

Реклама — двигатель... с изъясном

Ее критикуют, даже ругают. У нее много противников. Судим ее за надоедливость и неуместность. Рядом в наряды неискренности и фальши. И все равно, без нее нам уже не прожить. Одно слово: двигатель торговли, прогресса. Чего хотите. В силу необкатанности, двигатель этот дает сбой, зачастую даже весьма значительные. Но, как говорится, хоть и пыхтим, да едем.

Сегодня к разговору о рекламе мы пригласили заместителя начальника правового управления комбината Виктора Николаевича Пузанова, который поможет разобраться в юридических лабиринтах: в последнее время вышло множество постановлений, положений, законов и подзаконов о рекламе, рекламодателях и, простите за словотворчество, «рекламопечатателях». Наша газета, как и любое другое периодическое издание, оказалась вовлеченной в модный водоворот, поэтому понятен наш и читательский интерес ко всему, что связано с рекламой.

— Действительно, сегодня действуют несколько основных законов, касающихся рекламной деятельности: Указ Президента Российской Федерации №1183 от 10 июня нынешнего года «О защите прав потребителей от недобросовестной рекламы». И одноименное распоряжение правительства России от 2 сентября 1994 года за номером 1409-Р. Существуют также законы и подзаконные акты, которые каким-либо образом касаются вопросов рекламы: утвержденное в августе положение Государственного комитета Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических реформ, закон о средствах массовой информации, и, наконец, Конституция.

— При таком количестве документов не может ли остаться «дуть» без глаза?

— Основная цель всех этих положений, указов — упорядочение рекламной деятельности, создание цивилизованной рекламы. Неслучайно даже появление термина «добросовестная реклама». Посмотрите, ведь в печати, на телевидении до недавнего времени царил настоящий рекламный беспредел. Обещания и авансы рекламодателей способны были заморочить головы миллионам людей. И мочили. Достаточно вспомнить некоторые из сегодня уже распавшихся фирм, всевозможных АО, инвестфондов.

— Что же такое добросовестность рекламы с точки зрения закона?

— Определенное добросовестной рекламой дано в Приказе номер 83 Госкомитета по антимонопольной политике — так коротко назову я этот орган, — где в пункте 2.3 говорится: «Основанием для рассмотрения вопроса по признакам нарушений требований к рекламной деятельности является выявление фактов о недобросовестной рекламе, а именно, несоблюдение рекламодателями следующих обязанностей: рекламодатель обязан указывать реальные размеры дивидендов, выплачиваемых по простым и именованным акциям в течение последнего финансового года; указывать реальный процент, выплачиваемый по различным видам вкладов в течение последнего финансового года с разбивкой по месяцам, кварталам, если выплата производилась ежемесячно, ежеквартально; не допускать объявления гарантий, обещаний или предложений о будущей эффективности, доходности своей деятельности; не обещать проведения работ, оказания услуг, предоставления товаров, если таковые фактически не осуществляются, не производятся на день рекламы; АО указывать только фактически выплаченные по итогам не менее одного года размеры дивидендов по обыкновенным акциям.» Я назвал только основные пункты. Но уже по ним видно, насколько высоки требования к рекламе.

Но и по сей день у нас в городе некоторые фирмы обещают горы золотые, астрономические проценты. Хотя зачастую «за душой» у них не так уж много. Кстати, и сами люди сейчас

поняли это и не идут уже с такой доверчивостью к новоявленным фирмам, обещающим неслыханные прибыли.

— Обман должен быть наказан. Какие меры против недобросовестной рекламы могут быть приняты?

— Экспертизу рекламы проводят территориальные управления Государственного комитета по антимонопольной политике. Именно они могут дать заключение о том, является ли реклама добросовестной. В случае признания рекламы недобросовестной, возбуждается дело, принимается решение или о приостановке выпуска этой рекламы или об ее изменении в сторону добросовестности. И если, несмотря на предписание, нарушения повторялись не менее трех раз, принимается решение о приостановлении действия лицензии на деятельность рекламодателя, или досрочное ее аннулирование. В случае, если компания, какое-то другое учреждение получает предписание антимонопольного комитета, но, несмотря на это, продолжает давать недобросовестную рекламу, может даже встать вопрос о ее закрытии.

— Это понятно, если речь идет о процентах, дивидендах. А как быть с рекламой товара? Например, по моим личным наблюдениям, не всякий товар Розторга отличается высоким качеством. Хотя давая даже в нашей газете реклама уверяет в обратном. Это обман покупателя?

— Позвольте с вами не согласиться. Дело в том, что качество любого товара гарантировано сертификатами качества. Такие сертификаты в Розторге есть. Однако тот же Розторг не в состоянии оценить каждую вещь из огромной партии товара. За качество его отвечает изготовитель. Но и продавец несет определенные обязанности. Насколько мне известно из работы с юристами Розторга, рекламаций на их товар очень немного. Но и в этой организации было несколько случаев замены некачественной бытовой техники на качественную и ремонта ее за счет торгующей организации. Но в основном здесь речь идет зачастую не о явном нарушении качества товаров, а о каких-то мелких недочетах. Грубо говоря, покупатель рассчитывал на ткань одного оттенка, а при определенном свете ему этот оттенок показался не тем.

Но у нас существует закон, он принят в 1992 году 7 февраля «О защите прав потребителей», где в статье 6.8 говорится о праве покупателя на получение информации о товаре, «достоверной и необходимой». Изготовитель обязан своевременно предоставить именно такую информацию. Иными словами, если наш покупатель докажет, что товар оказался заведомо более низкого качества, хотя по информации, доступной для него, было ясно, что это не так, то практически это можно называть недобросовестной рекламой, и можно предъявить иск. Покупателям всегда стоит помнить о своих правах и не забывать, например, даже о таких мелочах, как сохранение товарного чека. В случае необходимости человек может, опираясь на гарантии Закона о защите прав потребителей, получить возможность заменить товар.

— Разделяют ли печатные органы ответственность за недобросовестную рекламу с рекламодателями?

— Пока особой строкой об ответственности газет не говорится. Разве что в распоряжении Правительства по трем конкретным адресам: и это касается однозначно только их — «в целях защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы, которая дезинформирует потребителя и наносит ущерб государству и общественным интересам и на основании Законов РФ о средствах массовой информации и защите прав потребителей «Останкино», другим государственными организациями, осуществляющим телерадиовещание в Российской Федерации, а также «Российской газете», «Российским вестям» совместно с антимонопольным комитетом России незамедлительно принять меры к приостановке

и недопущению впредь выпуска публикаций (рекламы) «услуг банков, финансовых, страховых, инвестиционных предприятий, учреждений и организаций, акционерных обществ, иных юридических лиц и граждан — предпринимателей, привлекающих средства граждан и юридических лиц с нарушением требований действующего законодательства.» И во второй части этого пункта признаются недействительными договоры и соглашения о рекламе всех названных выше организаций. То есть, если издание получило решение или уведомление антимонопольного комитета, оно должно приостановить публикацию этой рекламы впредь до изменения решения.

Хотя ответственности, как таковой, средств массовой информации за публикацию недобросовестной рекламы законом пока не оговорено, на периодические издания возлагаются некоторые обязательства. В Законе о средствах массовой информации так говорится о рекламной деятельности: «В средствах массовой информации, не зарегистрированных как специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать 40 процентов объема отдельного номера печатного издания, и для радио, телевидения — 25 процентов эфирного времени. Редакция не вправе взимать плату за размещение рекламы под видом информационного, редакционного или авторского материала» — речь идет уже о скрытой рекламе.

— Для многих газет реклама сегодня — один из важнейших источников существования. Строгая регламентация ее объемов не ставит ли печатные издания в трудное положение?

— Выскажу собственный взгляд. Если газета уважаема, и коллектив редакции работает профессионально, то вряд ли сорокапроцентное ограничение рекламы может серьезно подорвать ее положение и повлиять на авторитет, популярность среди читателей. Если мне «Российская газета» нужна, как воздух — там черпаю все новшества законодательства, то подмена этого важного материала на рекламу пойдет мне как подписчику во вред. Это уже будет не нужная мне газета. Касается это и местных изданий, ведь читатели хотят узнать как можно больше о жизни своего города, предприятия. А если в местной прессе идет изо дня в день одна и та же реклама, которая не меняется ни качественно, ни содержательно, кому нужна такая газета?

— И какой представляется вам, как читателю, рекламная деятельность газет «Магнитогорский металл»?

— Во-первых, нужна хорошая реклама продукции комбината. Не все горожане, например, знают о продаже некоторых видов продукции в розницу. И особенно такая информация будет интересна садоводам, индивидуальным застройщикам. Хозяек заинтересует реклама о производстве товаров народного потребления.

— Кстати, именно такая реклама, именно реклама, а не редакционная информация, появляется на страницах «ММ» не так уж часто: в редакцию торпятся прийти кто угодно, только не комбинатовские рекламодатели. Я не говорю о Розторге.

— Согласен, возможно, действительно, организации комбината, реализующие население продукции, должны плотнее работать со своей газетой, чаще выходить на ее страницы. Ведь преимущества местной рекламы уже в том, что в нашем в общем-то небольшом городе быстрее распространяются слухи как о хорошем, так и о плохом. К недобросовестной рекламе быстрее возникает недоверие. Поэтому стоит ли занимать дорогую газетную площадь пустопорожними обещаниями? А добросовестным рекламодателям, конечно же, нужен зеленый свет. И тому есть поддержка закона.

Беседовала Т. ТРУШНИКОВА.

ОБЪЕДИНЕНИЕ
ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ
УЧРЕЖДЕНИЙ АО ММК

ПУТЕВКИ

В ДОМА ОТДЫХА
И САНАТОРИИ-ПРОФИЛАКТОРИИ
на любое количество дней.
Возможны семейный и коллективный заезды



Свежий воздух, организованное питание,
улучшат ваше самочувствие и настроение
Обращаться: ул. Кирова, 70, тел. 33-26-
13, 33-33-85, 33-39-79 (с 8.00 до 17.00).

ПОЧТА "СВОБОДНОГО КАНАЛА"



Спасибо за доброту!

Когда у меня есть возможность отдохнуть, я выбираю дом отдыха «Кусимово». Вот уже четвертый год ездю туда и ни разу не пожалел. Здесь все располагает к отдыху: чистый горный воздух, мягкая вода озера, светлые комнаты, а главное — отношение обслуживающего персонала к отдыхающим. К кому бы мне (и не только мне) ни приходилось обращаться, начиная с директора и его заместителей, работников столовой и кончая шофером «скорой помощи», заметил, что всех сотрудников объединяет одно большое чувство, независимо от личных качеств, — это доброжелательность к отдыхающим и готовность удовлетворить любую просьбу, если это в их силах.

Вот эта атмосфера тепла, заинтересованности в нуждах человека на отдыхе, готовность прийти на помощь, во многом способствуют тому, что отдых проходит спокойно и приносит удовлетворение. Хотелось бы, чтобы пиццблотк подтянулся до уровня обслуживания. Кормит он обильно, но однообразно. Мало свежих овощей, и это в осеннюю пору...

За чуткое и внимательное отношение к отдыхающим большое вам спасибо, добрые люди дома отдыха «Кусимово», и его директору Петровчану Василию Иосифовичу.

Я. ВАЙНШТЕЙН,
участник Отечественной войны,
инвалид II группы.

«На боевом посту»

Хочу рассказать в вашей газете о таком случае. 7 сентября я со своим двухгодовалым ребенком гуляла на территории профилактория «Солнечный». Мы живем недалеко, и я часто хожу туда гулять — для малыша это большое удовольствие. В тот день, где-то в два-три часа, ребенок захотел пить, а я с собой, как на грех, не взяла воды. Мы направились к корпусу, где находится столовая, и обратились к дежурной. Она буквально, как зверь, выскочила к нам, с визгом: «Многие здесь ходят, всяких поить не намерена!». Ребенок заплакал, а женщина заорала еще сильнее, чтобы мы убирались отсюда, и поскорей.

Подобного я еще не встречала, хотя слышала, что в «Солнечном» обносила медсестры — хамы и лодыри, причем, в большинстве пенсионеры. А ведь полно порядочных безработных женщин. Не следует ли обновить здешний персонал? Из-за недобрых людей, собравшихся здесь, металлурги и пенсионеры неохотно идут отдыхать в профилакторий. Я слышала такое мнение от своих рабочих.

Фамилию свою дежурная не сказала, но, думаю, установить это не составит труда. Таких людей нельзя и близко допускать к учреждению, где поправляют здоровье металлурги.

С уважением,
О. ШКИРЯНТОВА.

**ЮРИДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
"КАЮДИ"**
* ПОКУПАЕТ И ПРОДАЕТ
КВАРТИРЫ И КОМНАТЫ.
* РАСЧЕТ В ТЕЧЕНИЕ
ЧАСА.
* ЮРИДИЧЕСКАЯ
КОНСУЛЬТАЦИЯ.
УЛ. СОВ. АРМИИ, 43
ТЕЛ.: 37-58-33, 37-59-33

Возвращение к истокам

У нас в городе шесть лет действует татарский культурный центр. Его программа, как известно, направлена на сохранение языка, развитие культуры и традиций татарского народа в Магнитогорске. Открыл этой осенью седьмой сезон, центр поставил в качестве первоочередной задачи изучение в воскресных школах родного языка, арабской графики, народного фольклора. Планируется организовать детские танцевальные и вокальные ансамбли, открыть студию обучения игры на баяне и аккордеоне, возродить татаро-башкирский театр, дать свежий импульс службе знакомств. Как и прежде, будут проходить встречи с интересными людьми, вечера, посвященные знаменательным датам, праздники — Сабантуй, Новруз-байрам, Курбан-байрам. Обо всем этом говорилось на послеканикулярном открытии центра. И — выказано опасение по поводу губительного процесса, идущего сегодня в обществе, и называемого бездуховностью.

Как активизировать хотя бы население Магнитки? Как сохранить себя, как нацию? Поможет ли открытие воскресных школ, возрождение театра, вокального и танцевального искусства?

Есть еще один источник духовности — газеты и журналы, издающиеся в Татарстане на русском и татарском языках. Получая их, мы не чувствуем себя оторванными от своей республики, от земли предков, от национальных культур и обычаев, от сегодняшней жизни нашего народа. Сейчас, пожалуй, только периодика обеспечивает единственную и постоянную связь с нашей республикой. Связь, которую не хотелось бы терять.

Мне хочется, чтобы мои земляки читали больше, а потому предлагаю подписаться на некоторые издания. В любом почтовом отделении можно выписать газеты. Есть из чего выбрать. И еще в нашей области выпускается своя татарская газета «Дуслык». На мой взгляд,

очень интересная. Кстати, цена на подписку очень доступная — 1800 рублей на полугодие.

Нашу жизнь можно образно сравнить с мозаичной композицией из разноцветных камушков. Если каждый камушек на своем месте — она завершена и гармонична. Сегодня в жизни, к сожалению, не хватает столько нужных камушков! Вот только чем заполняются пустующие места?

И еще: под лежащим камнем вода не течет. И потому, если вам безразлично будущее, если вам еще не все равно, что будет с национальной культурой, родным языком, обычаями нашего народа, мы приглашаем вас принять участие в движении за возрождение национальных духовных ценностей. Давайте начнем с обычного знакомства в татарском культурном центре. Приходите по адресу ул. Правды, 52.

Г. АХМЕТОВ,
член татарского культурного центра.