

الملخص

استخدام المرأة في الإعلانات التلفزيونية: التلفزيون الأردني وقناة رؤيا أنموذجاً

The Utilization of Women in Television Commercials: Jordan and Ro'ya TV. Channel as a Model

إعداد : أحمد إبراهيم الخصاونة

إشراف : أ.د. تيسير أبو عرجه

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدام المرأة في إعلانات التلفزيون الأردني وقناة رؤيا التلفزيونية لتحديد مدى استخدام المرأة في الإعلانات التجارية من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية النساء العاملات في الجامعات الأردنية التالية (الأردنية، البترا ، الزيتونة ، الإسرائ، الشرق الأوسط، العلوم الإسلامية، العلوم التطبيقية، عمان الأهلية) وذلك لإيجاد حلول لهذه المشكلة.

وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من ٤٠٠ مفردة من أعضاء الهيئة التدريسية من النساء، وتم توزيعها بالتساوي على ثماني جامعات بواقع ٥٠ استبانة لكل جامعة. واستخدم الباحث التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، والجداول البسيطة، كما تم اختبار الفرضيات باستخدام اختبار (One Sample T.test) للعينات المنفردة.

وأفضت نتائج الدراسة إلى أن الإعجاب بالإعلانات التي تظهر بها المرأة على شاشة المحطتين (التلفزيون الأردني، وقناة رؤيا التلفزيونية) كانت بدرجة متوسطة ، وأن درجة تأييد ظهور المرأة في الإعلانات التجارية أيضاً متوسطة فضلاً عن وجود مبالغة في إظهار مفاتن المرأة بشكل مكثف في الإعلانات التي تظهر بها المرأة، وأن العامل الأكثر فاعلية في استخدام المرأة في الإعلان هو جمالها، ولكن استخدام جسد المرأة في الإعلان بشكل غير مناسب أمر غير مقبول، حيث إن المرأة تصاب بالخجل والإحراج عند مشاهدة إعلان فيه إثارة أمام أفراد عائلتها.