Parlaq bir gələcək üçün, çiçəklənən millət üçün,
düşünərək yaşayanlar üçün, səsi dünyaya yayılacaq
bir gənclik üçün, işıqlı sabahlar üçün, xoşbəxt bir ailə
üçün, sevincli qəlblər üçün, gülən üzlər üçün,
həyat səhifələrimizi parlaq imza sahiblərinin
qələmi ilə yazmaq üçün

Kitabın sahibi: _____

Oxu tarixi: _____

Ürək ver: 

DANIŞIR REKLAM

TEYMUR MƏMMƏDOV

mono
NON-FİKŞN

Baş redaktor:	Nurman TARİQ
Redaktorlar:	Cavi DAN İlahə ƏHMƏDOVA
Korrektor:	Turac ELDARQIZI
Tərtibatçı:	İsmayıl SÜLEYMANLI
Cildin dizayneri:	Xədicə İZABAKAROVA

Teymur Məmmədov
DANIŞIR REKLAM

Bakı, “MONO” nəşriyyatı – 2026, 272 səh.

© Teymur Məmmədov / 2026
© Parlaq İmzalar MMC / 2026

Kitabın bütün hüquqları qorunur. İcazəsiz olaraq hər hansı vasitə ilə nəşri və yayımlanması qadağandır.

MONO – Parlaq İmzalar MMC-yə məxsus markadır.

ISBN: 978-9952-8679-4-7

MONO nəşriyyatı – 21

www.parlaqimzalar.az
mono@parlaqimzalar.az
/ monokitab
0559697259 / 0559897259

Mətbəə: “AVEPRİNT” MMC
SENTYABR / 2026

16+

Mündəricat

RƏYLƏR 13

Kreativlik olmayan yerdə 21
Gözəlliyi görmək azdır, eşitmək gərəkdir 27
Hər səsin öz təbiəti var 37
Gəncləşən və həmişəyaşar radio 43
Radio bir əsrlik yol keçmişdir 49
Radio: yaxşı nədir, pis nədir? 53
Gəlin, sabaha gəlin 59
Radio reklamı günün tələbidir 63
Reklam hər gün işləməlidir 69
Ana xəttə sadiq qalmaq vacibdir 75
Basmaqəlib ifadələr satdıra bilməz 81
Audioreklam: səslə satış 87

Səsin tilsimi var, çünki zəngin dünyadır 95
Radio reklamına təsir edən amillər 101
Lakoniklik: radioreklamın tacı 107
Təkrar biliyin ögey anası deyil 113
Dinləyiciyə xitab edirsənsə 119
Ünsiyyət canlı olanda 125
Radioreklamda “olmaz”lar da olur 131
Dördyol ayrıcında birləşin 137
Radioda ideal reklamın zamanı 143
Radioda musiqidən çox şey asılıdır 151
Səsin yaratdığı mənzərə 157
Radio – imkanlar poliqonudur 161
İnsanlar radionu çox sevirlər 167
Cinql zamanı çoxdan gəlmişdir 173
Özəllik həm də gözəllikdir 179
Cinql yaradıcılığında əsas prinsiplər 187
Öz ritminlə yaşa 193
Hər alətin öz rolu, öz yeri var 199
Test və optimallaşdırma önəmlidir 205
Uğurun öz təməli var 211
Radionun lokal özəllikləri 217
Alo-nun zamanı keçirmi? 223
Pez, pez, pez, kim deyir ki, bez, bez, bez 229
Kreativ cinql effektiv olurmu? 235
Biz bir elliyik, “Azercell”iyik 239

Zəngin ol sən, zəngin 245
Biz bizdən güc alırıq 249
“Doymak”dan doymadım, doymadım 255
Asan qarışır, rahat yapışır 259
Sİ – radio üçün yeni üfüqlər açır 263
Çevirdiyin səhifələr də
ömürdən keçən anlar kimidir 271

Marketinqdə etibarlı media məcrası olan və kreativ ideyaların reallaşdırılmasında xüsusi rol oynayan radio reklamından bəhs edən bu kitabın ərsəyə gəlməsində göstərdiyi dəstəyə görə İctimai Radioya dərin təşəkkürümü bildirirəm. "Danışır reklam" kitabının işıq üzü görməsinin şərəfli inkişaf tarixi olan Azərbaycan Radiosunun 100 illik yubileyinə təsadüf etməsi də əlamətdar hadisədir.

Bəzən uzun yolları da qısa zamanda keçmək olurmuş.
66 ildir radio dinləyirəm.
Dinləyəcəyəm də...

RƏYLƏR

Kitabların "ön söz"ləri çox sevdiyin radioverilişdən əvvəl səslənən uzun reklam blokunu xatırladır. Sən xoşladığın aparıcılarla xəyalən həmsöhbət olmağa, onların ovqatını hiss etməyə tələsirsən, reklam isə sanki bu anı ertələyir.

Radioaparıcı kimi ən çox eşitdiyim iradlardan biri – reklamların hədsiz çox səslənməsidir. Halbuki reklam menecerləri bu fikirlə razılaşmırlar. Çünki belə bir həqiqət də istisna deyil ki, insanları bezdirən "reklam" anlayışının özü yox, yaradıcı nüvəsi olmayan və tipik söz yığınından ibarət, adət etdiyimiz bəzi reklam çarxlarıdır.

Mən xüsusi yanaşma ilə hazırlanmış, peşəkar bədii tərtibata sahib və sadəcə bir reklam kimi səslənməyən reklamdan bezən dinləyici nə eşitmişəm, nə görmüşəm. Baxmayaraq ki, sözügedən irada radioda işləməyə başladığım 1999-cu ildən məruz qalıram.

Yadımdadır, ANS ÇM radiostansiyasının qapısından ilk dəfə içəri keçəndə özəl radioyayımçılıq 5 yaşını qeyd edirdi və studiyada üstündə ən çox əsdiyimiz kağız parçası da elə günün reklam cədvəli idi. O itməməli, qüsursuz icra edilməli və ona dəqiqliklə riayət olunmalıydı. Çünki özəl radionu ayaqda saxlayan, sözsüz ki, reklam idi.

İlk dəfə radioda reklam eşidən keçid dövrünün nəsli bunun dövlət radiosundakı təbliğat çarxlarından fərqini aydın hiss et-

mişdi. Radionun mizanını alt-üst edən X nəslinin aparıcıları idi, amma radioda səsləndirilən reklam da bu işdə az rol oynamamışdı.

Biz bu ləhcələr, ekspressiyalar və oynaq danışıq tərzi ilə ilk dəfə tanış olurduq. O vaxt bir radioçarxın yaradıcı tərəfi tərəziyə ən sonuncu sırada qoyulurdu. Fenomenin özü bəs edirdi ki, heç kəs reklamı çevirməsin, sonadək dinləsin. İllərlə seçici və estetik yanaşmamız cilalandı, pisi yaxşıdan ayırmağa başladıq, lakin bir də ayıldıq ki, "radioda nə çox reklam səslənir".

Məzmun yaradıcılığı, aparıcılar və səslənən musiqi daha əvvəllər tədqiqat obyekti olsa da, radioda səslənən reklamlar barədə ilk dəfədir ki, bu qədər dərin araşdırma ilə üz-üzəyik. Teymur Məmmədovun "Danışır reklam" kitabı Azərbaycanda 30 ildən çox bir dövrü əhatə edən özəl radioyayımçılığın ayrılmaz yol yoldaşının – reklamın fəlsəfəsini açır.

Ürəkaçan fakt odur ki, biz burada hansısa xarici müəllifin kitabının "tərcüməsi"nə yox, zəngin şəxsi təcrübəyə və fərdi sınaqlarla dolu bir reklamçı ömrünün qənaətlərinə sığına bilirik. Materialda nə ittiham var, nə təqsirkar. Bəli, universal, bütün dövrlərdə aktual qalacaq və tədqiq etdiyi sahə üçün yol xəritəsi kimi işıq saçacaq mətnlə tanış olacaqsınız.

Ən çox bu kitabı oxuyacaq tələbələrin və kopirayterlərin adına sevinirəm. İstər nəzəriyyə, istərsə də ali yaradıcı akt baxımından bundan sonra istinad üçün legitim konstitusiyanız var.

DJ Fateh
İctimai Radionun proqram direktoru

Radio reklamı haqqında yazmaq da, onu yaratmaq da böyük məsuliyyət tələb edir. Çünki radio sadəcə bir media vasitəsi deyil, həm də insanlar üçün gündəlik həyatda yol yoldaşı, onların səsli dostudur. Reklam isə bu dostluq münasibətində diqqəti yönləndirən, emosiyanı oyadan, istehlakçını hərəkətə gətirən güclü alətdir.

Əlinizdəki kitabı dəyərli edən əsas cəhət odur ki, müəllif burada uzun illərin təcrübəsini, müşahidələrini və peşəkar yanaşmasını səmimi bir dillə oxucuya təqdim edir. O həm radio dinləyicisinin psixologiyasını, həm də reklamın praktik mexanizmlərini incə detallarla izah edir.

Bu kitab reklam mütəxəssisləri, radioya marağı olan gənclər üçün dəyərli bələdçidir. Onu oxuyarkən bir daha əmin olursan ki, radio reklamı hələ də canlıdır, təsirlidir və doğru istifadə edildikdə brendlərin uğuruna böyük töhfə verir.

Müəllifi bu təşəbbüsə görə təbrik edir, oxuculara isə bu səmimi və zəngin təcrübədən faydalanmağı arzulayıram.

Cavid Neymətzadə
Pro Media Group-un təsisçisi və CEO-su,
Azərbaycan radio sənayesində media rəhbəri

Media məcrası olaraq radio səs və səs effektlərinin məharətli ifası ilə yadda qalır. Səsin peşəkarlıq səviyyəsi, bir dəyərli resurs olaraq ifa diapazonu, obrazların təbii canlandırılması, çatdırılmalı olan informasiyanın səmimiliyi, başlıcası isə, səsin özünün cazibəsi reklam mesajlarının hafizələrə dərin nüfuz etməsini şərtləndirir.

Səs Tanrının insana bəxş etdiyi ən qiymətli hədiyyələrdən biridir. Əgər bu səs həm də özünəməxsus gözəlliyə malikdirsə, taleyin səni ya musiqiyə, ya da dublyaj sənətinə aparması heç də təsadüfi deyil. Mən buna ürəkdən inanıram.

Mən 25 ildən artıqdır ki, dublyaj sahəsində çalışan aktrisayam. Bu illər ərzində müxtəlif layihələrdə iştirak etmişəm, saysız-hesabsız obrazlara səs vermişəm. Amma etiraf edim ki, radio mənim üçün həmişə xüsusi bir yer tutub. Çünki radio səsin ən saf, ən səmimi halını dinləyiciyə çatdırır. Burada yalnız səs danışır və məhz buna görə də o, heç vaxt yalan danışmır.

Peşə fəaliyyətimin ilk illəri heç də asan olmayıb. Nə bugünkü texniki imkanlar var idi, nə də peşəkar iş prosesi formalaşmışdı. Bizə bu sənətin incəliklərini öyrədən yox idi. Hər şeyi öz təcrübəmiz, səbrimiz və saysız-hesabsız sınaq-səhvlər hesabına öyrəndik. Elə olurdu ki, cəmi bir reklam çarxının yazılışı bir gün, bəzən isə daha uzun çəkirdi.

Bu gün isə hər şey dəyişib. Texnologiyalar inkişaf edib, iş prosesi daha çevik və rahat olub. Ən sevindirici məqamlardan biri də odur ki, sifarişçi şirkətlər artıq bu sahəyə peşəkar yanaşır, nə istədiklərini dəqiq bilir və nəticəyə xüsusi önəm verirlər. Bu həm bizim işimizi asanlaşdırır, həm də keyfiyyətin yüksəlməsinə xidmət edir.

Amma bütün yeniliklərə və texnologiyalara baxmayaraq, mənim üçün radioda öz səsini eşitməyin hissi hələ də tam fərqlidir. O hiss illər keçsə də dəyişmir. Çünki radio mənim üçün sadəcə bir media deyil – o, səsimin ilk sevgisi, peşə yolumun ayrılmaz bir hissəsi və ruhuma ən yaxın məkandır.

Sevda Bıyık,
səs aktrisası

Hara getdiyini bilirsənsə, vaxt itirmə, üfüqlərə boylan.

Əlini uzatsan, əlin üfüqə çatar, deyilmi?..

Arzuların dalğası bəzən sunami kimi güclü olur...

Mənim ilk arzularım radio dinləyərkən pərvazlanardı, qanadlanardı. Eşitdiklərimi təsəvvür etmək, qavramaq, təkrar beynimdə canlandırmağı bacarmaq, təəssürat almaq...

Həyat yolu bizi əhatə edən gerçəkliyi seyr etməkdən keçir. Oradan da mücərrəd təfəkkürə yol alır. Eşidilən hər siqnalı və informasiyanı görə bilmək mümkün ola bilər. Amma insanı kamilləşdirən onları anlamaq, yenidən hafizədə canlandırmaq, sonra isə təcrübədə tətbiq etməkdir.

Mən dünyanı dərk etməyi hələ erkən yaşlarımdan kerosin lampası işığında, radio dalğaları vasitəsilə öyrənmişəm. Bu yolda mənim ustadlarım: zaman, radio, müəllimlərim, müdriklər və təbiət olmuşdur.

Yaxşı, bəs... Yalnız mənimmi?

Həmfikirlərinlə bərabər addımlayaraq keçdiyin yollarda yaşananlar heç vaxt unudulmaz. Elə həmfikirlərin özü də... Radio ilə keçdiyim uzun yollar bizi ayırmadı. Əksinə, daha mehriban olduq, daha doğmalaşdıq. Uşaqlıq dövrü zəngin təəssüratlar ilə yadda qalır. İlkin təəssüratları əvvəlki dolğunluğu ilə yenidən almaq mümkün deyil. Ümid – ancaq xatırlamaqdır.

KREATİVLİK OLMAYAN YERDƏ



Hər uşağın öz nağıllı dünyası olan zaman...
Dünyanın ən böyük sirlərinə heyrətlənən, dünyanın ən kiçik gizlinləri ilə əylənən... Dünya o vaxtlar mənə divardakı radiodan heç də böyük görünməzdi. Bəlkə də, elə radionun özü qədər böyük idi. Günüm onunla başlardı. Onunla bitərdi.
Yaxşı ki, radio vardı. Ondan sonra TV gəldi, böyük ekran, maqnitofon, daha başqa "-fon"lar... Amma heç biri mənə radiotək doğma ola biləmmədi...

(Müəllif)

Reklam yaradıcılığı çox mütəhərrik, çevik və adaptivdir. Yeniliyə açıqdır. Hər yeni media dərhal məcrasını öz ehtiyaclarına uyğunlaşdıra bilir. Bunun bir səbəbi var.

Reklam məfhumu məhsulları və xidmətləri satmaq üçün meydana gəlmişdir. Yeni minillikdə təəssüratlar daha da artmışdır. Daha doğrusu, indi reklamlar mal və məhsulu insana satmaqdan çox doğmalaşmış duyğular yaşatmağa köklənmişdir.

Bu missiyanın həyata effektiv şəkildə keçirilməsi naminə, reklamçılıq sektoru müştərinin diqqətini çəkmək və onları hərəkətə keçməyə sövq etmək üçün bütün mümkün və uyğun resurslardan faydalanır.

Bu kitab radioreklama həsr olunacaqdır.

Hər səhifədə yalnız öz təcrübəmə əsaslanır, oxuduqlarımı, eşitdiklərimi və bildiklərimi icmal formatında təqdim edirəm. Mətnlərdə hansısa bir elmi dərinlik axtarmıram. Orijinallıq iddiasında da deyiləm.

Xarakterimə müvafiq olaraq, gərək olmadığı yerdə akademizmə yuvarlanmaq fikrim də yoxdur. Elmi terminlərlə oxucunu yormaq niyyətində deyiləm, radio jurnalistlikdən danışmaq, janrların özəlliklərini xırdalamaq fikrindən də uzağam.

Mənim çörəyim qırx ilə yaxındır ki, qəzet jurnalistikasından və kopiraytinqdən çıxır. Mətn yazarlığı stajımsa otuz ildən artıqdır. Qəzetçilik sistemində bütün mərhələləri adlamışam. Müqavilə ilə tərcüməçilikdən müxbirliyə, şöbə müdirliyindən baş redaktorluğa kimi irəliləmişəm. Kopiraytinqdə də mətn yazarlığından başlayıb kreativ direktora kimi uzun bir təcrübə məktəbi keçmişəm.

Amerikanın nüfuzlu reklam qurumunun, dünya onluğuna düşən və "IP Group"a daxil olan mötəbər şirkətin – "McCann Erickson"un Azərbaycan bölməsində mətn yazarı kimi fəa-

liyyətə başlamışam, kreativ direktor statusuna yüksəlmişəm, çoxlu sayda uğurlu layihələrə imza atmışam və sonra oradan ayrılmışam.

Qısa fasilədən sonra şərikimlə öz şirkətimi qurub yeni müstəviyə qədəm qoymuşam. On ildən çoxdur ki, azad sənətkar kimi fəaliyyət göstərirəm;

- təlimlər keçirəm,
- reklam yaradıcılığında aktiv iştirak edirəm,
- uğurlu yaradıcılıq işlərinə imza atıram,
- şəxsi inkişafa xüsusi önəm verirəm,
- xarici qabaqcıl təcrübəni yamsılamaq tərəfdarı deyiləm,
- yerli bazarın özəlliklərini daha dərindən mənimsəməyə can atıram,
- bildiklərimi başqalarına da həvəslə öyrədirəm.

Onu da qeyd edim ki, radioreklam yaradıcılığı sahəsində də çoxillik təcrübəm var. Bundan çıxış edərək, fikirlərimi oxucularla paylaşmaq, bu sahəyə həvəs göstərənlərin marağını qarşılamaq istəyirəm.

Niyyətim – radioreklam işini bu sahədə fəaliyyət göstərən həmkarlarımla çiyin-çiyinə gedərək zamanın tələbləri səviyyəsində yeniləmək, daha təkmilləşmiş səviyyəyə daşımaq və məhsul satışına effektiv dəstək verməkdir.

Fikirlərim başqa ekspertlərinkinə zidd deyil. Əksinə. Radioreklam sahəsinə aid ümumiləşdirici bir kitabın olmaması məni həmişə qayğılandırmaqla yanaşı, həm də bu yöndə nəyisə ərsəyə gətirməyə həvəsləndirmişdir.

Axı radio reklamının faydası və effektivliyi inkaredilməzdir. Bunu mən çox yaxşı bilirəm. Sadəcə, buna ürəklə yanaşmaq, səmimi olmaq və kommunikasiya potensialını düzgün gerçəkləşdirmək lazımdır.

Radio başdansovdu işləri sevmir, dinləyici qeyri-səmimi reklamları qəbul etmir. Çünki radioreklam seçilmişlər, yüksək intellektuallar üçün deyil, hamı üçündür.

Radioreklam 7-dən 77-yə kimi hər kəsə faydalı ola bilər. Onun əsas missiyası hər səviyyəli IQ-yə malik insanların qəlbinə yol tapmaq, mal və məhsula diqqəti cəlb etməkdir.

Radioreklam müştərini obyektiv informasiya ilə anlaşılan, bir az da əyləncəli tonlarda, onun emosiyalarına xoş niyyətlə xitab etməklə mal və məhsulu almağa – həm də şüurlu olaraq qərar verərək almağa – həvəsləndirmək, ehtiyaclar baxımından ən yaxşısını seçməkdə obyektiv məsləhətçi olmaqdır.

Radioreklamın ən fərqli xüsusiyyəti, unikallığı və özəlliyi onun maksimum kreativ olmasındadır. Səs, musiqi və mətnin professional səsləndirilməsi nəticəsində ərsəyə gələn reklam məhsuluna dinləyici etinasız qalmır.

İstehlakçı ayaq saxlamasa belə, dağınıq diqqətlə olsa da, reklamı dinləyir, təkrar-təkrar eşitdiklərini hafizədə saxlaya bilir və uzun zaman ərzində unutmur.



Radiodan söz düşmüşkən

Geniş əhatə dairəsinə malik olan radiostansiyaların seqmentasiya resursu güclüdür. Odur ki bu qəbildən olan FM kanallarında effektivlik 90%-ə qədər yüksələ bilir. Reklam yerləşdirilməsində radiostansiya seçimi önəmlidir.



İş adamının gündəliyi üçün

Uzaqda işıq görmürsənsə, qaranlıqda getməyin nə mənası...



Kofe-breyk

Kənd klublarında yeni dəb düşüb. İnsanlar radiodakı reklam fasilələri ilə rəqs edirlər.