

*Деловая репутация является не только показателем отношения общества к деятельности организации, но и нематериальным активом, который поддается стоимостной оценке. Таким образом, посягательство на деловую репутацию юридического лица со стороны третьих лиц может и нанести урон его доброму имени, и причинить весьма ощутимый имущественный вред. Что такое деловая репутация организации, какими действиями она может быть опорочена, и будет предметом нашего рассмотрения.*

**М.А. Козлов,**

начальник юридического отдела,  
член Ассоциации юристов России, г. Москва

## Деловая репутация: понятие и защита

### Понятие деловой репутации

Законодательство Российской Федерации не содержит четкого определения деловой репутации. В частности, это понятие упоминается в перечне нематериальных благ, приведенном в ст. 150 части I Гражданского кодекса РФ, наряду с жизнью и здоровьем, достоинством личности, личной неприкосновенностью, честью и добрым именем, правом на имя, правом авторства и др. (это открытый перечень). Из формулировок рассматриваемой статьи можно сделать вывод, что под нематериальным благом следует понимать духовные ценности, не имеющие экономического содержания, которые неразрывно связаны с личностью их носителя, непередаваемы и неотчуждаемы.

Репутация – это мнение группы субъектов (некая социальная оценка) о человеке, группе людей, организации, товаре или услуге, формирующееся на основе определенных критериев (качествах субъекта, его достоинствах, недостатках и т. д.).

С учетом всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что деловая репутация организации – это не имеющая экономического содержания нравственная категория, развернутый комплекс оценочных представлений различных групп (потребителей, партнеров, контролирующих органов и т. д.) об организации, сформированный на основе объективных параметров организации (факторов репутации), имеющих значение для указанных групп.

*Проще говоря, деловая репутация – это сложившиеся в обществе представления об организации в той или иной сфере деятельности.*

Например, согласно письму Центрального банка РФ от 30.06.2005 № 92-Т, деловая репутация кредитной организации – это качественная оценка участниками гражданского оборота деятельности кредитной организации, а также действий ее реальных владельцев, аффилированных лиц, дочерних и зависимых организаций. То есть деловая репутация банка зависит и от грамотности его собственных действий, и от морального облика тех, кто им управляет, и от добропорядочности связанных с ним организаций.

Необходимо понимать, что критерии оценки деятельности компании (факторы репутации) для каждой из групп свои и не совпадают с аналогичными критериями для других групп. Но в данном случае такое определение деловой репутации подходит и для учреждений культуры.

В условиях рынка чем позитивнее представления об организации, чем лучше ее имидж, тем выше потребительский интерес и доверие к предлагаемым ею товарам и услугам. Соответственно, возрастает прибыль организации, а если говорить об учреждениях культуры – еще и посещаемость. В свою очередь, рост прибыли ведет к увеличению рыночной стоимости организации. Все сказанное привело к тому, что в настоящее время деловая репутация рассматривается и как нематериальный актив, наряду с правами на результаты интеллектуальной деятельности, товарными знаками, ноу-хау и т. д.

Здесь сразу необходимо отметить, что ввиду разделения учреждений культуры на автономные, бюджетные и казенные, для автономных и новых бюджетных учреждений вопрос прибыли приобретает особую важность с точки зрения финансового обеспечения их деятельности. Но он не может быть поставлен во главу угла, так как в соответствии с положениями ст. 2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ “О некоммерческих организациях” извлечение прибыли не является основной целью функционирования некоммерческой организации, поскольку такие организации создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и других подобных целей.

*Основным критерием оценки обществом учреждения культуры будет то, насколько успешно оно реализует поставленные перед ним задачи.*

Но вернемся к понятию нематериального актива. Согласно п. 3 ст. 257 Налогового кодекса РФ **нематериальными активами** признаются приобретенные и (или) созданные налогоплательщиком результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на них), используемые в производстве продукции (выполнении работ, оказании услуг) или для управленческих нужд организации в течение длительного времени (продолжительностью свыше 12 месяцев).

При рассмотрении деловой репутации как нематериального актива принято также употреблять экономический термин “гудвилл” (от англ. goodwill – добрая воля). Он используется в бухучете, как правило, при покупке или продаже организации в целом как имущественного комплекса.

---

*У каждой группы есть свои факторы репутации.*

---

*При рассмотрении деловой репутации как нематериального актива принято употреблять экономический термин “гудвилл”.*

*Гудвилл – это цена, уплачиваемая покупателем за репутацию приобретаемой организации, в ожидании будущих экономических выгод.*

Для указанных целей, а также для целей бухгалтерского учета **стоимость деловой репутации** определяется расчетным путем как разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении организации как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки<sup>1</sup>.

Упомянутый выше способ оценки деловой репутации вполне применим и для учреждений культуры, так как продажная цена, например, Государственного академического Большого театра с учетом его репутационной составляющей будет значительно выше стоимости всех его активов в совокупности.

Для оценки деловой репутации коммерческие структуры могут применять и иные количественные показатели, например, вычислять разность между прибылью, получаемой фирмой, и средним уровнем прибыли в отрасли.

## Посягательство на деловую репутацию

Посягнуть на деловую репутацию учреждения может любой участник гражданского оборота: и физическое, и юридическое лицо. Статья 152 ГК РФ однозначно определяет, что именно является посягательством на интересующий нас объект гражданских прав. В частности, установлено, что посягательство осуществляется посредством распространения сведений, порочащих деловую репутацию гражданина или юридического лица.

Пленум Верховного Суда РФ в п. 7 Постановления от 24.02.2005 № 3 “О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц” (далее – Постановление № 3) указал, что факт распространения ответчиком сведений об истце, порочащий характер этих сведений и их несоответствие действительности – это обстоятельства, имеющие существенное значение для дела, и они подлежат обязательному установлению судом. При этом все указанные обстоятельства должны иметь место одновременно.

Постановление достаточно точно раскрывает содержание перечисленных обстоятельств. **Под распространением сведений, порочащих деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать:**

- опубликование таких сведений в печати,
- трансляцию по радио и телевидению,
- демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации,
- распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи,
- изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной,

*Продажная цена учреждения с учетом репутационной составляющей, в благоприятном случае, выше стоимости всех его материальных активов.*

*Посягательство на деловую репутацию осуществляется путем распространения порочащих ее сведений.*

<sup>1</sup> См., например, п. 42 Положения по бухгалтерскому учету “Учет нематериальных активов” (ПБУ 14/2007), утвержденного приказом Минфина России от 27.12.2007 № 153н.

в т. ч. устной, форме хотя бы одному лицу. Но если такие сведения будут сообщены лицу, которого они касаются, и лицо, сообщившее эти сведения, предпримет достаточные меры конфиденциальности, с тем чтобы информация не стала известной третьим лицам, то такая передача данных не будет признаваться распространением.

**Не соответствующими действительности сведениями** являются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения. Не могут рассматриваться как не соответствующие действительности сведения, содержащиеся в судебных решениях и приговорах, постановлениях органов предварительного следствия и других процессуальных или иных официальных документах, для обжалования и оспаривания которых предусмотрен иной установленный законами судебный порядок. Например, согласно п. 5 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 23.09.1999 № 46 "Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации" (далее – Информационное письмо № 46) распространенные ответчиком сведения подлежат признанию соответствующими действительности, если оспариваемые в них факты установлены вступившим в законную силу решением суда.

Пленум Верховного Суда РФ обращает особое внимание на то, что необходимо различать утверждения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения.

*Оценочные суждения и личные мнения не являются предметом судебной защиты в порядке ст. 152 ГК РФ, т. к. они представляют из себя выражение субъективного мнения и взглядов ответчика и не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности (ч. 3 п. 9 Постановления № 3).*

### **Пример 1**

ЗАО "Вашь Финансовый Попечитель" обратилось в Арбитражный суд к АНО Редакционно-издательский дом "Новая газета" и АНО «Редакция "Регион"» с иском о защите деловой репутации и об обязанности ответчиков и автора статьи Р. опровергнуть сведения, которые, по мнению истца, не соответствуют действительности и порочат его деловую репутацию. В статье Р., в частности, говорилось о том, что компания-истец, приобретая земельные участки у крестьян, ущемила их права. Решением Арбитражного суда г. Москвы от 11.05.2007 по делу № А40-46436/06-15-350, оставленным без изменения постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда от 19.07.2007 № 09АП-9157/2007-ГК по тому же делу, в удовлетворении исковых требований было отказано. Суды обеих инстанций указали на то, что в спорной статье содержатся суждения и мнения автора относительно проекта "Русская Швейцария" и оценка данного проекта, что по смыслу ст. 152 ГК РФ не может быть предметом опровержения, тем более учитывая то, что ст. 29 Конституции РФ гарантирует свободу выражения собственного мнения<sup>1</sup>.

---

*Информация считается соответствующей действительности, если она признана таковой вступившим в силу решением суда.*

---

*Субъективное мнение автора (журналиста) не может быть предметом опровержения.*

<sup>1</sup> См. Постановление ФАС Московского округа от 28.11.2007 № КГ-А40/11063-07.

**Пример 2**

Суд рассмотрел иск ООО «Маристройинвест» к ОАО «Газета «Марийская правда» и, оценив в совокупности имеющиеся в материалах дела доказательства, при вынесении постановления установил, что фразы, изложенные в статьях под заголовками «Девятиэтажку сравнивают с землей?» и «Пирамида «Маристройинвеста»» (газета «Марийская правда» от 03.04.2007): «У ООО «Маристройинвест» нет согласований и с Научно-производственным центром по охране и использованию памятников истории и культуры»; «ООО «Маристройинвест» преуспело не только в строительстве жилого дома без каких-либо разрешений. В то время, когда в наличии не было разрешительных документов на возведение девятиэтажного здания, фирма вовсю начала продажу еще не построенных квартир дольщикам», носят утвердительный характер, поскольку автор статей изложил данную информацию как сведения о фактах, имевших место в действительности. На основании изложенного суд пришел к выводу о возможности ее проверки<sup>1</sup>.

**Пример 3**

В одном из интернет-блогов под заголовком «А Кижичи-то сгнили...» была размещена следующая информация: музей «Кижичи» оповестил мир через ряд популярных изданий о том, что Преображенская церковь совершенно сгнила<sup>2</sup>. В блоге стояла ссылка на официальный отчет на сайте музея<sup>3</sup>. «Напомню в двух словах: в настоящий момент музей реставрирует Преображенский храм экспериментальным методом лифтинга. Это когда основной объем храма висит на металлическом каркасе, а реставрационные работы ведутся только на одном из уровней. Начали с самого низа. В этом году подведен бетонный фундамент и разобраны нижние венцы высотой до 2,5 метра. Вот эти нижние бревна и преподнесли «сюрприз»... Начиная разборку, музей клялся сохранять исходный материал. Скептики не верили и оказались правы. Сейчас нас осторожно готовят к тому, что заменять придется много, очень много. В отчете есть рассуждения о том, что инспекторы из ИКОМОС не рекомендовали клеивать в одно бревно больше двух протезов, в исключительных случаях – три. А сколько же вставок собирались клеивать в одно бревно? И что они потом собирались сложить их этих мозаичных бревен? Ведь протез – это для красоты. Механические свойства бревна он не восстанавливает. А теперь все почти логично – хотели старое склеить, но ИКОМОС нам не разрешил. Пришлось бревна менять»<sup>4</sup>.

Анализируя приведенные фрагменты, можно условно разделить изложенную спорную информацию на две части: информация (включая официальные отчеты), размещенная самим музеем «Кижичи» в популярных изданиях, а также мнения и суждения автора блога относительно указанной информации. В данном случае автор материала не может быть привлечен к ответственности за распространение не соответствующих действительности, порочащих сведений.

<sup>1</sup> См. Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 11.12.2009 по делу № А38-881/2009.

<sup>2</sup> См. [www.kulturologia.ru/news/341](http://www.kulturologia.ru/news/341), [www.rian.ru/culture/20110204/330371246.html](http://www.rian.ru/culture/20110204/330371246.html), [www.tvkultura.ru/news.html?id=581770&cid=178](http://www.tvkultura.ru/news.html?id=581770&cid=178), [www.vesti.karelia.ru/news/main/4948](http://www.vesti.karelia.ru/news/main/4948).

<sup>3</sup> См. [www.kizhi.karelia.ru/architecture/pages/report-2010-kizhi-pogost-s544](http://www.kizhi.karelia.ru/architecture/pages/report-2010-kizhi-pogost-s544).

<sup>4</sup> А Кижичи-то сгнили... // [www.grus57.livejournal.com](http://www.grus57.livejournal.com).

В связи с приведенным выше примером возникает вопрос: что делать, если информация субъективного характера все-таки нарушает права организации, а автора (как в случае с интернет-дневником или форумом) установить невозможно? Постановление № 3 гласит, что судебная защита деловой репутации лица, в отношении которого распространены не соответствующие действительности порочащие сведения, не исключается также в случае, когда невозможно установить лицо, распространившее такие сведения, например, в сети Интернет. Для рассмотрения дела и признания сведений порочащими суду необходимо заявление заинтересованного лица.

Касательно оценочных суждений, мнений и убеждений, необходимо упомянуть еще два момента. Во-первых, лицо, которое полагает, что высказанное оценочное суждение или мнение, распространенное в СМИ, затрагивает его права и законные интересы, может использовать право на ответ, комментарий, реплику в том же СМИ в целях обоснования несостоятельности распространенных суждений, предложив их иную оценку. Во-вторых, следует помнить, что оценочные суждения не должны высказываться в оскорбительной форме.

Рассматриваемое постановление Пленума Верховного Суда РФ упоминает еще один случай, когда лицо, распространившее сведения, не может быть привлечено к гражданско-правовой ответственности в соответствии со ст. 152 ГК РФ. Речь идет о ситуациях, когда гражданин обращается в государственные органы и органы местного самоуправления с заявлением, в котором приводит те или иные сведения (например, в правоохранительные органы с сообщением о совершенном, по его мнению, преступлении), но эти сведения в ходе их проверки не нашли подтверждения.

В указанном случае имеет место реализация гражданином закрепленного ст. 33 Конституции РФ права на личное обращение в соответствующие органы. Иными словами, если гражданин обращается в правоохранительные органы с заявлением о том, что у него есть основания подозревать руководство учреждения культуры в злоупотреблении служебным положением или допущении нецелевого расходования средств, это обращение не будет признано покушением на деловую репутацию учреждения культуры, если оно будет опровергнуто в ходе расследования. Исключением из этого правила являются случаи так называемого злоупотребления правом – т. е. если гражданин обращается в компетентные органы не с намерением исполнить свой гражданский долг, а исключительно с намерением причинить вред другому лицу (п. 10 Постановления № 3).

**Порочащие сведения**, согласно Постановлению № 3, содержат утверждения 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 и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют деловую репутацию гражданина либо юридического лица. Так, например, удовлетворяя иски о возмещении репутационного вреда, суды правомерно исходили из того, что в оспариваемой публикации истец неоднократно указывается как организация, использующая сомнительные методы ведения бизнеса. Распространенные сведения носят порочащий характер, поскольку утверждение о связи ист-

---

*У обиженного лица есть право на ответ в том же СМИ с целью обоснования собственной позиции.*

---

*Оценка не должна даваться в оскорбительной форме.*

---

*Обращение в правоохранительные органы и передача им информации о возможном преступлении не является распространением порочащих сведений.*

ца с криминальными кругами и об использовании им в своей профессиональной деятельности противоправных методов для достижения коммерческих целей умаляет его деловую репутацию<sup>1</sup>.

---

*Действия лица, распространившего не соответствующие действительности, порочащие сведения, могут содержать признаки преступления, предусмотренного статьей 129 Уголовного кодекса РФ (клевета).*

---

Под **клеветой** понимается распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию, в т. ч. посредством публичного выступления, публичной демонстрации произведения или через средства массовой информации, а также в сопряжении с обвинением лица в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления. В этом случае 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 (п. 6 Постановления № 3).

---

*Клеветника можно привлечь к уголовной ответственности.*

**О том, как защититься от противоправных посягательств,  
читайте в продолжении материала**

---

<sup>1</sup> См. Постановление ФАС Московского округа от 17.08.2005 № КГ-А40/6219-05-П.