

الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة، مما يلحق ضرراً بصورتها في المجتمع، جدول (٣١) يوضح ذلك.

جدول (٣١): نتائج اختبار "t" للعينات المنفردة (One Sample T.test) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لاستخدام الإثارة لجذب المشاهدين ولفت أنظارهم للسلع بتركيز الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة، مما يلحق ضرراً بصورتها في المجتمع (ن=٣٨٥)

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة t	دلالة "t" الإحصائية
استخدام الإثارة لجذب المشاهدين ولفت أنظارهم للسلع بتركيز الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة، مما يلحق ضرراً بصورتها في المجتمع	٣,٨٢	٠,٩٤	384	١٧,١٧٠	0.00

يظهر من الجدول (٣١) أن قيمة (t) بلغت (١٧,١٧٠) وبدلالة إحصائية (٠,٠٠)، حيث تمت مقارنة الوسط العام بالقيمة المعيارية للتدرج الخماسي وهي (٣)، وأظهرت النتائج وجود درجة مرتفعة ودالة إحصائية وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0,05$ ) باستخدام الإثارة لجذب المشاهدين ولفت أنظارهم للسلع بتركيز الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة، مما يلحق ضرراً بصورتها في المجتمع. وبالتالي تقبل الفرضية الثالثة.

فقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0,05$ ) باستخدام الإثارة لجذب المشاهدين ولفت أنظارهم للسلع بتركيز الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة، مما يلحق ضرراً بصورتها في المجتمع. ويعزى ذلك لأبتعاد المعلنين عن ثقافة المجتمع المحلية والتي أظهرت المرأة بصورة تم أستغلال جسدها لجذب أكبر قدر من المشاهدين للترويج للسلع المعلن عنها وخاصة النجاح الذي يحققه الإعلان التجاري