



نمذجة العلاقات السببية بين إيمان وسائل التواصل الاجتماعى والتسويق الأكاديمى والصحة النفسية لدى طالبات كلية التربية للبنات بأبها جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية

د. حنان محمود إبراهيم عوضين *

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى اختبار صحة العلاقة النظرية بين إيمان وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الأكاديمي على الصحة النفسية، للتوصل إلى نموذج يحدد أثر بعض المتغيرات الهامة في الصحة النفسية، وذلك في ضوء ما تعكسه بيانات البحث. ضمت مجموعة المفحوصين عينة عشوائية (١٠٠) طالبة من طالبات كلية التربية بجامعة الملك خالد بأبها، واستخدم في الدراسة (أ) مقياس إيمان وسائل التواصل الاجتماعي (ب) مقياس التسويق الأكاديمي، و(ج) مقياس الصحة النفسية، واستخدم في البحث أسلوب تحليل المسار في التعرف على اتجاهات التأثير بين متغيرات البحث من خلال نموذج سببي. عرضت نتائج البحث إيجاد التأثير المباشر وغير المباشر لمجموعة المفحوصين الكلية، باستخدام تحليل المسار من إيمان وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق الأكاديمي إلى الصحة النفسية، وكانت النتائج بالنسبة لمجموعة المفحوصين الكلية، يوجد تأثير مباشر ويوجد تأثير غير مباشر بتوسط التسويق الأكاديمي، وتمت مناقشتها في ضوء الإطار النظرى للبحث والدراسات السابقة.

* أستاذ علم النفس التربوي والصحة النفسية المساعد.