

НЕДРУЖЕСТВЕННЫЕ ВЫВЕСКИ

Что необходимо изменить в регулировании наружной рекламы на территории России? Цель нововведений – защитить право россиян на получение информации из средств наружной рекламы на своём государственном, русском языке.

Уже несколько лет я пытаюсь говорить на разных уровнях об очень острой проблеме, которую можно решить только с помощью нового федерального закона «О защите государственного языка в наружной рекламе».

Иначе как новым, единым федеральным законом, имеющим приоритет над всеми предыдущими нормативно-правовыми актами любого уровня, этот воз безобразий с места не сдвинуть.

Суть нового закона в том, чтобы защитить право россиян на получение информации из средств наружной рекламы на своём государственном, русском языке.

В настоящее время в России процветает повальная, унижительная «мода» на использование иностранных названий и латиницы во всех элементах наружной рекламы: вывески с названиями всевозможных заведений и организаций, витрины, баннеры, штендеры, рекламные буклеты и т.д. и т.п.

Подобная практика, как я считаю, совершенно незаконна, так как она:

- нарушает ч.1 ст.68 Конституции Российской Федерации – о государственном языке Российской Федерации;
- прямо и грубо нарушает п.2 и п.10 ч.1 Ст.3 Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»;
- разрушает сохранность русского языка и его лексическую аутентичность;
- демонстрирует неуважение авторов и заказчиков к населению России, как к носителю русского языка;
- препятствует воспитанию и сохранению патриотических чувств среди населения;
- является унижительной для национального самосознания значительной части граждан;
- служит навязчивой пропагандой ценностей коллективного Запада, открыто объявившего Россию геополитическим врагом;
- может вводить в заблуждение потенциальных клиентов относительно мнимой причастности данных организаций, заведений к иностранным рекламируемым брендам, товарам, услугам.

По моему мнению, основные положения нового закона могут выглядеть следующим образом:

1. Все тексты на всех элементах наружной рекламы, все названия на вывесках юридических лиц (компаний, организаций, учреждений и т.п. всех форм собственности), а также все дополнительные коммерческие или неформальные названия аффилированных заведений (торговые центры, магазины, кафе и рестораны, клубы, парикмахерские, заправки и т.п. и т.д.) должны быть: а) **выполнены на русском языке,** б) **соответствовать действующим орфографическим и лексическим нормам.** Для национальных республик, естественно, название может дублироваться на национальном языке.

2. В целях сохранения туристической информативности и удобства иностранных граждан, указанные тексты и названия могут дублироваться на иностранном языке (языках), размер шрифта при этом должен быть меньше – не менее, чем в 5 раз по высоте.

3. Категорически запретить смешивать части названий на русском и иностранном языках, равно как использовать буквы из иностранных алфавитов в написании русскоязычных названий.

4. Иностранные бренды в наружной рекламе необходимо писать на русском языке русскими буквами, в прямой транскрипции или в переводе – на усмотрение собственника, в основном варианте, и при желании можно дублировать на языке происхождения бренда, размер шрифта при этом должен быть меньше – не менее, чем в 5 раз по высоте.

5. В наружной рекламе, на вывесках в названиях организаций, заведений запретить использовать названия иностранных брендов, производителей, организаций и имена физических лиц, без наличия заключённых с ними договоров, соглашений на право представления и реализации их продукции или услуг.

6. Исключить возможные пути обхода новых требований незаметными собственниками, посредством попыток выдать рекламные надписи за «информационные».

7. Исключить возможные пути обхода новых требований незаметными собственниками, ссылающимися на «отсутствие» аналогичных иностранному слову понятий, выражений, слов в русском языке.

8. Исключить возможные пути обхода новых требований незаметными собственниками, посредством официальной регистрации названия своего юридического лица, товара, бренда, вида деятельности и т.д. на иностранном языке.