

الفضائيات وتأثيرها على مجتمعنا بحث كامل وتقارير

حورية الدعوة

٥١ - في ظل الاستخدام الصارخ للمرأة كوسيلة ترويجية

الإعلانات الهابطة تسيء للمرأة وتخدش حيائها

مجلة المتميزة : لكرامة المرأة أهمية كبرى لا يمكن بدون صونها تخيل مدى ما تحدثه في المجتمع من تغيرات لها أثرها السلبي ،

والمسألة هنا تتجاوز حالة الإرشاد لتلامس قيم الفرد والعائلة ، لذا فإن الإساءة للمرأة ، أو محاولة تنقيح وضعها وإبراز وطأة الإغراء فيها بصورة بهيمية أو استثمارية ، ضمن إعلانات تجارية سلبية ، تنال من رفعة أخلاقياتها ، وتخدش حيائها وتجعل المرأة لحيية تنظر إلى المجتمع وكأنه يعتمد إهانتها والإساءة إليها .

إلى الآن لم يتمكن أصحاب الإعلانات التجارية – الذين يحاولون اختراق حشمة المرأة كمخلوق نظير للرجل ، ويقدمونها عن عمد بشكل مغر ، وفي صورة تبرز فيها شيئاً من مفاتن جسدها – أن يبرزوا أسوأ اختيارهم كي تكون المرأة موضوعاً رئيساً في الإعلان .

إن تقديم المرأة نصف العارية (مثلاً) ضمن إعلان تجاري يُرغّب الناس لاقتناء بضاعة ما ، يعد من قصور النظرة ، وربما الابتعاد عن الأعراف الأخلاقية مما يحدث حالة من الإرباك لدى العوائل السوية ، التي يتفاجأ أفرادها على حين غرة بإعلان تلفزيوني سريع يبرز شيئاً في مفاتن جسد المرأة أمام أفراد العائلة (ذكوراً وإناثاً) مما يتنافى وعلاقة الاحترام والاحتشام فيما بينهم ، حيث الأب مع بناته ، أو الأخ مع أخواته ، وتدفع المرأة المشاهدة للإعلان مهما كانت درجة عفتها ، ضريبة الكيد لمعنوياتها من حيث لا ترغب ، جراء ذلك الإعلان .

وما دامت الإعلانات عن المرأة تظهرها وكأنها سلعة مكملة للسلعة التجارية ، التي يتحدث أو يعبر عنها الإعلان المعني ، بما يحويه ذلك الإعلان من الخلاعة ، التي تسيء لإنسانية المرأة ، فإن المسؤول الأول عنه هو المعلن ((الوسيلة الإعلانية)) ثم يليه المعلن له ،

فقد جعل التساهل من قبل الرقابات الإعلامية أرباب الاستهداف يتمادون في المحظور بنشر الإعلانات المنتقصة من احترام موقع المرأة في الحياة عبر صناعة إعلانية قاتمة ، يجني الفائزون عليها مبالغ طائلة