

ÖZ

Yazar	:Venera NARİNOVA
Üniversite	:Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Anabilim Dalı	:İletişim Bilimleri
Tezin Niteliği	:Yüksek Lisans Tezi
Mezuniyet tarihi	:06/ 06/ 2012
Danışman	:Prof. Dr. Bayram KAYA, Yardımcı Danışmanı Dr. Kıyas MOLDOKASIMOV

KIRGIZİSTAN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ ÖRTÜLÜ REKLAM-ÜRÜN YERLEŞTİRME: UYGULAMALI BİR ÇALIŞMA

Küreselleşme sürecinde bulunmakta olan ülkelerde medya ve iletişimin ışık hızıyla gelişmesi diğer alanlara yansımaktadır. Medyanın önemli ve parlak bir unsuru olan reklam çevresinde sürekli değişim ve gelişmeler yer almaktadır. Pazarlamacılar tüketicileri etkilemek ve satış miktarlarını arttırmak için yeni karmaşık metotları arayıp dururlar.

Çalışmanın temelini pazarlamanın değişik ve medyada oldukça yaygınlaşan bir yöntemi olan örtülü reklam oluşturmaktadır. Son zamanlarda örtülü reklam kavramı daha fazla dikkat çekmektedir. Çünkü kavramın karmaşıklığı ve denetim zorlukları birçok sorunları yaratmaktadır. Bununla birlikte örtülü reklam yöntemi çok yaygınlaşmakta ve çok büyük kabul görmektedir.

Bu yeniliğin Kırgızistan piyasasına da gelmesi şartırcı değildir. Tez Kırgızistan'daki örtülü reklamın durumu ve gelişim eğilimlerini tanımlamakla birlikte örtülü reklamın ortaya çıkma nedenleri ve yasal denetimin özelliklerini saptamayı amaçlamaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde reklamın tanımı ve gelişmesi, örtülü reklamın kavramının tanımlanması, etik boyutu, avantajları ve dezavantajlarını açıklayan bilgiler verilmektedir. Çalışmanın ikinci bölüm Kırgızistan'ın durumu ve Kırgızistan'daki örtülü reklam özellikleri, yasal denetimi ve çağdaş filmlerdeki kullanım nitelikleri içermektedir. Üçüncü bölümde tezin çağdaş filmlerin içerik analizi temelinde yapılmış olan uygulama kısmı yerleştirilmektedir. Elde edilen sonuçlar, bulgular ve öneriler sonuç kısmında bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: reklam, Kırgızistan, örtülü reklam, ürün yerleştirme, sponsorluk, Çağdaş Kırgızistan Sineması.

ӨЗӨК

Даярдаган Университет	:Венера Наринаова :Кыргыз- түрк “Манас” университети
Багыты	:Коммуникация
Иштин сыпаты	:Магистрдик диссертация
Бүтүрүү датасы	:06/ 06/ 2012
Илимий жетекчи	:Проф.док., Байрам Кая, :Кошумча жетекчи проф.кыяс Молдокасымов

Кыргызстан Массалык маалымат каражаттарындагы көмүскө жарнак-товар жайгаштыруу: практикалык изилдөө

Ааламдашуу процессинин ичинде болгон өлкөлөрдө медиа жана коммуникациянын нур ылдамдыгы менен өнүгүүсү башка катмарларга да таасирин берүүдө. Медианын маанилүү жана көрүнүктүү кубулушу жарнак чөйрөсүндө үзгүлтүсүз өзгөрүү жана өнүгүүлөр жүрүүдө. Маркетологдор карамдоочуларга таасир берүү жана сатуу көлөмүн көбөйтүү үчүн жаңы татаал ыкмаларды издеп турушат.

Иштин маңызын маркетингдин оригиналдуу жана медиа чөйрөсүндө болушунча жайылган ыкмасын көмүскө жарнак түзөт. Акыркы учурда көмүскө жарнак түшүнүгү өзүнө көп көңүл бурууда. Себеби түшүнүктүн татаалдыгы жана көзөмөлдөө кыйынчылыктары бир канча маселе жаратууда. Бул менен кошо көмүскө жарнак ыкмасы аябай таркап жана абдан чоң масштабдарга ээ болууда.

Бул жаңы ыкманын Кыргызстанга да келгени таңкалыштуу эмес. Диссертациялык иш Кыргызстандагы көмүскө жарнактын жагдайы жана анын өнүгүү багыттарын аныктоо менен кошо көмүскө жарнактын пайда болушунун себептери жана мыйзамдык көзөмөлдөө өзгөчөлүктөрүн ачыктап берүүнү негизги максатка койууда.

Жалпысынан иш үч бөлүктөн түзүлөт. Биринчи бөлүктө жарнактын аныктамасы жана өнүгүүсү, көмүскө жарнак түшүнүгүнүн аныктамасы, анын этикалык өлчөмү, артыкчылыктары жана кемчиликтерин аныктамасы боюнча маалымат берилген. Иштин экинчи бөлүгү Кыргызстан абалы жана Кыргызстандагы көмүскө жарнактын өзгөчөлүктөрү, мыйзамдык көзөмөлдөөсү жана заманбап тасмалардагы колдонулушунун өзгөчөлүктөрү тууралуу маалыматтан турат. Үчүнчү бөлүктө заманбап тасмалардын контент анализ негизинде жасалган практикалык изилдөө жайгашууда. Анализ жыйынтыгы, табылгалар жана сунуштар тыянак бөлүгүндө берилүүдө.

Ачык сөздөр: жарнак, Кыргызстан, көмүскө жарнак, товар жайгаштыруу, демөөрчүлүк, заманбап кыргыз киносу.

АННОТАЦИЯ

Подготовила	:Венера Нарина
Университет	:Кыргызско-Турецкий университет «Манас»
Направление	:Коммуникация
Вид диссертации	:Магистерская диссертация
Дата окончания	:06/ 06/ 2012
Научный руководитель	:Проф.др.Байрам Кая :Проф. Кыяс Молдокасымов

Скрытая реклама-размещение продукта в СМИ Кыргызстана: практическое исследование.

Средства массовой коммуникации, которые развиваются со скоростью света в процессе глобализации, оказывают свое влияние и в других областях. Реклама, одна из важных и ярчайших элементов средств массовой коммуникации, находится в постоянном изменении и трансформации. Маркетологи в целях оказать влияние на потребителей и увеличить объемы продаж находятся в постоянном поиске новых методов убеждения.

Основу исследования составляет скрытая реклама, которая является отличительным методом маркетинга и очень распространена в средствах массовой коммуникации. В последнее время явление скрытой рекламы привлекает все больше внимания. Так как размытость концепции термина и трудности в контролировании скрытой рекламы создают множество проблем. Тем не менее скрытая реклама стремительно распространяется и применяется в больших масштабах.

Не удивительно, что этот инновационный метод имеет место быть и в Кыргызстане. Цель исследования определить состояние и тенденции в области скрытой рекламы в Кыргызстане и обозначить основные проблемы, создаваемые скрытой рекламой.

Исследование состоит из трех глав. В первой главе даны определения рекламы, скрытой рекламы, информация об этических аспектах данных терминов, об их преимуществах и недостатках. Вторая глава содержит информацию о состоянии рекламы на рынке Кыргызстана и об особенностях скрытой рекламы, применяемой в Кыргызстане, о правовом регулировании скрытой рекламы и ее применении в современных кыргызских фильмах. Практическая часть работы приведена в третьей главе, которая содержит анализ скрытой рекламы, использованной в современных кыргызских фильмах. Результаты, выводы и предложения приведены в заключении исследования.

Ключевые слова: реклама, Кыргызстан, скрытая реклама, размещение товара, спонсорство, современные кыргызские фильмы.

ABSTRACT

Prepared by : Venera Narinova
University : Kyrgyz Turkish Manas University
Department : Communication Studies
Degree of the work : Master's Thesis,
Finished date : 06/ 06/ 2012
Research manager : Professor Dr. Bayram Kaya, Prof.Kiyas Moldokasymov

The very fast development of media and communication in globalizing countries influences other fields. There are permanent changes and developments in the field of advertising which is the crucial and illuminating subject of media. Marketers look for new, complex methods to influence the consumers and increase the sales.

The main issue studied in this work is the hidden advertising, which is a different and expanding method of marketing. In recent years the notion of hidden advertising takes more attention than ever, because the complexity of the notion and the hardships of its control create many problems. Thus the method of hidden advertising is expanding and it finds much acceptance.

It is not astonishing that this novelty had come to the market of Kyrgyzstan. This thesis defines the position and development trends of hidden advertising in Kyrgyzstan, and aims to determine the reasons of its emergence and the characteristics of legal monitoring.

The study is divided to three chapters. In the first chapter the definition of advertising is given, and explanatory information has been presented about the definition of hidden advertising, ethics, advantages and disadvantages. The second chapter of the study is about the situation in Kyrgyzstan and the characteristics of hidden advertising, legal monitoring in Kyrgyzstan and its use in recent Kyrgyz movies. The third chapter covers the application of theory based on the context analysis of the recent movies. The results, findings and proposals are summarized in the chapter of conclusion.

Key Words: Advertising, Kyrgyzstan, Product Placement, Covered Advertising, Sponsorship, modern Kyrgyzstani Cinema.