

كونه يعرض مفاتن المرأة دون مبالاة مما يشوّه صورتها، ويؤدي إلى انسلاخها عن شرقيتها وتشبيهاها بالمرأة الغربية بعيداً عن قيم المجتمع وعاداته وتقاليده.

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($\alpha \geq 0,05$) بطريقة استخدام المرأة في الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع.

للتحقق من صحة الفرضية الرابعة، تم تطبيق اختبار (One Sample T.test) بطريقة

استخدام المرأة في الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع. للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة

إحصائية بطريقة استخدام المرأة في الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع، جدول (٣٢)

يوضح ذلك.

جدول (٣٢): نتائج اختبار "t" للعينات المنفردة (One Sample T.test) للكشف عن وجود علاقة ذات

دلالة إحصائية بطريقة استخدام المرأة في الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع (ن=٣٨٥)

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة t	دلالة "t" الإحصائية
بطريقة استخدام المرأة في الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع	٢,٩٦	٠,٨٢	384	-0.807	0.420

يظهر من الجدول (٣٢) أن قيمة (ت) بلغت (-٠,٨٠٧) وبدلالة إحصائية (٠,٤٢٠)،

حيث تمت مقارنة الوسط العام بالقيمة المعيارية للتدرج الخماسي وهي (٣)، وأظهرت النتائج

عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) بطريقة استخدام المرأة في

الإعلانات التي تتعارض مع قيم المجتمع