

Надежда Сергеевна, вы, как я знаю, по профессии журналист, работали в «Неделе» - популярном в советские времена издании. Но вот уже более 17 лет защищаете права москвичей в самых разных сферах их жизни. Что вас побудило сменить профессию?

- Если помните, само понятие «потребитель» в нашей стране носило негативный оттенок. Собственно, потреблять-то было особенно нечего – за любым товаром выстраивались длиннющие очереди. Естественно, людей интересовала жизнь «загнивающего» капитализма с его «потребительской» психологией. Однако подобная информация в прессе подавалась весьма дозированно и скупко, чаще всего - в результате редакторского недогляда. Наверное, именно так в 1986 году в одном из номеров «Недели» появилась статья о том, что в Америке адвокат Ральф Найдер выиграл судебный процесс у самого Форда. В одной из моделей автомобиля был обнаружен конструктивный недостаток, делавший машину опасной в эксплуатации. И модель не просто сняли с производства, а еще и отозвали от потребителей все купленные автомобили. Мне довелось готовить ту статью к публикации. Условие для выхода ее в свет было жесткое: подобная история из страны «желтого дьявола» должна быть уравновешена еще более впечатляющим примером заботы партии и правительства о безопасности человека в нашей стране. Однако, как мы ни искали, ничего похожего в нашей действительности не нашлось. Решили печатать как есть и... ждать разноса. Реакция не замедлила: главного редактора вызвали в ЦК на ковер. Каково же было наше - всей редакции! - удивление, когда его не только не наказали, но, наоборот, велели развивать тему. Так мы ощутили на себе начало новой эры - эры «человеческого фактора». В «Неделе» появилась рубрика «Клуб покупателей», сразу ставшая популярной. Правда, сначала к нам шли только жалобы на то, что кто-то, минуя очередь, приобрел дефицит с «черного крыльца». Мы советовали на страницах газеты, как действовать в таких случаях, призывали объединяться, отстаивая свои интересы. Однако лавры американского адвоката нам не давали покоя. Мы стали искать прецедент, чтобы показать, как может работать закон, а не телефонное право. Увы, наши соотечественники, пострадавшие из-за некачественной покупки, не хотели идти в суд и «ввязываться в бой» за справедливость.

- Ведь в те времена еще не было Закона «О защите прав потребителей»...

- Да, он был принят позже, когда движение в защиту потребителя набрало силу. А тогда правоотношения в сфере торговли регулировались «Основными гражданскими законодательствами Российской Федерации». Там было прописано, на что покупатель имеет право в случае приобретения некачественного товара: на обмен, на возврат денег, на ремонт. Это была хорошая норма, однако она не работала. При возникновении претензий магазин руководствовался не законом, а так называемыми правилами торговли, в которых все права покупателя сводились к тому, что обладателю некачественного товара предлагали бесплатный ремонт. Точнее, 5 простых или 2 сложных. И лишь после этого, если не помогло, меняли товар на качественный. До возврата денег не доходило практически никогда. То есть подзаконный акт главенствовал над законом.

- Брали измором в надежде, что покупатель в конце концов надеется...

- Конечно. И все же нам удалось-таки найти энтузиаста, согласившегося на эксперимент. Это был инженер из Новосибирска, уставший ремонтировать автомобиль «Вега». Был затеян показательный судебный процесс. «Неделя» пригласила известного адвоката Николая Алексеевича Гагарина, который представлял интересы новосибирского инженера в суде. Перипетии дела, тянувшегося несколько месяцев, освещались в газете. Иск был выигран, пострадавшему вернули деньги, а заводу-изготовителю было предписано изменить конструкцию магнитолы. Таким образом, суд впервые поставил закон выше ведомственных интересов и правил. Эту практику защиты пострадавших покупателей тут же подхватили журналисты других изданий - городских, областных, республиканских. Газета «Советская торговля» стала выпускать приложение, выросшее в первую самостоятельную газету по защите прав потребителей «Честное слово»

- Процесс пошел?

- Да, но его надо было узаконить. Общими усилиями мы добились созыва Пленума Верховного суда СССР, который обязал судей при рассмотрении потребительских исков руководствоваться нормами закона, а не правилами и инструкциями, какими бы авторитетными ни были ведомства, их раз-

Каждому известно, как осложняют жизнь бытовые проблемы: неудачная покупка, некачественный ремонт, испорченный отдых... К счастью, есть люди, сфера деятельности которых лежит как раз в поле наших неудач и невезений. Причем профессиональный негатив не сделал их хмурыми и раздражительными. Приветливость, участие, улыбка - визитная карточка сотрудников Московского общества защиты прав потребителей. Его основатель и бессменный председатель Надежда ГОЛОВКОВА - наш собеседник сегодня.



Надежда ГОЛОВКОВА: ПОТРЕБИТЕЛЬ - ЭТО ДОЛЖНО ЗВУЧАТЬ ДОСТОЙНО

работавшие. Весной 1988 года «Известия» и «Неделя» создали совещание региональных журналистов, писавших на «потребительскую» тему. Съехались энтузиасты со всей страны и решили: надо объединять людей, которые хотят защищать не только себя, но и других. В том же году были созданы первые общественные организации по защите прав потребителей в Москве и Ленинграде. А к 1990 году стало ясно, что региональным обществам - их насчитывалось уже около полусотни - нужен единый координационный центр. Так родилась Конфедерация обществ потребителей СССР. О нас узнали зарубежные коллеги. В Москву приезжали и тот самый Ральф Найдер, и основатель потребительских объединений США Род Карпаткин, и один из зачинателей потребительского движения Великобритании Джон Торвелл, и директор Института потребительских исследований Нидерландов Дик Вестендорп, его коллега из Германии Ролланд Хюттенраух и многие другие.

- И ваша судьба была решена...

- В общем, да. Я поняла, что мне гораздо интереснее участвовать непосредственно в защите людей, нежели писать об этом.

- Надежда Сергеевна, Закон «О защите прав потребителей», в создании которого вы принимали самое непосредственное участие, был принят в 1992 году. Сейчас действует уже пятая редакция этого закона. В чем ее отличия?

- Сначала замечу, что этот закон - самый востребованный из гражданского законодательства, самый активно работающий, и во многом именно потому, что все время совершенствуется, меняется по мере того, как меняется наша жизнь. На смену тотальному дефициту в Россию хлынула волна низкопробной продукции со всего мира, и покупатель не без нашей помощи быстро смекнул, что не стоит покупать товар на рынке, где не дают чеков, - лучше идти в магазин. Но там тоже были свои заморочки: инструкция по эксплуатации товара зачастую печаталась на многих языках, только не на русском. И тогда в закон были внесены подробные положения о том, что такое информация для потребителя, кто и как ее должен предоставлять, какая ответственность наступает при ее непредоставлении.

Вскоре появились такие формы торговли, как «магазин на диване», торговля по интернету, когда покупатель зачастую наддували, а предъявить претензию было некому - виртуальные магазины попросту исчезали. В пятой редакции закона уже предусмотрена ответственность за такую форму продаж, то есть вне мест стационарной торговли. Интернет-магазины обязаны теперь указывать свой физический, а не виртуальный адрес, свое реальное местонахождение, а покупатель вправе без объяснения причин отказаться от товара в течение 7 дней со дня доставки. Эти нормы

привзаны повесить ответственность продавцов за качество товара.

- А были какие-либо курьезные случаи в вашей практике?

- И немало! Однажды, например, мы решили объявить войну поддельным французским духам. Одно время ими торговали даже на рынках. Совместно с экспертным отделом Торгово-промышленной палаты России мы обратились к французской фирме «Клима». Там идею поначалу поддержали, прислали образцы духов, и экспортеры взяли за дело. Но через какое-то время «отлов» фальшивых духов пришлось остановить по просьбе самих французов: они заявили, что в результате наших действий теряется доверие к марке и падает объем продаж вообще. Та же ситуация возникла с английскими электрическими чайниками. В продаже тогда появились их подделки из Китая, в которых устанавливался какой-то несовершенный нагревательный элемент, и чайники горели, становились пожароопасными. Английская фирма тоже выразила свой протест нашим попыткам разоблачить подделки по той же причине.

- Но ведь здесь уже речь идет об угрозе жизни и здоровью людей! До коммерческих ли тут интересы, если вы защищаете интересы покупателя?

- В огромном море фальшивой продукции мы не в силах уследить за всем, да это, в общем, и не наша задача. Мы лишь можем предупредить, информировать через наши издания, наш сайт в интернете. Что и делаем. А вот обеспечить безопасность граждан - это забота государства в лице контролирующих органов.

- Каков же состав юристов в Обществе защиты прав потребителей?

- У нас 6 юристов и 16 экспертов по самым разным вопросам. Ведь, прежде чем подавать иски, мы делаем экспертизу, чтобы предусмотреть все «за» и «против». А юристы наши помимо своей повседневной работы, связанной с консультированием посетителей, могут представлять их интересы в суде, если дойдет до этого.

- Говорят, ваши юристы никогда не проигрывают в судах. Или вы беретесь только за стопроцентно выигрышные дела?

- Насчет «никогда» - это преувеличение. Конечно, первейшая задача юриста - оценить перспективность дела и честно предупредить потребителя о его шансах. Тем не менее, бывает, в первой инстанции добиться признания вполне обоснованного потребительского иска не всегда удается. Тогда мы обращаемся в следующую инстанцию - и до победы порой приходится идти года два. О наших победах сообщает вся пресса. А я вам расскажу о нашем поражении, которое, впрочем, мы еще не признали тактично и продолжаем бороться. Это судебные иски по так называемым детским денежным вкладкам в Сбербанк.

Если помните, в перестроечные времена, когда рубль падал в пропасть, различные финансовые пирамиды призывали людей спасать деньги от инфляции, предлагая сумасшедшие проценты - и триста, и пятьсот годовых. Сбербанк предлагал умеренные, но все-таки большие проценты по специальным вкладкам - на детей: от 60 до 90 процентов годовых. Было только два условия: вы не могли снять деньги раньше 10 лет, при этом ребенок, на которого открывался вклад, должен достичь 18-летнего возраста. Все эти «Чары», «Тибеты», «МММ» в конце концов рухнули, а с ними пропали и вклады. Но Сбербанк-то - вон он! Никогда не делся, сколько прекрасных зданий построил, имеет самую разветвленную сеть филиалов в стране - то есть вполне кредитоспособен. Однако, когда подошел срок выплат по детским вкладкам, ему не захотелось выполнять условия договора - и в одностороннем порядке, без согласия вкладчиков, он снизил процентную ставку до 12 и стал выплачивать людям копейки. Несколько судебных исков нам удалось выиграть. В одном из случаев эта сумма составила около 30 тысяч долларов. А потом вдруг Президиум Верховного суда встал на сторону акционерного общества «Сбербанк» и, вместо того чтобы защищать интересы вкладчиков, опубликовал разъяснения, как трактовать те давние договоры. Мы считаем это совершенно незаконным, однако суды руководствуются этими разъяснениями. И все же мы не складываем руки: пять исков передали в Международный суд в Страсбурге. Если там признают отказные решения наших судов незаконными, все пострадавшие вкладчики смогут добиться пересмотра своих решений.

- Скажите, а есть ли у вас какая-то статистика благополучного или неблагополучного разрешения проблем, с которыми обращаются москвичи?

- Специального учета мы не ведем. Но, по нашим наблюдениям, примерно 95 процентов тех или иных претензий разрешаются в досудебном порядке. Наши юристы составляют на фирменном бланке Московского общества защиты прав потребителей обоснованную по всем правилам претензию и направляют ее ответчику. При этом указывают, что в случае отказа удовлетворить претензию добровольно придется разбираться в суде. И разъясняют, почему это будет невыгодно ответчику: с него помимо прямого выполнения требования потребителя вычтут и все судебные издержки, неустойку за просрочку выполнения требований, нередко и моральный вред. А еще благодаря норме, введенной в последней редакции нашего закона, - и штраф в доход государства в размере половины цены иска. Таким образом, расходы ответчика могут увеличиться по сравнению с первоначальными требованиями покупателя более чем втрое.

- А как вы думаете, настанет время, когда Общество защиты прав потребителей будет выступать совместно с другими общественными или государственными структурами?

- Несомненно! Достаточно сказать, что нашу Российскую конфедерацию - а в ее составе 120 членов - вот уже четвертый год возглавляет известный экономист, социолог, депутат Государственной думы Петр Борисович Шелищ. Мы же еще очень молоды по сравнению с аналогичными зарубежными организациями, но быстро набираем опыта, растем. И думаю, у нас все впереди, потому что жизнь постоянно меняется, появляются все новые и новые проблемы, решать которые придется сообща. С кем у нас уже получается сотрудничество, так с организациями саморегулирования рекламного бизнеса. К нам частенько поступают жалобы на неэтичную или слишком агрессивную рекламу. Я захожу в Рекламный совет, где вместе с представителями этого бизнеса мы рассматриваем подобные обращения, стараемся влиять на рекламодателей. Так было, например, с некорректной рекламой средства от юношеских прыщей, которую в конце концов сняли с показа по телевидению. Или когда одна из известных поисковых систем в интернете решила в качестве заставки использовать картину с сюжетом «Тайной вечеринки». Пользователи сети расценили это как эксплуатацию их религиозных чувств. По рекомендации совета заставку сняли.

- Надежда Сергеевна, наш потребитель формировался на ваших глазах. Каков он сегодня?

- Он, несомненно, стал более активным, более информированным, более грамотным юридически. К стати говоря, специалистами общественной Международной конфедерации обществ потребителей создан замечательный учебник «Основы потребительских знаний». Он написан с юмором, хорошо иллюстрирован, сюжеты взяты из практики потребительских организаций России. Рекомендованный Министерством образования РФ для старшеклассников, он не только просвещает молодых людей в бытовой сфере жизни, но и формирует активную гражданскую позицию. Ведь круг наших интересов весьма широк: здравоохранение, образование, экология, жилищные проблемы - все то, из чего состоит жизнь. В основном мы защищаем интересы среднего москвича, а то и просто бедных людей. Но в последнее время к нам все чаще обращаются и люди состоятельные - обладатели шикарных автомобилей, например. Потому что у индустриального адвоката каждая минута консультации измеряется в долларах при одинаковом, впрочем, результате.

- Наверное, вас многие комментаторы, мягко говоря, недолюбливают. Ведь сколько раз вы, выступая по радио или телевидению, называли поименно недобросовестные фирмы! Вам никогда не угрожали?

- Да нет... Конечно, и особой любви как со стороны торговли, так и со стороны чиновников мы не испытываем. Вот и располагаемся в очень тесном помещении, в общеплановом здании, в центре Москвы, на Мясницкой. Правда, общерпанность эта не бросается в глаза, не портит уличного фасада - здание расположено в глубине двора. Но вот ремонт внутренних помещений мы сделали сами, в буквальном смысле своими руками, в праздничные дни.

Случалось, сторона, проигравшая судебный процесс, пыталась переменить к себе на работу наших юристов, которые этот процесс вели от имени нашего клиента. Мы ведь организация небогатая, а там зарплата предлагалась в разы выше нашей... Случалось, люди уходили. Но я уверена, что юристы, поработавшие в потребительской организации, и при защите интересов бизнеса останутся корректны. Ведь лучшая защита бизнеса - не допускать нарушений закона. И значит, потребитель будет в большей безопасности.

- А не кажется ли вам, что наше население постепенно превращается в потребителей в том самом, отрицательном, смысле слова? Жаждя денег, наживы занимает в жизни людей все больше места...

- Если это и присутствует сейчас в какой-то мере, то, мне кажется, как явление временное. Это реакция на прежние времена тотального дефицита. Теперь другая крайность - люди стремятся наверстать упущенное, работают на двух, а то и на трех работах, чтобы обеспечить достаток своей семье. Правда, нередко говорят: «На одну зарплату есть нечего, а на две - некогда». Люди, особенно молодежь, готовы работать от зари до зари, чтобы приобрести квартиру, машину, прочие материальные блага. Тем более важно, чтобы все приобретенное доставляло радость, а не мытарства по судам. И это уже наша забота.

Беседу вела
Таисия ПОПОВА