

## توجعات المرأة الإللمة نلوال الإعلام الرياضي التلفزيوني

جامعة المسيلة

د. مرنيز آمنة

## مقدمة :

إن الإعلام الرياضي جزء من الإعلام العام، ويميز عنه كونه إعلاما خاصا بقضايا الرياضة والرياضيين ويعتبر المجتمع الرياضي هدفه وأدواته. والإعلام الرياضي يهدف قبل كل شيء إلى إيصال المعلومات والخبرات إلى الرياضيين والعاملين بالرياضيين ( محمد سيد محمد، 1988، ص. 54 ) أصبح التلفزيون أكثر الوسائل الإعلامية الجماهيرية اختيارا والأفضل والأمثل نظرا لما يتمتع به من إمكانيات في تغطية شاملة و جذابة للأخبار الرياضية و أحداثها، فلذلك فإن مميزات الحدث الرياضي تفضل التغطية المصورة التلفزيونية، لدرجة أن هذه الوسيلة وجدت لأجل الرياضة، نظرا لما تتمتع به من خواص الحركة و الديناميكية فالتلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام شعبية و جماهيرية و انتشارا و سهولة في التوصيل، فهو يتواجد في كل مكان و جمهوره واسع و متنوع وكذا دائم فهو يوفر الإستقرار المكوث في البيت و الراحة المادية و المعنوية و من جهة أخرى فمادة التلفزيون هي مادة فن مركب أي المواضيع المقدمة هي إبداع من تحقيقات، تقارير و ربط بين الصوت و الصورة بالإضافة إلى سرعة و فورية النقل الحي إلى الدرجة أن المشاهد يحس بالمشاركة في الحدث.

و بعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام فقد أصبح من الشيع و الإنتشار ما جعله ملء السمع و البصر حتى أصبح العصر الذي نعيش فيه الآن يسمى بعصر التلفزيون ( محمد سعيد محني، 1984، ص 23 ) و يطلق عليه البعض الآخر عصر الإتصال، حيث تمكنت وسائله الضخمة من احتلال مكانة خاصة في قلوب الناس، و حتى يصعب عليهم اليوم تصور الحياة بدون وسائل الإعلام.

ورغم صعوبات العمل في مجالات الاعلام المختلفة ( التلفزيون ، الاذاعة ، صحافة ) إلا ان هذا المجال لم يعد قاصرا على الرجال ومع بداية القرن التاسع عشر دخلت المرأة مجال العمل الاعلامي و بدت بوادر النجاحات التي تحسب للمرأة في هذا المجال ( عواطف عبد الرحمن ، 1989، ص. 8 ) حيث تشير "كاسي جولدن " إلى أن الصحافة في الماضي كانت عملا لا يليق ولا يصلح للمرأة.

و بالرغم من النظرة غير الطموحة لعمل المرأة في مجال الاعلام الا انه قد ظهرت في مصر منذ عام 1892 بالاسكندرية أول مجلة نسائية اصدرتها هند نوفل وهي " مجلة الفتاة " وتبع ذلك عدد من المجلات النسائية في الوطن العربي.

وفي عام 1909 ظهرت مجلة الحسنة في لبنان و العروس في سوريا و مجلة الجزائرية بالجزائر سنة 1970 ومع تقدم وسائل الاعلام و ظهور الاذاعة و التلفزيون بدأ غزو النساء لهذا المجال واضحا فعلى سبيل المثال هناك عددا غير قليل من مقدمات البرامج ومخرجات في مجال الاعلام وصلت الى حد رئاسة التحرير . كما حصلت المرأة على حقوقها السياسية ونالت أعلى الدرجات العلمية واليوم يقاس تقدم الامم بأحوال المرأة فيها .

و استطاعت المذبة رشالبر غوثي ان تفتح المجال وان تثبت نجاحها حيث كانت أول فتاة عربية أدارت ستيديو تحليل رياضي عام 2005 عبر إذاعة صوت الخليج في قطر ثم انتقلت بعد ذلك من الإذاعة إلى قناة الكأس القطرية لتقدم نشرات اخبارية رياضية ، و هناع حمزة بقناة النيل الرياضية المصرية. اما عن الإعلاميات الرياضيات في الجزائر فنجد الإعلامية الرياضية ليلى ساتي و ليلى فرحات و دنيا حجاب و ... ؟

فعلاوة على انعدام البحوث التي تناولت المرأة الإعلامية وتوجهها نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني في الجزائر ، و تأسيسا على كل ما سبق فإننا نسعى من خلال هذا البحث للإجابة على تساؤل الإشكالية وهو كآتي :

- ما هي توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني ؟

فرضية الدراسة :

للمرأة الإعلامية توجهات ايجابية نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني.

- أهداف الدراسة:

التعرف على أسباب توجهات المرأة نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني.

إبراز أهمية ممارسة المرأة للإعلام الرياضي التلفزيوني.

إعطاء نظرة عن المرأة وعملها في مجال الإعلام الرياضي التلفزيوني .

معرفة مدى نجاح المرأة في الإعلام الرياضي التلفزيوني.

- أهمية الدراسة :

كونه يسלט الضوء على موضوع مهم يتعلق بالمرأة و الإعلام الرياضي، هذه الدراسات التي تعد قليلة جدا وهو الأمر الذي لمستته من خلال إعدادي لهذا البحث.

تصنف الدراسة ضمن الدراسات الاستطلاعية الوصفية فهي بذلك تفتح المجال لدراسات أخرى حول الموضوع، سواء من مداخله النظرية المتعددة أو تطبيقاته المنهجية المناسبة.

### الخلفية النظرية

#### 1- المرأة في المنظور الديني :

شاءت حكمة الله ان يخلق المرأة من ضلع الرجل لتكون له عوناً وسنداً ومع جميع المراحل التي مرت بها البشرية عرفت المرأة استقلالاً واضحاً وضغوطاً منعتها من تحقيق ذاتها وإثبات إنسانيتها فجاء الإسلام لينكر هذا الاستغلال حيث كرمها وأعطى لها حقوقاً ما كانت لتكتسبها في أم سابقة ولاحقة مادامت بعيدة عن هذا الدين وهذا ما أكدته الآيات القرآنية فنجد قوله تعالى { فاستجاب لهم ربهم أني لا أضيع عمل منكم من ذكر أو أنثى بعضكم من بعض }، وقوله تعالى { من عمل صالحاً من ذكر أو أنثى وهو مؤمن فلنجزيه حياة طيبة و اجرهم بأحسن ما كانوا يعملون } {سورة النحل، الآية 97}.

والحديث الشريف يقول { : إنما النساء شقائق الرجال } فالمرأة في شريعة شقيقة الرجل لها مثل حقوقه داخل الأسرة وخارجها، ولها مثل الذي عليها بالمعروف، تلك هي بعض المعالم الرئيسية في نظرة الإسلام إلى المرأة، وهي نظرة بعيدة تماماً عن النظرة المتدنية إلى المرأة التي أفرزتها أوضاع متخلفة في تاريخ الحضارة الإسلامية اختلطت مع الزمن بتعاليم الإسلام وروح الشريعة). زينب منصور حبيب، 2011، ص (40)

ويتضح من هذا الخطاب في هذه النصوص القرآنية أن الفئة المستهدفة ليس الرجل وحده ولا المرأة وحدها، وإنما الرجل والمرأة على حد سواء. إلا إن المعيار الأهم في تحديد صلاح المرأة للعمل يعتمد على مضمون الخطاب الشرعي علاوة على معيار الملائمة، والقدرة، والحاجة التي تقتضيها ظروف المجتمع المختلفة، ولذا فإن مجالات التطور والتقدم الاقتصادية تسمح للمرأة بالانخراط في العديد من الأنشطة الاقتصادية، وتمكن المرأة من خلال ذلك من اكتساب المعارف الخاصة وتعلم التدريب والمهارات الكثيرة. فقد أجاز الإسلام للمرأة بالعمل حيث إن العمل اسم شامل لكل ما يقوم به الإنسان من جهد ذهني وبدني وهذا لا تمنع المرأة منه أصلاً. والأصل في العمل جائز شرعاً للرجل والمرأة بشرط تحفظ للمرأة كرامتها وعفتها ويتناسب مع فطرتها وتدير شؤون بيتها وأولادها مع عدم الاختلاط قدر الإمكان إلا للضرورة أو حاجة (بن زيان مليكة، 2004، ص 47 - 48)

و خلاصة القول الإسلام حرر المرأة ومنحها مجموعة من الحقوق السياسية والثقافية والاجتماعية كحقها في التعليم والصحة وفي جميع الميادين يكفينا الرجوع الى كتاب الله وسنة الرسول الكريم لنعرف مدى التكرم الذي ميز به الإسلام المرأة.

#### 1 - 1 آراء الكثيرين من الباحثين الشرعيين والمتصلين بمجال الإعلام حول مشاركة المرأة في العمل الإعلامي وأهمية اقتحامها وارتادها هذا المجال:

فالشيخ منى الزبيدي تقول الشريعة الإسلامية وكما هو معلوم جاءت لتحقيق مصالح العباد كبيرهم وصغيرهم عالمهم وجاهلهم على حد سواء فلا مانع من أن تأخذ المرأة دورها في الحياة ضمن الضوابط التي رسمتها الشريعة. فما دامت المرأة منضبطة بهذه الضوابط فلا مانع من أن تقوم بأي دور إعلامي سواء كان مرئياً أو مسموعاً أو مقروءاً. ولا يمكن لأحد أن يجزم بأن الإعلام المرئي هو الأكثر خطورة بالنسبة للنساء، في حين أن الإعلام السمعي والمقروء لا يحمل تلك الخطورة.

وذلك لأن الأمر يتبع دين المرأة أي انضباطها بضوابط الشرع (فالمرأة تجر امرأة تعمل في الإعلام المقروء تستطيع أن تساهم بنشر ما لا يرضي من القول والفعل، وهكذا بالنسبة للإعلام السمعي على حد سواء.

ويضيف الشيخ منى قائلاً: فالحاجة لمشاركة الداعيات من النساء والمرشدات مهم وخاصة في عصرنا الحالي لحاجة النساء في الملقى لذلك، وكان المسلمون يتعلمون من أمهات المؤمنين في سابق العهد ويسألونهن ولم يقتصر على الرجال فقط.

فيما يطرح الأستاذ ماجد الغامدي فكرته حيث يقول: البعض يهتم بمشاركة المرأة في الإعلام وهل تشارك أم لا، وأرى أن خروج المرأة بالإعلام في حد ذاته ليس هو الموضوع الكبير والعظيم أنها خرجت أو لم تفعل، فقد تجاوز الزمن هذه النقطة إلى مطلبين مهمين هما: الإبداع فيما تقدمه المرأة ويكون ذو جاذبية فائقة، والمحتوى القيمي الراقى الذي يستحق خروجها من أجله، وطبعاً في هذا وذاك لا بد من مراعاة الضوابط الشرعية إن تقدم وسبق الممارسة الصحفية النسائية في الغرب، هو ما يفسر ندرة الدراسات الأكاديمية حول القائمة بالاتصال في مجتمعاتنا وتأخر ظهور النادر منها، وذلك في مقابل اهتمام متمم بالقائم بالاتصال بشكل عام حيث " بدأ الاهتمام بدراسة وضع المرأة بوصفها قائماً بالاتصال في عدد من المجتمعات الغربية منذ فترة بعيدة، أما الدراسات العربية فقد تأخرت كثيراً بسبب العوامل الاجتماعية والثقافية التي كانت دائماً تقلل من أهمية عمل المرأة في مجال الإعلام ) " أمجاد محمود رضا، 2004، ص (23)

فالمرأة- الإعلامية جزء من المجتمع الذي له رؤيته الخاصة بعمل المرأة بشكل عام، لذلك فانه مهما كان الموقع الذي تحتله المرأة وتباشر من خلاله عملاً إنتاجياً سواء فكرياً أو بدنياً، فإنها تلتقي في النهاية وتتقاطع مع جملة من القيود والعوائق الاجتماعية المرتبطة ببعض العادات والتقاليد، التي تحد من عمل المرأة خاصة في المجال الإعلامي؛ على عكس باقي الميادين مثل المهنة الطبية، القانونية، المعلمة، والمعالجة النفسانية، تعتبر كلها ممن في نظر المجتمع تتوافق والأدوار النسائية؛ إذ بإمكانهن العناية في نفس الوقت بشؤون البيت والأولاد والزواج، كما يمكنهن ممارسة هاتهن المهنة دون عناء ومشاكل التنقل، فهي عادة تتواجد

فى أماكن قارة مستشفى؁ مكآب؁ مدرسة... الخ (Mahfoud Bennoune , année 1999, p77) بينما المهنة الاعلامية ظلت لفترات طويلة مهنة رجالية؁ لما تقتضيه من العمل لأوقات متأخرة من الليل؁ التنقل لأماكن الحدث؁ والمبيت خارج البيت... وغيرها من مستوجبات العمل الإعلاني؛ الذي لا يفرق بين الرجل والمرأة إلا وفقا لعامل الأداء؁ كل ذلك جعل الأسر الجزائرية تتبنى صورة ذهنية سلبية عن هذه المهنة؁ فأحجمت عن توجيه وتشجيع بناتها لممارسة هذه المهنة خاصة قبل مرحلة التعددية. وبالرغم من كافة العقبات؁ فإن المرأة الجزائرية تجاوزتها وفرضت مشاركتها الفعالة؛ وحققَت نجاحات خاصة فى بعض المجالات؁ غير أنه يجب عليها أن تثمن وجودها فى مختلف قطاعات النشاط والمؤسسات لا سيما السياسية منها والتابعة للدولة؁ واستغلال جميع الفرص المتاحة خاصة فى ظل وجود التشريع المساعد على تحسن أوضاعها؛ علما أن كل دساتير الجزائر المتعاقبة قد نصت صراحة على المساواة بين الجزائريين والجزائريات فى الحقوق السياسية؁ الثقافية؁ الاجتماعية والصحية.

## 2- المنهج المتبع فى الدراسة :

منهج البحث هو "الطريق المؤدى إلى الكشف عن الحقيقة فى العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة."

لذا فإن مختلف العلوم تعتمد على مناهج البحث العلمي للوصول إلى القوانين التي تتحكم فى الظواهر حسب نوعها؁ إجتماعية كانت أم طبيعية. فالهدف من هذه الدراسة هو معرفة توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضى التلفزيونى؁ وبهذا سوف يتم استخدام المنهج الوصفي الذي يعتبر المنهج المناسب لدراستنا .

## 2- المنهج الوصفي:

إنطلاقا من مشكلة الدراسة والتي مفادها البحث فى توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضى؁ فإن المنهج الوصفي هو الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فى الواقع ووصفها بدقة؁ حيث يقول فى هذا الصدد مصطفى صلاح الغول بأنه المنهج الوصفي هو "جمع أوصاف مفصلة عن الظواهر الموجودة بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة؁ أو لوضع خطط أكثر ذكاء لتحسين الأوضاع والعمليات الاجتماعية أو الاقتصادية أو التربوية" مصطفى صلاح الغول؁ 1982؁ ص (155)

## 3- مجالات البحث:

نقسم مجالات البحث إلى ثلاثة أقسام والمتمثلة فى المجال المكاني؁ أي المنطقة التي يجرى فيها البحث؁ والمجال البشري أي الافراد الذين أجريت عليهم الدراسة؁ و أخيرا المجال الزمني أي المدة التي إستغرقتها دراستنا وهي موضحة كالآتي:

## 3-1 المجال المكاني :

أجريت الدراسة الميدانية لموضوع "توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضى التلفزيونى" بالإذاعة و التلفزيون الجزائرى.

## 4- مجتمع وعينة الدراسة:

وقد اخترنا فى دراستنا هاته العينة القصدية وهي التي ينتقى فيها الباحث أفراد عينته بما تحدم أهداف دراسته وبناء على معرفته دون أن تكون هناك قيود أو شروط عبر التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها وهذه العينة تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثرى للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة .

وفى دراستى هاته فقد تشكلت عينة دراستى من عينة مقصودة تضم 16 إعلامية فى الإذاعة والتلفزيون الجزائرى؁ اخترنا 7 فى الإذاعة بالقناة الأولى و 9 فى التلفزيون الجزائرى.

## 5- أدوات جمع البيانات و المعلومات :

إن أي دراسة تتطلب تحديد الخطوات المتبعة و الأدوات المستعملة وذلك لجمع المعلومات و البيانات وتحليلها للوصول الى نتائج نجيب من خلالها على اشكالية البحث؁ فاعتمدنا فى بحثنا هذا على جمع المعلومات النظرية و الميدانية حتى تتمكن من رصد الحقائق و الدلائل العلمية التي تسعى دراستنا لإثباتها من خلال إتباع الخطوات التالية:

أدوات الجانب النظري: اعتمدت فى جمع المادة العلمية النظرية على مراجع متنوعة بين العربية و الأجنبية والمذكرات الأكاديمية؁ التي تتعلق بصميم الموضوع وتتقارب معه من حيث القيمة والدلالة العلمية؁ وارتباطها الوثيق بموضوع وإشكالية الدراسة؁ وتم هذا من خلال المسح المكتبي للمراجع المتعلقة بمتغيرات الدراسة فى شقيها النظري و التطبيقي.

## أدوات الجانب التطبيقي :

من خلال دراستنا اعتمدنا على الأدوات التالية:

## الاستبيان :

حيث نستعمل في دراستنا الاستمارة الاستبائية وهي الأداة الفعلية في الدراسة الاعلامية والتي من خصائصها والتي من خصائصها إتاحة الفرصة للمواجهة بين الباحث و المبحوث بالإضافة ل طرح مجموعة الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة.

حيث تم إعداد إستبانه حول " توجهات المرأة الإعلامية نحو الاعلام الرياضي التلفزيوني " ، والتي تعد الأداة الرئيسية الملائمة للدراسة الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات التي يجري تعبئتها من قبل المستجيب.

وقد قسمت الإستبانه إلى ثلاث محاور ، وهي كالتالي:

محور الثقافة الرياضية ويتضمن الأسئلة من 1) - 9)

محور نوع وطبيعة الرياضة ويتضمن الأسئلة من 10 ) - 15)

محور الثقافة الاجتماعية ويتضمن الأسئلة من 16) - 28)

#### هدف الاستبيان :

إن الهدف الأساسي للاستبيان هو معرفة توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضي داخل وسطهم الاجتماعي ، ومن خلال الاستمارة الاستبائية يتم طرح أسئلة التي تلم بموضوع دراستي قصد جمع البيانات لمعرفة الآراء و المواقف وذلك للوصول إلى الهدف المراد تحقيقه والخروج بالاستنتاجات الدقيقة و المنطقية.

#### الشروط العلمية لأداة القياس) الخصائص السيكومترية: (

##### الصدق:

بعد الدراسة الاستطلاعية التي قننا باختيار أداة الدراسة و المتمثلة في استمارة الاستبيان التي قننا بتطبيق الخصائص السيكومترية و المتمثلة في الصدق و الثبات و الموضوعية.

إن صدق الأداة المستخدمة في الدراسة مهما اختلف أسلوب القياس، تعني قدرته على قياس ما أعدت لقياس فقط، ولقد رأى الباحث أن الصدق الاتساق الداخلي هو أحسن طريقة لاستخراج درجة صدق الاستبيان حيث يتم هذا النوع من الصدق على أساس ملاحظة القياس ومحتوياته، للوقوف على مدى تناسب عبارات الاستبيان مع أهداف الدراسة.

صدق الإتساق الداخلي للأداة: حيث قامت الباحثة بتطبيقها على عينة استطلاعية قوامها (05) أفراد من الإعلاميات بالإذاعة والتلفزيون الجزائري، وذلك من أجل التعرف على مدى الإتساق الداخلي لأداة الدراسة، وقامت الباحثة بحساب معامل الارتباط لبيسون، لمعرفة الصدق الداخلي للإستبانه، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الإستبانه بالدرجة الكلية للإستبانه، وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي ( spss ) ، كما يوضح ذلك الجدول رقم (01)

#### الجدول رقم (01)

معاملات الارتباط لبيسون للمحاور بالدرجة الكلية للإستبانه

الرقم	المحاور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	الثقافة الرياضية	95،*0	دالة عند 0.05
02	نوع وطبيعة الرياضة	0,91*	دالة عند 0.05
03	الثقافة الاجتماعية	0,92*	دالة عند 0.05

يتضح من الجدول السابق أن جميع المحاور دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05) وهذا يؤكد أن استمارة الاستبيان تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.

#### ثبات أداة الدراسة:

لقياس ثبات أداة الدراسة، استخدمت الباحثة) معادلة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach (للتأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تقديم استمارة الاستبيان على أفراد العينة الاستطلاعية و ذلك باستخدام طريقة إعادة الاختبار.

#### الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، استخدمت الباحثة العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية statistical package for social science والتي يرمز لها إختصاراً بالرمز spss وفيما يأتي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قامت الباحثة بإستخدامها:

1- النسب المئوية والتكرارات : يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما وتفيد الباحث في وصف مجتمع الدراسة.

2- إختبار ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لمعرفة ثبات عبارات الإستبانه.

- 3- معامل الارتباط لبيرسون ((Pearson Correlation Coefficient) ليقاس درجة الارتباط يقوم هذا الارتباط على دراسة العلاقة بين متغيرين.
- 4- حساب معامل الصدق الذاتي وهو جذر الثبات .
- 5- اختبار كا : 2 الذي يهتم بدراسة حسن المطابقة والإستقلالية.

### تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

**السؤال رقم: 01** هل هناك دعم تحفيزي للمرأة من المحيط الاجتماعي على ممارسة الإعلام الرياضي التلفزيوني ؟  
**الغرض منه:** معرفة اذا كان المجتمع الجزائري يدعم المرأة على ممارستها للإعلام الرياضي التلفزيوني  
**الجدول رقم : (03)** يمثل نتائج الاجابة على السؤال رقم 01

الإجابات	التكرار	%	2 كاي تربيع		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الإستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	12	75.0	3.84	4.000	0.05	1	دال عند 0.05
لا	4	25.0					
المجموع	16	100%					

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات العينة حول هذا العبارة كانت إجاباتهم نعم بنسبة 75% و نسبة 25% كانت إجاباتهم لا .  
وان قيمة كا 2 المحسوبة بلغت 4.000 وهي أكبر من كا 2 المجدولة 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1 ، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : نعم بـ 75%

ومنه نستنتج أن المجتمع الجزائري أصبح يدعم المرأة على ممارسة الإعلام الرياضي التلفزيوني على عكس وقت مضى .

**السؤال رقم: 02** هل طبيعة الميدان الرياضي تمنع المرأة الإعلامية من التوجه الى الإعلام الرياضي التلفزيوني ؟  
**الغرض منه:** معرفة إذا كان النزول إلى الميدان الرياضي تمنع المرأة من التوجه إلى الإعلام الرياضي  
**الجدول رقم : (04)** يمثل نتائج الاجابة على السؤال رقم 02

الإجابات	التكرار	%	2 كاي تربيع		مستوى الدلالة	درجة الحرية	الإستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
نعم	5	31.3	3.84	5.375	0.05	1	دال عند 0.05
لا	11	68.7					
المجموع	16	100%					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات العينة حول هذا السؤال كانت بنسبة 68.7% لا و نسبة 31.3% كانت بنعم.  
وان قيمة كا 2 المحسوبة بلغت 5.375 وهي أكبر من كا 2 المجدولة 3.84 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 1 ، أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة أكثر تكرار : لا بـ 68.7%

ومنه نستنتج أن الميدان الرياضي لا يمنع المرأة من ممارسة الإعلام الرياضي وتوجه إليه وهذا ما تثبتته النتائج وما أراه في الواقع نزول إعلاميات كثيرات للميدان الرياضي.

### استنتاجات عامة:

بعد عرض وتحليل ومناقشة النتائج المتحصل عليها و الخاصة بمعرفة توجهات المرأة الإعلامية نحو الإعلام الرياضي التلفزيوني فقد تلخصت جل النتائج في النقاط التالية :

انضح لنا من خلال هذه الدراسة أن هناك نسبة عالية من الإعلاميات لهم ثقافة رياضية من خلال تتبعهن للبرامج الرياضية ومعرفة الأخبار و الرياضيين الجزائريين منهم و الأولمبيين ، وهن يرين أنه يجب أن تكون لديهن ثقافة رياضية للنجاح في مجال الإعلام الرياضي، أي لتمكينهن من التحكم في البرامج أو الأخبار التي تذعها في التلفزيون خاصة و وسائل الإعلام الأخرى عامة.

لقد تبين من خلال النتائج المحصل عليها من خلال الاستبيان الخاص بالإعلاميات وكذلك من خلال تحليل الفرضية العامة التي كانت محققة ، وحيث أن الإعلاميات اللواتي تمارسن الرياضة و بصفة خاصة حيث تعتبرن ان ممارسة الرياضة تساعدهن على التفوق و النجاح في هذا المجال .