

Научная статья
УДК 347
<https://doi.org/10.36511/2078-5356-2023-1-36-41>

Деловая репутация органов внутренних дел: теоретический и практический аспект

Супрунов Александр Германович¹, Малютина Оксана Александровна²

^{1,2}Нижегородская академия МВД России, Нижний Новгород, Россия

¹suprunov1@mail.ru

²maljutinaoa@rambler.ru

Аннотация. В настоящем исследовании авторами анализируется судебная практика в сфере защиты деловой репутации органов внутренних дел, возможности взаимодействия средств массовой информации и органов внутренних дел в целях формирования образа правоохранительных органов.

Статья представляет собой краткий анализ сущностных характеристик «репутации» в исторической ретроспективе и его этимологическом значении. Определение понятия «репутация», предложенное авторами, предполагает его многоаспектный анализ с позиции различных отраслей права. Исследование содержит характеристику критерия «деловая» репутация и его соотношение с деятельностью органов внутренних дел.

Авторами рассмотрена деловая репутация как деятельностный активный процесс, направленный на достижение определенных целей, выделены направления использования определения понятия «деловая репутация» в деятельности органов внутренних дел.

В статье приведены выдержки судебной практики, иллюстрирующие способы дискредитации сотрудников органов внутренних дел, нанесшие урон деловой репутации.

Высказано предположение, что баланс интересов правоохранительных органов, общества в целом и отдельных граждан может быть найден. В качестве одного из направлений формирования позитивного образа сотрудников органов внутренних дел названо взаимодействие средств массовой информации и органов внутренних дел.

Ключевые слова: органы внутренних дел, деловая репутация, репутация, защита прав, информационный повод

Для цитирования: Супрунов А. Г., Малютина О. А. Деловая репутация органов внутренних дел: теоретический и практический аспект // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2023. № 1 (61). С. 36—41. <https://doi.org/10.36511/2078-5356-2023-1-36-41>.

Original article

Business reputation of internal affairs bodies: theoretical and practical aspects

Alexander G. Suprunov¹, Oksana A. Maljutina²

^{1,2}Нижегородская академия МВД России, Нижний Новгород, Россия

¹suprunov1@mail.ru

²maljutinaoa@rambler.ru

Abstract. In this study, the authors analyze judicial practice in the field of protecting the business reputation of internal affairs bodies, the possibility of interaction between the media and internal affairs bodies in order to form the image of law enforcement agencies.

The article is a brief analysis of the essential characteristics of “reputation” in historical retrospective and its etymological meaning. The definition of the concept of “reputation” proposed by the authors involves its multidimensional analysis from the standpoint of various branches of law. The study contains a description of the criterion of “business” reputation and its relationship with the activities of the internal affairs bodies.

The authors considered business reputation as an activity-based active process aimed at achieving certain goals, identified areas for using the definition of the concept of “business reputation” in the activities of internal affairs bodies.

© Супрунов А. Г., Малютина О. А., 2023

The article contains excerpts from judicial practice illustrating the ways of discrediting employees of the internal affairs bodies that have damaged their business reputation.

The authors suggested that the balance of interests of law enforcement agencies, society as a whole and individual citizens can be found. As one of the directions for the formation of a positive image of employees of the internal affairs bodies, the interaction of the media and the internal affairs bodies is named.

Keywords: internal affairs bodies, business reputation, reputation, protection of rights, information occasion

For citation: Suprunov A. G., Malyutina O. A. Business reputation of internal affairs bodies: theoretical and practical aspects. *Legal science and practice: Bulletin of the Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2023, no. 1 (61), pp. 36—41. (In Russ.). <https://doi.org/10.36511/2078-5356-2023-1-36-41>.

В мировом сообществе актуальным направлением в условиях развития цифрового общества становится защита деловой репутации граждан и юридических лиц. Очевидно, что изменения в обществе, активное использование цифровых ресурсов, интегрирование социальных сетей в различные сферы обусловили изменения и в упомянутой сфере. В настоящем исследовании предпримем попытку анализа лишь отдельных аспектов деловой репутации юридических лиц, а именно — деловой репутации органов внутренних дел (далее — ОВД). Последнее невозможно без обращения к истокам — определению понятия «деловая репутация».

Высший судебный орган признал, что «право граждан на защиту деловой репутации является их конституционным правом, а деловая репутация юридических лиц — одним из условий их успешной деятельности» [1].

Исторически определение понятия «репутация» представляло собой составной элемент авторитета, лидерства и, безусловно, был сопряжен с социальной организацией общества. Почти до середины XX века оно воспринималось как синоним понятий «честь», «достоинство» и использовалось для характеристики отдельного человека [2, с. 149]. Вслед за рядом авторов [3, с. 6] обратимся к понятию «деловая репутация» и соотнесем его с деятельностью органов внутренних дел.

Стоит отметить, что, несмотря на частое использование формулировок «поплатиться репутацией», «подмоченная репутация», «репутационный менеджмент», «создание репутации», общеправового определения понятия «репутация», позволяющего выделить его отраслевые разновидности, к настоящему времени в отечественном правоведении не сложилось [3, с. 24].

Этимологическое значение слова «репутация» (от франц. *reputation*, от лат. *reputatio* — «обдумывание», «размышление») подразумевает общее мнение о достоинствах или недостатках того или иного человека, его общественную оценку [4, с. 441].

Многозначную интерпретацию репутация имеет и в научно-справочной литературе, где сущность репутации рассматривается через призму «мнения о лице, основанном на оценке общественно значимых его качеств; мнение об отдельном лице или о группе лиц, преобладающее в определенной общественной среде; мнение о нравственном облике того или иного человека (коллектива), сложившееся у окружающих и основанное на его предшествующем поведении (предшествующей деятельности)» [5, с. 315]. Отметим, что в каждой характеристике присутствует внешняя оценка отдельно взятого человека или группы лиц.

Аналогичный акцент в понимании «репутации» встречается и в доктрине, где репутация рассматривается как сложившееся общественное мнение о достоинствах и недостатках человека [6, с. 192], либо как «складывающуюся на основе имеющегося объема информации о лице пропорцию положительных и отрицательных сведений о его качествах, достоинствах и недостатках, известную окружающим и в силу этого отраженную в общественном сознании как мнение о нем с точки зрения морали данного общества» [7, с. 3—4].

Определение понятия «деловая репутация» в уголовно-правовой доктрине, которой придерживается М. Н. Малейна [8, с. 18], предполагает, что ей «может обладать любое юридическое лицо, вне зависимости от его организационно-правовой формы» [9, с. 171]; и характеризуется репутация через «оценку социальной значимости отдельно взятого индивида (социальной группы или социального института, юридического лица), его положения в обществе, которая получила закрепление в общественном мнении» [10, с. 4].

Приведенный анализ определений понятия «репутация» позволяет понимать под деловой репутацией ОВД в целях настоящего исследования представление окружающих о моральных и деловых качествах сотрудников органов внутренних дел, оценку социальной значимости их

деятельности, их положение в обществе, закрепленное в общественном мнении.

Считается, что понятие «деловая репутация» не применимо к деятельности органов внутренних дел, поскольку упомянутое определение раскрывает сущностные характеристики коммерческих организаций [3, с. 12]. Полагаем, что целесообразно в словосочетании «деловая репутация» характеристику «деловая» понимать, как наличие любого социально полезного вида деятельности, включая и производственную, и потребительскую сферы, интеллектуальные, образовательные, творческие, познавательные области функционирования субъектов.

«Деловая» — отражает позитивность репутации, показывает, что таковая заработана (получена, приобретена) делом (трудом в его широком понимании) и неотделима от носителя репутации. Именно этот аспект в понятии свидетельствует о том, что «деловая репутация» присуща органам внутренних дел как юридическому лицу. Отсылки к сфере предпринимательской деятельности, которой не могут заниматься правоохранительные органы и, следовательно, не могут обладать деловой репутацией, не имеют под собой юридического основания.

Формирование репутации — процесс деятельностный, предполагающий совершение активных действий субъекта в его социальном окружении. Иными словами, субъект должен проявить себя в обществе, наметить, произвести и окончить какое-либо дело, которое с позиции общественной оценки разумно, целесообразно и полезно. Таким образом, любая репутационная оценка есть оценка определенных ценных качеств.

Следовательно, для определения понятия «деловая репутация органов внутренних дел» характерно наличие следующих признаков:

- создание репутации — длящийся процесс, направленный на создание и поддержание объективных оценок;
- наличие репутации — результат активных действий субъекта;
- репутационная оценка предполагает непосредственное оценивание характеристик, качеств, представляющих ценность для общества;
- «деловая» подразумевает наличие любого социально полезного вида деятельности.

Определение понятия «деловая репутация» в деятельности органов внутренних дел может быть использовано:

1) для обозначения репутации соответствующего субъекта в профессиональной среде, которая приобретается и оценивается в

профессиональном сообществе специалистов, поскольку именно профессиональное сообщество может определить наличие или отсутствие соответствующих компетенций (например, репутация полиции среди правоохранительных органов);

2) для обозначения репутации внешними субъектами — гражданами, которые могут столкнуться с соответствующим профессиональным сообществом в силу определенного стечения обстоятельств (например, в связи с необходимостью защиты своих интересов при совершении в отношении гражданина противоправного деяния).

Стоит отметить, что методы формирования «деловой репутации органов внутренних дел» в каждом из приведенных направлений использования соответствующего понятия могут существенно отличаться, как будут отличаться и способы оценивания «деловой репутации».

Так, большая часть граждан получает интересующие их сведения благодаря средствам массовой информации (далее — СМИ), вследствие чего формируются не только общественное мнение, но и поведение отдельных личностей, социальных групп. В подтверждение приведем результаты некоторых опросов. Так, по состоянию на ноябрь 2022 года показатели общественного доверия полиции, по сравнению с 2012 годом, выросли с 39 % до 62 %, что свидетельствует об увеличении доли лиц, доверяющих полиции в 1,7 раза [11].

Формирование деловой репутации сотрудников органов внутренних дел — динамичный процесс, зависящий от множества факторов. В числе таковых стоит отметить наличие или отсутствие факта обращения к сотрудникам органов внутренних дел за помощью; результативность такого обращения; медийная характеристика сотрудника полиции и его образ, созданный на экране (в социальных сетях, в средствах массовой информации, блогерами и пр.). Отметим, что динамичность формирования деловой репутации позволяет говорить как о позитивных, так и негативных изменениях, которые она претерпевает. Так, деловая репутация может понести вред вследствие распространения сведений, не соответствующих действительности; сведений, порочащих честь и достоинство сотрудника органов внутренних дел.

Стоит отметить, что вред репутации может быть причинен как противоправными действиями, так и в результате бездействия, медлительности, низкой активности и неэффективности мер по защите деловой репутации со стороны ее носителя. Вред репутации может быть нанесен и в результате объективных процессов

социального развития, непреодолимой силы, стихийных, хаотичных событий в природе, социуме, межгосударственном пространстве.

В связи с чем у носителя деловой репутации может возникнуть потребность в ее защите, целью которой будет устранение угроз деловой репутации как существующих, так и потенциальных [3, с. 14]. Выбор способов защиты будет напрямую зависеть от носителя деловой репутации.

Необходимо учитывать, что сотрудник полиции — субъект, наделенный властными полномочиями. Указанные полномочия необходимы для функционирования системы «государство-общество», и именно они обуславливают повышенные требования, предъявляемые к сотрудникам. Государство, в свою очередь, предоставляет сотруднику полиции определенные права и свободы. Как следствие, дискредитация отдельно взятого сотрудника ОВД, облеченного властью, данной ему государством, не может не отражаться на авторитете органа внутренних дел в целом [12, с. 56—60].

В контексте настоящего исследования были проанализированы выдержки из материалов, влияющих, на наш взгляд, на формирование образа органов внутренних дел и их деловую репутацию.

Так, в январе 2019 года в средствах массовой информации появились заметки о стычке блогеров с майором полиции в столичном супермаркете и любительская съемка владельцев собаки, которые выставили в негативном свете участкового в Новосибирске [13]. Оба инцидента стали поводом для тщательного анализа ситуаций, возникших с участием сотрудников органов внутренних дел, и использования судебного способа защиты деловой репутации органов внутренних дел.

Предметом судебного разбирательства стали и публичные высказывания в неприличной форме в адрес сотрудника полиции, поводом для которых стало недовольство действиями последнего [14]. Еще одним примером, дискредитирующим сотрудника полиции и авторитет органов внутренних дел, стало обвинение полицейских в избиении задержанных граждан [15]. Полагаем, что приведенные выдержки из судебной практики демонстрируют негативный пример воздействия на деловую репутацию и применение в ответ механизмов защиты нарушенных прав.

Однако взаимодействие средств массовой информации и органов внутренних дел может и должно осуществляться не только и не столько в контексте защиты деловой репутации, сколько

в контексте формирования позитивного образа «стража порядка» [16, с. 55—57]. Важным в выстраивании концепции формирования образа сотрудника ОВД и формирования деловой репутации является выбор информационного повода (события, мероприятия и пр.). Стоит сказать, что любой информационный повод как негативный, так и позитивный — основа взаимоотношений с целевыми группами общества и, как следствие, формирование образа субъекта, с которым связан [17, с. 37—40]. При формировании позитивного образа сотрудников ОВД цель журналиста — показать представителя органов внутренних дел — рассказать о «человеке в погонах». С этой позиции информационный повод может и должен быть позитивным — рассказ о полицейском, выполняющем возложенные на него обязанности в точном и неукоснительном следовании закону [18, с. 11—15].

Подводя некоторый итог, следует отметить, что любые действия, затрагивающие деловую репутацию сотрудника ОВД, неразрывно связаны с репутацией территориального органа в отдельности и Министерства внутренних дел Российской Федерации в целом. В свою очередь, международное законодательство [19] защищает право журналистов обнародовать информацию по вопросам, представляющим всеобщий интерес. Необходимым условием такого обнародования становится добросовестность действий журналистов, которые предоставляют «надежную и точную» информацию в соответствии с журналистской этикой. Формирование позитивного образа сотрудника ОВД в большинстве своем зависит как от фигуры сотрудника, так и от взаимодействия СМИ и ОВД в целях формирования этого образа. Направления взаимодействия и его порядок урегулированы со стороны МВД России ведомственными приказами [20], которые в меньшей степени затрагивают методы, используемые журналистами при подготовке материалов, и напрямую зависят от их профессионализма.

Список источников

1. О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц: постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 года № 3 // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2005. № 4.

2. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие. Москва: Дашков и К, 2020. 270 с.

3. Супрунов А. Г. Правовая защита деловой репутации по законодательству современной России: общетеоретический аспект: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Нижний Новгород, 2009. 33 с.

4. Большая энциклопедия ТЕРРА. Москва, 2006. Т. 41.

5. Костюк В. Д. Нематериальные блага. Защита чести, достоинства и деловой репутации. Москва: Лекс Книга, 2002. 320 с.

6. Комментарий части первой Гражданского кодекса Российской Федерации для предпринимателей. Москва, 1995. 480 с.

7. Молочков Ю. В. Защита чести и достоинства в гражданском процессе: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 1993. 25 с.

8. Защита деловой репутации: теория, практика, техника: монография / М. В. Карпычев, А. В. Одинокова, А. Г. Супрунов [и др.] / под общ. ред. А. М. Хужина. Москва: Юрлитинформ, 2020. 216 с.

9. Рыбина Е. О. Некоторые проблемные аспекты уголовно-правовой защиты деловой репутации юридических лиц // Бизнес в законе. 2007. № 4. С. 171—175.

10. Показатели общественного доверия полиции достигли рекордных значений. URL: <https://mvdmedia.ru/news/official/pokazateli-obshchestvennogo-doveriya-politsii-dostigli-rekordnykh-znacheniy/> (дата обращения: 13.01.2022).

11. Васильев Э. А., Дьяченко Н. Н. Субъекты дискредитации сотрудников органов внутренних дел // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2019. № 4 (48). С. 56—60.

12. URL: <https://iz.ru/841105/ivan-petrov/blogi-i-namereniia-polititsii-v-obektive-agressivnykh-prankerov> (дата обращения: 13.01.2022).

13. Апелляционное постановление № 22-522/2019 от 29 апреля 2019 года по делу № 22-522/2019 Белгородский областной суд (Белгородская область). URL: sudact.ru/regular/doc/yS3FSxNgqWrv (дата обращения 15.12.2022).

14. Приговор № 1-53/2016 от 1 декабря 2016 года по делу № 1-53/2016. URL: sudact.ru/regular/doc/8o5226Zyq1Zg/ (дата обращения 15.12.2022).

15. Ивлиев П. В., Ананьева Е. О. Деятельность средств массовой информации как юридических лиц в России: проблемы и пути решения // Юрист. 2020. № 2. С. 55—57.

16. Формирование «медийного образа» сотрудника органов внутренних дел Российской Федерации: учебное пособие / под ред. А. Л. Ситковского. Москва: Академия управления МВД России, 2019. С. 37—40.

17. Певницкий С. Г. Некоторые аспекты защиты чести, достоинства и деловой репутации лиц при использовании СМИ материалов деятельности правоохранительных органов. // Адвокатская практика, 2006. № 1. С. 11—15.

18. Конвенция о защите прав человека и основных свобод: заключена в г. Риме 4 ноября 1950 года.

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (дата обращения: 15.12.2022).

19. О совершенствовании взаимодействия подразделений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации: приказ МВД России от 19 июня 2018 года № 385. URL: <http://дпд.мвд.рф/деятельность/размещение/нормативное-правовое-регулирование> (дата обращения: 15.12.2022).

References

1. On judicial practice in cases of protecting the honor and dignity of citizens, as well as the business reputation of citizens and legal entities: decree of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation no. 3 of February 24, 2005. *Bulletin of the Supreme Court of the Russian Federation*, 2005, no. 4. (In Russ.)

2. Sharkov F. I. Goodwill constants: style, publicity, reputation, image and brand of the firm: a tutorial. Moscow: Dashkov and K Publ., 2020. 270 p. (In Russ.)

3. Suprunov A. G. Legal protection of business reputation under the legislation of modern Russia: a general theoretical aspect. Author's abstract... candidate of legal sciences. Nizhny Novgorod, 2009. 33 p. (In Russ.)

4. Big Encyclopedia TERRA. Moscow, 2006. Vol. 41. (In Russ.)

5. Kostyuk V. D. Intangible benefits. Protection of honor, dignity and business reputation. Moscow: Lex Book Publ., 2002. 320 p. (In Russ.)

6. Commentary on part one of the Civil Code of the Russian Federation for entrepreneurs. Moscow, 1995. 480 p. (In Russ.)

7. Molochkov Yu. V. Protection of honor and dignity in civil proceedings. Author's abstract... candidate of legal sciences. Ekaterinburg, 1993. 25 p. (In Russ.)

8. Protection of business reputation: theory, practice, technique: monograph / M. V. Karpychev, A. V. Odiokova, A. G. Suprunov [and others] / ed. by A. M. Huzhin. Moscow: YurLitinform Publ., 2020. 216 p. (In Russ.)

9. Rybina E. O. Some problematic aspects of the criminal law protection of the business reputation of legal entities. *Business in law*, 2007, no. 4, pp. 171—175. (In Russ.)

10. Indicators of public trust in the police reached record levels. URL: <https://mvdmedia.ru/news/official/pokazateli-obshchestvennogo-doveriya-politsii-dostigli-rekordnykh-znacheniy/> (accessed 13.01.2022). (In Russ.)

11. Vasiliev E. A., Dyachenko N. N. Subjects of discrediting employees of internal affairs bodies. *Legal science and practice: Bulletin of the Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2019, no. 4 (48), pp. 56—60. (In Russ.)

12. URL: <https://iz.ru/841105/ivan-petrov/blogi-i-namereniia-polititsii-v-obektive-agressivnykh-prankerov> (accessed 13.01.2022). (In Russ.)

13. Appeal Resolution no. 22-522/2019 of April 29, 2019 in case no. 22-522/2019 Belgorod Regional Court (Belgorod Region). URL: sudact.ru/regular/doc/yS3F-SxNgqWrv (accessed 15.12.2022). (In Russ.)

14. Sentence no. 1-53/2016 of December 1, 2016 in case no. 1-53/2016. URL: <http://sudact.ru/regular/doc/8o5226Zyq1Zg/> (accessed 15.12.2022). (In Russ.)

15. Ivliev P. V., Ananyeva E. O. Activities of the mass media as legal entities in Russia: problems and solutions. *Lawyer*, 2020, no. 2, pp. 55—57. (In Russ.)

16. Formation of the “media image” of an employee of the internal affairs bodies of the Russian Federation: a study guide / ed. by A. L. Sitkovsky. Moscow: Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia Publ., 2019. Pp. 37—40. (In Russ.)

17. Pevnitsky S. G. Some aspects of protecting the honor, dignity and business reputation of persons when using the materials of the activities of law enforcement agencies in the media. *Advocate practice*, 2006, no. 1, pp. 11—15. (In Russ.)

18. Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms: concluded in Rome of April 11, 1950. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (accessed 15.12.2022). (In Russ.)

19. On improving the interaction of units of the system of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation with the media: order of the Ministry of Internal Affairs of Russia no. 385 of June 19, 2018. URL: <http://dpd.mvd.rf/activity/placement/normative-legal-regulation> (accessed 15.12.2022). (In Russ.)

Информация об авторах

А. Г. Супрунов — кандидат юридических наук;

О. А. Мalyutina — кандидат юридических наук.

Information about the authors

A. G. Suprunov — Candidate of Sciences (Law);

O. A. Malyutina — Candidate of Sciences (Law).

Статья поступила в редакцию 18.01.2023; одобрена после рецензирования 25.02.2023; принята к публикации 05.03.2023.

The article was submitted 18.01.2023; approved after reviewing 25.02.2023; accepted for publication 05.03.2023.