

Валерия СИДОРЧУК

Потенциал рекламного рынка Испании

У испанцев, как и у любого народа, есть свои особенности менталитета. Это – независимый и свободолюбивый народ. Они нравятся туристам своей положительной жизненной позицией и доброжелательностью. «Граждане этой страны говорят, что жизнь не для страданий, а только для наслаждений. И это мнение не является шуткой. Складывается такое впечатление, что они вообще не задумываются о том, что будет завтра и послезавтра, а просто наслаждаются сегодняшним днем» [1].

Самое главное слово в лексиконе испанцев – это «mañana» (обычно сопровождаемое пожиманием плечами), что означает «завтра» или «как-нибудь завтра», или «послезавтра», или «послепослезавтра», или «на следующей неделе», или «через неделю», или «в следующем месяце», или «может, в следующем месяце», или «в следующем году», или «может, в следующем году», или «скорее всего в двухтысячном», или «позже», «как-нибудь», «никогда» или «ни за что». Еще одной особенностью менталитета испанцев является то, что они большие мастера устраивать праздники по поводу и без повода. Карнавалы и фестивали – это тоже культура Испании и проходят они красочно и весело.

Испанцы, как мужчины, так и женщины, очень разговорчивы, если не сказать болтливы, и никогда не упустят случая вступить в беседу. У них нет комплексов и они не скрывают свои эмоции. Весь разговор сопровождается жестами. Женщины при встрече приветствуют друг друга и мужчин поцелуют в обе щеки. Мужчины пожимают руки, а при встрече с близкими друзьями еще и громко хлопают друг друга по плечу. Испанцы — мастера говорить комплименты не только своим друзьям, но даже прохожим. На рынке

продавцы обращаются к женщине «Принцесса» и «Королева», а на улицах испанцы не смущаются выразить свое восхищение понравившейся им женщине. Жизнерадостное «Привет, красотка!» можно услышать довольно часто. «Извините» или «спасибо» – редко звучащие на улицах слова. Никто не ждет от вас извинения за незначительный проступок, но и слова благодарности тоже не сыплются, как из рога изобилия. Испанцы считают, что все это жеманство. Они не скрывают своего удовольствия, но и неудовольствия скрыть не пытаются.

Перейдем к рекламе в Испании. «Реклама – это любая форма сообщения, осуществляемая физическим или же юридическим лицом во исполнение деятельности коммерческого, промышленного или профессионального характера с целью продвижения (прямого или косвенного) товаров, движимых или недвижимых вещей, услуг, прав» [2]. Адресаты рекламы – лица, к которым обращено сообщение, или же те, кто может иметь доступ к таким рекламным сообщениям.

В Испании к законодательным источникам в сфере регулирования и ограничения рекламной деятельности относятся два нормативных акта. Это – Закон о недобросовестной конкуренции (*Ley de competencia desleal*) и Основной закон о рекламе (*Ley general de publicidad*). Оба закона служат целям ликвидации нарушений законодательства в сфере рекламы, однако их одновременное существование до сих пор вызывает вопросы, так как между законами существует некоторое расхождение в терминологии. Тем не менее, можно выделить ряд норм, касающихся ограничений и запретов в сфере рекламы.

Скрытая реклама – это реклама, которая с помощью специальных технологий, граничащих с возможностями восприятия, может воздействовать на целевую аудиторию без того, чтобы быть явно заметной. В Законе о недобросовестной конкуренции можно

найти нормы о незаконной рекламе. Незаконной признается: 1) реклама, которая нарушает достоинство человека либо основные признанные в обществе ценности и права, например, когда в рекламных материалах женщины представлены в насмешливом, издевательском или дискриминационном виде, либо когда женское тело используется как объект, привлекающий внимание, если это тем более не связано с продуктом рекламируемым, либо же если такая реклама провоцирует насильственное поведение в отношении женщин (меры против незаконной рекламы принимаются также специальной правительственной комиссией по гендерному насилию); 2) реклама, адресованная малолетним, которая мотивирует их к покупке товара, используя их неопытность и доверчивость, или побуждающая их требовать покупки товара от их родителей; 3) реклама, которая нарушает требования к рекламе отдельных видов товаров, куда относятся продукты медицинско-санитарного характера, а также те, которые могут влиять на здоровье и создают риски безопасности.

Основной закон о рекламе состоит из четырех частей. Первая и вторая часть закрепляют основные понятия и виды рекламы, третья часть, включающая в себя нормы частного права, устанавливает особенности контрактной деятельности в сфере рекламы. Четвертая часть представляет собой описание ряда процессуальных моментов, связанных с применением санкций за незаконную рекламу. Среди разновидностей запрещенной рекламы закон упоминает, в частности, ложную рекламу – рекламу, вводящую в заблуждение.

Реклама алкоголя в Испании создает образ обыденности и нормальности потребления алкоголя среди молодежи. Для этого используются новые рекламные технологии: в сериалах в качестве спонсорской рекламы за 2005 год было около 450 тысяч рекламных объявлений об алкоголе. При этом 28% телевизионных рекламных

роликов были фактически ориентированы на молодежь, использовались образы ночных праздников, вечеринок и дискотек.

Начиная с 60-х гг. прошлого века, в Испании посредством телевидения среди населения пропагандировалась идея о существовании двух видов алкоголя: слабого (безвредного) и сильного. Если внимательно изучить Закон о вине 2003 года, то можно выявить тот же ход рассуждений: вино – «слабый» алкоголь, а, следовательно, безвредный и даже полезный. Только в последние годы эта концепция в Испании стала подвергаться критике, и было принято законодательство, целью которого стало устранение сложившихся стереотипов. В Европейском союзе реклама алкоголя и табака регулируется Директивой 89/552/СЕЕ от 6 октября 1989 г. Директива устанавливает в статье 15 правило, согласно которому рекламные сообщения, касающиеся алкогольной продукции, должны отвечать ряду требований. В частности: такая реклама не может быть обращена к детям и к подросткам; не должна создавать впечатление, что потребление алкоголя может способствовать достижению успеха; потребление алкоголя не должно ассоциироваться с вождением автомобиля или выступать в качестве средства борьбы с физической усталостью; нельзя утверждать, что алкоголь имеет стимулирующий, терапевтический, успокаивающий эффект и является средством решения конфликтов; нельзя подчеркивать как положительное качество высокое содержание алкоголя в напитке.

Внутригосударственное право Испании по Закону 25/1994 от 12 июля ужесточило правовой режим рекламы, запретив ее для алкогольных напитков крепостью свыше 20 градусов. В 2007 году испанское Министерство здравоохранения и потребления выступило инициатором срочного принятия ряда мер по борьбе с растущим алкоголизмом несовершеннолетних. Основные ограничения должны были затронуть именно рекламу алкогольных напитков. В частности,

было предложено запретить упоминание «оздоравливающих свойств» в рекламе всех напитков крепостью более 1,2%, в том числе и вина, в СМИ. Более детальное регулирование этого вопроса содержится в законе 2002 года. В 2012 году новые изменения в законодательстве коснулись и рекламы азартных игр. «Инициаторы законопроекта полагают, что в последнее время повысилась необходимость контроля за рекламой онлайн-казино и других азартных игр. Во многом это объясняется необходимостью очищения интернет-пространства и контроля за деятельностью игорного бизнеса на территории страны» [3].

В числе самых популярных испанских газет можно выделить: El Mundo (по-испански "Мир") – является второй по величине печатной и крупнейшей интернет газетой, более 24 млн. уникальных веб посетителей в месяц; El País – самая популярная общественно-политическая и деловая ежедневная платная газета в Испании; 20 Minutos – самая популярная бесплатная новостная газета страны; ABC – старейшая действующая газета Испании, третья по популярности после El País и El Mundo; La Vanguardia – самая популярная газета в регионе Каталония, четвертое место по популярности в стране; Marca – спортивная ежедневная газета Испании, где большая часть внимания уделяется футболу, в частности футбольному клубу "Реал Мадрид".

Что касается испанских телеканалов, то «на современном этапе TVE предлагает телезрителям и радиослушателям обширную сетку телеканалов и радиостанций различной тематики. TVE – член Европейского вещательного союза, компания занимается, в частности, организацией участия Испании в популярном музыкальном конкурсе «Евровидение»» [4]. Основные государственные испанские телеканалы, принадлежащие TVE: La 1 – главный испанский телеканал, несколько раз менявший свои названия и логотипы; канал

широкого профиля, транслирует популярные испанские и зарубежные фильмы и сериалы, развлекательные шоу различной тематики; на канале выходит старейшая в Испании информационная программа – «Telediario», появившаяся в 1957 году; La 2 – второй испанский телеканал, посвященный культуре и общественным событиям; он был открыт в 1966 году, транслирует испанские и зарубежные документальные фильмы, музыкальные и театральные телепрограммы, репортажи и дискуссии о вопросах культурного и исторического развития; La 24h – первый круглосуточный новостной телеканал Испании, появившийся в 1997 году; Teledeporte – тематический спортивный телеканал, где испанцы могут увидеть национальные и международные соревнования по различным видам спорта; Clan – детский телеканал, на котором показывают познавательные и информационные программы для детей и значительную часть эфирного времени занимают мультфильмы.

Во-первых, в Испании без труда можно разместить рекламу. Выгоднее всего это будет сделать в интернете, в печатных средствах массовой информации или же на телевидении. Если выбирать печатные СМИ, то лучше отдать предпочтение El País – самой популярной общественно-политической и деловой ежедневной платной газете в Испании, или же 20 Minutos – самой популярной бесплатной новостной газете Испании. Рекламу в интернете можно разместить на сайте газеты El Mundo (по-испански "Мир"), которая является второй по величине печатной и крупнейшей интернет-газетой (более 24 млн. посетителей в месяц). На телевидении рекламу эффективно размещать на основных государственных испанских телеканалах, принадлежащие TVE: La 1, La 2, La24h или Teledeporte. Если поставляемый товар как-то связан с детьми, то для его рекламы как нельзя лучше подойдет телеканал Clan, на котором показывают познавательные и информационные программы для детей.

Во-вторых, в Испании есть закон о рекламе, поэтому, создавая рекламу определенного продукта, нужно учесть ряд требований. В целом эти требования не сильно отличаются от белорусских. Если вы захотите рекламировать алкогольную продукцию, то нужно ознакомиться с Директивой 89/552/СЕЕ от 6 октября 1989 г. Также внутригосударственное право Испании по Закону 25/1994 от 12 июля ужесточило правовой режим рекламы, запретив ее для алкогольных напитков крепостью свыше 20 градусов. В 2005 году вступил в силу закон, ограничивающий курение в общественных местах, продажу и рекламу табачных изделий. Испания – одна из первых стран Евросоюза, принявших Закон о борьбе с курением. В этой стране запрещена реклама табачных средств и наркотиков.

Литература

1. Испания. Больше, чем показывают туристам // Испания мой дом [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://espanamyhome.com>. – Дата доступа: 22.09.2018.

2. Государственное регулирование рекламной деятельности в Испании // Евразийский новостной клуб [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.eurasia-allnews.ru>. – Дата доступа: 22.09.2018.

3. Законы Испании // Виза сам [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://visasam.ru/emigration/europe-emigration/zakony-ispanii.html#i-10>. – Дата доступа: 22.09.2018.

4. Испанское телевидение // Испания по-русски [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://espanarusa.com>. – Дата доступа: 22.09.2018.

5. Экспорт и импорт в развитии экономики Испании // Кавказ [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://kvkz.ru/3586-eksport-i-import-v-razviti-ekonomiki-ispanii.html>. – Дата доступа: 22.09.2018.