفس لدى الموظفين الكويتيين وغير الكويتيين في القطاع الحكومي، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية 20، الرسالة 139.
- هميسة، بدر عبد الحميد (2010). فقدان الثقة بالنفس - الأسباب والعلاج، دار الفاروق، القاهرة، مصر.

المراجع الأجنبية

- Baggerly, J. and Max, O (2005). Child-centered group play with African American boys at the elementary school level. **Journal of counseling and development** 83(4), 387-396.
- Balkis, M. and Duru, E. (2009). Prevalence of academic procrastination behavior among pre-service teachers, and its relationship with demographics and individual preferences. **Journal of Theory and Practice in Education** 5, 18-32.
- Brownlow, S. and Reasinger, R.D. (2000). Putting off until tomorrow what is better done today: Academic procrastination as a function of motivation toward college work. Ferrari, J.R. & Pychyl, T.A. (Ed.). Procrastination: Current Issues and New Directions. [Special Issue]. **Journal of Social Behavior and Personality** 15(5), 15-34.
- Einarson, Marne K.; Santiago, and Anna M. (1998): "Background characteristics as predictors of academic self-confidence and academic self-efficacy among graduate science and engineering students: An exploration of gender and ethnic differences". **Research in Higher Education** 39(2), 163-198.
- Hanton, S. and Mellalieu, S.D. (2007). Self-confidence in decision making. **Psychology of Sport and Exercise** 4, p.p. 477-495.
- Litzler, E., Samuelson, C.C., and Lorah, J.A. (2014): Breaking it Down: Engineering Student STEM Confidence at the

- Intersection of Race-Ethnicity and Gender, **Res High Educ** 55, 810-832.
- Marie, A. (2009). Modeling the effect of diversity experiences and multiple capitals on Latina College students` academic self-confidence. **Journal of Hispanic Higher Education** 8, 179-196.
 - Özer, B., Demir, A., and Ferrari, J. (2009). Exploring academic procrastination among Turkish students: Possible gender differences in prevalence and reasons. **The Journal of Social Psychology** 149, 241-257.
 - Pasveer, K. (1997). Validating a measure of self-trust: The role-regulated attachment processes. Poster at the Anvil conference of the international network on personal relationship, Oxford, Britain.
 - Rezaei, A. (2012): Can self-efficacy and self-confidence explain Iranian female students' academic achievement? **Gender and Education** 24(4), 393-409.
 - Şirin, E.F. (2011). Academic procrastination among undergraduates attending school of physical education and sports: Role of general procrastination, academic motivation and academic self-efficacy. **Educational Research and Reviews** 6 (5), 447-455.
 - Tavani, C.M. and Losh, S.C. (2003). Motivation, self-confidence, expectations as predictors of the academic performances among our high school students. **Child Study Journal** 33, 141-151.

- Tuckman, B. (1991). The development and concurrent validity of the procrastination scale. **Educational and Psychological Measurement** 51 (2), 473-480.
 - Wolters, C. (2003). Understanding Procrastination from a Self-Regulated Learning Perspective. **Journal of Educational Psychology** 9(1), 179-187.
- Yong, F. (2010). A Study on the Assertiveness and Academic of English and Communication Students at a Procrastination Private University in Malaysia. *Educational Research and Reviews* 6 (5), 447-455.

<< وصل هذا البحث إلى المجلة بتاريخ 2016/11/20، وصدرت الموافقة على نشره بتاريخ 2017/1/24 >>