

خامساً: ثبات أداة الدراسة:

بغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تطبيقها مرتين بفارق زمني أسبوعين على عينة استطلاعية مكون من (٤٠) مفردة من عضوات هيئة التدريس في الجامعات الأردنية (الأردنية، البترا، الزيتونة، الإسراء، الشرق الأوسط، عمان الأهلية، العلوم الإسلامية، العلوم التطبيقية) تم اختيارهن من خارج العينة الأصلية، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين لاستخراج ثبات الإعادة، الجدول (٢) يوضح ذلك.

كما تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل، والجدول (٢) يوضح ذلك.

الجدول (٢): معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة والأداة ككل

الرقم	المجال	معامل كرونباخ ألفا	معامل ثبات الإعادة
١	استخدام جسد المرأة في الإعلان التجاري لزيادة ترويج السلع	٠,٧٥	0.73
٢	اقحام المرأة في بعض الإعلانات التجارية التي لا تمت لها بصلة مما يعرضها للإساءة	٠,٨٠	0.81
٣	استخدام الإثارة بتركيز الإعلان على شكل المرأة وجمالها بعيداً عن جودة المنتج أو السلعة لجذب المشاهدين للسلع	٠,٨١	0.82
٤	طريقة استخدام المرأة في الإعلانات تتعارض مع قيم المجتمع	٠,٨٦	0.88
٥	استخدام المرأة في إعلانات التلفزيون الأردني وقناة رؤيا	٠,٩٠	0.88

يظهر من الجدول (٢) أن معاملات كرونباخ ألفا لمجالات استخدام المرأة في إعلانات التلفزيون الأردني وقناة رؤيا تراوحت بين (٠,٧٥-٠,٨٦) كان أعلاها لمجال "طريقة استخدام المرأة في الإعلانات تتعارض مع قيم المجتمع"، وأدناها لمجال "استخدام جسد المرأة في الإعلان التجاري لزيادة ترويج السلع"، وبلغ معامل كرونباخ ألفا لاستخدام المرأة في إعلانات التلفزيون