

■ Неасабісты суб'ектыў

ПЕРШАЕ ПАКАЛЕННЕ

ПРА КРЫЗІС СЯРЭДНЯГА ЎЗРОСТУ, ГАТЭЛІ Ў СВІНАРНІКУ І ФІЛАСОФІЮ ЖЫЦЦЯ



НА сустрэчу з аднакурснікамі я — так атрымалася — прыйшла самая апошняя. Астатнія ўжо паспелі нагаварыцца, расказаць пра жыццё, сям'ю, працу... Трапіла, можна сказаць, адразу пад перакрываючы допыт. Праўда, ненадоўга. Заслухаўшы маю кароткую справаздачу, хтосьці з хлопцаў сумна так зазначыў: «Ясна, таксама жывеш на рабоце», і больш ніхто асабліва маёй персоне не цікавіўся.

Зрэшты, яно і не трэба было. На некалькі гадзін, ақунуўшыся ў сваё студэнцкае мінулае, мы з самавітымі дзядзькамі і цётка ператварыліся ў тых, кім былі, дый, пэўна і застаёмся на самой справе, — гэтак адукаваны хулгану, начытаных цынікаў, з'едлівых гумарыстаў і адначасова крыху летуценнікаў. Разглядаючы чорна-белыя фоткі сярэдзіны «ліхіх 90-х», мы не тое што ақуналіся ў тое ўжо далёкае — аж з мінулага тысячагоддзя — жыццё, мы насамрэч жылі ім тыя некалькі гадзін, што правялі ў сталічным рэстаране, і яшчэ два дні — на столькі нас хапіла, каб паперысавацца ў вайберы ў групе «Адна-

курснікі». Пасля ўсе раптам змоўклі. Не таму, што не было чаго сказаць — проста ачомаліся і сталі самавітымі дзядзькамі і цёткамі, сумнымі, правільнымі і нецікавымі, бы цагліна ў сцяне. Магчыма, разумнымі добрымі спецыялістамі, прафесіяналамі і выдатнымі сем'янінамі, клапатлівымі і надзейнымі. Але — «без палёту», як з прыкрасцю найперш на самога сябе сказаў нядаўна мой саракагадовы калега.

Тут размова зусім не пра «крызіс сярэдняга ўзросту», які дагнаў-такі вашу пакорную слугу, і яна нічога лепшага не знайшла, як бурчаць і скардзіцца. Хутчэй — пра феномен нашага пакалення — тых, каму сёння сорак — сорак пяць. Мы ўвесь час на нейкім пераломе, на нейкіх пагранічных сітуацыях — пэўна, так наканавана. Мы былі падлеткамі, калі пачалася перабудова, мы паступалі ва ўніверсітэт пры Саюзе, а першы курс закончылі ў незалежнай Беларусі, мы былі самымі маладымі выбаршчыкамі на першых прэзідэнцкіх выбарах. Адлік нашага самастойнага дарослага жыцця па-

чаўся разам з адлікам самастойнага жыцця нашай краіны, мы сталелі разам з ёй і разам з ёй перажывалі цяжкасці гэтага сталення. Мы цяпер — яе першае пакаленне, яе надзея і апора, і гэта выдатна разумеем. Але куды, пакуль мы сталелі, падзеўся той «палёт», якога ніколі не бракавала нашым бацькам і пра які, магчыма, нават не будуць ведаць нашы «планшэтна-айфонныя» дзеці? А мы зноў на пераломе — паміж гэтымі двума абсалютна непадобнымі пакаленнямі, шукаючы агульнае і з тымі, і з другімі, не знаходзім саміх сябе.

Мы нібы саромеемся перад новым пакаленням сваёй адукаванасці, дасведчанасці, эрудыцыі. Гэта не гучныя нясіплыя словы — так зноў жа менавіта для нас склася. Мы былі першымі з маладых, хто атрымаў магчымасць вывучаць культуру, літаратуру на сусветным узроўні, чытаць якасныя кнігі з усяго свету, слухаць якасную музыку з усіх кантынентаў планеты. І гэта было такое новае, нечуванае, незвычайнае, што мы прагна хапаліся за яго і не адпус-

калі, пакуль не наталіся. Таму сярод нас няма людзей, якія могуць спакойна і на любым узроўні падтрымаць гутарку і пра Блакітны перыяд Пікаса, і пра творчасць Пялёвіна, і пра кінамову Антаніёні. Пра прароцтвы ў вершах Караткевіча і фантамагарычную рэальнасць Муракамі, пра Акуджаву і Джыма Морысана, пра новы фільм Ларса фон Трыера і пра новае прачытанне «Бахчысарайскага фантана» ў нашым Вялікім тэатры.

АЛЕ ж гутарку не заводзім, не абмяркоўваем, не «філасофствуем». Не спрабуем нават гаварыць пра гэта з маладымі, якія жывуць у сваёй віртуальнай прасторы, гавораць там на сваёй «олбанскай» мове і пра многія рэчы, якія варта адчуць і пражыць, ведаюць толькі з радкоў Вікіпедыі. А мы заганалі свае веды і думкі на задні двор душы і памяці, а самі жартуем і дасціпнічаем са сваімі дзецьмі з навіны аб гасцініцы ў былым свінарніку, якую дзесьці за акіянам адкрыў нейкі пошлы дурань... «Напружвацца» лічым патрэбным

толькі на рабоце, на якой нярэдка сапраўды «жывём» — мы зноў жа першыя зразумелі, што добрабыць і ўзровень жыцця залежыць толькі ад нас саміх. Увесь астатні час «мозг адпачывае» на стужках навін у інтэрнэце, на праглядзе серыялаў з аднолькавым сюжэтам. Жывём, нібы нечага недагаворваючы, нібы пасля «рэпетыцыі» Усывышні націсне «перазапуск», і тады ўжо можна будзе напоўніцу — так, як хочаш, разумеш, адчуваеш.

А потым ці то спалохана, ці то засяроджана глядзім на галоўнага героя фільма пра географа, які прапіў глобус, і, пазнаючы ў ім сябе, не ведаем: плакаць ці смяяцца. І ўпятай зайздросцім сваім равеснікам — пісьменніку, які напісаў аднайменны твор, акцёру, які сыграў галоўнага героя...

Зрэшты, фінал у фільма зусім не такі песімістычны, як глядач чакае. Можна, яны спецыяльна для нас яго такім зрабілі?

Алена ЛЯЎКОВІЧ.
alena@vziazda.by

ПРАВИЛА РЕКЛАМНОЙ ИГРЫ

«Простой расчет с ВТБ и Visa»

для держателей карточек



- 1. Сведения об организаторе Рекламной игры.**
ЗАО Банк ВТБ (Беларусь), УНП 101165625, г. Минск, ул. Московская, 14. Лицензия на осуществление банковской деятельности №23 от 02.07.2014 г., выдана Национальным банком Республики Беларусь.
- 2. Наименование Рекламной игры.**
«Простой расчет с ВТБ и Visa» (далее – Рекламная игра).
- 3. Место (территория) проведения Рекламной игры.**
Республика Беларусь.
- 4. Срок начала и окончания Рекламной игры.**
С 01 июля 2015 года по 30 сентября 2015 года (включая период розыгрыша, период вручения и перечисления, установленных правилами Рекламной игры сумм денежных средств (далее – призы)).
- 5. Цель Рекламной игры.**
Рекламная игра проводится в целях стимулирования безналичных и кредитных операций, осуществляемых с использованием карточек Visa, эмитированных ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).
- 6. Регламент деятельности комиссии по проведению Рекламной игры.**
Для контроля за проведением Рекламной игры Организатор создает комиссию в составе шести человек – председатель и пять членов комиссии. Комиссия контролирует процесс проведения розыгрыша призов (в том числе рассматривает информацию об участниках на предмет соответствия требованиям настоящих Правил, определяет выигравших участников Рекламной игры в соответствии с настоящими Правилами), следит за ходом Рекламной игры, утверждает её результаты, рассматривает спорные и иные вопросы, возникающие при проведении розыгрыша призов Рекламной игры.

Созыв заседаний комиссии осуществляется ее председателем по своей инициативе или по инициативе любого из ее членов, а также по просьбе участников Рекламной игры. Заседания комиссии правомочны при наличии большинства членов ее состава.

Решения комиссии принимаются большинством голосов от общего количества голосов присутствующих на заседании членов комиссии. Каждый член комиссии обладает одним голосом. При равенстве количества голосов, поданных «за» и «против» предлагаемых решений, право решающего голоса имеет председатель комиссии.

Решения комиссии оформляются протоколом, который должен быть подписан всеми присутствующими на заседании членами комиссии.

- 7. Состав комиссии по проведению Рекламной игры.**
Председатель комиссии:
Фролов Дмитрий Леонидович, заместитель Председателя Правления ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).
Заместитель председателя комиссии:
Азаревич Ирина Игоревна, начальник Центра клиентской поддержки ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).

Члены комиссии:
Кучинский Александр Васильевич, заместитель Председателя Ассоциации белорусских банков,
Макеев Игорь Сергеевич, начальник отдела сопровождения банковских карт ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).

Петкевич Лилия Игоревна, начальник отдела разработки и поддержки кредитных продуктов ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).

Солтан Татьяна Федоровна, управляющий менеджер отдела продаж розничного бизнеса ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).

Лохач Сергей Петрович, начальник отдела защиты информации ЗАО Банк ВТБ (Беларусь).

- 8. Состав и размер призового фонда Рекламной игры и источники его формирования.**
Призовой фонд Рекламной игры сформирован за счет денежных средств Организатора. Общий размер призового фонда составляет 200 000 000 (Двести миллионов) белорусских рублей и включает в себя денежные призы в пределах определенных ниже сумм:

Таблица 1.

| № | Наименование | Единица измерения | Количество | Сумма, бел. рублей | Всего, бел. рублей |
|---|------------------------|-------------------|------------|--------------------|--------------------|
| 1 | Приз первой категории | шт. | 1 | 100 000 000 | 100 000 000 |
| 2 | Приз второй категории | шт. | 2 | 25 000 000 | 50 000 000 |
| 3 | Приз третьей категории | шт. | 10 | 5 000 000 | 50 000 000 |

Удержание с победителей Рекламной игры подоходного налога, исчисленного Организатором в соответствии с законодательством Республики Беларусь, производится Организатором (выступающим налоговым агентом) в день выдачи (перечисления денежных средств на текущий счет) приза.

- 9. Условия участия в Рекламной игре.**
Участниками Рекламной игры являются физические лица – держатели карточек, эмитированных ЗАО Банк ВТБ (Беларусь), за исключением держателей корпоративных карточек. Участниками Рекламной игры не могут быть лица, состоящие в трудовых отношениях с Организатором, супруг (супруга) такого лица, его близкие родственники, а также лица, находящиеся с таким лицом в отношениях свойства и члены Комиссии.

Для участия в Рекламной игре в период с 01 июля 2015 года по 31 августа 2015 года необходимо:

- совершить по счету операции с использованием карточки участника Рекламной игры в размере не менее 4 транзакций, при этом каждая операция безналичной оплаты товаров и услуг, участвующая в игре, должна быть в сумме не менее 500 000 (Пятьсот тысяч) белорусских рублей (либо эквивалент в иностранной валюте).

При этом:
- не является основанием для участия в Рекламной игре проведение безналичных платежей по кредитам и пополнения счетов ЗАО Банк ВТБ (Беларусь), а также платежей, осуществленных через платежный ресурс www.e-pay.by;

- в Рекламной игре участвуют операции безналичной оплаты товаров и услуг, отраженные по счету и/или любые операции, отраженные в качестве кредитной задолженности по основному долгу в период с 01 июля 2015 года по 31 августа 2015 года.

Организатор не несет ответственности за несвоевременное или некорректное предоставление информации о факте транзакции банками или другими участниками системы расчетов по операциям с использованием карточек.

Определение участников Рекламной игры, соответствующих настоящим Правилам, производится отдельно по каждому счету участника Рекламной игры. В случае если одно физическое лицо выполнило настоящие условия участия в Рекламной игре по нескольким счетам данное физическое лицо фиксируется в качестве участника в списке (списках) участников Рекламной игры соответствующее количество раз.

- 10. Место, дата, время и порядок проведения розыгрыша призового фонда, в том числе порядок определения выигравших участников Рекламной игры:**

Розыгрыш призов состоится 7 сентября 2015 года в 14.00 по адресу: г. Минск, ул. Фабрициуса 9, ком. 330а.

Розыгрыш призов проводится открыто в присутствии комиссии, в последовательности, указанной в п.8 настоящих Правил.

Для проведения розыгрыша используется барабан и набор шаров в количестве 10 штук с номерами от 0 до 9.

К моменту розыгрыша данные об участниках Рекламной игры формируются в список участников Рекламной игры в порядке возрастания номеров счетов. Каждому участнику Рекламной игры в списке присваивается индивидуальный порядковый номер. Все порядковые номера имеют одинаковую разрядность.

Определение выигрышного номера участника Рекламной игры, имеющего право на получение приза, происходит путем его формирования слева направо из номеров шаров, поочередно извлекаемых из барабана.

Для определения цифры первого слева разряда выигрышного порядкового номера помещаются в барабан шары с номерами от 0 по первую слева цифру последнего порядкового номера участника игры в списке. Из барабана извлекается один шар. Номер извлеченного шара вносится в протокол и записывается в первый слева разряд формируемого выигрышного номера.

После этого в барабан загружаются все десять шаров, шары перемешиваются, и из барабана извлекается шар, номер которого определяет цифру следующего разряда выигрышного номера. Номер шара вносится в протокол, производится проверка на наличие полученной комбинации цифр разрядов в соответствующих разрядах порядковых номеров в списке участников Рекламной игры и при наличии совпадения выпавший номер шара записывается в соответствующий разряд выигрышного номера. В противном случае извлеченный шар не возвращается в ба-

рабан и извлекается следующий шар. Шары извлекаются до тех пор, пока полученная комбинация цифр разрядов не попадает в диапазон соответствующих разрядов порядковых номеров в списке участников Рекламной игры.

Процедура, описанная в предыдущей части, повторяется до тех пор, пока не будет окончательно сформирован выигрышный порядковый номер участника Рекламной игры, имеющего право на приз.

Определение каждого последующего выигрышного номера участника Рекламной игры, имеющего право на получение приза, производится последовательно и таким же образом.

В случае возникновения спорных ситуаций окончательное решение принимает комиссия по проведению Рекламной игры.

- 11. Срок и способ информирования участников, выигравших призы, место, порядок и сроки выдачи призов.**

После проведения розыгрыша победители уведомляются по телефону и по почте о выигрыше призов не позднее 10 сентября 2015 года.

После получения уведомления о выигрыше получатели призов, в случае согласия на их получение, должны обратиться за получением приза не позднее 25 сентября 2015 года в офис Организатора по месту открытия счета для совершения операций с использованием карточки. Дополнительную информацию можно получить у Организатора по телефонам +375 (17, 29, 33) 309-15-15 пн.–пт. 9.00–19.00, сб. 10.00–16.00 (кроме воскресенья и праздничных дней).

Для получения призов в офисах Организатора победителям необходимо предъявить Организатору документ, удостоверяющий личность. Получатель приза не вправе передать право на получение приза другому лицу.

Победители Рекламной игры, получившие призы, должны письменно подтвердить факт их получения (момент передачи приза) путем заполнения заявления на получение приза.

В случае отказа победителя от получения приза, неполучения приза в установленном настоящими Правилами порядке и сроки либо невыполнения условий его получения, приз считается невостребованным победителем Рекламной игры, остается у Организатора и используется по своему усмотрению.

С момента передачи приза победителю Рекламной игры к последнему переходят все риски и обязательства, связанные с владением, пользованием и распоряжением призом.

Сумма денежных средств, установленная правилами Рекламной игры в соответствии с категорией приза за вычетом удержанного подоходного налога, будет перечислена на текущий счет, открытый в ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) для зачисления денежных средств в рамках рекламной игры, указанный в заявлении на получение приза до 30.09.2015.

Удержание с победителей Рекламной игры подоходного налога, исчисленного Организатором в соответствии с законодательством Республики Беларусь, производится Организатором (выступающим налоговым агентом) в день выдачи (перечисления денежных средств на текущий счет) приза.

- 12. Название печатного средства массовой информации, в котором будут опубликованы результаты розыгрыша призового фонда, а также сроки их опубликования.**

Настоящие правила подлежат опубликованию в газете «Звезда» до начала Рекламной игры.

Результаты рекламной игры подлежат опубликованию в газете «Звезда» до 30 сентября 2015 года.

Настоящие Правила и результат розыгрыша Рекламной игры также размещаются на сайте Организатора www.vtb-bank.by.

- 13. Общие условия Рекламной игры:**

Принимая участие в Рекламной игре, участник подтверждает свое ознакомление и согласие с Правилами и со всеми условиями участия в Рекламной игре.

Налогообложение призов производится в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

- 14. Телефон для справок по вопросам проведения Рекламной игры:**
Информацию об условиях участия и проведения Рекламной игры можно получить по телефонам +375 (17, 29, 33) 309-15-15 пн.–пт. 9.00–19.00, сб. 10.00–16.00 (кроме воскресенья и праздничных дней).

Свидетельство о государственной регистрации рекламной игры №2578 от 9 июня 2015 г. выдано Министерством торговли Республики Беларусь.