

# TELEVİZYİYA REKLAMI VƏ TELEVİZYİYADA REKLAM

Televiziya müəssisə üçün ideal reklam alətidir ki, bununla “əmtəni üzdə göstərmək” və ya onun ətrafında ajiotaj atmosferi yaratmaq lazımdır. Bir çoxları televiziya reklamını daha səmərəli hesab edirlər, çünki o, tamaşaçı obrazlarını daha əyani və inandırıcı verir.

Hazırda əmtəə və xidmətlərin irəliləməsi əsasən reklamın köməyi ilə baş verir. Onun yayılmasının çoxsaylı variantları mövcuddur: vərəqlər, elanlar, interval, çap məhsulları, xarici reklam, radio və s. Televiziyada reklam hazırda digərlərinin arasında ən səmərəli sayılır. Onun tiplərinin üstünlüklərini, populyarlıq səbəblərini qısa nəzərdən keçirək.

Televiziya reklamı televiziya gedən reklamlardır. Televiziya reklamı reklamın ən kütləvi (ən baxımlı) və ən səmərəli, lakin bununla belə reklam vericisi üçün ən bahalı növüdür.

Televiziya reklamı əmtəəyə diqqətin cəlb edilməsinin ən sadə və eyni zamanda, ən mürəkkəb vasitədir. Bundan əlavə, aşkar olunmuşdur ki, televiziya reklamı eyni əmtəənin reklamının digər növlərinin də səmərəliliyini yüksəldir, yəni, məsələn, reklama baxdıqdan sonra mətbuatda görünən eyni tamaşaçı surətləri böyük təəssürat yaradır.

Televiziya reklamı qorxaqlar və ya yoxsullar üçün deyil. O, digərinə nisbətən sizin daha çox vaxtınızı, fikrinizi və pulunuzu udan bahalı reklam vasitəsidir. Müştərilərin geniş dairəsinə qədər öz informasiyanı çatdıran firmalar ənənəvi olaraq televiziya reklamına müraciət edirlər. Lakin gələcəkdə vəziyyət dəyişə bilər: kabel televiziyanın inkişafı ilə televiziya reklamı istehlakçıların daha dar, məhdud dairəsinə yönəlmək olar.

Formasına görə televiziya



reklamı xəbər və ya videofilm (videoçarx) ola bilər. Reklamın verildiyi telekanalların tipinə görə efir və peyk-kabel növləri var.

Televiziya reklamının ən geniş yayılmış növləri arasında televiziya reklam çarxlarını, televiziya reklam elanlarını, reklam televiziya reportajlarını və reklam televiziya verilişlərini, verilişlər arası fasilələrdə verilən reklam televiziya başlıqlarını ayırmaq olar.

Televiziya reklamının ən kütləvi növü reklam çarxıdır. Reklam çarxları davamiyyətinə görə geniş (30 saniyə və daha çox) və blits-çarxlara (15-20 saniyə) bölünür.

Televiziya çarxları televiziya nümayiş etdirilən, bir neçə saniyədən 2-3 dəqiqəyə qədər davamiyyəti olan reklam kino çarxları və ya video çarxlarıdır. Çox zaman belə reklam çarxları vaxtaşırı olaraq müxtəlif kütləvi, bədii və publisistik verilişlərə və proqramlara daxil ola bilər. Xarici təcrübədə hətta bədii filmlərin ən kəskin məqamlarının nümayiş zamanı televiziya çarxları verilir.

Süjetlərin tipinə görə reklam çarxları üç müxtəlif növə bölünür:

• Təsviri (informasiya) reklam çarxları. Bunlarda müəyyən informasiya ehtiva olunur;

• Əlverişli – sentimental reklam çarxları. Bunlar bir qayda olaraq, müvafiq həyat tərzinin atributu olan, reklam edilən əmtəə ilə əlaqədar xoşbəxtlik və firavanlıq atmosferi yaradır.

• Paradoksal və şok tipli reklam çarxları. Bunlar süjetdə reklam olunan əmtəəsinə narahatlıqları və fəlakətləri müqayisə edirlər, yaxud qarşı-qarşıya qoyurlar.

Reklam çarxlarının hazırlanması bahalı və əməkintutumlu zövqdür. Belə çarxların yaradılması üçün yüksək ixtisaslı mütəxəssislər: marketoloqlar, prodüserlər, ssenaristlər, operatorlar, bəzən isə aktyorlar və bəstəkarlar lazımdır.

ABŞ-da birinci rəsmi ödənişli televiziya çarxı 1941-ci il 1 iyul tarixində “Bruklin Docers” və “Filadelfiya Fillis” komandaları arasında beysbol oyunundan əvvəl Nyu-Yorkun WNBT (hazırda WNBS) televiziya stansiyası tərəfindən göstərilmişdir. Burada Bulova qol saatları reklam edilmişdi. Satların istehsalçı şirkəti ona müxtəlif məlumatlara görə 4 dollardan 9 dollara qədər pul (2016-cı ilin

əvvəlində 67-151 dollara uyğundur) ödəmişdir. Elan WNBT-nin şəkli dəyişilmiş kiçik test cədvəlinə bənzəyirdi – adi cədvəldən o, vaxtı göstərən, əqrəbləri olan saata çevrilmişdi. Saat cədvəlinin aşağı sağ tərəfinin dörrdə bir hissəsində Bulovanın loqotipi “Bulova Watch Time” təsvir olunmuş və “Amerika runs on Bulova time” (“Amerika Bulova vaxtı ilə yaşayır”) devizi səslənmişdir. Böyük Britaniyada birinci reklam çarxı 1955-ci ilin 22 sentyabr tarixində İTV kanalında göstərilmişdir. Burada “Gibbs SR” diş macunu reklam edilmişdi. Yaponiyada reklam çarxı 1963-cü ilin 28 avqust tarixində Tokionun “Nippon Television” kanalında nümayiş etdirilmişdir. Burada da “Seikosha” (hazırda “Seiko”) saati reklam edilmişdi.

Televiziya elanı diktör tərəfindən oxunan reklam xəbəridir.

Reklam televiziya verilişləri ən müxtəlif televiziya proqramıdır: Şou, viktorialar, reportajlar, bu və ya digər əmtəənin (xidmətin) fəal reklam olduğu müsahibə.

Televiziya başlıqları diktör mətninin və musiqisinin müşayiəti ilə translyasiya olunan hərəkətsiz rəsm şəkilli və ya fotoqrafik reklam süjetidir (həmçinin kompyuter qrafikasından istifadə edilməklə yerinə yetirilə bilər). Bu reklam süjetləri ilə müxtəlif televiziya verilişləri arasındakı pauzalar doldurulur. Televiziya başlıqlarına həmçinin televiziya verilişinin gedişi zamanı televiziya ekranında yerləşdirilən reklam vericinin firma rəmzlərinin elementləri də daxildir.

*(davamı gələn sayımızda)*

F.M. Qarayev,  
BDU-nun dosenti