

Марзматический кодекс

Первого января 2008 года бренды популярных средств массовой информации - изданий "Санкт-Петербургские ведомости", "Вечерний Петербург", "Деловой Петербург" и даже телерадиокомпания "Петербург", могут исчезнуть.

Это случится, если депутаты Государственной Думы утвердят проект четвертой части Гражданского кодекса".

Напомним, что президент Владимир Путин внес на рассмотрение федерального парламента документ, который запрещает коммерческое использование полного или сокращенного официального названия государства, его субъектов, иностранных государств, а также производных от таких названий; полные или сокращенные официальные названия органов государственной власти и местного самоуправления; полные или сокращенные наименования международных и межправительственных организаций; полные или сокращенные наименования общественных объединений. 20 сентября депутаты Государственной Думы одобрили в первом чтении этот законопроект.

Lenizdat.ru решил выяснить, что думают о четвертой части Гражданского кодекса представители тех СМИ, на которые будут непосредственно распространяться новшества закона.

Тобин Обер, главный редактор газеты "Санкт-Петербург Таймс":

— Это бред какой-то. Для нашего издания будет большая проблема, если поправки утвердят в дальнейших чтениях. Надеюсь, что этого не произойдет.

Владимир Кузнецов, главный редактор газеты "Новости Петербурга":

— Мне почему-то кажется, что это не будет принято. А если и будет, то с какими-то серьезными поправками. Иначе я с трудом себе представляю последствия этого закона. Ведь слово "Петербург" в разных вариациях есть в названиях огромного количества изданий. В любом случае журналисты, скорее всего, будут отстаивать свои бренды. И мы тоже.

Сергей Полторак, главный редактор журнала "История Петербурга":

— Это идиотское решение. Если оно будет реализовано, я просто подам в суд. Причем в своем иске потребую большую сумму за моральный и материальный ущерб. Ведь регистрация этого издания стоила очень дорого, и сейчас оно приносит прибыль. И думаю, что в этом деле выиграю я.

Анатолий Аграфенин, главный редактор газеты "Утро Петербурга":

— По-моему, у депутатов Думы есть сейчас более серьезные вопросы, которые надо решать. А они, похоже, озаботились тем, чтобы получить новый источник дохода, который возникнет при регистрации новых брендов. Хотя даже при условии смены нашего названия это, скорее всего, не повлияет на количество наших читателей или рекламодателей. Но все равно только на уровне Петербурга надо решать, где и как использовать имя города.

Наталья Кузнецова, главный редактор журнала "Санкт-Петербургский университет":

— Для всего должна быть мотивировка. Например, абсурдно назвать издание "Санкт-Петербургский туалетный работник". Но возьмем хотя бы "Санкт-Петербургские ведомости" — это не просто издание, а бренд, который раскручивается с XVIII века. Мы сейчас машем саблей, а надо просто сделать эти поправки более разумными, более тонкими.

Андрей Ершов, главный редактор газеты "Деловой Петербург":

— Честно говоря, не знаю, чем мотивировано такое решение. Раскрученные, успешные бренды делают

хорошую рекламу своей стране и своему городу... Конечно, как законопослушная компания мы проведем ребрендинг, если это все-таки придется сделать... Если провести ребрендинг правильно, это не скажется отрицательно на работе компаний. А вот если этот процессом заниматься слабо, то можно и читателей потерять. По крайней мере, на некоторое время.

Юрий Радкевич, программный директор радио "Петербург":

— Считаю, что серьезной проблемы в этом нет. Ведь сейчас многие радиостанции имеют свои имена, по которым их узнают слушатели. Другое дело, что смена названия влечет за собой и смену самой лицензии, а значит и дополнительные затраты.

Автор: Артур Скальский © Центр экстремальной журналистики СКАНДАЛЫ , РОССИЯ 👁 2201 03.10.2006, 20:45
🔗 175

URL: <https://babr24.com/?ADE=33056> Bytes: 3733 / 3733 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)