

ثالثاً: أهداف الدراسة

وتتمثل أهداف الدراسة بما يلي:

١. معرفة علاقة استخدام المرأة في الإعلانات.

٢. تحديد أضرار استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية.

٣. تحديد اسباب امتهان المرأة في الإعلانات التلفزيونية.

٤. ايجاد نتائج وحلول لهذه المشكلة.

٥. صياغة توصيات تساعد في حل المشكلة.

رابعاً: أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من خلال ما تعانيه صورة المرأة في الإعلانات التلفزيونية واستخدامها كونها أداة للترويج من خلال الإثارة والإغراء لجذب المشاهدين، من جراء سوء إعداد الإعلانات التلفزيونية ما يدعو للتساؤل عن علاقة المرأة بالإعلان، ولماذا وجدت هذه الصورة النمطية والاستغلال الجسدي لها؟ وكذلك معرفة مدى تأثر الناس بالسلعة أو الخدمة أو الفكرة عندما تقوم بعرضها المرأة .

خامساً: أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة الإجابة عن تساؤلات لها علاقة باستخدام المرأة في الإعلان ولعل أبرزها:-

١- ما تأثير صورة المرأة في الإعلان على الترويج للسلعة؟

٢- هل لاستخدام المرأة في الإعلانات دور في إعطاء صورة سلبية عنها بين أفراد المجتمع ؟

٣- هل تؤثر الإعلانات التلفزيونية التي تعرض فيها المرأة أكثر من غيرها على الجمهور؟

٤- هل هدف المعلنين من عرض صورة المرأة في التلفزيون زيادة الربح أم هناك اسباب أخرى؟

٥- هل توظيف مفاتن المرأة في الإعلان التلفزيوني يزيد من ترويج السلع والمنتجات ؟