

اجترار الأفكار وعلاقته بالتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة

Rumination Thoughts and Its Relationship to Academic
Procrastination Among female University Students

م.م. عدنان علي حسين
وزارة التربية - مديرية تربية واسط
adnanalistar810@gmail.com

مستخلص :-

يهدف هذا البحث إلى التعرف على اجترار الأفكار وعلاقته بالتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة، وأعتمد الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، وتكونت عينة البحث من (100) طالبة من الجامعة المستنصرية الدراسة الصباحية، وكانت ابرز نتائج البحث وجود علاقة ارتباطية جيدة بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي وطالبات الجامعة يمتلكن اجتراراً الأفكار بالجوانب الشخصية مع وجود فروق دالة احصائياً وهذا يبين أن طالبات الجامعة يمتلكن تسويقاً أكاديمياً عالياً، وخرج البحث بعدد من التوصيات والمقترحات.

كلمات مفتاحية: اجترار الأفكار، التسويق الأكاديمي، طالبات الجامعة

abstract:

The purpose of this research is to identify ideas rumination and its connection to academic procrastination of female university students, the researcher adopted the descriptive and correlative approaches, the research sample consisted of (100) female students from al- mustansiriya university for morning study, the most prominent results were the existence of good correlation between rumination and academic procrastination, it comes out that female students have rumination on personal matters, and that there are statistically significant differences, this result show that female university students have high procrastination, the research came out with a number of proposals and recommendations.

Keywords: Rumination Thoughts , Academic Procrastination , female University Students

الفصل الأول : (مشكلة البحث)

الظروف التي مر بها المجتمع العراقي اظهرت تأثيرات سلبية على اغلب شرائح المجتمع ولاسيما طالبات الجامعة، بوصف المرأة نصف المجتمع والمسؤولة عن التربية والتعليم في النصف الآخر، مما يجعلها تحت ضغوط وصراع بين معايير المجتمع التي تؤكد دورها كزوجة وأم، وأخت وبين التيارات المعاصرة التي تشجع دورها الايجابي في الحياة وحققها في اكتساب المعرفة ومواكبة التطور التقني، فتعرضهن للضغوط الانفعالية يؤدي إلى الشعور بالوحدة والمزاج السلبي في جميع المواقف والأحداث ، إذ أن اجترار الأفكار يسهم بدور كبير في استمرار الحالة السلوكية السلبية التي تعمل على ظهور أعراض اكتئابية لديهن، إذ بينت دراسة (Abdallah & Gabr, 2014) الأعراض الاكتئابية لدى طلبة الجامعة، ووجد أن نسبة الاكتئاب لدى الإناث أكثر من الذكور، كما أن الضغوط النفسية الحياتية يجعل مزاج الفرد ملفت للانتباه مع انخفاض الثقة بالقدرة على الانتاج الأكاديمي في حل المشكلات وزيادة التوجه للأحداث الماضية كأفكار اجترارية (Papageorgiou&Wells, 2006: 28).

ويعد الجانب الأكاديمي من أبرز المجالات التي تتأثر بها ظاهرة التسويق لدى الطالبات وبمختلف المراحل، ويطلق على هذه الظاهرة بالتسويق الأكاديمي، ويذكر كل من (Burka&Yuen, 2005) أن التسويق في أداء المهمات والواجبات أمراً شائعاً بين الطلبة الجامعيين، وبالتالي فإن تكرار هذا السلوك يعد سلوكاً حازماً للذات وظاهرة يمكن أن نعدها مشكلة شائعة بالنسبة لهؤلاء الطلبة؛ لما لها من عواقب سلبية على الطلبة الجامعيين أنفسهم والمجتمع. إذ قد يؤدي التسويق إلى لوم الذات، والندم، وضعف الشخصية والإنجاز الأكاديمي، وفقدان الفرص، لذا فإن معرفة المزيد عن العوامل الشخصية كالاغترار الفكري وغيرها والتي تسهم وتؤثر في التوافق النفسي كالتحصيل والتسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة وبالأخص لدى طالبات، إذ يمكن أن تسهم المعرفة بشكل فعال في تجنب التأثيرات السلبية لهذه الأنماط من الأفكار، ومن هنا لاحظ الباحث علامات سوء التوافق والشكوى والتسويق لدى الطالبات داخل الوسط الجامعي، وبناءً على ذلك فإن مشكلة البحث الحالي تتضح بالإجابة عن السؤال الاتي:

هل توجد علاقة ارتباطية بين اجترار الأفكار بالتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة ؟

اهمية البحث :

أن ازدهار الأمم وتطورها يقاس من خلال الاهتمام بالتعليم، إذ يعد التعليم الجامعي حصنها المنيع أمام كل ما يطرأ عليها من تحديات، إذ أنها تسعى إلى تقديم أنموذج من الطلبة ذو مكانة علمية مرموقة في مختلف القطاعات ومؤسسات الدولة.

ولما كانت الحياة الجامعية تلعب دوراً مهماً في النمو الأكاديمي للطلبة، لذا من الضروري الكشف عن المتغيرات والعوامل المؤثرة بشكل سلبي أو إيجابي في الأداء الأكاديمي لدى طالبات الجامعة، حتى يمكن فهمها بعمق، ومحاولة التصدي للسليبي والتخفيف من حدته، والسعي على تطوير الايجابي منها، مما يؤدي إلى تحقيق أحد الأهداف الرئيسية التي يسعى إليها علم النفس إلى تحقيقها والعمل على حلها والتخلص منها(الربيع،2013: 18)

وهنا يظهر الاجترار الفكري الذي يعد مصدراً مهماً من مصادر الضغط الأخرى، حيث يعمل الاجترار على المعالجة المعرفية التي غالباً ما تحدث كاستجابة لتصحيح مسار الأشخاص الاجتراريون الذين يتسمون بأنهم يسترجعون تلقائياً المزيد من الذكريات السلبية عن الماضي والمستقبل القريب، ويتذكرون الأحداث السلبية التي حدثت بشكل متكرر في حياتهم، كما أنهم ينتقدون ذواتهم بصورة سلبية، (Nolen hoeksema,et al,2008:7)، وهناك العديد من الدراسات التي تناولت اجترار الأفكار منها دراسة المصري(2020) التي بينت نتائجها إلى وجود علاقة ارتباطية سالبة بين اجترار الأفكار والشفقة بالذات، وبين الكمالية والشفقة بالذات، كذلك اظهرت عدم وجود فروق بين الجنس في اجترار الأفكار والشفقة بالذات ، والكمالية العصابية، ايضاً دراسة (Khan, et al, 2019) التي توصلت نتائجها إلى ارتفاع مستوى قلق الامتحان لدى طلاب الجامعة ، كذلك إلى وجود علاقة إيجابية ودلة إحصائياً بين الاجترار والتوتر والتسويق الأكاديمي وقلق الاختبار، بينما أشارت نتائج دراسة (Susan,1991)، إلى أن التغيرات التي تحدث لدى الفرد من القلق مرتبط ارتباطاً سلبياً مع الاجترار، فكلما زاد الاجترار ارتفع مستوى القلق لدى الفرد(90: Susan,1991) أن اجترار الأفكار يُعد أحد مظاهر التسويق الذي تعاني منها طالبات الجامعة، وبالتالي يكون لديهن أقل رضا عن الحياة ويتصفن بانخفاض جودة الحياة لديهن، وبالتالي بشكل أكثر احتمالاً للفشل والتسرب من الجامعة(Stein & Kean,2000,1612) ، كما أن الاجترار يؤثر في الأداء العام للفرد، إذ وجد أن الشخص المسوف يكون أداؤه أقل من نظيره غير المسوف (Steel, Brothen, and Wambach, 2001) ، كذلك فإن المسوفين أكثر شعوراً بالتعاسة؛ نتيجة لأعمالهم وأفعالهم التسويقية وإضاعتهم للوقت (Tice and Baumeister, 1997) ، لذلك يُعد التسويق أحد الظواهر التي تؤثر على فاعلية الأفراد ودافعيتهم نحو الإنجاز بمختلف جوانب الحياة وأنشطتها، ويعد الجانب الأكاديمي من أبرز المجالات التي يتأثر بها ظاهرة التسويق لدى الطالبات وبمختلف المراحل، هذا ويطلق على هذه الظاهرة بالتسويق الأكاديمي، الذي يُعرف بأنه التأجيل الاختياري للمهام الأكاديمية وعدم إتمامها ضمن الفترة الزمنية المحددة(عبود، 2016: 643)، والدراسات السابقة التي تناولت التسويق الأكاديمي نذكر منها

دراسة الربيع، وآخرون(2013) التي بينت نتائجها ، وجود ارتباط بين التسويق وأساليب التفكير ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وأساليب التفكير الخمسة ، كذلك بينت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في العلاقة بين التسويق الأكاديمي وأساليب التفكير تعزى إلى متغيري المرحلة الدراسية والجنس، بينما تطرقت نتائج دراسة (Erkan,2011)، إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسويق الأكاديمي والحوافز الأكاديمية وضبط الذات، أيضاً أشارت إلى وجود علاقة إيجابية بين التسويق العام والتسويق الأكاديمي، كذلك لم تكون هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث بخصوص التسويق الأكاديمي،(Erkan,2011:22) أيضاً تناولت دراسة(Solomon & Rothblom,1984) التي أظهرت نتائجها إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين عامل التهريب والمهام واي من القلق او التوكيد ، لكنها ارتبطت بدلالة الاكتئاب والمدارك الا منطقية وضعف تقدير الذات وسلوك تسويق الاستدكار، كما انها توصلت إلى أن التسويق لا يشكل عيب في عادات الاستدكار أو إدارة الوقت فقط ، بل أنها تتضمن تفاعل معقد بين عناصر سلوكية، ومعرفية، وتأثيرية وتكوينية (Solomon & Rothblom,1984:19).

ومما يزيد أهمية البحث الحالي، كون المرحلة الجامعية مرحلة مهمة في بناء شخصية الفرد وبالخصوص الطالبات الجامعيات، إذ يواجهن العديد من التحديات والضغوط مما يشكل ضغطاً كبيراً لهن ، لذ لا بد من تخفيف حدة ظاهرة التسويق الأكاديمي وتنظيم الذات الذي يساعد الفرد على اتخاذ قرارات صائبة تزيد ثقته بنفسه، وتجعله أكثر اتزاناً في المواقف الاجتماعية،(المعموري،2010: 12).

وبناءً على ما تقدم يرى الباحث وجود حاجة لإعطاء متغيرات البحث قدراً كبيراً من الأهمية، لأن المجتمع يمر بتطورات وضغوطات في مجالات الحياة كافة وهي تلقي بظلالها على افراد المجتمع بشكل عام وعلى طالبات الجامعة بشكل خاص، وتكمن أهمية البحث النظرية والتطبيقية بالنقاط الآتية:-

أولاً: الأهمية النظرية

- 1- أهمية اجترار الأفكار كونه يهتم بالجوانب الشخصية وبمجريات الاحداث والمواقف اليومية المؤثرة لدى طالبات الجامعة .
- 2- اعطاء تصور نظري عن اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة بما سينتج لنا فرصة ملاحظة السلوك السلبية لدى طالبات الجامعة.

3- ستزودنا هذه الدراسة بصورة واضحة لمعرفة أسباب التسويق وكيف يحدث وآثاره السلبية لدى طالبات الجامعة وفي المجتمع بأسره، وطرائق المساعدة في التخلص أو التقليل من سلوك التسويق.

4- أهمية الفئة المستهدفة بالدراسة الحالية هن طالبات الجامعة لما لهن من دور فعال في بناء مستقبل البلد، إذ تعد هذه الدراسة محاولة للحد من الآثار الجانبية المترتبة على اجترار الأفكار كالتسويق الأكاديمي.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

1- يمكن الفائدة من اداتي البحث الحالي في الكثير من البرامج التشخيصية والإرشادية.

2- الاستفادة من نتائج هذا البحث في إعداد البرامج والدورات لتدريب طالبات الجامعة ولتطوير المهارات والاساليب لمواجهة بها المشكلات، وكيفية التغلب عليها.

3- يمكن أن يساعد البحث الحالي العاملين في الميدان التربوي والتعليمي لوضع الخطط اللازمة لكيفية تعاملهم مع الأفراد بشكل عام وطالبات الجامعة على الخصوص، مما يسهم في رفع المستوى التربوي وتطوير العملية التعليمية.

اهداف البحث:

يهدف البحث الحالي التعرف الى:

- 1- مستوى اجترار الأفكار لدى طالبات الجامعة .
- 2- مستوى التسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة .
- 3- العلاقة الارتباطية بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة .
- 4- الفرق الاحصائي في العلاقة الارتباطية بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير التخصص (علمي - إنساني) .

حدود البحث :

تحدد البحث الحالي بطالبات الجامعة المستنصرية للدراسة الصباحية المرحلة الثالثة للعام الدراسي (2021-2022).

تحديد المصطلحات :

اولاً : اجترار الأفكار (Rumination Thoughts):

عرفه نولين (Nolen,1991) " الأفكار السلبية والمتكررة وهو أحد أعراض المزاج السلبي والنتائج المحتملة لتلك الأعراض " (Nolen,1991,596).

وعرفه ايضاً (VandenaBos,2013) " التفكير المتكرر بشكل مفرط في موضوعات تتداخل مع أشكا أخرى من النشاط العقلي " (VandenaBos,2013: 505) .

- **التعريف النظري:** أعتمد الباحث تعريف نولين (Nolen,1991) تعريفاً نظرياً لاجترار الأفكار لكون قد تبنى نظريته.
- **التعريف الاجرائي:** يعرف الباحث اجترار الأفكار إجرائياً : بأنه الدرجة التي يحصل عليها الطالب خلال استجاباته عن فقرات اجترار الأفكار والمُعتمد في البحث الحالي.
- ثانياً :- **التسويق الأكاديمي:-** (Academic Procrastination)
عرفه ستل (Steel,2007) " بأنه ميل الفرد بشكل طوعي واختياري لتأجيل المهمات الأكاديمية لأوقات لاحقة وعدم اتمامها في الوقت المحدد بالرغم من معرفته بالآثار المترتبة على ذلك.
- تعريف (Solomon & Rothbium,1984) " هو ميل الفرد لتأجيل البدء في المهمات الأكاديمية إلى آخر لحظة ممكنة وبشكل مقصود.
- **التعريف النظري:** أعتمد الباحث تعريف ستل (Steel,2007) تعريفاً نظرياً للدراسة الحالية كونه قد تبنى نظريته
- **التعريف الاجرائي:** يعرف الباحث التسويق الأكاديمي إجرائياً : بأنه الدرجة التي يحصل عليها الطالب خلال استجاباته عن فقرات التسويق الأكاديمي والمُعتمد في البحث الحالي.

الفصل الثاني: الإطار النظري

أولاً : اجترار الأفكار (Rumination Thoughts):

هنالك العديد من المنظرين الذين تطرقوا إلى مفهوم الاجترار، ومعظمهم يرون أن الاجترار هو التحريض عندما يلاحظ التناقض بين الوضع الحالي والوضع المطلوب، فهم ينظرون إلى الكثير من حالات الاجترار السلبي المتكرر نتيجة المواقف الضاغطة التي يتعرض لها الأفراد المجترين (Susan-Nolen Hoeksema,1999)، وقد عرف معجم الطب النفسي الاجترار بأنه " التأمل التام في أمور معينة، لتكوين صورة مرضية في حالات كالوسواس القهري، فلا يستطيع المريض كبح الأفكار التي تسيطر عليه (الشيبيني،2006: 116) بينما عرف نوافكو (Novaco,2000) الاجترار (بأنه انفعال سلبي يتم اختباره شخصياً مثل حالات مستأثره من الخصومة تجاه شخص ما أو شيء ما يدرك على حدث لمصدر مقيت) (Novaco,2000: 107، ووصف الاجترار بأنه: شكل من أشكال الاضطراب العصبي، يتسم بالفقدان والقلق والخسارة، كذلك يُعد نمطاً تكراري وفكر يتمركز حول الذات والاستجابة لحالة عاطفية قد تكون ايجابية أو سلبية، ويمكن أن تركز على تحقيق هدف معين أو عدد من الأهداف المتناقضة (Simpson,y,2003: 57)، وأخذت دراسة اجترار الأفكار حيزاً كبيراً من قبل العلماء حيث قاموا

بتوضيح أبعاد لتسهيل النتائج البحثية من خلال عملية قياسه ، وبالإمكان عرض ذلك بالشكل التالي:

البعد الأول:- (إطالة التفكير) Broodind (هو التفكير العميق للفرد من خلال قيامه بإداء معين سلبي يقارنهُ لوضعه الحالي مع بعض المعايير التي لا تستطيع تحقيقها)، أي أنه تفكير سلبي مصحوب بمزاج سيء للفرد تجاه موقف معين (Treynor & Hoeksema, 2003: 256).

البعد الثاني:- (التفكير المنعكس) Reflection (يعرف قاموس أكسفورد بأنه ميل الفرد للاندفاع أثناء الاستجابة بالشكل التلقائي دون تروي، أو الميل للتفكير المتعمد في حلول بديلة للمشكلات وبالخصوص في حالات عدم التيقن، كما يترتب على التسرع أو الاندفاع أخطاء كثيرة وأوقات استجابة أقصر (Colman, 2015: 643).

أن انتقاد الفرد لذاته يمكن أن يتزامن مع اجترار الأفكار وهذا ما يسمى (Self- Critical Rumination) ؛ ويقصد به شعور الفرد بضعف قدرته على التفكير للخروج من المشكلة أو موقف ما، مما يؤدي بالفرد على لوم نفسه مع انشغال دائرة تفكيره بالموقف أو الحدث عندما يتعرض لمدة طويلة، مما يزيد من معدل القابلية للإصابة بالأمراض النفسية (Smart, 2013: 5)، أن سوء المزاج تؤدي إلى ضعف التركيز أثناء حل المشكلات، وانخفاض الدافعية وظهور أعراض اكتئابيه، نتيجة طبيعية للقلق والضغط ما بعد الصدمة، ويمكن تجنب الفرد المشكلات والأحداث المثيرة للقلق لديه إذ يعرف (بخبرة التجنب) أي مواجهة المشكلة ومحاولة التغلب عليها (Watkins & Nolen- Hoeksema, 2014: 72).

النظريات المفسرة لاجترار الأفكار:-

أولاً:- نظرية التقدم نحو الهدف:

في هذا السياق ، فإن نظرية اجترار الأفكار هي شكل من أشكال التنظيم الذاتي ، لأنها تجعل المعلومات المتعلقة بالهدف متاحة بسهولة، مما يزيد من قدرة الفرد على اكتشاف ومعالجة المعلومات التي لا يمكن الوصول إليها في النهاية، وهذه العملية تساعد الفرد على العودة إلى الطريق الصحيح، وعادةً ما تتوقف عملية اجترار الأفكار حتى تصل إلى الهدف النهائي وتحقق تقدماً كافياً نحو الهدف أو التخلي عنه. (Martin, et, al, 2004: 80-81)

أن السبب الرئيس وراء اجترار الأفكار هي قدرة الوصول للمعلومات المتعلقة بالهدف، لذلك فإن تحقيق الهدف يبقي المعلومات بصورة يسهل الوصول إليها، واستخدامها في حل المشكلات المتعلقة بالموقف، لذلك فإن المثيرات البرينة يمكنها أن تثير اجترار الأفكار (Martin, 2004: 54).

ثانياً:- نظرية أنماط الاستجابة:

يعد اجترار الأفكار في هذه النظرية وسيلة للاستجابة للضغط، أي تركيز أفكار الفرد بشكل متكرر وسلبى على الأعراض المؤدية للاكتئاب والضغط والاسباب والنتائج المحتملة الحوادث، والأفراد الذين يمتلكون اجترار الأفكار دائماً يكون تركيزهم على المشاعر السلبية من دون المحاولة في اتخاذ أي شيء رادع للتخلص من هذه المشكلات أو المشاعر السلبية في جميع المواقف التي يتعرض لها الفرد (Hoeksema et al,2008: 400) .

وأشار (Mikulincer,1996) إلى ثلاث فئات لاجترار الأفكار هي: الأولى (اجترار أفكار الحالة) أي تركيز الفرد على المشاعر والآثار المترتبة على الفشل، والثانية (اجترار أفكار الفعل) أي الاجترار يكون موجهاً نحو عملية ما ويكون التركيز في كيفية تحقيق الهدف وكيفية تصحيح أخطاء الماضي، أما الثالثة (اجترار الأفكار الغير مرتبطة بالمهمة) وفيها تشتت أفكار الفرد الذي ليس له علاقة بالهدف المحجوب (Ciarocco,2010:66-65).

أن المعتقدات ما وراء المعرفة السلبية تتعلق بعواقب الانخراط بشكل من أشكال المواجهة، والأفكار والمشاعر المصاحبة لها، وترتبط هذه المعتقدات بزيادة حدة التصعيد بالنشاط السلبى وبالتالي يجد الأفراد صعوبة في التحول إلى الوضع الطبيعي في تحقيق الهدف (Fernie et al,2009:284).

ثالثاً: نظرية (نموذج) لوظيفة التنظيم الذاتي التنفيذية :

جاء توضيح هذه النظرية على أن الأفكار الاجترارية بمثابة استجابات لتناقضات الذات، كما أنها ترتبط بالبناء المعرفي، حيث يضم نوعين من المعالجات المعرفية (الآلية والتفذية)، لذلك فإن دعم اجترار الأفكار للعمليات الدائرية المستقلة منها، أولاً:- دعم الدوائر المغلقة فيما بينها ويتم التحكم الكامل في المواجهات المتركة على الانفعالات من خلال اجترار الأفكار التي تكون على هيئة متكرة لمواجهة متمركزة على المشكلات، ثانياً:- أن المعالجة التنفيذية قد تستفز سلاسل من المعالجات الآلية، (تتشكل على هيئة أفكار اقتحاميه أو أحاسيس جسدية)، إذا كانت هذه الأفكار مضرة أو مهددة لا يمكن السيطرة عليها ، لذلك تستمر في المحاولات للمواجهة عن طريق التحكم في الأفكار، ثالثاً:- أن المنظور البيئي للفرد وبيئته يرى أنها منظومة متكاملة ذات تنسيق كبير بينهما، حيث يقوم اجترار الأفكار بالتعزيز من خلال التعرض المستمر للأحداث المسببة للاكتئاب، ويفعل المثيرات التي تحافظ على المعارف الاجترارية (عبد الستار، 2017:38).

ثانياً :- التسويق الأكاديمي :- (Academic Procrastination)

خفض التسويق الأكاديمي :-

يعد تأخير المهام والأعمال إلى وقت آخر بشكل متكرر بين الحين والآخر دون مسوغ، مشكلات مؤرقة تواجه الأفراد والمجتمعات، مما يزيد من صعوبة هذه المشكلة أنها لا تركز على فئة بعينها، أو مرحلة عمرية، بل أصبحت شائعة عند الذكور والإناث، أن الدراسات النفسية تذهب إلى أبعد من ذلك للسعي من أجل رفع الإنجاز لدى الطلبة وزيادة إنتاجيتهم والتقليل من العوامل التي تؤثر على تلك الإنتاجية، لما كان التسويق يعد مشكلة دراسية يشل طاقة الطلبة تجاه القيام بواجباتهم الدراسية، أيضاً تؤدي إلى خفض مستوى الثقة بالنفس لدى الطلبة، وهناك تعاريف متنوعة لمفهوم التسويق الأكاديمي منها تعريف علام(2008) الذي يرى التسويق بمعنى المماثلة والإرجاء والتأخير، وسوفته إذا قلت له مرة بعد مرة سأفعل، وقد يستعمل للوعد الذي لا إنجاز له، وأيضاً وجاء تعرف وصوالحة (2018) بأنه "التأجيل الطوعي لإكمال المتطلبات الأكاديمية في الوقت المتوقع والمرغوب فيه، رغم اعتقاد المسوف بأن إنجازه لتلك المتطلبات ستؤثر بالسالب(صوالحة، 2018: 225)، أما مصيلحي والحسيني (2004) فقد عرفا التسويق الأكاديمي بأنه: تأجيل الطالب البدء في عمل واجباته الأكاديمية أو تأخيرها، مما يؤدي إلى شعوره بالقلق وعدم الرضا الدراسي وضعف الدافعية للإنجاز. فيما عرفه شراو ووادكنز وأولافسون (Schraw, Wadkins, and Olafson, 2007:38) على أنه: التأجيل المتعمد للواجبات الأكاديمية التي يجب أن تكمل في الوقت المحدد كالاختبارات والأبحاث أو متطلبات المساقات الجامعية، ومن خلال التعريفات السابقة نلاحظ أن التسويق الأكاديمي:-

- سلوك متكرر.
 - ليس هناك هدف من التأجيل أي بمعنى لا حاجة له.
 - يصاحبه حالة من عدم الارتياح.
 - تكون له نتائج عكسية.
- وهناك وجهات نظر مختلفة حول أسباب التسويق، منها: السلطوية في التنشئة الاجتماعية، والثورة المضادة على هذه السلطة، والتفكير بطريقة التمني أو أحلام اليقظة، ووجود مشكلات في التفكير (Ferrarim, 2001: 396)، فيما يرى أبو غزال (2012) أن أسباب التسويق الأكاديمي تتمثل في الخوف من الفشل، وأسلوب المدرس، والمهمة المنفرة، ومقاومة الضبط، وضغط الأقران. وللتسويق آثار عديدة في السلوك الإنساني، فهو يؤثر سلباً في الإدارة والإنتاج، ويؤثر في كيفية تعاطي الدماغ مع متطلبات الحياة (Ozer, 2011:27)، وهناك تفسيرات عديدة للتسويق قدمها علم النفس بنظرياته المختلفة منها:-

1- النظرية السلوكية:- تشير إلى أن ظاهرة التسويق متعلمة مكتسبة تتكون نتيجة ميل الإنسان إلى الأنشطة السارة على الأنشطة غير الممتعة وللمكافأة الفورية على المؤجلة.

2- المدرسة المعرفية :- تذهب إلى أن التسويق يرجع إلى المعتقدات اللاعقلانية للطلبة المتعلقة بتقدير الذات و بإدارة الذات.

3- نظرية التحليل النفسي:- تنظر إلى أن التسويق يتكون نتيجة المطالب المبالغ فيها من قبل الطفل والتساهل المفرط من قبل الوالدين(الكفري، 2016: 291) .

وقدم (Xu,2016) نموذج (The three – tiered anti – procrastination (T-TAP) model للتعرف المبكر والدعم للطلبة المسوفين أكاديمياً، ويعد هذا النموذج نهج متعدد المستويات، حيث يتأخذ عامل الوقاية على مستوى الأكاديمي في قاعة الدراسة، وذلك لاختبار جميع الطلبة داخل القاعة الدراسية، ويكون النموذج على النحو التالي:-

1- المشاركة داخل الفصل الدراسي:- ويشمل الطلبة من ذوي التسويق المرتفع، يكون بشكل تعليم مكثف، من خلال اختبارات وواجبات تقدم له داخل الفصل بفترة زمنية تتراوح من 2-4 أسابيع.

2- الفحص والوقاية على مستوى الفصل الدراسي:- ويكون ذلك من خلال استخدام تصنيفات تتناسب وأهمية الموقف الأكاديمي، وتعزيز جاذبية المهمة، والاستيعاب الشامل للمهمة ، ويكون تصنيف مستويات الطلبة المسوفين في نهاية الأسبوعين الأولين حسب أنظمة الدرجات كنقاط المكافأة وخصم النقاط ونظام التسجيل المتدرج.

3- التدخل الفردي:- ويمثل الإدارة الذاتية ، من خلال تكليف الطلبة بأوراق عمل، وبعدها يقوم الاساتذة بجمعها بشكل دوري، ضمن مقياس وضع لتحديد مستوى التسويق لدى الطلبة، فإذا لم يحقق الطالب أهدافه لفرصتين متتاليتين ، هنا يفكر الأستاذ بدمجهم ضمن نظام دعم الأقران، ثم استخدام نظام التعاقد السلوكي ومراقبة التقدم بشكل دوري.(Xu,2016: 212).

النظريات والنماذج المفسرة للتسويق الأكاديمي:

أولاً:- نظرية أليس ونويس (Ellis and knaus, 1977)

أن التسويق يمثل ضعف القدرة المتخيلة عند المسوفين على إتمام مهامهم وواجباتهم الملقاة عليهم حسب رؤية المنظرين القائمين على هذه النظرية، كما أنهم يظهرون التأخير لإنجاز أي عمل يتطلب منهم، وهذا السبب في السلوك التسويقي يرجع إلى ضعف قدرتهم والخوف غير العقلاني من الاعمال التي يكلفون بها، لذلك فإن المعتقدات العقلانية عند المسوفين غالباً تدور حول أنهم لا يمتلكون القدرات الضرورية في إكمال واجباتهم بالشكل الذي يرضي الآخرين، لهذا فإننا نرى أن

هؤلاء المسوفين دائماً يؤجلون أعمالهم ، ويرى المنظران أن هذه المعتقدات الخاطئة حول اتباع السلوك التسويقي تربح المسوف لأنها تزوده عذراً مناسباً وسهلاً لتفادي إنهاء الأعمال المكلفين بها بأنهم سيفشلون بلا شك في إتمامها، مما يزيد ذلك من تجنبهم وخوفهم بالمستقبل من أداء مهام جديدة (الصالح، 2013: 149).

ثانياً: - نموذج التوجيه الدافعي Motivational orientation :

أصحاب هذا النموذج الذي قدمه (Deci&Ryan)، إذ كان تفسيرهم للتسويق وفقاً للدافعية التي تعمل على تحفيز الأفراد للعمل في نشاط معين، فالأشخاص المسوفون تنقصهم الدافعية لإتمام المسؤوليات والواجبات المناطة بهم، لذلك فإننا نرى أن هؤلاء المسوفون يتهربون ويتكئون ويتململون عن أداء أو يشغلون أنفسهم بأمور أخرى، كما انهم يتميزون بالسلبية وفق هذا النموذج وعدم الرغبة في الإنجاز، أن انخفاض الدافعية تكمن في المعتقدات السلبية التي يقفون ورائها ، وهي عدم قدرتهم وغير واثقين بذكائهم وجهدهم وطاقتهم ، لذلك فانهم سرعان ما يتوقعون الفشل وبعد ذلك ترك المهمة، أو تأجيلها إلى وقت آخر، أو عدم أنجازها بالصورة المطلوبة، ويقترح المفسران لهذا النموذج أن العبارات التحفيزية والمكافآت الخارجية لها آثار إيجابية يمكن أن تنشطهم تجاه القيام بالواجبات المختلفة (Steel, et, al, 2001: 95)

ثالثاً: - نموذج فاعلية الذات Self- Efficacy :

قدم باندورا عام 1977 تفسيراً مهماً لنموذجه، حيث يرى أن التسويق يتعلق بالكفاءة الذاتية للشخص، التي عرفها بقدرات ومعتقدات الأفراد الخاصة بإظهار سلوكيات متميزة في موقف معين، لذلك فإن معتقدات هذه المهمة وفقاً لهذا النموذج مطلوبة وتحدي الصعوبات التي تواجههم وقدرتهم على تغيير السلوك بما يلائم مختلف هذه المهام، فإذا كانت كفاءة الشخص الذاتية عالية فإنه يظهر دافعية عالية وسلوك جيد لإنجاز المهام، أما إذا كانت الفاعلية هابطة فسوف يتجنب أداء مسؤولياته ومهامه، هذا ولقد وجدت الدراسات النفسية التي اعتمدت هذا النموذج أن الطلبة الذين لديهم كفاءة ذاتية كانوا أكثر حماساً لتعلم الأنشطة الدراسية، كما أنهم يعملون على تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية لمواجهة الصعوبات التي تصادفهم، بالمقابل الطلبة ذوي الفاعلية المنخفضة يتهربون من أداء واجباتهم لأنهم يعتقدون ليست لديهم القدرات الكافية لإتمام المهام في الوقت المطلوب (Chun chu, 2005: 252).

الفصل الثالث: منهج البحث وإجراءاته

أولاً- منهجية البحث:

بما أن البحث الحالي يهدف إلى تقصي العلاقة بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي، فقد أعتمد الباحث المنهج الوصفي الارتباطي في البحث، وذلك لأنه يتلائم وطبيعة البحث واهدافه.

ثانياً- مجتمع البحث و عينة البحث

ويتضمن مجتمع البحث الحالي طالبات الجامعة المستنصرية المرحلة الثالثة من الدراسة الصباحية، للعام الدراسي (2021- 2022)، وتكونت عينة البحث من (100) طالبة اختيروا بالطريقة العشوائية بواقع (50) طالبة تخصص علمي، (50) طالبة تخصص إنساني.

ثالثاً:- أدوات البحث:

بما أن البحث الحالي يهدف إلى معرفة العلاقة بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة، لذا فقد تطلّب وجود أداتين تتوافر فيهما الخصائص السيكمومترية لتحقيق أهداف البحث، وهي على النحو الآتي:

أولاً:- اجترار التفكير:

بعد الإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، تبنى الباحث على مقياس اجترار الأفكار المعد من قبل نولين (Nolen,1991) والذي تكون من (30) فقرة، ذات خمسة بدائل للإجابة إذ أعطيت هذه البدائل الدرجات الآتية على التوالي (1،2،3،4،5) ولغرض التحقق من الخصائص السيكمومترية للمقياس قام الباحث بالخطوات اللازم اتباعها للحصول على تلك الخصائص:

ثانياً:- مقياس التسويق الأكاديمي:

بعد الإطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، تبنى الباحث مقياس التسويق الأكاديمي لـ ستل (Steel,2007) والذي تكون من (48) فقرة، ذات ثلاثة بدائل للإجابة إذ أعطيت هذه البدائل الدرجات الآتية (1،2،3)، ولغرض التحقق من الخصائص السيكمومترية للمقياس قام الباحث بالخطوات الآتية:

صدق المقياس:

يشير الصدق إلى الدرجة التي يقيس بها اختبار معين ما يُفترض أنه يُقيسه، وبالتالي يسمح بتفسير مناسب للدرجات ولذلك فإن الصدق "أكثر الاعتبارات الأساسية في تطوير الاختبارات وتقويمها" (جي، وآخرون، 2012: 250- 251). وقد جرى التحقق من مؤشرات صدق اداتي البحث بطريقتين، هما الصدق الظاهري و صدق الاتساق الداخلي:

ثبات المقياس:

يُعرّف ثبات أداة القياس بأنه مدى قدرتها على إعطاء نتائج مماثلة إذا ما طبقت مرة أخرى تحت نفس الظروف والشروط، وهو يُعدّ خاصية ضرورية لجودة الأداة (دودين، 2013: 209-210). وتوجد طرائق مختلفة للتحقق من ثبات المقاييس والاختبارات النفسية منها ما يقيس معامل الاستقرار، ومنها ما يقيس الاتساق الداخلي، وقد تم التحقق من ثبات اداتي البحث بطريقة وعلى النحو الآتي:

طريقة إعادة الاختبار (معامل الاستقرار): ظهر أنه يساوي (0,77) ومعامل الاتساق الداخلي الذي بلغ (0,87) وهو يعدّ معامل ثبات جيد.

سادسا - الوسائل الاحصائية:

أستعمل الباحث الرزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعي لمعالجة البيانات (SPSS) .

عرض النتائج وتفسيرها

يتضمن هذا الفصل عرض وتفسير نتائج البحث في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة وعلى وفق أهداف البحث، وهي على النحو الآتي:

الهدف الاول:

تعرف مستوى اجترار التفكير لدى طالبات الجامعة.

لأجل تحقيق هذا الهدف، طبق مقياس اجترار التفكير على افراد العينة الاساسية البالغ عددهم (100) طالبة، وبعد تفرغ البيانات ومعالجتها احصائياً تم ايجاد الوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات العينة، اذ بلغ المتوسط الحسابي للمقياس (93) وبانحراف معياري قدره (11,70) درجة وبمقارنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي للمقياس البالغ (90) ولمعرفة دلالة الفرق بين المتوسط الحقيقي والمتوسط الفرضي لأفراد العينة استعمل الاختبار التائي لعينة واحدة، كما موضح في الجدول (1).

القيمة التائية لدلالة الفروق على مقياس اجترار التفكير

المتغير	عدد افراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية		مستوى الدلالة 0,05
					المحسوبة	الجدولية	
اجترار التفكير	100	93	11,70	90	3,529	2,04	دال وجود فرق

يظهر من الجدول (1) ان القيمة التائية المحسوبة هي (3,529) وهي اكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (2,04) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (99), وهذا يشير إلى وجود فروق دالة احصائياً، وهذا يبين أن طالبات الجامعة يمتلكن اجترار الافكار، وبهذا تتفق نتيجة البحث الحالي مع نتيجة دراسات كل من (الناصر وساند مان (٢٠٠٠) و مختار (٢٠٠٩) و الخولي (٢٠٠٩) التي اشارت الى امتلاك عينة البحث لاجترار الافكار.

الهدف الثاني:

تعرف التسويق الاكاديمي لدى الطالبات.

لأجل تحقيق هذا الهدف، طبق مقياس التسويق الاكاديمي على افراد العينة الاساسية البالغ عددهم (100) طالبة، وبعد تفرغ البيانات ومعالجتها احصائياً تم ايجاد الوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات العينة، اذ بلغ المتوسط الحسابي للمقياس (96,31) وبانحراف معياري قدره (11,05) درجة وبمقارنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي للمقياس البالغ (96) ولمعرفة دلالة الفرق بين المتوسط الحقيقي والمتوسط الفرضي لأفراد العينة استعمل الاختبار التائي لعينة واحدة، كما موضح في الجدول (2).

القيمة التائية لدلالة الفروق على مقياس التسويق الأكاديمي

المتغير	عدد أفراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية		مستوى الدلالة 0,05
					المحسوبة	الجدولية	
التسويق الأكاديمي	100	96,31	11,05	96	9,874	2,04	دال

يظهر من الجدول (2) ان القيمة التائية المحسوبة هي (9,874) وهي اكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (2,04) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (99), وهذا يشير إلى وجود فروق دالة احصائياً، وهذا يبين أن طالبات الجامعة يمتلكن التسويق الأكاديمي عالياً، وبهذا تتفق نتيجة البحث الحالي مع نتيجة دراسة كل من الزوبعي (1999) و الخيري (1999) و الاتروشي (2004) التي اشارت الى امتلاك عينة البحث التسويق الأكاديمي.

الهدف الثالث:

تعرف العلاقة الارتباطية بين اجترار الافكار والتسويق الأكاديمي لدى طالبات الجامعة. ولغرض تحقيق هذا الهدف فقد أستعمل الباحث معامل ارتباط بيرسون للكشف عن العلاقة الارتباطية بين اجترار الافكار والتسويق الأكاديمي ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0,88) وهو يعد معامل ارتباط جيد.

الهدف الرابع :

الفرق الإحصائي في العلاقة الارتباطية بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير التخصص (علمي- إنساني) .

لم تظهر هنالك فروق في العلاقة الارتباطية اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي تبعاً لمتغير التخصص (علمي- إنساني). وذلك لان بعد حساب معاملات الارتباط فيما يخص الطالبات بحسب تخصصهن (علمي , انساني) ظهرت القيمة الزائية للفرق بين الدرجات المعيارية لمعاملات الارتباط (0,17) وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرين وفقاً للتخصص.

الاستنتاجات:

وفي ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث تبين ما يأتي:-

- 1- وجود فروق دالة احصائية، وهذا يبين أن طالبات الجامعة يمتلكن اجترار الافكار
- 2- وجود فروق دالة احصائية وهذا يبين أن طالبات الجامعة يمتلكن التسويق الاكاديمي عاليا.
- 3- وجود علاقة ارتباطية جيدة بين اجترار الأفكار والتسويق الأكاديمي .
- 4- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرين وفقا للتخصص.

التوصيات:

- 1- في ضوء ما أشارت إليه نتائج البحث من وجود تأثير دال لاجترار الأفكار على التسويق الأكاديمي لدى طالبات المستنصرية يوصي الباحث، إعداد برامج تطويرية وإرشادية تهتم بإعادة بناء وتفعيل الجانب الإيجابي والتخلص من العادات والأفكار غير الصحيحة وغير العقلانية.
- 2- الاهتمام بالمرأة وما تواجهه من ضغوط مختلفة تؤثر على صحتها النفسية، والحياتية ومحاولة التعامل مع هذه الظاهرة بهدف التعرف عليها ومحاولة التحكم بها أو الحد منها.

المقترحات :

- 1- اجترار الأفكار وعلاقته ببعض المتغيرات الأخرى (كالكفاءة الأكاديمية، الانطفاء النفسي، وكشف الذات،.....).
- 2- العلاقة بين اجترار الأفكار ومركز الضبط لدى طلبة الجامعة.
- 3- أثر عادات الاستنكار والقلق على التسويق الأكاديمي.

1. ابو جادو، صالح محمد علي (1998). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، ط 1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
2. الحفني، عبد المنعم (1983). موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، ج 1، مكتبة مدبولي، القاهرة.
3. الربيع، فيصل وآخرون(2013): التسويق الأكاديمي وعلاقته بأساليب التفكير لدى الطلبة الجامعيين في الأردن، م المنارة، مجلد 20، العدد 1، جامعة اليرموك، الاردن.
4. الشبيني، لطفي(2006): معجم مصطلحات الطب النفسي، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
5. الكفري، وداد محمد(2016) التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة حائل، سلطنة عمان ، مجلة الدراسات التربوية والنفسية ،10(2)،299-290.
6. الاتروشي، عماد ابراهيم حيدر (2004). الشخصية النرجسية وعلاقتها بالتفاعل الاجتماعي لدى طلبة جامعة بغداد، جامعة بغداد، كلية التربية رسالة ماجستير (غير منشورة).
7. الاسدي، سعيد جاسم (2002). التوافق الاجتماعي لدى طلبة الكليات الاهلية، مجلة كلية المأمون الجامعية، بغداد، العدد (8).
8. المصري،فاطمة الزهراء(2020) فاعلية برنامج إرشادي انتقائي لخفض اجترار الأفكار السلبية وتنمية الشفقة بالذات لدى طلاب الجامعة المتفوقين عقلياً ذوي الكمالية العصابية، المجلة المصرية للدراسات النفسية،31(111)،321-396.
9. بني جابر، جودت (2004). علم النفس الاجتماعي، ط1، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
10. بهجت، محمد صالح (1985). عمليات خدمة الجماعة، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية.
11. جلال، سعد (1980). المرجع في علم النفس، ط 5، دار المعارف بمصر.
12. جي، ل. ر.، وميلز، جيوفري، وابراسيان، بيتر (2012): البحث التربوي- كفايات للتحليل والتطبيقات، ترجمة: صلاح الدين محمود علام، دار الفكر، عمان، الأردن.
13. جيلفورد، ج، ن، (1984). ميادين علم النفس، ج 1، ترجمة جماعة علم النفس التكاملي، دار المعارف، القاهرة.
14. حسان، ولاء اسحق (2009) فاعلية برنامج ارشادي مقترح لزيادة مرونة الانا لدى طالبات الجامعة، كلية التربية، غزة.

15. حسن، محمود شمال (2001). سيكولوجية الفرد في المجتمع، ط 1، دار الافاق العربية.
16. صوالحة، عبد المهدي محمد(2018): التسويق الأكاديمي وعلاقته بمفهوم الذات الأكاديمية لدى عينة من طلبة جامعة إربد الاهلية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية ،9(26)، 161-175.
17. عبد الستار (2017): الفروق في العلاقة بين التسامح واجترار الافكار لدى المعنفات وغير المعنفات، مجلة دراسات نفسية، المجلد37، العدد3، يوليو ، القاهرة.
18. عبود، محمد(2016): العلاقة بين ضغو الحياة والتسويق الأكاديمي لدى طلبة جامعة عجلون الوطنية في الأردن، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الإنسانية)، المجلد30(3)، ص 641-662
19. علام ،حسن أحمد عمر(2008): محددات التسويق الأكاديمي وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية والدراسة لدى عقبة طلاب الجامعة، المجلة العلمية ، كلية التربية،جامعة أسيوط، مصر .
20. مصيلحي، عبد الرحمن ؛الحسيني، نادية، التلكؤ الأكاديمي لدى عينة من طلبة وطالبات الجامعة، وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية، مجلة التربية ، جامعة الأزهر، 2004 (126)، الجزء الأول، القاهرة.
21. نوفل، إبراهيم(2001): علاقة التحصيل التعليمي بالنجاح الاجتماعي، أطروحة دكتوراه، جامعة دمشق، كلية التربية.
- 22.Abdallah, A. R., & Gabr, H. M. (2014). Depression, anxiety and stress among first year medical students in an Egyptian public university International Research Journal of Medicine.
- 23.Nolen-Hoeksema, S., Wisco, B. E., & Lyubomirsky, S. (2008). Rethinking Rumination. Perspectives on Psychological Science, 3 (5), 400–424. Burka, J., and Yuen, L. Procrastination: why you do it, what to do about it. New York: Addison -Wesley. 1983.
- 24.Papageorgiou, C. & Wells, A. (2006): Worry and Rumination: Styles of Persistent Negative Thinking in Anxiety and Depression.
- 25.Stein, M.B. & Kean, Y.M. (2000): Disability and Quality of life in Social Phobia: Epidemiologic Findings, Psychiatry .

26.Steel, P., Brothen, T., and Wambach, C. Procrastination and personality, performance, and mood. *Personality and Individual Differences*,2001, 30, 95–106.

27.Tice, D., and Baumeister, R. Longitudinal study of procrastination, performance, stress, and health: The costs and benefits of dawdling. *Psychological Science*,1997, 8, 454–458

28.Susan - Nolen .H.(1991) ' Rumination and family 'University of pennsy . vanja press philadephia .

29.Khan, S. S., Shah, S. A., & Elahi, H. (2019). Effect of Rumination and Worry, Test Anxiety, and Academic Procrastination on Academic Achievement of Pakistani University Students. *Global Regional Review*, 4(1), 420-426. DOI:10.31703/grr.2019(IV-I).45.

30.Erkan, F. Academic procrastination among undergraduates attending school of physical education and sports: Role of general procrastination, academic motivation and academic self-efficacy. *Educational Research and Reviews*, 2011, 6(5), 447-455, May 2011 Available online at <http://www.academicjournals.org/ERR> ISSN 1990-3839 ©2011 Academic Journals

E. D. (1984). "Academic Procrastination: ' & Rothblum' L. J.,'31.Solomon Frequency and Cognitive-Behavioral Correlates". *Journal of Counseling Psychology*; 31 (4): 503-509.

32.VandenBos, G. R. (2013). *APA dictionary of clinical psychology*. American Psychological Association.

33.Nolen-Hoeksema , & et al, (1991): Response Styles and the Duration of Episodes of Depressed Mood. *Journal of Abnormal Psychology*, Vol. 102, No. 1.

34.Steel, Piers (2007). The nature of procrastination: A metaanalytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure, *Psychological Bulletin*133 (1): 65–94.

35.Novaco , 2000. P.170 the parental investment model: NEW York framework. *Adolescent*. winter, from internet.

36.Simpson , Y(2003): Sex differences in mate selection preference and sexual strategy. *Chinese Journal of Psychology* . Vol 44(1). pp 75-9

37.Treynor, W., Gonzalez, R., & Nolen-Hoeksema, S. (2003). Rumination reconsidered: A psychometric analysis. *Cognitive therapy and research*, 27(3), 247-259.

38.Colman, A. M. (2015). *A dictionary of psychology*. Oxford Quick Reference.

- 39.Smart, L.(2013).Development and Validation of Measure of Self Critical Rumination. Master of Thesis. University of Kentucky. Georgia.
- 40.Watkins, E. R., & Nolen-Hoeksema, S. (2014). A habit-goal framework of depressive rumination. *Journal of abnormal psychology*, 123(1), 24.
- 41.Martin, Tesser (2004) Rumination as function of goalprogress, stoprules and cerebral lateralization.in. C.papageorgioual A.wells (EDS) Depressive rumination nature, theory and treatment. England. John wiley& sons.
- 42.Martin, et.al (2004): Rumination as a function of goal progress, stop rules, and cerbal lateralization. In C. papageorgiou & A. wells (EDS) depressive Rumination.
- 43.Femie, B., Spada, M., Nikcevic, A., Georgiou, G., & Moneta, G. (2009). Metacognitive beliefs about procrastination: Development and concurrent validity .
- 44.xu,z,(2016):just de it reducing academic procrastination of secondary students,intervention in school and clinic,51(4).
- 45.Schraw, G., Wadkins, T., and Olafson, L. Doing the things we do: A grounded theory of academic procrastination. *Journal of Educational Psychology*,2007, 99 (1), 12-25.
- 46.Ferrari, J. Procrastination as a self-regulation failure of performance: Effects of cognitive load, self-awareness, and time limits on working best under pressure.European. *Journal of Personality*, 2001, 15, 391-406.
- 47.Özer- Bilge,Uzun. A Cross Sectional Study on Procrastination: Who Procrastinate More. *International*. (2005). "Rethinking Procrastination: ¸ H & Choi Jin Nam ¸ A¸48.Chun Chu Positive Effects of "active" Procrastination Behavior on Attitudes and 145(3).¸ The Journal of Social Psychology¸Performance"