**Радио- и телереклама**

Радио- и телереклама являются, пожалуй, самыми массовыми по охвату потребителей средствами рекламы. Несмотря на довольно короткий период своего существования, они конкурируют с другими средствами рекламы, постоянно развиваясь и совершенствуясь.

Самыми распространенными видами рекламы по радио являются радиообъявления, радиоролики, различные радиожурналы и рекламные радиорепортажи.

Радиообъявление - информация, которая зачитывается диктором.

Радиоролик - специально подготовленный постановочный (игровой) радиосюжет, который в оригинальной манере (часто в форме остроумной шутки или интригующего диалога) и, как правило, в музыкальном сопровождении излагает информацию о предлагаемой продукции, товарах или услугах. Иногда рекламный радиоролик может быть даже в форме небольшой рекламной песенки-шлягера.

Радиожурнал - тематическая радиопередача информационно-рекламного характера, отдельные элементы которой объединяются коротким конферансом.

Радиорепортажи о каких-либо ярмарках, выставках-продажах или других событиях могут содержать как прямую, так и косвенную рекламу (впечатление потребителей о купленных товарах, сведения о новых товарах и т. п.).

Среди самых распространенных видов телевизионной рекламы можно выделить телевизионные рекламные ролики, телевизионные рекламные объявления, рекламные телерепортажи и телепередачи, рекламные телезаставки в перерывах между передачами.

Телеролики - это в большинстве случаев рекламные кино- или видеоролики, продолжительностью от нескольких секунд до 2-3 мин., демонстрируемые по телевидению. Очень часто такие рекламные ролики могут периодически включаться в различные популярные, художественные и публицистические передачи и программы. В зарубежной и отечественной практике ими прерывают даже художественные фильмы в самые острые моменты.

Телеобъявления - рекламная информация, читаемая диктором.

Рекламные телепередачи могут представлять собой самые различные телепрограммы: шоу, викторины, репортажи, интервью и т. п., по ходу которых активно рекламируются те или иные товары (услуги).

Телезаставки - транслируемые в сопровождении дикторского текста и музыки различные неподвижные рисованные или фотографические рекламные сюжеты (могут быть выполнены также с использованием компьютерной графики), которыми заполняют паузы между различными телепередачами, или какие-либо элементы фирменной символики рекламодателей, размещаемые на телеэкране по ходу телепередач.

Преимущество радио- и телерекламы заключается в их особой оперативности (поскольку, в принципе, рекламное сообщение может пойти в эфир сразу же после поступления в редакцию).

Наиболее эффективные результаты эти средства дают при рекламе товаров и услуг массового спроса, рассчитанных на потребление широкими слоями населения.

Рекламодателям и рекламным агентствам, которые в своей рекламной программе используют радиорекламу необходимо проводить исследования популярности радиопрограмм у различных категорий слушателей. Это делается для того, чтобы из всей аудитории радиослушателей выделить потенциальных покупателей рекламируемых товаров (услуг) и использовать для рекламы конкретные радиопрограммы.

Что касается телерекламы, то это средство рекламы при всех его преимуществах (массовый охват аудитории, оперативность, эффект присутствия и участия), является достаточно дорогим и имеет тенденцию к росту расценок. На отечественном телевидении в отдельных программах расценки уже стали весьма существенными - до 25.000 дол. за минуту и выше.