مجلة دراسات وبحوث التربية الرياضية العدد (59) لسنة 2019

بناء وتقنين مقياس الدعاية النفسيية لدى لاعبي الدوري العراقي (الدرجة الممتازة، الدرجة الاولى) بكرة القدم

اشرف خليل مجيد أ.د احمد كاظم فهد
كلية التربية الهدنية وعلوم الرياضة
جامعة البصرة

ملخص البحث العربي:

برزت اهمية البحث في التعرف على افرازات الدعاية النفسية في سلوك اللاعبي ن وكانت **اهداف البحث** 1- بناء مقياس الدعاية النفسية على لاعبي كرة القدم الدوري في العراقي (الممتاز ، الاولى)

وشملت اهم الاستنتاجات 1- يعد مقياس الدعاية النفسية أداة مستقلة يقيس مدى تأثير الدعاية النفسية على لاعبي كرة القدم في الدوري العراقي(الممتاز ،الدرجة الاولى) للمنطقة الوسطى والجـنوبية

وتم التوصية ب :1-. اهتمام المؤسسات الرياضية (الاندية بالتحديد) بالتأهيل النفسي للاعب كرة القدم

Abstract

Measuring the psychological propaganda of players in the Iraqi league (Premier League, First Division) football

Ashraf Khalil Majeed Prof. Dr. Ahmed Kazem Fahd

Importance of research : The importance of research has emerged in the recognition of the psychological propaganda secretions in the behavior of players

Research Objectives: Building a measure of psychological advertising on football players league in Iraq (excellent, first)

Conclusions: The Psychological Propagation Scale is an independent tool that measures the impact of psychological propaganda on football players in the Iraqi league (the Premier League) for the central and southern regions

Recommendations: The interest of sports institutions (clubs in particular) in the psychological rehabilitation of the football player and the development of personal qualities good for him and urge not to be affected by psychological propaganda

1- التعريف بالبحث

1-1مقدمة وأهمية البحث

ان علم النفس الرياضي يحاول فهم سلوك الافراد المرتبطين بالنشاط الرياضي بشكل عام ومن اجل تحقيق الانجاز في المنافسات الرياضية التي تحتوي على الكثير من المتطلبات قبل وبعد المباريات والتي يجب على الرياضي ان يتمتع بادراكها ومن ثم فهمها من اجل السيطره على انفعالاته والمحافظة على اتزانه'كما يحتاج اللاعب ان يتمتع بالثقة بالنفس وعدم التسليم لما يقال في القنوات الاعلامية كون شخصية لاعب كرة القدم تمثل ميداناً اساسيا للتاثر بالدعايات والاعلام.وتعتبر كرة القدم نظاما اجتماعيا وثقافيا مركبا فهي. جزء من النسيج الثقافي. للمجتمع العراقي. وتحضى الصفات الشخصية للاعبين بمكانة بارزة في هذه النوع من انواع الرياضة. وان الصفات الشخصية من الامورة التي لاغنى عنها في الحياة العامة والخاصة لما لها دور مهم في تحديد كيان ونوع كيان الافراد فهي تسري في الملاعب وساحات التدريب مثلما تسري في المنازل والشوارع والاسواق. بل يمكن ملاحظتها بكثافة اكبر لدى لاعبي كرة القدم باعتبارها احدى القيم التنظيمية لسلوك اللاعبين داخل الفريق(النادي). ان تطوير الصفات الشخصية في مجال كرة القدم يعد عاملاً مهما جداً في تطوير اغلب الجوانب الشخصية الرياضية في هذا المضمار المهم من المضامير الرياضية ذات الاهتمام العالي من قبل المعنيين لدراسة وتحديد افعال لاعبين كرة القدم وفقاً الى اتجاهاتهم وميولهم (هل هم مهتمون في تطوير صفاتهم في حياتهم اليومية وهل هم مهتمون بالمحافظة على صفاتهم الشخصية في الممارسة الرياضية في التدريب والمنافسات الكروية وهل هم مهتمون بالدعايات النفسية خلال اليوم الواحد واثارها على الاداء الرياضي. وهل هم مهتمون بترتيب الاولويات الخاصة بتحسين انجازاتهم الرياضية) لان النشاط الرياضي من الانشطة التي تهتم بالانسان من جميع جوانبة المهارية والبدنية والثقافية والسلوكية لخلق شخصية متكامله ومميزه تستطيع مواجهه الظروف المختلفة من خلال ثباتهم الانفعالي والقدرة على عدم الاثارة اضافة الى الصبر واللياقة النفسية والروح المعنوية المواظبة على التمارين والالتزام في الواجب الذي تتطلبة المكانة الاجتماعية والوظيفية ولاسيما الواجبات الرياضية التي تهدف الى تطوير المستوى والاداء عن طريق التنظيم العالي الجودة لتصدي الدعايات النفسية في اليوم الواحد كان في زمن التدريب ام المنافسات او مابينهما اذا ما تعرض اللاعب الى دعايات قد تربك مستواه الفعلي. حيث الدعاية النفسية من المتغيرات المهمة من حيث ظرورة دراستها ومامدى علاقتها بصفات لا عب كرة القدم لما لها من وجود فعلي في الوسط الرياضي والكروي بالتحديد من خلا تعدد وسائلها وادواتها وقد تكون من اهم الادوات في الوقت الراهن هي الدعايات التي تصدر عبر التلفاز ومواقع التواصل الاجتماعي وان كل لاعب في الوقت الحاظر لديه المام واهتمام عالي جدا في مواقع التواصل الاجتماعي ، وماينشر به من دعايات مغرضة ومؤثرة ، وان لكل فعل يكون رد فعل وان هذا الفعل المردود هو بالاساس مردود نفسي متأثرا بالدعايات وافرازاتها على الصفات الشخصية لهذا اللاعب .من هنا برزت اهمية البحث في التعرف على افرازات الدعاية

النفسية في سلوك اللاعبين وقدرتهم على المحافظة او السيطرة على صفاتهم الشخصية المختلفة في التدريب والمنافسة الرياضية ومن ثم التعرف على العلاقة بينهما.

1-2مشكلة البحث (Research problem)

يعتبر موضوع الدعاية النفسية موضوعا في غاية الاهمية من حيث المشكلة التي يواجها لاعبي كرة القدم عن طريق الوسائل الاعلامية المتنوعة التي تبث ذلك السلاح بشتى انواعه (الهجمات الفكرية والشائعات وتقليل القيم والاستهانة ،والخدع ، والتحريض ، والاستضعاف ، والتشويه ، والتشبيه .الخ) والتي تكون سلبية في طبيعتها وذات تأثير على قدرات اللاعبين في توازن بعض صفاتهم النفسية التي قد تتاثر بعوامل الدعايات النفسية كان تكون قبل المباراة او التدريب او المنافسة، ممايؤدي الى ارباك اللاعبين وعدم اتزانهم في المنافسات الرياضية وعدم تقديم الافضل من الاداء .

وهذه المشكلة تتعرض الى السلبيات التي تتركها وسائل واساليب الدعاية على سلوك اللاعبين من حيث قدرتهم على توازن الاداء في المباراة في حالة وجود دعايات واخبار كاذبة وشائعات وخدع وتصريحات مربكة ومخللخلة لبعض الصفات المسيطر عليها مما تؤدي استجابة اللاعب السلبية للدعايات هذه الى نتائج سلبية ايضا على نتجية المباريات ، علما ان البحث يتوخى في قسمه الميداني معرفة اي من الدوريات (الممتاز ، الاولى) للمنطقة الجنوبية والوسطى اكثر تأثرا بالشائعات والدعاية التي يمارسها الفريق المنافس(كما يمكن تسميتها باسم غريب على الجانب الرياضي باالحرب النفسية التي يشنها الجانب المضاد للفريق) لكي يوصي الباحث الى معالجتها والتحرر من ادرانها وسلبياتها وهنا يتحرر لاعبي كرة القدم من الاثار التي تتركها الدعاية النفسية على السمات الشخصية المهمة للاعب كرة القدم.

1-3 أهداف البحث

1- بناء مقياس الدعاية النفسية على لاعبي كرة القدم الدوري في العراقي (الممتاز ، الاولى)

2- وضع مستويات معيارية لمقياس (الدعاية النفسية) للاعبي كرة القدم للدوري العراقي (الممتاز، الاولى)

1-4 مجالات البحث

1-4-1 المجال البشري : لاعبوا اندية الدرجة (الممتاز ، الاولى) بكرة القدم للمنطقتين الجنوبية والوسطى

1-4-2 المجال الزماني :12-11-2017الى 2-5-2018

1-4-3 المجال المكاني : ملاعب أندية الدرجة (الممتاز ،الاولى) بكرة القدم للمنطقتين الوسطى والجنوبية.

3- منهجية البحث وإجراءاته الميدانية

3-1 منهج البحث: إن طبيعة المشكلة المراد دراستها تحدد منهجية البحث المستخدم وعلى الباحث أن يختار المنهج الملائم الذي يوصله الى حل مشكلة بحثه(1: 213)وبذا تم استخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي لملاءمته البحث.

3-2 مجتمع البحث وعينته: العينة هي النموذج الذي يجري الباحث عملة عليها لذا فإن الباحث عند دراسته للإفراد والمجتمعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الإفراد او المجتمع لدراسته فهو أمر صعب جداً لذا يختار عينة محددة من هذا المجتمع لدراسته (2: 60) وعلى ضوء أهداف البحث تم اختيار عينة البحث بصورة عمديه من جميع لاعبي كرة القدم في الدوري العراقي (الممتاز،الدرجة الاولى) للمحافظات الوسطى والجنوبية في العراق العراق (2017-2018) والبالغ عددهم (120) لاعبا .

3-3 وسائل جمع المعلومات وادوات البحث:

هي الوسيلة او الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل المشكلة مهما كانت تلك الأدوات بيانات، عينات، أجهزة(3: 122) لمعرفة حل مشكلة الدراسة واختيار فرضياتها اعتمد الباحث على الوسائل الآتية.

1-المصادر العربية والأجنبية.

2-استبيان استطلاعي لمجالات البحث.

3-مقياس (الدعاية النفسية) .

4-الملاحظة الموضوعية.

3-4 **إجراءات البحث الميدانية وتصميم المقياس**

٣ ٤ +**خطوات بناء المقياس**

عند بناء المقياس هناك عدة خطوات يجب على الباحث التقيد بها من اجل بناء المقياس على أسس علمية صحيحة وبما إن الدراسة الحالية تهدف الى بناء مقياس الدعاية النفسية ومن ثم تطبيق المقياس على عينة من اللاعبين لأهمية هذا المقياس في دراستنا قام الباحث بصياغة فقراته بطريقة واضحة ومفهومة وبصيغة المتكلم لكل ، وبشكل تقريري معتمداً على أدبيات الظاهرة وكذلك المصادر والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة فضلاً عن اعتمدنا طريقة ليكرت (Likert) في بناء المقاييس كونها طريقة واسعة .

3-4-2 تحديد محاور المقياس:

من الخطوات المهمة في بناء المقاييس في نظر الباحث تحديد محاور المقياس بشكل دقيق وهذا يعتمد على إمكانية الباحث في الرجوع الى أولويات السمة المراد قياسها وبذألك تم التوصل الى ستة محاور لقياس الدعاية النفسية ثم قام بعرضه على عدد من الخبراء والمختصين من اجل مواقفهم على محور المجالات أو تغيرها أو إضافة بيان رأي الخبراء محاور أخرى لم نهتدي إليها وقد اعتمد الباحث نسبة (80%) فما فوق في اعتماد المحاور المقبولة، وتم اختيار اربعة محاور مقبولة. **وهي** (التأثير الفكري، الشائعات وتقليل القيمة ، التمويه والخداع ، الاستهانه) كما ان المحاور المستبعده هي (التشويه والاساءة،الاستضعاف واستغلال الحاجات،الهانة والتحريض).

3-4-3 إعداد الصيغة الأولية للمقياس.

من أجل بناء مقياس (الدعاية النفسية) وتطبيقه على عينة لاعبي كرة القدم (الدوري العراقي) للمنطقتين(الوسطى والجنوبية) يتطلب الرجوع الى الخطوات الأساسية في بناء المقاييس والمراجع والمصادر المتوفرة في مجال علم النفس الرياضي من اجل صياغة فقرات مناسبة لكل مجال من مجالات المقياس وبعد ذلك تم عرض المقياس بصيغته الأولية على مجموعة من السادة الخبراء والمختصين ليبدوا كل منهم راية وملاحظاته في كل فقرة كونها صالحة لقياس (الدعاية النفسية) أم لا، كما تم تحديد اتجاه الفقرات مع ذكر ما إذا كانت الفقرة في محورها في الاستمارة ام تقع في محور آخر يحدده المُحكّم وذكر ما يراه مناسباً من حذف او إعادة صياغة بعض الفقرات أن كانت بحاجة الى تغيير او تعديل ثم قام الباحث بتوجيه الأسئلة الآتية:

١ -اختار الباحث سلم التقدير الخماسي وحسب البدائل الآتية:

دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً

٢ -طلب الباحث إبداء أي ملاحظات يراها المُحكّمون تزيد من إغناء وترصين الحالة العلمية للمقياس.

وبعد ابدأ المُحكّمين إجاباتهم تم تحليل الفقرات باستخدام النسبة المئوية للتعرف على النسبة المقبولة لكل فقرة والبالغة (75%) فما فوق حيث يذكر بنيامين عن بلوم أن نسبة (75%) مناسبة لاختيار المتغير المطلوب(4: 126) وحذف الفقرات ما دون النسبة المقبولة.

3-5-1تحليل الفقرات إحصائيا :

3-5-1-1 أسلوب المجموعات المتطرفة :

ولغرض حساب القوة التمييزية للفقرة أتبع الباحث الخطوات الآتية :

- تم احتساب الدرجة الكلية من خلال جمع الدرجات التي يحصل عليها المختبر لكل موقف.
- رتب الباحث الدرجات التي حصل عليها لأفراد العينة تنازليا من الأعلى إلى الدرجة الأدنى.
- تم تقسيم الدرجات الى مجموعتين تمثل أحداهما المختبرين الذين حصلوا على أعلى الدرجات وتمثل الثانية المختبرين الذين حصلوا على أدنى الدرجات وكل مجموعة تمثل (27)% من أفراد العينة وبذلك تكونت لدى الباحث مجموعتان (المجموعة العليا والمجموعة الدنيا) أذ مجموع الاستمارات المأخوذة (120) استمارة من أصل (180) استمارة ، حيث تم استبعاد واهمال (60) استمارة بسبب عدم استكمال الاجابات ، وقام الباحث بتطبيق القانون الإحصائي للقوة التمييزية (القوة التائية) نجد ان حدود الاوساط الحسابية للمجموعة العليا قد تراوح (293-362) ونجد ان هناك (13) فقرة كان مستوى دلالتها اكبر من (0.05) مما يدلل عدم وجود فروق معنوية لتلك الفقرات بين المجموعتين العليا والدنيا وعلية استبعدت تلك الفقرات وهي(2-3-4-17-20-21-35-40-44-47-66-79-80)وبذلك اصبح عدد الفقرات(67)فقرة من اصل(80)فقرة وبتسلسل جديد.

3-5-1-2 الاتساق الداخلي

3-5-2-2-1علاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس

استخدم الباحث معامل الارتباط (بيرسون) بواسطة الحقيبة الاحصائية بين فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياسو بعد معالجتها إحصائيا تم حذف خمس فقرات هي رقم (46) ليبقى(66) فقرة علماً إن تم استخراج العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية ودرجة كل فقرة من فقرات المقياس باستخدام طريقة الاتساق الداخلي .

3-6-1 الثبات:

هناك عدة طرق يمكن من خلالها استخراج معامل الثبات وقد اختار الباحث من بيتها طريقتان هما:-

اولاً: طريقة الفا كرونباخ استخدمت هذه الطريقة كونها تستخدم في اي نوع من انواع الاسئلة الموضوعية والمقالية اذ تم استخراج الثبات بهذه الطريقة من خلال تطبيق معادلة (كورنباخ) على افراد عينة بناء كل مقياس باستخدام(Spss) الحقيبة الاحصائية.

ثانيا: طريقة التجزئة النصفية: كذلك استخدام حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية باستخدام الحقيبة الاحصائية وبنفس خطوات معامل الفا كرونباخ الا انه تم تغير الاختيار الى التجزئة النصفية تبين لنا قيم معامل الارتباط بيرسون ومعامل سبيرمان ومعامل الفا كرونباخ، ان معامل ارتباط بيرسون قبل التعديل هو (0.760) بينما معامل سبيرمان كان بعد التعديل (0.863) في حين بلغ معامل الفا كرونباخ (0.943)

3-6-2 المستويات: عبارة عن معايير قياسية تمثل الغرض المطلوب تحقيقه بالنسبة لأي صفة لأنها تتضمن درجات تبين المستويات الضرورية ولهذا يتم إعداد المستويات على أفراد ذو مستوى عال في الأداء(5: 184)

جدول(1)

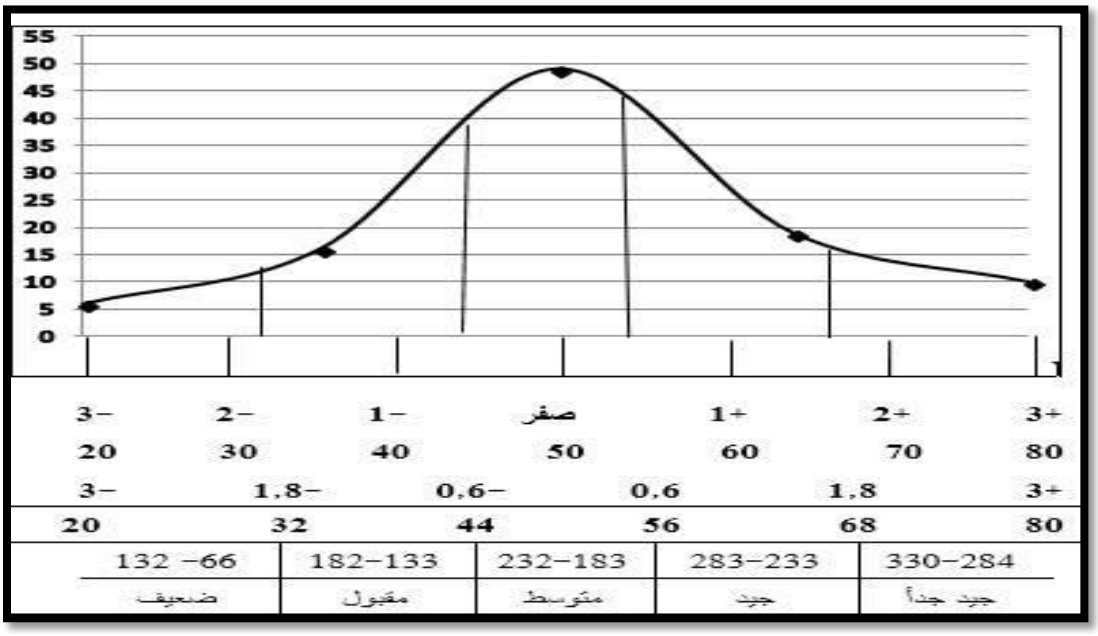
المستويات المعيارية والدرجات الخام وعددها ونسبها المئوية لمقياس الدعاية النفسية

المستويات المعيارية	الدرجات الخام	العدد	النسبة المئوية
ممتاز	**284-330**	**27**	**%22,5**
جيد جدا	**233-283**	**36**	**%30**
جيد	**183-232**	**40**	**%33,33**
متوسط	**133-182**	**11**	**%9,16**
مقبول	**66-132**	**6**	**%5**

3-7 التوزيع الطبيعي

ان معظم الاختبارات العلمية تشترط ان يكون التوزيع طبيعيا وقد تميل الى احد الجانبين بمعدل اكثر من الاخر ويتوقف الحصول على منحنى التوزيع الطبيعي للبيانات على طبيعة العينة وعددها ومدى مناسبة الاختبارات لهذه العينة، فكلما كانت الاختبارات المستخدمة مناسبة للعينة من حيث درجة الصعوبة والسهولة

كان التوزيع طبيعيا وللتعرف على مدى قرب او بعد اجابات العينة فكانت النتائج للاختبار تدل على ان جميع البيانات لمقياس الدعاية النفسية تتوزع طبيعيا مما يسمح باستخدام الاختبارات العلمية في الوسائل الاحصائية وكما في شكل رقم (1)



شكل (1)يوضح التوزيع الطبيعي لأفراد عينة البناء على مقياس الدعاية النفسية

4-1مناقشة النتائج لمقياس الدعاية النفسية : بعد أن قام الباحث بإتمام عملية بناء مقياس الدعاية النفسية المكون من (67) فقرة مقياس بعدها تم تطبيق المقياس على عينة التطبيق الرئيسية اذ تم توزيع (180)استمارة على لاعبي كرة القدم في الدوري العراقي(الممتاز، الاولى) في محافظات (البصرة، بغداد، ميسان ،ذي قار،ديالى) وفي الفترة بين(26-11-2017 ولغاية 3-4-2018) لغرض إجراء العمليات الإحصائية المناسبة على عينة التطبيق حيث بلغ متوسط الحسابي للعينة (209.633) وبانحراف معياري (42.111).

4-2-عرض وتحليل ومناقشة نتائج مستويات مقياس الدعاية النفسية

جدول (2)يبين مستويات مقياس الدعاية النفسية.

الدرجات الخام	المستويات المعيارية	العدد	النسبة المئوية
284-330	**ممتاز**	**27**	**%22,5**
233-283	**جيد جدا**	**36**	**%30**
183-232	**جيد**	**40**	**%33,33**
133-182	**متوسط**	**11**	**%9,16**
66-132	**مقبول**	**6**	**%5**
المجموع	———	**120**	**%100**

يتضح من جدول(1) توزيع افراد عينة التطبيق لمقياس الدعاية النفسية حيث وقع (27) لاعباً ضمن المستوى (ممتاز) وبنسبة المئوية(**22,5%**) اما المستوى (جيدجداً) فقد حصل على (36) لاعباً وبنسبة المئوية (30%) بينما كانت حصت المستوى (الجيد) (40)لاعباً وبنسبة مئوية (**33,33%**) اما بلغ المستوى (متوسط) حصل على (11)لاعباً(9,16%) وكانت حصيلة المستوى (مقبول)هي (6) لاعبين فقط و بنسبة المئوية (5%) ومن خلال ملاحظة جدول (1) تبين ان المستويين (الممتاز،جيد جدا) العينة فيه قد بلغت (63)لاعبلًمن اصل العينة الكلية وبنسبة المئوية (52,5 %) فهي نسبة غير مطلوبة نوعا ما ومتوقعة بشكل طبيعي اذ ان الوصول الى هذا المستوى امر في غايت الصعوبة بسبب ما يحيط بلاعب كرة القدم في الدوري العراقي من ظروف ومشاكل اعلامية لا تخفى عن الجميع والتي تعتبر سبباً مباشراً ومؤثراَ على سلوكيات الافراد داخل هذا الكيان الفائق الاهمية، ان تردي الاعلام في بعض محافظات القطر انعكس سلباً على نفسيات اللاعبين واثر بصفاتهم النفسية بأكملها للبعض من السادة اللاعبين وبالتالي انعطف ذلك على واقع الرياضة ومستوى اللاعبين وانجازاتهم والإنسان الذي يمتلك شخصية قوية لايمكنة ان يتأثر بعوامل الدعايات الاعلامية النفسية. والحاجة إلى هذه القوة من اهم الحاجات للشخصية الرياضية، وتعد الدعاية النفسية عاملاً مهماً من عوامل التأثير النفسي التي يجب ان يتصدى لها الفرد نفسيا لكي يتمتع بشخصية ناضجة متزنة ومنتجة وقادرة على التكيف والانجاز والتطور .

اما بالنسبة للمستوى (جيد) بلغ اعلى المستويات عدداً والذي كان(40)لاعباً وبنسبه مئوية (33.33%) من العينة الكلية وهي نسبة مرتفعة ما يدلل على ان معظم اللاعبين يتمتعون بمستوى جيد من قابيلية على عدم التأثر بالدعاية النفسية ويعزو الباحث ذلك الى ان اللاعبين كغيرهم من ابناء المجتمع بحاجة الى العيش بصدق وثقه وسلام واستقرار نفسي والتحرر من الاكاذيب والخداع والتمويه والاستهانة بقدراتهم وعدم التأثر فكرياً والتوتر والشعور بان لهم مكانة في المجتمع ولهم كل الحب والتقدير من هذا المجتمع وأنهم بحاجة الى ان تعطى لهم الثقة التامة قياساً بقدراتهم الحقيقية وسبب ذلك الى إن لاعبي كرة القدم إذا ما شعروا بهذا الامر فانه سيؤدي إلى تحسين مستواهم وامتلاكهم القابلية على الانجاز والوصول الى المراتب العليا من الاداء والنتائج ومن ثم يكونوا قادرين على الإبداع. ويختلف اللاعبين في استجابتهم إلى التنبيهات والمواقف المختلفة تبعا للفروق الفردية، فالموقف الذي يتضمن تحدياً للاعب ما قد يكون مدهوراً للاعباً أخر ولهذا يشجع الأول على التعامل مع هذا الموقف ويحاول حل المشكلة التي تعرض لها ويرى فرصة لتعزيز ذاته وتقديرها وزيادة إحساسه بالقدرة على عدم الاستجابة السلبية لهذا الموقف والتعامل معه بكل ثقة ، بينما يسعى اللاعب الأخر إلى تجنب هذه المواقف لأنه يرى فيها تقليلاً لقابلياته وشعوره بالنقص وتقديره لذاته، إلى إن الشعور بالتحدي للدعايات النفسية يعد شرطا أساسيا من الشروط الواجب توفرها للاعبي كرة القدم ليس لضمان العلاقة مع زملائه اللاعبين او مكانته في النادي ولكن لضمان الرضا والدافعية نحو التطور والانجازوالارتقاء بأعلى المراتب الرياضية من خلال المستوى الذي يتم الوصول اليه ،ما يهدف الى الاستقرار النفسي واحترام اللاعب

لمهنته الرياضية باعتباره اداة مهمة في المجتمع الرياضي وهذا بطبيعة الحال ناتج من الندوات والتثقيفات التي تصب في تطوير وتحسين نفسيات اللاعبين وتوجيه استجاباتهم النفسية الى مايخدمهم ويخدم مكانتهم الرياضية واندیتهم التي ينتمون اليها،التي بأستطاعت المؤسسات الرياضية ان توفرها والتي تعتبر من الشروط المهمة في استمرار العمل بالمؤسسات الرياضية.

اما المستويين الاخيريين(المتوسط،المقبول) اللذان نسبتهما المئوية (14,16%) وبعدد (17) لاعباً و هذه النسبة تدل على استسلام بعض اللاعبين الى الدعايات النفسية التي يتعرضون لها وكذلك الوضع الاعلامي المتناقض في جميع وسائل الاعلام وعلى الرغم من وجود لاعبين بهذا المستوى الا انه يعتبر جانباً ايجابياً اذا ما قورن بالعدد الكلي لعينة التطبيق البالغة(120)لاعباً وهذا يوكد ان الاغلبية قد تجاوزوا الظروف النفسية الصعبة والمعضلات التي تفرزها الدعايات النفسية اثناء مشوارهم الرياضي أيمانهم برسالتهم الرياضية والوطنية في مواجهة المشكلات والمواقف التي لاتصب في مصلحة الواقع الشخصي والعام ، وسعيهم لأيجاد الحلول المناسبة المناسبة لكل الظروف الصعبة وتمتعهم بثبات انفعالي جيد ولديهم القدرة على عدم الاثارة للمواقف التي تستهدف مشاعرهم النفسية والتي قد يكون مردود التأثر بها سلبيا على كيانهم الرياضي وأنهم يمتلكون القدرات البدنية والنفسية والطاقات الإبداعية في المجال الرياضي والتي يمكن استثمارها من أجل تحقيق أهدافهم الرياضية التي يصبون اليها.

5-الاستنتاجات والتوصيات

5-1الاستنتاجات

1- يعد مقياس الدعاية النفسية أداة يقيس مدى تأثير الدعاية النفسية على لاعبي كرة القدم في الدوري العراقي(الممتاز ،الدرجة الاولى) للمنطقة الوسطى والجنوبية

2-تم التوصل إلى (5) مستويات معيارية لمقياس الدعاية النفسية من المستوى (ممتاز) إلى المستوى (مقبول)

5-2 التوصيات :

1-اهتمام المؤسسات الرياضية (الاندية بالتحديد) بالتأهيل النفسي للاعب كرة القدم وتطوير الصفات الشخصية الجيدة له والحث على عدم التأثر بالدعايات النفسية .

2-الافادة من المقياس المعد من قبل الباحث في معرفة مدى تأثير الدعاية النفسية على لاعبي كرة القدم للدوري العراقي الممتاز (الدرجة الممتازة ، الاولى)

المصادر

1-احمد بدر: اصل البحث العلمي ومناهجة. ط2، وكالة المطبوعات للنشر، الكويت: 1986.

2-ليلى السيد فرحان: القياس المعرفي الرياضي، ط1، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 2001.

3-وجيه محجوب: طرق البحث العلمي ومناهجه.ط1، مطبعة الجامعة، الموصل ،1980.

4-بنيامين واخرون: تقييم تعليم التجميعي والتكويني (ترجمة محمد امين واخرون)،القاهرة1983

5-كمال عبد الحميد إسماعيل و محمد نصر الدين رضوان: مقدمة التقويم في التربية الرياضية ، ط 1، القاهرة، دار الفكر العربي، 1994

فقرات مقياس(الدعاية النفسية)

ت	الفقرات	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	ابداً
1	سماعي لبعض الكلمات المزعجة يؤثر على طريقة تفكيري					
2	اشعر بالخوف من بعض التصريحات الاعلامية					
3	الاشاعات المغرضة تجعلني اكثر ثباتا وقوة في الملعب					
4	اشعر ان بعض الدعايات الرياضية تلتف على الحقيقة					
5	اضهار عيوبي بصورة اعلامية وبشكل استهزائي يقلل من ادائي الرياضي					
6	التفكير فيما يقولة المنافس يضعف الاداء لي ولفريق كرة القدم					
7	الاخبار الرياضية غير الصحيحة عني وعن فريقي تقلقني					
8	يضعف اهتمامي بالتمرين بعد سماعي دعايات مخادعة					
9	وضعي النفسي يجعلني متأثرا باستهزاء الاخرين بشكل واضح					
10	الدعاية الاعلامية السلبية تؤثر علىتفكيري في المباراه					
11	الاعلام الكاذب يجعلني اسعى لاثبات العكس اثناء اللعب					
12	اخشى من تداول اشاعات كاذبة ومخادعة تخصني					
13	اشعر بان الاستهانة بالاخرين مادة اعلامية للبعض					
14	تتوتر اعصابي عند سماعي الاشاعات غير الصحيحة عني					
15	اهتم بتكذيب كل عمليات الخداع التي تستهدفني					
16	الاشاعات الاعلامية المقصودة تضعف روحي المعنوية قبل المباريات					
17	التمويه والخداع يقلل ادراكي بما يدور حولي					
18	أتألم نفسيا عندما اواجه الاعلانات المستهزءة بقدراتي					
19	اقلق كثيرا من الطريقة التي يفكر بها الجمهور باتجاهي					
20	اضطرب نفسيا عند سماعي الاخبار الغير صحيحة عن فريقي					
21	تزداد مخاوفي بسبب وجود اكاذيب ادعائية تخصني					
22	املك ارادة كافية تجعلني غير مهتم بما يردده المستهزئون					
23	بعض الانتقادات النفسية الفكرية تجعلني انفعل بشكل مباريات الدوري واضح في اغلب					
24	تكرار الشائعات واتهامي بتعاطي المنشطات جعلني اخشى الاستهداف من قبل الاعلام					
25	حبي لفريقي يجعلني غير مهتم بكل ادعاء وتمويه يقال عني					
26	اشعر بالخوف الشديد من محاولة استهزاء الاخرين بي					

ت	الفقرات	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	ابداً
27	الافكار النفسية المضادة تزيدني عزيمة واصرار على تحقيق الفوز					
28	اهتم كثيرا بتكذيب الاشاعات وتفنيدها					
29	لا أشعر بالاطمئنان على ادائي خوفا من عمليات الاستهانة بي					
30	اشعر بنفاذ طاقتي النفسية عندما اسمع اخبارا غير صحيحة واكون في حالة تشتت داخل الملعب					
31	الاشاعات تجعلني ملتزما بالتمارين الرياضية بشكل يومي					
32	اشعر بان مهنتي كلاعب يجب ان لا تتاثر بالخداع					
33	تفكيري ببعض الدعايات التي تستهدفني تقلل التزامي بالتدريب بكرة القدم					
34	احاول الرد على المغرضين من خلال ادائي المميز في الملعب					
35	اشعر بقدرتي على تحدي جميع عمليات الخداع والتمويه التي يشنها الخصم علي					
36	انشغالي بتصحيح افكار الاخرين يزيد اهتمامي والتزامي بالوحدات التدريبة					
37	تزداد ثقتي بنفسي في مواجهه الاشاعات عندما اكون بجانب زملائي لاعبي الدوري العراقي بكرة القدم					
38	لا اهتم الى كلمات الجمهور المسيئة					
39	اعدادي النفسي المسبق في النادي يؤهلني لمواجهة الاكاذيب في الوسط الرياضي					
40	لا اهتم باي اشاعات او اي اكاذيب اعلامية					
41	افقد لياقتي النفسية عند سماع التصريح الرياضي المخادع					
42	الكلمات التشجيعية من المدرب تسهم في تجاوز استهانة الاخرين					
43	تقل قابليتي على الاداء عندما اواجة بعض الافكار المتشتتة					
44	اعتقد ان الاشاعات تصدر من الاشخاص الذين يخشونني في المباريات					
45	امتلك الشجاعة الكافية لتصدي كل عمليات الخداع والتمويه					
46	يتأثر تفكيري بصورة واضحة بكل انتقادات الاعلام الرياضي لي					
47	اشعر بعدم الراحة حينما تستهدفني الاشاعات الرياضية					
48	اشعر بان اعدادي النفسي والمهاري والبدني يؤهلني الى مواجهة تمويه المنافس وخداعة					
49	استهزاء البعض بمستواي يجعلني اتدرب كثيرا					
50	اتمالك نفسي عندما يتناول الاعلام اراء ضد فريقي					
51	الاشاعات الاعلامية ترفع من مستوى ادائي					
52	عمليات التمويه من قبل المنافس تعد ظرفا يجب ان اواجهه					

ت	الفقرات	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	ابداً
53	انا لاهتم كثيرا بما يقولة عني الجميع					
54	الهجوم النفسي الفكري يقلل من ثباتي الانفعالي واكون غير متمالكا لنفسي					
55	الهجمات المخادعة تثير اعصابي بشكل سريع					
56	اشعر بأن شخصيتي قوية امام اللاعبين المنافسين لي					
57	الهجوم النفسي الفكري يحد من قدرتي على مواجهه الظروف المباغتة					
58	انا صبور جدا متمالك نفسي لكل ا نواع الاشاعات					
59	انا مواضب على اداء واجباتي الرياضية رغم كل الهجمات الاعلامية المخادعة					
60	وجودي في الدوري العراقي يعطيني الثقة التامة بنفسي					
61	الهجوم النفسي الفكري يؤثر على مواصلتي التمرين بشكل مستمر					
62	الاشاعات المغرضة لا تقلل من قيمتي في الوسط الرياضي					
63	اكتشف مؤخرا بأنني قد انخدعت في الكثير من الامور					
64	الدعاية الاعلامية الايجابية تزيد من كفائتي في المباراة					
65	اشعر باعتزاز الذات وافتخر بنفسي نتيجة الاشاعة الموجهه لي					
66	اعتقد بأن كل مايقولة الاعلام هو عبارة عن اشياء وهمية					