
Television Advertising and its Relationship with the Values in the Economic Openness

Ashraf Farag ?????

يشهد علينا ذلك الانتشار المتزايد للاعلانات التجارية , وافتحامها يوم بعد يوم مجالات لم يكن استخدامها كوسيله للاعلان التجارى امرا مألوفاً من قبل وقد لفت ذلك الانتشار الى تخطى به الاعلانات التجاريه النظر بنشده , سواء على مستوى العامه او الخاصه كما بدا ذلك من الدراسات العلميه السابقيه على دراستنا هذه والتي تصدت للاعلان التجارى بالدراسه ولقد كان الانتشار من جهه وما لقيه من اهتمام من جهه اخرى , احدى اهم البواعث التى دفعت بالباحثالى دراسه للاعلان التجارى.ولما كان من المعروف للجميع , ان التلفزيون , بما له من مقومات خاصه , بعد اوسع وسائل الاتصال انتشارا واكثرها جاذبيه , ولما كانت نتائج احدى الدراسات السابقيه قد اظهرت ان الاقبال على الاعلان فى التلفزيون هو الاكثر بين المعلنين عنه عن اى وسيله اخرى من وسائل الاتصال , فقد ارتأى الباحث ان يقصر دراسته على الاعلانات التجاريه المعروضه بالتلفزيون.