



بجث بعنوان

# صورة المرأة في إعلانات الفضائيات العربية لدى طالبات الجامعة الإسلامية

عمل الطالبة: أمينة فخري الدحدوح

إشراف الدكتور: طلعت عيسى

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الإهداء

ترسم على المحبي كل كلمات الحب والتقدير

كل كلمات الجد والشموخ لأكتبها إليكم . . إلى الروح الطاهرة التي

غادرتني ولولا أنني مؤمنة بجمية الموت لقلت أنها لا زالت تحوم حولي . . . أنها روح والدي رحمه الله .

إلى والدتي التي ما قتنت ترسمني حتى وجدتني هنا لأحقق لها ما رسمت إليك يا غاليتي للألف شكرا .

إلى الذين عانقتهم فكانوا أول من شاركهم محبتي أخوتي .

إلى مشري في الدكتور طلعت عيسي الذي ساعدني في قيادة سفيني لهذه التجربة كل الشكر

والتقدير . . وجمعتي القديرة وكل من فيها .

إلى عائلتي بكل تفاصيلها الصغيرة والكبيرة شكرا لكم .

إلى اللواتي ينظرن ببصيص الأمل للشمس التي تشرق نحونا صديقاتي الغوالي .

ولن أنسى الذين ساعدوني من خلف ستار . . إلى الذين أتحرق شوق للقائهم للذين

يسكنون هناك ولست أدمري ما هناك . . لكم مني باقة ومرود مقدمه لكم تعبيراً عن

شكري لكم



	:
	:
	:
	:
	:
	:

فهرس الجداول



# الفصل الأول

## الإجراءات المنهجية للدارسة

:

- :



:

- : ( ) ( )

LBC

. // //

- : \_\_\_\_\_

( ) -1  
-2

.( ) -3

- : ( ) ( )

- : \_\_\_\_\_

-

-

: ) " \_\_\_\_\_ " ( ) -1  
(

( : ) " " -2

(% )

-

(% )

.( ) \_\_\_\_\_ ( ) ( )

- : \_\_\_\_\_

.(% )

-

.(% )% )

-

.(% )

-

- : ( ) **M.B.C** ( ) ( )

( )

m.b.c

- : \_\_\_\_\_

.(% )

-

.( : ) " " -1

.( : ) " M.B.C " -

(% ) -  
 .(% ) -  
 ) (% ) (%  
 .(% )  
 .(:) ( ) ( )

---

- :  
 . -  
 . -  
 . -  
 - : ( ) ( )

---

- :  
 . -  
 . -  
 . -  
 .( : ) " " -<sub>1</sub>  
 : ) " " -<sub>2</sub>  
 .(

-۳

-۴

\_\_\_\_\_ ( ) ( )  
- : ( )

\_\_\_\_\_ - :

-۱

.MBC

-۲

-۳

\_\_\_\_\_ ( ) ( )  
\_\_\_\_\_ - : ( )

\_\_\_\_\_ - :

-

: )

"

"

-1

.(

"

"

-2

.(

: )

- : ( ) ( )

- : \_\_\_\_\_

. ( % ) ( % ) ( % )

- :

: ) " " \_\_\_\_\_ " -  
.(

-

•

•

- 1

- 2

- 3

- 4

•

•

- •

-

-

-

-  
-  
-

- :

(1)

"

( )"

:

: \_\_\_\_\_ -

( )

: \_\_\_\_\_

:

. ( : ) " \_\_\_\_\_ " -1  
. ( : ) " : " -2  
. ( : ) " " -3

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_

: \_\_\_\_\_ .

: \_\_\_\_\_ .

: \_\_\_\_\_ .

: \_\_\_\_\_ .

- :

. ( ) ( ) /

:

(% )

( , = % x ) :

. ( )

\_\_\_\_\_ -1



)

% (...

\_\_\_\_\_

( )

%		
,		
,		
,		
,		

( )

%		
,		
,		

'		
'		

( )

%		
'		
'		
'		
'		
-	-	

( )

%		
'		
'		

--	--	--

( )

%		
,		
,		
,		
-	-	
,		

- :

:

:\_\_\_\_\_

:\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

دوافع

\_\_\_\_\_

امتحان المرأة في الإعلانات التجارية، :\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

---

---

# الفصل الثاني

## المرأة في الإعلان التلفزيوني

:

:

:





(Slides)

VTR

.

.

. . . .

.

( )

-( )

. - ( : ) " " -1

. ( : ) " " -2

-  
 -  
 -  
 :  
 -  
 -  
 -  
 :  
 -  
 -  
 -  
 .( )  
 - : \_\_\_\_\_

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

: \_\_\_\_\_ -

- : ( ) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- - 1



∴ \_\_\_\_\_ ∴

∴ \_\_\_\_\_ ∴

∴ \_\_\_\_\_ ∴

\_\_\_\_\_

∴ ( ) \_\_\_\_\_

-

-

∴ -

∴ -

∴ -

( )

∴ ( : ) " " \_\_\_\_\_ -1

( )

\_\_\_\_\_

( )

\_\_\_\_\_

( : ) " " \_1

( : ) " " \_2

( )

· - ( : ) " " -<sup>1</sup>

:

- : \_\_\_\_\_ \*

- : \_\_\_\_\_ -

.( )

:

:

-

Interwood

-

-

- : \_\_\_\_\_ -

.( )

LG

:

-

-

Interwood

-

( : ) "

\_\_\_\_\_ " : -<sup>1</sup>

.<sup>(1)</sup> SexUnisex

-

- : \_\_\_\_\_ -

( )

" "

Objectification.

.<sup>(2)</sup>

- : \_\_\_\_\_ -

" "

.<sup>(3)</sup>

<http://stst.yoo7.com/montada->

: -<sup>1</sup>

--<sup>2</sup>

[f9/topic-t860.htm](http://stst.yoo7.com/montada-f9/topic-t860.htm)

. ( : )) " " -<sup>3</sup>

( )

---

\_1





- - :

( ) :

:-

( )

( )

:-

-:-

( )

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

— (1) —

.

:

-

-

-

( )

-

— ( ) —

—  
\_ 1

—  
\_ 2



# الفصل الثالث

## صورة المرأة في الإعلانات

### التلفزيونية لدى طالبات الجامعة

#### الإسلامية

:

:

\_\_\_\_\_ :

( )

%		
,		
,		

%, ( )

%,

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

( )

%		
'		
'		
'		
'		

% , ( )

% ,

% ,

% ,

.

---

---

---

---

( )

%		
'		
'		
'		
'		

%, ( )

%,

%,

%

---

---

---

---

---

( )

'		'				'		
'		'		'		'		
'		'		'		'		
'		'		'		'		
		'		'		'		
'		'		'		'		
		'		'		'		

: ( )

% , -

%

% ,

.% ,

% ,

.

% , -

% ,



% ,

.% ,

% ,

% ,

% ,

.% ,

% ,

% ,

% ,

% ,

% ,

.% ,

% ,

% ,

% ,

% ,

% ,

.%

% ,

% ,

% ,

.% ,

\_\_\_\_\_ % ,  
\_\_\_\_\_  
% ,  
% ,  
% ,  
%  
\_\_\_\_\_ % ,  
\_\_\_\_\_

( )

%		
,		mbc
,		
,		
,		
,		
,		
,		LBC
,		
,		
,		
,		

%, , % , mbc

% ,

% ,

% ,

% , LBC

% ,

% ,

% ,

**mbc**

( )

%		
,		.
,		
,		
,		
,		

% ,

% ,

% ,

% ,

% ,

---



---

% ,

---

% ,

---

- : \_\_\_\_\_ :

( )

%		
,		
,		
,		
,		

% ,

% ,

% ,

%

---

1

% ,

% ,

( )

%		
'		
'		
'		
'		

% , ( )

% ,

% ,

%

%

( )

%		
,		
,		
,		
,		

% ,

% ,

% ,

.

---

.

---

( )

%		
,		
,		
,		

%,

%,

%,

.

---

---



( )

%		
,		
,		
,		
,		
,		
,		

% ,  
% ,

% ,

% ,

%

.

---

( )

---

\_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_

1

( )

%		
,		
,		
,		
,		
,		

%,

%,

%,

%,

%,

---

---

---

( )

	%							
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						

*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						
*	'	'						

.  $\alpha = 0.05$

\*

:

( ) 3.23

-

(Sig)

% ,

$\alpha = 0.05$

.

---



---

% , , (Sig) -  
3  $\alpha = 0.05$

---

% , , (Sig) -  
3  $\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

% ,

(Sig)

$\alpha = 0.05$

---

---

% ,

(Sig)

$\alpha = 0.05$

---

---

% ,

(Sig)

$\alpha = 0.05$

---

---

% ,

(Sig)

$\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

% , , (Sig) -  
 $\alpha = 0.05$

---

---

---



:

---

% ,

% ,

.  
% ,

% ,

% ,

.  
mbc

% ,

أظهرت الدراسة أن سبب استخدام الوجه النسائي بكثرة في إعلانات الفضائية العربية بأنه بالدرجة الأولى هو عنصر جذب قوى بنسبة ٣٠,٨%، مما يدل أن وجودها بالإعلانات مهم أكثر من التركيز على السلع نفسها وهي عنصر رئيسي بالإعلانات، وبالنسبة لتركيز الإعلانات على جوهر المرأة وإنسانيتها تشير النتائج إلى ارتفاع ٤٤,٥% ومنخفض ٣٣,٨% بنسبة متقاربة، لذا لا بد للإعلانات أن تنتبه عند استخدامها للمرأة في الإعلانات والتركيز على إنسانيتها والدين الإسلامي أكثر الأديان الذي حافظ وأصان المرأة وأكرمها.

وأوضحت الدراسة بأن الإعلانات في الفضائيات العربية تشارك في تشويه صورة المرأة العربية بنسبة ٥٥,٥%، وهي نسبة كبيرة وسلبية، ويدل على كثرة استغلال المرأة في الإعلانات التي تمت ولا تمت لها بصلة وهذا منافي للأخلاقيات ولتعاليم الإسلام الذي أصان المرأة.

وأشارت الدراسة أن من أهم العوامل التي تقف وراء التركيز على صورة المرأة في إعلانات الفضائيات هو استغلال جسد المرأة كإجراء لشد الانتباه بنسبة ٣٧,٩%، ثم ٢٥,٣% التشبه بالغرب، ثم تحريك نزعة الاستهلاك لدى المرأة الأخرى والرجل المتلقي للإعلان عن المنتجات، وكل ذلك يدل على تركيز الفضائيات على استخدام صورة المرأة كركن أساسي لنجاح الإعلان والمنتج المعلن عنه.

%

%

%

%

% ,

% ,

.

% ,

% ,

% ,

% ,

.

% ,

% ,

% ,

% ,

.

:

-:

( )

( )

( )

( )

( )

( )

# المراجع

-: \_\_\_\_\_ :

-

:

-

:

-

:

-

:

-

:

-

:

-

:

-

:

M.B.C

-

:

:  
\_\_\_\_\_:

: -

: -

: -

: -

: -

: -

: -

: -

: -

: -

: -

:  
\_\_\_\_\_:

-

- - -

:  
\_\_\_\_\_:

-

http:

//stst.yoo7.com/montada-f9/topic-t860.htm

الملحق / صحيفة الاستقصاء



صحيفة استقصاء حول:

**” صورة المرأة في إعلانات الفضائيات العربية لدى طالبات  
الجامعة الإسلامية ”**

دراسة ميدانية

-:

ولك جزيل الشكر والاحترام على حسن تعاونك

الطالبة:

أمينة الدحدوح

\_\_\_\_\_ :

: -

( ) ( )

( ) ( )

( )

: -

( ) ( )

( ) ( )

: -

( ) ( )

( ) ( )

( )

: -

( ) ( )

( )

: -

( ) ( )

( ) ( )



$\frac{-}{:}$  \_\_\_\_\_  $\frac{:}{}$   
 $:$   
 $()$   $()$   
 $:$   
 $()$   $()$   
 $()$   $()$   
 $:$   
 $()$   $()$   
 $()$   $()$   
 $:$   
 $.$

					.
					.
					.
					.
					.
					.
					.
					.
.....					.

( \_\_\_\_\_ ) :

.

( ) mbc ( )

( ) ( )

( ) ( )

( ) LBC ( )

.....

( ) ( )

:

/

.

( )

( )

( )

( )

..... ( ) ( )

-:

:

\_\_\_\_\_ )

.

(

( ) ( )

( ) ( )

.....

( )

.

( )

( )

( )

.

( ) ( ) ( )

.

( ) ( ) ( )

.

( ) ( )

( ) ( )

( )

.

( )

( )

( )

( )

( )

.

.....:

( )

—:\_\_\_\_\_.


--	--	--	--	--	--	--

( \_\_\_\_\_ )

( )

( )

( )

.....