**Аудиовизуальная реклама**

Аудиовизуальная реклама включает в себя рекламные кинофильмы, видеофильмы и слайдфильмы. Наиболее проста и удобна следующая классификация рекламных кинофильмов.

Рекламные ролики - короткие рекламные фильмы продолжительностью от 15 сек. до нескольких минут, рассчитанные на показ широким слоям населения, рекламирующие, как правило, товары (услуги) народного потребления. Могут быть показаны в кинотеатрах перед сеансами художественных фильмов или по телевидению. Допускают применение всех жанров кинематографа; строятся, как правило, на динамичных сюжетах, острых ситуациях, неожиданных развязках.

Рекламно-технические фильмы - рекламные фильмы продолжительностью от 5 до 20 мин., информирующие преимущественно о товарах промышленного назначения, сырье, машинах и оборудовании; в большинстве случаев рассчитаны на показ специалистам.

Рекламно-престимсные фильмы - рекламные фильмы продолжительностью от 10 до 20 мин. (иногда и более), рассказывающие не только о продукции, но главным образом о самом предприятии-заказчике, создаются для показа самым различным целевым группам (как специалистов, так и широких слоев населения), с целью создания благоприятного мнения о деятельности рекламодателя и повышения его престижа.

Рекламно-технические и рекламно-престижные фильмы по жанру ближе к научно-популярным, иногда при их создании используют элементы мультипликации, компьютерной графики и игрового кино. Такие фильмы предназначены для демонстрации на ярмарках и выставках, презентациях, пресс-конференциях, симпозиумах, деловых встречах.

Классификация рекламных видеофильмов аналогична классификации кинофильмов.

Рекламная видеоэкспресс-информация - специфический вид видеорекламы, она представляет собой оперативно сделанный видеосюжет о каком-либо выдающемся событии в жизни организации-рекламодателя (пуск новой линии, подписание крупной коммерческой сделки, выпуск первой партии новых товаров, празднование юбилея и т. п.).

Следует отметить, что в настоящее время в практике рекламы четко прослеживается тенденция к увеличению выпуска видеофильмов вместо кинофильмов. Это вызвано такими преимуществами видеорекламы, как более оперативное и экономичное производство, тиражирование, возможность использования широкой гаммы выразительных электронных спецэффектов, простота транспортирования готовых видеофильмов, удобство их демонстрации с помощью бытовых видеомагнитофонов. Однако для демонстрации на большую аудиторию, на большом экране лучшее качество изображения и эффективность восприятия имеют рекламные кинофильмы.

Слайд-фильмы - представляют собой программу из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, проецируемых на один или несколько экранов. Такая программа сопровождается специально подготовленной фонограммой. Слайд-фильмы можно использовать для самого разнообразного ассортимента товаров, промышленной продукции и услуг. Кроме того, они могут иметь и рекламно-престижную направленность. Одним из основных преимуществ этого вида рекламы является возможность оперативной и экономичной модификации или простой замены одних слайдов другими, не нарушающей целостности программы.

Однако развитие этого средства рекламы в нашей стране сдерживается отсутствием специальной высококачественной проекционной техники. Для облегчения процесса демонстрации слайд-фильмов их иногда записывают на видеокассеты и демонстрируют на телеэкранах.