



نمذجة العلاقات السببية بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي والصحة النفسية لدى طالبات كلية التربية للبنات بأبها جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية

د. حنان محمود إبراهيم عوضين*

مقدمة الدراسة

برزت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - التويتز - واتس أب - لينكد إن - اليوتيوب) لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس، حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض في جميع أنحاء العالم لتجعل من العالم قرية صغيرة. وقد تميزت مواقع التواصل بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار. إذ يستطيع أى فرد أن يغمس لفترات طويلة جدًا، ويبحر في صفحاته بسهولة ويسر دون أن يشعر كم من الوقت قد مضى. ورغم الفائدة العظيمة التي قد تحققها مواقع التواصل الاجتماعي فى كافة مجالات الحياة، إلا أن الإفراط فى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تداعيات نفسية واجتماعية متعددة، منها زيادة القلق والاكتئاب والرغبة فى الانعزال وعدم القدرة على التواصل الواقعي مع الآخرين، إن مواقع التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة لأجهزة التواصل تؤثر بشكل مباشر على التحصيل الدراسي للطالبات، فهي تستنفد كثيرًا من وقتهم وتشغلهم عن مراجعة دروسهم وأداء واجباتهم، وما يترتب على ذلك من مشكلات تربوية ونفسية كالتسويق الأكاديمي مما ينعكس سلبًا على صحتهم النفسية، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية، والتي تتصدى لهذا الموضوع لتحديد أثر العلاقة بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي

* أستاذ علم النفس التربوي والصحة النفسية المساعد.

والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية لدى عينة من طالبات كلية التربية للبنات بجامعة الملك خالد بأبها.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما العلاقات المباشرة وغير المباشرة لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية لدى الطالبات، ولقد انبثق عن هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما العلاقات المباشرة بين إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والصحة النفسية لدى الطالبات.
- ما العلاقات المباشرة بين إدمان التسويق الأكاديمي والصحة النفسية لدى الطالبات.
- ما العلاقات غير المباشرة للتسويق الأكاديمي والصحة النفسية لدى الطالبات.
- ما العلاقات غير المباشرة لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي والصحة النفسية على الصحة النفسية للطالبات.
- هل يمكن بناء نموذج للعلاقات السببية بين كل من متغيرات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي والصحة النفسية لدى الطالبات.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة الحالية من خلال ما تمثله ظاهرة إدمان شبكات التواصل الاجتماعي من أخطار تهدد فئة من الفئات العمرية المهمة في المجتمع، ألا وهي طلبة

الجامعة وما يرتبط بها من أخطار واضطرابات نفسية قد تقود إلى آثار سلبية ونتائج لا يحمد عقباها، ومن ثم فإنه من الممكن تحديد أهمية الدراسة الحالية في الجانبين الآتيين:

- **الأهمية العلمية:** تسهم الدراسة الحالية في إثراء التراث السيكلوجي الخاص بالمتغيرات التي تتناولها، وتوفير الخلفية النظرية والرؤى العلمية لكل من إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي والصحة النفسية، ما يعد إضافة حقيقية للتراث العلمي في ميدان متغيرات الدراسة.

- **الأهمية العملية:** تسهم نتائج الدراسة الحالية في إعداد وتقنين عدد من الأدوات والمقاييس التي تقيس إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، والتسويق الأكاديمي، والصحة النفسية، وتأكد صلاحيتها في المجتمع السعودي.

تسليط الضوء على أثر إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية، ومن المتوقع أن تسهم النتائج التي ستصل إليها الدراسة، ومن خلال التوصيات والمقترحات والتصور المقترح الذي ستطرحه الدراسة في تحسين الاستخدام الإيجابي لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي لدى المرشدين التربويين والطلبة، وقد يساعد على إجراء دراسات مشابهة، وتضيف الدراسة للمكتبة العربية والباحثين معلومات في المجالات الإنسانية والتربوية.

أهداف الدراسة:

١. اختبار صحة العلاقة النظرية بين متغيرات البحث الثلاثة، أبعاد إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي كمتغيرين مستقلين والصحة النفسية كمتغير تابع، وذلك بالكشف عن التأثيرات المباشرة لإدمان شبكات التواصل

الاجتماعى والتسويق الأكاديمى على الصحة النفسية لدى طالبات كلية التربية
جامعة الملك خالد بأبها فى الآتى:

- الكشف على ما إذا كان هناك تأثير مباشر لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية لدى عينة الدراسة.
- الكشف على ما إذا كان هناك تأثير مباشر للتسويق الأكاديمى على الصحة النفسية لدى عينة الدراسة.

٢- فحص الدور الذى يلعبه التسويق الأكاديمى كمتغير وسيط فى العلاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، والصحة النفسية، فى الكشف على ما إذا كان هناك تأثير غير مباشر لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمى على الصحة النفسية لدى عينة الدراسة.

الإطار النظرى والدراسات السابقة:

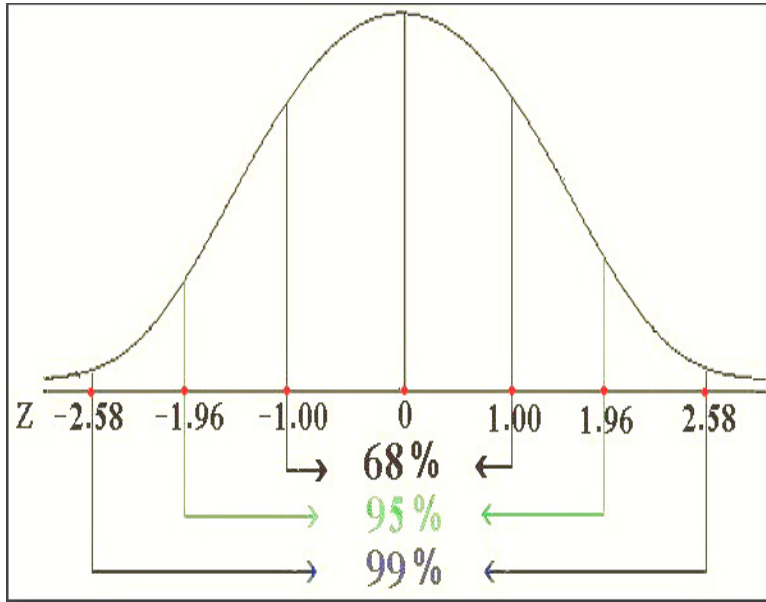
أولاً: الصحة النفسية:

تعريف الصحة النفسية

ينص التعريف الذى وضعته منظمة الصحة العالمية (World Health Organization) للصحة النفسية (MENTAL HEALTH) بأنها حالة السعادة الجسمية والنفسية والاجتماعية التامة، وليس مجرد غياب المرض أو العجز أو الضعف، يدعو هذا التعريف الشامل للتكامل بين الجوانب الجسمية والنفسية والاجتماعية للفرد، فالإنسان وحدة جسمية نفسية اجتماعية متكاملة، وأن الصحة من الناحية الجسمية أو النفسية لا تعنى مجرد الخلو من المرض، والاختلاف بين الصحة النفسية والمرض النفسى اختلاف فى الدرجة وليس فى النوع، فالصحة والمرض ليست مفاهيم منفصلة تماماً بل

يقعان عبر متصل واحد، وتتفاوت الدرجات بين الناس على نقاط مختلفة عبر هذا الخط المتصل (كما يوضح الشكل أدناه). وبما أن السمات المختلفة تتوزع بين الناس وفقاً لمنحنى التوزيع الطبيعي، فمن الراجح أن يكون نصيب الناس أيضاً من الصحة النفسية وفقاً لمنحنى التوزيع الاعتنالي (محمد صالح عبد الرؤوف، ٢٠٠٦).

شكل (١) يوضح منحنى التوزيع الاعتنالي لأي ظاهرة نفسية (الصحة النفسية)



ويعرف (زهران، ١٩٧٧م) الصحة النفسية بأنها حالة دائمة نسبياً، يكون فيها الفرد متوافقاً نفسياً (شخصياً وفعالياً واجتماعياً أى مع نفسه، ومع بيئته)، ويشعر فيها بالسعادة مع نفسه، ومع الآخرين، ويكون قادراً على تحقيق ذاته ومواجهة مطالب الحياة، واستغلال قدراته وإمكانياته إلى أقصى حد ممكن، وتكون شخصيته متكاملة سوية، ويكون سلوكه عادياً، بحيث يعيش في سلامة وسلام. والصحة النفسية حالة إيجابية تتضمن التمتع بصحة العقل والجسم وليست مجرد غياب أو الخلو أو البرء من أعراض المرض النفسى.

أهداف الصحة النفسية:

يعرف (زهران، ١٩٧٧م) علم الصحة النفسية بأنه الدراسة العلمية للصحة النفسية، وعملية التوافق النفسى وما يؤدي إليها وما يحققها، وما يعوقها وما يحدث من مشكلات واضطرابات وأمراض نفسية، ودراسة أسبابها وتشخيصها وعلاجها والوقاية منها.

وتتلخص أهداف علم الصحة النفسية فى ثلاثة أهداف يمكن ترتيبها كما يلى:

أولاً: الهدف النمائى:

يقصد به توظيف ما لدينا من معرفة نفسية فى تحسين ظروف الحياة اليومية فى البيت والمدرسة والعمل والمجتمع، وفى مساعدة الناس على تنمية قدراتهم وميولهم ومواهبهم، والاستفادة منها فى العمل والإنتاج والإبداع فيما يعود عليهم بالنعف وعلى المجتمع بالخير، فغاية علم الصحة النفسية سعادة الإنسان فى الدنيا والدين. (مرسى، ١٩٨٨، زهران، ١٩٧٧، القوصى، ١٩٧٥م).

ثانياً: الهدف الوقائى:

يقصد به توظيف ما لدينا من معرفة نفسية فى اكتشاف الأشخاص الذين يعيشون فى ضغوط وأزمات وإحباطات وصراعات فى وقت مبكر قبل أن ينحرفوا، ومساعدتهم على التغلب عليها، وإرشادهم ومتابعتهم، حتى تنتهى هذه الظروف وتزول عنهم مخاطر الانحرافات. وتحظى الجهود الوقائية فى مجال الصحة النفسية باهتمام علماء الصحة النفسية، ولكنهم يعتبرونها وقائية من الدرجة الثانية، حيث تأتى بعد الجهود النمائية من حيث الأولوية والأهمية. (محمد صالح عبد الرؤوف، ٢٠٠٦م).

ثالثاً: الهدف العلاجي:

ويتضمن تشخيص وعلاج الاضطرابات والأمراض النفسية والعقلية وحل المشكلات والصراعات، ومعالجة حالات إدمان المخدرات والكحول، والانحرافات الجنسية وجنوح الأحداث واضطرابات النطق والكلام، وسبرها وبالرغم من أهمية العلاج النفسى فى مجال الصحة النفسية إلا أن علماء الصحة النفسية يعتبرون الجهود العلاجية التى تبذل فى العيادات والمستشفيات النفسية جهودًا وقائية من الدرجة الثالثة، فإنها تهدف إلى تقليل الآثار السلبية لتلك الانحرافات والاضطرابات إلى أقل حد ممكن والحد من انتشار الانحرافات والاضطرابات.

مظاهر الصحة النفسية:

للصحة النفسية علامات ومؤشرات يتوافر كثير منها لدى الشخص الذى يحصل على درجة مرتفعة من الصحة النفسية، من بينها مشاعر:

١- **التوافق الذاتى وهو:** يتضمن حسن تكيف الفرد مع ذاته، ورضاه عنها والتحكم فيها وحسم صراعاتها. ونجاحه فى التوفيق بين دوافعه ومعرفة قدر نفسه وحدودها.

٢- **التوافق الاجتماعى:** ويقصد به حسن التكيف مع الآخرين ورضاه عنهم وكذا رضاهم عنه، وتتسم علاقاته بهم بالحب والوئام والود والتقبل والعفو والتسامح والنقة والاحترام والتقدير المتبادل.

٣- **الشعور بالسعادة:** ويستدل على ذلك بشعور الفرد بالأمن والطمأنينة وراحة البال، وإقباله على الحياة، واستمتاعه بما فيها من طبيبات وتقبله لذاته ورضاه عن نفسه،

والقناعة بما لديه والرضا بما قدر الله له. .. (محمد صالح عبد الرؤوف،
٢٠٠٦م).

٤- **توازن الشخصية وتكاملها:** توازن بين مكونات الشخصية دون أن يغطي الجانب
الجسمي أو العقلي أو الروحي على شخصية الفرد، وتكامل بين جوانب النمو
المختلفة الجسمية والعقلية والانفعالية والاجتماعية والروحية والخلقية والجمالية.

٥- **الإقبال على الحياة:** ومما يدل على الإقبال على الحياة الاستمتاع بمباهجها
وطيباتها والقدرة على مواجهة مطالبها، وبذل الجهود لحل مشكلاتها والتغلب
عليها، والنظرة الإيجابية المتفائلة الموضوعية للحياة ومطالبها ومشكلاتها
والتخطيط المتفائل للمستقبل.

ثانياً: إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

مفهوم الشبكات الاجتماعية:

أولاً: الشبكة (Network):

يعرف فايز الشهري الشبكة: هي نظام المعلومات العالمي الذي يتصل ببعضه
بواسطة عناوين متفردة معتمدة على بروتوكول الإنترنت (IP)، أو لواقه وتوابعه
الفرعية. (الغريب، ٢٠١٠، ١٧).

كما عرفها عبد الله الغامدي وإسماعيل وصفي بأنها مجموعة من الحواسيب
مرتبطة بعضها ببعض، لتكون شبكة عالمية، وشبكات الاتصال. (الغامدي، ٢٠١١، ٢٩).

وعرفها مشعل القدهي على أنها عبارة عن مئات الملايين من الحاسبات الآلية
حول العالم مرتبطة بعضها ببعض، ومع ترابط هذا العدد الهائل من الحاسبات، أمكن

إرسال الرسائل الإلكترونية بينها، بلمح البصر إضافة إلى تبادل الملفات والصور الثابتة أو المتحركة والأصوات. (القهى، ٢٠٠٥، ٦).

ثانياً: الاجتماع:

الاجتماع ضد الانفراد، والاجتماع تقارب أجسام بعضها البعض، وأصل الكلمة من (جَمَعَ)، والجيم والميم والعين أصل واحد، يدل على تضام الشيء واجتماعه، والعلاقات الاجتماعية ضد الفردية، ومنه كما فى صلاة الجماعة.

ثالثاً: الشبكات الاجتماعية (Social Network):

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية (World Wide Web)، تتيح التواصل بين الأفراد فى بيئة مجتمع افتراضى، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد، أو مدرسة أو فئة معينة، فى نظام عالمى لنقل المعلومات. الشبكات الاجتماعية (Social Networking Service): هى خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.

نماذج الشبكات الاجتماعية:

يكون الكلام فى هذا المبحث، على نماذج من الشبكات الاجتماعية الموجودة على شبكة الإنترنت ولا يدل هذا الاختيار على الأفضلية بقدر ما يشير إلى سعة الانتشار والتداول وخاصة على المستوى العربى، ومن بين تلك الشبكات ما يلى:

الفييس بوك (Facebook):

هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات.

تويتر (Twitter):

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة (SMS) أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك، وتويتر، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة على الصفحة الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن إرسال الردود والتحديثات.

جوجل أو جوجل بلس (Google):

هي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها بواسطة شركة جوجل، وتم إطلاقها رسميًا يوم ٢٨ يونيو ٢٠١١، ولكن لم يكن التسجيل مسموحًا إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في طور التجريبي. ولكن في يوم ٢٠ سبتمبر ٢٠١١ فتح جوجل بلس لأي شخص من سن ١٨ فما فوق للتسجيل دون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر.

التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

التأثيرات الإيجابية:

ومن أهم هذه الآثار الإيجابية:

- **نافذة مطلقة على العالم:** حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

- **فرصة لتعزيز الذات:** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل فى المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعى وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمى.
- **أكثر انفتاحا على الآخر:** إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلفاً عنك فى الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التى بجانبك أو على بعد آلاف الأميال فى قارة أخرى.
- **منبر للرأى والرأى الآخر:** إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعى سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذى يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتى قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعى أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصرية.
- **التقليل من صراع الحضارات:** فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعى من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها فى الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملى تلك المواقع.

التأثيرات السلبية:

- مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعى، فإن لها آثاراً سلبية أيضاً فهى سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:
- **يقلل من مهارات التفاعل الشخصى:** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصى للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع.

- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت.
- **الإدمان على مواقع التواصل:** إن استخدامها، خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله - بسبب الفراغ - أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً صعباً للغاية، خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.
- **قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.**
- **ضياع الهوية الثقافية العربية** واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.
- **انعدام الخصوصية:** تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب، وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوى على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.
- **الصدقات** قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً، ففيه نوع من النفاق.

ثالثاً: التسويف الأكاديمي:

مفهوم التسويف Procrastination Concept:

- استخدم مفهوم التسويف أحياناً، من وجهة نظر إيجابية. فقد اعتبره البعض تأجيلاً وظيفياً وتجنباً للعجلة أو الاندفاع أو التسرع. فقد أشار "برنستاين" إلى أننا حالما نبدأ فى الشروع بعمل ما فإننا نتفحص البدائل ونتريث لكى نحصل على معلومات جديدة تأتى إلينا. وأنه كلما كانت النتائج غير مضمونة تبرز قيمة التسويف أو التأجيل وأهميته بالنسبة لنا. ومع ذلك فإن هذه النظرة الإيجابية للتسويف تمثل الاتجاه الثانوى لاستخدام المفهوم، وأن الاتجاه الأولى والأساسى له هو النظرة السلبية خاصة مع وجود دلائل كثيرة أثبتت علاقته بالسلوك المرضى.
- تعريف مفهوم التسويف كغيره من المفاهيم العلمية له معان عديدة:

وأن المصطلح بالإنجليزية Procrastination هو من أصل لاتينى، ويعنى: فيما بعد أو لاحقاً أو فصاعداً أو يستحسن، والجذر الثانى للمصطلح Crastinus وتعنى غداً، واستناداً لذلك فإن الشخص يسوف حين يؤجل البدء بالعمل أو إتمام العمل وإنهائه. ومثل هذا التمييز ضرورى لأن لدى كل شخص مئات الأعمال والمهمات التى يجب عليه القيام بها فى الوقت نفسه، أو فى أوقات مختلفة كما أنه ضرورى لأنه يفرق بين التسويف، وبين مجرد تجنب اتخاذ القرار الذى يدفع الفرد لتأجيله.

التسويف ومراحل النمو:

ويذكر "فيرارى" أن ظاهرة التسويف لا تقتصر على الطلبة فى المدارس والجامعات، ولكنها عامة لدى مختلف الفئات، وأن المبررات الأساسية لهذه الظاهرة يكمن فى:

- عدم إتياب الذات، والميل إلى الكسل.
- خداع الذات، وخداع الآخر أحياناً، والهروب من العمل.
- خداع النفس والتمنى في تحسن الظروف، والأمل في تعويض ما فات.
- الحرية الفوضوية، وكراهية تعويد الذات على النظام والالتزام.
- الخوف من الفشل، وعدم الثقة بالنفس.
- الخجل من استشارة الآخرين.
- الفشل الحقيقي والشعور بالنقص، والسعى نحو التعويض أو تغطية هذا النقص بالتسويق والتأجيل.

ويظهر التسويق بعدة أشكال:

- تسويق مقطعي:** هو العجز عن اتخاذ القرارات المهمة في فترة زمنية محددة.
- التسويق التجنبي:** وفيه يتجنب الفرد الابتداء أو الانتهاء من المهمة؛ لأن النتيجة النهائية للعمل تتضمن تهديداً لتقدير الذات.
- التسويق الخامل:** ويشمل المسوفين التقليديين الذين يؤجلون مهامهم حتى اللحظة الأخيرة بسبب عدم القدرة على اتخاذ القرار نحو العمل في الوقت المناسب.
- التسويق النشط:** وهو القدرة على اتخاذ قرارات متعمدة للتأجيل، واستخدام قدرتهم على العمل تحت ضغط (الوقت)، مثل تأجيل العمل حتى اللحظات الأخيرة المتاحة من الوقت، حيث يشعر الفرد المسوف بأنه تحت ضغط الوقت وإحاحه. فنلاحظ هذا الشخص ينجز مهامه قبل المواعيد الأخيرة.

التسويق الأكاديمي: من أبرز أنواع التسويق التي تنتشر بين الطلاب من الأطفال والمراهقين في المدارس والجامعات، ويتمثل في تأخير إنجاز الواجبات الدراسية،

وعدم تسليمها فى الوقت المحدد، وضعف الاستعداد لامتحانات، إضافة إلى الدراسة ساعات أقل من المطلوب.

أما فى المجال التربوى فيعتبر التحصيل والإنجاز الأكاديمى فى ضوء الدرجات التى يحصل عليها الطالب فى المدرسة، هى أحد المتغيرات والعوامل التى تمت دراستها فى البحوث النفسية. فالتحصيل الدراسى عامل مهم يساعدنا فى التنبؤ بنجاح الفرد فى مجالات حياته المختلفة: كالنجاح فى الجامعة والدخل المادى. فالأطفال والمراهقون عليهم أن يحققوا ويشبعوا الكثير من المهمات ومتطلبات النمو فى حياتهم حتى يعبروا كل مرحلة من مراحل النمو بسلام. ولذلك فإن نجاح المراهقين فى مجالات الحياة المختلفة يعتبر منبئاً مهماً لنجاحهم اللاحق.

الدراسات السابقة:

تتناول الباحثة مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التى اهتمت بدراسة إيمان شبكات التواصل الاجتماعى، والتسويق الأكاديمى وعلاقتها ببعض المتغيرات النفسية، ووجدت الباحثة بعد الاطلاع والبحث فى الدراسات السابقة والأبحاث أنه لا توجد أى دراسات عن إيمان شبكات التواصل الاجتماعى وعلاقته بالتسويق الأكاديمى، ولكن أخذت الباحثة بعض الدراسات التى تخص إيمان الإنترنت بشكل عام وعلاقتها ببعض الاضطرابات النفسية، بالإضافة إلى الدراسات التى اهتمت بدراسة الاضطرابات النفسية وعلاقتها بالتسويق الأكاديمى.

أولاً: دراسات القسم الأول استخدام الإنترنت والشعور بالوحدة النفسية، ومهارات التواصل ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعى.

دراسة نالوا وأناند (Nalwa & Anan, 2003) استكشافية للتحقق من مدى

انتشار إيمان الإنترنت بالمدارس فى الهند وتبين من النتائج أن المجموعة التى أدمنت

استخدام الإنترنت تعاني من اضطرابات النوم، ولعدد ساعات استخدام الإنترنت كانت أكثر من المعدل العادي ١٠ ساعات وأكثر وتبين أيضا أن المجموعة التي أدمنت استخدام الإنترنت كانت أكثر شعورًا بالوحدة النفسية من الطلبة العاديين.

دراسة كابلان (Caplan, 2002) التي هدفت إلى تناول الاستخدام المشكل للإنترنت وأثره على التوافق النفسي والاجتماعي على عينة مكونة من (٣٨٦) من طلاب الجامعة، وقد أشارت النتائج إلى وجود ارتباط بين الاستخدام المشكل للإنترنت وبين المقاييس الفرعية للوحدة النفسية، وبين الخجل وتقدير الذات.

دراسة أندرسون (Anderson, 2001) هدفت لتقييم ظاهرة استخدام الإنترنت لدى طلاب الجامعة على عينة مكونة من (١٣٠٠) طالب جامعي من ٨ مؤسسات أكاديمية، وقد هدفت إلى تحديد الآثار الاجتماعية والأكاديمية التي تترتب على استخدام الإنترنت لفترات طويلة، وأظهرت النتائج أن استخدام الإنترنت لفترات طويلة يؤدي إلى انخفاض المشاركة في الأنشطة الاجتماعية واضطراب النوم وزيادة الشعور بالوحدة والاكتئاب والمعاناة من عدم الاستقلالية.

دراسة يانج (Yang, 1996) حول إدمان الإنترنت لاستخدامه لفترات طويلة على عينة مكونة من (٤٩٦) فردًا وقد أظهرت النتائج أن أغلبية مدمني الإنترنت من الإناث ومن الأعمار المتوسطة، وبدون عمل والاستخدام المفرط أدى إلى خسران الوظائف وبعض الأصدقاء ويقلل من الأنشطة الاجتماعية.

دراسة كريستوفر وآخرين (Christopher et al., 2002) هدفت إلى تناول علاقة استخدام الإنترنت بالاكتئاب والعزلة الاجتماعية بين المراهقين، وأوضحت نتائج الدراسة أن العلاقات مع الوالدين والأقران أفضل عند منخفضي الاستخدام عنه عند

مرتفعى الاستخدام، وتبين أيضا أن استخدام الإنترنت لا يرتبط ارتباطاً دالاً بالشعور بالاكنتاب.

دراسة لاروز وآخرين (Laroser et al., 2001) حول التفسيرات المعرفية والاجتماعية لاستخدام الإنترنت وعلاقته بالاكنتاب لإحدى الجامعات الأمريكية من مستويات أكاديمية متنوعة، وأظهرت النتائج أن الاستخدام المفرط للإنترنت يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.

دراسة فريد (Fred, 2000) وتبين منها أن الاستخدام للإنترنت لفترات طويلة يؤدي إلى التقليل من مشاركة الأفراد فى المجتمع مع الآخرين وإلى زيادة الشعور بالعزلة والاكنتاب.

دراسة رو (Rowe, 2000) حول استخدام الإنترنت كظاهرة اجتماعية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن ٥٥% من حجم العينة يستخدمون الإنترنت وأن ٣٦% منهم كانوا يقضون ٥ ساعات وأكثر أسبوعياً على الإنترنت، وانخفض معدل التواصل مع الأسرة والأصدقاء وارتبط استخدام الإنترنت بالإحباط والقلق والاكنتاب ونقص فى الأنشطة الاجتماعية.

دراسة "كمبرلى يونغ" (١٩٩٨)، بعنوان: إدمان الإنترنت. تمت هذه الدراسة على ٣٩٦ حالة من المستخدمين السابقين للإنترنت، و ١٠٠ حالة من المستخدمين الجدد للإنترنت. واستخدمت استبانة من ثمانى فقرات عن استخدام الإنترنت من إعداد الباحثة - أسئلة مفتوحة عن الساعات التى يقضونها مع الإنترنت، والمشاكل التى سببها. وأسفرت النتائج: عن أن إدمان الإنترنت إدمان سلوكى.

دراسة الطهراوى (٢٠١٥): هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى إشباع الحاجات النفسية لدى مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة الجامعات والكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات إشباع الحاجات النفسية تبعاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الكلية، ساعات الاستخدام)، وتوصلت الدراسة إلى أنه:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) من طلبة الجامعات تعزى للمتغيرات (الجنس، عدد ساعات تصفح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك).
٢. وتوجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في الدرجات المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك من طلبة الجامعات تعزى إلى متغير الكلية لصالح الكليات الإنسانية.

دراسة الخواجة (٢٠١٤): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة علاقة الإدمان على الإنترنت بالتوافق النفسي. حيث أشارت النتائج إلى ما يأتي:

- ١- توجد علاقة ارتباط عكسية ما بين الإدمان على الإنترنت والتوافق النفسي لدى طلبة الجامعة، وأن درجة التوافق النفسي أدنى لدى مجموعة مدمني الإنترنت ومقارنة بمجموعة غير مدمني الإنترنت.
- ٢- توجد فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الإدمان على الإنترنت، وأن هذا المستوى لصالح الذكور.

دراسة شناوى وعباس (٢٠١٣): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستويات استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وعلاقتها بالتوافق النفسي لدى الطلبة المراهقين. وقد أظهرت نتائج الدراسة:

١. وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيس بوك ومستوى التوافق النفسى، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس على فترة استخدام الفيس بوك لدى الطلبة المراهقين.

٢. ووجود فروق ذات دلالات إحصائية على مقياس التوافق النفسى تعزى لأثر الجنس، ولصالح الذكور فى مجال التوافق الشخصى بينما كانت لصالح الإناث فى مجال التوافق الأسرى والتوافق الاجتماعى والتوافق الأكاديمى وفى الدرجة الكلية.

دراسة القرنى (٢٠١١): هدفت الدراسة إلى التعرف على إدمان الإنترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية (الاكتئاب، القلق الاجتماعى، الوحدة النفسية). وأسفرت نتائج الدراسة على ما يلى:

١. توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إدمان الإنترنت والاكتئاب.

٢. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت والقلق الاجتماعى.

٣. توجد علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت والوحدة النفسية.

دراسة زيدان (٢٠٠٨): هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة بعض المتغيرات النفسية: القلق والاكتئاب والوحدة النفسية والثقة بالنفس، وإدمان استخدام الانترنت.

١. وأظهرت التحليلات الإحصائية أن هناك علاقة ارتباطية موجبة دالة بين إدمان الإنترنت وكل من القلق والاكتئاب والوحدة النفسية، وأن هناك علاقة ارتباطية سالبة دالة بين إدمان الإنترنت والثقة بالنفس.

٢. كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين مدمنى الإنترنت، وغير المدمنين فى كل من القلق والاكتئاب والوحدة النفسية تتجه نحو المدمنين، وكذلك

توجد فروق دالة إحصائيًا بين مدمني الإنترنت وغير المدمنين في الثقة بالنفس تتجه نحو غير المدمنين.

دراسة مقدادي وسمور (٢٠٠٦): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدمان الإنترنت والاستجابات العصابية لدى عينة من مرتادي مقاهي الإنترنت في عمان وإربد، كما اشارت النتائج إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدمان على الإنترنت والاستجابات العصابية أو بعض مجالاتها.

ثانيًا: القسم الثاني دراسات سابقة تناولت التسويق الأكاديمي والشعور بالوحدة النفسية:

دراسة محمد ، عبود (٢٠١٦): هدفت الدراسة إلى بحث علاقة ضغوط الحياة بالتسويق الأكاديمي باختلاف جنس الطالب أو مستواه الدراسي من جامعة عجلون الوطنية بالأردن وقد أشارت نتائج الدراسة إلى:

١. وجود علاقة ارتباطية بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمي.
٢. وجود فروق دالة إحصائيًا في قوة العلاقة بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمي لصالح الذكور.

دراسة أمل الأحمد، فداء ياسين (٢٠١٨): هدفت إلى التعرف على طبيعة العلاقة الارتباطية بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس لدى عينة من طلبة علم النفس بكلية التربية بجامعة دمشق وأظهرت النتائج مايلي:

١. وجود علاقة ارتباطية سالبة بين التسويق الأكاديمي والثقة بالنفس.

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متوسطات أداء الطلبة على مقياس التسوييف الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس والسنة الدراسية.
٣. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى متوسطات أداء الطلبة على مقياس الثقة بالنفس تعزى لمتغير الجنس والسنة الدراسية.
- دراسة أبو غزال (٢٠١٢):** هدفت إلى التعرف على مدى انتشار التسوييف الأكاديمي من وجهة نظر الطلبة الجامعيين لمتغير الجنس والمستوى الدراسي. وكشفت نتائج الدراسة أن:

١. ٢٥,٢% من الطلبة ذوو تسوييف مرتفع، و ١٧,٢ من ذوي التسوييف المنخفض.
 ٢. وجود فروق دالة إحصائية في انتشار التسوييف الأكاديمي تعزى لمتغير المستوى الدراسي.
 ٣. عدم وجود فروق دالة إحصائية في انتشار التسوييف الأكاديمي تعزى لمتغير الجنس.
- دراسة جرادات (٢٠٠٤):** هدفت إلى الكشف على علاقة قلق الاختبار بالتسوييف والإنجاز الأكاديمي والرضا عن الدراسة لطلبة مدارس ثانوية للذكور في محافظة إربد وكشفت نتائج الدراسة عن:
١. توجد علاقة ارتباطية إيجابية دالة إحصائية بين قلق الاختبار والتسوييف الأكاديمي.
 ٢. وجود علاقة ارتباطية سلبية دالة إحصائية بين قلق الاختبار من جهة والإنجاز الأكاديمي من جهة أخرى.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، وجدت أن دراستها الحالية قد اتفقت مع بعض الدراسات في بعض الجوانب من ناحية، واختلفت مع بعض الدراسات في بعض الجوانب من ناحية أخرى.

أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

استخدم بعض متغيرات الدراسات السابقة مثل متغير (الجنس، المستوى التعليمي، التخصص الأدبي أو العلمي، عدد الساعات المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي)، كما أنها توافقت في استخدامها عينة الدراسة، وهي طلاب الجامعة مع بعض الدراسات السابقة. وتوافقت الدراسة الحالية مع دراسة سابقة لطلاب جامعة الملك خالد بأبها بمتغيرات التسويق الأكاديمي والضغوط النفسية.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها الدراسة الوحيدة على حد علم الباحثة التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية، حيث تعتبر الدراسة الحالية أول دراسة يتم إجراؤها على إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، والتسويق الأكاديمي وربطها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة جامعة الملك خالد كلية التربية للبنات بأبها، وهذا ما يميز الدراسة الحالية، كما قامت الباحثة بإعداد مقاييس الدراسة، وهي عبارة عن مقياس إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي مع الاستفادة من المقاييس التي استخدمت في الدراسات السابقة.

منهجية البحث ونتائج الميدانية:

تتناول الباحثة الإجراءات الميدانية من حيث المنهج العلمي المتبع، ومجتمع البحث، وعينة البحث وخصائص عينة البحث، وحدود البحث، وإجراءات إعداد أداة البحث وتطبيقها، وكيفية تنفيذ البحث، والأساليب الإحصائية الوصفية التي تم استخدامها في تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها. وهي كما يلي:

١. منهجية البحث:

نظراً لطبيعة موضوع البحث والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والذي يقصد به "صفة البحث التي تستهدف الوصف الكمي والكيفي لظاهرة اجتماعية أو إنسانية أو إدارية أو مجموعة من الظواهر المترابطة معاً من خلال استخدام أدوات جمع البيانات المختلفة، مما يجعل الظاهرة أو الظواهر محل البحث واضحة بدرجة يسهل معها تحديد المشكلة تحديداً واقعياً تمهيداً لاختيار الفروض والتساؤلات حولها. (الأشعري، ٢٠١٣، ١١٨).

مصادر بيانات البحث:

لبورة الجوانب النظرية والعملية لهذا البحث، اتبعت الباحثة الأساليب التالية:

الأسلوب المكتبي:

والذي اعتمدت فيه الباحثة على الكتب ذات العلاقة بموضوع البحث، والمقالات العلمية، والمطبوعات والوثائق الرسمية، والأبحاث والرسائل العلمية، والمؤتمرات والندوات بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية.

الأسلوب الميداني:

والذي تم من خلاله جمع البيانات من مفردات مجتمع البحث بواسطة الاستبانة الورقية التي صممت خصيصاً، ومن ثم تم توزيعها على مفردات مجتمع البحث.

مجتمع البحث:

تستهدف الدراسة الحالية كلية التربية للبنات بجامعة الملك خالد بأبها. وقد تم اختيار هذا المجتمع لملاءمته إلى طبيعة الدراسة وكذلك لسهولة الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة.

عينة البحث:

لجأت الباحثة إلى أخذ عينة ملائمة من مجتمع الدراسة، حيث بلغ العدد الإجمالي للاستبيانات التي تم توزيعها بحدود (١٠٥) استبانة، وقد استرجع منها لاحقاً (٤) استبانات، وعند مرحلة ترميز وتفريغ البيانات تم استبعاد (١) لعدم تعبئتها بصورة ملائمة مما توجب على الباحثة استبعادها ليكون إجمالي عينة الدراسة والتي خضعت بياناتها إلى التحليل والتفسير لاختبار فرضيات الدراسة بحدود (١٠٠) استبانة.

خصائص عينة البحث:

لاستطلاع خصائص عينة البحث الحالية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة والتي تتضمنها الجداول التالية:

Table (1) Age Frequencies & Percentages Distribution

Category	Frequency	Percent
from 18 to 20 year	70	70.0
from 21 to 22 year	30	30.0
Total	100	100.0

يتضح من المؤشرات الإحصائية للتكرارات والنسب المئوية للفئات العمرية بالجدول (١)، أن الأكثرية وبنسبة (٧٠%) من عينة البحث تتراوح أعمارهم بين (١٨ إلى ٢٠) سنة بينما (٣٠%) أعمارهم من (٢١ إلى ٢٢) سنة.

Table (2) Frequencies & Percentages Distribution of Students Study

Levels

Study Levels	Frequency	Percent
Second level	20	20.0
Third level	20	20.0
Fourth level	30	30.0
Fifth level	18	18.0
Six level	12	12.0
Total	100	100.0

بالمثل، يتضح من المؤشرات الإحصائية للتكرارات والنسب المئوية للمستويات الدراسية للطلاب بالجدول (2)، أن (٣٠%) من عينة البحث بالمستوى الرابع، (٢٠%) بالمستوى الثاني، (٢٠%) بالمستوى الثالث، (١٨%) بالمستوى الخامس، بينما (١٢%) بالمستوى السادس.

Table (3) Frequencies & Percentages Distribution of Students Specialization

Specialization	Frequency	Percent
kendergarten	32	32.0
psychology	38	38.0
Special education	30	30.0
Total	100	100.0

فيما يتعلق بالتوزيعات التكرارية والمئوية للتخصصات الطلابية بالجدول (3)،
يتضح أن (32%) من تخصصات Kindergarten، (30%) من تخصصات Special-
education، (38%) من تخصصات psychology

٢. حدود البحث:

الحدود المكانية:

تتخصر الحدود المكانية للدراسة الحالية بطالبات كلية التربية بجامعة الملك خالد
بأبها.

الحدود الزمنية:

تتخصر الحدود الزمنية التي تم فيها إعداد البحث الحالي بالعام ٢٠١٩م.

الحدود الموضوعية:

تتمثل الحدود الموضوعية في دراسة "أثر إدمان وسائل التواصل الاجتماعي
والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية لدى عينة طالبات كلية التربية بجامعة الملك
خالد بأبها.

مقاييس البحث:

قامت الباحثة وبعد الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة
بموضوع البحث، إلى استخدام ثلاثة مقاييس نفسية وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت
الثلاثي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات مقياسي إدمان وسائل التواصل الاجتماعي
والصحة النفسية، ومقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات مقياس
التسويق الأكاديمي.

١- مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

ويتكون المقياس الحالي من (٢٥) فقرة، كل فقرة تعبر عن مستوى من مستويات الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طالبات جامعة الملك خالد بأبها، ويتم وضع (X) أمام الخيارات للإجابة المكونة من مقياس ثلاثي، حيث لا توجد عبارات خاطئة في هذا المقياس، وهذه الفقرات تقيس مستوى الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي. وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات مقياس البحث

جدول رقم (٤) توزيع درجات مقياس البحث

غير موافق	متردد	موافق	الاستجابة
١	٢	٣	الدرجة

تصحيح المقياس:

تتراوح درجات هذا المقياس من ١-٧٥ درجة وتحسب الدرجات حسب الإجابات، حيث يشير ارتفاع الدرجة إلى ارتفاع مستوى الإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي. تحققت الباحثة في الدراسة الحالية من صدق المحكمين للمقياس، وذلك بعرضه على عشرة محكمين في تخصص علم النفس التربوي في جامعة الملك خالد بأبها، وأصبح المقياس بصورته النهائية مكونا من (٢٥) فقرة كما قام الباحثون بحساب معامل الارتباط بين الدرجات على الفقرة والدرجات على الأداة ككل، بعد حذف الفقرة نفسها باستخدام معامل الارتباط المصحح، وقد تبين أن معاملات الارتباط تتراوح ما بين (٠,٣٧ - ٠,٧٧)، وهذا يدل على وجود تجانس داخلي بين فقرات المقياس، أي أن هناك اتساقا داخليا بين فقرات المقياس، ويعد ذلك مؤشرا على صدق أداة القياس.

٢- مقياس التسويق الأكاديمي:

ويتكون المقياس الحالي من (٣٠) فقرة، موزعة على بعدين، تشتمل على فقرات سلبية وإيجابية، تحققت الباحثة في الدراسة الحالية من صدق المحكمين للمقياس، وذلك بعرضه على عشرة محكمين في تخصص علم النفس التربوي في جامعة الملك خالد بأبها، وأصبح المقياس بصورته النهائية مكوناً من (٣٠) فقرة. كما قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين الدرجات على الفقرة والدرجات على الأداة ككل بعد حذف الفقرة نفسها باستخدام معامل الارتباط المصحح، وقد تبين أن معاملات الارتباط تتراوح ما بين (٠,٤٤-٠,٧٥)، وهذا يدل على وجود تجانس داخلي بين فقرات المقياس، أي أن هناك اتساقاً داخلياً بين فقرات المقياس، ويعد ذلك مؤشراً على صدق أداة القياس.

وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات مقاييس البحث حسب جدول رقم (٥)

جدول رقم (٥) توزيع درجات مقاييس البحث لسلم ليكرت الخماسي

١	٢	٣	٤	٥	الاستجابة
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً	الدرجة

تقدير الدرجات على المقياس:

تراوح درجات هذا المقياس من ١ - ١٥٠ درجة وتحسب الدرجات حسب الإجابات، حيث يشير ارتفاع الدرجة إلى ارتفاع مستوى التسويق الأكاديمي لدى طالبات كلية التربية بجامعة الملك خالد بأبها.

٣- مقياس الصحة النفسية:

ويتكون المقياس الحالي من (٣٠) فقرة تعديل الباحثة، موزعة على عبارات كجوانب نفسجسمية وتقدير الذات للاستجابة على بنود المقياس وقد جرى تقنيه بالتطبيق على عدد من الدول العربية والتي من بينها جمهورية مصر العربية، ومن تلك المقاييس مقياس محمد عماد الدين اسماعيل وعبد الحميد مرسى. تحققت الباحثة فى الدراسة الحالية من صدق المحكمين للمقياس، وذلك بعرضه على عشرة محكمين فى تخصص علم النفس التربوى فى جامعة الملك خالد بأبها، وأصبح المقياس بصورته النهائية مكوناً من (٢٥) فقرة كما قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين الدرجات على الفقرة والدرجات على الأداة ككل بعد حذف الفقرة نفسها باستخدام معامل الارتباط المصحح، وقد تبين أن معاملات الارتباط تتراوح ما بين (٠,٣٤-٠,٧١)، وهذا يدل على وجود تجانس داخلى بين فقرات المقياس، أى أن هناك اتساقاً داخلياً بين فقرات المقياس، وبعد ذلك مؤشراً على صدق أداة القياس. وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثى لقياس استجابات المبحوثين لفقرات مقاييس البحث حسب جدول (٦)

جدول رقم (٦) توزيع درجات مقاييس البحث

الاستجابة	موافق	متردد	غير موافق
الدرجة	٣	٢	١

تقدير الدرجات على المقياس:

تتراوح درجات هذا المقياس من ١ - ٩٠ درجة، وتحسب الدرجات حسب الإجابات، حيث يشير ارتفاع الدرجة إلى ارتفاع مستوى الصحة النفسية لدى طالبات كلية التربية بجامعة الملك خالد بأبها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

من أجل تحليل بيانات البحث تحليلاً علمياً يحقق أهدافه، ويجب عن تساؤلاته واستخلاص أبرز نتائجه، تم توظيف الأساليب الإحصائية التالية:

1. استخدام معامل ألفا كرونباخ وذلك لقياس ثبات مقاييس الدراسة.
2. استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الاتساق الداخلي لمقاييس الدراسة.
3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية اختبار T لعينة واحدة لاختبار معنوية دلالة الفروق بين المتوسط الفرضي ومتوسط عينة الدراسة لمقاييس الدراسة.
4. تحليل المسار لاختبار فرضيات الدراسة.

أولاً: قياس ثبات المقاييس بإيجاد معاملات ألفا كرونباخ.

جدول (٧) يوضح معاملات ألفا كرونباخ لفقرات مقياس إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بعد حذف بعض الفقرات

معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة
0.835	ad15	0.843	ad1
0.837	ad16	0.837	ad2
0.843	ad17	0.839	ad3
0.837	ad18	0.841	ad4

معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة
0.827	ad20	0.836	ad5
0.834	ad21	0.845	ad7
0.844	ad22	0.839	ad10
0.844	ad23	0.847	ad12
0.845	ad24	0.835	ad13
		0.835	ad14

Cronbach's Entire Alpha values > 0.60

جدول (٨) معاملات ألفا كرونباخ لفقرات مقياس التسويق الأكاديمي بعد حذف بعض الفقرات

معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرات	الفقرة
0.900	pro17	0.899	pro1
0.898	pro18	0.903	pro2
0.902	pro19	0.900	pro3
0.901	pro20	0.897	pro4
0.900	pro21	0.899	pro5

معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد الفقرات	الفقرة
0.898	pro22	0.905	pro10
0.904	pro24	0.903	pro11
0.896	pro28	0.905	pro13
0.900	pro29	0.903	pro15
0.904	pro30	0.899	pro16

Cronbach's entire Alpha values > 0.60

جدول (٩) يوضح معاملات ألفا كرونباخ لفقرات مقياس الصحة النفسية بعد حذف بعض الفقرات

الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات
mth1	0.900	mth17	0.894
mth2	0.901	mth18	0.893
mth3	0.898	mth19	0.895
mth4	0.897	mth20	0.895
mth5	0.893	mth21	0.895

الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات	الفقرة	معامل ألفا كرونباخ بعد استبعاد بعض الفقرات
mth6	0.896	mth22	0.898
mth7	0.893	mth23	0.899
mth8	0.896	mth24	0.896
mth9	0.898	mth25	0.900
mth12	0.901	mth26	0.896
mth13	0.898	mth27	0.896
mth14	0.900	mth29	0.900
mth16	0.894		

Cronbach's entire Alpha values > 0.60

ثبات مقاييس الدراسة:

للتأكد من ثبات استبانات البحث، لجأت الباحثة إلى حساب مؤشرات ثبات ألفا

كرونباخ لمقاييس الدراسة ودرجتها الكلية، والنتائج يتضمنها الجدول التالي:

جدول رقم (١٠) يوضح قيم ثبات ألفا كرونباخ لمقاييس الدراسة ودرجتهم الكلية

م	مضمون المقياس	عدد البنود التوكيدية	ألفا كرونباخ
١	إيمان شبكات التواصل الاجتماعي	١٩	٠,٨٥

م	مضمون المقياس	عدد البنود التوكيدية	ألفا كرونباخ
٢	التسويق الأكاديمي	٢٠	٠,٩١
٣	الصحة النفسية	٢٥	٠,٩٠
	الدرجة الكلية لمقاييس الدراسة	٦٤	٠,٩٥

يوضح جدول رقم (١٠) أن مؤشرات ألفا كرونباخ لمقاييس الدراسة تتراوح بين (٠,٨٥ إلى ٠,٩١)، وللدرجة الكلية للمقاييس مجتمعة بلغ معامل الثبات لألفا كرونباخ (٠,٩٥)، وتعد هذه القيم مرتفعة لمدى ثبات مقاييس الدراسة، حيث تعتبر القيمة (٠,٧٠) المحك للحكم على كفاية معامل ألفا كرونباخ. (السبيعي، ٢٠١٠، ١٦٨).

ثانياً: استخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب صدق الاتساق الداخلي لفقرات مقاييس الدراسة.

جدول (١١) يوضح معاملات ارتباط بيرسون لأبعاد إيمان وسائل التواصل الاجتماعي

الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة
0.42**	Ad22	0.44**	Ad17	0.59**	Ad13	0.58**	Ad5	0.44**	Ad1
0.43**	Ad23	0.56**	Ad18	0.60**	Ad14	0.41**	Ad7	0.56**	Ad2
0.38**	Ad24	0.77**	Ad20	0.61**	Ad15	0.37**	Ad10	0.53**	Ad3
		0.62**	Ad21	0.56**	Ad16	0.59**	Ad12	0.48**	Ad4

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

جدول (١٢) يوضح معاملات ارتباط بيرسون لأبعاد التسوية الأكاديمية

الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة
Pro1	0.66**	Pro5	0.66**	Pro15	0.52**	Pro20	0.60**	Pro28	0.75**
Pro2	0.53**	Pro10	0.44**	Pro16	0.68**	Pro21	0.65**	Pro29	0.65**
Pro3	0.62**	Pro11	0.50**	Pro17	0.65**	Pro22	0.70**	Pro30	0.49**
Pro4	0.72**	Pro13	0.44**	Pro18	0.68**	Pro24	0.47**		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

جدول (١٣) يوضح معاملات ارتباط بيرسون لأبعاد الصحة النفسية

الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة	الارتباط	الفقرة
Mth1	0.40**	Mth6	0.61**	Mth13	0.48**	Mth19	0.63**	Mth24	0.60**
Mth2	0.34**	Mth7	0.71**	Mth14	0.37**	Mth20	0.61**	Mth25	0.41**
Mth3	0.51**	Mth8	0.58**	Mth16	0.65**	Mth21	0.63**	Mth26	0.60**
Mth4	0.55**	Mth9	0.50**	Mth17	0.66**	Mth22	0.49**	Mth27	0.58**
Mth5	0.70**	Mth12	0.35**	Mth18	0.69**	Mth23	0.45**	Mth29	0.42**

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

جدول رقم (١٤) يوضح قيم الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس والدرجة الكلية للمقاييس مجتمعة

م	مضمون المقياس	الارتباط بالدرجة الكلية
١	إدمان شبكات التواصل الاجتماعي	**٠,٧٩
٢	التسويق الأكاديمي	**٠,٩٢
٣	الصحة النفسية	**٠,٨٥

يتضح من المؤشرات الإحصائية لارتباطات بيرسون، أنها تتراوح بين (**٠,٧٩) إلى (**٠,٩٢) وهي جميعها دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١) مما يؤكد على أن مقاييس الدراسة صادقة لما وضعت لقياسه.

ثالثاً: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأوزان النسبية اختبار T لعينة واحدة لاختبار معنوية دلالة الفروق بين المتوسط الفرضي ومتوسط عينة الدراسة لمقاييس الدراسة.

واقع إدمان شبكات التواصل الاجتماعي، التسويق الأكاديمي، الصحة النفسية لدى عينة الدراسة.

وبناءً على ذلك تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل مقياس مع اختبار T لعينة واحدة لاختبار معنوية المتوسط الفرضي لكل مقياس عن متوسط استجابات عينة الدراسة والنتائج يتضمنها الجدول التالي:

جدول رقم (١٥) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعنوية اختبار T لدلالة الفروق بين المتوسط الفرضي لكل مقياس ومتوسط استجابات عينة الدراسة

م	مضمون المقياس	المتوسط الفرضي	متوسط عينة الدراسة	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة T	الدلالة	واقع الممارسة
١	إيمان شبكات التواصل الاجتماعي	٢	٢,١٩	٠,٣٩	٠,٧٣	٤,٩٣	٠,٠٠٠	متوسط
٢	التسويق الأكاديمي	٣	٣,١٩	٠,٧١	٠,٦٤	٢,٧٢	٠,٠٠٨	متوسط
٣	الصحة النفسية	٢	١,٨٥	٠,٤٠	٠,٦٢	٣,٧٤-	٠,٠٠٠	منخفض

يتضح من المؤشرات الإحصائية للمتوسطات الحسابية بالجدول (١٥) النتائج

التالية:

١. أن المتوسط الحسابي لواقع درجة إيمان شبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة بلغ قدره (٢,١٩ من ٣) مع وزن نسبي بلغ (٧٣%) وانحراف معياري (٠,٣٩)، وهي من مؤشرات فئة المتوسط الثانية (١,٦٧ إلى أقل من ٢,٣٤) مما يؤكد أن درجة إيمان شبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة متوسط، وهو ما تؤكد عليه قيمة (T = ٤,٩٣) مع مستوى معنوية (٠,٠٥ > ٠,٠٠٠) والتي تعني أن واقع إيمان شبكات التواصل الاجتماعي أكبر من الدرجة المتوسطة.
٢. أن المتوسط الحسابي لواقع التسويق الأكاديمي لعينة الدراسة بلغ قدره (٣,٢٩ من ٥) مع وزن نسبي بلغ (٦٤%) وانحراف معياري (٠,٧١)، وهي من مؤشرات فئة المتوسط الثالثة (٢,٦٠ إلى أقل من ٣,٤٠) مما يؤكد أن واقع التسويق الأكاديمي لدى عينة الدراسة متوسط، وهو ما تؤكد عليه قيمة (T =

(٢,٧٢) مع مستوى معنوية ($0,05 > 0,008$) والتي تعنى أيضاً أن درجة التسويق الأكاديمي أكبر من الدرجة المتوسطة.

٣. أن المتوسط الحسابي لواقع الصحة النفسية لعينة الدراسة بلغ قدره (١,٨٥ من ٣) مع وزن نسبي بلغ (٦٢%) وانحراف معياري (٠,٤٠)، وهي من مؤشرات فئة المتوسط الثانية (١,٦٧ إلى أقل من ٢,٣٤) مما يؤكد أن واقع الصحة النفسية لدى عينة الدراسة منخفض، وهو ما تؤكد عليه القيمة السالبة لـ ($T = -3,74$) مع مستوى معنوية (٠,٠٠٠) والتي تعنى أن واقع الصحة النفسية منخفض أو دون الدرجة المتوسطة.

فرضيات الدراسة

١. **الفرضية الرئيسية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية.

ويتفرع منها الفرضيات التالية:

١. يوجد أثر مباشر ذو دلالة إحصائية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية.
٢. يوجد أثر مباشر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية.
٣. يوجد أثر مباشر لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي على التسويق الأكاديمي.
٤. يوجد أثر غير مباشر ذو دلالة إحصائية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التسويق الأكاديمي على الصحة النفسية.

الإجابة على فرضيات الدراسة

للتحقق من فرضيات الدراسة، عمدت الباحثة إلى استخدام تحليل المسار من خلال تطبيقات الحزمة الإحصائية للنمذجة البنائية، والتي تعرف اختصاراً بـ AMOS وفقاً للنموذج الافتراضي التالي:

شكل (٢) النموذج الافتراضي لمسارات فرضيات الدراسة

Chi-square = \cmin (ldf df)

p=lp

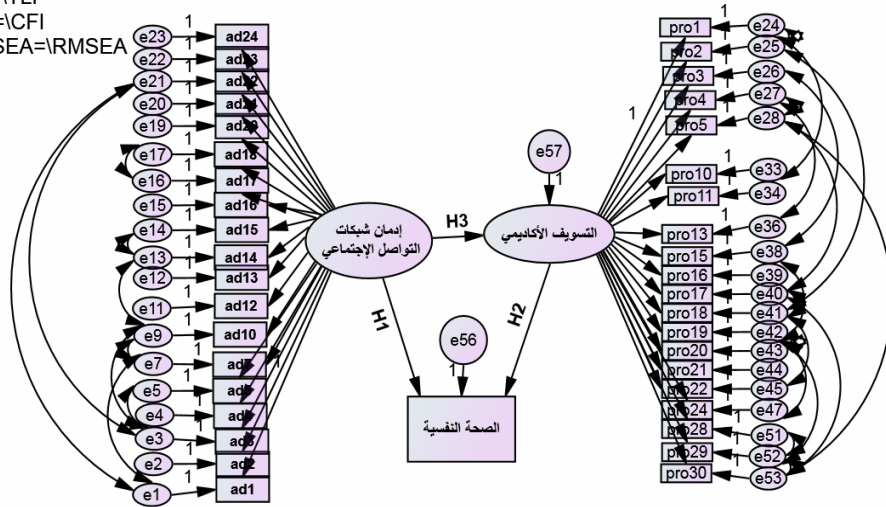
cmin= \cmin df

IFI= \IFI

TLI= \TLI

CFI= \CFI

RMSEA= \RMSEA



يوضح الشكل (٢) اتجاهات المسارات لفرضيات الدراسة والمتمثلة في:

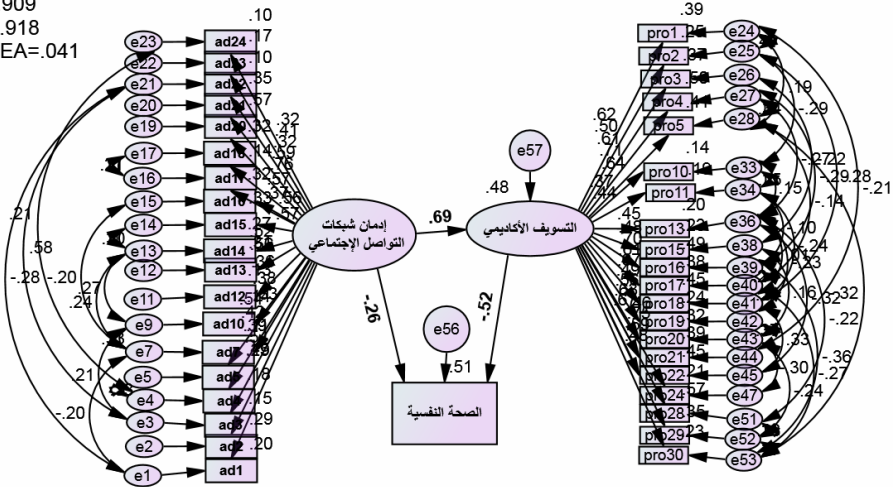
- أثر إيمان شبكات التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية وتمثله الفرضية H1.
- أثر التسويق الأكاديمي على الصحة النفسية وتمثله الفرضية H2.
- أثر إيمان شبكات التواصل الاجتماعي على التسويق الأكاديمي وتمثله الفرضية H3.

- أثر إيمان شبكات التواصل الاجتماعي عبر التسويق الأكاديمي وتمثله مسارات الفرضية H2 + الفرضية H3.

رابعاً: تحليل المسار لاختبار فرضيات الدراسة.

شكل (٣) مؤشرات تحليل المسارات لفرضيات الدراسة

Chi-square = 813.732 (696 df)
p=.001
cmin= 1.169
IFI=.923
TLI=.909
CFI=.918
RMSEA=.041



يتضح من المؤشرات الإحصائية لنموذج مسارات فرضيات الدراسة النتائج

التالية:

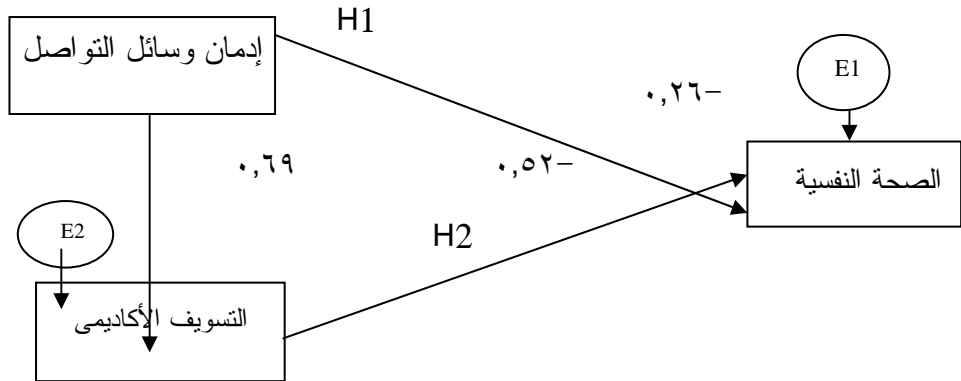
توجد ملاءمة ومطابقة بدرجة جيدة جداً لنموذج مسارات فرضيات الدراسة، حيث يتضح من الشكل (٣) أن خمسة من مؤشرات مطابقة نموذج الدراسة النظرى لبيانات عينة الدراسة دالة إحصائياً وهى: $cmin=1.169 < 2$ ، $IFI= 0.923 > 0.90$ ، $RMSEA= 0.041 < 0.05$ ، $CFI=0.918 > 0.90$ ، $TLI=0.909 > 0.90$

جدول رقم (١٦) يوضح قيمة Z ومعنوية التأثيرات المباشرة للمتغيرات المستقلة فى المتغير التابع

Regression Weights: (Group number 1 – Default model)

المتغيرات المستقلة	المسار	التابع	درجة التأثير	قيمة Z	الدلالة	الفرضية
إيمان شبكات التواصل الاجتماعى	<---	الصحة النفسية	٠,٢٦-	7.94-	0.00	H1
			٠,٥٢-	7.78-	0.000	H2
إيمان شبكات التواصل الاجتماعى	<---	التسويق الأكاديمى	٠,٦٩	١٨,٩٩	0.000	H3
إيمان شبكات التواصل الاجتماعى	التسويق الأكاديمى	الصحة النفسية	٠,٣٦-	١١,٠٥	0.000	H٤

شكل (٤) النموذج الافتراضى لمسارات فرضيات البحث



نتائج فرضيات الدراسة

بناءً على المؤشرات المتحصل عليها بالشكل (٢) يمكن الإجابة على فرضيات الدراسة كالتالي:

١. **نتائج الفرضية الفرعية الأولى:** والتي تنص على أنه "يوجد أثر مباشر ذو دلالة إحصائية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية"، حيث يتضح من مؤشرات تحليل المسار أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر تأثيراً سلبياً مباشراً بنسبة (-٢٦%) في الصحة النفسية وبدلالة إحصائية بلغت ($0,05 > 0,000$)، أي أن الزيادة في إدمان وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة، يؤدي إلى انخفاض الصحة النفسية بنسبة (٢٦%).

٢. **نتائج الفرضية الفرعية الثانية:** والتي تنص على أنه "يوجد أثر مباشر ذو دلالة إحصائية للتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية"، حيث يتضح من مؤشرات تحليل المسار أن التسويق الأكاديمي يؤثر تأثيراً سلبياً مباشراً بنسبة (-٥٢%) في الصحة النفسية وبدلالة إحصائية بلغت ($0,05 > 0,000$)، أي أن الزيادة في التسويق الأكاديمي بدرجة واحدة، يؤدي إلى انخفاض الصحة النفسية بنسبة (٥٢%).

٣. **نتائج الفرضية الفرعية الثالثة:** والتي تنص على أنه "يوجد أثر مباشر ذو دلالة إحصائية لإدمان شبكات التواصل الاجتماعي على التسويق الأكاديمي"، حيث يتضح من مؤشرات تحليل المسار أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر تأثيراً طردياً مباشراً بنسبة (٦٩%) في التسويق الأكاديمي وبدلالة إحصائية بلغت ($0,05 > 0,000$)، أي أن الزيادة في إدمان شبكات التواصل الاجتماعي

بدرجة واحدة، يؤدي إلى زيادة في درجة التسوية الأكاديمية لدى عينة الدراسة بنسبة (٦٩%) .

٤. **نتائج الفرضية الفرعية الرابعة:** والتي تنص على أنه "يوجد أثر غير مباشر ذو دلالة إحصائية لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التسوية الأكاديمية على الصحة النفسية"، حيث يتضح من مؤشرات تحليل المسار أن إدمان شبكات التواصل الاجتماعي عبر التسوية الأكاديمية تؤثر تأثيراً سلبياً بنسبة (-٣٥,٦%) في الصحة النفسية وبدلالة إحصائية بلغت (٠,٠٥ > ٠,٠٠٠)، أي أن الزيادة في إدمان شبكات التواصل الاجتماعي في وجود التسوية الأكاديمية بدرجة واحدة، يؤدي إلى خفض مستوى الصحة النفسية بنسبة (-٣٥,٦%).

مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري

تلخيصاً للنتائج يتضح أنها على وجه العموم دعمت صحة الفرض الرئيسي للبحث، وهو أن التأثير المباشر لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي في الصحة النفسية لا يختلف عن التأثير غير المباشر، حيث أن كلا من نوعي التأثير ذو دلالة إحصائية (علمياً بأن معامل الارتباط بين التسوية الأكاديمية وإدمان وسائل التواصل الاجتماعي لمجموعة المفحوصات قد بلغ ٠,٦٩ ومعامل الارتباط بين التسوية الأكاديمية والصحة النفسية قد بلغ ٠,٥٢ عند مستوى ٠,٠٥ ومعامل الارتباط بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي والصحة النفسية قد بلغ (٠,٢٦) إلا أن التأثير غير المباشر للتسوية الأكاديمية على الصحة النفسية عن طريق توسط التسوية الأكاديمية قد تضاعف مرتين مما يعنى أن التسوية الأكاديمية يلعب دور وسيط في العلاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعي

والصحة النفسية. وجود أثر مباشر لإدمان وسائل التواصل الاجتماعي - بوصفه موقفاً ضاغطاً على الصحة النفسية، فإن ذلك يمكن أن يفسر ويناقش فى ضوء طبيعة المفحوصات اللاتى تم تطبيق الدراسة عليهن وهن فى مرحلة الجامعة قد يشكل فيها موقف الإدمان موقفاً ضاغطاً بنفس القدر الذى يشكله فى البيئات الأخرى، ووجود تأثير غير مباشر نجد أن نتائج البحث دعمت النموذج التوسطى والذى يلعب فيه متغير التسويق الأكاديمى دور الوسيط بين ضغط الحياة - المجال الدراسى والصحة النفسية ويخفف من حدة الضغوط النفسية.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسات مشابهة أخرى وفى مقدمتها الدراسات السابقة التى عرضت فى القسم الثانى من هذه الدراسات وخاصة:

١. دراسة محمد، عبود (٢٠١٦) والتى أوضحت نتائجها أنه يوجد علاقة ارتباطية موجبة بين ضغوط الحياة والتسويق الأكاديمى ووجود فروق دالة إحصائياً.
٢. وأيضاً دراسة جرادات (٢٠٠٤) أوضحت نتائجها أنه يوجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين قلق الاختبار والتسويق الأكاديمى.

وتختلف نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسات مشابهة أخرى وفى مقدمتها الدراسات السابقة التى عرضت فى القسم الأول من هذه الدراسات وخاصة:

- ١- دراسة القرنى (٢٠١٤) توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إدمان الإنترنت والاكنتاب وتوجد علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت والقلق الاجتماعى.

وتوجد علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت والوحدة النفسية.

- ٢- دراسة كريستوفر وآخرين (Christopher et al., 2002) استخدام الإنترنت لا يرتبط ارتباطاً دالاً بالشعور بالاكنتاب.
- ٣- دراسة زيدان (٢٠٠٨) علاقة ارتباطية موجبة دالة بين إدمان الإنترنت وكل من القلق والاكنتاب والوحدة النفسية.
- ٤- دراسة مقداى وسمور (٢٠٠٦): توجد علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت ومجالى الاكنتاب والاستجابات النفس جسمية.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسات مشابهة أخرى وفى مقدمتها الدراسات السابقة التى عرضت فى القسم الثانى من هذه الدراسات وخاصة:

- ١- دراسة أمل الأحمد وفداء ياسين (٢٠٠٨) يوجد علاقة ارتباطية سالبة بين متوسطات أداء الطلاب والتسويق الأكاديمى ووجود فروق دالة إحصائياً.
- ٢- دراسة أبو غزال (٢٠١٢) وجود فروق دالة إحصائياً فى انتشار التسويق الأكاديمى تعزى لمتغير المستوى الدراسى والجنس.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية فى العلاقة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعى والصحة النفسية مع دراسات القسم الأول فى:

- ١- دراسة (Nalwa, Anan (2003 حيث كان معامل الارتباط علاقة سالبة ودالة إحصائياً.
- ٢- دراسة الخواجة (٢٠١٤) توجد علاقة ارتباطية سالبة بين إدمان وسائل التواصل الاجتماعى ووجود فروق ذات دلالة إحصائية،

- ٣- دراسة أندرسون (Anderson, 2001) أن استخدام الإنترنت لفترات طويلة يؤدي إلى انخفاض المشاركة في الأنشطة الاجتماعية واضطراب النوم وزيادة الشعور بالوحدة والاكتئاب والمعاناة من عدم الاستقلالية.
- ٤- دراسة لاروز وآخرين (Laroser et al., 2001) الاستخدام المفرط للإنترنت يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.
- ٥- دراسة فريد (Fred, 2000) الاستخدام المفرط للإنترنت يؤدي إلى الاكتئاب.
- ٦- دراسة شناوى وعباس (٢٠١٣): وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة المراهقون في استخدام الفيس بوك ومستوى التوافق النفسي.
- ٧- دراسة كابلان (Caplan, 2002) وجود ارتباط بين الاستخدام المشكل للإنترنت وبين المقاييس الفرعية للوحدة النفسية.

التوصيات والمقترحات:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ومناقشتها فإن الدراسة توصي بما يلي:
- ١- نشر الوعي النفسي بمخاطر إدمان شبكات التواصل الاجتماعي وما يحمله من أضرار صحية ونفسية.
 - ٢- تفعيل الوحدات الإرشادية والعيادات النفسية بالجامعات والكليات للتوعية بمخاطر إدمان شبكات التواصل الاجتماعي.
 - ٣- ضرورة توسيع وتكثيف البحوث النفسية في المجال المتعلق بما يسمى بإشكالية الإعلام الجديد.

- ٤- عقد ندوات توعية للطالبات، وتنفيذ مؤتمرات للطلبة عن أثر إدمان شبكات التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية.
- ٥- بناء برامج إرشادية للوقاية من الإدمان على الإنترنت لدى عينات مختلفة من المراحل الدراسية والعمرية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- ١- أبو غزال، معاوية (٢٠١٢) : التسويق الأكاديمي: انتشاره وأسبابه من وجهة نظر الطلبة الجامعيين، المجلة الأردنية في العلوم التربوية ٨ (٢) ١٣١-١٤٩.
- ٢- الأحمد، أمل، ياسين، فداء (٢٠١٨): مجلة اتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، المجلد السادس عشر، العدد الأول، ٢٠١٨.
- ٣- الشعراني، إلهام وسليم، مريم (٢٠٠٦) الشامل في المدخل إلى علم النفس، دار النهضة العربية، بيروت لبنان.
- ٤- الخواجة، عبد الفتاح محمد (٢٠١٠) اضطرابات ضغط ما بعد الصدمة وعلاقته بالاكنتاب لدى عينة من طلبة كلية الآداب بجامعة السلطان قابوس، رسالة ماجستير (منشورة)، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد ١٣، العدد ٤، البحرين.
- ٥- الرفاعي، نعيم (١٩٨٧): الصحة النفسية دراسات في سيكولوجية التكيف، دمشق - جامعة دمشق.
- ٦- الطحان، محمد (١٩٩٦): مبادئ الصحة النفسية، الطبعة الرابعة، دبي: دار القلم.
- ٧- الطهراوى، إسلام جميل (٢٠١٥)، الحاجات النفسية المشبعة لدى مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية، صحة نفسية، الجامعة الإسلامية، غزة.

- ٨- القرني، محمد بن سالم (٢٠١١) إدمان الإنترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز، رسالة ماجستير (منشورة) كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر.
- ٩- الغامدي، غرم الله بن عبد الرازق بن صالح (٢٠١١): التفكير العقلاني وغير العقلاني ومفهوم الذات ودافعية الإنجاز لدى عينة من المراهقين المتفوقين دراسياً والعاديين مذكرة لنيل درجة الدكتوراه إرشاد وتوجيه، كلية التربية أم القرى.
- ١٠- جرادات، عبد الكريم (٢٠٠٤): علاقة، قلق الاختبار بالتسويق والإنجاز الأكاديمي، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، ٩ (١)، ١٥-٢٧.
- ١١- حسين محمود، واليود، نادر فهمي. (١٩٩٩). مشكلات طلبة الجامعة ومستوى الاكتئاب لديهم في ضوء متغيرات الجنس والتخصص، والمعدل التراكمي، والمستوى الدراسي، مجلة البصائر، جامعة البتراء، ٣ (٢). ص ١٥٥ - ١٩٤.
- ١٢- حامد، زهران (١٩٩٤): التوجيه والإرشاد النفسي نظرة شاملة، مجلة الإرشاد النفسي، عدد ٢، جامعة عين شمس، القاهرة.
- ١٣- حامد، زهران (١٩٩٧): الصحة النفسية والعلاج النفسي، الطبعة الثالثة، القاهرة: عالم الكتب.

- ١٤- حامد، زهران (٢٠٠٤): الصحة النفسية والعلاج النفسى، الطبعة الخامسة، القاهرة: عالم الكتب.
- ١٥- زيدان، عصام (٢٠٠٨)، إدمان الإنترنت وعلاقته بالقلق والاكتئاب والوحدة النفسية والثقة بالنفس، رسالة ماجستير (منشورة)، جامعة المنصورة، كلية التربية، جمهورية مصر العربية.
- ١٦- شناوى، سامى أحمد، وعباس، محمد خليل (٢٠١٣)، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسى لدى المراهقين، رسالة ماجستير (منشورة)، مركز الأبحاث للعلوم التربوية والاجتماعية، مجلة جامعة عمان، المجلد ١٨، العدد ٢، عمان.
- ١٧- سيد، مرسى (١٩٨٧): الإرشاد النفسى والتوجيه التربوى والمهنى، القاهرة: مكتبة الرشد.
- ١٨- عبد الخالق، أحمد (١٩٩٣): أصول الصحة النفسية، القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- ١٩- عبود، محمد (٢٠١٦): مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد ٣٠، (٣)، ٢٠١٦.
- ٢٠- علاء الدين كفافى (٢٠٠٥): الصحة النفسية والإرشاد النفسى، الرياض - العليا، الطبعة الأولى: دار النشر الدولى.
- ٢١- مقدادى، مؤيد، وسمور، قاسم (٢٠٠٦)، الإدمان وعلاقته بالاستجابات العصابية لدى عينة من مرتادى مقاهى الإنترنت فى ضوء بعض المتغيرات، رسالة ماجستير (منشورة)، المجلة الأردنية فى العلوم التربوية، مجلد ٤، عدد ١، الأردن.

٢٢- محمد عبد الرؤوف والسر سليمان (٢٠٠٦): مدخل إلى الصحة النفسية - مكتبة
الرشد - الرياض.

المراجع الأجنبية:

- Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students, An exploratory study, Journal of American College Health , 50,21-26.
- Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students, An exploratory study, Journal of Psychology.
- Caplan, S. (2002): Problematic internet use and psychosocial well-being –
- Christopher, S. E., Tiffany, M.F., Migual, D., and Michele R. (2000). The relationship of internet use to depression and social isolation among adolescents, Adolescence, 35 (138).
- Fred, L. (2000). Is the web isolating you? Byte, PN. PAG, OOP. EBSCO host, AN (3151260).
- Larose, RE., Eastin, M.S., Gregg, J. (2001). Reformulating the internet Paradox: Socia.
- Nalwa , K. & Anand, A. (2003) : Internet addiction in students: A case of concern.

- Rowe, M. (2000). Internet use stunts social growth, The Stanford Daily, Online Available:
- Urista, Mark A. Dong, Gingwen & Day , Kenneth D. (No date). Explaining why young Adults Use Myspace & Facebook Through Uses & Gratifications Theroy. Human communication, Vol.12, No.2,pp.215-229.
- Young, K. S. and Rogers, R,C. (1998). The Relationship between Depression and internet Addiction, Center of online addiction, online Available:
- Young, K. S. and Rogers, R,C. (1998). The Relationship between Depression and internet Addiction, Cyber psychology and Behavior, 1(1),25-28.
- Young, K. (1996). Internet can be as Addicting as Alcohol, drugs and gambling, online Available: