

القدرة التنبؤية لمنظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك

فيصل خليل الربيع

كلية العلوم التربوية - جامعة اليرموك

faisal.khalil@yu.edu.jo

رهام ادعار بني خالد

باحثة مستقلة

reham.bani.khalid@gmail.com

الملخص:

هدفت الدراسة للكشف عن القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك، كذلك معرفة فيما إذا كان مستواهما يختلف باختلاف متغيرات: الجنس، والتخصص الأكاديمي، والسنة الدراسية، وتم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي لدى عينة تكونت من (700) طالب، وطالبة من طلبة جامعة اليرموك، بينت نتائج الدراسة أن الحاضر الحتمي هو البعد الأكثر انتشاراً لدى أفراد عينة الدراسة، يليه بعد الحاضر الممتع، يليه بعد الماضي السلبي، ثم بعد الماضي الإيجابي، بينما جاء بعد المستقبل في المرتبة الأخيرة. وأشارت النتائج إلى أن أبعاد منظور زمن المستقبل تفسر ما نسبته (19,4%) من التباين في مستوى التسويق الأكاديمي، يليه الحاضر الإيجابي، وفسر (2,5%)، ثم الماضي السلبي (2,1%)، وأخيراً المستقبل، وفسر (1,3%).

الكلمات المفتاحية: التسويق الأكاديمي، منظور زمن المستقبل، جامعة اليرموك.

The Predictive Ability of the Future Time Perspective of Academic Procrastination Among Yarmouk University Students

Riham Athaar Bani Khalid
Independent Researcherreham.bani.khalid@gmail.comFaisal Khalil Al-Rabee
Faculty of Educational Sciences – Yarmouk Universityfaisal.khalil@yu.edu.jo

Abstract:

The study aimed to reveal the predictive ability of the dimensions of the future tense perspective on academic procrastination among Yarmouk University students, as well as to determine whether their level differs according to the variables of gender, academic specialization, and academic year. The descriptive correlational approach was used among a sample consisting of (700) male and female students from Yarmouk University. The results showed that the inevitable present is the most widespread dimension among the particebants, followed by the enjoyable present dimension, followed by the negative past dimension, then the positive past dimension, lastly the future dimension. The results also indicated that the dimensions of the future tense perspective explain a (19.4%) of the variance in the level of academic procrastination, followed by the positive present, which (2.5%), then The negative past (2.1%), and finally the future and its interpretation (1.3%).

Keywords: : Academic Procrastination, Future Tense Perspective, Yarmouk University.

المقدمة

يشكل التسويف عائقاً دون تحقيق التقدم، وتحقيق الأهداف التي يطمح الطالب إلى تحقيقها على المدى البعيد، حيثُ يعتبر (60%) من طلاب الجامعات أن التسويف الأكاديمي عادةً خطيرة لا بدّ فيها من اللجوء للمساعدة من المختصين؛ للتغلب عليها (Knaus, 2002)، كما يرتبط التسويف الأكاديمي بالتركيز على الحاضر، أو الماضي بدلاً من التركيز على المستقبل، ويمكن أن يعتبر الإطار الزمني الذي يمتلكه الفرد أحد سمات التسويف الأكاديمي (Wang & Sun, 2023).

التسويف الأكاديمي Academic Procrastination

يعود تاريخ ظهور مفهوم "التسويف الأكاديمي" إلى أواخر القرن السادس عشر من الكلمة اللاتينية (procrastination)، التي تتكون من مقطعين: الأول (pro)، والذي يعني (الغد)، والثاني (Crastinate)، والذي يعني (فيما بعد)؛ أي أن المعنى الحرفي للكلمة هو فيما بعد الغد، (pearsall, 1998).

عرف كاجان (Kagan, 2009) التسويف الأكاديمي "بأنه: أحد العقبات التي تواجه الطلبة عند محاولة إنجاز الأعمال المطلوبة منهم في الوقت المحدد. بينما عرفه (Basco, 2010) على أنه: شعور مريح، ويساعد على الراحة في الواقع، لكنه يصاحبه الشعور بالقلق، والتوتر، وتأنيب الضمير، وعند تكرار هذا السلوك فإنه يصبح سمة شخصية لدى الأفراد المسوفين. كما يمكن تعريف "التسويف الأكاديمي" بأنه: القيام بفعل متعمد، وبشكل متكرر من قبل الطالب؛ لتأخير إنجاز أي عمل أكاديمي، وقد يرجع هذا التسويف إلى عوامل داخلية، أو خارجية (sukma & Fauzi, 2023).

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف التسويف الأكاديمي بأنه: سلوك سلبي يتمثل بالتأخير المتكرر، وعدم القيام بالمهام، والواجبات الأكاديمية يصاحبه مشاعر سلبية؛ ونتيجة ذلك يصبح الفرد تحت الضغط؛ نتيجة الشعور بالقلق، وعدم الارتياح الذي يصاحب سلوك التسويف الأكاديمي.

أشارت العديد من الأبحاث إلى أبعاد التسويف الأكاديمي، والتي تتمثل في خمسة أبعاد أساسية: تسويف عام، تسويف أكاديمي، اتخاذ قرار التسويف، التسويف العصبي، والتسويف غير الوظيفي (Balkis, 2007). كما ذكر كاجان (kagan, 2009) "بعدين آخرين للتسويف الأكاديمي تتمثل في: التسويف المزمن، والتسويف الظرفي، وصنف كاجان "التسويف الأكاديمي في نطاق التسويف الظرفي الذي يشمل عوامل مثل: (البيئة الدراسية، واسلوب المدرس، ودرجة صعوبة المهمة).

يوجد نوعان من الأشخاص الذين يغلب عليهم طابع التسويف الأكاديمي، هما:

- **المسوف السلبي:** هو الشخص غير القادر على إنجاز الأعمال المطلوبة منه، وغير القادر على اتخاذ القرارات، وهو بمعنى آخر ما يطلق عليه "بالمسوف التقليدي": أي الشخص الذي لا توجد لديه نية مسبقة بالتسويف، لكنه يقوم بتأخير المهام المطلوبة منه؛ بسبب عدم قدرته على التصرف بشكل سريع بشأن القرارات التي ينوي اتخاذها؛ مما يؤدي إلى شعوره بالتوتر الانفعالي، والضغط النفسي عند اقتراب الموعد النهائي من تنفيذ المهام، فهو غالباً ما يتولد لديه شعور بالضعف، وعدم القدرة على تنفيذ المهام، والشعور بالفشل الذي يولد لديه القلق، والاكتئاب (Chu & choi, 2005).

- **المسوف النشط:** هو الشخص الذي لديه القدرة على إنجاز ما هو مطلوب منه من أعمال، لكنه عادةً ما يقوم بالتأجيل حتى وقت لاحق، أو لحين الوقت المناسب له؛ لقيامه بالتركيز على أعمال أخرى، فالمسوف

النشط: هو الشخص الذي يؤخر تنفيذ المهام مع وجود نية مسبقة للتأجيل، فهو يفضل تنفيذ المهام تحت الضغط؛ ليشعر بالتحدى، والإنجاز (Chu & choi, 2005).

كما أن هناك عدة خصائص أخرى للتسويق مثل: الكمالية، حيث يميل الأشخاص الكمالين إلى القلق بصورة كبيرة، حيث يوجد لديهم صورة، ومعايير شخصية مرتفعة عن أنفسهم، حيث يميل أغلب الطلبة إلى وضع معايير عالية؛ وللتأثير التي يتوقعون الحصول عليها. بالإضافة إلى، القلق بشكل مبالغ فيه من ارتكاب الأخطاء (Stober & Joormann, 2001).

وهناك بعض الاستراتيجيات التي تساعد على التغلب على التسويق الأكاديمي، ومنها:

استراتيجية الحديث الذاتي الإيجابي (Positive Self-Talk)

إن هذه الاستراتيجية تقوم بتحويل الأفكار غير العقلانية، عديمة الفائدة إلى أخرى عقلانية محببة لدى الأفراد، وأحد الأمثلة المشهورة للحديث الذاتي عبارة "ستورات سمالي": "أنا شخص جيد بما فيه الكفاية، أنا ذكي بما في الكفاية، وأعتقد أن جميع الناس مثلي" (Franken, 1993). إن استراتيجية الحديث الذاتي تستخدم عادة في التدريب على المهارات النفسية على نحو واسع، وتعتبر مساهماً رئيساً في تحسين القدرة المعرفية، فهي تركز على التعبيرات اللفظية التي يوجهها الفرد لنفسه، وإعادة تقييم الآثار السلبية التي تنشأ أثناء قيام الفرد بإنجاز المهام، والأعمال المطلوبة منه (Weiner, 1990). ويمكن أن تساعد هذه الاستراتيجية في زيادة الثقة بالنفس، زيادة التركيز، بذل المزيد من الجهد، المثابرة، والسيطرة على ردود الأفعال، وتنظيمها (Hatzigeorgiadis et al., 2009).

استراتيجية التنظيم الذاتي

يعرف التنظيم الذاتي بأنه: مستوى، وقدرة الفرد على امتلاك جميع الوسائل، والإجراءات الموجهة نحو الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، وتتمثل في تنظيم السلوك، والقدرة على التخطيط، ومواجهة، وحل المشكلات (Garland et al., 2011). قد يرتبط التنظيم الذاتي بالتسويق الأكاديمي، حيث أن أغلب المسوفين من الطلبة لا يمتلكون مهارات التنظيم الذاتي، وانخفضت قدرتهم على التخطيط للمستقبل، وانخفضت دافعيتهم لإنجاز الأهداف، حيث يعمل التنظيم الذاتي على جعل بيئة التعلم أكثر فعالية (Maclellan & Soden, 2006)، فالطلبة الذين يمتلكون مهارة التنظيم الذاتي أكثر قدرة على وضع أهدافهم الأكاديمية، ووضع الاستراتيجيات التي تمكنهم من تحقيق أهدافهم. بالإضافة إلى، امتلاكهم الرقابة الذاتية؛ لمراقبة أعمالهم بشكل دائم، وتعديل سلوكياتهم في حال انحرافها عن الخطة التي وضعوها؛ لتحقيق هدفهم (Hoeksma et al., 2004).

هناك العديد من النظريات المفسرة للتسويق الأكاديمي مثل:

نظرية العلاج العقلاني الانفعالي (Rational Emotive Therapy)

أشارت هذه النظرية إلى أن التسويق، أو التأخير في القيام بالأعمال، والمهام المطلوبة إلى آخر لحظة لدى الطالب يصاحبه نوع من التبرير، وخلق الأعذار غير المنطقية؛ لتجنب العقاب، واللوم، كما أن سلوك التسويق هو ناشئ من المعتقدات غير العقلانية، حيث أن الطالب يعتقد أنه لا يمكن إنجاز الواجبات، والأعمال المطلوبة منه بشكل جيد، فيلجأ إلى التأخير بإنجاز المهام مع خلق الأعذار؛ مما يشعره بالراحة الزائفة، والمؤقتة (Taura et al., 2014).

نظرية العزو

تؤمن هذه النظرية بوجود ثلاثة عناصر أساسية ذات علاقة بالتسويق الأكاديمي، وهي: موضع التحكم، والاستقرار، وإمكانية التحكم، وإن هذه العناصر تؤثر بشكل كبير على سلوك الفرد في المستقبل، بما في ذلك إنجاز المهمة، أو تأخيرها (Brownlow & Reasinger, 2000). وإن عنصر السيطرة هو محور الأساس في نظرية العزو؛ لأنه يتعلق بقدرة الأفراد على التحكم بالأحداث، وإن عنصر السيطرة يتمثل في إدراك الفرد للحدث إن كان خاضعاً إلى عوامل داخلية، أو خارجية، فعندما يكون خاضعاً لعوامل داخلية؛ فإن النجاح، والتفوق يؤدي إلى الثقة بالنفس، والفخر، وزيادة الكفاءة الذاتية، وعندما يفشل الفرد في إنجاز المهمات فإنه يربطها بقدراته؛ فتضعف لديه احترام الذات، والكفاءة الذاتية، قد ترتبط العوامل الخارجية بنظرية العزو بالنجاح، أو الفشل: بالصدفة، والقدرة، والحظ (Weiner, 1990).

الأثار السلبية للتسويق الأكاديمي

قد يؤدي التسويق الأكاديمي إلى انخفاض كبير، وضعف في الأداء الشخصي، والأكاديمي، والمهني، والاجتماعي (Ferrari, 2010). وقد يؤدي إلى انخفاض تقدير الذات. بالإضافة، للمشاعر السلبية: القلق، الشعور بالخل، الشعور بالذنب تجاه نفسه، الاكتئاب، والتوتر (Ferrari & Patel, 2004). كما يرى بعض الباحثون أن التسويق الأكاديمي يؤدي إلى الشعور بالضغط النفسي، تدني مستوى التحصيل، وتراكم أعباء الدراسة التي لا يستطيع الطالب القيام بها لاحقاً (Schraw et al., 2007).

يمكن تصنيف الأسباب التي تؤدي إلى التسويق الأكاديمي إلى عدة أسباب، وجوانب منها:

1- الأسباب المعرفية

الفشل في تنظيم، وإدراك الوقت: الأشخاص الذين يغلب عليهم طابع التسويف عادة ما يكون لديهم سوء في إدارة، وتنظيم الوقت (Va Eerd, 2003)، كما يعتبر خداع الذات أحد الأسباب المعرفية للتسويف الأكاديمي (Ferrari & Tice, 2000).

القلق: بعض الأشخاص يتجنبون الفشل، ويتعدون عن التعليقات، والتقييمات السلبية؛ وبالتالي يغلب عليهم؛ وبالتالي يلجأون إلى تأجيل الأعمال المطلوبة منهم.

تقدير الذات: الأشخاص أصحاب تقدير الذات المنخفض، وعدم الثقة بالنفس غالباً ما يميلون إلى تأجيل الأعمال المطلوبة منهم (Ferrari & Tice 2000; Va Eerd, 2003).

2- الأسباب العاطفية

رفض الأوامر: بعض الأشخاص يرفضون رفضاً تاماً التعليمات من غيرهم بما في ذلك إنجاز الأعمال المطلوبة منهم، أو اتخاذ القرارات معتقدين بذلك يحد من حرياتهم، وأن ذلك تحكماً فيهم.

نقص في الحوافز: يميل معظم الأشخاص إلى الحصول على المكاسب، والحوافز مقابل إنجاز المهام، وتشمل: الحوافز الذاتية من حيث شعورهم بالمتعة، والسعادة عند إنجازهم للمهام، أو الحوافز الخارجية، فالأشخاص يؤدون المهمات؛ للحصول على المكافآت، وتجنب العقوبات، وأن غياب هذه الحوافز يؤدي إلى نقص في الدافعية لإنجاز المهام (Deci & Ryan, 1991).

منظور زمن المستقبل: Futur Time Perspectiv

يُستخدم مصطلح "المنظور الزمني (Time Perspective) لأول مرة في عام (1939) من قبل" لويس فرانك (Loris Franck)، وبعد فترة زمنية أدرج "كيرت لوين" (Lewin Kurt, 1942). هذا المصطلح الذي عرفه بأنه: مجمل نظرة الفرد للحظة محددة حول مستقبله.

يعرف زيمباردو، وبويد (Zimbardo & Boyd, 1999) "منظور زمن المستقبل على أنه: عملية غير واعية في معظم الأوقات يتم من خلالها التدفق المستمر لخبرات الفرد سواء كانت شخصية، أو اجتماعية؛ مما يساعد الفرد على إعطاء معنى للأحداث، واستخدامها على شكل مراحل زمنية: ماضٍ، وحاضرٍ، ومستقبلٍ. ويمكن تعريف منظور زمن المستقبل على أنه: قدرة الفرد على فهم الماضي، والحاضر، والمستقبل النفسي للفرد، وإن قدرة الفرد للسفر عبر الزمن هي قدرة معرفية فريدة تمكن الفرد من الانتقال إلى الماضي، أو الخيال للمستقبل (Suddendorf & Corballis, 1997).

وعرفه جاكسون (Jackson, 2006) بأنه: قدرة الفرد على دمج الحاضر بما لديه من خبرات، ومهارات، وبما ينوي تحقيقه بالمستقبل من أهداف، وتطلعات. يمكن تعريف منظور زمن المستقبل بأنه: الطريقة التي يرتبط فيها الأفراد مع أبعاد منظور زمن المستقبل المختلفة، والتي لها القدرة على التأثير بسلوك الفرد، والحالة النفسية، والمزاجية للفرد (Gombai, 2018).

أبعاد منظور زمن المستقبل

يرى كراي (Crai, 2007) أن منظور زمن المستقبل يتكون من جانبين

المفهوم الدافعي: يختلف الأشخاص في الدافعية، وفي تحقيق الأهداف المستقبلية وفقاً لاهتماماتهم، وقيمهم التي يمنحها الأفراد للأهداف التي يسعون إلى تحقيقها في المستقبل، حيث أشار المفهوم الدافعي إلى مستوى عالٍ من الكفاءة في الأهداف، وأهميتها التي من خلالها يتحدد مستقبل الفرد، وإن هذه الأهداف لا تحقق بسهولة، وإنما تحتاج إلى مستوى كبير من العمل، والاجتهاد (Moreas & Lens, 1991).

المفهوم المعرفي: يشير مصطلح المفهوم المعرفي لمنظور زمن المستقبل بأنه: الطريقة التي يتبعها الفرد في سبيل الوصول للهدف المتوقع تحقيقه، وهذا ما أشار إليه (Wigfield & Eccles, 2002) القيمة الوسيطة للهدف؛ أي تلك القيمة المكتسبة من تحقيق الهدف.

واقترح زيمباردو، وبويد (Zimbardo & Boyd, 1999) خمسة أبعاد لوصف منظور زمن المستقبل، وهذه الأبعاد هي:

1- الماضي السلبي (Past Negative)

إن الماضي السلبي هو وجهة نظر سلبية، ومنفرة تجاه الأحداث التي وقعت بالماضي، وإن هذه الوقائع قد حدثت بشكل حقيقي أدت إلى تأثيرات مؤلمة في حياة الأفراد. ويتميز هذا البعد بتأثير الخبرات، والأحداث الماضية على حياة الفرد، والتي تنعكس عليه في حاضره، وتعيقه من التقدم، والإنجاز، وتحقيق الأهداف، فالفرد في هذا البعد يبتعد عن العديد من المواقف؛ حتى يتجنب المزيد من القلق، والتوتر.

2- الماضي الإيجابي (Past Positive)

في هذا البعد يكون لدى الفرد مشاعر، واتجاهات، وخبرات إيجابية نحو الماضي، حيث تكون الصورة التي يمتلكها الفرد عن الماضي تعكس الذكريات، والمشاعر الجميلة عن الماضي التي تؤثر على الفرد على نحو إيجابي، وتمنحه ثقة، وتقديراً مرتفعاً أكثر للذات مقارنةً بالبعد السابق.

3. الحاضر الممتع (Present Hedonistic)

يرتبط هذا البعد بالمتعة، والبحث عن التميز، ويستمتع الأفراد في هذا البعد بوقتهم الحالي، والسعي نحو تحقيق أهدافهم، وطموحاتهم، ورغباتهم، ويبحثون عن السعادة، والمتعة، ويتميزون بالإبداع، والمخاطرة، والتفائل.

4. الحاضر الحتمي (Present Fatalism)

يشير هذا البعد إلى تصرف الفرد وفقاً، أو حسب ما يقتضيه الموقف، والرضا بحتمية وقوعه، ويتصف الأشخاص الذين يتميزون بهذا البعد بنظرة تشاؤمية للمستقبل، والشعور باليأس، والإحباط، ويعتمد أصحاب هذا البعد على الحظ، ويعتقدون أن المستقبل أمر حتمي، ومقدر، ولا يمكن تغييره بناءً على أفعالنا.

5. المستقبل (Future)

يرتبط زمن المستقبل بالضمير، والتحكم في الأنا، وأن الأفراد الذين يميلون بالتوجه نحو المستقبل يكونوا أكثر اتزاناً، وأكثر قوة، ويميلون إلى تحقيق أهدافهم، وتنفيذ خططهم، وطموحاتهم التي يسعون إلى تحقيقها، ولديهم قدرة كبيرة على تحمل المسؤولية، وتحمل نتيجة أفعالهم، وفشلهم، ونجاحهم، فهم يمتلكون حساً عالياً بالمسؤولية تجاه أنفسهم. أصحاب هذا البعد أقل عرضةً للاكتئاب، وأكثر ثقةً بالنفس، وأكثر تفاؤلاً. على الرغم من هذه المميزات إلا أنهم أقل قدرةً على الاستمتاع بالحاضر، والوقت الحالي، حيث يكرسون كل طاقاتهم وجهدهم نحو تحقيق الأهداف.

قدم زيمباردو، ويويد (Zimbardo & Boyd, 2008) خصائص الأفراد وفق الأطر الزمنية كما يلي:

الماضي السلبي: يتميزون بنظرة تشاؤمية لتفسير الأحداث، ولديهم مستوى منخفض في التحكم بالمشاعر، والانفعالات، ويميلون إلى الوحدة، وإقامة علاقات اجتماعية قليلة.

الماضي الإيجابي: أنهم أكثر حكمةً في التعامل مع الأحداث الضاغطة والصدمية، وهم عادةً أصحاب نظرة إيجابية للمستقبل.

ومن ناحية الحاضر الممتع: يتميز أصحاب هذا البعد بأنهم يفضلون الأرباح قصيرة الأمد، ولا يميلون إلى الأعمال التي تتطلب الكثير من الجهد، والعمل.

ومن ناحية الحاضر الحتمي: فهم غالباً ما يعتمدون على الحظ، والقدر، ولا يقومون ببذل الجهد لتحسين حياتهم، والمستقبل شيء حتمي محدد سلفاً، ويعتمدون في الغالب على قوى خارجية.

ومن ناحية المستقبل: غالباً ما يكون التركيز على النتائج، والعواقب المستقبلية، ولديهم إحساس عالي بالمسؤولية، ومستوى منخفض من التسويف، وضمير حي، ويقطع. بالإضافة إلى، الحيوية، والطموح العالي.

وقد تعددت النظريات التي فسرت منظور زمن المستقبل، وتوجه الفرد نحو أحد هذه الأبعاد، ومن هذه

النظريات:

نظرية زيمباردو، وبويد لمنظور الزمن

طرح زيمباردو في نظريته التي تعد الأساس التي تفسر كيف يدرك، ويفسر الأفراد الزمن، وكيف تؤثر الأبعاد الخمسة: (الماضي الإيجابي، الماضي السلبي، الحاضر الممتع، الحاضر الحتمي، والمستقبل) على سلوك الفرد، وكيف تؤثر على عملية اتخاذ القرارات. فالماضي الإيجابي يعني التركيز على الخبرات السارة التي حدثت بالماضي، والماضي السلبي الذي يهتم بالتجارب السلبية، والحاضر الحتمي الذي يعني أن الحاضر، والماضي للفرد يتحدد وفقاً لعوامل خارجية، والحاضر الممتع الذي يسعى إلى مبدأ اللذة، والسعادة، والمستقبل يعني التركيز على الأهداف، والخطط المستقبلية التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، فأفعال، وسلوكيات الفرد تعتمد على الموقف الحالي، لكن ترتبط بجميع مراحل الزمن من الماضي إلى المستقبل، وتفترض هذه النظرية أن الشخص لديه دوافع سلوكية، وانفعالية تتأثر بالعمليات المعرفية، والاجتماعية بالطريقة التي يرى بها الفرد الماضي، والحاضر، وكيفية استعداده للمستقبل (Zimbardo & Boyd, 1999).

- نظرية ألفرد أدلر

يرى أدلر صاحب النظرية الفردية أن الإنسان تحركه توقعاته للمستقبل أكثر مما تحركه خبراته الماضية، ويؤكد أدلر أن الدافع الأساسي للإنسان هو توقعاته للمستقبل، وأن السلوك لا تحدده خبراته الماضية، وإنما تحدده نظرة الفرد لتلك التجارب، والخبرات، ومن معتقدات هذه النظرية أيضاً أن الإنسان ليس كائن شري، ومهما ارتكب الفرد من أخطاء فما هي إلا أخطاء تعزى إلى عدم فهمه الصحيح إلى الحياة، ويجب أن لا يعاقب بسببها، فالفرد هو كائن يمتلك القدرة على التغيير، والتطوير، وجعل نفسه أفضل من الأمس (هول ولندزي، 1978).

بعد مراجعة الأدب التربوي، والدراسات التي تناولت التسويق الأكاديمي بشكل عام، والدراسات التي اهتمت بأبعاد منظور الزمن في ضوء بعض المتغيرات، يجد الباحث أن من أهمها دراسة تابار، وزيبراداست (Tabar & Zebradast, 2015) التي كشفت عن العلاقة بين منظور زمن المستقبل بالتنبؤ بالإنجاز الأكاديمي، وتكونت عينة الدراسة من (380) طالباً، وطالبة من طلبة جامعة اراك في دولة إيران، وأظهرت نتائج الدراسة، إن البعد الأكثر انتشاراً لدى أفراد عينة الدراسة هو الماضي السلبي، ثم الحاضر الممتع، ثم الماضي الإيجابي، ثم بُعد المستقبل، ويليه الحاضر الحتمي بالمرتبة الأخيرة.

ودراسة جار الله، وشرفي (2017) التي هدفت إلى تكيف قائمة زيمباردو لمنظور زمن المستقبل إلى اللغة العربية، وتكونت عينة الدراسة من (318) طالباً، وطالبة من طلبة ثلاث جامعات في الجزائر، وأظهرت النتائج أيضاً أن البعد الأكثر انتشاراً من أبعاد منظور زمن المستقبل، كان بُعد المستقبل، ثم الماضي الإيجابي، ثم الحاضر الممتع، ثم الحاضر الحتمي، وأخيراً الماضي السلبي.

ودراسة الربيع وآخرون (2018) التي هدفت إلى التعرف على أكثر أبعاد منظور الزمن انتشاراً لدى طلبة جامعة اليرموك، كما هدفت إلى التعرف على القدرة التنبؤية لأبعاد منظور المستقبل بالتعلم المنظم ذاتياً، وتكونت عينة الدراسة من (704) طالب، وطالبة اختبروا بالطريقة المتيسرة من الطلبة الملتحقين بمساقات متطلبات الجامعة الإلزامية، وأظهرت النتائج أن بُعد المستقبل هو أكثر انتشاراً لدى أفراد العينة.

قام يوسف (Yousef, 2020) بدراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين منظور زمن المستقبل بأبعاده، وتسويق المهام الأكاديمية لدى عينة من طلاب الثانوية العامة، وطلاب المرحلة الابتدائية في جمهورية مصر العربية، وأظهرت النتائج أن هناك نسبة لانتشار التسويق الأكاديمي، حيث بلغت نسبة الطلبة (43.5%)

مسوفين ليس بشكل دائم. بالإضافة إلى، أن هناك علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة إحصائية بين درجات منظور الزمن المستقبل بأبعاده، ودرجات تسويف المهام الأكاديمية لدى طلاب المرحلة الثانوية.

وفي دراسة أجراها برينلا، وآخرون (Brenlla et al., 2022) لمعرفة العلاقة بين منظور زمن المستقبل، والتسويف الأكاديمي، والدافعية لدى طلبة الجامعات، وتكونت عينته الدراسة من (257) طالباً من طلبة الجامعة البابوية الكاثوليكية في الأرجنتين، تم استخدام مقياس التسويف الأكاديمي ومقياس منظور زمن المستقبل إعداد زيمباردو (Zimbardo & boyd, 1999)، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية سالبة بين منظور زمن المستقبل (بعد المستقبل)، والتسويف الأكاديمي.

كما أجرى وينغ وصن (Wang & Sun, 2023) دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين التسويف الأكاديمي لدى الطلبة الصينيين في ضوء منظور زمن المستقبل، وتكونت عينته الدراسة من (145) طالباً، و(178) طالبة، واستخدمت النسخة الصينية من مقياس التسويف الأكاديمي، ومقياس منظور زمن المستقبل، وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التسويف الأكاديمي، وكل من: (الماضي الإيجابي، والحاضر الإيجابي، والحاضر السلبي)، كما وجدت علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية سالبة بين التسويف الأكاديمي، ومنظور المستقبل، كما أشارت الدراسة إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين التسويف الأكاديمي، والماضي السلبي.

التعقيب على الدراسات السابقة

أما الدراسات التي تناولت منظور زمن المستقبل، فقد وضحت النتائج أن بعد المستقبل هو البعد الأكثر انتشاراً بين الطلبة الجامعيين (جار الله وشرفي، 2017؛ الربيع وآخرون، 2018). كما أشارت بعض الدراسات إلى وجود علاقة سالبة بين أبعاد منظور زمن المستقبل والتسويف الأكاديمي؛ ودراسة يوسف (Yousef, 2020)، ودراسة برينلا وآخرون (Brenlla et al., 2022)، ودراسة وونغ وسن (Wong & Sun, 2023).

من هنا، برزت الحاجة لضرورة دراسة متغيرات التسويف الأكاديمي، ومنظور زمن المستقبل ودراسة العلاقة بينهما على أمل أن تثري هذه الدراسة أدب الدراسات خاصة في ضوء ندرة الدراسات التي تجمع هذه المتغيرات حسب الاطلاع سواء في الأدب العربي، أو الأدب الأجنبي.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

يشكل التسويف الأكاديمي تهديداً خطيراً للتأهيل الأكاديمي للطلّاب، حيث توصلت بعض الدراسات ومنها (أبو غزال، 2012؛ الحاج، 2014) ارتفاع نسبة اتسويف الأكاديمي، حيث تراوحت بين 57 - 76%، وهي نسب مرتفعة جداً، وتتطلب اهتمام الباحثين. ومن خلال أحساس الباحثين بوجود مشكلة التسويف الأكاديمي كان لابد من دراستها، والوقوف على أسبابها. بالإضافة إلى، معرفة تأثير منظور زمن المستقبل بكافة أبعاده على قرارات الطلبة، وأهدافهم الحالية، والمستقبلية.

وتجيب الدراسة عن الأسئلة التالية

1. ما البعد الزمني الأكثر شيوعاً لمنظور زمن المستقبل لدى طلبة جامعة اليرموك؟
2. ما القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويف الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك؟

أهمية الدراسة

تكمن الأهمية النظرية لهذه الدراسة بأنها من الدراسات القليلة في حدود إطلاع الباحثان التي ربطت بين التسويق الأكاديمي، وأبعاد منظور الزمن. بالإضافة إلى توفير إطار نظري يرتبط بشكل مباشر بالتسويق الأكاديمي، ومنظور زمن المستقبل لدى طلبة جامعة اليرموك. كما تتجلى أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوعين هامين في عملية التعلم، والأداء الأكاديمي لدى طلبة الجامعات، وهما: التسويق الأكاديمي، وأبعاد منظور الزمن. وتكمن الأهمية التطبيقية أن الدراسة يمكن أن تساعد في بناء، وتوجيه البرامج التدريبية التي ستساهم في خفض التسويق إلى أبعاد منظور زمن المستقبل ذات التأثير السلبي؛ ليعملوها، وتلك ذات التأثير الإيجابي لتنبؤها، كما أنها تساعد في إعداد برامج إرشادية؛ للتخفيف من التسويق الأكاديمي، والحد من انتشاره.

مصطلحات الدراسة

منظور زمن المستقبل:

هو الميل المستقر نسبياً عند الأفراد لتبني إطاراً عقلياً مستقبلياً عن الزمن عند اتخاذ القرارات، ويتكون من خمسة أبعاد، هي: (بعد المستقبل: يشير إلى تحقيق الأهداف المستقبلية التي يتصورها الفرد، بعد الماضي السلبي: يشير إلى العواطف السلبية المرتبطة بالماضي، بعد الماضي الإيجابي: يشير إلى التوجه نحو سجل الماضي، والاعتماد على الخبرات، والمشاعر الإيجابية، بعد الحاضر الحتمي: يشير إلى معالجة الموقف حسب ما يقتضيه الأمر، وبعد الحاضر الممتع: يشير إلى حالة الاستماع بالوقت الحاضر (Zimbardo & Boyd, 1999). الماضي السلبي: يعني التوجه إلى الماضي، والاعتماد على الخبرات السابقة التي حدثت بالماضي، إذ لا تزال لبعض الخبرات الماضية قوة كبيرة في التأثير على حياة الأفراد، وإزعاجهم، وقلقهم (Zimbardo & Boyd, 1999).

الماضي الإيجابي: يتمثل في حنين الفرد إلى الخبرات الماضية الإيجابية، والبقاء متعلق بها بدرجة كبيرة، حيث تشكل هذه الخبرات دعماً للفرد في حياته (Zimbardo & Boyd, 1999).

الحاضر الممتع: يتمثل في توجه الفرد نحو الحصول على اللذة، والخبرات الممتعة، ورفض تأجيل الخبرات التي تجلب له الراحة؛ من أجل الحصول على المكاسب الكبيرة (Zimbardo & Boyd, 1999).

الحاضر الحتمي: يتمثل في شعور الفرد بأنه مقيد بالزمن الحاضر، وأنه ليس لديه القدرة على التحكم فيه؛ لذا يكون اتجاهه نحو الحياة يائساً، ومتشائماً (Zimbardo & Boyd, 1999).

المستقبل: يتسم فيه الأفراد بالطموح، والتوجه نحو تحقيق الأهداف، ومقاومة المغريات، والمشتتات في سبيل إنجاز الواجبات، وأن تأخير الفرد عن تحقيق أهدافه تجعله يشعر بالانزعاج (Zimbardo & boyed, 1999).

ويعرف إجرائياً: بالدرجة التي يحصل عليها الطالب من خلال استجابته على فقرات قائمة زيمباردو لمنظور زمن المستقبل (1999) في كل الأبعاد: الماضي السلبي، الماضي الإيجابي، الحاضر الممتع، والحاضر الحتمي.

التسويق الأكاديمي Academic Procrastination: هو ميل الشخص لتأجيل، أو تأخير البدء بالمهام المطلوبة منه، وإكمالها؛ مما يترتب عليه الشعور بالتوتر، والقلق (أبو غزال، 2012).

ويعرف إجرائياً: بالدرجة التي سيحصل عليها المفحوص على مقياس التسويق الأكاديمي الذي قام بإعداده. (أبوغزال، 2012).

محددات الدراسة:

يُحددُ تعميمُ نتائجِ الدراسةِ على مجتمعِ طلبةِ جامعةِ اليرموك، والماخوذةِ بالعينةِ المتيسرة، ومدى دقةِ أفرادِ العينةِ بالإجابةِ على مقاييسِها. بالإضافةِ إلى، عدمِ تكافؤِ تخصصاتِ أفرادِ العينةِ: (الإنسانية، والعلمية)، وعدمِ تكافؤِ الجنسِ من حيثِ الأعدادِ: (ذكور، وإناث) ضمنَ العينةِ، كما أنَّ العينةَ ستقتصرُ على طلابِ البكالوريوس دونَ طلبةِ الدراساتِ العليا.

الطريقة، والإجراءات

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي الارتباطي؛ لملاءمته لأهداف هذه الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة البكالوريوس في جامعة اليرموك، والملتحقين بالدراسة خلال الفصل الأول (2024\2025)، والذين بلغ عددهم (36258) طالباً، وطالبة وفقاً للسجلات الرسمية في دائرة القبول، والتسجيل في جامعة اليرموك.

عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من (700) طالب، وطالبة من مرحلة البكالوريوس في جامعة اليرموك، تم اختيارهم من مجتمع الدراسة بالطريقة المتيسرة.

أدوات الدراسة:

أولاً: مقياس التسويق الأكاديمي

تم استخدام مقياس (أبو غزال، 2012) المكون بصيغته النهائية من (21) فقرة، تتم الاستجابة له من خلال أسلوب ليكرت ذي التدرج الخماسي، بحيث تمثل الدرجة (1) تطبيقاً بدرجة منخفضة جداً، والدرجة (2) تتطبق بدرجة منخفضة، بينما الدرجة (3) تتطبق بدرجة متوسطة، والدرجة (4) تتطبق بدرجة كبيرة، والدرجة (5) تتطبق بدرجة كبيرة جداً، حيث تمثل الدرجة (5) أعلى درجة من التسويق. وتم التحقق من الخصائص السيكمترية للمقياس من خلال الصدق الظاهري، وصدق البناء، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين الفقرات، والمقياس من (0.36) إلى (0.73). وتم التحقق من ثبات الاتساق الداخلي، وقد بلغ معامل الاتساق الداخلي (0.90).

الخصائص السيكمترية لمقياس التسويق الأكاديمي في الدراسة الحالية:

صدق المقياس وثباته:

للتحقق من الصدق الظاهري (صدق المحكمين) لمقياس التسويق الأكاديمي؛ تم عرض المقياس بصورته الأولية على مجموعة من المختصين من أعضاء هيئة التدريس في مجال علم النفس التربوي، والإرشادي، والذي بلغ عددهم (6) محكمين، لمعرفة مدى ملائمة الفقرات لمفهوم التسويق الأكاديمي ككل، وفقراته، وللتأكد من الصياغة اللغوية، وسلامتها من الأخطاء النحوية، وتم اعتماد معيار القوة بما تشكل نسبته (80%) من موافقة المحكمين، وعليه تم حذف فقرتين من مقياس التسويق الأكاديمي، فقد تكون مقياس التسويق الأكاديمي بصورته النهائية من (19) فقرة.

كما تم التحقق من الثبات بطريقة الاختبار، وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من مجتمع الدراسة وخارج العينة تكونت من (30) طالباً، وطالبة، ومن ثم تم

حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين فُوجد (0.88). وتم أيضاً حساب معامل ثبات الاتساق الداخلي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، وبلغ معامل ثبات الاتساق الداخلي (0.82)، وأُعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

تصحيح مقياس التسوية الأكاديمي:

تكون مقياس التسوية الأكاديمي بعد قياس الصدق من (19) فقرة، وقد مثلت جميع الفقرات بالاتجاه الإيجابي للتسوية الأكاديمي ما عدا الفقرات التالية: (1، 4، 5، 8، 10، 15). وتم عكس الفقرات في حالة الفقرات السالبة. تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي؛ لتصحيح أدوات الدراسة بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجات الخمس: (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً). وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من 1.00 - 2.33 قليلة، ومن 2.34 - 3.67 متوسطة، ومن 3.68 - 5.00 كبيرة.

ثانياً: مقياس منظور زمن المستقبل

تم استخدام مقياس منظور الزمن الذي قام بإعداده زيمباردو (Zimbardo & boyd, 1999) الذي قام بتعريبه الربيع وآخرون (2019)، والذي تكون بصورته النهائية من (48) فقرة، ويتكون من خمسة أبعاد رئيسية، تتألف البعد الأول: الحاضر الممتع، أما البعد الثاني: يشير إلى الماضي السلبي، والبعد الثالث: المستقبل، والبعد الرابع: الماضي الإيجابي، والبعد الخامس: الحاضر الحتمي، وتم التحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس من خلال الصدق الظاهري، وصدق البناء، وكانت جميع معاملات الارتباط ذات درجات مقبولة إحصائياً. وتم حساب معامل ثبات الاتساق الداخلي باستخدام كرونباخ ألفا، وتراوحت معاملات الثبات بين (0.62 - 0.77). وتعد هذه القيم مقبولة لاستخدام المقياس في الدراسة الحالية.

الخصائص السيكومترية لمقياس منظور زمن المستقبل في الدراسة الحالية:

صدق المقياس:

للتحقق من الصدق الظاهري (صدق المحكمين) لمقياس منظور زمن المستقبل؛ تم عرض المقياس بصورته الأولية على مجموعة من المختصين بلغ عددهم (6) محكمين؛ لمعرفة مدى ملائمة الفقرات لمفهوم منظور زمن المستقبل ككل، ومجالاته، والتأكد من الصياغة اللغوية، وسلامتها من الأخطاء النحوية، وتم تعديل فقرات بعض الأبعاد، وحذف (4) فقرات، وتم اعتماد معيار القوة للفقرة بما تشكل نسبته (80%) من موافقة المحكمين؛ وعليه تكون المقياس بصورته النهائية من (44) فقرة موزعة على خمسة أبعاد، وهي: (البعد الأول: الحاضر الممتع، وتقيسه الفقرات (1-14)، البعد الثاني: الماضي السلبي، وتقيسه الفقرات من (15-21)، البعد الثالث: المستقبل، وتقيسه الفقرات (22-30)، البعد الرابع: الماضي الإيجابي، وتقيسه الفقرات (31-37)، والبعد الخامس: الحاضر الحتمي، وتقيسه الفقرات من (38-44).

ثبات المقياس:

تم التحقق بطريقة الاختبار، وإعادة الاختبار (test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من خارج عينة الدراسة مكونة من (30) طالباً، وطالبة، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المرتين.

وتم أيضاً حساب معامل ثبات الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول (1) يبين معامل ثبات الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا، وثبات الإعادة للأبعاد، وأعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول 1

معامل ثبات الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا ، وثبات الإعادة للأبعاد

البعد	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
الحاضر الممتع	0.87	0.83
الماضي السلبي	0.83	0.79
المستقبل	0.85	0.81
الماضي الإيجابي	0.82	0.80
الحاضر الحتمي	0.91	0.85

يبين جدول 1 أن جميع قيم ثبات الإعادة، وثبات الاتساق الداخلي مرتفعة ومقبولة لاستخدام المقياس في هذه الدراسة.

تصحيح مقياس منظور زمن المستقبل:

تكون مقياس منظور زمن المستقبل بعد قياس الصدق من (44) فقرة موزعة على خمسة أبعاد، وقد مثلت جميع الفقرات الاتجاه الإيجابي لمنظور زمن المستقبل، وقد طلب من المستجيب تقدير إجابته وفق تدرج ليكرت الخماسي. وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج: من 1.00 - 2.33 قليلة، من 2.34 - 3.67 متوسطة، من 3.68 - 5.00 كبيرة.

إجراءات تطبيق الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة الحالية؛ تم اتباع الإجراءات الآتية:

- تم تطبيق أدوات الدراسة على العينة التي تم اختيارها، والذي بلغ عددهم بعد اتلاف (21) استبانة؛ لنقص في إجابات (700) استبانة؛ من أجل الحصول على البيانات اللازمة لهذه الدراسة، ومن خلال ذلك تم التأكيد على الطلبة أنه سيتم التعامل مع البيانات بسرية تامة، ولن تستخدم لأغراض البحث العلمي. بالإضافة إلى، التأكيد عليهم أن المشاركة اختيارية.
- تم توضيح التعليمات، والإرشادات الضرورية، واللازمة لكل مقياس، وقد تم توزيع المقاييس على الطلبة أثناء دوامهم الرسمي.
- تمت الإجابة على فقرات المقاييس خلال (15) دقيقة الأولى من وقت المحاضرات الاصلية.
- أدخلت البيانات التي تم الحصول عليها إلى جهاز الحاسوب، ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS.
- بعد ذلك تم ترتيب النتائج، والجدول الإحصائية بما يتوافق مع أسئلة الدراسة، ومتغيراتها، ومن ثم التوصل إلى النتائج، ومناقشتها، وتقديم التوصيات وفقاً للنتائج الحالية.

عرض نتائج الدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما البعد الزمني الأكثر شيوعاً لمنظور زمن المستقبل لدى طلبة جامعة اليرموك؟ للإجابة عن هذا السؤال، تم استخراج التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للبعد الزمني الأكثر شيوعاً لمنظور زمن المستقبل لدى طلبة جامعة اليرموك، والجدول 2 يوضح ذلك.

جدول 2

التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للبعد الزمني الأكثر شيوعاً لمنظور الزمن لدى طلبة جامعة اليرموك مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	المجال	التكرار	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الحاضر الحتمي	260	37.1	3.82	0.94
2	الحاضر الممتنع	73	10.4	3.71	0.86
3	الماضي السلبي	108	15.4	3.69	0.99
4	الماضي الإيجابي	194	27.7	3.67	1.14
5	المستقبل	65	9.3	3.50	1.06

يبين الجدول (2) أن المتوسطات الحسابية تراوحت ما بين (3.50-3.82)، حيث جاء بُعد الحاضر الحتمي في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.82)، بينما جاء بُعد المستقبل في المرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.50).

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك، وجدول 3 يوضح ذلك.

جدول 3

معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين أبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك

البعد	التسويق الأكاديمي
الحاضر الممتنع	**0.243
الماضي السلبي	**0.284
المستقبل	0.091(*)
الماضي الإيجابي	**0.300
الحاضر الحتمي	**0.367

يتبين من جدول 3 وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين أبعاد منظور زمن المستقبل، والتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك.

وبهدف الكشف عن القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك؛ تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد باعتماد أسلوب إدخال المتغيرات المتنبئة إلى المعادلة الانحدارية بطريقة الخطوة Stepwise، وذلك كما في جدول 4

جدول 4

نتائج اختبار الانحدار المتعدد الخاصة؛ للكشف عن القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق
الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك

المتغيرات المتنبئة	معامل الارتباط المتعدد (R)	نسبة التباين المفسر التراكمية (R ²)	مقدار ما يضيفه المتغير إلى التباين المفسر الكلي (R ²)	معامل الانحدار (B)	قيمة (F)	قيمة (t)	ثابت الانحدار	الدالة الإحصائية
الحاضر الحتمي	0.367	0.134	0.134	0.181	108.461	10.414	2.575	0.000
الماضي الإيجابي	0.399	0.159	0.025	0.071	66.037	4.536	2.456	0.000
المستقبل	0.415	0.173	0.013	-0.059	48.388	-3.341	2.534	0.000
الماضي السلبي	0.440	0.194	0.021	0.083	41.777	4.281	2.438	0.000

المتغير التابع: مقياس التسويق الأكاديمي

يتضح من جدول 4 أن المتغيرات الداخلة في التنبؤ بمقياس التسويق الأكاديمي هي الحاضر الحتمي، الماضي الإيجابي، المستقبل، والماضي السلبي، والتي فسرت مجتمعة ما نسبته (19.4%) من التباين المفسر لمقياس التسويق الأكاديمي، وكان متغير الحاضر الحتمي الأكثر قدرة على التنبؤ بمقياس التسويق الأكاديمي، حيث فسّر ما نسبته (13.4%) إلى التباين، يليه متغير الماضي الإيجابي الذي أضاف (2.5%) إلى التباين، ثم يليه متغير الماضي السلبي الذي أضاف (2.1%) إلى التباين، ثم يليه متغير المستقبل الذي أضاف (1.3%) إلى التباين، وكانت نسبة التباين المضافة لهذه المتغيرات دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). هذا ولم يدخل متغير الحاضر الممتنع في التنبؤ بمقياس التسويق الأكاديمي بالنظر إلى أن التباين المفسر الذي أضافه غير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

يتضح أيضاً من جدول 4 أن ارتفاع الحاضر الحتمي بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.181) من الوحدة المعيارية، وأن ارتفاع الماضي الإيجابي بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.071)، وأن ارتفاع المستقبل بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يقلل من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.059)، وأن ارتفاع الماضي السلبي بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.083) من الوحدة المعيارية. علماً أن هذه المتغيرات كانت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

وبالتالي تكون معادلة الانحدار للتنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى العينة الكلية من الطلبة كما يلي:

$$\hat{y} = 2.575x_1 + 0.181x_2 - 0.071x_3 + 0.059x_4 + 0.083x_5$$

حيث:

$\hat{y}$: التسويق الأكاديمي، x_1 : الحاضر الحتمي، x_2 : الماضي الإيجابي، x_3 : المستقبل، x_4 : الماضي السلبي.

مناقشة النتائج

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما البعد الزمني الأكثر شيوعاً لمنظور زمن المستقبل لدى طلبة جامعة اليرموك؟

أظهرت النتائج أن بُعد الحاضر الحتمي جاء في المرتبة الأولى، بينما جاء بُعد المستقبل في المرتبة الأخيرة، ويمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة الحياة الجامعية للطلّاب، وما تتطلبها من إنجاز المهام، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما أشارت إليه (الخرز، 2021) بأن شعور طلبة الجامعة إلى أن هناك حاجة للتخطيط للمستقبل؛ لإيمانهم بأن الحياة سريعة التغير، وإيمانهم بوجود ظروف تتحكم بمسارهم، ولا يستطيعون السيطرة عليها؛ كالقضاء، والقدر، والظروف المعيشية الصعبة؛ مما يؤدي إلى الاستسلام إلى حتمية، ونوع الأحداث الجارية، ويؤدي بهم إلى ضعف القدرة على التفاعل الإيجابي مع ظروف الحياة، وأحداثها الإيجابية، والسلبية، وعدم القدرة على مواجهة الضغوط النفسية، ومن الأسباب أيضاً: غياب المساندة الاجتماعية، والانفعالية، وطبيعة التنشئة الأسرية داخل الأسرة، حيث أن عدم استطاعة الأسرة تهيئة الجو النفسي السليم لنمو الأبناء، وأساليب التنشئة الأسرية السالبة: كالحماية الزائدة، أو الرفض، أو التسلط، والاستسلام، والخوف من المواقف الجديدة، وعدم القدرة على مواجهة المهام الصعبة، أو حل المشاكل؛ يؤدي إلى شعورهم بالقلق على مستقبلهم؛ وبالتالي حتمية الأمور، والأحداث بالنسبة للطلّاب، حيث أشار لينغز (Lennings et al., 1998) إلى أن منظور الزمن يتأثر بعدد من العوامل مثل: القيم، والمعتقدات الدينية. بالإضافة إلى أسلوب التنشئة الاجتماعية، والمستوى الثقافي، والوضع الاجتماعي، والاقتصادي. ويمكن عزو حلول بُعد المستقبل في الترتيب الأخير بين أبعاد منظور زمن المستقبل في ضوء ما أشار إليه ليو، وهوانج (Lyu & Hwang, 2016) من أهمية أن يفكر الطّالب بمستقبله، وبقراراته المختلفة المستقبلية، وبطبيعة الحياة ربما تدفعهم إلى التركيز، ولو قليلاً على المستقبل، وامتلاك المهارات التي قد تساعدهم على ذلك، لكن غياب التوجيه، والتوعية، والإرشاد لهؤلاء الطلبة، وعدم تهيئتهم للمستقبل، وعدم معرفتهم ماذا سيواجههم مستقبلاً يجعل هؤلاء يميلون إلى تعميم خبرات الآخرين، وتجاربهم عليهم، وخاصة الأقران، حيث يشعر كل منهم بالقلق حيال مستقبل مجهول، فيصطدم أغلب طلبة الجامعة بواقع الطلبة الذين تخرجوا من الجامعة، ولا يزالون يعانون لإيجاد الوظائف، والعمل الذي يناسبهم، فازدياد معدلات البطالة بين الطلبة الخريجين الجدد، أو اضطرار بعضهم أن يمارسوا أعمالاً ليس لها علاقة بتخصصاتهم، أو مهاراتهم؛ وذلك لتعذر إيجاد الأعمال التي تناسبهم أدى إلى تناقص الأمل بمستقبل أفضل لدى الطلبة الذين لا يزالون على مقاعد الدراسة، فالطلبة في مرحلة الجامعة يكون لديهم أهداف، وتوقعات، وتطلعات، وخطط بدرجة كبيرة، ويحدوهم الأمل دائماً بمستقبل أفضل، لكن واقع الطلبة في مرحلة ما بعد الجامعة، وواقع سوق العمل، وصعوبة إيجاد العمل المناسب أدى إلى إصابتهم بالإحباط، وأدى إلى سلوك أفراد عينة البحث على شكل خوف من المستقبل، أو في شكل هروب منه، بحيث أنهم لا يقومون ببذل الجهد؛ لتحسين وضعهم الحالي، ويرون أن مستقبلهم شيء حتمي محدد سلفاً (الشريفين والرفاعي، 2024).
اختلفت النتائج مع دراسة تابار، وزيبيراداست (Tabar & Zebradast, 2015)، واختلفت أيضاً مع دراسة الربيع وآخرين (2018)، واختلفت أيضاً مع دراسة جار الله وشرفي (2017).

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك؟

للإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، وأظهرت النتائج أن المتغيرات الداخلة في التنبؤ بمقياس التسويق الأكاديمي هي الحاضر الحتمي، والماضي الإيجابي، والمستقبل، والماضي السلبي، والتي فسرت مجتمعة ما نسبته (19.4%) من التباين المفسر لمقياس التسويق الأكاديمي، وكان متغير الحاضر الحتمي الأكثر قدرة على التنبؤ بمقياس التسويق الأكاديمي، حيث أن ارتفاع الحاضر الحتمي بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.181) من الوحدة المعيارية، ويمكن تفسير ما يشير إليه بُعد الحاضر الحتمي إلى التعامل مع الواقع، والمواقف حسب ما يقتضيه الأمر؛ أي أن الحاضر الحتمي يعني أن الحاضر، والماضي للفرد يتحدد وفقاً لعوامل خارجية (Zimbardo & Boyd, 1999)، والاستسلام لحتمية وقوع الأحداث الحالية؛ مما يؤدي إلى زيادة التسويق الأكاديمي لديهم؛ لإيمانهم أنهم لا يستطيعون التحكم بالأمر؛ وبالتالي فإن الفرد يلجأ إلى التسويق منتظراً حدوث ما هو حتمي، ويمكن رؤية هذه النتيجة منطقية في ضوء ما يتعرض إليه الطلاب من ضغوط دراسية، ونفسية تحتم عليهم أن يتفاعلوا مع المواقف بشكل حذر، ومتيقظ؛ لينمو لديهم شعور التسويق الأكاديمي. أيضاً، الانفتاح على الخبرات، والتجارب التي مر بها الآخرون يساعد على نمو هذا الشعور، حيث أن أفراد عينة البحث في مرحلة تطور، ونمو سريع، وهذا ما أشارت إليه النظرية الاجتماعية المعرفية على أن سلوك التسويق يتأثر بشكل كبير بالنمط، والطريقة التي يلجأ إليها الفرد في تحليل، وتفسير الخبرات التي تدور في عقل الفرد (Ellis & knaus, 1977).

جاء بُعد الماضي الإيجابي ثانياً في تفسيره للتسويق الأكاديمي، فكل ما زاد وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.071)، يمكن عزو هذه النتيجة إلى نظرة الطلبة، وحنينهم للماضي الإيجابي لديهم، وعندما يدخل الطالب الجامعة يصطدم بكثرة المهمات، والواجبات، والامتحانات فيها، فيلجأ الطالب للتسويق؛ خوفاً من الفشل في مرحلة الجامعة، وهذا يتوافق مع ما ذكره سولومون، وروثبلوم (Solomon & Rothblum, 1984) أن هناك أسباباً عديدة للتسويق الأكاديمي منها: الخوف من الإخفاق في المهمات المطلوبة من الفرد، والخوف من الوصول إلى مستوى عالٍ من النتائج التي يتوقعها الأفراد من الشخص، أو يتوقعها الشخص ذاته عن نفسه .

جاء بُعد المستقبل ثالثاً في تفسيره للتسويق الأكاديمي، فكلما زاد وحدة معيارية بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يقلل من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.059)، ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن الطالب في بُعد المستقبل يكون طموحاً جداً، ويركز على الأهداف، والمشاريع التي يأمل في تحقيقها بدرجة كبيرة؛ لذا يميل نحو الحيوية، والنشاط، والجدية في العمل، فيقل من التسويق الأكاديمي للمهام، والواجبات، ويفضل الطالب أن يستثمر جهوده، وطاقته في تحقيق أهدافه حتى لو كانت على حساب علاقاته الاجتماعية، وأوقات الترفيه الخاصة به، ومن خصائص هذا النمط أنه يستعمل كافة الوسائل التي تساعد على تحقيق غايته، ومنها: عدم التسويق الأكاديمي.

جاء بُعد الماضي السلبي رابعاً في تفسيره للتسويق الأكاديمي فكلما زاد بمقدار وحدة معيارية (انحراف معياري) يزيد من مقياس التسويق الأكاديمي بمقدار (0.083) من الوحدة المعيارية، يمكن إرجاع ذلك إلى أن نظرة

الفرد السلبيّة إلى الماضي، وشعوره بنوع من التشاؤم، والتفكير من الماضي، ومن الأحداث غير السارة التي مر بها سابقاً، ولما واجهه من صعوبات، وتوترات، سواء أكان ذلك في الحياة التعليمية، أو في الحياة بشكل عام يزيد من تشاؤم الفرد بالحياة بشكل عام، ويؤدي إلى زيادة التسوية الأكاديمي لديه، ويمكن عزو هذه النتيجة إلى ما أشار إليه (Shell & Husman, 2001)، حيث أشار إلى وجود ارتباط بين منظور زمن المستقبل، وقدرة الفرد على إتمام مهام الأعمال، وتحقيق الأهداف المستقبلية بالاعتماد على ماضي الفرد، وحاضره.

ويفسر الباحثان عدم تنبؤ بُعد الحاضر الممتع بالتسوية الأكاديمي إلى أن بُعد الحاضر الممتع يدل على متعة الفرد في حاضره التي قد تكون مؤشراً على الاستقلالية، وعدم تأثره بالمتغيرات الخارجية التي تؤدي به للتسوية الأكاديمي، بحيث يتوجه إلى القيام بالمتطلبات، والمهام الحالية بغض النظر عن التسوية. اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة برينلا، وآخرون (Brenlla et al., 2022). واختلقت نتائج الدراسة مع دراسة (Yousef, 2020).

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحثان بما يأتي:

1. عمل ورشات تدريبية؛ لتدريب الطلبة على ممارسة أبعاد منظور زمن المستقبل، والعمل على رفعها لدى الطلبة خاصة بعد المستقبل، حيث حصل على أقل انتشار بين الطلبة. إضافة إلى، الأبعاد الإيجابية: كالحاضر الممتع، والماضي الإيجابي.
2. إلقاء الضوء على ظاهرة التسوية الأكاديمي، وتوعية المؤسسات التربوية، والطلاب، وأولياء الأمور بخطريتها، وأثرها على الأفراد، والتصدي لها بعد أن كشفت نتائج الدراسة عن مدى انتشارها لدى الطلبة.
3. تصميم برامج تدريبية، وإرشادية؛ لمساعدة الطلاب على كيفية التخلص من مشكلة التسوية الأكاديمي.
4. إجراء المزيد من الدراسات؛ للتحقق من العلاقة بين التسوية الأكاديمي، ومنظور زمن المستقبل، وخاصة زمن الحاضر الحتمي، والمستقبل.

المراجع

- أبو غزال، معاوية. (2012). التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، 8(2)، 131-149.
- جار الله، سليمان وشرفي، محمد. (2017). تكييف قائمة زيمباردو لمنظور الزمن للغة العربية. *مجلة شبكة العلوم النفسية*، 5(23)، 54-65.
- الخرار، منال. (2021). *التنبؤ بتأجيل الاشباع الأكاديمي لدى طلبة جامعة اليرموك من خلال منظور زمن المستقبل والكفاءة الذاتية الأكاديمية*. (أطروحة دكتوراة، جامعة اليرموك، الأردن). دار المنظومة.
- الربيع، فيصل والجراح، عبد الناصر، وملحم، محمد. (2019). القدرة التنبؤية لأبعاد منظور زمن المستقبل بالتعلم المنظم ذاتيا لدى طلبة جامعة اليرموك. *مجلة الدراسات التربوية والنفسية*، 13(3)، 441-457.
- الشريفين، أحمد والرفاعي، سندس. (2024). نمذجة العلاقة بين المخططات المعرفية الاتكيفية والكمالية وصورة الجسد وأعراض القلق لدى طلبة جامعة اليرموك. *المجلة الدولية للبحوث النفسية والتربوية*، 3(1)، 1 - 27.

هول، وليندزي. (1978). *نظريات الشخصية*. (فرج احمد فرج وآخرون، مترجم) الهيئة المصرية للتأليف والنشر.

References

- Abu Ghazal, Muawiya. (2012). Academic Procrastination: Its Prevalence and Causes from the Perspective of University Students. *Jordanian Journal of Educational Sciences*, 8(2), 131-149.
- Al-Kharraz, Manal. (2021). *Predicting Delay of Academic Gratification among Yarmouk University Students Through Future Tense Perspective and Academic Self-Efficacy*. (PhD Dissertation, Yarmouk University). AlMandumah.
- Al-Rabi', Faisal, Al-Jarrah, Abdul Nasser, and Melhem, Muhammad. (2019). The predictive ability of future time perspective dimensions in self-regulated learning among Yarmouk University students. *Journal of Educational and Psychological Studies*, 13(3), 441-457.
- Balkis, M. (2007). Procrastination Tendency in the Behavior of Teacher Candidates. *Pamukkale University Faculty of Education Journal*, 21(21), 67-83.
- . Basco, M. (2010). *Praise for the procrastinator's guide to getting things done*. NY: The Guilford Press.
- Brenlla, E., Fernández Da Lama, G., Rodríguez Marengo, I., & Saint Cricq, E. (2022). Future time perspective, procrastination and academic motivation in Argentinian college students during the pandemic. *Psychological Thought*, 15(1), 215-241.
- Brownlow, S., & Reasinger, D. (2000). Putting off until tomorrow what is better done today: academic procrastination as a function of motivation toward college work. *Journal of Social Behavior & Personality*, 15, 15-34.
- Chu, A. H. C., & Choi, J. N. (2005). Rethinking procrastination: Positive effects of "active" procrastination behavior on attitudes and performance. *The Journal of Social Psychology*, 145(3), 245-264.
- Cari, J. (2007). Dimensions of future time perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 65-78.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). *A motivational approach to self: Integration in personality*. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation. Perspectives on motivation* (pp. 237-288).
- Ellis, A., & Knaus, W. J. (1977). *Overcoming procrastination*. New York: Institute for Rational Living.
- Ferrari, J. R. (2010). *Still procrastinating: The no regrets guide to getting it done*. John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 978-0-470-61158-6
- Ferrari, R., & Patel, T. (2004). Social comparisons by procrastinators: Rating peers with similar and dissimilar delay tendencies. *Personality and Individual Differences*, 37, 1493-1501.
- Ferrari, R., & Tice, M. (2000). Procrastination as a self-handicap for men and women: A task-avoidance strategy in a laboratory setting. *Journal of Research in Personality*, 34, 73-83.
- Franken, A. (1993, April). *Daily affirmation with Stuart Smalley*. *Saturday Night Live*. Retrieved December 16, 2000, from <http://www.snlntranscripts.jt.org/91/91ndailyaffirmation.phtml>
- Garland, E., Boettiger C., & Howard O. (2011). Targeting cognitive - affective risk mechanisms in stress- precipitated alcohol dependence: An integrated, biopsychic social model of automaticity, all stasis, and addiction. *Medical Hypotheses*, 76(5), 745-754

- Gombai, A. (2018). *Deviation from a Balanced Time Perspective among Older Adults in Relation to Global Cognitive Functioning*. Master's of Science in Psychology. UMEA University.
- Hall, Lindzy. (1978). *Personality Theories*. Translated by Farag Ahmed Farag and others, Cairo: Egyptian Authority for Authorship and Publishing.
- Hatzigeorgiadis A, Zourbanos N, Goltsios C, Theodorakis Y.(2009). In- vestigating the functions of self-talk: the effects of motivational self-talk on self-efficacy and performance in young tennis players. *Sport Psychol.* 22(4), 58-71.
- Hoeksma, J., Oosterlaan, J., & Schipper, E. (2004). Emotion regulation and the dynamics of feelings: A conceptual and methodological framework. *Child Development*, 75(2), 354-360.
- Jackson, W. (2006). Time perspective and motivation. *Journal Educational psychology*, 17, (35), 1-4.
- Jarallah, Suleiman, & Sharafi, Mohammed. (2017). Adapting Zimbardo's Time Perspective Inventory for the Arabic Language. *Journal of Psychological Sciences Network*, 5(23), 54-65.
- Kağan, M. (2009). Determining the variables which explain the behaviour of academic procrastination in university students. Ankara University, *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 42(2), 113-128
- Knaus, W. (2002). *The procrastination workbook: Your personalized program for breaking free from the patterns that hold you back*. Oakland: New Harbinger Publications, Inc.
- Lang, R., Carstensen, L. (2002). Time counts: future time perspective, goals, and social relationships. *Psychol. Aging* 17, 125-139.
- Lennings,C.J., Burns, A.M., & cooney, G. (1998). profiles of time perspective and personality: Developmental considerations. *The Journal of psychology*, 132, 629-641
- Lewin, K. (1942). Time perspective and morale. In G. Watson (Ed.), *Civilian morale* (pp. 48–70). Houghton Mifflin.
- Lyu, N., & Hwang, X. (2016). Development and validation of Future Time Perspective Scale for Adolescents and Young Adults. *Time & Society*, 25(3). <https://doi.org/10.1177/0961463X16662669>
- Maclellan, E., & Soden, R. (2006). Facilitating self-regulation in higher education through self-report. *Learning Environments Research*, 9(1), 95-110. <https://doi.org/10.1007/s10984-005-9002-4>
- Moreas, A.-M., & Lens, W. (1991). *The motivational meaning of the individual future time perspective* (internal research report). Research Center for Motivation and Time Perspective. University of Leuven. Belgium.
- Pearsall, J. (1998). *The New Oxford dictionary of English*. New York: Oxford University Press.
- Schraw, G., Wadkins, T., & Olafson, L. (2007). Doing the things we do: A grounded theory of academic procrastination. *Journal of Educational Psychology*, 99(1), 12–25.
- Shell, D. & Husman, J. (2001). The multivariate dimensionality of personal control and future time perspective in achievement and studying. *contemporary educational psychology*, 26(4), 481-506.

- Solomon, L. J., & Rothblum, E. D. (1984). Academic procrastination: Frequency and cognitive-behavioral correlates. *Journal of Counseling Psychology*, 31(4), 503–509.
- Stober, J., & Joormann, J. (2001). Worry, procrastination, and perfectionism: Differentiating amount of worry, pathological worry, anxiety, and depression. *Cognitive Therapy and Research*, 25, 49-60.
- Suddendorf, T., & Corballis, M. C. (1997). Mental time travel and the evolution of the human mind. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 123(2), 133-167.
- Sukma, N., & Fauzi, A. (2023). Analysis of OF Academic Procrastination (An Overview Through Self-Regulation And Self-Efficacy) in Accounting Students at Vocational High Schools. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 2(2), 465-474.
- Tabar, M., & Zebradast, A. (2015). Predicting academic achievement based on dimensions of time perspective among university students. *Biological Forum- An International Journal*, 7(2), 1-6.
- Taura, A., Abdullah, M., Roslan, S., & Omar Z. (2014). An examination of pre-service teachers' goal orientations, self-regulation and active procrastination. *Life Science Journal*, 11(10), 71-81.
- Van Eerde, W. (2003). A meta-analytically derived nomological network of procrastination. *Personality and Individual Differences*, 35(6), 1401-1418.
- Wang, J., & Sun, Y. (2023). Time flies, but you're in control: The mediating effect of self-control between time attitude and academic procrastination. BMC Preprint, 11(1), 1-9. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2601531/v1>.
- Weiner, B. (1990). History of motivational research in education. *Journal of Educational Psychology*, 82, 616-622.
- Wigfield, A., & Eccles, J. S. (2000). Expectancy-value theory of achievement motivation. *Contemporary Education Psychology*, 25(1), 68-81.
- Yousef, A. (2020). Future time perspective in its relationship to academic tasks procrastination for secondary stage students. *Journal of Research in Curriculum Instruction and Educational Technology*, 6(1), 81-113.
- Zimbardo, P., & Boyd, J. (2008). *The time paradox: The new psychology of time that will change your life*. Simon and Schuster.
- Zimbardo, G., & Boyd, N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271-1288.