

# İNTERNET REKLAMI



(əvvəli ötən sayımızda) "Ad Block Plus" reklamının bloka salınması vasitəsinin müəllifi belə bir fikir söyləmişdir ki, bu istifadəçilərin bir çoxu ümumiyyətlə reklamın əleyhinə deyil və o, zəhlətökən olmasaydı, onu bloka salmazdılar və istifadəçilərə onların tez-tez daxil olduğu saytlarda reklamın bloka salınmasını tövsiyə etmək üsulunu təklif etmişdir. İnternet reklamda fırıldaqçılıq. İnternet reklamda fırıldaqçılığa aiddir: -Dorvey digər saytlara müştəriləri yenidən istiqamətləndirən mənasız (lakin "relevant") məzmunlu sayt və ya veb-səhifədir; -Yalançı sayt saxtalaşdırılmış saytdır. Onlar bildirir-

lər ki, firma və ya klubların saxta saytları, saxta internet-mağazalar, saxta klublar və s. deyillər. Bir qayda olaraq, istinadların köməyiylə digər saytların irəliləyişi üçün yaradılır.

Yalançı saytların əsas əlamətlərinə aiddir:

-Minimum informativ səhifələr;

-Adın olması (başlıqda ünvan təkrarlanır);

- Əlaqə informasiyasının olmaması: əlaqələr kimi yalnız əks əlaqə forması və ya pulsuz yeşikdə e-mail təqdim olunur. Hüquqi tənzimlənmə.

1. Reklam haqqında mövcud olan ənənəvi hüquqi normalar internet reklamını həmişə səmərəli tənzimləyə bilməz, çünki: - bu normalar İnternet şəbəkəsinin texniki xüs-

siyyətlərini nəzərə almır; -yurisdiksiyanın (mühakimə hüququnun) müəyyən edilməsi çətinləşir (hansı ərazinin qanunvericiliyini təmin etmək);

- pozuculara nəzarət və onların məsuliyyətə cəlb olunması çətinləşir.

Son illər müxtəlif ölkələrin qanunvericiliyində İnternetdə reklamı tənzimləyən ixtisaslaşmış normalar yaranmışdır.

"Reklam haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 23-cü maddəsi telekommunikasiya qurğuları və poçt göndərişləri ilə yayılan reklama həsr edilmişdir.

23.1. Telekommunikasiya operatoru və reklamverici ilə bağlanan müqavilə əsasında reklam yayılana bilər. Telekomunikasiya operatoru və ya

provayderi reklamı yalnız abunəçi ilə bağlanan yazılı müqavilə əsasında reklamın göndərilməsi razılaşdırıldığı halda fərdi qaydada yayımlaya bilər. Telekomunikasiya operatoru və ya provayderi abunəçiyə reklam göndərilməsindən istənilən vaxt imtina etmək və ya abunəçiyə yalnız arzuladığı reklamın yayımlanması üçün imkan yaratmalıdır. Abunəçinin razılığı olmadan və ya Qanunun müddəalarına zidd olan reklamın göndərilməsi üçün telekommunikasiya operatoru və provayderi məsuliyyət daşıyır.

23.2. Telekomunikasiya operatoru və ya provayderi məlumat üçün müraciət edən abunəçinin sorğusuna cavab verdiyi andan reklam yayımlana bilər. Məlumat xidməti ödənişli olduqda, reklam yayımlanması arayışın dəyərinə daxil edilə bilməz.

İnternet-reklam bazarı. Azərbaycanda internet-reklam bazarı formalaşma mərhələsindədir. Bu işə ayrıca mövzunun predmetidir.

F.M.Qarayev,  
BDU-nun dosenti