

دور وسائل الإعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين

أ.د/ رشا محمد أشرف

أستاذ علم النفس الرياضي بقسم علم النفس والإجتماع والتقويم الرياضي
كلية التربية الرياضية بنين - جامعة حلوان

أ.م.د/ أحمد سعيد رجب

أستاذ مساعد دكتور بقسم الإدارة الرياضية
كلية التربية الرياضية بنين - جامعة حلوان

معيد/ فادي جندي فرج الله

معيد بقسم علم النفس والإجتماع والتقويم الرياضي
كلية التربية الرياضية بنين-جامعة حلوان

Doi: 10.21608/jsbsh.2024.281895.2699

مقدمة البحث:

شهد العالم العربي في السنوات القليلة الماضية تطورا ملحوظا في مجال وسائل الاتصال والإعلام الحديثة، أصبح للإعلام دور أساسي في نهوض الأمم وتقدم الشعوب نحو تحقيق أهدافها في التحرر والبناء والتطوير في مختلف مواقع الحياة والمجتمع ووصل الأمر بالإعلام الحديث إلى مستوى دقيق وخطير بحيث أصبح الفاعل والمؤثر الأقوى في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية على وجه العموم، ويظهر ذلك من خلال التأثير الحاسم للمادة الإعلامية المعاصرة على حياة الإنسان، ومجريات واقعه الاجتماعي الثقافي في سياق شبكة الإنتاج الثقافي الراهن. (١٩ : ١٨)

الإعلام التفاعلي بصورة أو بأخرى أصبح واقعا ملموسا في حياة الجماهير فمواقع الانترنت تمتلئ بالمشاركين وصفحات التواصل الاجتماعي تناقش القضايا والأحداث وتبلور علي إثرها الإدراك وتكوين اتجاهات الرأي والإعلام التفاعلي يتميز بخصائص او خدمات ملحقة بأي وسيلة اعلامية مسموعة أو مرئية او من حكمها تتيح للجمهور أن يشارك برأيه من خلال الدمج الآني أو المتأني ، وتشمل صفحة للقراء تعرض فيها تعليقاتهم وتعقيبيهم علي ما يطرح من قضايا وأحداث ومواقع التواصل الاجتماعي شبكة تواصل فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء القدامي من الاتصال بعضهم البعض ، وبعد طوال السنوات وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية تعد أيضا مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل فيما بينهم ويسمح للأفراد وضع الصور والفيديوهات المختلفة ويقومون بالتعليقات عليها من طرف المشتركين هذا بالإضافة الي خصائص اخري وتطبيقات توفرها هذه المواقع للمستخدم (٨ : ٨) (١٨ : ٣) (١٠ : ٢٤٣)

تعتبر مشكلة الإعداد النفسي في الوقت الحالي من المشكلات العامة التي تواجه المدربين ، حيث أن مفهوم الإعداد النفسي مازال ينحصر في الكلمات والحوافز المادية فقط والآن أصبحت دول العالم علي علم تام بمختلف طرق تطوير وتنمية عناصر الإعداد المختلفة البدني والمهاري والخططي حتي أصبح التنافس الآن في كيفية تطوير وتنمية عناصر الإعداد النفسي بأحدث الاساليب العلمية لتحقيق النمو الشامل للاعب للوصول إلي أعلى مستوي ممكن لتحقيق الفوز وتجنب الهزيمة وما يرتبط بها من اعباء نفسية مما يؤدي الي الإقلال من الإحساس بالخوف والتوتر والقلق النفسي وعدم الثقة بالنفس ، الكثير من المدربين غير مقتنعين بأن المنافسات الرياضية تمثل اختبار لقدرات اللاعب البدنية والنفسية معا ويهتمون بالاعداد البدني فقط ولا يهتمون بالاعداد النفسي وبالطبع فإن التركيز علي الاعداد البدني وعدم الاهتمام بالاعداد النفسي يؤدي الي تذبذب أو هبوط في مستوي الاداء في التدريب والمنافسة كما يؤدي الي تعرض اللاعبين للاصابات الناتجة عن التدريب الزائد فضلا عن احتمال زيادة حدوث ظاهرة احتراق اللاعب والانسحاب المبكر وعدم استكمال رحلة التدريب والممارسة ،هناك العديد من المدربين الذين يرغبون في مساعدة اللاعب من حيث الاعداد النفسي ولكن لايعرفون الطرق والاساليب المناسبة هؤلاء المدربون لايعتقدون أن الاعداد النفسي مهارات يجب تعلمها والتدريب عليها ، وبالتالي لايخصصون الوقت المناسب للتفكير في أفضل الطرق والأساليب المناسبة للاعداد النفسي لمساعدة اللاعبين . (١٢ : ١٩ ، ٣٩ ، ٤٠)

قد أكدت معظم الدراسات العلمية على أن تحقيق الإنجازات الرياضية العالية يقتضي إعداد اللاعب بقدر مناسب ومستمر ليس فقط من الجانب البدني والمهاري بل أيضاً من الجانب النفسي ، حيث يشكل الدور الذي يقوم به الإعداد النفسي للرياضيين جزءاً لا يتجزأ من عملية تعليم وتربية وتدريب الرياضيين واعدادهم لخوض غمار المنافسات الرياضية ، فالإعداد النفسي للرياضيين يسعى إلى خلق وتنمية الدوافع والاتجاهات الإيجابية التي تركز على تكوين الاقتناعات الحقيقية والمعارف العلمية والقيم الخلقية الحميدة ومن ناحية أخرى العمل على تشكيل وتطوير السمات الإرادية العامة والخاصة لدى الرياضيين ، بالإضافة إلى التوجيه والإرشاد التربوي والنفسي لهم لمساعدتهم على مجابهة المشاكل التي تعترضهم والقدرة على حلها. (١٦ : ١١-١٣)

ساهم علم النفس الرياضي كثيراً في الإعداد النفسي الأمتل للرياضيين إضافة إلى النواحي البدنية المهارية والخططية وان التطوير واستثارة وتنمية بعض السمات النفسية للرياضي لا يعتمد فقط على توجيه والإرشادات النفسية بل هناك أدوات وبرامج أخرى التي من شأنها ان تستثير وتحفز السلوك الرياضي كتعرض الرياضي لبعض وسائل الإعلام الرياضية وقد يكون في بعض الأحيان أكثر تأثيراً من البرنامج النفسي على سلوك اللاعبين مع ذلك نرى ان هناك تهميشاً لدور وسائل الإعلام الرياضي من قبل المدربين وإدارات الأندية في استثارة اللاعبين بشكل أكثر فعالية للتأثير فيهم، إذ إن وسائل الإعلام

تعتمد أساسا في تغطيتها على الأدوار النهائية للمباريات وبأخبار مختصرة وقصيرة مثلا من فاز ومن خسر، دون وجود تركيز على الوحدات التدريبية ووتيرة الإعداد أو اللاعبين المتميزين ومشاكلهم وطموحاتهم واستثارتهم بالشكل المطلوب والايجابي ليقدموا أحسن ما عندهم. (٦ : ٧ ، ٨)

مشكلة البحث:

لاحظ الباحثون من خلال اهتمامهم بدراسة علم النفس الرياضي التطبيقي ومن خلال عملهم في مجال التدريب الرياضي أنه بالرغم من النجاحات العديدة للإعداد النفسي وتفوق اللاعبين الذين يستخدمون برامج الإعداد النفسي عن غيرهم وهناك نماذج عديدة منها ، اللاعب أحمد الجندي لاعب الخماسي الحديث وحصوله علي الميدالية الفضية في اولمبياد طوكيو ٢٠٢٠ م يعد أول مصري يحقق ميدالية أولمبية في الخماسي الحديث ، اللاعبه فيول اشرف لاعبة الكاراتيه هي أول لاعبة مصرية تفوز بالميدالية الذهبية في الالعاب الاولمبية طوكيو ٢٠٢٠ م، اللاعبه هداية ملاك لاعبة التايكوندو تعد أول لاعبة عربية وإفريقية تحصل علي ميداليتين اولمبيتين متتاليتين اولمبياد ريو دي جانيرو ٢٠١٦ وأولمبياد طوكيو ٢٠٢٠ ، وبالرغم من هذه النجاحات الا انه يتم استخدام برنامج للإعداد النفسي للقليل من الفرق الرياضية اثناء التدريب أو المنافسات ولا يوجد اهتمام من المدربين بالجانب النفسي وتقتصر ثقافة الاعداد النفسي لديهم علي الكلمات والحوافز المادية وكذلك أولياء الأمور والكثير من اللاعبين، لقد لاحظنا جميعا اخفاق المنتخب المصري لكرة القدم في الفترة الاخيرة في كثير من المباريات وبخلاف الاسباب البدنية والخطئية والمهارية التي تتميز بالاستقرار ولا يطرأ عليها التغيير عادة إلا بسبب الإصابة أو المرض الا ان السبب يعود الي عدم استخدام برامج الإعداد النفسي وهذا حال الكثير من الفرق في مختلف الالعاب الرياضية الفردية والجماعية ، لقد لاحظ الباحثون أن الإعلام التفاعلي متمثل في مواقع التواصل الاجتماعي أصبح موضوع الساحة والساعة والابرز في حياة الانسان حيث اصبح عدد كبير جدا إن لم يكن الجميع من اللاعبين والمدربين وأولياء الامور لديهم حسابات علي مواقع التواصل الاجتماعي والكثير منهم يتابع ويتفاعل علي هذه المواقع بشكل يومي وأوقات كثيرة من اليوم ، تطورت بشكل كبير واصبحت جميع الشركات والمنظمات والأندية والعديد من الجهات الرياضية تستخدمها من اجل تحقيق اهدافهم ، وشغف الباحثون وحبهم وإيمانهم بدور الإعداد النفسي فقد جاءت فكرة البحث الحالي حول وضع اقتراحات لتفعيل دور الإعلام التفاعلي في نشر وتدعيم ثقافة الإعداد النفسي للرياضيين من خلال الاعلام التفاعلي ، وبعد الاطلاع علي العديد من المراجع العلمية قد تكون هذه الدراسة وعلي حد علم الباحثون من الموضوعات الحديثة والتي لم يسبق دراستها لنشر وتدعيم ثقافة الاعداد النفسي للرياضيين عن طريق استخدام الاعلام التفاعلي محاولة بذلك توضيح مفهوم واهمية الاعداد النفسي ، واهدافه، برامجه وادواره لدي اللاعبين والمدربين وأولياء الامور باستخدام الاعلام التفاعلي متمثلا في مواقع التواصل الاجتماعي في نشر هذه الثقافة وتصحيح المفاهيم المغلوطة عن

الإعداد النفسي للرياضيين ، حيث لا يستطيع البعض معرفة الفرق بين الطبيب النفسي والاختصاصي النفسي الرياضي وشاهدنا أحد اكبر الاندية المصرية واستدعاء طبيب نفسي للفريق الاول لكرة القدم وهذا يعني عدم معرفة الفرق بين الاعداد النفسي للرياضيين والعلاج النفسي ، و الاعلام التفاعلي يتميز بالتفاعل السريع والمستمر مع الرياضيين ويسمح لهم بمشاركة رأيهم من خلال تعليقاتهم وتعليقاتهم علي مايطرح من قضايا وأحداث ، لذا تبلورت فكرة البحث في محاولة توضيح " دور وسائل الإعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين " .

أهمية البحث :

الأهمية العلمية والتطبيقية :

يسهم البحث الحالي في زيادة الكم المعرفي حول علم النفس في المجال الرياضي وبما يمكن ان ينعكس علي فهم صحيح لطبيعة هذا المجال والتخصص وفقا للأنشطة الرياضية المختلفة حسب طبيعتها وما يتبع ذلك من الكشف عن الحقائق التي تساعد اللاعبين في تعديل وتطوير الكثير من سلوكهم وتصرفاتهم لتحقيق المزيد من الاهتمام بالجانب النفسي كمكمل للاعداد الجيد للرياضي مع باقي جوانب الفرد (البدنية - المهارية - الفنية - الخططية) بصورة تحقق مزيد من فاعلية الاداء خلال التدريب عامة والمنافسات خاصة .

هدف البحث :

- يهدف البحث الي التعرف علي دور الاعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين وذلك من خلال تحديد:

- ١- دوافع استخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي .
- ٢- المضامين التي يسعى اللاعبيين للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي .
- ٣- نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبيين .
- ٤- نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبيين .

تساؤلات البحث :

- يسعى البحث إلي الإجابة علي التساؤلات التالية :

- ١- ما هي دوافع استخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي .
- ٢- ما هي المضامين التي يسعى اللاعبيين للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي .
- ٣- ما هي نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبيين .
- ٤- ما هي نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبيين .

مصطلحات البحث:

- الإعلام التفاعلي **interactive media**

عبارة عن خصائص او خدمات ملحقة بأي وسيلة اعلامية مسموعة أو مرئية او من حكمها تتيح للجمهور أن يشارك برأيه من خلال الدمج الآني أو المتأن ، وتشمل صفحة للقراء تعرض فيها تعليقاتهم وتعقيباتهم علي ما يطرح من قضايا وأحداث. (٧:٨)

- الإعداد النفسي للرياضيين **Psychological preparation of athletes**

إعداد وتأهيل الرياضي من الناحية الذهنية والسلوكية للوصول للحالة المثالية للأداء أثناء ممارسة النشاط الرياضي . (٢٠:١٢)

الدراسات المرتبطة:

أولاً: الدراسات المرتبطة العربية:

١- قام رامي حسين حسني (٢٠١٢) (١١) دراسة بعنوان (دور الاعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني- دراسة ميدانية علي طلبة الجامعات في قطاع غزة) هدفت الدراسة بشكل رئيسي الي التعرف علي الدور الذي يقوم به الاعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني في قطاع غزة واستخدم الباحث المنهج المسحي لعينة (٤٩٢) طالبا وطالبة من الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة وهم من اكثر فئات المجتمع الفلسطيني استخداما للانترنت. والاعلام التفاعلي وكانت نتائج الدراسة اظهرت ان الفيس بوك اكثر وسائل الاعلام التفاعلي استخداما لدي المبحوثين من طلبة الجامعات يليه البريد الالكتروني ثم اليوتيوب وينسب متفاوتة لكل من تويتر والمدونات ، ان الطلبة يتقون في الاعلام التفاعلي للحصول علي المعلومات ، وبالذور الذي يقوم به في تشكيل الثقافة لدي المبحوثين وبنسبة تصل الي (٧٠%) ، ان للاعلام التفاعلي دورا ايجابيا في تشكيل الثقافة لدي المبحوثين من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة بنسبة (٧٤%) .

٢- قامت رنا مروان العيسي (٢٠٢٠) (١٣) دراسة بعنوان (دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدي الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين) يهدف البحث تقصي وجهة نظر المدربين الرياضيين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدي الشباب الأردني وشملت منهجية البحث (المنهج الوصفي) وشملت عينة ومجتمع البحث(٣٢٨) مدرب رياضي (ذكور وإناث) العاملين في النوادي الرياضية GYMS في عمان، وكانت أهم النتائج ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في نشر الثقافة الرياضية ،الفيسبوك والانستغرام واليوتيوب هم اكثر المواقع استخداما من قبل المدربين الرياضيين هذه المواقع يمكن ان تغيير المفاهيم الخاطئة المنتشرة حول التمارين الرياضية وطرق اللعب الصحيح .

٣- قام أحمد عبدالفتاح سيد (٢٠٢٣) (٣) دراسة بعنوان (إيجابيات وسلبيات الإعلام التفاعلي خلال

الأزمات) يهدف البحث التعرف علي دور الإعلام التفاعلي من خلال رفع ثقافة المجتمع ككل وذلك من خلال الأزمات باستخدام كافة وسائل الإعلام التفاعلي التي يتعرض لها وشملت منهجية البحث (المنهج الوصفي) وشملت عينة ومجتمع البحث ، بالطريقة العشوائية وعددها (103) فرد تمثل مجتمع البحث، طلاب من الجنسين لمراحل التعليم المختلفة، العاملين في المجال الرياضي سواء(صحفيين - إعلاميين - أعضاء هيئة تدريس)، موظفين في مجالات مختلفة مثل (مهندسين - محامين - تجاريين - مدرسين) وذلك لضمان الوصول إلى أعلى مؤشر للرأي العام المجتمعي وكانت أهم النتائج إن الإعلام التفاعلي له إيجابيات عديدة يعد من خلالها الدور الأمثل له وهو التوعية ، التوجيه ، الإرشاد ، المعرفة وكذلك يستطيع الإعلام التفاعلي بناء الرأي العام المجموعة من الافراد وجعل أي قضية أو حدث محل نقاش من خلال إلقاء الضوء عليها و تغطيتها بصورة مباشرة وفي نفس الوقت يمكن لوسائل الإعلام التفاعلي أن تلعب دورا سلبيا عندما تساعد علي نشر العنف والتعصب أو عدم تقدير محتوى يرفع من ثقافة الجمهور أو عندما يقدم معلومات غير صحيحة مما يسبب الإشاعات وإثارة البلبلة .

ثانيا: الدراسات المرتبطة الاجنبية:

٤- قام " Nisar وآخرون" (٢٠١٨) (٢٢) بدراسة بعنوان "إستخدام الأندية الرياضية لوسائل التواصل الاجتماعي لزيادة اهتمام المشاهدين" يهدف هذا البحث إلى إلقاء نظرة ثاقبة على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتسويق عبر الإنترنت تستخدمها الأندية الرياضية، فهم كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة تفاعل العملاء واهتمام المشاهدين، استخدم الباحث المنهج الوصفي وقام بتطبيق طريقتين متكاملتين بما في ذلك مقياس جديد لتحليل وتحديد تفاعل موقع الويب وتفاعل Facebook (٣٢) نادياً لكرة القدم تشارك في كأس أبطال أوروبا ٢٠١٤-٢٠١٥، تم استخدام ستة عناصر من سبع نقاط في المقياس لقياس مدى اعتقاد الشخص بأن موقع الويب يسمح بالتدفق الحر للمعلومات، تم استخدام ارتباط بيرسون لصفحات الفيسبوك لاستكشاف قوة العلاقة بين متغيرين، وتحليل تفاعل المشاهدين، لقد وجد أن زيادة تفاعل العملاء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي يمكن اعتبارها جذابة ويمكن أن تزيد من نسبة المشاهدة، كما وجد البحث أن مستوى تفاعل موقع الويب الخاص بنادي كرة قدم معين لا يعتمد على أدائه خلال البطولة لا يبدو أن تلك الأندية التي تقدم أداءً جيداً، أو الموجودة في مجموعة أعلى في أبطال أوروبا، تتفاعل مع جماهيرها بشكل أفضل من المجموعات الأدنى. وأكدت نتائج الانحدار المتعدد هذه النتائج، و تشير نتائج البحث في المقام الأول إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي شكل فعال من أشكال التسويق ويمكن أن تكون مفيدة في جذب المتفرجين إلى منظمة رياضية، إذا تم استخدامها بشكل مناسب.

٥- قام " Imran Akhmad وآخرون" (٢٠٢١) (٢١) بدراسة بعنوان "الإعلام التفاعلي لتحسين فهم تقنيات كرة القدم الأساسية في فترة الوياء" يهدف هذا البحث إلى إنتاج منتجات كرة قدم تفاعلية

متعددة الوسائط في موضوعات التربية البدنية الرياضية المستخدمة في برامج التعلم الخاصة خلال جائحة Covid-19، تم استخدام المنهج الوصفي وكانت عينة البحث تشمل تجارب المرحلة الأولى لما يصل إلى (٣٠) شخصًا وتجارب المجموعة الثانية بما يصل إلى (٣٠) شخصًا حيث يستخدم (٦٠) شخصًا النسبة المئوية والكمية، وتم إجراء هذا البحث لإنتاج التعلم الوسيط المسمى باسم "TDSB" مع التطبيق لمعرفة مدى فعالية وكفاءة المنتج المستخدم البحث الذي استخدمه الباحثون طريقة بحث وتطوير تنقسم إلى (٣) مراحل ، وهي ؛ (١) مرحلة ما قبل التطوير ، يتم تنفيذ هذه المرحلة لتحليل الاحتياجات من خلال مسح مستوى احتياجات المنتج للمستخدمين ، وإعداد الأدوات والتشاور مع الخبراء. (٢) مرحلة التطوير ، وتطوير المنتجات بدءًا من تصميم المنتج الأولي وصياغة البرنامج النصي الوسائط المتعددة التفاعلية خلال تجارب المجموعات الصغيرة ، تحسينات المرحلة الأولى، التجارب الجماعية الكبيرة، المرحلة الثانية التحسينات والإنتاج الضخم، (٣) مرحلة التقييم وتنفيذ نتائج المنتج والمنتج العقيدة كأدوات إعلامية للتعلم، وكانت نتائج إجراء البحوث حول التعلم من خلال مادة الوسائط المتعددة التفاعلية ممتازة عن كرة القدم وبنسبة مئوية ٨٠% لأن المادة مقدمة كاملة وشكل المقال الشرح واضح يقول كلا من ١٥% و ٥% فقط أجاب لا.

خطة وإجراءات البحث:

منهج البحث:

استخدم الباحثون المنهج الوصفي لملائته لطبيعة البحث .

مجتمع وعينة البحث:

يمثل مجتمع البحث جميع ناشئي بعض الأنشطة الرياضية (الفردية-الجماعية) للموسم الرياضي (٢٠٢٣-٢٠٢٤) وتم اختيار عينة البحث الأساسية بالطريقة العشوائية من ناشئي بعض الألعاب (الفردية-الجماعية) والمكونة من (١٢٠) فردا في المرحلة السنوية من (١٥-١٩) سنة للموسم الرياضي (٢٠٢٣م)، كما استعان الباحثون بعدد (٣٠) فردا من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية بهدف إجراء المعاملات العلمية (الصدق- الثبات) .

جدول (١) توصيف عينة البحث الأساسية والاستطلاعية (ن = ١٥٠)

العينة الإستطلاعية		العينة الأساسية		الفئة
العدد	%	العدد	%	
٣٠	٢٥%	١٢٠	١٠٠%	اللاعبين

يتضح من جدول (١) أن العينة الأساسية للبحث التي تم إختيارها بالطريقة العشوائية قد بلغت

(١٢٠) فردا ، كما بلغت العينة الإستطلاعية (٣٠) فردا .

ادوات جمع البيانات:

* أستطلاع رأي " دور الإعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين" (إعداد الباحثون) من خلال اتباع الخطوات الآتية .:

- ١- قام الباحثون بالمسح المرجعي للقراءات النظرية والدراسات المرتبطة العربية والاجنبية .
- ٢- تم استطلاع رأي الخبراء علي محاور وعبارات الإستمارة (مرفق ٢) من الفترة (١١/١) - (٢٠٢٣/١١/١٦) ، كما ان بلغ عدد الخبراء (٧) خبراء وتم اختيارهم علي ان يكون استاذًا أو استاذًا مساعد في مجال الادارة الرياضية ،علم النفس الرياضي لا تقل خبرتهم عن (١٠ سنوات) (مرفق ١) أسماء السادة الخبراء ، تراوحت النسبة المئوية لاراء الخبراء حول مدي مناسبة محاور وعبارات الاستبيان ما بين (٧٥%، ١٠٠%) ، وبناءا على ذلك تم موافقة الخبراء على جميع محاور الاستبيان حيث كانت نسب الموافقة اكثر من (٧٥%) وهي النسبة التي ارتضاها الباحثون.
- ٣- قام الباحثون بإجراء دراسة إستطلاعية من خلال تطبيق الاستبيان في صورته النهائية (مرفق ٣) على العينة الاستطلاعية التي بلغ قوامها (٣٠) مفحوص من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية ، وذلك لحساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق حساب معامل الارتباط (بيرسون) بين كل عبارة والمحور التي تندرج تحته، وبذلك يتحقق صدق التكوين الفرضي للاستبيان على أساس إفتراض أن الدرجات الفرعية تعد مؤشرًا جيدًا للدرجة الكلية، وذلك في الفترة من (١٢/١٥ - ٢٣/١٢/٢٠٢٣).
- ٤- بعد تحديد العينة واختبار أدوات جمع البيانات والتأكد من صدقها وثباتها قام الباحث بتطبيق الاستبيان (مرفق ٤) في صورته النهائية بعد المعاملات العلمية على جميع أفراد العينة قيد البحث والبالغ قوامهم (١٢٠) ، وكانت فترة التطبيق من (١٠/١ - ١٥/١٢/٢٠٢٤) .

حساب المعاملات العلمية:

أولاً: حساب معامل الصدق (صدق الاتساق الداخلي)

جدول (٢) قيم الارتباط بين العبارة والمحور التي تنتمي إليه (ن = ٣٠)

م	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع
١	*.٧٧٤	*.٧٧٣	*.٦٩٨	*.٥٦٨
٢	*.٧٧٥	*.٨١٤	*.٨٤١	*.٧٨٢
٣	*.٦٠٠	*.٧٠٧	*.٧٨١	*.٥٦٣
٤	*.٦٢٢	*.٧١٤	*.٧٨٦	*.٥٧٠
٥	*.٦٦٨	*.٧٧٩	*.٧٤١	*.٤٢٤
م	المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع
٦	*.٧٤٢	.٨٨٨	*.٦٠٨	*.٥٥٦
٧	*.٧٧٤	*.٧٢٣	*.٦٠٨	*.٤٨١
٨	*.٤٧٥	*.٧٧٩	*.٧٧٠	*.٧٤٠

*٠.٦٢٢	*٠.٧٤٥	*٠.٦٤٣	*٠.٨٣٢	٩
	*٠.٧٦٧		*٠.٧٧٥	١٠
			*٠.٨١٨	١١

*قيمة (ر) الجدولية عند مستوي دلالة (٠.٠٥) = (٠.٣٦١)

يتضح من جدول (2) انه يوجد ارتباط ذات دلالة احصائية بين درجة كل عبارة والمحور التي تنتمي إليه عدا (١) عبارة غير دالة احصائيا وبذلك تم التوصل للصورة النهائية مكونة من (٣٩) عبارة ، حيث أصبح المحور الأول (دوافع إستخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي) يتكون من (١١) عبارة ، والمحور الثاني (المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي) يتكون من (٩) عبارات ، والمحور الثالث (نقاط القوة في إستخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) يتكون من (١٠) عبارات ، والمحور الرابع (نقاط الضعف في إستخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) يتكون من (٩) عبارات .

ثانيا : حساب معامل الثبات : (الفا كرنباخ)

جدول (3) قيم ألفا كرنباخ لحساب ثبات الاستبيان (ن = ٣٠)

البيان	القيمة
معامل الارتباط	٠.٥٨٦
معامل جتمان	٠.٦٩٦
معامل الفا للجزء الأول	٠.٩٤٨
معامل الفا للجزء الثاني	٠.٨٥١

يتضح من جدول (3) ان معامل الارتباط بين الجزئين (٠.٥٨٦) وهي قيمة مرضية لقبول ثبات الاستمارة.

خطوات البحث :

أ . الدراسة الاستطلاعية :

قام الباحثون بأجراء دراسة استطلاعية لأدوات جمع البيانات بتطبيق الاستبيان على عينة من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية قوامها (٣٠) ثلاثون فرداً في الفترة من (١٥/١٢-٢٣/١٢/٢٠٢٣) وذلك بغرض حساب المعاملات العلمية للإستمارة .

ب . الدراسة الاساسية :

قام الباحثون بتطبيق الاستبيان على جميع أفراد العينة قيد البحث والبالغ قوامهم (١٢٠) فردا ، وكانت فترة التطبيق وذلك من الفترة (١٠/١-١٥/٢/٢٠٢٤) ..

المعالجات الإحصائية المستخدمة :

بعد جمع البيانات وجدولتها تم معالجتها إحصائياً ، واستخدم الباحثون برنامج SPSS حيث استخدم الأساليب الإحصائية الآتية :

- ١- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 ٢- قيم الارتباط بيرسون لحساب الصدق.
 ٣- قيم الفا كرونباخ لحساب الثبات.
 ٤- التكرار والنسبة المئوية (%).
 عرض ومناقشة النتائج:

جدول (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإستجابات اللاعبين علي محاور الاستبيان (ن = ١٢٠)

م	المحور	م	ع
١	دوافع إستخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي	٢٥.١٣	٧.٢٤
٢	المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي	٢١.٢٧	٥.٧٣
٣	نقاط القوة في إستخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين	٢٣.٥٢	٥.٩٩
٤	نقاط الضعف في إستخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين	١٦.٩٩	٤.٠١

تفاوتت قيم المتوسطات الحسابية لإستجابات اللاعبين علي محاور الإستبيان ، حيث جاء أعلى متوسط حسابي للمحور الأول بقيمة (٢٥.١٣) وأقل متوسط حسابي المحور الرابع بقيمة (١٦.٩٩).

جدول (5) التكرارات و النسب المئوية لإستجابات اللاعبين علي عبارات المحور الأول

(دوافع اسخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي) (ن = ١٢٠)

الترتيب	%	مجموع الدرجات المقدره	موافق		الي حد ما		غير موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١١	٧٢.٧	٢٦٢	٥٢.٥	٦٣	١٣.٣	١٦	٣٤.٢	٤١	١. أنها مصدر من مصادر الحصول علي المعلومات في مجال الإعداد النفسي .
٩	٧٣.٦	٢٦٥	٥٤.٢	٦٥	١٢.٥	١٥	٣٣.٣	٤٠	٢. تسهم في تحديث معلوماتي عن الإعداد النفسي .
٥	٧٦.٩	٢٧٧	٤٨.٣	٥٨	٣٤.٢	٤١	١٧.٥	٢١	٣. تملئ وقت فراغي بما يفيد .
١	79.1	٢٨٥	٥٩.٢	٧١	١٩.٢	٢٣	٢١.٧	٢٦	٤. تصحح بعض المعلومات الخاطئة عن المجال النفسي للرياضيين .
٨	٧٥.٨	٢٧٣	٥٣.٣	٦٤	٢٠.٨	٢٥	٢٥.٨	٣١	٥. ترضي شغفي وحب الإستطلاع لدي عن الإعداد النفسي للرياضيين .
٥	٧٦.٩	٢٧٧	٥٠.٨	٦١	٢٩.٢	٣٥	٢٠.٠	٢٤	٦. تتيح لي الفرصة في متابعة آخر التطورات في المجال الرياضي بشكل عام .
٣	٧٧.٧	٢٨٠	٥٤.٢	٦٥	٢٥.٠	٣٠	٢٠.٨	٢٥	٧. تتيح لي فرص للتواصل مع شخصيات مرموقة في مجال الإعداد النفسي .
٤	٧٧.٥	٢٧٩	٥٧.٥	٦٩	١٧.٥	٢١	٢٥.٠	٣٠	٨. أستطيع من خلالها التعرف علي أحدث ما توصل اليه الإعداد النفسي

٧	٧٦.١	٢٧٤	٥٣.٣	٦٤	٢١.٧	٢٦	٢٥.٠	٣٠	٩. أستطيع من خلالها إنتقاء أفضل المعدين النفسيين في المجال للتعامل معهم في المجال المهني
٢	٧٨.٠	٢٨١	٥٨.٣	٧٠	١٧.٥	٢١	٢٤.٢	٢٩	١٠. تمكيني من تعلم بعض مهارات الإعداد النفسي لأطبقتها علي(نفسى _ فريقي زملائي...).
١٠	٧٣.٠	٢٦٣	٤٩.٢	٥٩	٢٠.٨	٢٥	٣٠.٠	٣٦	١١. تكسبني بعض المهارات في التعامل مع الأفراد الرياضيين .

يتضح من جدول (5) ما يلي:

- تفاوتت إستجابات اللاعبين علي المحور الأول (دوافع إستخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي) .
- حيث احتل الترتيب الأول العبارة رقم (٤) بنسبة مئوية قدرها (٧٩.١%) والتي تنص علي (تصح بعض المعلومات الخاطئة عن المجال النفسي للرياضيين)، ويرى الباحثون أن من دوافع اللاعبين لإستخدام الإعلام التفاعلي هي تصحيح المعلومات الخاطئة عن الإعداد النفسي والخط الذي يحدث بين أدوار الإخصائي النفسي الرياضي والطبيب النفسي وهو أول ما يبدء بتوضيحه صناع المحتوى عن الإعداد النفسي للرياضيين وبعض التدريبات والمفاهيم الصحيحة عن الإعداد النفسي للرياضيين مما يدفع اللاعبين نحو الإعلام التفاعلي وتصحيح المعلومات التي قد تكون خاطئة لديهم .
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة رأفت مهند عبدالرازق (٢٠١٣) (١٤) والتي توصلت نتائجها إلي أن شبكات التواصل الإجتماعي ذات موضوعية ومصداقية وتستحق المتابعة حيث جاءت بنسبة مرتفعة وأنها أيضا أصبحت المكان الأنسب لطرح القضايا.
- بينما احتل الترتيب الأخير العبارة رقم (١) بنسبة مئوية قدرها (٧٢.٧%) والتي تنص علي (أنها مصدر من مصادر الحصول علي المعلومات في مجال الإعداد النفسي) ويرى الباحثون يرجع ذلك الي ان المعدين النفسيين أعداد قليلة جدا يقوم بنشر ثقافة الإعداد النفسي من خلال وسائل الإعلام التفاعلي ولكن يعد الإعلام التفاعلي مصدرا هاما من مصادر المعلومات في مجالات أخرى .
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة هدير ابراهيم يحي (٢٠٢١)(٢٠) وفرة مصادر المعلومات والبيانات في الإعلام التفاعلي من مقالات وأراء شخصية إلى أبحاث علمية ورسائل بالإضافة إلى الكتب العلمية والأدبية وكل هذا يساعد على رفع وعي المبحوثين وتفتح آفاقهم إلى ما هو جديد وخاص بنوع المعلومات المطلوبة.
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة حيدر محمد (٢٠١٢)(٧) والتي توصلت نتائجها إلي أن الواقع وراء إهتمام أفراد العينة بالمواقع الإجتماعية هو إضافة معلومات وثقافة جديدة وتشكيل رأي عام

موحد مع الآخرين مع الإعتبار بالتزام المواقع بمسئولياتها تجاة تقديم المعلومات للمتلقي وأن نسبة ٢٦% يوافقون بشدة علي أن المواقع الإجتماعية تعد أداة للتثقيف.

وبذلك تم الرد علي التساؤل الأول للبحث الذي ينص علي : " ماهي دوافع إستخدام اللاعبين

للإعلام التفاعلي في مجال الإعداد النفسي ؟"

جدول (6) التكرارات و النسب المئوية لإستجابات اللاعبين علي عبارات المحور الثاني

(المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي) (ن = ١٢٠)

الترتيب	%	مجموع الدرجات المقدره	موافق		الي حد ما		غير موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩	٧٣.٣	٢٦٤	٥٥.٠	٦٦	١٠.٠	١٢	٣٥.٠	٤٢	١. تدريبات المهارات النفسية
٦	٧٨.٦	٢٨٣	٥٧.٥	٦٩	٢٠.٨	٢٥	٢١.٧	٢٦	٢. التعليمات التي يجب مراعاتها (قبل- أثناء- بعد) البطولات
١	٨٣.٨	٣٠٢	٦٨.٣	٨٢	١٥.٠	١٨	١٦.٧	٢٠	٣. التأثيرات الإيجابية والسلبية للاغذية قبل المنافسات
٢	٨١.٦	٢٩٤	٦٤.٢	٧٧	١٦.٧	٢٠	١٩.٢	٢٣	٤. أوقات وفترات النوم المثالية قبل المنافسات
٣	٨٠.٢	٢٨٩	٦١.٧	٧٤	١٧.٥	٢١	٢٠.٨	٢٥	٥. إدارة الإنفعالات قبل المنافسات
٥	٧٨.٨	٢٨٤	٥٨.٣	٧٠	٢٠.٠	٢٤	٢١.٧	٢٦	٦. إدارة قلق المنافسات
٤	٨٠.٠	٢٨٨	٦٢.٥	٧٥	١٥.٠	١٨	٢٢.٥	٢٧	٧. التعرف علي الروتين اليومي للأبطال الدوليين
٨	٧٥.٨	٢٧٣	٥٤.٢	٦٥	١٩.٢	٢٣	٢٦.٧	٣٢	٨. السلوكيات والممارسات التي تؤثر سلبيا علي الفورمة النفسية للرياضيين
٧	٧٦.٦	٢٧٦	٥٥.٨	٦٧	١٨.٣	٢٢	٢٥.٨	٣١	٩. التعرف علي المشكلات الشائعة في مجال الإعداد النفسي التي يعاني منها الرياضيين

يتضح من جدول (6) ما يلي:

- تفاوتت إستجابات اللاعبين علي المحور الثاني (المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي) .
- حيث احتل الترتيب الأول العبارة رقم (٣) بنسبة مئوية قدرها (٨٣.٨%) والتي تنص علي (التأثيرات الإيجابية والسلبية للاغذية قبل المنافسات) (يري الباحثون يرجع ذلك إلي أن يسعى اللاعبون للتعرف علي كل ما يساعدهم لتحقيق أفضل اداء في المنافسات ويعد موضوع التأثيرات النفسية الإيجابية والسلبية للاغذية من الموضوعات الحساسة والتي لا يعرف عنها الكثير لذلك من اهم المضامين

- التي يسعى اللاعبون التعرف عليها من خلال استخدامهم لوسائل الإعلام المختلفة.
- تتفق هذه النتيجة مع (ابو العلا عبدالفتاح (٢٠٠١)) (١) التغذية الصحيحة للرياضي تنبني الاساس للمستويات الرياضية ، فبالرغم من عدم وجود غذاء خاص لرفع مستوي الأداء الرياضي ، إضافة الي ذلك يمكن أن تؤدي التغذية الخاطئة إلي اضطرابات في الصحة العامة والنفسية الذي يؤدي بدوره الي ضع مستوي الأداء الرياضي
 - تتفق هذه النتيجة مع أحمد علي حسن وآخرون (٢٠١٧) (٢) معرفة نوع الغذاء المناسب للاعب قد يؤدي الي نتائج ايجابية بما يحقق المستوي الرياضي المطلوب ، ولقد اكتسبت التغذية أهمية بالنسبة للاعبين لما أظهرته من ارتباط بين الصحة الجسمية والعقلية والنفسية والإجتماعية والتغذية للرياضيين .
 - بينما احتل الترتيب الأخير العبارة رقم (١) بنسبة مئوية قدرها (٧٣.٣) والتي تنص علي (تدريب المهارات النفسية) يري الباحثون ان ذلك يؤكد علي الثقافة الضعيفة بالإعداد النفسي للرياضيين ويرجع ذلك لعدم فهم ما هي المهارات النفسية وأيضاً عدم وجود محتوى علي مواقع الإعلام التفاعلي المختلفة خاص بالإعداد النفسي وتدريب المهارات النفسية (كالإسترخاء ، والتصور العقلي ، والحديث الذاتي إلخ) .
 - يتفق رأي الباحثون مع أسامة كامل راتب (٢٠٠٤) (٤) عندما تسأل معظم اللاعبين عن أهمية المهارات النفسية في مواقف المنافسة فإنهم يجمعون علي ان المهارات النفسية تسهم بنسبة تتراوح بين ٨٠ و ٩٠ % ، اي يزيد تأثيرها كثيراً في نجاح الأداء في المنافسة ويرجع ذلك الي ان اعتقاد بعض المدربين واللاعبين ان المهارات النفسية لا تحتاج الي تدريب او أنهم لا يعرفون كيف يمكن تعليمها وتطبيقها كما يعتقد البعض الاخر من المدربين انها ليست من اختصاصهم وبغض النظر عن من المسئول عن تدريب المهارات النفسية فإن اللاعب يجب أن يأخذ فرصته من التدريب النفسي بالقدر الذي يسمح له بإظهار أفضل مقدره بدنية ونفسية في مواقف التدريب والمنافسة .

وبذلك تم الرد علي التساؤل الثاني للبحث الذي ينص علي : " ماهي المضامين التي يسعى

اللاعبين للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي ؟"

جدول (7) التكرارات و النسب المئوية لإستجابات اللاعبين علي عبارات المحور الثالث

(نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) (ن = ١٢٠)

الترتيب	%	مجموع الدرجات المقدره	موافق		الي حد ما		غير موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩	٧٣.٣	٢٦٤	٥٣.٣	٦٤	١٣.٣	١٦	٣٣.٣	٤٠	١. يمكنني الحصول علي المعلومات التي أحتاجها في أي وقت متاح بالنسبة لي فهو

وسيلة توفر الوقت									
٥	٧٩.٤	٢٨٦	٦٠.٠	٧٢	١٨.٣	٢٢	٢١.٧	٢٦	٢. أستطيع متابعة المحتوى من اي مكان أتواجد به فهو وسيلة توفر مجهود وتكاليف الإنتقال .
٣	٨٠.٥	٢٩٠	٦٠.٨	٧٣	٢٠.٠	٢٤	١٩.٢	٢٣	٣. أختار المضامين التي احتاجها بالضبط دون فرض أو قيود .
٦	٧٨.٣	٢٨٢	٥٥.٠	٦٦	٢٥.٠	٣٠	٢٠.٠	٢٤	٤. أتابع من أرغب أن استفيد منه من خبراء علم النفس الرياضي .
١	٨٣.٣	٣٠٠	٦٣.٣	٧٦	٢٣.٣	٢٨	١٣.٣	١٦	٥. أعبر عن آرائي بحرية في المحتوى المعروض بإستخدام طرق مختلفة
٣	٨٠.٥	٢٩٠	٥٦.٧	٦٨	٢٨.٣	٣٤	١٥.٠	١٨	٦. أستفيد من تعليقات الجروب علي مختلف الموضوعات المقدمة عن الإعداد النفسي .
٨	٧٦.٦	٢٧٦	٥٤.٢	٦٥	٢١.٧	٢٦	٢٤.٢	٢٩	٧. يمكنني التواصل مع القائمين علي تقديم المحتوى علي الخاص لإكتساب بعض المهارات الخاصة بالإعداد النفسي
٢	٨١.٣	٢٩٣	٦١.٧	٧٤	٢٠.٨	٢٥	١٧.٥	٢١	٨. أستطيع عرض بعض الموضوعات أو المشكلات التي تسبب لي الحرج دون الإفصاح عن شخصيتي أو علي الخاص بسهولة
٧	٧٧.٧	٢٨٠	٥٢.٥	٦٣	٢٨.٣	٣٤	١٩.٢	٢٣	٩. يمكنني الحصول علي المادة العلمية المعروضة فور نشرها مباشرة
١٠	٧٢.٧	٢٦٢	٤٨.٣	٥٨	٢١.٧	٢٦	٣٠.٠	٣٦	١٠. وسيلة موفرة في التكاليف المادية حيث يمكنني التواصل مع علماء الإعداد النفسي دون تكاليف باهظة

يتضح من جدول (7) ما يلي: تفاوتت إستجابات اللاعبين علي المحور الثالث (نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوى ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) .

- حيث احتل الترتيب الأول العبارة رقم (٥) بنسبة مئوية قدرها (٨٣.٣%) والتي تنص علي(أعبر عن آرائي بحرية في المحتوى المعروض بإستخدام طرق مختلفة) ويرى الباحثون انه يرجع ذلك الي سهولة التعليقات او نشرها والتعليق علي المحتوى من خلال اي وسيلة من الوسائل لا يتحكم بها أحد غير الشخص نفسه في حدود المعايير التي تضعها وسائل الإعلام التفاعلي وبالتالي هناك حرية كاملة في التعليق علي المحتوى والتعبير عن مدي الاستفادة وعن الاستفسارات وعن مدي فاعلية المحتوى المعروض .

- تتفق هذه النتيجة مع حسنين شفيق (٢٠١٥) (٩) يرتبط مفهوم التفاعلية بمفاهيم الحرية والديمقراطية والمشاركة والحوار فبالنسبة للحرية فهي تشير إلي ما أصبح يتمتع به المستعمل من حرية اختيار ما يريد من الوسائل وما يرغب من المحتويات في أي وقت وبأي مكان علي عكس وسائل الاتصال التقليدية ، كما عبر Lucien Sfez بقوله " الحرية ..تتجسد عن طريق التفاعلية الناتجة عن تقدم آلات الاتصال والتي تترك للإنسان ولل فرد حرية التدخل امام حتمية الآلات " .
- بينما احتل الترتيب الأخير العبارة رقم (١٠) بنسبة مئوية قدرها (٧٢.٧) والتي تنص علي (وسيلة موفرة في التكاليف المادية حيث يمكنني التواصل مع علماء الإعداد النفسي دون تكاليف باهظة) ويرى الباحثون انه يرجع ذلك إلي ان العينة تتمثل في أقتناء الهواتف والأجهزة الحديثة مواكبة تقنية الإنترنت ومعلوماته الإلكترونية ورصد ميزانية خاصة لما تتطلبه شبكة الإنترنت من مستلزمات للقيام بالأنشطة الاتصالية وأيضاً نمط الإتصال عبر الإنترنت من المنزل يتيح تحميل المادة العلمية والمراجع الإلكترونية بشكل أسرع وأيسر ويسهم في تحقيق الهدف من إستخدام الإنترنت بما يتوافق مع الظروف الحالية والوضع الراهن، كما يمكن من خلالها التواصل مع صناع المحتوي وعلماء علم النفس الرياضي علي صفحاتهم العامة او الشخصية.
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة إتماد خلف (٢٠١١) (٥) التي توصلت نتائجها إلي أن الشباب الجامعي سواء ينتمي لطبقة غنية أم فقيرة أم متوسطة فإنه يتعرض لصحيفة الأهرام الإلكترونية. وبذلك تم الرد علي التساؤل الثالث للبحث الذي ينص علي : " ماهي نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوى ثقافة الإعداد النفسي للاعبين ؟"

جدول (8) التكرارات و النسب المئوية لإستجابات اللاعبين علي عبارات المحور الرابع

(نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوى ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) (ن = ١٢٠)

الترتيب	%	مجموع الدرجات المقدره	موافق		الي حد ما		غير موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩	٥٦.٣	٢٠٣	١٥.٨	١٩	٣٧.٥	٤٥	٤٦.٠	٥٦	١. يحتاج إلي إلمام المستخدمين بمهارة استخدام مختلف وسائل التكنولوجيا المرتبطة به
٥	٦٣.٨	٢٣٠	٢٤.٢	٢٩	٤٣.٣	٥٢	٣٢.٠	٣٩	٢. يرتبط استخدامه بتوافر الهواتف الذكية كوسيلة للتواصل السريع
٤	٦٤.٧	٢٣٣	٢٥.٨	٣١	٤٢.٥	٥١	٣١.٠	٣٨	٣. يحتاج إلي توافر شبكة إنترنت تتميز بسعة وقوة مناسبة
١	٦٥.٢	٢٣٥	٢٣.٣	٢٨	٤٩.٢	٥٩	٢٧.٠	٣٣	٤. يتأثر بضغط الشبكات وإنقطاع الكهرباء في حالة استخدام الإنترنت المنزلي

٦	٦٢.٧	٢٢٦	٢٠.٨	٢٥	٤٦.٧	٥٦	٣٢.٥	٣٩	٥. يصعب التعرف علي الشخصيات الحقيقية لاجزاء الجروبات والمنتديات
٦	٦٢.٧	٢٢٦	٢٠.٨	٢٥	٤٦.٧	٥٦	٣٢.٥	٣٩	٦. يقوم بعض الأفراد الغير متخصصين ببث محتوى يرتبط بموضوع الإعداد النفسي دون ملاحظتي لذلك.
٢	٦٥	٢٣٤	٢٦.٧	٣٢	٤١.٧	٥٠	٣١.٧	٣٨	٧. يتعرض مقدمي المحتوى للهجوم الغير المبرر أحيانا بسبب عدم الفهم للمحتوي المقدم مما يزعزع ثقة المتابعين بما يقدم
٢	٦٥	٢٣٤	٢٨.٣	٣٤	٣٨.٣	٤٦	٣٣.٣	٤٠	٨. نتيجة لعامل التحيز أو المنافسة قد يلجأ بعض المستخدمين إلي تشويه صورة بعض المعدين النفسيين من خلال تعليقات سلبية عن أدائهم
٨	٦٠.٥	٢١٨	٢٢.٥	٢٧	٣٦.٧	٤٤	٤٠.٨	٤٩	٩. تتعرض المادة العلمية للسرقة من خلال إعادة نشرها منسوبة إلي الغير سواء كانت كاملة أو بها تغييرات للتضليل

يتضح من جدول (8) ما يلي:

- تفاوتت إستجابات اللاعبين علي المحور الرابع (نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين) .
- حيث احتل الترتيب الأول العبارة رقم (٤) بنسبة مئوية قدرها (٦٥.٢%) والتي تنص علي (يتأثر بضغط الشبكات وانقطاع الكهرباء في حالة استخدام الإنترنت المنزلي) يري الباحثون انه يرجع ذلك الي الإنترنت المنزلي لا يعمل بدون الكهرباء فعندما ينقطع التيار الكهربائي بالتالي انقطاع الانترنت وكذلك ضغط الشبكات يحدث تأثير في متابعه الفيديوهات او نشر المواضيع وبالتالي يعد من أهم نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي في رفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي .
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الله المؤمن (٢٠١٢)(١٥) والتي توصلت نتائجها إلي أن المبحوثون يفضلون المنازل أثناء تصفحهم للمواقع الإلكترونية حيث كانت نسبتهم ٤٣%.
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد بن شهيدة (٢٠١٩)(١٧) والتي توصلت نتائجها إلي أن من مشكلات بطء سرعة الشبكة والانقطاعات المتكررة في الأتصال من المعوقات التي تعيق نشاط الفحوصين البحثي عبر الإنترنت.
- بينما احتل الترتيب الأخير العبارة رقم (١) بنسبة مئوية قدرها(٥٦.٣) والتي تنص علي (يحتاج إلي إلمام المستخدمين بمهارة استخدام مختلف وسائل التكنولوجيا المرتبطة به) ويرجع ذلك إلي سهولة استخدام مواقع الإعلام التفاعلي ولا يحتاج الي مستوي تعليم معين وخصوصا ان عينة البحث من اللاعبين الناشئين وعلي درايه بكيفية التعامل مع وسائل التكنولوجيا المختلفة وجميعهم يمتلك هواتف ذكية وكذلك نظام التعليم الحالي جعلهم اكثر الماما.
- تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة رأفت مهند عبد الرزاق (٢٠١٣)(١٤)والتي توصلت نتائجها إلي

أن شبكات التواصل الإجتماعي كأداة من الأدوات القائمة علي إستخدام شبكة الأنترنت مصدر هام للمعلومات البسيطة والسريعة حيث جاءت بنسبة مرتفعة.

وبذلك تم الرد علي التساؤل الرابع للبحث الذي ينص علي : " ماهي نقاط الضعف في

استخدام الإعلام التفاعلي لرفع مستوي ثقافة الإعداد النفسي للاعبين ؟"

الاستنتاجات:

- من أهم دوافع استخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي هو (تصحيح بعض المعلومات الخاطئة عن المجال النفسي للرياضيين).
- من أهم المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي هي (معرفة التأثيرات النفسية الإيجابية والسلبية للإغذية قبل المنافسات).
- من أهم نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع ثقافة الإعداد النفسي للاعبين هي (أعبر عن آرائي بحرية في المحتوى المعروض بإستخدام طرق مختلفة).
- من أهم نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع ثقافة الإعداد النفسي للاعبين هي (يتأثر بضغط الشبكات وانقطاع الكهرباء في حالة إستخدام الإنترنت المنزلي).
- اخر دوافع استخدام اللاعبين للإعلام التفاعلي هي(انها مصدر من مصادر الحصول علي المعلومات في مجال الإعداد النفسي).
- اخر المضامين التي يسعى اللاعبون للتعرف عليها في مجال الإعداد النفسي هي (تدريب المهارات النفسية).
- اخر نقاط القوة في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع ثقافة الإعداد النفسي هي(وسيلة موفرة في التكاليف المادية حيث يمكنني التواصل مع علماء الإعداد النفسي دون تكاليف باهظة).
- اخر نقاط الضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع ثقافة الإعداد النفسي هي (يحتاج الي المام المستخدمين بمهارة استخدام مختلف وسائل التكنولوجيا المرتبطة به).

التوصيات:

- ضرورة قيام المعدين النفسيين وعلماء علم النفس الرياضي بعمل برامج ولقاءات حوارية تثقيفية حول مختلف المواضيع في علم النفس الرياضي وتصحيح المعلومات الخاطئة عن الإعداد النفسي.
- أهمية تأسيس حسابات رسمية للمعدين النفسيين المعتمدين ولتعامل اللاعبين معهم مباشرة لضمان المعلومات المقدمة اليهم .
- زيادة الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي مثل تحليل المنشورات اوجدوي وجود البث المباشر علي مواقع الإعلام التفاعلي في نشر ثقافة الإعداد النفسي للرياضيين.
- توعية المدربين للحد من انتشار المعلومات الخاطئة ومحاربة الأمور السلبية من قبل الاشخاص غير المؤهلين علي مواقع الإعلام التفاعلي .
- زيادة الاهتمام بوسائل الاعلام التفاعلي المختلفة وتعليم طرق تدريب المهارات النفسية .

- التعريف بأحدي الموضوعات الجديدة وهي التأثيرات النفسية للإغذية الايجابية والسلبية منها.

قائمة المراجع:

اولا: المراجع العربية:

- ١- أبو العلا أحمد عبدالفتاح وآخرون (٢٠٠١م): الثقافة الصحية للرياضية، القاهرة، دار الفكر العربي.
- ٢- أحمد علي حسن وآخرون (٢٠١٧م): التغذية والرياضة، القاهرة، دار الإهداء.
- ٣- أحمد عبد الفتاح سيد (٢٠٢٣م): إيجابيات وسلبيات الإعلام التفاعلي خلال الإزمات، المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة، العدد (١٠٠)، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة حلوان.
- ٤- أسامة كامل راتب (٢٠٠٤م): تدريب المهارات النفسية، تطبيقات في المجال الرياضي، القاهرة، دار الفكر العربي.
- ٥- إعتقاد خلف معبد (٢٠١١م): دوافع استخدام الشباب الجامعي لبعض الصحف الإلكترونية الإشباع المتحققة منها، مجلة دراسات الطفولة، القاهرة، جامعة عين شمس.
- ٦- حسين عمر حسين (٢٠١٧م): التعرض لوسائل الاعلام الرياضي ودوره في العوامل النفسية والاداء الرياضي، دار الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- ٧- حيدر محمد زين (٢٠١٢م): دور الإعلام التفاعلي في التغيير الاجتماعي، كليه الإعلام، السودان، جامعه امدران الإسلامية.
- ٨- حسنين محمد شفيق (٢٠١٠م): الاعلام التفاعلي ومابعد التفاعلية، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- ٩- حسنين محمد شفيق (٢٠١٥م): الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، القاهرة، دار كر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
- ١٠- خالد غسان المقدادي (٢٠١٣م): ثورة الشبكات الاجتماعية وماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها التقنية علي الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن.
- ١١- رامي حسين حسني (٢٠١٢م): دور الاعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية علي طلبة الجامعات في قطاع غزة، جامعة الازهر، رسالة ماجستير.
- ١٢- رشا محمد اشرف وآخرون (٢٠٢٠م): الإعداد النفسي للرياضيين، نماذج نظرية وتطبيقات القاهرة، مركز الكتاب للنشر.
- ١٣- رنا مروان العيسي (٢٠٢٠م): دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدي الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- ١٤- رأفت مهند عبد الرزاق (٢٠١٣م): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، الأردن.

١٥- عبد الله المؤمن التميمي (٢٠١٢) : استخدامات الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الإجتماعي والإشباع المتحققة دراسة ميدانية علي عينة من طلاب جامعة عجمان الإمارات المتحدة، حوليات أداب عين شمس ، القاهرة.

١٦- محمد العربي شمعون(٢٠٠١م) : التدريب العقلي في المجال الرياضي، القاهرة، دار الفكر العربي.

١٧- محمد بن شهيدة(٢٠١٩م): تأثير الإنترنت في التحصيل العلمي لدي طالب علم المكتبات : جامعة ابن خلدون ، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديمقراطي العربي ، ٨٤٤، برلين، ألمانيا.

١٨- مصعب حسام الدين قتلوني(٢٠١٤م) : ثورات الفيسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، بيروت ، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع.

١٩- مروة محمد صالح جاد(٢٠١٥م): الحملات الاعلامية التلفزيونية والمشاركة الجماهيرية ، القاهرة ، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

٢٠- هدير ابراهيم يحي(٢٠٢١م): واقع إستخدام الإعلام التفاعلي لطالبات كلية التربية الرياضية بنات، جامعة حلوان.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

- 21- Imran Akhmad, Budi Valianto, Doari Bowo.(2021). Interactive Media as Optimization of Understanding Basic Football Techniques in Pandemic Period. Proceedings of the 4th International Conference on Sports Sciences and Health, Advances in Health Sciences Research, volume 36,66-69.
- 22- Nisar, T. M., Prabhakar, G., & Patil, P. P. (2018). Sports clubs' use of social media to increase spectator interest. International Journal of Information Management, 43, 188-195.

ثالثا: مراجع من الشبكة العنكبوتية:

https://www.researchgate.net/publication/353299939_Interactive_Media_as_Optimization_of_Understanding_Basic_Football_Techniques_in_Pandemic_Period

ملخص البحث

دور وسائل الإعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين

أ.د/ رشا محمد أشرف

أ.م.د/ أحمد سعيد رجب

معيد/ فادي جندي فرج الله

يهدف البحث الي التعرف علي دور الاعلام التفاعلي في رفع ثقافة الإعداد النفسي من وجهة نظر اللاعبين من خلال التساؤل عن ماهي دوافع الاستخدام، أهم المضامين ، نقاط القوة والضعف في استخدام الإعلام التفاعلي لرفع ثقافة الإعداد النفسي للاعبين ، شملت منهجية البحث (المنهج الوصفي) ، مجتمع وعينة البحث (١٢٠) فردا ، وكانت تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-١٩) عام ، وكانت أهم النتائج أن الإعلام التفاعلي يصحح المعلومات الخاطئة عن المجال النفسي للرياضيين ، يسعى اللاعبيين لمعرفة التأثيرات النفسية الايجابية والسلبية للإغذية قبل المنافسات ، وأهم نقاط القوة التعبير عن الآراء بحرية في المحتوي المعروف ، كما أوصي الباحثون انه من الضروري قيام المعديين النفسيين وعلماء علم النفس الرياضي بعمل برامج ولقاءات حوارية تثقيفية حول مختلف المواضيع في علم النفس الرياضي وتعديل المعلومات الخاطئة عن الاعداد النفسي، زيادة الدراسات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي مثل تحليل المنشورات او وجود البث المباشر علي مواقع الإعلام التفاعلي في نشر ثقافة الإعداد النفسي للرياضيين ، وتوعية المدربين للحد من انتشار المعلومات الخاطئة ومحاربة الأمور السلبية من قبل الاشخاص غير المؤهلين علي مواقع الإعلام التفاعلي.

Abstract**The role of interactive media in raising the culture of psychological preparation from the players point of view****Prof. Rasha Mohamed Ashraf****Dr. Ahmed Saeed Rajab****Researcher. Fadi Jundi Farajallah**

The research aims to identify the role of interactive media in raising the culture of psychological preparation from the players' point of view by asking what are the motives for use, the most important contents, strengths and weaknesses in using interactive media, To raise the culture of psychological preparation for players, the research methodology (descriptive approach) included the research population and sample (120) individuals, and their ages ranged between (15-19) years, The most important results were that interactive media corrects misinformation about the psychological field of athletes, Athletes seek to know the positive and negative psychological effects of food before competitions, The most important strengths are expressing opinions freely in the content presented, The researchers also recommended that it is necessary for psychologists and sports psychologists to conduct educational programs and talk sessions on various topics in sports psychology, correct incorrect information about psychological preparation, and increase studies related to social networking sites, such as analyzing publications or the presence of live broadcasts on interactive media sites in Spreading the culture of psychological preparation for athletes, and educating coaches to limit the spread of false information and combating negative matters by unqualified people on interactive media sites.