

Правила и ограничения рекламной деятельности в Иране

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Истратов Иван Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: istratov_is@mail.ru

В современном мире, когда восточная Азия всё больше привлекает к себе внимание инновационными изобретениями, причудливой восточной культурой, потрясающим экономическим ростом и другими аспектами, не менее интересным остаётся и Ближний Восток. Здесь есть страна, которая уверенно удерживает на себе внимание мировой общественности последние несколько десятилетий, а также поддерживает тесные контакты с Россией.

Сегодня активно продолжает развиваться программа российско-иранского сближения и сотрудничества. В связи с этим появилась возможность для выхода российских брендов и товаров на иранские рынки. Это сильно бы расширило сферу влияния России в мировой экономике, к чему сейчас, в условиях санкций, мы активно стремимся. Вместе с тем, это позволило бы серьёзно увеличить присутствие и влияние России на Ближнем Востоке. Параллельно с этим Иран и Россия продолжают своё сотрудничество в рамках набирающего влияние и новых участников альянса BRICS+. Актуальность данной темы подтверждается ещё и тем, что Иран оказал военную помощь России в рамках СВО, предоставив дроны модели «Шахед», а также технологию их производства. Всё вышперечисленное в сочетании с тёплыми на текущий момент отношениями России и Ирана создаёт прекрасную почву для выхода российских товаров и услуг в иранское экономическое пространство и распространения их при помощи рекламы.

Однако, при попытке выхода российских брендов и компаний на иранские рынки начинаются существенные проблемы. Мы сталкиваемся с языковым, культурным, социальным и самое главное – религиозным барьером. Иран – специфическая страна даже среди государств арабского мира.

В своей работе я и займусь анализом данной проблемы, а также предложу пути и способы её решения. С изучением данного вопроса мне помогут научные исследования авторов-арабистов, а также главные своды законов теократического Ирана – Коран и Шариат. Я проанализирую как на текущий момент выглядит иранское общество с экономической точки зрения и на основе этого сделаю вывод о том, какие товары и услуги наиболее заинтересуют жителей Ирана.

Этот актуальный вопрос я и освещу в своей научно-исследовательской работе. Я собираюсь обозначить как должны выглядеть рекламные вывески, через какую локализацию нужно будет пройти брендам, что можно показывать в рекламе, а что нельзя и т.д., и т.п.

Источники и литература

- 1) Жантеев Д.Р., Кириллина С.А., Орлов В.В. Исторические исследования в сфере арабистики: традиционные и новые аспекты [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-issledovaniya-v-sfere-arabistiki-traditsionnye-i-novye-aspekty?ysclid=mlz6izk8ya427268038>
- 2) Жантеев Д.Р., Кириллина С.А., Орлов В.В. Исторические исследования в сфере арабистики: традиционные и новые аспекты [Электронный ресурс] //

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-issledovaniya-v-sfere-arabistiki-traditsionnye-i-novye-aspekty?ysclid=mlz6izk8ya427268038>

- 3) Осанов И.В. Бурьгин С.М. Непомнящий Н.Н. Иран страна-загадка, открывающаяся миру. Москва, Вече, 2010 г.
- 4) Орлов В.В. Ислам перед вызовами современности: мировая политика, государственный строй, общественная мысль, 2019. [Электронный ресурс] // URL:https://kpfu.ru/staff_files/F1145872955/Islam_v_mirovoj_politike_v_nachale_XXI_veka.pdf
- 5) Сахаров А.Н. Дипломатия древней Руси. Москва, Педагогика, 1987
- 6) Юрчук В.В. Справочник по Исламу. –Современное слово, Минск, 2006.