

УДК 343.631

**ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ОХРАНЫ**

© 2011 г.

**В.И. Колосова<sup>1</sup>, Т.Ю. Вавилычева<sup>2</sup>**<sup>1</sup> Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского<sup>2</sup> Нижегородский областной суд

vestnik@unn.ru

*Поступила в редакцию 12.04.2011*

Рассматриваются теоретико-правовые и практические вопросы, связанные с деловой репутацией и способами ее защиты. Предлагается введение уголовной ответственности за дискредитацию деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя.

*Ключевые слова:* честь, достоинство, деловая репутация, имидж, информация, порочащие сведения.

В России, как и в других европейских странах, законодательство, охраняющее честь и достоинство лица, базируется на концепции прав человека, изложенной во Всеобщей декларации прав человека, принятой 10 декабря 1948 года [1], которая подчеркивает, что достоинство присуще всем членам человеческой семьи, а вытекающие из него права на свободу и равенство неотчуждаемы, неотменяемы и обладают преимуществами перед всеми полномочиями, включая полномочия государства. Достоинство приобретает человеком с момента рождения, оно должно признаваться без какого-либо различия.

Международный пакт от 16 октября 1966 года «О гражданских и политических правах» также рассматривает достоинство личности как основополагающее благо, фундамент, опираясь на который формулируются остальные права и свободы человека и гражданина. В соответствии с принципами, провозглашенными Уставом Организации Объединенных Наций, признание достоинства является основой свободы, справедливости и всеобщего мира. Международный пакт указывает: никто не может подвергаться... незаконным посягательствам на его честь и репутацию. Каждый человек имеет право на защиту закона от такого вмешательства или таких посягательств [2].

Конституция РФ устанавливает, что человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства. Права и свободы человека и гражданина являются непосредственно действующими. Они определяют смысл, содержание и применение законов, деятельность законодательной и исполнительной власти, местного

самоуправления и обеспечиваются правосудием (статьи 2, 18).

Вопрос о защите чести, достоинства и деловой репутации со стороны государства, это вопрос о правах человека, их реальном обеспечении, о гарантированной государством возможности пользоваться этими правами.

Право на честь, достоинство и деловую репутацию – абсолютное субъективное право, поскольку ему корреспондируется обязанность неопределенного круга лиц, состоящая в том, чтобы не препятствовать управомоченному лицу (обладателю субъективного права) осуществлять свое субъективное право. Право на честь и достоинство обладает отрицательным (негативным) содержанием, и в этом смысле в нем преобладает охранительная, а не регулятивная функция [3]. Право на честь, достоинство – одно из основных естественных прав личности, умаление которых влечет установленную законом ответственность, наиболее суровым видом которой является уголовная ответственность, предусмотренная ст. 129 (клевета), ст. 130 (оскорбление) Уголовного кодекса РФ.

Анализ судебной практики показывает, что количество дел, возбуждаемых по клевете и оскорблению, незначительно. Обвинительных приговоров насчитывается буквально единицы. Уголовно-правовым мерам воздействия подвергались в основном лица, умышленно распространившие порочащие, клеветнические сведения в отношении граждан. В повседневной жизни, в средствах массовой информации, в том числе в сети Интернет, распространяются порочащие сведения в отношении индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. Подобная информация априори причиняет ущерб деловой репутации субъектов, осуществляющих

предпринимательскую деятельность, но должной правовой защиты эти лица не имеют. По мнению авторов, данная проблема связана с комплексом причин, которые носят не только правовой характер. Произошедшие в стране за последние годы изменения экономического строя, расширение сферы информационных ресурсов и технологий детерминировали социально-психологическое развитие общества, что не могло не отразиться на стабильности установленных приоритетов, в том числе уважении чести, достоинства, деловой репутации лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Конкурентная борьба в бизнесе с использованием и распространением порочащей информации не воспринимается большинством как исключительно порочащее действие, нарушающее моральные устои и нравственные ценности общества.

Влияние социально-экономического климата отражается и на правовой защите деловой репутации. Нормы гражданского, уголовного законодательства, положения постановлений Пленума Верховного суда РФ, применимые к категории дел о защите чести, достоинства и деловой репутации, достаточно консервативны и не могут разрешить всех проблем, возникающих в практической деятельности. Должная правовая регламентация отношений, связанных с защитой деловой репутации от неправомерных посягательств, будет служить отправной точкой разрешения конфликтов, способствовать стабилизации отношений между субъектами предпринимательской деятельности, а также гражданами, восстановлению приоритета основных ценностей общества, добросовестности и разумности действий участников гражданского оборота. Вместе с тем установление только правовых запретов в части распространения порочащей информации, без изменения отношения общества к этой проблеме, не сможет в должном объеме изменить ситуацию и вернуть общество к шкале нравственных ценностей, нашедших отражение как в Конституции РФ, так и в международных правовых актах.

Чем же отличается репутация гражданина и репутация индивидуального предпринимателя, юридического лица? Должны ли эти субъекты быть в равной мере защищены от посягательств на их доброе имя, сложившееся мнение об их профессионализме, положительной репутации? Подлежит ли защите деловая репутация индивидуального предпринимателя и юридического лица только с использованием гражданско-правовых механизмов (ст. 152 Гражданского кодекса РФ) или требует установления более суровой ответственности при посягательстве на деловую репутацию?

Понятие репутации (от лат. *reputatio* – обдумывание, размышление) находится в органической связи с честью и достоинством. Диспозиция статьи 129 Уголовного кодекса РФ включает в определение термин «деловая репутация», не раскрывая его содержание. Определение деловой репутации отсутствует в Гражданском кодексе РФ, постановлении Пленума Верховного суда РФ от 24.02.2005 г. «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц».

Российское законодательство не дает точного определения деловой репутации. Исходя из положений Приказа Минфина России от 27.12.2007 г. № 152н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)», деловая репутация как символ профессиональной деятельности организации является составной частью нематериальных активов этой организации либо предприятия. Соответственно она будет отражена в финансовой отчетности в виде либо положительной, либо отрицательной деловой репутации [4].

В литературе деловая репутация определяется в общем виде, как приобретаемая в процессе профессиональной или предпринимательской деятельности общественная оценка, общее или широко распространенное мнение о деловых качествах, достоинствах человека или юридического лица [5, 6].

Некоторые авторы характеризуют понятие «деловая репутация» как определенный «набор качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей, коллег по работе, поклонников (для шоу-бизнеса), избирателей (для выборных должностей) и персонифицируется среди других профессионалов в этой области деятельности» [7].

Другие определяют репутацию как оценку личности в обществе: родственниками, сослуживцами, друзьями, а также как оценку ее компетентности [8].

Третьи считают репутацию сложившимся мнением о лице, основанном на оценке общественно значимых его качеств, а деловую репутацию – оценкой профессиональных качеств [9].

Не опровергая обоснованность вышеизложенных характеристик деловой репутации, авторы считают, что деловая репутация – понятие, не отделимое от чести и достоинства, поскольку данные категории отражают определенные социальные отношения между гражданином и обществом. Вместе с тем на деловую репутацию указывает признак оценки обществом деловых качеств субъекта.

Таким образом, **деловая репутация** – нематериальное благо, которое представляет собой положительную общественную оценку деловых и профессиональных качеств, деятельности лица.

Понятие «деловая репутация» появилось в праве в постсоветское время (в 1991 году этот термин был введен в Основы гражданского законодательства СССР) и отражало новые социальные и социально-психологические реалии. Именно поэтому в юридической литературе деловая репутация связывается чаще всего с предпринимательской деятельностью и определяется как относящаяся к общественно значимой деятельности лица его оценка обществом, мнение общества о качествах, достоинствах и недостатках этого лица [10, с. 116], сопровождающееся положительной оценкой общества отражение деловых качеств лица в общественном сознании, формируемая главным образом благодаря его публичной деятельности [11]; положительная оценка деловых качеств лица, занятого в сфере предпринимательства, отраженных в общественном сознании [12].

Понятие «деловая репутация» распространяется как на физических, так и на юридических лиц. Деловая репутация юридических лиц, хотя и относится к числу нематериальных и неотчуждаемых благ, имеет присущие только ей особенности. Под ней подразумевается:

– восприятие лица в деловой среде: доброе имя, культурные традиции, фирменное наименование, высокое качество продукции или услуг, технологическая культура, устойчивость связей с поставщиками и потребителями, перспективность бизнеса, эффективность менеджмента, уровень квалификации персонала, отсутствие конфликтов с законом;

– это имидж, образ лица в глазах широкой общественности (клиенты, покупатели, СМИ), сформировавшийся в результате ее деятельности.

Организации создают деловую репутацию собственными усилиями, поэтому она является средством их индивидуализации. Деловая репутация не статична, подвержена изменениям: повышениям и падениям. Она может быть скорректирована. Репутация организации зависит от усилий всех ее сотрудников и распространяется на каждого из них (например, лица, выполняющие управленческие функции в банках, лицензия которых аннулирована или отозвана, попадают в «черный список» Центробанка и утрачивают возможность занимать аналогичные должности в кредитных организациях без специального разрешения регулятора).

Деловая репутация – это результат интеллектуальной деятельности, имеющий денежную оценку. Деловая репутация по договору может

быть передана одной стороной в пользование другой стороне за вознаграждение на определенный срок или бессрочно (ст. 1027–1040 ГК РФ) и может быть вкладом по договору (ст. 1042 ГК РФ).

Деловая репутация организации – комплексная характеристика, многогранная и сложная в идентификации и оценке. В ее формировании прямо или косвенно участвует рынок – внешний фактор по отношению к организации. Поэтому выделяют две составляющие деловой репутации – внутреннюю, характеризующую конкретную организацию, и внешнюю, обусловленную рынком в отношении этой же организации как хозяйствующего субъекта.

Положительная деловая репутация организации составляет важную часть в экономическом успехе предприятия. Такой репутацией принято считать часть рыночной стоимости компании, надбавку к цене компании, которая формируется посредством представления о ней как о субъекте экономической деятельности в конкретных экономических условиях. Представления о предприятии формируются из восприятия (оценки) организации теми, кто вступает с ней в экономические отношения, и создаются на основе информации о различных сторонах ее деятельности.

Понятие положительной деловой репутации предприятия состоит из описательной (информационной) составляющей, представляющей собой совокупность всех сведений об организации, и оценочной, связанной с экономической деятельностью организации.

Отрицательная деловая репутация – часть рыночной стоимости предприятия в виде скидки с цены для покупателя. К отрицательной репутации относится отсутствие опыта управления, навыков маркетинга, квалифицированного персонала, налаженной сбытовой сети. Она учитывается в составе будущих периодов. Отрицательная деловая репутация в полной сумме относится на финансовые результаты организации в качестве прочих доходов [13].

В последнее время экономистами и юристами употребляется неизвестный российскому праву термин *goodwill*, высказывается позиция, что определения *goodwill* («гудвилл») и «деловая репутация» тождественны. Письмо Минфина России от 23 декабря 1992 № 117 «Об отражении в бухгалтерском учете и отчетности операций, связанных с приватизацией предприятий» использует этот термин для определения объектов учета. Под расчетом *goodwill* понимается обсчет всех его составляющих, таких как высокая репутация организации, инновационные технологии, используемые данным предприя-

ем, эффективное управление, доминирование на рынке и другие характеристики, позволяющие в данный момент и в перспективе получать высокие прибыли. Другими словами, goodwill отражает стоимость совокупности активов предприятия, в том числе и нематериальных активов.

С таким мнением трудно согласиться, потому что goodwill не охватывает собой материальные активы фирмы, в силу чего вряд ли может отражать стоимость совокупности всех активов организации. Нельзя отождествлять понятия goodwill и деловой репутации. Под goodwill в корпоративном праве понимается нематериальная стоимость фирмы: репутация, деловые связи фирмы, прочие нематериальные элементы, такие как наименование, товарные знаки, клиентура. Это «привлекательная сила, которая приносит клиентов» [14].

Таким образом, деловая репутация является одним из нематериальных активов и составной частью goodwill, существенно влияющим на стоимость компании, так как выражается в разнице между стоимостью активов и обязательствами предприятия по балансу и величиной продажной стоимости. Деловая репутация юридических лиц может изменяться. В частности, правомочие по изменению содержания деловой репутации может быть реализовано путем заключения сделок, направленных на формирование определенного имиджа, основную часть которого составляет формирование общественной оценки [15].

Деловая репутация, ее положительная или отрицательная оценка обществом, зависит от многих факторов, но дискредитация деловой репутации юридического лица затрагивает интересы всего коллектива работающих на данном предприятии, начиная от директора или хозяина данной организации и заканчивая курьером.

Наиболее часто подрывается деловая репутация именно коммерческих организаций путем оглашения другими лицами (обычно через СМИ) не соответствующих действительности сведений либо посредством распространения кем-либо собственной рекламы. В результате нередко происходит серьезное уменьшение стоимости компании, что особенно опасно в период подготовки ее к продаже.

Одним из примеров служит ситуация с холдингом «Мечел», чья капитализация упала на 5 млрд долларов после того, как президент России озвучил претензии к компании со стороны государственных органов. Бывший владелец компании «Евросеть» в своем интервью, данном в Англии, откровенно заявил, что он получил в результате продажи своего дела «копейки», что было связано с появлением в СМИ не-

гативной информации о компании и ее менеджменте. Потери юридических лиц, занятых в бизнесе, вполне конкретны и осязаемы. Они имеют имущественный, денежный эквивалент и могут быть достаточно точно определены. В этом случае непонятно, почему государство, охраняющее интересы бизнеса путем введения уголовной ответственности за получение или разглашение сведений, составляющих коммерческую тайну, либо за недобросовестную конкуренцию, не сочло нужным криминализовать один из наиболее опасных видов последней – подрыв деловой репутации юридических лиц, причиняющий серьезный ущерб принципам свободной конкуренции.

Характер общественной опасности зависит от ценности тех или иных общественных отношений, которым причиняется ущерб. Специалисты в области уголовного права отмечают, что «основания криминализации – это то, что создает действительную общественную потребность в уголовно-правовой новелле, внутренняя необходимость возникновения уголовно-правовой нормы» [16]. Нормы уголовного права охраняют наиболее важные общественные отношения. Другие охраняются при помощи иных мер воздействия: гражданских, административных, дисциплинарных, а не путем применения уголовного наказания.

Ю.И. Ляпунов подчеркивает, что для криминализации деяния необходимо в первую очередь выявить, установить и оценить, представляет ли оно существенную опасность для интересов государства, общества и личности. Объектом познания и оценки является материальное свойство, антисоциальная направленность и вредоносная сущность человеческого поведения определенного рода и вида, изначально заключающего в себе опасность причинения вреда (ущерба) правоохраняемым благам [17].

В Постановлении Конституционного суда РФ от 27 июня 2005 г. № 7-П «По делу о проверке конституционности положений частей второй и четвертой статьи 20, части шестой статьи 144, пункта третьего части первой статьи 145, части 3 статьи 318, частей первой и второй статьи 319 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации в связи с запросами Законодательного собрания Республики Карелия и Октябрьского районного суда г. Мурманска» справедливо отмечается, что введение законом уголовной ответственности за то или иное деяние является свидетельством достижения им такого уровня общественной опасности, при котором для восстановления нарушенных общественных отношений требуется использование государственных сил и средств. Решение

вопросов о возбуждении уголовного дела и его дальнейшем движении, а также о прекращении уголовного дела или уголовного преследования не зависит от волеизъявления потерпевшего – оно предопределяется исключительно общественными интересами, конкретизируемыми на основе требований закона и фактических обстоятельств дела.

На основании вышеизложенного возникает вопрос, обладает ли деловая репутация признаками объекта состава преступления и нужна ли уголовная ответственность за распространение заведомо ложных сведений, подрывающих деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя?

Прежде чем ответить на этот вопрос, следует обратить внимание на отличие уголовно-правовых и гражданско-правовых средств защиты чести и достоинства.

Уголовно-правовая защита предусматривает в первую очередь наказание виновного, осуждение его от имени государства. Гражданское законодательство устанавливает обязанность ответчика опровергнуть распространенные им порочащие сведения. С помощью уголовного наказания нельзя предотвратить распространение порочащих сведений, а также обязать редакцию поместить опровержение.

Статья 152 Гражданского кодекса РФ предоставляет гражданину право требовать по суду опровержения сведений, порочащих его честь, достоинство и деловую репутацию, если распространивший не докажет, что они соответствуют действительности. Данная статья применяется при защите деловой репутации и юридического лица, в то время как нормы уголовного закона защищают честь и достоинство только физического лица.

Возбуждение уголовного дела также возможно только в отношении физического лица, которое по закону может нести уголовную ответственность.

В остальных случаях уголовный закон защиты не предоставляет. Гражданский кодекс РФ таких ограничений не содержит. Ответчиками могут быть не только граждане, но и организации, в частности редакции газет и журналов. В этом случае речь идет о применении не только положений Гражданского кодекса РФ, но и ряда иных нормативно-правовых актов, в том числе Закона РФ «О средствах массовой информации».

Гражданско-правовой способ защиты чести, достоинства, деловой репутации лица (в том числе юридического, а также индивидуального предпринимателя), в отношении которого распространены не соответствующие действительности порочащие сведения, не исключается

также в случае, когда невозможно установить виновного в распространении таких сведений (например, при направлении анонимных писем в адрес граждан и организаций либо распространении сведений в сети Интернет лицом, которое невозможно идентифицировать). В соответствии с пунктом 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ суд в указанном случае вправе по заявлению заинтересованного лица признать распространенные в отношении него порочащие сведения не соответствующими действительности. Иск об опровержении возможен и тогда, когда причинитель недееспособен или его нецелесообразно привлекать к уголовной ответственности.

Предусмотренный Уголовным кодексом РФ состав клеветы отличается от состава соответствующего гражданского правонарушения наличием у виновного прямого умысла на распространение порочащих сведений о потерпевшем. В гражданском процессе истец имеет право на рассмотрение его заявления и опровержение ложных, порочащих его честь и достоинство сведений даже в случае, если они распространены по неосторожности или случайно. Возможность гражданско-правовой защиты чести и достоинства не зависит от вины лица, распространившего порочащие сведения. В уголовном судопроизводстве умышленная вина в виде прямого умысла является необходимым элементом состава клеветы, и при его отсутствии уголовное дело не возбуждается, а возбужденное подлежит прекращению за отсутствием состава преступления.

Существенным отличием гражданско-правовой и уголовно-правовой ответственности за посягательство на честь, достоинство и репутацию граждан также является то, что при удовлетворении гражданского иска особо неблагоприятных для ответчика последствий не наступает, возникает лишь обязанность опровергнуть распространенные ложные и порочащие другое лицо сведения и в некоторых случаях компенсировать моральный вред. Иначе обстоит дело с привлечением виновного к уголовной ответственности за клевету, так как в результате осуждения у гражданина (помимо применяемого к нему наказания, указанного в санкции ст. 129 Уголовного кодекса РФ) появляется судимость, влияющая на его социальное и правовое положение, следствием которой являются невозможность выбора и занятия некоторых должностей, негативное влияние неснятой или непогашенной судимости при совершении нового преступления и так далее.

Уголовно-правовая защита чести, достоинства и репутации граждан осуществляется су-

дами общей юрисдикции и военными судами. Гражданско-правовая защита тех же прав имеет больше форм. Заявления, касающиеся нарушения чести, достоинства и деловой репутации, могут быть предметом рассмотрения судами общей юрисдикции, арбитражными судами, а также третейскими судами, организованными по соглашению граждан – участников спора, постоянно действующими или созданными для рассмотрения конкретного спора.

Различие между рассматриваемыми формами ответственности при посягательстве на честь, достоинство и деловую репутацию проявляется также в сроках давности освобождения от ответственности. Так, согласно ч. 1 ст. 78 Уголовного кодекса РФ давность привлечения к уголовной ответственности за преступления небольшой тяжести, предусмотренные ч. 1 и 2 ст. 129, ст. 130, ст. 297, ч. 1 и 2 ст. 298, ст. 319, ст. 336 Уголовного кодекса РФ, определена в два года с момента совершения преступления. За квалифицированную клевету по ч. 3 ст. 129, ч. 3 ст. 298 Уголовного кодекса РФ как преступление средней тяжести срок давности составляет шесть лет. На основании ст. 94 Уголовного кодекса РФ для несовершеннолетних преступников такие сроки сокращены наполовину.

Уголовно-правовой и гражданско-правовой способы защиты личных неимущественных прав, неотделимых от их обладателя, могут при известных обстоятельствах реализовываться независимо друг от друга или следовать друг за другом.

Верховный суд РФ в пункте 6 Постановления Пленума от 24 февраля 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» указал, что если действия лица, распространившего не соответствующие действительности порочащие сведения, содержат признаки преступления, предусмотренного статьей 129 Уголовного кодекса РФ (клевета), потерпевший вправе обратиться в суд с заявлением о привлечении виновного к уголовной ответственности, а также предъявить иск о защите чести и достоинства или деловой репутации в порядке гражданского судопроизводства.

Отказ в возбуждении уголовного дела по статье 129 Уголовного кодекса РФ, прекращение возбужденного уголовного дела, а также вынесение приговора не исключают возможности предъявления иска о защите чести и достоинства или деловой репутации в порядке гражданского судопроизводства.

Вступивший в законную силу приговор суда по уголовному делу, в соответствии со ст. 61

Гражданско-процессуального кодекса РФ, обязателен для суда, рассматривающего дело о гражданско-правовых последствиях действий лица, в отношении которого состоялся приговор, лишь в отношении вопросов о том, имели ли место эти действия и совершены ли они данным лицом.

Таким образом, гражданско-правовой и уголовно-правовой способы различаются и по неодинаковому объему защиты. Для более эффективной защиты при посягательствах на честь, достоинство и деловую репутацию оба этих способа могут дополнять друг друга. Основной целью как уголовного, так и гражданского законодательства является защита права на честь, достоинство и охрану репутации от незаконного посягательства, связанное с распространением порочащих сведений. Как в данном случае соотносить право на свободу выражения мнения и свободу информации, включающей и право свободно собирать и распространять информацию, с правом на честь, достоинство и деловую репутацию, равноценное указанному праву?

Эта проблема носит не только теоретический, научный, но и практический характер, поскольку при разбирательстве дел о клевете либо рассмотрении споров о защите чести, достоинства, деловой репутации правоприменителю приходится постоянно сталкиваться с проблемой соотношения указанных прав, находить критерии для оценки и соблюдать баланс интересов. Недаром Верховный суд РФ в постановлении от 24.02.2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» указал, что при разрешении споров о защите чести, достоинства и деловой репутации суды должны обеспечивать равновесие между правом граждан на защиту чести, достоинства, а также деловой репутации, с одной стороны, и иными гарантированными Конституцией Российской Федерации правами и свободами – свободой мысли, слова, массовой информации, правом свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, правом на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, правом на обращение в государственные органы и органы местного самоуправления (статьи 23, 29, 33 Конституции РФ) – с другой.

Европейский суд по правам человека, основываясь на своих решениях на положениях ст. 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, разрешая вопрос о соотношении права на свободу выражения своего мнения и права на распространение информа-

ции с правом на честь и достоинство, исходит прежде всего из принципов необходимости и соразмерности уголовно-правовых мероположений.

Угроза применения уголовных санкций создает препятствие для публичных дискуссий, что может привести к ограничениям на политические высказывания по важным проблемам, а также к самоцензуре потенциально важных политических выступлений. Показательным является дело Лингенса против Австрии, рассмотренное Европейским судом 8 июля 1986 г. Суть конфликта заключалась в том, что 14 и 21 октября 1975 г. г-н Лингенс опубликовал в венском журнале «Профиль» две статьи с резкой критикой г-на Крайского, который в то время был федеральным канцлером, за его снисходительное отношение к политическому деятелю г-ну Ф. Петеру, председателю Либеральной партии Австрии, служившему во время Второй мировой войны в бригаде СС, и за нападки, с которыми г-н Крайский обрушился на г-на Виензенталя, публично разоблачившего прошлое председателя либеральной партии.

Господин Крайский обвинил заявителя в диффамации. 26 марта 1976 г. Окружной суд Вены частично признал обвинение и приговорил г-на Лингенса к штрафу в 20 тысяч шиллингов. Апелляционный суд уменьшил штраф до 15 тысяч шиллингов [18].

В связи с вопросом о политических дискуссиях Европейский суд в данном деле указал, что перспектива уголовного преследования препятствует критическим выступлениям, а также мешает прессе выполнять ее функции источника информации и сторожевого пса общества.

Безусловно, свобода массовой информации является одним из фундаментальных институтов современного демократического общества. В политико-юридической теории она рассматривается одновременно как средство информирования власти и общественности, способ самовыражения личности и инструмент предотвращения и разрешения социальных конфликтов. На основополагающий характер свободы массовой информации неоднократно обращалось внимание в различных международно-правовых документах. Так, в декларации о средствах массовой информации в демократическом обществе 4-й Европейской конференции министров по политике в области средств массовой коммуникации 1994 г. подчеркивается, что плюрализм и разнообразие средств массовой информации являются основополагающими для демократии, а гласность в средствах массовой информации – важное средство, чтобы помочь компетентным национальным властям оценить воздействие

концентрации СМИ на эти ценности и предоставить индивидуумам возможность сформировать свое мнение об информации, поставляемой СМИ. Средства массовой информации могут способствовать созданию атмосферы взаимопонимания и толерантности между людьми, группами и странами, а также достижению целей демократического, социального и культурного сплочения [19].

Между тем журналист обязан проверять достоверность сообщаемой им информации, и не вправе пользоваться своими правами с целью опорочить гражданина, индивидуального предпринимателя, юридическое лицо, иную организацию или общественное объединение. Распространение сведений, причиняющих ущерб деловой репутации с использованием средств массовой информации либо в публичных выступлениях, с учетом значительного круга лиц, получающих данные сведения, создает повышенную общественную опасность деяния и требует более суровых, чем гражданско-правовых, мер защиты.

Умаление деловой репутации юридических лиц относится к чрезвычайно распространенным деяниям, причиняющим серьезный репутационный и экономический ущерб, подрывающим основы добросовестной конкуренции. Поэтому представляется целесообразным дополнить Уголовный кодекс РФ **статьей 179-1 «Дискредитация деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя»**, сформулировав ее следующим образом.

**Статья 179-1. Дискредитация деловой репутации юридического лица или индивидуального предпринимателя.**

**1. Распространение заведомо ложных сведений, подрывающих деловую репутацию юридического лица или индивидуального предпринимателя в публичном выступлении или средствах массовой информации... наказывается... (преступление небольшой тяжести).**

**2. Те же действия, совершенные с использованием служебного положения либо в Сети Интернет или иных коммуникативных системах, а равно причинившие особо крупный ущерб... наказываются... (преступление средней тяжести).**

В последние годы понятие деловой репутации часто замещается термином «имидж». Такие замены в основном встречаются в переводных источниках. Так, в ст. 23 Гражданского кодекса Польши указывается: «Личные права граждан, такие как право на здоровье, право на личную свободу, право на защиту чести, свобо-

ду совести, выбора имени и псевдонима, имидж, тайна переписки, неприкосновенность жилища, право на научную или творческую деятельность, а также на изобретения и открытия, защищаются гражданским законодательством независимо от установления гарантий защиты другими нормативно-правовыми актами».

С нашей точки зрения, понятия имиджа и деловой репутации не синонимичны. Под имиджем понимается целостный, качественно определенный образ конкретного социального объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и индивидуальном сознании. При анализе условий возникновения и развития имиджа в современном обществе следует принимать во внимание иллюзорность его возникновения: имидж нематериален и существует лишь в воображении его создателей; представляет собой часть мифологического мировоззрения человека и концентрирует в себе все противоречия человеческого познания, главное из которых – подверженность самообману. Имидж – это искусственно созданный образ, который в силу своей природы способен оказывать воздействие на самого человека и на его окружение. Иногда имидж называют системой социального программирования поведения субъектов (индивидов и групп) общецивилизационными и ментальными стереотипами и символами группового поведения. Как результат воздействия на массовое сознание, имидж может дописывать в реальные события те характеристики, которых нет в действительности. Таким образом, содержание имиджа всегда представляет ту или иную псевдореальность. Являясь средством достижения определенных целей, он способен блокировать рациональное познание, наделять реальные объекты дополнительными ценностями, лежащими за пределами действительности, и приводить к неадекватному отражению реальности [20].

Постановление Пленума Верховного суда РФ от 24 февраля 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» отмечает, что в соответствии со ст. 23 Конституции РФ каждый имеет право на защиту своей чести и доброго имени.

В гражданско-правовой теории понятие доброго имени признается обобщающим, включающим в себя честь, достоинство, деловую репутацию. Поэтому по смыслу понятия доброго имени в случае его нарушения распространением порочащих, не соответствующих действительности сведений, оно может охраняться нормами Гражданского кодекса РФ.

Представляется, что термин «доброе имя» не адекватен рассмотренным выше понятиям, хотя по содержанию очень близок к ним. Во-первых, традиционно как в России, так и за рубежом, доброе имя представляет собой репутацию не одного конкретного человека, а семьи или рода и передается из поколения в поколение; во-вторых, исходя из изложенного, утрата лицом доброго имени может негативно сказаться не только на нем самом, но и на его близких, ограничив их доступ к какой-либо сфере деятельности или личного общения; в-третьих, восстановление доброго имени потребует значительно больше времени и усилий, в отличие от положительного изменения репутации. В этом плане примечательно, что современные российские бизнесмены, обосновавшиеся за рубежом, несмотря на наличие деловых контактов, так и не сумели наладить личных, неформальных отношений с представителями зарубежной элиты и вынуждены вкладывать существенные суммы в изменение к лучшему своего сомнительного имиджа.

А.Л. Анисимов отождествляет понятия «деловая репутация» и «социальный престиж» и определяет их как сравнительную оценку социальной значимости индивида, группы людей или социального института, юридического лица, его положения в обществе, закрепленную в общественном мнении [21]. Учитывая многообразие мнений о тождестве или различии таких понятий, как «честь», «достоинство», «доброе имя», «репутация», «деловая репутация», «социальный престиж» и др. А.М. Эрделевский предлагает ввести универсальное понятие репутации, указывая на то, что именно такой единый термин успешно применяется в англосаксонском праве. При этом вопрос о виде репутации решается, в случае необходимости, в зависимости от вида субъекта, чья репутация подверглась умалению. Коммерческое юридическое лицо защищает свою коммерческую репутацию, учреждение, выполняющее функции государственного органа, – управленческую репутацию и т.п. [10, с.118, 119].

Нам представляется, что подобная замена не решит проблемы защиты основных прав личности, поскольку категории «честь», «достоинство», «деловая репутация» не тождественны, несмотря на то, что находятся во взаимной связи и обуславливают друг друга. Содержание чести и достоинства любого человека постоянно обогащается, меняется по мере развития его общественной деятельности. Различия в содержании этих понятий зависят от степени развития индивида, воспитания, формирования правосознания, выработки определенной жизнен-



ной позиции, личностного самоутверждения. Понятие репутации как таковой очень близко к чести, однако касается лишь ее оценки в общественном сознании или общественном мнении.

Репутация человека зависит от него самого, так как формируется на основе его поведения, завоевывается делом, и, исходя из этого, скорее всего, в законе (в Уголовном кодексе РФ, Гражданском кодексе РФ) был использован именно этот термин. В то же время, сужение законодателем правового понятия репутации определением «деловая» и неприменимость в данном значении в некоторых случаях к отдельным субъектам ограничивает возможности ее защиты.

Таким образом, достоинство, честь, деловая репутация, имидж – понятия сходные, но не тождественные, поэтому вряд ли целесообразно отказываться в законе от общепризнанных, традиционно используемых терминов. В то же время замена в ст. 129 и 130 Уголовного кодекса РФ понятия «деловая репутация» на понятие «репутация» представляется целесообразным, поскольку расширит правовые механизмы охраны основных прав личности.

Честь, достоинство и репутация, отражающие определенные социальные отношения между гражданином и обществом, имеют большое общественное значение и охраняются правовыми нормами. Ущемление чести и достоинства влечет за собой потерю нормальных общественных связей, а значит, и утрату определенного статуса лица в правоотношениях с другими субъектами. Поэтому честь, достоинство, деловая репутация являются важнейшей социально-правовой ценностью и потребностью для любого государства и общества и нуждаются в соответствующей законодательной защите.

#### Список литературы

1. Международная защита прав и свобод человека. Сборник документов. М., 1990. С. 14–16.
2. Международный пакт от 16 октября 1966 года «О гражданских и политических правах» / Информационная справочная система КонсультантПлюс.
3. Малеина М.Н. Защита чести, достоинства, деловой репутации предпринимателя // Законодательство и экономика. М., 1993. № 5. С. 14.

4. Приказ Минфина России от 27 декабря 2007г. № 153н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» // Российская газета. 02 февраля 2008 г. № 22.

5. Власов А.А. Проблемы судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации. М., 2000. С.15–23.

6. Певницкий С.Г. Некоторые аспекты защиты чести, достоинства и деловой репутации лиц при использовании СМИ материалов деятельности правоохранительных органов // Адвокатская практика. М., 2006. № 1. С. 23.

7. Малеина М.Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита. М., 2000. С. 136–137.

8. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации / Под ред. В.М. Лебедева. М., 2004. С. 129.

9. Потапенко С. Правовая позиция Верховного суда РФ по диффамационным спорам // <http://www.supcourt.khakasnet.ru/clauses/001.htm>.

10. Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. М. 2004., С. 116, 118, 119.

11. Пешкова О.А. Защита деловой репутации и других нематериальных благ юридических лиц // Научные труды. Российская академия юридических наук. Вып. 4. Т. 1. М., 2004. С. 945.

12. Понятие чести, достоинства и деловой репутации: спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами / Под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского М., 2004. С. 35.

13. Смолина Л.В. Защита деловой репутации организации // СПС КонсультантПлюс. 2008.

14. Alan Murdie. Q&A series. Intellectual Property Law. Second edition. London. Sidney. Cavendish Publishing Limited. 2000. P. 150.

15. Гражданское право: Учебник. Часть первая / Под ред. А.Г. Калпина, А.И. Масляева. М., 2000. С. 164.

16. Основания уголовно-правового запрета. М., 1982. С. 198.

17. Ляпунов Ю.И. Общественная опасность как универсальная категория советского уголовного права. М., 1989. С. 4.

18. Маковой М., Чефранова Е.А. Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Статья 10. Право на свободу выражения своего мнения. Прецеденты и комментарии. М., 2001. С. 102.

19. Правовое поле журналиста. М., 1997. С. 64–65.

20. Руткевич М.Н. Процессы социальной деградации в российском обществе // Социс. 1998. № 6. С. 34.

21. Анисимов А.Л. Гражданско-правовая защита чести, достоинства и деловой репутации по законодательству Российской Федерации. М., 2001. С. 17.

## BUSINESS REPUTATION: CONCEPT, PROBLEMS OF LEGAL REGULATION AND PROTECTION

*V.I. Kolosova, T.Yu. Vavilycheva*

Theoretical, legal and practical issues related to business reputation and methods of its protection are considered. It is proposed to introduce criminal liability for discrediting the business reputation of a legal entity or an individual entrepreneur.

*Keywords:* honour, dignity, business reputation, image, information, defamatory information.