

الإعلان هو أحد أبرز عناصر المزيج الترويجي والذي يستخدم بشكل واسع من قبل كل المنشآت الصناعية والتجارية والخدمية، وقد زادت أهمية الإعلان بشكل واضح بسبب زيادة السلع المنتجة وتنوع تشكيلاتها وزيادة منتجها هذا من جهة ومن جهة أخرى حدث تطور هائل في الوسائل المستخدمة من بث الإعلان لجمهور المستهلكين. (غنيم، ٢٠٠٧، ص ٩٣)

فقد عرّف كستيفلد الإعلان بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من البائع إلى المشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته. ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة. (هبة، ٢٠٠٠، ص ٣٠١)

وقد عرّف كروفورد الإعلان بأنه فن إغراء الأفراد على السلوك بطريقة معينة. ولكن التعريف الأكثر إتفاقاً ما جاءت به جمعية التسويق الأمريكية، الإعلان وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع. (محسن وشاكر، ٢٠١٢، ص ١٢١)

تعريف الإعلان:

تفيد المادة اللغوية للفظ الإعلان عن: "أعلن، يعلن، إعلاناً. معنى: أظهر، أشهد به. مصدرها من لفظ: العلانية أي بمعنى: الإظهار، الإشهار، الجهر. وللإعلان عدة تعريفات تتقارب من بعضها بعضاً، ومن أبرزها:

١. الإعلانات عملية اتصالية تستهدف إحداث تأثير محدد يتمثل في إقناع الجمهور المستهدف من قبل المعلن، ودفعه إلى سلوك يُقدم فيه على الشراء والتعامل مع الخدمة المعلن عنها.
٢. هو فن إغراء الأفراد والجماعات وجمهور المستقبلين الحقيقيين والمرتبين، على انتهاز السلوك الاستهلاكي وفق طريقة الجهة المعلن (Australian,2008,p259)

تعريف التلفزيون:

لغة: كلمة تلفزيونية مكونة من كلمتين وهي من أصل يوناني. وتعني ((Tele ومعناه (بعد) وكلمة (vision) ومعناها (الرؤية) أي الرؤية عن بعد.