



Газета выходит
с 22 июня 1931 года

МЕЖДУРЕЧЬЕ

Пятница, 20 января 2017 года № 4-5 (10154-55)

HTTP://междуречье.com

12+

НОВЫЙ ГОД

Честное слово, на рубеже двух лет показалось, что прямо заговор какой-то против празднования. Сначала детишек (к их радости, конечно) на каникулы распустили раньше в связи с простудными заболеваниями.

А потом вдруг на нас обрушились совсем жуткие морозы, которых вроде бы и старшее-то поколение уже не помнит. И эти наложившиеся один на другой факторы, разумеется, сказались на посещаемости, о чем с некоторой даже растерянностью поведали рассказавшие о новогодних торжествах в нашем культурном центре Татьяна Матюшенок и Елена Швецова. И уж точно с сожалением. Ведь так готовились, старались, и вдруг – то болезни, то холода.

Тем не менее, все, что запланировали, провели. И кто побывал, им очень понравилось, самому довелось слышать отзывы, особенно горячие и похвальные поступили от ветеранов.

Но если по порядку, первыми отпраздновали Новый год, еще до его календарного наступления, все же дети. В гости к нашей широко известной ягоде - Клюковке приехали вологодские школьники. И вот ведь Клюковку никакие напасти не берут, ни морозы, ни болезни, а если она и покраснелась, так это здоровый радостный румянец. Уже много таких программ подготовлено сотрудниками и культурного центра, и музея, и едут к нам с большим желанием, потому что интересно, познавательно, весело. Школьники из област-



ного центра на этот раз тоже оказались впечатлены, снова приедут и другим расскажут, посоветуют.

А потом, еще ближе к Новому году, наши школьники испытали «Приключения у Новогодней елки». Когда им Волк и Лиса строили разные козни, но эти козни были успешно преодолены, и заслуженной наградой для ребят стали сладкие подарки. Были там и конкурсы, и загадки разные, и пусть не все отгаданы и не всеми, но в основном с заданиями справились успешно. И, что немаловажно, охотно, потому что задания были увлекательными.

Первые две недели нового года у нас

традиционно почти сплошные праздники. Собственно Новый год, Рождество, старый Новый год – вот где еще так? Только в России.

После традиционных дискотек и празднеств на площади в ночь с 31 декабря на 1 января, 7 января состоялся Рождественский праздник для всех желающих. Здесь-то рождественские морозы сказали свое слово и кое в чем преуспели, удалось число этих желающих сократить. Праздник, несмотря на происки природы, прошел, однако, весело, даже жарко.

А днем позднее был организован тоже ставший традиционным Рождествен-

ский бал, в котором было задействовано творчество великого нашего композитора Петра Ильича Чайковского. И гости бала ушли с подаренными им деревянными «щелкунчиками».

Да, чтобы не забыть, сотрудницы культурного центра очень благодарны Илье Фокину, откликнувшемуся на просьбу и ставшему на время торжеств Дедом Морозом.

- Прекрасный Дед Мороз у нас был, - с восторгом сказала Татьяна Матюшенок. - И дети очарованы.

На завершении этого новогоднего марафона прошли два праздничных вечера для ветеранов, сначала для всех желающих, а потом для ветеранов Шуйской культуры. И они удались, пожалуй, больше всего. Особенно для «своих», профессионалов культуры. Эти ветераны знают, как бывает непросто расшевелить, зажечь участников, и они активно, без всяких понуканий участвовали в конкурсах, хороводах, загадки отгадывали, вот уж повеселились с молодым задором.

- Когда бы все так, особенно молодежи... - с мечтательной грустью сказала Елена Швецова.

Между прочим, в детских праздниках едва ли не главную роль, нередко затмив и Снегурочку с Дедом Морозом, играет Баба-Яга. Так и в этом году оказалось. Кто же была Бабой-Ягой?

Кто-то же должен превращаться на время и в Бабу-Ягу. Да ладно, не скажу. Загримировали ее. А так-то она очень симпатичная (не Баба-Яга, а та, что на время ею стала).

Сергей Коробов.

НАШЕ ПРАВО

Есть ли правда в рекламе

«Не спешите верить рекламным обещаниям», - советует специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Вологодского УФАС Екатерина Еси́на



Представьте себе ситуацию: деньги у человека кончились, а до зарплаты еще несколько дней. А тут - манящие объявления: «Одолжу до зарплаты». Может, стоит обратиться?

О том, что должен знать потенциальный клиент микрофинансовых организаций (МФО), читая рекламу данных услуг, мы беседуем со специалистом-

экспертом отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Вологодского УФАС Екатериной Есиной.

- Екатерина Михайловна, кто является наиболее частым клиентом МФО?

- Как правило, клиентами микрофинансовых организаций становятся социально незащищенные слои населения – студенты, пенсионеры. Часто это люди, которым банки уже отказали в выдаче кредита. С большой долей вероятности, это люди, которые не являются финансово грамотными. Поэтому главный вопрос, на который человек должен самому себе ответить: у кого я беру кредит, и как это в дальнейшем отразится на моем кошельке?

- И что он должен знать, чтобы ответить на этот вопрос?

- Самое главное, о чем необходимо знать – каждая микрофинансовая организация должна состоять в официальном реестре МФО, который находится в открытом доступе на сайте Центробанка РФ: www.cbr.ru

Если микрофинансовой организации нет в данном реестре, значит она действует незаконно. Кроме того, читая рекламу МФО, важно понимать, что рекламное название организации и ее юридическое наименование не всегда совпадают. Например, на вывеске орга-

низация может значиться: «Деньги для вас». А ее юридическое наименование звучит: ООО «Деньги». При получении займа крайне важно выяснить юридическое наименование организации, поскольку, например, индивидуальный предприниматель не имеет право выдавать займы. Если за вывеской «Деньги для вас» стоит предприниматель ИП Петров, то он занимается незаконной деятельностью, и получение от него займа сопряжено с большим риском.

- На страницах печатных изданий порой попадает реклама неких организаций, предлагающих услуги консультирования по выдаче кредитов. Как относиться к такой рекламе?

- Надо быть наивным, полагая, что кто-то будет вам бесплатно давать консультации в финансовой сфере. На самом деле под видом консультации гражданину предлагают заключить договор займа. Уловка с консультированием – это способ ухода от надзорных органов.

- Кто может выдавать займы?
- В перечень лиц, которые имеют право выдавать займы, входят кредитные организации, банки, микрофинансовые организации, ломбарды и кредитные кооперативы. Кредитные кооперативы могут выдавать кредиты

только члену своего кооператива.

- Какие требования предъявляет законодательство к рекламе финансовых услуг?

- Согласно статье 28 Закона о рекламе, если в рекламе указано хотя бы одно условие, влияющее на стоимость кредита, то должны быть указаны и все остальные условия, чтобы гражданин мог высчитать, во сколько обойдется ему этот кредит, и верно оценить свои финансовые возможности. К полным условиям займа относятся: сумма займа, срок действия договора, срок возврата займа, валюта займа, процентная ставка. Зачастую микрофинансовые организации, завлекая клиентов, указывают в своей рекламе только наиболее привлекательные условия займа и оставляют за рамками высокие проценты займа. Только рассчитав полную стоимость займа, следует принимать решение, становиться клиентом МФО или нет. Задача антимонопольного органа заключается в том, чтобы потребитель получал финансовые услуги на максимально понятных условиях.

Материал подготовлен в рамках проекта «Наше право» при поддержке Управления информационной политики Правительства области.