

وأشارت الدراسة إلى أن ٦٨ % بالمئة من السكان الراشدين في الولايات المتحدة يعانون من زيادة الوزن أو السمنة وبالتالي زيادة خطر الإصابة والأمراض سيكون مكلفاً، بما في ذلك مرض السكري، وأمراض القلب والأوعية الدموية، والاكنتاب .

وأكدت أن ممارسة النشاط البدني بانتظام يقلل خطر الإصابة بأمراض القلب والأوعية الدموية، والسكري، وهشاشة العظام، وهي فوائد تعزز الرسائل السلوكية في وسائل الإعلام وتعمل على تثقيف الناس حول فوائد النشاط البدني.

ودعت إلى ضرورة تحديد أي إطارات لتعزيز الاستجابات المثلى لتحفيز الجماهير نحو النشاط البدني لكي تؤدي إلى تحقيق صحة أفضل وأن تكون متداخلة مع معايير الجمال بين النساء اللواتي يشعرن بالمعاناة من زيادة الوزن والسمنة لتحسين نوعية حياتهن" وصورة أجسامهن.

وركزت دراسة Michelle L. Segar, John A . على معرفة الإعلانات التي تحقق الرفاه للمرأة وتحسين صورة جسمها وخاصة النساء البدينات وليس الرجال، وأجريت على عينة عشوائية من النساء العاملات في سن (٤٠-٦٠) بينما اعتمدت الدراسة الحالية على معرفة استخدام المرأة بالتلفزيون الأردني وقناة رؤيا بمعرفة رأي الإناث من أعضاء هيئة التدريس بثماني جامعات بحقيقة ما يشاهدنه في إعلانات القنوات وكانت الأستبانة هي أداة الدراسة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحث بأنها ساعدته في تحديد مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها وتساؤلاتها وفروضها وكذلك أعانته على إعداد الأستبانة.

وقد تناولت الدراسات السابقة موضوع الإعلان التلفزيوني بشكل عام كما وردت في دراسة الترك وأبو رياوالسالم وكذلك الأمر في الدراسات الأجنبية التي ركزت على تحقيق الرفاه للمرأة كما جاء في دراسة 2012 : Michelle L. Segar, John A. وكذلك دراسة Janice D. Yoder and Jessica Christopher التي ركزت على معرفة قدرة الإعلانات على