

الاقتصادية وتحقيق الرواج التجاري، بالإضافة إلى دورها الحيوي لوسائل الاتصال كمصدر من مصادر التمويل. وتتعدد أنواع الإعلانات التلفزيونية ووسائل نشرها بتعدد الهدف من الإعلانات. (النور، ٢٠٠٥، ص ٧٧)

الإعلانات التلفزيونية:

يعد الإعلان التلفزيوني من أقوى أنواع الوسائل الإعلامية تأثيراً وفعالية: فهو يربط بين البعد المرئي والبعد المسموع من الرسالة الإعلانية فأسباب الجذب كلها تتوافر في الإعلان التلفزيوني مقارنةً بغيره من الوسائل الأخرى المستخدمة في الإعلان. (حميدي وعثمان، ٢٠٠١، ص ٢٧).

لكن إذا لم يكن الإعلان التلفزيوني قابلاً للتصديق من قبل المشاهد وإن قوته في التأثير تتضاءل بقدر كبير لدرجة أنه قد يصبح عديم الفعالية والمصدقية في حالة تم استبعاد أي عنصر من عناصر الإعلان المهمة التي قد تؤدي إلى تضليل المشاهد أو تشويش أفكاره. (فهد، ٢٠١٠، ص ٣٧).

أنواع الإعلانات التلفزيونية:

يمكن تقسيم الإعلانات التلفزيونية إلى سبعة أنواع رئيسية وهي:

أ- **القصة:** يحتوي الإعلان التلفزيوني وفقاً لهذا النوع - كما يدل الاسم - على قصة تبدأ عادة بإثارة مشكلة معينة، كما تنتهي بخاتمة سعيدة وناجحة وذلك بإظهار كيف أدى المنتج إلى التغلب على المشكلة وكيف أن الفرد عاش سعيداً بعد أن عرف واستخدم المنتج المعين عنه.

(السمري ، ٢٠٠٠ ، ص ١٥٢)