

تحقيق تطلعات النساء بإيجاد توازن بين حياتهن المهنية والأسرية وأيضاً دراسة Maria Rosa (2006 : Berganza) التي عملت على تحليل وجود الصور النمطية للمرأة والرجل في إعلانات التلفزيون الإسباني. وظهر ذلك أيضاً في Shun-Hing Chan and Lai-ching (2005 : Leung) الذي كان يعمل على توفير فهم أفضل للنساء المسنات في نصوص الإعلانات التلفزيونية. أما هذه الدراسة فركزت على معرفة وجهة نظر النساء الصفوة في المجتمع الأردني حيال الإعلانات التلفزيونية.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة:

يمكن تحديد جوانب اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:

من حيث موضوع الدراسة: تُعنى الدراسة الحالية باستخدام المرأة في إعلانات التلفزيون الأردني وقناة رؤيا بغية التعرف على وجهة نظر النساء اللواتي يعملن في التدريس الجامعي من منطلق أنهن يمثلن رأي الصفوة من النساء حول ما يعرض من إعلانات على شاشتي التلفزيون الأردني وقناة رؤيا، وهذا الموضوع يحتاج إلى مزيد من الدراسة والبحث.

من حيث عينة الدراسة : تم تطبيق هذه الدراسة على عينة من ٤٠٠ مفردة شملت ثمان جامعات حكومية وخاصة.