أظهرت النتائج أن المحطات التلفزيونية المفضلة في مشاهدة الإعلانات "**المحطتان معا**"، ويعزى ذلك أن المحطتين تبثان إعلانات تجارية تحاول أن ترضي أذواق المشاهدات وتتكامل مع متطلباتهن، وتتوافق مع قيمهن وعاداتهن، وتجدر الإشارة أن الإعلانات التجارية في المحطتين تسعيان للتطوير والتجديد لجذب أكبر قدر من المشاهدات وضمان استمرارية متابعتهن.

نتائج السؤال الرابع: ساعات مشاهدة قناة التلفزيون الأردني؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لساعات مشاهدة قناة التلفزيون الأردني، واستثنيت من العينة اللواتي يشاهدن قناة رؤيا فقط وعددهن (٨٣) وأخذت العينة اللواتي يشاهدن التلفزيون الأردني فقط واللواتي يشاهدن المحطتين معاً (التلفزيون الأردني، قناة رؤيا) فأصبح حجم العينة (٣٠٢)، جدول (٥) يوضح ذلك.

الجدول (٥): التكرارات والنسب المئوية لساعات مشاهدة قناة التلفزيون الأردني ومرتبة ترتيباً تنازلياً(ن=٣٠٢)

ساعات مشاهدة قناة التلفزيون الأردني	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	109	28.3
من ساعة إلى أقل من ساعتين	103	26.8
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	51	13.2
من ثلاث ساعات فأكثر	39	10.1
المجموع	**302**	**78.4**
العينة اللواتي يشاهدن قناة رؤيا	83	21.6
المجموع	**385**	**100**