

Аналитика

Пропаганда: за и против

Как известно, история ходит по кругу. Меняются только технологии подачи информации и «производства политики»

Много сейчас говорят про Советский Союз, обсуждают разные его проявления, его и хвалят, и ругают. А насколько успешен, на ваш взгляд, был опыт Советского Союза в области пропаганды? Ведь тогда ни к этому слову, ни к явлению не было такого однозначно негативного отношения.

Валентина Д., Тверь

На вопрос читателя отвечает конфликтолог Центра медиации и прикладных исследований (ЦМПИ) в городе Твери, кандидат политических наук Светлана СМАЛЬ:

– Уважаемая Валентина, спасибо за вопрос, который позволит нам обсудить и спорную, и животрепещущую проблему. С вашего позволения, остановлюсь на двух аспектах. Первое – это презентация мира политики как раз при помощи пропаганды. И второе – цикличность истории, которую мы с вами наблюдаем и на данный момент, изменились только технологии подачи информации и «производства политики». Сейчас, например, не нужно, как в былые годы, гнать в атаку слонов, как делали противники великого Александра Македонского (который, впрочем, все равно их разбил в сражении при Гидаспе в июле 326 года до н.э., однако это была его последняя битва). Достаточно запустить удаленно управляемый летательный аппарат или просто (что, конечно, совсем не просто) провести кибератаку, в которой можно похоронить противника не хуже, чем в настоящем бою.

Вернемся, пожалуй, к вопросу о пропаганде. Когда зарождалось новое государство, ему как воздух были необходимыми культурный код, отрицающий все старое и визуально, и внутренне-психологически (сейчас, кстати,



Светлана Смаль: мы очень отстали от «западных партнеров» в сфере информационного воздействия

подобный процесс переживает Украина). Таким вот ответом на насущный вызов стал конструктивизм, пронизавший новое государство новыми же образами. Во всем, вплоть до шрифта газет – их и по сей день используют коммунистически настроенные издательства, к слову. И пропаганда носила зачастую и позитивный характер: при помощи печатного слова и рисунка, удачно сочетавшихся на плакатах той эпохи, граждан призывали к здоровому образу жизни, взаимовыручке и взаимопомощи, плакат прививал – и небезуспешно – новые нормы поведения и ценности. Некоторые из них настолько актуальны, хотелось бы с большей интенсивностью использовать

и сейчас. Например, было много плакатов, призывавших к добросовестному труду или правильно воспитанию детей, до чего же это нужно и современной молодежи! Поэтому, конечно, пропаганда была. Но это была, если так позволительно сказать, попытка создания при помощи пропаганды государства как бренда. И эту попытку нельзя не признать успешной.

В «лихие» 90-е пропаганда уже стала приобретать новый, в достаточной степени негативный контекст звучания – для новой России нужно было разрушить все, что имело отношение к СССР. Это привело к тому, что на экраны и в СМИ выплеснулось все, что было под запретом

долгие годы. И эта вседоз-

воленность была, на мой взгляд, зачастую чрезмерной. Через 20–25 лет настальгия по Советскому Союзу стала ощущаться все сильнее. В этом имеется, несомненно, заслуга и ведущих политиков государства (известно, что В.В. Путин, например, считает распад Советского Союза катастрофой, естественно, с ним солидарны и лидеры современных коммунистов Г.А. Зюганов и П.Н. Грудинин). Однако мы констатируем, в очередной раз, маятниковость истории: то, что осуждается на одном «витке» исторического развития, будет превозноситься до небесных высот на другом этапе.

Что же сейчас? На данный момент к слову «пропаганда» намертво «прилип» (конечно, не своими силами, а при помощи вездесущих средств массовой информации) ярлык «все-го плохого и наихудшего». При этом приемами – об этой невероятно интересной теме, безусловно, нужно говорить отдельно – так вот, приемами пропаганды пользуются все. Происходит повсеместное «навешивание» ярлыков, раздача разнообразных (хотя, на самом деле, скорее однообразных) клише, имеющих ярко выраженную негативную направленность и используемых для того, чтобы выставить кого-то в черном свете. «Целью» для подобного информационного воздействия в последние годы, к сожалению, стала наша страна и ее лидеры. Нужно с прискорбием отметить: наш пропагандистский «ответ» получается слабым, вообще едва слышимым. Мы, и это больно говорить, очень отстали в сфере информационного воздействия. Спасибо нашим «западным партнерам» – они принуждают нас к работе над собой и ускоренному развитию, в том числе и в этой сфере.

ПОТРЕБИТЕЛЬ

METRO значительно снижает цены

Новая ценовая политика работает во всех ТЦ с 19 апреля

Анна ЩЕПИКОВА

С 19 апреля во всех торговых центрах METRO в России начала работу новая ценовая политика: клиенты получают три уровня цены на товар обратно-пропорционально объему закупки. METRO возвращается к «истокам» формата cash&carry и делает оптовую цену доступной на полке для всех.

Теперь полочная цена товара зависит от количества покупаемых единиц. Компания вознаграждает клиентов за больший объем закупок и дает стабильную возможность покупать по лучшей цене. Ожидается, что выгода клиента составит в среднем до 30%, в зависимости от объема. При этом максимальная скидка может достигать 48% при большем объеме.

Теперь и всегда на полках METRO будут находиться новые ценники с тремя уровнями цен. Дизайн нового полочного ценника, объясняющего механику, выполнен Студией Артемия Лебедева. Третий уровень цены – для оптовых закупок, второй уровень цены – для мелкооптовых клиентов. Это предложение востребовано и эффективно для различных категорий клиентов: владельцев ресторанов, кафе, магазинов у дома. А также для ситуаций, когда опт актуален для персональных нужд. Кроме появления новых ценников, ожидаются изменения в торговых залах. Изменится выкладка в основных коридорах: специальные акции и промо-активности останутся доступными клиентам, но основной фокус коммуникации будет сделан на возможность закупать дешевле за счет объема. Цены снижены на постоянной основе во всех ТЦ METRO на 10000 артикулов. Таким образом, около 30% ассортимента METRO можно будет приобретать по сниженным ценам на постоянной основе.

Решение о снижении цены

принято как ответ на рыночные тенденции, потребности профессиональных клиентов и конечных покупателей продукции. Данная инициатива является одним из ключевых шагов в рамках стратегии METRO. Этот подход поможет предложить цены, которые сделают профессиональных клиентов компании еще более конкурентоспособными и поддержат в сложившейся экономической ситуации.

– Ценовая политика отвечает реалиям рынка, с которыми сталкиваются наши клиенты. Средний и малый бизнес чувствует, что конкуренция возрастает, рентабельность бизнеса падает, покупатели становятся максимально чувствительными к цене. В этой ситуации задача METRO – поддержать клиентов. Мы приняли решение значительно снизить цены на постоянной основе. Тем самым мы вознаграждаем наших профессиональных клиентов за объем покупок и вносим вклад в эффективность их бизнеса, – комментирует Джери Калмис, генеральный директор METRO в России.

– Профессиональные клиенты хотят закупать продукты по справедливым ценам каждый день. Они ценят стабильность, поскольку не могут менять свое меню, исходя из того, сколько они заплатили за продукт в определенный день. Посещение множества мест для того, чтобы купить определенный товар по промо-акции, отнимает массу времени, которое должно тратиться на обслуживание клиентов. Новая ценовая политика METRO дает клиентам стабильность и справедливые цены каждый день, – отмечает Эва Янковиак, коммерческий директор METRO в России.

Новые ценники и возможность покупать дешевле уже доступны во всех торговых центрах METRO по России.

На правах рекламы

Организатор торгов – конкурсный управляющий (КУ) Государственного Унитарного Предприятия «Тверьоблстройзаказчик» Тверской области (170100, г. Тверь, ул. Вокзальная, д. 24, ОГРН 1026900591794, ИНН 6905002887, РНПФРФ 078045000033, далее – должник, ГУП «Тверьоблстройзаказчик») Елисеев Сергей Викторович (170100, Тверь-100, а/я 38, тел. 8(4822)777-594, e-mail: tver-lexs@yandex.ru, ИНН 690300863139, СНИЛС 075-265-185-76), член Ассоциации «Московская саморегулируемая организация профессиональных арбитражных управляющих» (125362, г. Москва, ул. Вишневая, д. 5, ОГРН 1027701024878, ИНН 7701321710), действующий на основании Решения Арбитражного суда Тверской области от 05.10.2016 по делу № А66-16196/2015, сообщает о проведении открытых электронных торгов путем проведения второго этапа публичного предложения (далее – торги, продажа имущества) по продаже имущества ГУП «Тверьоблстройзаказчик» на Электронной торговой площадке Межрегиональная электронная торговая система ООО «МЭТС» (далее – ЭТП) (<http://m-ets.ru>). На торги посредством проведения второго этапа публичного предложения выставляется следующее имущество:

Лот № 7 Дебиторская задолженность: Администрация Бологовского р-на Тверской обл. – 409608,57 руб., Адм-я Калезинского р-на Тв. обл. – 893106,02 руб., Адм-я Сонковского р-на Тв. обл. – 7207420,47 руб., Адм-я Спировского р-на Тв. обл. – 43316,45 руб., Управление архитектуры и градостроительства гор. Твери – 611335,34 руб., Министерство строительства и ЖКХ Тверской области – 58999,82 руб., Тверьавтодорсервис – 348569,08 руб., Адм-я Осташковского района Тв. обл. – 189942,95 руб.,

ЗАО «Корона-строй» – 67900 руб., ООО «Строймир» – 1240616,70 руб. Начальная цена лота 792666,00 руб. НДС не выделяется.

К участию в торгах допускаются лица (заявители), своевременно подавшие заявку, представившие полный комплект надлежащим образом оформленных, подписанных электронной цифровой подписью документов и внесшие задаток в установленном порядке. Заявка должна соответствовать требованиям п. 11 ст. 110 ФЗ № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», главы IV приказа Минэкономразвития от 23.07.2015 № 495 и оформляться в форме электронного документа.

Прием заявок на участие в торгах начинается со дня, указанного в сообщении о проведении торгов на сайте ЭТП по адресу: <http://m-ets.ru>. Заявки принимаются в течение периодов снижения начальной цены продажи имущества. После окончания периода торгов, на котором был определен победитель торгов по продаже имущества (отдельному лоту), прием заявок прекращается, торги завершаются.

Начальная цена продажи Имущества посредством публичного предложения действует 3 (три) рабочих дня, начиная со дня, указанного в сообщении о проведении торгов на сайте ЭТП, далее начальная цена продажи имущества последовательно снижается по истечении каждых 3 (трех) рабочих дней действия соответствующей цены (период действия цены). Начало периода действия цены (для представления заявок): 12.00 соответствующего дня начала периода. Окончание периода действия цены (для представления заявок): 12.00 соответствующего дня окончания периода.

Величина снижения начальной цены (шаг снижения) – 10% от начальной цены реализации

имущества на торгах. Последовательное снижение цены первоначального предложения на «шаг снижения» осуществляется до минимальной цены предложения (цены отсечения), которая составляет 20% от начальной цены.

Размер задатка за участие в торгах посредством публичного предложения устанавливается в размере 20 процентов от начальной цены вне зависимости от ценового периода. В назначении платежа указывается, что это задаток, номер лота. Задаток признается внесенным в установленный срок (в текущем периоде), если денежные средства в полном объеме поступили на счет, указанный в сообщении о торгах, не позднее времени окончания текущего периода снижения начальной цены (для представления заявок). В случае не поступления всей суммы задатка в срок обязательство лица по внесению задатка считается невыполненным, к участию в торгах оно не допускается.

Право приобретения принадлежит участнику, оплатившему задаток и представившему в установленный срок (период) заявку, содержащую предложение о цене имущества, установленной для определенного периода, при отсутствии предложений других участников. В случае если несколько участников представили в установленный срок (период) заявки, содержащие различные предложения о цене имущества, право приобретения принадлежит участнику, предложившему максимальную цену. Если несколько участников представили в установленный срок (период) заявки с равными предложениями о цене, но не ниже начальной цены продажи, установленной для определенного периода, право приобретения принадлежит участнику, первому представившему

заявку в срок (ст. 139 п. 4, абз. 5, 6, 7 127-ФЗ).

Реквизиты для перечисления задатка и оплаты по договору купли-продажи: получатель – ГУП «Тверьоблстройзаказчик» Тверской области, р/с40602810963020010002 ТВЕРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ № 8607 ПАО СБЕРБАНК Г. ТВЕРЬ, к/с 30101810700000000679 БИК 042809679.

Решение об определении победителя принимается после поступления заявок, которые рассматриваются организатором торгов по окончании периода снижения, на котором они поступили. В случае отсутствия или отклонения заявок торги переходят к следующему периоду снижения до достижения периода цены отсечения, при отсутствии заявок на всех периодах снижения торги признаются несостоявшимися.

В течение пяти дней с даты подписания протокола о результатах КУ победителю торгов направляется предложение заключить договор купли-продажи в соответствии с представленным предложением о цене. В случае допуска единственным участником договор купли-продажи заключается с данным лицом. Оплата в течение 30 календарных дней с даты подписания победителем договора купли-продажи.

Дополнительную информацию о предмете и порядке проведения торгов, сроках и порядке внесения задатка, порядке оформления участия в торгах, перечень представляемых участниками торгов документов и требования к их оформлению можно получить на электронной площадке ООО «МЭТС» (<http://m-ets.ru>). Порядок ознакомления с документацией, имуществом в рабочие дни с 10.00 до 13.00 по адресу: гор. Тверь, ул. Советская, д. 45, оф. 5, предварительная запись по тел. (4822)777-594 или по e-mail: tver-lexs@yandex.ru.