

## ثانياً: مجتمع الدراسة والعينة:

تم تطبيق الدراسة على عينة قصدية تمثل المدرسات في ثماني جامعات، حيث تم التطبيق على عينة قوامها ( ٤٠٠ ) مفردة تم بالتوزيع المتساوي بين الجامعات الثمانية بواقع ( ٥٠ ) مفردة لكل جامعة.

## ثالثاً: أداة الدراسة:

• استخدم الباحث الاستبانة أداة لجمع البيانات حول الدراسة حيث تم تطبيقها على عينة من المدرسات العاملات في ثمان جامعات في الجامعات التالية ( الأردنية، البترا، الزيتونة ، الإسراء، الشرق الأوسط، العلوم الإسلامية، العلوم التطبيقية، عمان الأهلية)، وهي أداة أساسية تستخدم في جمع بيانات أولية أو مباشرة أو أساسية من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً وذلك لغاية التعرف على حقائق معينة ووجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل التي تؤثر في تصرفاتهم وسلوكياتهم .

• البيانات الشخصية لأفراد العينة من المدرسات في الجامعات الثمانية.

• تعرض المدرسات للإعلانات التجارية في التلفزيون الأردني وقناة رؤيا.

• موقف المدرسات من الإعلانات التجارية في التلفزيون الأردني وقناة رؤيا.

## رابعاً: صدق الأداة:

تم عرض الاستبانة على ثمانية محكمين من أساتذة الإعلام ذوي الخبرة في جامعتي البترا والشرق الأوسط بغرض التأكد من صدق أداة الدراسة، وطلب منهم أبداء آرائهم ومقترحاتهم حول مدى صلاحية فقرات أداة الدراسة لقياس أهدافها، وتم الأخذ بمقترحاتهم وتعديل الاستبانة حسب ملاحظاتهم بحيث تم إعدادها بصورتها النهائية . (ملحق رقم ١)