

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى
طلبة كلية العلوم السياسية

م. رنا رشيد محمد سليم
جامعة الموصل | كلية التربية الأساسية
Remaok711@uomosul.edu.iq

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

م . رنا رشيد محمد سليم

ملخص البحث

يهدف البحث الحالي التعرف على .:

١. مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام.
- ٢- مستوى سلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام.
- ٣ - العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام ٤. التعرف على دلالة الفروق في مستوى التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى العينة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر-إناث) ,الصف (الثاني - الرابع).

واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لطبيعة البحث الحالي,وتكونت عينة البحث الحالي من (١١٩) طالب وطالبة من طلبة كلية العلوم السياسية ,ولتحقيق أهداف البحث قامت الباحثة بتبني مقياس الخزاعي (٢٠١٧)لقياس التسويق الأكاديمي وتبني مقياس العبيدي ((٢٠٢١)) لقياس سلوك المخاطرة ,و تم إيجاد الخصائص السايكومترية للمقياس من صدق ظاهري بنسبة(80%)واستخراج معامل الثبات حيث بلغ معامل الثبات لمقياس التسويق الأكاديمي بطريقة إعادة الاختبار (0,81) وبلغ معامل الثبات لمقياس سلوك المخاطرة (٠,٨٣) , وتوصلت الدراسة التي استخدمت فيها الباحثة الحقيبة الإحصائية (spss) لتفسير وتحليل النتائج لمجموعة من النتائج منها.:

- ١- وجود فرق دال إحصائياً في مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام .
- ٢- وجود فرق دال إحصائياً في مستوى سلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام.

٣- وجود علاقة دالة إحصائية بين مستوى التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة بشكل عام .

٤- لا توجد فروق دالة إحصائية في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة تبعا لمتغير الجنس (ذكور- إناث و متغير الصف (الأول - الرابع) .

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها الباحثة توصي وتقتصر الآتي :-

* ضرورة عقد ندوات إرشادية وخاصة لطلبة الجامعة لتحديد مصادر التسويق الأكاديمي واختيار الطرق المناسبة لمواجهة تلك المصادر .

* العمل على حث طلبة الجامعة الذين يؤجلون انجاز واجباتهم ومهامهم الحياتية على ترك التأجيل كي لا يصبح التسويق الأكاديمي سلوكا معتادا لديهم .

* ضرورة عمل ندوات إرشادية للشباب لغرض التعرف على أثار المخاطرة والسلوكيات الخطرة .

* تشجيع الطلبة الحذرين على تخطي الحواجز النفسية وعدم التردد في اتخاذ قراراتهم .

* تضمين بعض المناهج الدراسية توجيهات تحث الطلبة على المخاطرة الايجابية وتوضيح الفرق بين المخاطرة الايجابية والسلبية .

* أجراء دراسة عن التسويق الأكاديمي وعلاقته بالأفكار اللاعقلانية .

* أجراء دراسة مماثلة للدراسة الحالية مع عينات أخرى غير طلبة الجامعة .

* أجراء دراسة عن سلوك المخاطرة وعلاقتها مع متغيرات أخرى مثل قبول الذات , الإبداع .

الكلمات المفتاحية (التسويق , الأكاديمي , سلوك , المخاطرة) .

(Academic stalling and its relation to adventurous behaviour of students of college of political sciences)

Lecturer : Rana Rashid Mohammed Selim

University of Mosul College of Basic Education

ABSTRACT

Aim of current research is

*know level of academic stalling for stuents of college of political sciences in general

*know level of adventurous behiour of those students in general

*relation between the forementioned variables and students of college of political sciences in general

Know variance significance in level of academic stalling and its relation with adventerous behaviour of sample according to gender variable (males-females) and class variable (second –fourth)

Researcher adopted descriptive method sample was(119) students of college of political sciences . to achieve the forementioned goals , researcher adopted (Al-Khozai' scale 2017) and (Al-Obaidi 2021 scale) for adventerous behaviour . psychometric features of scale such as surface validity reached (80%) ,stability factor was found using re-test to reach (0,81) while reached (0,83) for scale of adventerous behaviour researcher used (SPSS) program to explain and analyse data

Researcher concluded :

*existence of statistically significant difference in level of academic stalling for students of college of political sciences in general

*existence of statistically significant difference in level of adventerous behaviour for students of college of political sciences in general

*existence of statistically significant difference in level of academic stalling and adventerous behaviour in general

*no statistically significant differences in relation between academic stalling and adventerous behaviour according to gender (males-females) and classes (first –fourth)

Researcher recommends and suggests :

*have guidance sessions specially for university students to know sources of academic stalling and find ways to eliminate such sources

*urge university students to do their home works in time and quit stalling otherwise stalling will become a life style

*having guidance sessions for youth to know impacts of adventerous behaviour and adventure

*encourage cautious students to break psychological barriers and make choices

*embody instructions in some curriculæ

to encourage students to take positive adventure and show the difference between positive and negative adventerous behaviour

- *make study about academic stalling and its relation to irrational ideas
- *make a similar study on a sample of people outside university
- *make a similar study about adventurous behaviour and its relation to other variables such as self acceptance and creativity .

مشكلة البحث

التسويق الأكاديمي يعتبر من الأمور الغامضة اذ نلاحظ العديد من الطلاب يدعون عدم قيامهم ببعض السلوكيات ألا أننا نشاهد قيامهم بالعديد من الأعمال كعدم انجازهم مهامهم الدراسية وتأجيلها وعدم مراعاتهم لتنظيم الوقت بشكل ملائم الأمر إلى يؤدي إلى ضعف الهمة وعرقلة المهارات الأكاديمية وبالتالي ضعف العزيمة والإصرار في القيام بالمهام الموكل عليهم القيام بها ((الجعيد , ١٩٩٩ , ١٦ - ١٧) .

وقد أكدت الكثير من الأبحاث والدراسات الأكاديمية إلى أن الطالب الذي لديه ميل قوي لتسويق واجباته وما يطلب منه يؤثر ذلك على تحصيله وبالتالي حصوله على درجات متدنية مقارنة مع الطالب غير المسوف الأمر الذي يؤدي إلى الانسحاب والشعور بالإخفاق معرفيا ويولد تأثيرا سلبيا ويضعف ثقة الطالب بنفسه وبالأخرين من زملائه وحدث اضطرابات نفسية حادة تشعره بعدم القدرة على التذكر وفهم الدروس وبالتالي التمرد على بيئته التي هي مكان عيشه والرسوب وتحطيم مستقبله الدراسي (عبد الحميد , ٢٠٠٢ : ٧٢) .

فالحياة مليئة بالكثير من المخاطر والمواقف التي تتطلب من الفرد أن يكون أنسانا حازما قادرا على اتخاذ القرار المناسب الذي يتلاءم مع ما يمر به من صعوبات وأخطار لان الدخول في متاهات الخطر أمر محتم في عالم يسوده ضعف التوازن والسيطرة التامة للشخص القوي على الضعيف فسلوك المخاطرة يمكن اعتباره جانبا مهما جدا لا يمكن الاستغناء عنه من جوانب السلوك التي يحاول العديد من الطلاب تجنبها والابتعاد عنها , فطلبة الجامعة في الوقت الحالي نراهم مندفعين برغبتهم القوية إلى التمتع بالحياة والارتقاء إلى أعلى المستويات وتحقيق الأهداف المرجوة واكتشاف الخبرات الغامضة الأمر الذي

يجعل من إتباعهم سلوكيات المخاطرة أمر لا بد منه ومحتم عليهم القيام به (العدل , ٢٠٠١ , ١٢٣)

واستنادا إلى ما تقدم تفترض الباحثة بان سلوك التسويق الأكاديمي عند (الطالب) إذا ما تتطور وبلغ درجات عالية من الشدة يمكن أن يتداخل مع الأحكام المعرفية وسلوكيات المخاطرة لديه سوف تبرز وتتبلور , الأمر الذي دفع الباحثة إلى وضع مشكلة البحث الحالي بالتساؤل الآتي : (ما قوة واتجاه العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية) .

أهمية البحث

التسويق أكاديميا يمكن اعتباره ظاهرة تواجه للطلبة بشكل مستمر وبشكل اخص في مرحلة المراهقة التي يتعرض لها الطلبة للعديد من المشكلات والتغيرات في مختلف الجوانب النفسية والانفعالية والشخصية وذلك نتيجة حدوث تذبذب في القيم والتأثر بسلوك الآخرين من حوله والتي من بينها سلوكيات التسويق (الجعيد , ١٩٩٩ , ١٧) .

فحياء الفرد المراهق يمكن تشبيهها بعنق زجاجة فالشخص الذي يتجاوزها بسلام وأمان يتمكن من التصدي لما يواجهه من أعباء وصعوبات نفسيا ومهنيا واجتماعيا (الكعبي , ٢٠٠٨ , ٤)

وعلى النقيض من ذلك فقد تكون حياته ذات صراعات وتناقضات وغموض ومشكلات نفسية الأمر الذي يؤثر سلبا في أساليب تفكيره وسلوكياته المتعددة وقد تتكون لديه تصورات وأنماط سلبية عن ذاته وبالتالي يكون لذلك استجابات غير متوافقة مع ما يملك من إمكانيات ويتوصل الى نتائج غير مرغوب بها . (الحاجي , ٢٠٠٧ , ٣٥) . وقد أشار (ابو غزال , ٢٠١٣) إلى أن الكثير من نظريات علم النفس فسرت ظاهرة تسويق السلوك أكاديميا على انه استراتيجيه يستعملها الفرد كحماية لنفسه من ما قد يتعرض له من تدني الذات وعدم الاحترام من قبل الآخرين حيث أن الأشخاص الذين يعانون من انحطاط وتدني احترام الذات هذا الأمر يتيح لهم التسويق بالتمسك بمعتقداتهم المتضمنة وإظهار قدراتهم المرتفعة مقارنة مع أدائهم الحقيقي (ابو غزال , ٢٠١٣ , ٢٣) .

فالتسويق أكاديميا عبارة عن اضطرابات انفعالية تحدث نتيجة معتقدات ليست بالمنطقية لان تلك المعتقدات التي يتعرض لها الفرد تنتج عنها سلوكيات تسويقية فعلى سبيل المثال أخطب نفسي (علي إن ابرز نفسي وأقدم عملا يليق بي لأثبت جدارتي وإنني شخص ذات قيمة) وعندما افشل في تحقيق ذلك فأن هذا الأمر سوف يفقدني تقديري واحترامي لذاتي وبالتالي سوف تظهر استجابة التسويق في انجازي للمهام الموكلة إلي وهذا ما أكدته العديد من الدراسات والبحوث (الزهراني , ٢٠١٠ , ٦) .

ويمكن القول بان هناك نوعين من السلوكيات التسويقية للطلبة نوع مسوف سلبي وهنا يكون الطالب تقليدي مؤجل انجاز مهماته إلى لحظات أخيرة وذلك بسبب عدم قدرته على حسم قرار بخصوص عمله في وقتها , أما النوع الثاني المسوف الفعال فهنا يكون الطالب متقصد ومتعمد لاتخاذ قرارات مؤجلة ويمتلك دافعية مرتفعة وقدرة على انجاز المهام في الوقت المحدد وتحقيق نتائج مرغوب فيها (الكعبي , ٢٠٠٨ , ٤) .

أحيانا نشاهد ما يمر به الفرد من ظروف نفسية وقد تكون اجتماعية وأكاديمية قد تعكس أثارا كبيرا على نفسيته فينجم عن ذلك أثار نفسية وأكاديمية سيئة تدفع الفرد لقيامه بسلوك تسويقي وقد يتصف أحيانا بنوع من المخاطرة (كتلو , ٢٠٠٩ , ٢٢٩) فسلوكيات المخاطرة يعد من الجوانب الأساسية للسلوك المتجنب من قبل الكثير من الأفراد والذي يكون ذات نتائج سلبية إضافة لذلك قد تكون النتائج الايجابية غير معروفة الأساس وقد تنتم أغلبية سلوكيات الطلبة بالمخاطرة بشكل كبير جدا وذلك لان السعي وراء معرفة مسببات السلوكيات الإنسانية أمر صعب وغير محدد والسبب في ذلك يعود إلى تواجد المسببات الفردية والذاتية التي تكون مسؤولية عن تمييز الأفراد بعضهم عن البعض الآخر إضافة لذلك جملة العوامل الاجتماعية والبيئية التي تحدث أثار تكاد تكون متماثلة عند الأفراد جميعا الأمر الذي يجعل الأخذ بنظر الاعتبار تلك المسببات للسلوك الإنساني عملية معقدة للغاية (احمد , ٢٠٠٢ , ١٢) .

وتواجه الطلبة مواقف كثيرة تتطلب منهم قرارات حاسمة , فبعضهم لا يستعملون عملياتهم العقلية بصورة دقيقة وفاعلة عند مواجهتهم هذه المواقف لأنهم يفتقدون القدرة على جمع المعلومات وتحليلها بشكل دقيق فضلاً عن أخطائهم لاختيارهم القرار

الصحيح فطلبة الجامعة في عصرنا الحالي نراهم مندفعين برغباتهم وميولهم إلى السيطرة والتمتع بحياتهم ورغبتهم في التفوق على الآخرين , بل أن اغلبهم يعتبرون أتباعهم لسلوك المخاطرة وسيلة مهمة من اجل ارتقائهم وبحثهم في ميدان خبراتهم الجديدة (زغلول واخرون , ٢٠٠٣ : ٣١٤) .

وقد نلاحظ العديد من علماء النفس اشاوا إلى أن الطلبة قد يلجئون إلى تسويق السلوك نتيجة لتجنب مشاعر القلق التي قد يتعرضون لها وما يمرون به من مخاطر ضمن نطاق حياتهم الأكاديمية مما قد يؤدي إلى صراعات نفسية يشعر بها الطلبة في المواقف التي تتطلب منهم اتخاذ قرارات مهمة متعلقة بحياتهم الدراسية , وذلك لان سلوك المخاطرة يمكن اعتباره من العوامل المهمة جدا في توجيه السلوكيات ومكون أساسي لا يمكن الاستغناء عنه في سعي الفرد لتحقيق أهدافه وطموحه لتحقيق الحياة المثلى , فالتسويق أحيانا يدفع الفرد الى المخاطرة التي تعتمد على التحليل ودراسة خطوات الموقف الذي يمر به والقيام بمحاولات مستمرة من شأنها تفيد الفرد في الاستفادة من الأخطاء التي يقع فيها , فكلمة المخاطرة تجعل الفرد متحفز ومتحفظ ومسوفا لسلوكياته في الوقت نفسه (المشلب , ٢٠٠٦ : ٤٥) .

فهذه مشكلة تتعلق بطلبة الجامعة وتحتاج إلى دراسة ومتابعة وحل جذري ولا يمكن الإغفال عنه من اجل مساعدة الطلبة على التقليل من سلوكيات المخاطرة المتبعة من قبلهم تجاه بعض التسويق أكاديميا ومن هنا تبرز أهمية البحث الحالي في البحث عن الصلة والرابط الذي يربط سلوك التسويق مع ما يقوم به الطالب الجامعي من سلوكيات مخاطرة متبعة لذلك السلوك .

لكي نحقق أهداف البحث لابد من التعرف على الآتي :

١. مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام.
- ٢ - مستوى سلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام .
- ٣ - العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام

٤. التعرف على دلالة الفروق في مستوى التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى العينة تبعاً للمتغيرات الجنس (ذكر-إناث)، الصف (الثاني - الرابع) .

حدود البحث : - يقتصر البحث الحالي على دراسة التسويق الأكاديمي وعلاقتها بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية (ذكور_ إناث) في جامعة الموصل للسنة الدراسية (٢٠٢٢_٢٠٢٣) للدراسة الصباحية .

تحديد المصطلحات : - أولاً: التسويق الأكاديمي : عرفه كلا من مصيلحي والحسيني (٢٠٠٤) : (تأجيل بشكل دائم ومستمر لعمل المهمات الأكاديمية المطلوب القيام بها وأدائها , وتأخير العمل المطلوب انجازه إلى وقت آخر ويرافق ذلك شعور بالقلق والضيق وعدم الراحة نتيجة لتأخير العمل وعدم انجازه في الوقت المحدد بل تأخير انجازه الى وقت اخر) . (مصيلحي والحسيني , ٢٠٠٤ : ٩)

الخزاعي (٢٠١٧) : (تأجيل أرادي متعمد او تجنب بشكل كامل لواجبات ومهام أكاديمية تتطلب من الفرد فيقوم بتأجيلها إلى وقت غير الوقت المحدد جراء ما يملكه من اتجاهات سلبية على طريقة أدائه للواجبات المكلف القيام بها بطريقة سلبية) (الخزاعي , ٢٠١٧ : ١٥).

وتعرفه الباحثة نظريا : (بأنه الصعوبة التي يعاني منها الفرد في برمجة مهماته الدراسية وأموره الحياته المتكررة باستمرار والعمل على أكمالها في وقت يحددها الفرد للقيام بإنجازها .

ثانيا : سلوك المخاطرة : عرفها كلا من

(عبد الرزاق , ٢٠١٩) : (مخاطرة السلوك يمكن اعتباره من النشاطات والسلوكيات التي تتصف بعدم قدرة الفرد على امتلاكه لمعرفته بنتائج عمله المتوقعة منه والتي تؤدي إلى حدوث مسببات وعواقب غير صحيحة وتدخل الفرد في مصارعة تحديات الحياة مع الاخذ بعين الاعتبار احتمالات الأذى والخسارة) (عبد الرزاق , ٢٠١٩ : ١١).

(بن خليوي , ٢٠١٧) : (سلوكيات واسعة المدى من ناحية النتائج المحتمل حدوثها والسبب في ذلك العوامل النفسية والبيئية التي يمر بها الفرد) (بن خليوي , ٢٠١٧ : ١٧٣) .

وتعرف الباحثة سلوك المخاطرة بأنه (سلوك معتمد من قبل الفرد كوسيلة للتفاهم والتعامل مع كل ما هو متعلق بالمهام والوسائل المتعلقة بالنمو في مرحلته الجامعية)
اما اجرائيا لكلا المصطلحين : فهو (الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب الجامعي) (طالب كلية العلوم السياسية) من الإجابة على فقرات المقياس) .

الفصل الثاني (أطار نظري) :

قد نلاحظ مواجهة العديد من طلبة الجامعة لحالات التسويق أكاديميا فالبعض منهم يرجع تلك الحالة إلى عدم المبالاة وكثرة الإهمال والتفكير اللاعقلاني إضافة إلى صعوبة القدرة على الوصول إلى النجاح الأمر الذي يولد لديهم سلوكا تسويقيا على الرغم من توافر الشروط والظروف والقدرات التي تمكنهم من تحقيق التفوق والنجاح, الأمر الذي يجعل الطالب يندفع بشكل سلبي تجاه ما يملك من القدرات والإمكانات وبالتالي ينعكس ذلك على مستويات تقديرهم لشخصياتهم وإمكانياتهم فتتشأ لديهم قناعات بعدم تغيير ما هم عليه مهما قدموا من محاولات لتذليل الصعوبات التي تقف عائق أمامهم في الحياة ووضعهم لن يتغير حسب اعتقادهم وعدم قدرتهم على التحكم بما يمرون به من مواقف ضاغطة فمثل ها كذا وضع يشعر الطالب بسلوك تسويقي أكاديميا وهو غير مرغوب فيه على صعيد المعرفة إضافة لكونه شخصية سلبية يكون لها تأثيرها السلبي على الفرد (إبراهيم والحسيني , ٢٠١٣ : ٩) .

ونلاحظ اهتمام الكثير من الباحثين والعلماء في تخصصات علم النفس بدراسة السلوك التسويقي باعتباره متغير ذات ارتباط وصلة وثيقة مع سلوكيات الإنسان وشخصيته وذات اهتمام بالغ في بنية علاقات الفرد الاجتماعية لتحقيق أهدافه وطموحاته في الحياة , اذ دخل هذا المفهوم باعتباره نفسيا تحت عنوان التسويق دراسيا (اكاديميا) وقد ظهرت العديد من الدراسات التي اهتمت وتناولت موضوع التسويق باعتباره تأجيل إرادي متعمد او تجنب للمهام والواجبات الموكلة والعمل على تأخيرها إلى أوقات أخرى بناء على ما يضره من مشاعر واتجاهات تعود على أدائه الدراسي والأكاديمي بشكل سلبي الأمر الذي يشعره بالقلق والتوتر الانفعالي لتأخير مهامه في الوقت المحدد (وحيد , ٢٠٠١ , ٣٤) .

ومن هنا يمكن ملاحظة بان سلوك التسويق كظاهرة من الظواهر الإنسانية النفسية لم يكن له النصيب بالإجماع من قبل العلماء على أعطاء تعريف واضح ومحدد له , لكن أكد العديد من الخبراء والمختصين والباحثين على أن التسويق كسلوك أكاديميا المقصود به التأجيل وقد أكد البعض منهم على أن شعور الفرد بالقلق والتوتر نتيجة التأجيل يعتبر مكونا أساسيا لتسويق السلوك وقد اجمع العديد على أن التسويق أفعال وسلوكيات يقوم بها الفرد لها تأثيرها السلبي على ما يقومون به من مهام وانجازات (أبو غزال , ٢٠١٣ : ٢٢٩) .

فالتسويق كظاهرة أساسية يلاحظ انتشارها بالآونة الأخيرة بين صفوف الطلاب اذ لوحظ تفاوت الطلاب فيما بينهم في مجال انجازهم وأدائهم للمهام المطلوب منهم القيام بها فالبعض منهم يقوم بأداء منجزاته على أتم وجه وغير قابل للتأجيل والآخر منهم يسوف ويؤجل ويتباطأ في انجاز مهامه الأكاديمية نتيجة ما يمر به من توترات وأزمات وصراعات في مجالات حياته المتعددة مما قد يؤدي إلى تراكم الواجبات والمهام والأعمال الموكلة للفرد فيصبح مسوفا في مجال حياته ويمكن الإشارة إلى تواجد نموذجين من تسويق السلوك , نموجا يعتبر ايجابيا ويمكن ملاحظته عند قيام الفرد بتأجيل ما مطلوب منه إلى وقت آخر مجبرا على ذلك ثم قيامه بإعادة صياغة مهامه لكي يكون قادرا على انجاز ما مطلوب منه قبل الوقت المحدد وبالتالي تحقيق ما مرغوب فيه من نتائج مرغوبة , أما النوع الثاني من تسويق السلوك النوع السلبي والمتمثل في تسويق الفرد وتأجيله المتكرر وبشكل مستمر ومن دون وجود أي دافع أو ظرف أو مبرر والقيام بمهام أخرى غير ضرورية (علام , ٢٠٠٨ : ٣)

فالتسويق الأكاديمي يمكن اعتباره شكلا ونوعا من أشكال التسويق باعتباره من الظواهر السلبية الشائعة والمنتشرة بين الطلاب والذي يمكن تعريفه بأنه عملية تأجيل الطالب لما مترتب عليه أكاديميا من مهام حتى اللحظة الأخيرة وعدم قدرته على إنهاء ما مكلف به في الوقت المحدد من دون سبب منطقي ومقنع على الرغم من توقع الفرد لنتائجه السلبية وما يترتب عن ذلك من أمور خطيرة وأثار سلبية على مستواه أكاديميا وانجازه الدراسي , وقد يعود تسويق السلوك إلى مسببات شخصية متمثلة بالخوف من

الوقوع بالفشل واخفاقة في مهامه إضافة إلى أسباب أخرى تتعلق بالنظرة الكلية للطلاب عن نفسه ومعتقداته ومفهومه عن ذاته وغير ذلك من المسببات ذات الارتباط بطبيعة ما يقوم به الفرد من المهام وصعوبتها وسهولتها ، فالتسويق يمكن اعتبارها كسمة إنسانية متمثلة بضعف كفاءة الفرد وقلة دافعيته وادائة المنخفض إضافة الى خفض الجهد والإصرار في العمل وبالتالي شعور الطالب بمشاعر القلق والتوتر وتدني الذات ، فتأجيل الطالب لمهامه أكاديميا له تأثيره الداخلي على نفسيته مسببا له صراعا نفسيا وشعورا بالذنب والإحباط الأمر الذي يؤدي إلى إكساب الطالب سلوكيات غير أخلاقية كمحاولة لتبرير موقف التسويق بشكل مستمر وتأجيل المهام الخاصة به أكاديميا (اسماعيل ، ٢٠١٤ : ٤٥) .

ويمكن القول أن للسلوك التسويقي أكاديميا عواقب ذات تأثير سلبي متمثل بتدني تحصيل الطالب أكاديميا وانقطاعه بشكل مستمر عن المحاضرات وحلقات العمل وعدم الرغبة في الحضور الى الدوام إضافة إلى المشاعر والانفعالات السلبية التي يشعر بها الطالب والتوتر والشعور بالذنب وهناك أمر جدا هام لابد من الإشارة إليه بان الطالب المسوف أكاديميا يعاني من المبالغة في تقدير الوقت عند أتمام مهمة ما ، الأمر الذي يؤدي زيادة احتمالية انسحاب الطالب من المقررات الدراسية والعيش في صراع نفسي قوي يتعلق باتخاذ قرار يؤثر بشكل سلبي على تقديره لذاته وبالتالي ضعف القدرة على اتخاذ القرار وحدوث اضطرابات انفعالية وسوء تكييفات مرضية للتعامل مع هكذا صراعات (ابو عراد ، ٢٠٠٩ : ٥٥)

ويمكن ملاحظة وجود علاقة وثيقة بين السلوك التسويقي والسمات الشخصية المرضية كسمة الخوف والوسواس والعصابية وقلة في الكفاءة الذاتية وخاصة طلبية الجامعة بشكل خاص فطلاب الجامعة في كثير من الأحيان يرون أنفسهم مجبرين على اتباع أسلوب التسويق وتأجيل مهامهم وواجباتهم إلى أوقات متأخرة وخاصة عند حدوث أشياء غير متوقع حدوثها وبالتالي الشعور بالذنب وضياح الوقت وفقدان الفرص وخاصة في الكثير من المهمات الأكاديمية التي يتطلب القيام بها في الوقت المحدد والمناسب فمثل هذا النوع يسمى تسويفا وظيفيا لأنه يرتبط بالمهام الدراسي والأكاديمي ، فالطالب

عندما يمارس التسويق بشكل متكرر تقل فرصة نجاحه فمن المتوقع تعطيل الأداء اليومي عن طريق الشعور بعدم الراحة النفسية فعلية تأجيل المهام والترخي في تنفيذها له دلالات سلبية لان تسويق السلوك يمكن اعتباره حالة تتصل اتصالا وثيقا بطريقة إدارة الفرد لمهامه ومسؤولياته التي تطلب منه بشكل فعال ومجدي وهذا الأمر يرجع لطريقة وعي الفرد وإدراكه للحياة التي يعيشها (العبيدي , ٢٠١٣ : ١٥٠)

فالتسويق ظاهرة كثيرة الشيع بين طلبة الجامعة الأمر الذي يؤدي إلى مستويات دراسية متدنية وذلك لوجود ونشوء علاقات ارتباطية سلبية ذات تأثير سيء بين تسويق السلوك والعديد من المتغيرات النفسية للفرد كالثقة بالنفس وقلق الامتحان والضغوطات الحياتية لان تأجيل الفرد لمهامه ذات تأثير داخلي على نفسية الفرد مسببة له الاكتئاب والإحباط والقلق إضافة إلى استخدام الفرد لبعض السلوكيات المعيبة الغير أخلاقية كالكذب والاختلاف في الكلام والمواقف والتصرفات كمحاولة لتبرير الموقف المسوف من قبله وتأجيله لمهامه الأكاديمية , إضافة إلى الآثار الخارجية التي قد تظهر على الفرد في نواحيه الجسدية كالشعور بالكسل وقلة الحركة والخمول والتعب المستمر وصعوبة القدرة على الانجاز وضعف الالتزام بالمواعيد والتأثيرات السلبية على مستوياتهم الثقافية وتحصيلاتهم الدراسية وأضاعتهم للعديد من الفرص وبالتالي ضعف العلاقات الاجتماعية وظهور الكثير من المشكلات الأسرية (الزهراني , ٢٠١٠ : ٥٥)_ضعف العلاقات الأسرية وظهور الكثير من المشكلات يتنافى مع ما أكدت عليه الأديان السماوية , فالدين الإسلامي الحنيف اهتم اهتماما بالغا بالإنسان بل جعل حرمة أعلى وأعظم من حرمة الكعبة نفسها لحمايته من المخاطر والإضرار التي تقع عليه لذلك فمن الضروري التفرقة بين نوعان من المخاطرة من ناحية المنظور الإسلامي فالمخاطرة الغير مشروعة نوعا أولا والمخاطرة المشروعة الممدوحة او المقبولة شرعا , فالدين الإسلامي أعطى مفهوما واضحا عن مخاطرة الفرد المشروعة من خلال النظر إلى مصلحة الفرد والاهتمام بها وصيانتها من كل سوء (الديري , ٢٠١١ : ٢٣) .

فالمخاطرة كسلوك تعتمد بالدرجة الأولى والأساسية على تقييم الفرد محددات تحمله للتفوق والنجاح والإصرار وخيبة الأمل , فالأشخاص الذين يتمتعون بالانبساطية

يمارسون المخاطرة أكثر من غيرهم من الانطوائيين كثيرو الخوف والقلق والتردد (علي , ١٩٩٥ : ٣٦)

والسبب في ذلك يرجع إلى ما تحويه مرحلة المراهقة من المشاق والصعوبات والتي تعود إلى النقص القليل لمواجهه ما يمر به الفرد من صعاب إضافة لذلك عدم إعطاء المجتمع لهذه الفئة المهمة ادوار اجتماعية تليق بهم تساعد على امتصاص ما يمتلكون من طاقات ويشعرون بقيمتهم الشخصية , فالحياة عبارة عن حلقة من المخاطر التي يمر بها الفرد لان كثير من مواقف الحياة تحتاج اتخاذ قرارات مليئة بالمخاطر قد تكون صحيحة وقد تكون خاطئة لان القيام بالمخاطرة بحد ذاتها أمر صائب فقد نلاحظ إلى انتباه الباحثين والخبراء إلى مدى تأثير عوامل الفرد الشخصية على سلوكيات المخاطرة لديه , فالأفراد قد يظهرون مستويات تختلف من فرد لآخر من أتباعهم لسلوك الخطر والمخاطرة مع نفس المواقف التي يتعرضون لها وهذا الاختلاف من الممكن تفسيره أيضا عن طريق الفروقات الفردية بين الأفراد أنفسهم اعتمادا على ما يمتلكون من متغيرات شخصية (العيسوي , ٢٠٠٧ : ٣١١) .

فمفهوم سلوك المخاطرة واسع ومنتشر بين الناس يستخدم في خطابات الناس العادية فهو يعبر عن صعوبة أدراك حدوث نتائج السلوكيات المتوقعة بشكل غير محبب لبعض الناس , فمخاطرة سلوك الفرد يمكن الإشارة إليه على انه السلوك المحتمل الحدوث والقابل للوقوع (حمزة , ٢٠٠٢ : ٢٨٩) .

فكلمة المخاطرة تردد على لسان الناس في كل الأماكن والأزمان لأنها تلازم الفرد كظلة فمرحلة الطفولة ومراهقة الفرد وشبابه وتقدمه في سنه كلها سلوكيات مخاطرة , لان حياه الفرد بمجملها تعتبر مخاطرة فتجنب الفرد للمخاطرة يجنبه الحياة , فالمخاطرة التي تواجه الطلبة تصقلهم لأنها تتضمن التصدي والمواجهة ومن ثم تحولهم من طلبة تصنعهم الأحداث إلى طلبة يشكلون الأحداث بما يتناسب مع قدراتهم وإمكانياتهم , فالمخاطرة عملية مستمرة طالما هناك أدراك ووعي من قبل الفرد (السحار , ٢٠٠٢ : ٣) وقد تكون ايجابية حيث يندفع الطلبة نحو الأهداف ذات القيمة الكبيرة وقد تكون سلبية اذ يكون الاندفاع للقيام بسلوكيات تؤذي النفس والآخرين لان العواقب السلبية لسلوك المخاطرة

تكون أكثر تأثيراً على الجوانب الاجتماعية والصحية والأكاديمية المحيطة بهذا السلوك كالتسويق في الدراسة وعدم الالتزام بحضور المحاضرات وأداء الامتحانات وغيرها من الأمور المتعلقة بالدراسة (فاضل، ٢٠٠٢: ٢٨)

أنواع المسوفين :-

برزت أنواع من التسويق (المسوفين سلوكيا) كل نوع تطرق إلى نوع المسوف وكالاتي :

أولاً - المسوفين استرخائياً : هذا النوع من المسوفين سلوكيا يواجهون مسؤولياتهم ومهامهم بشكل سلبي ويحاولون تجنب ذلك من خلال إعادة توجيه ما يمتلكون من طاقات إلى مهمات أخرى فهم يحاولون تجنب الحالات التي تسبب لهم القلق والخوف والاستيلاء ويندمجون في نشاطات أخرى من وجهه نظرهم أكثر متعة .

ثانياً - المسوفين توترا وقلقا : مثل هكذا نوع يشعر المسوف سلوكيا بالقلق والتوتر والضغط غير الطبيعي تجاه الوقت فهم غير متأكدين من الأهداف التي يرسموها لأنفسهم وينتابهم الشهور بالضيق والتوتر وعدم القدرة على التفوق والنجاح والتركيز في المهمات المكلفين بها .

ثالثاً - المسوفين مبالغة : هذا النوع يصنعون أعمال وأعباء لأنفسهم تفوق قدراتهم ويبالغون في وضع توقيات لجدولة أعمالهم ويعانون من صعوبة إدارة الوقت بشكل سليم (العتيبي ، ٢٠١٠ : ٢٠) .

رابعاً - المسوفين صانعي الأزمات : نوع من المسوفين يؤجلون مهامهم وأعمالهم عن وقتها المحدد حتى آخر وقت .

خامساً - المسوفين المرجئون : مسوفين يشعرون بتجنب المهمات الصعبة وتحمل المسؤولية وعدم الكفاية وعدم القدرة على تأدية ما يوجه إليهم من قبل الآخرين في الوقت المحدد .

سادساً - المسوفين العقابيون : نوع لا يتمكن من التحكم بحياتهم الشخصية والتركيز على الفشل في المرات السابقة التي مروا بها والشعور بالنقص والعجز وصعوبة القدرة على التغيير وإن المقابل دائما أفضل منهم في كل شيء .

سابعاً - المسوفين الفعالون : هؤلاء الذين يتعجلون في اتخاذ قرارات خاصة بمهامهم بشكل مقصود ويظهرون دافعية عالية جداً تحت ضغوطات الوقت ويكونون قادرين على أكمال متطلباتهم ومهامهم في الوقت المحدد مع تحقيق نتائج مرضية .
(العبيدي , ١٩٩٠ : ٥٥)

خصائص المسوفين :-

هناك العديد من الخصائص التي يتميز بها الأشخاص المسوفين والتي منها امتلاكهم للمشكلات والصعوبة في تنظيم الذات المعرفية والسلوكية والخوف من النجاح والفشل وعدم القدرة على تحمل الاحباطات والضيق ولديهم نقص في إدارة الوقت وعدم التركيز على المهام المستقبلية وتأجيل المهام التي يدركونها على أنها كريهة وغير سارة ومملة وصعبة ولديهم حساسية بالغة والرغبة في فعل الأشياء لكنهم لا ينفذونها والعيش في صراع نفسي شديد عندما يكون الأمر متعلق باتخاذ قرار ما وارتقاع سمة الاكتئاب والنسيان والابتعاد عن المنافسة وفقدان الطاقة (الخزاعي , ٢٠١٧ : ٢٢) .

أسباب التسويق الأكاديمي : - هناك العديد من الأسباب التي تكون مسؤولة عن التسويق والتي منها أسباباً نفسية التي تختلف فيما بينها ولكنها عموماً تتعلق بالقلق والتوتر والنفور من المهمة والخوف من عواقب النجاح وعندما تجتمع هذه المشاعر على المسوف فإنها تؤدي مزيداً من التسويق وصعوبة في تحقيق الكمال والشعور بالاضطرابات النفسية الكامنة داخل الشخص وغياب الواقعية, أسباباً فسيولوجية تتمركز في القشرة الأمامية من المخ التي تكون مسؤولة عن وظائف المخ التنفيذية كالتخطيط والسيطرة على الانفعالات , فعندما يحدث انخفاض في هذا الجزء من المخ فإن هذا يؤدي بالنهاية لسوء التنظيم وفقدان التركيز وزيادة التسويق وقد أجريت العديد من الدراسات التي أبرزت نتائجها وجود مجموعة من الخصال التي ترتبط بعضها البعض وتؤدي إلى الافتقار للمثابرة والعمل المنظم إضافة إلى غياب مهارة إدارة الوقت والعجز عن العمل بمنهجية (ابو غزال , ٢٠١٣ : ٢٣٢)

مفهوم سلوك المخاطرة : -

اهتم الإسلام أولاً وقبل كل شيء بالنفس البشرية وجعلها مقدسة ومقدمة على كل شيء حتى انه جعل حرمة الإنسان أعظم من حرمة الكعبة التي هي قبلة المسلمين اذ يقول نبينا الكريم (محمد صلى الله عليه وسلم) ((لهدم الكعبة أهون عند الله من قتل امرء مسلم)) هذا في حال الضرر على الآخر فكيف أن وضع من الشخص نفسه وبملاء أرادته , لذا لابد من التفريق بين نوعين من المخاطرة أولهما المخاطرة الغير مشروعة والتي اشرنا إليها في حديث النبي عليه الصلاة والسلام والثانية هي المخاطرة المقبولة أو الممدوحة شرعا (السحار , ٢٠٠٢ : ٢٩) فمفهوم سلوك المخاطرة مفهوم حديث نسبيا بدأ الاهتمام به من جانب علم النفس تحديدا عام ١٩٥٠ حيث كان يفسر آنذاك بأنه مساهمة إرادية في السلوكيات المحتوية على درجة معينة من الخطر حيث نلاحظ أن الأفراد ينتهجون احد ثلاثة أنواع من سلوكيات المخاطرة وهي ما تسمى بالتوجه نحو الخطر والمتمثلة في :

- تجنب المخاطرة : - وهي أن يميل الفرد إلى الابتعاد عن الأنشطة التي تسبب المخاطرة التي قد يواجهها .
- المشاركة الجزئية في المخاطرة : - وهي أن يشارك الفرد في أنشطة ذات أخطار عالية بصورة جزئية بسبب الأخطار الموجودة فيها .
- المخاطرة الكاملة : - وهي ان يقوم الفرد بالمساهمة في أنشطة ذات مخاطر عالية بشكل كلي على الرغم من حدة الخطورة فيها (عبد الحميد , ٢٠٠٢ : ٤٢٣)

أسباب او مسببات سلوك المخاطرة : -

هناك العديد من الأسباب التي تؤدي إلى وقوع الخطر والتي تسبقه زمنا والتي منها أسبابا طبيعية التي لا يكون للإنسان دور في وقوعها كالزلازل والفيضانات أو أسباب تكمن في طبيعة الشيء المعرض للخطر نفسه مثل انفجار المواد الكيميائية بسبب الحر . وقد تكون أسباب شخصية يكون للإنسان دور في وقوعها سواء كان متعمدا كإن يقوم الشخص نفسه بأحداث الخطر أو زيادته لان الخطر يتضمن ركنين أساسيين وهما قد يكون الحادث احتمالي غير مؤكد الوقوع وقد يكون للخطر المتحقق نتائج غير مرغوبة

كأن يتسبب بأضرار مادية أو جسمية أو معنوية لشخص أو مجموعة أشخاص بشكل عام (حسين , ٢٠١٨ : ٣) .

العوامل في سلوك المخاطرة : -

العوامل المعرفية في المخاطرة يعتبر احد الأساليب المعرفية بمدى الفروق القائمة بين الأفراد في مدى إقبالهم على المخاطرة واقتناص الفرص لتحقيق هدف من الأهداف في مقابل أولئك الذين يميلون إلى الحصول على ضمانات مؤكدة قبل الدخول في أي مخاطرة فمثلا هؤلاء المخاطرون نجدهم أكثر اعتمادا على التخمين في المواقف ذات البدائل المعقدة في حين أن الأفراد الحذرين يتسم سلوكهم بعكس ذلك تماما , بمعنى آخر من يتميز بروح المخاطرة هم أولئك الذين يقبلون الدخول في المجالات التي تتميز بأنها ذات منفعة عالية على الرغم من احتمالات النجاح بسيطة وضعيفة , في حين تتمثل العوامل الغير معرفية في المخاطر بأنها سمة شخصية كما عدها كاتل الذي يعتبر من ابرز علماء الشخصية الإنسانية الذين توصلوا إلى وجود دور مهم للوراثة , إضافة إلى العوامل الديموغرافية التي أكدت العديد من الدراسات ارتباط المخاطرة بعدد من العوامل الديموغرافية والتي من أهمها السن (العمر) حيث اتفقت هذه الدراسات على أن سلوك المخاطرة تزيد عند الأشخاص الذين أعمارهم اقل من الثلاثين بالمقارنة بمن هم الأكبر سنا (عبد الرزاق , ٢٠١٩ : ٤٤) .

النظريات التي فسرت التسويق الأكاديمي : -

نظرية التحليل النفسي :- يرى العالم فروي أن التسويق سلوك مضطرب له أسباب كامنة ترجع إلى الطفولة وان التسويق يرتبط بخبرات الطفولة المبكرة وبخاصة الصادمة منها هذه الخبرات هي التي تشكل العمليات المعرفية للبالغين , وتؤكد هذه النظرية على دور الوالدين في تطوير التسويق لدى البالغين وأنهم يضعون أهدافا غير واقعية لأولادهم ويربطون تحقيق هذه الأهداف بحب الوالدين وتقبل الفرد وهذا يجعل الفرد الذي ينشأ في هذه البيئة قلقا ويشعر بعدم الاحترام وانخفاض تقدير الذات وعندما يفشل في تحقيق تلك الانجازات المطلوبة فإنه يعيد تلك الخبرات والمشاعر المبكرة التي عاشها في الصغر كذلك فإن مشاعر الغضب من الوالدين على أولادهم يجعلهم يفشلون في التعبير عن

أنفسهم ومجبرين على الاستجابة لهذا الغضب من دون وعي من خلال التسويق في تحقيق الأهداف المستقبلية وعند البلوغ يجد البالغون أنفسهم غير قادرين على إنهاء أي مهمة توكل إليهم نتيجة الصراعات التي كانت مع الوالدين في الصغر لذا يعتقد فرويد أن القلق أساس التسويق والتهرب من انجاز الأعمال في وقتها في حين اعتبر كل من القلق والتسويق حيل دفاعية لا شعورية يقوم بها الفرد لخفض التوتر والصراع بين الهو والانا العليا وأشار العالم فرويد إلى أن الطالب الذي يحكمه مبدأ الواقع يميل إلى المذاكرة وانجاز الواجبات التي يكلف بها بهدف الوصول إلى النجاح ، أما البعض الآخر من الطلبة يحكمهم مبدأ اللذة والذي يكون سببا من أسباب التسويق الأكاديمي لكونهم يواجهون ضغوطا نفسية ومستمرة بسبب الاستعداد للامتحان وتقديم الواجبات المكلفون بها وهذه أمور غير مشوقة فهي تخلو من المتعة والتسلية مما يجعلهم يميلون إلى التسويق في أداء هذه المهمات (ربيع ، ٢٠١٣ : ٦٦)

نظرية الفاعلية الذاتية : - يرى العالم باندورا صاحب هذه النظرية ان التسويق يتعلق بالكفاءة الذاتية للفرد وهي معتقدات الأفراد المتعلقة بقدراتهم الخاصة المرتبطة بالانجاز مثل معالجة المعلومات فالتسويق الأكاديمي يرتبط بالتفكير غير المنطقي وان بعض الطلبة يلجئون الى هذا السلوك بسبب عدم التنظيم الذاتي وعدم القدرة على ترتيب الاولويات وضعف الفاعلية الذاتية , فالطالب اذا لم يكن متأكدا من أن ما يقوم به سيققق له النتائج المرجوة فإنه لن يقوم بأي فعل تجاه المواقف التعليمية الصعبة التي يواجهها لذا نجد أن الطلبة الذين يملكون معتقدات ايجابية عن قدراتهم على التعلم يتمتعون باستعداد اكبر للتعلم ويكون مستوى التحصيل عندهم أعلى من الطلبة الذين يميلون إلى التسويق والمماثلة عن الين يعترفهم الشك في قدراتهم على التعلم وبذلك يمكن القول أن قلة الفاعلية الأكاديمية مصطلحا مرادفا للتسويق فالتسويق الأكاديمي يكون مرتفعا لدى الطلاب الذين تتخفض لديهم الفاعلية الذاتية وبذلك تكون هناك علاقة ارتباطيه عكسية تبعا لنظرية الفاعلية الذاتية بين التسويق الأكاديمي والفاعلية الذاتية ويتضح مما سبق ان الطلبة ذوي الكفاءة العالية أكثر توجهها نحو تنظيم ذواتهم على العكس من ذلك يتجنب

الطلبة ذوو الفعالية المنخفضة المهمات الصعبة ويتهربون من أداء واجباتهم لاعتقادهم بعدم قدرتهم على انجاز مهامهم في الوقت المحدد (احمد , ٢٠٠٨ : ٦٦) .

النظريات التي فسرت سلوك المخاطرة :-

نظرية التحليل النفسي :- أشار العالم فرويد في نظريته إلى وجود نوعين أساسيين للغرائز وهما الموت والحياة وبين فرويد أن الفرد يفضل ويسعى لغريزة الحياة بينما الشخص المخاطر يختار غريزة الموت من اجل جعل الحياة مفعمة بالحياة والنشاط , أما الشخص المحافظ الذي اعتقد أن أثراء الحياة يأتي مع التعلق بغرائز الحياة والبعد عن الموت مع أدراك ملذات الحياة نفسها وشغل حيز في حدود منها (القريطي , ٢٠٠٢ : ١٧) . في حين أشار العالم اريك فروم في هذه النظرية والذي اهتم بالشخصية الإنسانية المبدعة والمبتكرة الى ان الشخصية المخاطرة هي نمط من أنماط الشخصية المبتكرة والمخاطرة صادرة من حاجة الشخصية إلى الإحساس بالهوية والتناهي على الذات والتي تعتبر من الحاجات الأساسية المنشقة عن وجود الإنسان فحينما يقدم الإنسان على اتخاذ المخاطرة إنما يقدم عليها بناءا على صورة كونها الفرد عن نفسه وعن الآخرين فالمخاطرة ترجمة لموقف المخاطر من نفسه ومن خلال علاقاته المتبادلة مع الآخرين (الشاعر , ٢٠٠٥ : ٦٤) . في حين أشار ادلر في نظرية التحليل النفسي إلى أن المخاطرة تؤدي إلى نزوع الأفراد إلى الكفاح للسعي نحو تحقيق أهدافهم للوصول للكمال والتفوق كمحاولة للتعامل مع الصراعات التي تفرزها مشاعر النقص والاختلاف عن الآخرين (ضمرة , ٢٠١٦ : ١٥٤) ويرى ادلر بأن الإنسان يختار وهو المسؤول عن اختياره ويكافح من اجل الكمال ويركز أيضا على الشعور بالنقص الذي يرى بأنه حالة طبيعية للناس لان الشعور بالنقص ممكن أن يؤدي إلى حالة من الإبداع , فالإنسان يخاطر من اجل بلوغ غايته والتغلب على مشاعر النقص والدونية (أبو اسعد , ٢٠١٢ : ١٧٠) .

النظرية السلوكية :- تعتبر هذه النظرية من النظريات الكبرى في علم النفس والتي ركزت على ان عملية التعلم تحدث نتيجة لحدوث ارتباط بين مثير ما واستجابة معينة واهتمت بشكل رئيس بالسلوك وهو كيفية أداء الفرد لسلوكياته حسب البيئة التي يعيش فيها وحسب المثيرات التي يعايشها ويتفاعل معها , فسلوك المخاطرة الذي يقوم به الفرد خاضع

لظروف البيئة سواء كانت سلوكياته سوية أم شاذة فهي من وجهة نظره سلوكيات متعلمة ومن المفاهيم الرئيسية للنظرية السلوكية هو التعزيز الموجب وهو إثابة السلوك المطلوب بما يعززها ويؤدي إلى تكراره فبعض الأفراد يمارسون سلوكيات المخاطرة وإذا كانت النتائج كما يرغبها فهناك احتمال أن يكرر هذا السلوك مستقبلا (رحمة , ٢٠١٧ : ٣٩) . ولهذا فإن سلوك المخاطرة يعتمد على عمليات التعلم الإنساني والتي لا يكون هدفها النهائي فهم العلاقات بين الاختبارات التي يقوم بها الفرد تجاه المواقف المختلفة وإنما لاستخدام تلك المواقف كوسائل لتوليد أنماط مؤقتة من الاستجابات يكتسب من خلالها الفرد خبرات كبيرة وبذلك فإن سلوك المخاطرة من وجهة نظر هذه النظرية هو تنفيذ سلوكيات غير عقلانية يستند أصلا إلى خبرات سابقة وعادات سائدة كما ترى هذه النظرية ان المخاطرة تتميز بالمرونة وقابلية التكيف (مختار , ٢٠٠٢ : ٢٨٢)

الدراسات التي تناولت مفهوم التسويق الأكاديمي

دراسة (احمد , ٢٠٢١) ((مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة السنة التحضيرية في ضوء متغيري الجنس والتحصيل الدراسي))

هدفت الدراسة التعرف على مستوى التسويق الأكاديمي (الكسل - المخاطرة - إدارة الذات السلبية) لدى طلبة السنة التحضيرية وكذلك الكشف عن الفروق في التسويق الأكاديمي وفقا لمتغير الجنس (ذكور - إناث) ومتغير التحصيل الدراسي (مرتفع - متوسط - منخفض) وتكونت عينة الدراسة من (١٨٢) طالبة وطالبا من طلبة السنة التحضيرية بجامعة الحدود الشمالية - فرع رفحاء من الذكور والإناث واستخدم الباحث المنهج الوصفي المقارن لتحقيق أهداف الدراسة ومقياس التسويق الأكاديمي من أعداد الربيع وشواشرة وحجازي (٢٠١٣) وأسفرت النتائج * عن وجود مستوى متوسط من التسويق الأكاديمي لدى أفراد العينة

*وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التسويق وفقا لمتغير الجنس ولصالح الذكور * وعدم وجود فروق في مستوى التحصيل وفقا لمتغير التحصيل الدراسي (احمد , ٢٠٢١ : ٥٠٩)

دراسة (شبيب , ٢٠١٥) ((الخصائص السيكومترية لمقياس التسويق الأكاديمي وأسبابه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تشرين)) .

هدفت الدراسة التعرف على دلالات صدق وثبات مقياس التسويق الأكاديمي وأسبابه ومدى انتشاره من وجهة نظر الطلبة الجامعيين وفيما إذا كانت توجد فروق دالة في نسبة الانتشار والأسباب وفقاً لمتغير (الجنس والكلية والسنة الدراسية) وتكونت عينة الدراسة من (٤٩٦) طالبة وطالبا من جميع كليات جامعة تشرين وقامت الباحثة بتبني مقياس للتسويق الأكاديمي المعد من قبل (ابو غزال , ٢٠١٢) لقياس أسباب التسويق الأكاديمي وهو مقياس مقنن على البيئة الأردنية يتكون من مجموعة من البنود يتكون المقياس بصورته الأولى من (٢١) بند واستخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون , والفا كرونباخ , والتجزئة النصفية وقيم معاملات الارتباط وتوصلت نتائج الدراسة إلى * وجود فروق دالة إحصائية في مدى انتشار التسويق الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور * وعدم وجود فروق دالة إحصائية وفقاً لمتغير الكلية والسنة التحضيرية في مدى الانتشار * وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز أسباب التسويق الأكاديمي هو (الخوف من الفشل , المخاطرة , أسلوب المدرس) (شبيب , ٢٠١٥ : ٢٢)

دراسة (ابو غزال , ٢٠١٢) ((التسويق الأكاديمي : انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين) .

هدفت الدراسة التعرف على مدى انتشار ظاهرة التسويق الأكاديمي وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين وفيما إذا كان مدى هذا الانتشار وأسبابه يختلفان باختلاف الجنس والمستوى الدراسي والتخصص الأكاديمي وتكونت عينة الدراسة من (٧٥١) طالبا وطالبة من جامعة اليرموك في الأردن وقام الباحث ببناء مقياس مؤلف من ٢١ عبارة لقياس التسويق و٢٦ عبارة مقسمة إلى محاور لقياس الأسباب والتي هي (المخاطرة , ومقاومة الضبط , ضغط الأقران , المهمة المنفردة , الخوف من الفشل , أسلوب المدرس) وتوصلت نتائج الدراسة * إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية في نسبة انتشار التسويق تعزى لمتغير الجنس * وعدم وجود اختلاف في نسبة انتشار التسويق وفقاً لمتغير المستوى * وعدم وجود اختلاف في نسبة انتشار التسويق وفقاً لمتغير الكلية أو

التخصص * ومن ابرز أسباب الانتشار كانت على التوالي (الخوف من الفشل , أسلوب المدرس , المهمة المنفردة , المخاطرة , مقاومة الضبط , ضغط الأقران) (ابو غزال , ٢٠١٢ : ٣٤)

الدراسات التي تناولت مفهوم سلوك المخاطرة

دراسة (الشاعر , ٢٠٠٥) : ((اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية في غزة نحو سلوك المخاطرة وعلاقتها بكل من المساندة الاجتماعية وقيمة الحياة لديهم)) .

هدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الطلبة نحو المخاطرة وعلاقتها بالمساندة وقيمة الحياة والتعرف على مستوى اتجاهات الطلبة نحو المخاطرة وعلى مستوى الاختلاف نحو المخاطرة باختلاف كل من الجنس والكلية والمستوى الدراسي ومكان السكن , وتكونت العينة من (٦٠٠) طالبة وطالبا من جامعة الأقصى تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية , واستخدم الباحث مقياس الاتجاه نحو المخاطرة والحقيبة الإحصائية (spss) لتحليل البيانات وتفسير النتائج ومعامل الارتباط بيرسون وتحليل التباين الأحادي واختبار $t - test$, وتوصلا الدراسة إلى أن مستوى الاتجاه نحو المخاطرة لدى طلبة الجامعة يزيد على المعدل الافتراضي ومستوى الاتجاه نحو المخاطرة عند الذكور أعلى منه عند الإناث (الشاعر , ٢٠٠٥ : ٩) .

دراسة (مهدي , ٢٠٢٠) : ((المعرفة الضمنية وعلاقتها بالمخاطرة لدى طلاب الجامعة))

هدفت الدراسة التعرف على العلاقة الارتباطية بين المعرفة الضمنية والمخاطرة لدى طلبة الجامعة , تكونت عينة الدراسة من (١٠٠) طالب من التخصصات الإنسانية والعلمية في جامعة المستنصرية , وقامت الباحثة ببناء مقياس المعرفة الضمنية وسلوك المخاطرة اللذان تكونا من (٣٦) فقرة وبعد التأكد من جميع الخصائص السيكومترية للمقياسين من صدق وثبات تم تطبيقهما على عينة البحث , واستخدمت الوسائل الإحصائية المناسبة الحقيبة الإحصائية ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين الأحادي , وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين المعرفة الضمنية والمخاطرة لدى طلبة الجامعة (مهدي , ٢٠٢٠ : ٢١٩) .

دراسة (جبار ومحسن , ٢٠١٩) : ((سلوك المخاطرة وعلاقته بالمبادأة عند طلبة الجامعة)

هدفت الدراسة التعرف على سلوك المخاطرة وعلاقته بالمبادأة عند طلبة الجامعة القادسية, تكونت عينة الدراسة من (١٤٠) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة القصدية , وقامت الباحثتان بتبني مقياس سلوك المخاطرة (للقطراوي , ٢٠١٢) المتكون من ٥ مجالات و (٣٠) فقرة ومقياس المبادأة المتكون من ٤ مجالات و ٧٧ فقرة , واستخدمت الباحثتان الوسائل الإحصائية المناسبة الحقيبة الإحصائية منها مربع كاي والاختبار التائي لعينة واحدة ولعينتين مستقلتين ومعامل ارتباط بيرسون , وأظهرت النتائج وجود سلوك المخاطرة وكذلك المبادأة عند طلبة الجامعة وهناك فروق عند الجنسين في سلوك المخاطرة ولصالح الذكور , ولا توجد علاقة ارتباطية بين سلوك المخاطرة والمبادأة عند طلبة الجامعة (جبار ومحسن , ٢٠١٩ : ٥٣٥) .

إجراءات البحث ومنهجيته :- حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي إذ يعد هذا المنهج ملائماً لطبيعة البحث الحالي وأهدافه فيسعى إلى تحديد الوضع الحالي للظاهرة المدروسة ويصفها وصفاً دقيقاً (ملحم , 2010 : 369) .

مجتمع البحث :- أن تحديد مجتمع البحث يعد من الخطوات المنهجية البالغة الأهمية إذ يتطلب دقة بالغة تتوقف عليه الإجراءات الخاصة بالدراسة وتصميمها ويقصد بمجتمع الدراسة (جميع مفردات الظاهرة التي تقوم الباحثتان بدراستها) (ملحم , ٢٠١٠ : ٢١٩) ويتألف مجتمع البحث الحالي من طلبة كلية العلوم السياسية في جامعة الموصل للعام الدراسي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣ وقد تم تحديد مجتمع البحث الحالي من خلال الرجوع إلى البيانات المتوفرة في شؤون الطلبة في كلية العلوم السياسية بلغ مجتمع البحث الحالي (٢٦١) طالبا وطالبة للمراحل الأولى والثانية والثالثة والرابعة .

عينة البحث :- من الخطوات المهمة أن تكون عينة البحث تمثل المجتمع المأخوذة منه تمثيلاً صحيحاً إذ تم اختيار العينة من مجتمع البحث بالاعتماد على المعايير المقبولة في الدراسات الوصفية وقد تم اختيار عينة البحث التطبيقية من جميع طلبة المرحلة الثانية والرابعة البالغ عددهم (١١٩) طالبا وطالبة تم اختيارهم بالطريقة القصدية .

أداة البحث :- وتعد أداة البحث وسيلة جمع البيانات عن طريق الإجابة عن أسئلة الباحثة ويطلق عليها وسائل القياس , ويتوقف طريقة اختيار جمع البيانات على العديد من العوامل ومنها طبيعة المشكلة الأمر الذي يتوجب على الباحثة المعرفة الجيدة بالأدوات التي سوف تستخدمها (عطوي , ٢٠٠٩: ٢١٣) .

مقياس التسويق الأكاديمي ومقياس سلوك المخاطرة :- أن الغاية من تصميم هذان المقياسان وإعدادهما هو تحقيق أهداف البحث والتوصل من خلال ذلك إلى معرفة مستوى التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية في جامعة الموصل حيث قامت الباحثة بتبني مقياس (الخزاعي , ٢٠١٧) لمقياس التسويق الأكاديمي ومقياس (العبيدي , ٢٠٢١) لمقياس سلوك المخاطرة , وان من أولى خطوات أي مقياس هو تحديد المفهوم المراد قياسه والتوصل إلى صياغته وتحديد فقراته (Allen 1979;11) . اطلعت الباحثة على العديد من الأدبيات والبحوث السابقة التي استخدمت مقياس التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة وقد تضمن مقياس التسويق الأكاديمي عدد من الفقرات الايجابية والسلبية البالغ عددهم (٢٧) فقرة , أما مقياس سلوك المخاطرة فقد بلغت فقراته (٢٢) فقرة ايجابية وسلبية .

صياغة الفقرات :- تمت صياغة فقرات المقياس عن طريق اجراء بعض التعديلات وإعادة صياغة بعض الفقرات لتناسب مع عينة البحث الحالي , فتضمن مقياس التسويق الأكاديمي الذي تضمن (٢٧) فقرة وتضمن مقياس سلوك المخاطرة (٢٢) فقرة بصورتها الاولى ومن خلال عرض المقياس على مجموعة من الخبراء والمختصين في مجال العلوم التربوية والنفسية اتفق الخبراء على مدى صلاحية جميع الفقرات مع اجراء بعض التعديلات الطفيفة على صياغة بعض الفقرات من دون حذفها . وقد راعت الباحثة في صياغتها للفقرات القواعد المهمة التي تعتمد في صياغة فقرات المقياس والتي من ضمنها أن تكون الفقرات سهلة وواضحة ولا تسبب أرباك للمستجيب , وذات فكرة واضحة وتناسب أفراد العينة (الزوبعي , ١٩٨١ : ٤٣) .

أعداد بدائل الإجابة: بعد صياغة الفقرات تم أعداد بدائل ثلاثية لكلا المقياسين وهي (تنطبق علي تماما –تنطبق علي أحيانا–لا تنطبق على أبدا) وكما أشار الخبراء الذين تم

عرض المقياس عليهم بصيغتها الأولى إلى مدى صلاحية البدائل الثلاثية لكون العينة هي طلبة الجامعة (الدليمي, ١٩٩٧: ٢١٢).

عرض الأداة على الخبراء: أن تقرير الخبراء والمختصين لقياس مفهوم ما يعتبر من الوسائل المقبولة والمستخدمة لهذا الغرض (Eble, 1972; 555). وعلى هذا الأساس فقد تم عرض المقياسين بصورتهم الأولى ملحق رقم (٢) على مجموعة من الخبراء ملحق رقم (٣) ووجدت أن جميع الفقرات مقبولة مع إجراء تعديلات بسيطة وبذلك تأكدت الباحثة من الصدق الظاهري.

تصحيح المقياس: بما أن كل فقرة من فقرات المقياسين تضم ثلاثة بدائل (تتطبق علي تماماً -تتطبق علي أحيانا- لا تتطبق على أبداً) فقد أعطت الباحثة ثلاث درجات للبديل (تتطبق علي تماماً) ودرجة واحدة للبديل (لا تتطبق على أبداً) في حال كون الفقرة سلبية وبالعكس تماماً في حال كون الفقرة ايجابية.

الصدق يعد الصدق من أهم الخواص التي ينبغي الاهتمام بها في بناء الاختبارات , فالاختبار الصادق هو ذلك الاختبار الذي يمتلك إمكانية قياس السمة أو الظاهرة التي وضع من أجل قياسها (الزوبعي, ١٩٨١: ٣٩) وقد تم التحقق من صدق فقرات المقياس عن طريق أيجاد الصدق الظاهري للمقياسين. ويتم التوصل إلى هذا النوع من الصدق عن طريق حكم مختص إذ لا بد أن يتصف هذا الحكم بدرجة من المصدقية والذاتية لذلك لا بد من أن يعرض على أكثر من محكم ويمكن تقييم درجة الصدق الظاهري عن طريق التوافق بين تقديرات المحكمين (عودة, ٢٠٠٢: ٣٧٠) وقد تم التأكد من الصدق الظاهري عن طريق إجراء تحليل منطقي لفقرات المقياس وذلك من أجل تحديد مدى تمثيلها للسمة المراد قياسها وبالتالي عرض الفقرات على الخبراء والمختصين.

الثبات :- يعرف الثبات بأنه الاتساق الداخلي في النتائج ويعتبر المقياس ثابتاً إذا حصلنا منه على نفس النتائج أو مقارنة لها إذا أعيد تطبيقية على الأفراد أنفسهم في الظروف نفسها (الزوبعي وآخرون, ١٩٨١: ٣٠) وقد استخدمت الباحثة (طريقة الاختبار وإعادة الاختبار) إذ

يكشف الثبات بهذه الطريقة إلى استقرار استجابات المفحوصين على المقياس عبر الزمن إذ يفترض أن السمة ثابتة ومستقرة خلال المدة الزمنية بين التطبيق الأول والثاني ولهذا السبب فإن الثبات بهذا النوع يكشف عن درجة ثبات المقياس خلال هذه المدة (عودة، ١٩٨٨: ٣٤٥) . حيث تم تطبيق المقياسين على أفراد العينة المكونة من (٣٠) طالبا وطالبة من غير عينة البحث الأصلية ثم قامت بإعادته تطبيقهما بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول وقد استخدمت معامل ارتباط بيرسون فكان معامل الارتباط (٠,٨١) لمقياس التسويق الأكاديمي و (٠,٨٣) لمقياس سلوك المخاطرة وهما معامل ثبات جيد

التطبيق النهائي: بعد استكمال الإجراءات الضرورية لأعداد المقياسين والتحقق من صدقهما تم تطبيق المقياسين على عينة البحث الأساسية والبالغة (١١٩) طالبا وطالبة من المرحلتين الثانية والرابعة ومن كلا الجنسين وبعد الانتهاء من مدة التطبيق النهائي تم تصحيح إجابات الطلبة ووضعت الدرجات على وفق الأوزان وخضعت الإجابات للوسائل الإحصائية المناسبة .

الوسائل الإحصائية: استخدمت الباحثتان الوسائل الإحصائية التي تلائم البحث وطبيعة أهدافه مثل الاختبار التائي لعينة واحدة والاختبار التائي لدلالة معامل الارتباط والاختبار الزائي للفرق بين معاملي ارتباط ومعامل ارتباط بيرسون لاستخراج ثبات المقياسين (الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

نتائج البحث: يتضمن هذا الفصل عرضا لأهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال تحليل البيانات الواردة وفق الأهداف ومن ثم مناقشتها وتفسيرها وعلى النحو الآتي:

الهدف الأول: (التعرف على مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام) لأجل تحقيق هذا الهدف استخرجت الباحثة المتوسط الحسابي المتحقق لأفراد عينة البحث البالغ عددهم (١١٩) طالبا وطالبة من طلبة كلية العلوم السياسية جامعة الموصل، آذ بلغ المتوسط الحسابي المتحقق (٥٧,٠٧٣٨) وعند مقارنة المتوسط الحسابي مع المتوسط الفرضي والبالغ (٥٤) تبين أن المتوسط الحسابي للعينة

أكبر من المتوسط الفرضي وهذا يعني أن أفراد العينة لديهم مستوى من التسويق الأكاديمي بشكل عام .

ولغرض التعرف على دلالة الفروق بين المتوسطيين الحسابيين طبقت الباحثة الاختبار التائي لعينة واحدة إذ بلغت القيمة التائية المحسوبة (٣,٠٢٠) وعند مقارنتها بالقيمة الجدولية والبالغة (١,٩٨٠) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١١٨) تبين أن القيمة التائية المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية والجدول الآتي يوضح ذلك:

نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لقياس مستوى التسويق الأكاديمي للعينة الكلية بشكل عام

العدد	المتوسط الحسابي المتحقق	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة عند (٠,٠٥)
١١٩	٥٧,٠٧٣٨	٥٤	١١,١٠٢٢٥	٣,٠٢٠	١,٩٨٠	يوجد فرق دال بشكل عام

وتشير النتيجة إلى وجود فروق دال إحصائياً في مقياس التسويق الأكاديمي لدى طلبة كلية العلوم السياسية في جامعة الموصل وبشكل عام والسبب في ذلك قد يعود إلى كون ظاهرة التسويق أصبحت اليوم أحد الظواهر المنتشرة بين صفوف الطلبة في جميع المراحل حيث يختلف الأفراد في طرق انجازهم وأدائهم للأعمال والمهام المطلوبة منهم نتيجة للتوترات والأزمات والصراعات التي يتعرض لها الأفراد في مجالات الحياة المختلفة الأمر الذي يؤدي إلى تراكم الأعمال والمهام والتحديات المواجهة له ليجعله مسوفاً في بعض أمور حياته .

الهدف الثاني: (التعرف على مستوى سلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام) لأجل تحقيق هذا الهدف استخرجت الباحثة المتوسط الحسابي المتحقق لأفراد عينة البحث البالغ عددهم (١١٩) طالباً وطالبة من طلبة كلية العلوم السياسية جامعة الموصل، إذ بلغ المتوسط الحسابي المتحقق (٤٨,٦٠٦٣) وعند مقارنة المتوسط الحسابي مع المتوسط الفرضي والبالغ (٤٤) تبين أن المتوسط الحسابي للعينة أكبر من المتوسط الفرضي وهذا يعني أن أفراد العينة لديهم مستوى من سلوك المخاطرة بشكل عام .

ولغرض التعرف على دلالة الفروق بين المتوسطين الحسابيين طبقت الباحثة الاختبار التائي لعينة واحدة آذ بلغت القيمة التائية المحسوبة (٣,٦٢٨) وعند مقارنتها بالقيمة الجدولية والبالغة (١,٩٨٠) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١١٨) تبين ان القيمة التائية المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية والجدول الآتي يوضح ذلك:

نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لقياس مستوى سلوك المخاطرة للعينة الكلية

بشكل عام

العدد	المتوسط الحسابي المتحقق	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة عند (٠,٠٥)
١١٩	٤٨,٦٠٦٣	٤٤	١٣,٨٥١٨٨	٣,٦٢٨	١,٩٨٠	يوجد فرق دال بشكل عام

وتشير النتيجة إلى وجود فروق دال إحصائياً في مقياس سلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية في جامعة الموصل وبشكل عام والسبب في ذلك قد يعود إلى قدرة الطلبة على مواجهة الظروف والصعوبات التي مروا بها خلال فترة حياتهم واندماجهم مع مختلف شرائح المجتمع زادت من قدرتهم على المجازفة والمخاطرة كون الفرد كائن اجتماعي يتأثر باتجاهات الآخرين ومشاعرهم وسلوكياتهم وبما أن التعلم بالملاحظة أساس السلوك الإنساني فسلوك المخاطرة سلوك متعلم من خلال تقليد الموضوع والنموذج في مواجهة الصعوبات والمخاطرة والمجازفة في اختيار المتوقع على أساس الخبرات السابقة ويمكن إرجاع السبب أيضاً إلى الظروف التي مرت بها مدينة الموصل في السنوات السابقة وصعوبة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية جعلت من الطلبة مخاطرين ومغامرين أكثر من غيرهم .

الهدف الثالث: (التعرف على العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية بشكل عام) بعد أن قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط وحساب القيمة التائية التي كانت اكبر من الجدولية الأمر الذي يدل على وجود علاقة دالة إحصائياً بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة والجدول الآتي يوضح ذلك

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

العدد	معامل الارتباط	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة عند (٠,٠٥)
١١٩	٠,٤١٣	٤,٩٠٥	١,٩٨١	توجد علاقة دالة إحصائية

عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١١٧)

وتدل هذه النتيجة على وجود علاقة دالة إحصائية بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية في جامعة الموصل وبشكل عام والسبب في ذلك يعود إلى انه العديد من الدراسات التي أجريت على طلبة الجامعة أكدت وجود علاقة وصلة كبيرة بين التسويق والمخاطرة كون المخاطرة من ابرز الأسباب التي تدفع الفرد إلى التسويق أكاديميا فالأفراد المسوفون قد يتفاعلون مع البيئة عن طريق ممارسة أنشطة تسمح لهم بالتعبير عن المغامرة والسيطرة والحماس والاندفاعية والمخاطرة ويوصفون بأنهم قادرين على الإقناع وواقفون بأنفسهم ومتقبلون لها .

الهدف الرابع: (التعرف على دلالة الفروق في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة تبعا لمتغير الجنس (ذكور - إناث) والصف (ثاني - رابع)

لغرض تحقيق هذا الهدف تم تطبيق الاختبار التائي لعينتين مستقلتين حيث بلغ عدد الذكور (٨٢) طالبا وبلغ معامل الارتباط (٠,٢٨٤) وبقيم معيارية (٠,٢٩٣) , أما عدد الإناث فقد بلغ (٣٧) طالبة بمعامل ارتباط (٠,٣١١) وبقيمة معيارية (٠,٣٢١) في حين بلغت القيمة الزائفة المحسوبة (٠,١٣٧) وعند مقارنتها مع الجدولية البالغة (١,٩٦٠) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) لاحظت الباحثة لا يوجد فرق دال إحصائي في العلاقة بين التسويق وسلوك المخاطرة تبعا لمتغير الجنس (ذكور - إناث) ,أما فيما يخص الفرق تبعا لمتغير الصف فقد بلغ عدد طلاب الصف الثاني (٤٧) طالبا وطالبة وطلاب الصف الرابع (٧٢) طالبا وطالبة وبمعامل ارتباط (٠,٢٦٦) وقيمة معيارية (٠,٢٧١) لطلاب الصف الثاني , ومعامل ارتباط (٠,٤٠٣) وقيمة معيارية (٠,٤٣٠) لطلاب الصف الرابع وعند حساب القيمة الزائفة البالغة (٠,٨٢٤) ومقارنتها مع الجدولية البالغة (١,٩٦٠) لاحظت الباحثة لا يوجد فرق دال إحصائي والجدول الآتي يبين ذلك:

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

المتغيرات	العدد	معامل الارتباط	القيم المعيارية	القيمة الزائفة المحسوبة	القيمة الزائفة الجدولية	مستوى الدلالة عند (٠,٠٥)
الجنس	ذكور	٨٢	٠,٢٨٤	٠,٢٩٣	١,٩٦٠	غير دال إحصائياً
	إناث	٣٧	٠,٣١١	٠,٣٢١		
الصف	الثاني	٤٧	٠,٢٦٦	٠,٢٧١	١,٩٦٠	غير دال إحصائياً
	الرابع	٧٢	٠,٤٠٣	٠,٤٣٠		

لا توجد فروق دالة إحصائية في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة تبعا لمتغير الجنس والسبب في ذلك يعود إلى تشابه كلا من الجنسين في شخصياتهم وأسلوب تفكيرهم وقدراتهم وكفاءتهم وطريقة مواجهتهم لما يمرون به من صعوبات ومهام وخاصة اليوم بعد أن أصبحت الإناث مرافقة للذكور في كل نواحي ومتطلبات الحياة .

ولا توجد فروق تبعا لمتغير الصف لان المناهج أصبحت اليوم ذات طابع متشابه في كل المراحل الدراسية الأمر الذي من شأنه يجعل اكتساب المعلومات والخبرات لكلا الجنسين في كافة المراحل يكاد يكون متماثل على حد سواء فعلى سبيل المثال الطلبة سواء أكانوا في الصف الأول أو الرابع أو الثاني أصبحوا نتيجة ما مروا به صعوبات وما اكتسبوه من المعارف كلهم قادرين على أتباعهم نفس الأساليب في انجاز المهام والأعمال الموكلة إليهم وقيامهم بالمغامرات وسلوكيات المخاطرة على حد سواء .

النتائج والتوصيات والمقترحات:

- ١- وجود فرق دال إحصائياً في مستوى التسويق الأكاديمي بشكل عام .
 - ٢- وجود فرق دال إحصائياً في مستوى سلوك المخاطرة بشكل عام.
 - ٣- وجود علاقة دالة إحصائية بين التسويق الأكاديمي وسلوك المخاطرة بشكل عام .
 - ٤- لا توجد فروق دالة إحصائية في العلاقة بين الكفاءة الذاتية واتخاذ القرار تبعا لمتغير الجنس (ذكور - إناث) وتبعا لمتغير الصف (ثاني - رابع) .
- من خلال النتائج التي تم التوصل إليها توصي وتقترح الآتي :

* ضرورة عقد ندوات إرشادية وخاصة لطلبة الجامعة لتحديد مصادر التسويق الأكاديمي واختيار الطرق المناسبة لمواجهة تلك المصادر .

* العمل علىحث طلبة الجامعة الذين يؤجلون انجاز واجباتهم ومهامهم الحياتية على ترك التأجيل كي لا يصبح التسويق الأكاديمي سلوكا معتادا لديهم .

* ضرورة عمل ندوات إرشادية للشباب لغرض التعرف على أثار المخاطرة والسلوكيات الخطرة .

* تشجيع الطلبة الحذرين على تخطي الحواجز النفسية وعدم التردد في اتخاذ قراراتهم .

* تضمين بعض المناهج الدراسية توجيهات تحث الطلبة على المخاطرة الايجابية وتوضيح الفرق بين المخاطرة الايجابية والسلبية .

* أجراء دراسة عن التسويق الأكاديمي وعلاقته بالأفكار اللاعقلانية .

* أجراء دراسة مماثلة للدراسة الحالية مع عينات أخرى غير طلبة الجامعة .

* أجراء دراسة عن سلوك المخاطرة وعلاقتها مع متغيرات أخرى مثل قبول الذات , الإبداع.

المصادر : -

الجعيد , متعب بن مسعود (١٩٩٩) : كيف نحقق النجاح , مكتبة جرير للنشر والتوزيع , السعودية .

العدل , محمد عادل , (٢٠٠١) : تحليل المسار للعلاقة بين مكونات القدرة على حل المشكلات الاجتماعية وكل من فعالية الذات والاتجاه نحو المخاطرة , مجلة كلية التربية , جامعة عين شمس , العدد ٢٥ , القاهرة , مصر .

الكعبي , كاظم محسن , (٢٠٠٨) : التفضيلات البيئية لدى طلبة المرحلة الإعدادية , رسالة دبلوم عالي في الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي غير منشورة , كلية التربية , الجامعة المستنصرية .

الحاجي , محمد عمر , (٢٠٠٧) : دنيا المراهقة , دار المكتبي للنشر والتوزيع , دمشق .

ابو غزال , معاوية محمود , (٢٠١٣) : علم النفس العام , ط١ , دار وائل للنشر , عمان , الأردن .

الزهراني , حسن علي محمد , (٢٠١٠) : الأفكار اللاعقلانية وعلاقتها بإدارة الوقت لدى عينة من طلبة جامعة حائل , رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة ام القرى , السعودية .

كتلو , كامل حسن , (٢٠٠٩) : توكيد الذات والكسب وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية والتربوية لدى طلبة الجامعة , اطروحة دكتوراه غير منشورة , كلية التربية , جامعة الخليل , فلسطين .

احمد , محمد عبد السلام , (٢٠٠٢) : التقويم النفسي والتربوي , مكتبة النهضة المصرية , القاهرة , مصر .

زغلول , رافع زغلول , عماد , (٢٠٠٣) : علم النفس المعرفي , طبعة الاولى , دار الشروق للنشر والتوزيع , عمان .

المشلب , فرات حسين , (٢٠٠٦) : سلوك المخاطرة وعلاقته بدافع الانجاز الدراسي لدى طلبة المرحلة الإعدادية , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية , جامعة المستنصرية , بغداد .

مصيلحي , عبد الرحمن والحسيني , نادية , (٢٠٠٤) : التسويق الأكاديمي لدى طلبة وطالبات الجامعة وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية , مجلة كلية التربية , جامعة الأزهر , العدد ١٢٦ , ط١ , القاهرة , مصر .

الخزاعي , علي صكر جابر , (٢٠١٧) : التسويق الأكاديمي وعلاقته بالإخفاق المعرفي لدى طلبة الإعدادية , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة القادسية .

عبد الرزاق , حنان , (٢٠١٩) : دراسة مستوى سلوك المخاطرة لدى رؤساء الأقسام , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية , جامعة محمد , المسلية

بن خليوي , أسماء بنت فراج , (٢٠١٧) : الإسهام النسبي للوعي الموقفي في التنبؤ بسلوك المخاطرة الأكاديمية واتخاذ القرار والأسلوب المعرفي , التصلب والمرونة لدى طلبة المعلمين , كلية التربية , جامعة شقراء .

ابراهيم , ابراهيم الشافعي , الحسيني , احمد محمد , (٢٠١٣) : سلوك المخاطرة والاندفاعية لدى عينة المراهقين في بيئات تعليمية مختلفة , بحث منشور , كلية التربية , جامعة طنطا .

وحيد , احمد عبد النبي اللطيف , (٢٠٠١) : علم النفس الاجتماعي , ط ١ , دار الميسرة للنشر والتوزيع , عمان .

علام , حسن احمد عمر , (٢٠٠٨) : محددات التسويق الأكاديمي وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والأكاديمية لدى عينة من طلاب الجامعة , مجلة كلية التربية , مصر .

إسماعيل , هالة خير سناري , (٢٠١٤) : فعالية الإرشاد الانتقائي في خفض الضغوط الأكاديمية لدى طالبات الجامعة , مجلة كلية التربية , مصر

ابو عراد , عبد الله علي , (٢٠٠٩) : فعالية الإرشاد الانتقائي في خفض مستوى العنف لدى عينة من المراهقين بمكة المكرمة , رسالة دكتوراه منشورة , كلية التربية , جامعة ام القرى .

العتيبي , فهد , (٢٠١٠) : أساليب الغزو لدى المتعاطين وغير المتعاطين , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة نايف العربية للعلوم , الرياض .

العبيدي , ناظم هاشم , (١٩٩٠) : علم النفس الشخصية , مطبعة التعليم العالي , بغداد , العراق .

الديري , علا اسعد , (٢٠١١) : الاستقلال الإدراكي وعلاقته بالاتجاه نحو المخاطرة لدى طلبة الجامعة , الجامعة الإسلامية , غزة , فلسطين .

علي , عبد الرحيم عبد الصاحب , (١٩٩٥) : المجازفة في اتخاذ القرار وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة الجامعة , كلية التربية ابن رشد , جامعة بغداد .

- العيسوي , عبد الرحمن , (٢٠٠٧) : سيكولوجية العنف المدرسي والمشاكل السلوكية , دار النهضة العربية , بيروت , لبنان .
- حمزة , جمال مختار , (٢٠٠٢) : المخاطرة لدى الأحداث الجانحين وعلاقته بالذكاء , مجلة كلية الآداب , جامعة حلوان .
- فاضل, فراس عباس (٢٠٠٤) : تدمير الذات لدى مرتكبي الحوادث المرورية , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة بغداد , كلية الآداب , العراق .
- السحر , ختام إسماعيل (٢٠٠٢) : سلوك المخاطرة وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية الديموغرافية لدى شباب الانتفاضة في محافظة غزة , رسالة ماجستير , كلية التربية , جامعة الإسلامية , غزة , فلسطين .
- عبد الحميد, محمد نبيل (٢٠٠٢) : علاقة المخاطرة بكل من السرعة الإدراكية ومرونة القلق لدى عينة من طلاب الجامعة , مجلة دراسات عربية في علم النفس , العدد ٤ , دار غريب للطباعة والنشر , القاهرة , مصر .
- حسين, زهراء ياسر (٢٠١٨) : سلوك المخاطرة وعلاقته بالحدود العقلية البيئية لدى طلبة الجامعة , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية , جامعة القادسية , العراق .
- ربيع , محمد شحاته (٢٠١٣) : علم نفس الشخصية , ط١, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة , عمان , الأردن .
- احمد, عطية محمد سيد (٢٠٠٨) : التلكؤ الأكاديمي وعلاقته بالدافعية للإنجاز والرضا عن الدراسة لدى طلبة الجامعة , جامعة الزقازيق , كلية التربية .
- ابو اسعد, احمد عبد اللطيف (٢٠١٢) : علم النفس الإرشادي , كلية العلوم التربوية , جامعة مؤتة , دار المسيرة للنشر والتوزيع , محافظة غزة , فلسطين .
- الشاعر, درداح (٢٠٠٥) : اتجاهات طلبة الجامعة الفلسطينية في محافظات غزة نحو المخاطرة وعلاقتها بكل من المساندة الاجتماعية وقيمة الحياة لديهم , أطروحة دكتوراه غير منشورة , عين شمس , غزة .
- ضمرة, جلال كايد (٢٠١٦) : الاتجاهات النظرية في الإرشاد , قسم علم النفس , كلية التربية , جامعة اربد الأهلية , الأردن .

القريطي, عبد المطلب (٢٠٠٢) : في الصحة النفسية , دار الفكر العربي , كلية التربية , جامعة الاقصى , غزة , فلسطين .

رحمة , فطرية (٢٠١٧) : تطبيق كتابي مجموع الشريف على اساس النظرية السلوكية في معهد الصالحين في سوجي مینار كرسك , رسالة ماجستير منشورة , جامعة مولانا مالك ابراهيم , اندونيسيا .

مختار, احمد الكيال (٢٠٠٢) : بعض محددات الميل الى الحوادث المرورية لدى طلاب الجامعة المنوفية - سلوك المخاطرة والمسؤولية الاجتماعية , كلية التربية , القاهرة , مصر .

احمد , هيثم محمد عبد الخالق (٢٠٢١) : مستوى التسويق الأكاديمي لدى طلبة السنة التحضيرية في ضوء متغيري الجنس والتحصيل الدراسي (المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية , المجلد الخامس , العدد (١٩) .

شبيب , هناء صالح (٢٠١٥) : الخصائص السيكومترية لمقياس التسويق الأكاديمي وأسبابه دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تشرين , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية , جامعة تشرين .

ابو غزال , معاوية (٢٠١٢) : التسويق الأكاديمي : انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة اليرموك , الأردن .
جبار, شروق كاظم , محسن, رنا (٢٠١٩) : سلوك المخاطرة وعلاقته بالمبادأة عند طالة الجامعة , مجلة كلية التربية للعلوم الإنسانية , العدد ٢٥ , جامعة القادسية , العراق .

الشاعر, درراح (٢٠٠٥) : اتجاهات طلبة الجامعة المستنصرية في محافظات غزة نحو المخاطرة وعلاقتها بكل من المساندة الاجتماعية وقيمة الحياة لديهم , أطروحة دكتوراه غير منشورة , الأقصى , عين شمس , غزة .

مهدي , منال صبحي (٢٠٢٠) : المعرفة الضمنية وعلاقتها بالمخاطرة لدى طلبة الجامعة , العدد ٥٤ , كلية الآداب , الجامعة المستنصرية , العراق .

الدليمي، أحسان عليوي ناصر، (١٩٩٧): اثر اختلافات تدرجات بدائل الإجابة في الخصائص الساكومترية، اطروحه دكتوراه، كلية التربية، ابن رشد، جامعة بغداد.
علام، صلاح الدين محمود (٢٠٠٠): القياس والتقويم التربوي والنفسي أساسياته وتطبيقاته وتوجيهاته المعاصرة، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، ط١.

عودة، احمد سليمان (١٩٨٨): القياس والتقويم في العمليات التدريسية، المطبعة الوطنية، عمان، الأردن.
عطوي، جودة عزت، (٢٠٠٩): أساليب البحث العلمي، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الزوبعي، عبد الجليل ومحمد ألياس بكر، إبراهيم عبد الحسن الكفافي (1981): الاختبارات والمقاييس النفسية، ط١، دار الكتب للطباعة والنشر، جامعة الموصل.
الزوبعي، عبد الجليل خليل (١٩٨١): الاختبارات والمقاييس، وزارة التعليم العالي، جامعة الموصل، العراق.

ملحم، سامي محمد (2010): مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان.

- Allen.M. J. & Yen, W.M. (1979): **in introduction to Measurement theory**. California: Brooks Cole
- Ebel, R. L. (1972), **Essential of Education Measure Minted**, New Jersey, Prentice – Hill. Lath Statewide, NewWork (Camhsnet) Helping Ph. D, Kansan State University, USA

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

ملحق رقم (١)

قائمة بالأسماء والألقاب العلمية للمحكمين,الذين استعانت بهم الباحثة لتحكيم أدوات البحث

ت	الاسم واللقب العلمي	مكان العمل والاختصاص	مقياس التسويق الأكاديمي	مقياس سلوك المخاطرة
١	أ.د. خشمان حسن علي	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية /الإرشاد والتوجيه التربوي.	✓	✓
٢	أ.د.فاضل خليل إبراهيم	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية /طرائق تدريس عامة	✓	✓
٣	أ.د.فتحي طه مشعل الجبوري	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية / طرائق تدريس	✓	✓
٤	أ.م.د. أنور قاسم يحيى	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية / علم النفس التربوي	✓	✓
٥	أ.م.د. صابر طه ياسين	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية / علم النفس التربوي	✓	✓
6	أ.م.د. سرى غانم العبيدي	جامعة الموصل /كلية التربية للعلوم الإنسانية / علم النفس التربوي	✓	✓
٧	أ.م. زينة طه حسون	جامعة الموصل /كلية التربية الأساسية / طرائق تدريس	✓	✓

ملحق رقم (٢)

مقياس التسويق الأكاديمي بصيغته النهائية

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

ت	الفقرة	تتطبق علي تماما	تتطبق علي أحيانا	لا تتطبق علي أبدا
١	أتصور أن لدي الوقت الكافي لاحقا لذا ليس هناك حاجة فعلية للبدء بالدراسة			
٢	اعتدت أن يذكرني احد لإتمام واجبي .			
٣	أعتقد أن أخفاقي في تذكر جوانب الدرس يجعلني أوجل مذاكرتها			
٤	انشغل بالتفكير في أحلام اليقظة التي تراودني دون انجاز المهام الدراسية .			
٥	تفسيراتي الخاطئة للأسئلة الامتحانية تدفعني لتأجيل موعد الامتحان			
٦	يتشتت تركيزي عندما يطلب مني انجاز واجب دراسي .			
٧	اعتقد أن الطلبة الذين يبالغون بالقراءة يصبحون معقدين فيما بعد.			
٨	أتصور أن التذكارات الأسبوعي أو اليومي لا يجدي نفعا .			
٩	أشعر بضعف التركيز عند القراءة للامتحان فأميل إلى تأجيله			
١٠	إدراكي بصعوبة الامتحان او المهام يجعلني أصر على التأجيل.			
١١	أفكر في أعمالتي الأخرى على حساب أتمام واجباتي الأخرى.			
١٢	أشعر بالضيق وعدم الارتياح لتأجيلي المستمر للمهام الدراسية .			
١٣	أشعر بالقلق عندما اجلس مع أصدقائي ولدي واجب علي انجازه.			
١٤	ارتبك عند إلزامي بوقت محدد لإتمام المهام الدراسية .			
١٥	افرح بتأجيل الامتحان .			
١٦	أشعر بالندم عند تقصيري في أتمام واجباتي المكلف بها .			
١٧	احتاج إلى من يضغط علي لكي أقرأ بما أكلف به من واجبات.			

التسويق الأكاديمي وعلاقته بسلوك المخاطرة لدى طلبة كلية العلوم السياسية

١٨	أتضايق لعدم تذكر المواد التي درستها سابقا.		
١٩	أخاف زملائي ممن ينجزون واجباتهم في حينها .		
٢٠	اشعر بالارتياح عند مشاركتي بالأنشطة لأنها تبعدني عن الدراسة .		
٢١	شعوري باليأس يدفعني لتأجيل دراستي .		
٢٢	أكمل واجباتي بشكل منظم واجد نفسي غير متأخر في دراستي .		
٢٣	عندما يقترب موعد الامتحان انشغل بأمور أخرى .		
٢٤	أفضل الجلوس أمام الانترنت مدة طويلة على أن أنجز واجباتي .		
٢٥	أتكمل على زملائي لانجاز الواجبات والمهام المطلوبة مني		
٢٦	أحاول أن أكون آخر الطلبة الواصلين إلى القاعة الدراسية .		
٢٧	أدرك تراكم المادة الدراسية كوني لم أنجزها في وقتها المحدد		

ملحق رقم (٣)

مقياس سلوك المخاطرة بصورته النهائية

ت	الفقرة	تطبق علي تماما	تطبق علي أحيانا	لا تنطبق علي ابدا
١	أناقش والداي أموري الشخصية .			
٢	لدي دافع للغش .			
٣	لدي دافع على عدم الالتزام بالقوانين الجامعية .			
٤	أقول الحقيقة مهما كانت عواقبها وخيمة .			
٥	لدي شعور بالسهر لفترات طويلة .			
٦	عندما أقود السيارة فأني أقودها بسرعة عالية			
٧	أهدر وقتي في أمور غير ضرورية .			
٨	أخاطر بصحتي من أجل أن التقي بأصدقائي.			
٩	التزم بالإرشادات الصحية .			
١٠	أقوم بتأدية عملي رغم احتمال تعرضي لخطر من الآخرين .			
١١	أقبل الأعمال ذات الطبيعة الخطرة .			
١٢	ظروفي الصحية والاقتصادية قد تعيقني أكمال مستقبلي العلمي			
١٣	أذهب للدوام في الوقت الذي تكون فيه خطورة على الصحة العامة.			
١٤	الانحدار من خلفيات اجتماعية مختلفة سببا في تقييد حريتي.			
١٥	أقوم بإعمال خطرة من أجل الظهور أمام الآخرين .			
١٦	أشارك في أعمال فيها تحدي لأعمالي الحالية .			
١٧	عندما أواجه مشكلة كبيرة فأني أنفذ أول فكرة تراودني .			
١٨	عند تعرضني لمواقف صعبة فأني الجأ إلى حل يبدو لي صحيحا .			
١٩	أتحمل مسؤولية القرارات التي اتخذها دون خوف			
٢٠	أجرب الأساليب الجديدة رغم المخاطرة المترتبة عليها .			
٢١	اتخذ قرارات صارمة بحق أشخاص دون خوف منهم .			
٢٢	أصاحب طلاب يمارسون العنف ضد الآخرين .			