

<p align="center">دور الإعلانات التلفزيونية في نشر الخرافات الطبية</p>	<p align="center">عنوان البحث العلمي</p>
<p>د/ محمد كمال احمد حسن – جامعة الفيوم – كلية الآداب – قسم علم الاجتماع – الفيوم - مصر Mka03@fayoum.edu.eg</p>	<p align="center">بيانات الباحث</p>
<p>الملخص</p> <p>هدفت الدراسة الحالية، إلى التعرف علي دور الإعلانات التلفزيونية في نشر الخرافات الطبية، ومن هنا طرحت الدرلة تساؤلاً يبحث عن إلي أي مدي تلعب الإعلانات التلفزيونية دوراً في نشر الخرافات الطبية. وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية معتمدة في منهجيتها لتحليل وتفسير اشكالياتها علي منهج تحليل المضمون لعدد (150) من الإعلانات التلفزيونية التي تروج للخرافات الطبية عبر عدد من القنوات التلفزيونية بلغ عددها 7 قنوات، ومستعينة باستمرار تحليل المضمون لتحليل مضمون هذه الإعلانات، فضلاً عن الاستعانة بمنهج المسح الاجتماعي علي عينة عشوائية قوامها (90) مفردة مقسمة إلي (56 ذكر، 34 أنثي)، ومستعينة بأداة الاستبيان لرصد مدي استجابة المشاهدين لما يقدم عبر هذه الإعلانات من منتجات طبية. وقد توصلت الدراسة إلي تنوع الأليات التي تعتمد عليها الإعلانات التلفزيونية في نشر الخرافات الطبية، مما أسهم في دعم الخرافة وتقويتها وتثبيتها في ذهن المتلقي. كما توصلت الدراسة إلي اعتماد الإعلانات علي اللغة العامية في نشر الخرافات الطبية، مما ساعد علي جذب انتباه المشاهدين تجاه ما يعرض. كما أكدت الدراسة أن زيادة الجرعة الإعلانية ساهم في تدعيم وتثبيت الرسالة الإعلانية ذات الطابع الخرافي. كما كشفت الدراسة عن تنوع في الخرافات الطبية التي تروج لها الإعلانات ما بين خرافات جنسية، خرافات جمالية، وخرافات تتعلق بالشفاء من الأمراض. كما توصلت الدراسة إلي أن القنوات الخاصة كانت صاحبة اليد العليا في الترويج للخرافات الطبية. كما كشفت الدراسة عن الإقبال المتزايد من قبل الإناث علي المنتجات الخرافية التي تقدم عبر الإعلانات التلفزيونية والمتعلقة بالجمال الجسدي. كما كشفت الدراسة عن الإقبال المتزايد من قبل الرجال علي المنتجات الطبية الجنسية. وأخيراً كشفت الدراسة عن حجم الخداع الذي مارسه القائمين علي تلك الإعلانات في تزييف الواقع الصحي، ومحاولة تحقيق نوع من الثراء وكسب المال حتى ولو علي صحة الأفراد.</p>	
<p align="center">مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة الفيوم.</p>	<p align="center">اسم المجلة</p>
<p align="center">العدد الثاني عشر، يونيو 2015م، ص 259-323.</p>	<p align="center">رقم المجلد وتاريخ النشر</p>