

نتائج السؤال السادس عشر: كيف يتم توظيف ظهور المرأة في الإعلان؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكيفية توظيف ظهور المرأة في الإعلان من وجهة نظر المبحوثات، وجدول (١٧) يوضح ذلك.

الجدول (١٧): التكرارات والنسب المئوية لكيفية توظيف ظهور المرأة في الإعلان مرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=٣٨٥)

النسبة المئوية	التكرار	كيفية توظيف ظهور المرأة في الإعلان
٤١,٧	٢٢٦	تجاري
٢٣,٦	١٢٨	ارشادي
١٩,٦	١٠٦	معلوماتي
١٥,١	٨٢	تربوي
١٠٠	٥٤٢	المجموع

اختيار أكثر من إجابة

يظهر من الجدول (١٧) النسب المئوية لرأي كيفية توظيف ظهور المرأة في الإعلان تراوحت بين (١٥,١% - ٤١,٧%) ، ويلاحظ أن توظيف ظهور المرأة "تجاري" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (٢٢٦) بنسبة مئوية (٤١,٧%)، ومن ثم توظيف ظهور المرأة "ارشادي" بتكرار (١٢٨) وبنسبة مئوية (٢٣,٦%)، يليه توظيف المرأة "معلوماتي" بتكرار (١٠٦) بنسبة مئوية (١٩,٦%)، بينما توظيف المرأة "تربوي" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٨٢) وبنسبة مئوية (١٥,١%).

أظهرت النتائج أن رأي العينة بكيفية توظيف ظهور المرأة بطريقة "تجاري" هو الأكثر تكراراً، ويعزى ذلك أن توظيف المرأة في الإعلانات التجارية هي أسهل طريقة بترسيخ صورة