

Чеботарёва Ирина Юрьевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и правовых дисциплин юридического факультета Адыгейского государственного университета, г. Белореченск, т.:(8772)563463.

РЕКЛАМА И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЮРИСТА

(рецензирована)

В статье рассматриваются вопросы профессиональной этики нотариусов и рекламы их деятельности. Раскрываются отдельные аспекты ограничения нотариальной деятельности и их взаимосвязь с информацией коммерческих целей. Делается вывод о том, что реклама в широком смысле и этические правила нотариусов являются взаимоисключающими понятиями.

Ключевые слова: профессиональная этика, этические правила, особенности нотариальной деятельности, запрет на рекламу, информирование нотариуса, пробелы российского законодательства, интернет-сайты отдельных нотариусов, правовое регулирование рекламы нотариальной деятельности.

Chebotareva Irina Urievna, senior lecturer of the chair of humanitarian and legal disciplines, law faculty of Adygh State University, Belorechensk, tel.: (8772)563463.

ADVERTIZING AND PROFESSIONAL ACTIVITY OF A LAWYER

The author of the article considers problems of notary's professional ethics and advertizing of their activity. The article discloses separated aspects of notary's activity limitation and their correlation with information of commercial purposes. It is concluded that advertizing in the wide sense and notary's ethic rules are mutually exclusive notions.

Keywords: professional ethics, ethic rules, notary's activity peculiarities, advertizing ban, informing of a notary, problems of Russian legislation, internet site of notaries, legal regulation of notary practice advertizing.

К нотариусу, как представителю юридической профессии, выполняющему публично-правовые функции, предъявляются очень высокие профессиональные и моральные требования. Этика - это основа практической деятельности нотариусов и доверия, которое оказывают им граждане. В ней заключены такие фундаментальные ценности, как беспристрастность, честность, конфиденциальность и ответственность. Нотариус должен избегать ситуаций, связанных с конфликтом интересов, а также соблазном использовать каким-либо образом известную ему информацию о частной жизни граждан.

Соблюдение нотариусами этических правил является условием выживания профессии. Если, предположим, для некоторых профессий необходимы, прежде всего, технические знания, независимо от нравственных качеств работника, то для нотариуса, так же как и для судьи, адвоката, прокурора, соблюдение этических правил и ограничений является обязательным в силу их статуса, объема и характера получаемой информации, значимости решаемых вопросов.

В процессе оказания правовой помощи должны соблюдаться и требования профессиональной этики, и морали, и нравственности. При производстве нотариальных действий нотариус должен не просто принимать во внимание, но и использовать в качестве руководящего принципа требование об этичности собственного поведения, даваемых консультаций, совершаемых действий по удостоверению (свидетельствованию) нотариального акта.

Особенности нотариальной деятельности, заключающиеся в ее целях и общественной значимости, в исключительно доверительных и охраняемых нотариальной тайной отношениях нотариусов и обращающихся к ним лиц, придают этике нотариусов своеобразность, не всегда понятную даже представителям других юридических профессий.

Долг обязывает нотариусов выполнять нотариальные действия, для совершения которых к ним обращаются люди, а отказывать в их совершении только по основаниям, закрепленным в законе. Совесть – выполнять свою работу с чувством нравственной ответственности перед людьми.

Честность в нотариальной деятельности так же необходима, как знание законодательства. Знание законов, традиций, сложившихся в российском нотариате за более чем вековую историю, беспристрастность нотариусов и нравственная направленность их деятельности ограждают людей от обмана, заблуждений, ошибок, которые они могут допустить из-за своей юридической неосведомленности. Честность нотариусов исключает подлоги, легко доступные в их профессии.

Членство России в Международном союзе латинского нотариата обязывает каждого российского нотариуса знать и соблюдать принципы и заповеди этого союза, выработанные в течение столетий существования нотариата и доказавшие свою правовую безупречность. Среди них такие, как воздай должное правде; советуйся с честью; руководствуйся справедливостью; ограничивайся законом; работай с достоинством; действуй осмотрительно; помни, что твоя миссия направлена на то, чтобы не было споров между людьми.

Так, для работы в качестве нотариуса необходимы определенные психологические характеристики и соблюдение режима ряда личных ограничений как правового, так и этического свойства. Нравственное отношение к профессиональным обязанностям предполагает осознание определенных нравственных требований и их соблюдение. Сама профессия требует беспристрастности, способности выслушать до конца и дать ответ. Кроме того, нотариус должен уметь говорить твердое "нет" в тех случаях, когда, несмотря на материальную выгодность того либо иного нотариального действия, оно является незаконным либо содержит в себе какое-либо зерно сомнения или будущей конфликтности, которую нотариус не в силах предотвратить. По правилам профессиональной этики нотариус должен также воздерживаться от совершения нотариальных действий, в которых он лично прямо или косвенно заинтересован, исходить именно из требований российского законодательства быть свободным от конъюнктурных соображений. Статья 6 Основ законодательства Российской Федерации о нотариате направлена на формирование института ограничений в деятельности нотариуса. Так, нотариус не вправе: заниматься самостоятельной предпринимательской и никакой иной деятельностью, кроме нотариальной, научной и преподавательской; оказывать посреднические услуги при заключении договоров.

В то же время зарубежная практика свидетельствует, что помимо вышеназванных ограничений активно используется запрет на рекламу нотариальных услуг. Логика большинства законодателей понятна: публичная деятельность в рекламе - механизме продвижения услуг рыночного характера - не нуждается. Ведь не приходит в голову рекламировать суд или органы внутренних дел. Конкуренция в системе государственных правоохранительных органов если и существует, то она не имеет своего товарно-денежного эквивалента. Обоснованным выглядит ограничение свободы слова для нотариуса, поскольку сдержанность в его отношениях с обществом должна определяться особым характером его деятельности, соблюдением профессиональной этики.

Основы о нотариате в ст. 1 содержат общее указание, что нотариальная деятельность не является предпринимательством и не преследует цели извлечения прибыли. В то же время общего запрета на рекламу нотариальных услуг российское законодательство не содержит. К сожалению, следует отметить, что сама тема практически не поднимается и в научных кругах. Максимум указывается, что запрет рекламы - один из элементов этики в зарубежном нотариате. Так, в учебнике "Нотариальное право России" под редакцией профессора В.В. Яркова констатируется на основе работы Р. Никлауса о швейцарском нотариате, что к принципам зарубежной нотариальной этики относится запрет на рекламу. Применительно же к профессиональной этике российского нотариуса проблема замалчивается. Аналогична последовательность в учебнике, авторами которого являются Л.А. Стешенко, Т.М. Шамба, которые ссылаются на запрет индивидуальной рекламы нотариальной деятельности, провозглашенный Этическим кодексом нотариусов Европы. Ряд других учебников вообще не содержат какой-либо оценки упомянутой проблематики. Такая позиция объяснима: зачем обсуждать, если закон не запрещает.

Обратимся к сфере действия законодательства о рекламе. Статья 2 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" определяет сферу применения данного Закона, вводя общее правило о его применении к отношениям в сфере рекламы вне зависимости от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации. Одновременно в этой же статье содержатся исключения, на какие случаи Закон не распространяется.

Применительно к рекламе нотариальной деятельности вызывают интерес следующие исключения. Закон о рекламе не распространяется на:

- сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;
- вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

По первому исключению необходимо отметить, что нотариус осуществляет действия от имени Российской Федерации, что "отражает его правовой статус как лица, находящегося на службе государства и общества". Поскольку нотариус входит в круг субъектов, осуществляющих государственно-властную деятельность, вряд ли можно признать рекламным характер объявлений, информирующих граждан о месте, времени осуществления нотариальных действий.

Второе исключение (относительно вывесок) основывается на законодательстве в области защиты прав потребителей. Но и в приведенном исключении следует отметить, что нотариальные услуги не носят гражданско-правовой характер, не подпадают под понятие "услуги", которое используется ГК РФ. Отношения "нотариус - клиент" не носят договорной характер, на них не распространяется законодательство в области защиты прав потребителей. Исходя из этого, указание на нерекламный характер вывески нотариальной конторы выглядит обоснованным.

Третье исключение имеет прямое отношение к нотариальной деятельности. Закон "О рекламе" указывает, что объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, не являются рекламой. В этом случае, как и в предыдущих, следует опять указать, что нотариальная деятельность не является предпринимательской.

Благодаря анализу приведенных исключений, можно сделать общий вывод, что любое информирование нотариуса, привлечение внимания к себе или к характеру своей деятельности путем размещения объявлений, сообщений, иных форм не будет подпадать под действие Федерального закона "О рекламе". Долгое время именно такой вывод служил основой для невключения рекламных расходов в состав затрат, на сумму которых уменьшались полученные доходы. Если деятельность не является предпринимательской - значит, не нуждается в рекламе - атрибуте именно коммерческой деятельности. Для нотариуса такое ограничение означало увеличение налогооблагаемой базы.

Налоговый кодекс РФ отчасти разрешил сложившуюся ситуацию, отчасти ее еще больше запутал. Учитывая, что налоговое законодательство косвенно дает добро на рекламу нотариальных услуг, правоприменительная практика также складывается, исходя из ее допустимости и регулирования с помощью общих норм Закона "О рекламе".

Получается, что вся реклама нотариальных услуг основывается на недомолвках, аналогиях и пробелах российского законодательства. Как представляется, такое правовое регулирование недопустимо.

Кроме того, зарубежный опыт показывает, что реклама нотариусом своих услуг понимается в более широком смысле, чем это дано в Федеральном законе "О рекламе" и в НК РФ. Под ней будет пониматься практически любая деятельность, связанная с продвижением нотариальных услуг, оказываемых лично данным нотариусом, либо с маркетинговым продвижением конкретного имени нотариуса. Исходя из этого, дисциплинарной оценке будут подвергнуты дача интервью нотариусом, участие в ток-шоу, публичные ответы на вопросы и другие аналогичные мероприятия, которые рекламой в смысле Федерального закона "О рекламе" не являются. С точки зрения зарубежной практики многих стран появление нотариуса на обложке глянцевого журнала, в котором рассказывается о его успехах уже будет нарушением профессиональной этики. Такое поведение расценивается как реклама, хотя сам нотариус может и не оплачивать данную статью и не участвовать в ее редактировании.

Необходимо отметить, что органами самоуправления нотариусов восполнены многие пробелы в правовом регулировании, в том числе в части рекламы нотариальной деятельности. Так, Профессиональный кодекс нотариусов Москвы, принятый общим собранием нотариусов г. Москвы 30 сентября 2000 г., устанавливает, что нотариус в своих отношениях с коллегами и нотариальным

сообществом не вправе допускать следующие нарушения профессиональной этики: ...заниматься индивидуальной рекламой, рекламировать себя и свою деятельность путем ссылки на не имеющие прямого отношения к нотариальной деятельности функции, почетные звания, научные степени, дополнительные особенности своей квалификации (§ 5). Параграф 7 дополняет: "Индивидуальная реклама нотариусов в средствах массовой информации, включая Интернет, не допускается. Не являются рекламой указания на местонахождение и режим работы нотариальной конторы". Указанный Кодекс расценивает данные нарушения профессиональной этики как дисциплинарные проступки, за которые могут быть наложены дисциплинарные взыскания.

Московский опыт был учтен. Постановлением Собрания представителей нотариальных палат субъектов Российской Федерации от 18 апреля 2001 г. № 10 утвержден Профессиональный кодекс нотариусов Российской Федерации. В разделе "Отношения нотариуса с коллегами и нотариальным сообществом" находим п. 2.4, в соответствии с которым нотариусу запрещено заниматься индивидуальной рекламой, в том числе в средствах массовой информации и Интернете, рекламировать себя и свою деятельность путем ссылки на не имеющие прямого отношения к нотариальной деятельности почетные звания, научные степени и дополнительные особенности своей квалификации (не являются рекламой указания на местонахождение и режим работы нотариальной конторы).

Вянием времени можно назвать появление собственных интернет-сайтов отдельных нотариусов. Достаточно набрать в любой поисковой системе ключевые слова "нотариус", "услуги", можно увидеть некоторые ссылки. Учитывая распространение Интернета, а также его использование как раз людьми, обладающими навыками делового общения, а значит, наиболее обеспеченными потенциальными клиентами, необходимо отметить, что данная сфера деятельности нотариуса также нуждается в правовом регулировании. Большинство сайтов нотариусов размещает информацию об истории нотариата, его значении в гражданском обороте, представлен перечень осуществляемых нотариальных действий, а также перечень документов, необходимых при их совершении. Отдельный раздел в ряде сайтов называется "Прейскурант", что представляется не совсем верным и создает основу для отношения к нотариусу как к лицу, осуществляющему рядовую коммерческую деятельность.

Обобщая вышеизложенное, можно конструктивно предложить следующие выводы:

- реклама нотариальной деятельности нуждается в самостоятельном правовом регулировании, так как не подпадает под общие принципы распространения коммерческой информации. При этом законодатель должен определить пределы распространения публичной информации о самом нотариусе и его профессиональной деятельности;

- основы правового регулирования рекламы нотариальных услуг должны закрепляться в Законе о нотариате, а не в Законе о рекламе;

- необходимо учесть опыт правового регулирования распространения публичной информации государственными органами, в частности, относительно размещения информации на интернет-сайтах.

Таким образом, главным хотелось бы выделить, что профессиональная этика нотариусов и реклама их деятельности, на сегодняшнем этапе развития законодательства, являются взаимоисключающими понятиями. Коммерческие цели рекламы, в том смысле которые им придает закон, даже несмотря на исключения, не могут отвечать этическим нормам и правилам профессиональной деятельности нотариусов, так как доверие, честность, беспристрастность, нравственная направленность не являются атрибутами рекламных систем.

Литература:

1. Нотариальное право России / под ред. В.В. Яркова.- М., 2008.- С. 122.
2. Романовская О.В. Реклама и нотариат в Российской Федерации / О.В. Романовская // Бюллетень нотариальной практики.- 2007.- № 5.- С. 14.
3. Стешенко Л.А. Нотариат в Российской Федерации / Л.А. Стешенко, Т.М. Шамба.- М., 2007.- С. 62.