

Состояние рекламного рынка Туркменистана

Туркменистан уникален тем, что зарубежная сотовая связь не подсоединяется к роумингу через местную сеть. «В этой стране остался один мобильный оператор Altyn Asyg, к которому в принципе нельзя никак подключиться» [1]. Раньше в этом государстве была еще одна сеть МТС, но власти страны что-то с ней не поделили, в результате чего она покинула страну. Прибывая в сюда, в прямом смысле можно остаться без связи. Поэтому рассчитывать надо на интернет и переговорные пункты. Кстати, интернет тут оставляет желать лучшего, да и скорость маленькая, при этом стоит он достаточно дорого (8\$ в час). Граждане государства, как правило, не могут купить себе мобильный телефон. Чтобы его зарегистрировать и получить номер, нужно оставлять заранее заявку, писать заявление. К тому же выдают их не каждому. Раньше местное население пользовалось услугами известной компании МТС (было легче получить телефонный номер), но после ссоры с властями их номера перестали действовать на территории этого государства.

После смерти Туркменбаши ситуация со свободой слова значительно улучшилась. В период правления президента С. Ниязова существовала только одна проправительственная партия, практически не было оппозиционных СМИ, а интернет был негласно запрещён. К примеру, первое интернет-кафе открылось в Ашхабаде только в 2007 году. Хотя справедливости ради надо заметить, что и «сегодня Всемирная паутина очень слабо развита в Туркменистане, считаясь чем-то экзотическим» [2].

Законодательство Туркменистана о рекламе основывается на Конституции страны и состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов в сфере рекламы и рекламной

деятельности. Закон «О рекламе» был принят 26 марта 2016 года. Последние изменения были внесены 9 июня 2018 года. Общими требованиями к рекламе являются: 1) законность, точность, достоверность, использование форм и средств, не причиняющих потребителю рекламы убытков, а также морального вреда; 2) реклама, независимо от формы или используемого средства распространения, должна быть распознаваемой без специальных знаний или применения специальных (технических) средств непосредственно в момент её представления; 3) в средствах массовой информации реклама должна чётко выделяться из других программ и материалов с помощью печатных, аудиовизуальных либо комбинированных средств или комментариев и размещаться, как правило, в рекламных блоках.

В рекламу разрешается включать только такие сообщения или визуальные изображения, которые не нарушают этические, гуманистические, моральные, нравственные нормы и нормы приличия. «В рекламе не допускается демонстрация курения и потребления алкогольной продукции, размещение какой-либо информации об этих изделиях; использование фамилий, имён и отчеств, псевдонимов, образов или высказываний граждан Туркменистана без их согласия или согласия их законных представителей, если иное не предусмотрено настоящим Законом; указание на то, что объект рекламирования одобрен государственными органами либо их должностными лицами, а также органами местного самоуправления» [3]. Согласно этому закону запрещается реклама, в которой подрывается авторитет родителей (опекунов) и педагогов, доверие к ним со стороны несовершеннолетних, имеет место побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы убедить родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары или использовать рекламируемые услуги,

пропагандируется культ грубой физической силы, вседозволенности, насилия и садизма.

В отдельных статьях закон регламентирует вопросы распространения рекламы на телевидении, радио и в печатных СМИ Туркменистана. Реклама, распространяемая на теле- и радиоканале, ограничена во времени. Общее время, отводимое на рекламу на телевидении и радиоканале, не должно превышать 20 процентов от общего объема вещания в сутки. В телепередачах продолжительностью до 20 минут рекламный перерыв может быть не более одного раза. В течение передачи реклама может идти не чаще, чем через каждые 20 минут и продолжаться не более чем 10 минут в расчете на каждый час эфирного времени. Трансляция спортивного соревнования может прерываться рекламой только в перерывах в ходе соревнований или во время их остановки. Трансляция концертов, кинофильмов продолжительностью более 45 минут могут быть прерваны для рекламы не более одного раза в полной 45-минутный промежуток времени. Кроме того, закон прописывает перечень теле- и радиопередач, которые не допускается прерывать рекламой. В печатных изданиях также регламентирован объем и тематика рекламы. Она не должна превышать 25 процентов объема одного номера государственного печатного издания и 30 процентов также одного номера иного печатного издания. Остальная реклама должна подаваться в виде бесплатного приложения. Печатное издание предусматривает свои расценки на единицу площади.

Отдельное место в законе отведено социальной рекламе, которая «представляет общественные и государственные интересы, пропагандируя такие значимые вопросы, как здоровый образ жизни, охрана окружающей среды, сохранение энергоресурсов, социальная защита населения, профилактика правонарушений, формирование духовности» [4]. Иными словами, социальная реклама направлена на

достижение благотворительных целей и решение социально значимых задач. Социальная реклама не имеет коммерческого характера, и в этом ее отличительная особенность.

Президент страны Г. Бердымухаммедов подписал постановление, в котором говорится, что, начиная с 2018 года, в течение четырёх лет теле- и радиоканалы государственного комитета по телевидению, радиовещанию и кинематографии должны перейти на хозрасчёт. В документе отмечается, что дальнейшее функционирование теле- и радиоканалов будет обеспечено за счёт рекламных услуг на основе современных маркетинговых механизмов. В настоящее время в стране работают семь государственных эфирных телеканалов (6 из них – на территории всего государства и 1 – только в Ашхабаде): «Алтын Асыр» (главный телеканал страны), «Яшлык», «Мирас», «Туркменистан», «Ашхабад», «Туркмен оазы», «Туркменистан спорт» и четыре радиоканала: «Чар тарапдан», «Мирас», «Оваз» и «Ватан». Радио в Туркмении является государственным, вещает только на туркменском языке. Программы по существу мало чем отличаются от телевизионных.

Туркменское телевидение и раньше предоставляло рекламные услуги. Однако постановление о переходе телевидения и радио к самоокупаемости за счёт рекламы, безусловно, даст толчок к развитию рекламной индустрии в стране, в том числе и в частном секторе. Ожидается, что получат новое развитие частные компании, которые работают в сфере разработки и производства рекламных роликов в видео- и аудиоформатах. Считается, что в конкурентной борьбе за клиента на новый уровень выйдет и качество аудио- и видеоконтента туркменских государственных медиа.

Примечательно, что, кроме традиционного вещания через сеть наземных ретрансляторов на средних и ультракоротких диапазонах радиочастот, туркменские теле- и радиоканалы доступны и в

спутниковом формате. «Спутниковое вещание туркменских медиа осуществляется через национальный спутник связи TürkmenÄlem 52oE, который охватывает практически всю Европу, север Африки и значительную часть Азии» [5]. Суммарное население всей территории уверенного покрытия спутника составляет 1,2 млрд человек.

За пределами страны туркменское телевидение и радио наиболее популярно в среде этнических туркмен, проживающих в разных странах, а также граждан Туркменистана, находящихся за рубежом. По экспертным оценкам, численность данной аудитории составляет примерно 30 млн. человек. Телеканал «Туркменистан», кроме туркменского, вещает ещё на шести популярных мировых языках: английском, русском, китайском, арабском, фарси и французском, что также характеризует высокий конкурентный потенциал туркменских СМИ в рекламном бизнесе.

В Туркмении издаются около 40 печатных изданий. Почти все являются государственными. Учредителем всех центральных газет являлся Президент Туркменистана. Но в 2013 году он отказался от этой роли. Пресса издается на туркменском, русском и английском языках. Самым популярным периодическим изданием является русскоязычная газета «Нейтральный Туркменистан».

Опираясь на эти факты, сделаем ряд выводов. Во-первых, при размещении рекламы нужно учитывать менталитет туркмен. В этой стране можно спокойно разговаривать на русском языке. Среднее и старшее поколение отлично говорит на русском, а младшее – учит его в школе. Но все же государственный язык у них туркменский, поэтому лучше размещать рекламу именно на этом языке. Во-вторых, можно размещать рекламу как на радио, так и на телевидении, так как эти два вида СМИ развиваются примерно одинаково. Лучше использовать телеканал «Туркменистан», потому что он вещает не только на государственном языке, а еще и на шести популярных

мировых языках. Для размещения рекламы на радио лучше использовать «Wattan radio» («Родина»), так как оно общее и, соответственно, там больше слушателей. Что касается печатных СМИ, то самым популярным периодическим изданием является русскоязычная газета «Нейтральный Туркменистан». Не рекомендуется размещать рекламу в интернете, так как он в Туркменистане очень слабо развит и считается чем-то экзотическим. В-третьих, законодательство Туркменистана о рекламе основывается на Конституции страны и состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов в сфере рекламы и рекламной деятельности. Согласно законодательству запрещено рекламировать алкогольные и энергетические напитки, табак, оружие, традиционное казино; запрещается реклама, в которой подрывается авторитет родителей (опекунов) и педагогов, доверие к ним со стороны несовершеннолетних, имеет место побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы убедить родителей или других лиц приобрести рекламируемые товары или использовать рекламируемые услуги, пропагандируется культ грубой физической силы, вседозволенности, насилия и садизма.

Литература

1. Мартовская, Н. Граждане Туркмении: особенности их поведения и менталитета / Н. Мартовская // PEOPLE&countries [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://peopleandcountries.com/article-2452-1.html>. – Дата доступа: 27.11.2018.
2. Крятченко, С. Жизнь в загадочном Туркменистане и вопросы гражданства / С. Крятченко // EMIGRANT [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: Дата доступа: 27.11.2018.
3. Закон Туркменистана о рекламе // Законодательство стран СНГ [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=84831. – Дата доступа: 27.11.2018.
4. Имамкулиева, И. Вновь принятый закон Туркменистана "О рекламе" защитит интересы общества и отдельных потребителей / И. Имамкулиева // Infoacad [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://infoabad.com/zakonodatelstvo-turkmenistana/vnov-prinjatyi-zakon-turkmenistana-o-reklame-zaschitit-interesy-obschestva-i-otdelnyh-potrebitelei.html>. – Дата доступа: 27.11.2018.

5. Рекламный совет // sovetreklama.org [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа: <http://sovetreklama.org/2017/07/v-turkmenistane-gotovyatsya-dat-tolchok-k-razvitiyu-reklamnoj-industrii>. –Дата доступа: 27.11.2018.