

К ИНТЕРПРЕТАЦИИ КОНЦЕПТА «ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ» УЧАСТНИКАМИ СУДЕБНОГО ПРОЦЕССА

Т.И. Краснянская

Западно-Уральский институт экономики и права (Пермь)

Поступила в редакцию 7 марта 2008 г.

Аннотация: В статье рассматривается функционирование концепта «деловая репутация» в судебной коммуникации, его отличие от понятий «честь», «достоинство». Особое внимание уделяется различиям в интерпретации данного концепта истцом и судьей. Выявлено, что толкование спорных выражений происходит в свете экономических интересов истца. Подчеркивается различный подход к толкованию концепта «деловая репутация» в связи с разграничением понятий «факты» и «мнения».

Ключевые слова: деловая репутация, честь, достоинство, концепт.

Abstract: The article is devoted to the research of the «business reputation» concept in the legal communication. The author tries to determine its difference from «honour and merit» concept. Special attention is given to the interpretation of this concept by plaintiff and judge. «Business reputation» concept is interpreted by plaintiff in the aggregate of extra linguistic factors — its economic interests.

Key words: business reputation, honour, merit, concept

Процессы демократизации российского общества существенно расширили права его граждан. Согласно новому Гражданскому кодексу впервые появилась возможность защиты нематериальных благ, к которым законодатель отнес жизнь, здоровье, достоинство личности, личную неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, иные личные неимущественные права.

В данной статье рассматривается понятие «деловая репутация» и область его применения, особенности его интерпретации участниками судебного процесса (истцом, ответчиком, экспертом, судьей), а также дискурсивное поле данного понятия.

Прежде чем описывать особенности дел, связанных с защитой деловой репутации, определим пять основных понятий, которыми оперирует законодательство: честь, достоинство, репутация, деловая репутация и доброе имя.

Честь и достоинство — это сложные общественные категории, имеющие ряд самостоятельных, но неразрывных и взаимосвязанных аспектов.

Дать однозначное юридически верное определение понятиям чести, достоинства и деловой репутации довольно сложно, так как это абстрактные категории, понятия которых отсутствуют в российском законодательстве. Статья 150 Гражданского кодекса РФ дает лишь перечень нематериальных

благ, не раскрывая их сути, а потому обратимся к толковому словарю, для того чтобы понять, что есть честь, достоинство и деловая репутация.

В словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой мы найдем следующую трактовку понятия чести: «честь — достойные уважения и гордости моральные качества человека, его соответствующие принципы».

Достоинство — совокупность высоких моральных качеств, а также уважение этих качеств в самом себе [1].

В Толковом словаре русского языка Н.Д. Ушакова *репутацией* именуется «составившее общественное мнение о достоинствах и недостатках кого-, чего-нибудь», а в словаре Даля — «слава человека, добрая или дурная, как и чем кто слывет, общее мнение о ком-либо».

В науке гражданского права делались попытки определить, что есть *честь, достоинство* и *деловая репутация* в рамках юриспруденции. Выделяют следующие определения этих понятий.

Честь — объективная оценка личности, определяющая отношение общества к гражданину или юридическому лицу, это социальная оценка моральных и иных качеств личности.

Достоинство — самооценка личности, осознание ею своих личных качеств, способностей, мировоззрения, выполненного долга и своего общественного значения. Самооценка должна осно-

вываться на социально значимых критериях оценки моральных и иных качеств личности, *достоинство* определяет субъективную оценку личности.

Репутация — сложившееся о лице мнение, основанное на оценке общественно значимых его качеств. *Деловая репутация* — оценка профессиональных качеств [2].

Понятие *деловой репутации* рассматривается как нематериальное право, относящееся к юридическому лицу. *Деловая репутация* связана, прежде всего, с предпринимательской деятельностью и отражает *деловые* качества лица в общественном сознании [3].

Для правоприменительной практики арбитражных судов особенно важным является определение деловой репутации.

Деловая репутация — это общественная оценка деловых, профессиональных качеств личности. Данная оговорка является значимой, так как в отличие от чести и достоинства, которые защищаются во всех случаях, область общественных отношений, в которой деловая репутация защищается, имеет определенные ограничения. То есть информация, в связи с которой можно предъявлять иски о защите деловой репутации, должна касаться профессиональных либо деловых качеств лица, которые связаны с участием в коммерческом (деловом), гражданском обороте, с продажей товаров, работ или услуг.

Любопытно, что Конституция Российской Федерации, которая говорит о праве на защиту чести и доброго имени, не содержит положений о деловой репутации, не охраняет деловую репутацию лиц. То есть если честь — это общественная оценка любых качеств, то репутация — это более узкое понятие, означающее какие-либо профессиональные, моральные, может быть, деловые качества.

Право граждан на защиту чести, достоинства и деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц — условием их успешной деятельности. Для гражданина деловая репутация представляет собой немущественное (нематериальное) благо, для юридического лица это понятие является материальным. Юридическое лицо является коммерческой организацией, основную цель которой составляет извлечение прибыли [4]. Имущественный характер деловой репутации юридического лица проявляется в том, что это благо может быть оценено в деньгах, а также передано другому субъекту [5].

Деловая репутация трактуется как убежденность в надежности, порядочности, компетентнос-

ти партнера по взаимной предпринимательской деятельности. Исходя из общих начал гражданского законодательства, деловой репутацией обладают только участники коммерческого оборота. В публичных же правоотношениях она отсутствует. Так, государственные или муниципальные органы не вправе подать иск о защите деловой репутации.

Что касается *доброго имени*, это понятие упоминается дважды — в ст. 23 Конституции Российской Федерации и ст. 150 Гражданского кодекса Российской Федерации. В настоящее время это, скорее, понятие-метафора. Правоприменительная практика практически не знает случаев, чтобы кто-либо обращался с исками о защите доброго имени. Поэтому вместо определения можно сказать, что доброе имя синонимично понятию чести.

В соответствии с ч. 7 ст. 152 ГК РФ правила этой статьи о защите деловой репутации гражданина соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

Согласно ст. 152 Гражданского кодекса РФ требования юридического лица о защите деловой репутации путем опровержения порочащих сведений, могут быть удовлетворены судом, если: 1) сведения являются объективно порочащими; 2) ответчик является их распространителем; 3) распространенные сведения не соответствуют действительности.

Для юрислингвистического исследования особый интерес представляет понятие «порочащие сведения». Порочащими, в частности, являются сведения, которые свидетельствуют: о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни; недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной или предпринимательской деятельности; нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица [6].

Анализ материала показывает, что сведениями, порочащими юридическое лицо, являются утверждения, содержащие сему 'умаление деловой репутации'. Изучение судебных дел позволяет выделить следующие обвинения, умаляющие деловую репутацию юридического лица:

- нарушение закона,
- антисоциальная политика предприятия,
- неэффективный менеджмент,
- убыточный характер деятельности предприятия,

- нарушение обычаев делового оборота,
- плохое качество товара.

Нельзя не заметить различий в интерпретации понятия «деловая репутация» истцом и судьей. Толкование данного понятия истцом носит более широкий характер, чем толкование судьи. При переходе понятия из предпринимательской сферы в правовую коммуникацию имеет место *сужение объема толкуемого понятия*.

Проиллюстрируем данное утверждение примером из судебной практики [7].

Н. обратился в Семнадцатый арбитражный апелляционный суд (г. Пермь) с иском к Р., ЗАО «И», ООО «Н» о защите деловой репутации. Поводом к иску послужили заявления, распространенные на интернет-сайте директором управляющей компании «Н» Р. о том, что

«все нападки на его компанию носят заказной характер, а все судебные иски в отношении управляющей компании и пикеты дольщиков инициированы ЗАО "О" и генеральным директором группы компаний Н.»;

«Н. — известный на рынке рейдер. Начал он эту деятельность давно, и в общем-то, схема не раз применялась в том или ином виде. Для Н. важно не строить, а сэкономить на подрядчике, не доплатив, не подписав, захватив и т. д.».

«Н. начал нападать и на «Н», используя созданные им организации и фонды».

По делу была проведена лингвистическая экспертиза, из заключения которой становится ясно, что в контексте публикации оспариваемые фразы относятся к *мнению* ответчика. Эксперт отмечает, что ответчик оценивает деятельность истца как в целом противозаконную и аморальную. То есть речь идет об *оценке*, данной автором. Мнения и оценки не подлежат опротестованию в суде, так как согласно Конституции каждый имеет право *свободно выразить свое мнение*. Решением суда в иске отказано.

При вынесении решения судья опирается на то, что предметом судебной защиты могут быть только *утверждения о фактах*, соответствующих действительности, которые можно проверить. В заключении же экспертизы дается утверждение в целом о деятельности Н. без указания на конкретные факты, то есть делается вывод об оценочном высказывании. Даже в тех случаях, когда речь идет о реальном положении дел или известном событии, высказывание не всегда может быть верифицировано. Действительно, невозможно проверить, то есть подтвердить документально, кто инициировал нападки и

пикеты на управляющую компанию, кто стоял за судебными исками. Трудно верифицировать, является ли на самом деле Н. известным рейдером на рынке или нет, были ли нападки на предприятие при помощи созданных Н. фондов и организаций. Данные высказывания субъективны и отражают мнение одного человека. В оспариваемых высказываниях *не приводится конкретных фактов*.

В связи с этим интересно обратиться к определению следующих понятий.

Утверждение — это мысль, положение, высказывание, утверждающее что-либо.

Мнение о фактах, событиях, лицах — высказывание, выражающее соответствие оцениваемого факта не действительности, не объективному миру, а субъективным понятиям и представлениям отдельного человека.

Оценка фактов, событий, лиц — высказывание, содержащее определенные оценочные слова и конструкции, в том числе эмоционально-экспрессивные, модальные, в значении которых можно выделить элементы «хороший/плохой» или их конкретные разновидности (добрый, злой и др.)

Как видим, понятие *утверждение* является наиболее узким, поскольку не включает в себя субъективную либо экспрессивную составляющие. Иначе говоря, понятия *мнение* и *оценка* предоставляют больше возможностей для объяснительного подхода к толкованию понятия «деловая репутация», чем понятие *утверждение о фактах*.

Другое различие связано с тем, что истец склонен видеть во мнении или оценке *косвенное утверждение о фактах*. Подобный «перекос» можно объяснить в лингвистическими факторами. Известно, что истец является субъектом экономической деятельности. Будучи юридическим лицом, он не может испытывать физических или нравственных страданий (морального вреда), однако способен в данной ситуации нести серьезный экономический ущерб (материальный вред).

Заявление ответчика в результате публикации повлекло два существенных момента — уменьшение доходов истца, а также потерю доверия потенциальных подрядчиков и дольщиков. Следовательно, линия поведения заявителя жалобы имеет под собой существенную *экономическую подоплеку*. В заявлении истца выделяются несколько прагматических функций: вернуть доверие клиентов, не допустить ухудшения экономического состояния управляющей компании, наказать ответчика за изменение общественного мнения о ней в отрицательную сторону, не допустить передела влияния

на рынке жилищного обслуживания, не упустить прибыли. В такой ситуации истец, возможно, сознательно принимает мнение за утверждение о фактах. Следовательно, интерпретация оспариваемых высказываний пострадавшим содержит экономическую составляющую.

Потерпевшая сторона испытывает затруднения с адекватной оценкой сложившейся ситуации. Верификации события (*заказной характер нападок на управляющую компанию, рейдерство*) препятствуют идущие от истца «субъективные оценки» и эмоциональные коннотации, вызванные потерей экономического влияния в его профессиональной сфере деятельности. Однако суждения, мнения и оценки не соотносятся непосредственно с объективной действительностью. С объективностью соотносятся прежде всего факты.

Будучи величиной объективной, факт должен «выбирать выражения», отбрасывая все то, что обнаруживает связь с личностью говорящего: его оценки, комментарии, дополнения, разъяснения и т. п. — словом, все то, что затрудняет верификацию или вносит побочные субъектно-предикатные связи (*нападки носят заказной характер; схема не раз применялась в том или ином виде; важно не строить, а сэкономить; пикеты дольщиков иницированы ЗАО «О» и его генеральным директором Н.*). Отбросив все «лишнее», мы заметим, что не остается ни одного факта, о котором ответчик говорил бы определенно и утвердительно. Положение обвиняющей стороны «рассыпается», напротив, позиция ответчика обретает твердую основу.

Очевидно, что такое толкование понятия «порочащие сведения» для управляющей компании представляется чрезмерно узким. Сведения, оспариваемые ответчиком, хотя и не содержат в себе утверждений о фактах нарушения управляющей компанией норм закона и морали и не создают о ней в связи с этим отрицательного мнения, тем не менее снижают его существующий положительный уровень. Возможно, управляющая компания является добросовестным субъектом экономической деятельности, уважает в себе это качество и гордится его общественной оценкой. В ее понимании *ничто* не может быть основанием для умаления деловой репутации, в том числе мнения и оценки негативного характера, высказанные на сайте в адрес предприятия.

В качестве заключения сделаем основные выводы.

1. К понятию «деловая репутация» юридического лица применимы те же *признаки*, что для по-

нятия «честь и достоинство» в отношении лица физического: сведения не соответствуют действительности, относятся к конкретному лицу, выражены в утвердительной форме, являются объективно порочащими, носят фактуальный характер, ответчик является их распространителем.

2. Понятие *деловая репутация* применимо к профессиональным либо деловым качествам лица, которые связаны с участием в коммерческом (деловом), гражданском обороте, с продажей товаров, работ или услуг. Носителем понятия деловая репутация, как правило, является юридическое лицо, для которого данное понятие является материальным, так как оно связано с извлечением прибыли. Понятия *честь* и *репутация* можно соотнести друг с другом как общее и частное.

3. Общие признаки понятий *честь, достоинство, деловая репутация* позволяют объединить их в один *концепт* и рассматривать его в единстве трех значений. В судебном процессе данный концепт объединяет общая сема «умаление чести, достоинства, деловой репутации».

4. При переходе понятия «деловая репутация» из деловой сферы в правовую коммуникацию имеет место *сужение объема толкуемого понятия*.

Интерпретация оспариваемых высказываний истцом и ответчиком имеет существенные различия, вызванные тем, что истец обычно не дифференцирует понятия *факты* и *мнения*. В толковании понятия «деловая репутация» возникает логический «перекос», в результате которого истец склонен видеть в спорной фразе, отображающей мнение ответчика, *косвенное утверждение о факте*.

5. Данная логическая ошибка вызвана внелингвистическими факторами. Так, толкование спорных выражений происходит в свете экономических интересов истца. Интерпретация оспариваемых фрагментов испытывает влияние важной для заявителя жалобы дискурсивной характеристики — *экономического контекста*, который включает такие составляющие, как упущенная выгода, ограничение деятельности на рынке жилищных услуг, замораживание отношений с потенциальными заказчиками.

6. Такой «перекос» является нежелательным субъективным эффектом, однако объективно связанным с особенностями *профессионального сознания* истца. Фоновые знания экономического характера, присущие ему как субъекту предпринимательской деятельности, привносят в его интерпретацию дополнительную составляющую.

7. Оценка унижительность/неунижительность высказываний для истца требует их исследования

не только в общем контексте публикации, но и за ее рамками, например в системе *отношений* между униженным и унижающим. Из материалов дела следует, что между ЗАО «О» (истцом) и управляющей компанией «Н» (ответчиком) существуют непростые профессиональные отношения, имеющие характер конкуренции, что усиливает эффект воздействия текста на истца.

Таким образом, далеко не все, что субъективно может быть воспринято юридическим лицом как негативная информация о нем, определяется как унижение деловой репутации. Для опровержения сведений, порочащих имя компании, необходим такой квалифицирующий признак, как утверждение о факте с указанием конкретных обстоятельств. Заявления обобщающего характера, указывающие на постоянное отрицательное качество юридического лица (например, *известный на рынке рейдер*), относятся судом к мнению ответчика и не подлежат рассмотрению в ходе судебного разбирательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой. — М., 2000. — С. 882.
2. Гражданское право : учебник / под ред. А.П. Сергеева, Ю.К. Толстого. — 5-е изд. перераб. и доп. — М. : А.В. Рожников, 2001. — Т. 1. — 632 с.
3. Эрделевский А.М. Диффамация // Законность. — 1998. — № 12.
4. Эрделевский А.М. Защита чести, достоинства и деловой репутации в судебной практике // Хозяйство и право. — 2006. — № 1. — С. 133—137.
5. Джубаева А.С. Деловая репутация юридического лица как нематериальный актив: некоторые вопросы гражданско-правового режима // Юрист. — № 3. — 2006. — С. 21—22.
6. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 года № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц».
7. Постановление Семнадцатого арбитражного апелляционного суда от 14.06.2007 № 17АП-3779/2007-ГК по делу № А60-33944/2006-С7.

Западно-Уральский институт экономики и права
г. Пермь
Т.И. Краснянская, декан юридического факультета
kti34@rambler.ru

West-Urals Institute of Economics and Law, Perm
T.I. Krasnianskaya, Dean of the Law Faculty
kti34@rambler.ru