

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Юридический
институт
Гражданского права
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
_____ Н.Ф. Качур
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

40.03.01. Юриспруденция

Защита деловой репутации юридических лиц

Научный руководитель

к.ю.н., доцент

Е.Н. Петрова

подпись, дата

должность, ученая степень

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

П.А. Овочкина

инициалы, фамилия

Красноярск 2019

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Понятие деловой репутации юридического лица и ее правовое регулирование.....	6
1.1 Понятие деловой репутации юридического лица и ее правовая природа	6
1.2 Правовой механизм регулирования деловой репутации юридических лиц в российском праве.....	12
Глава 2. Осуществление гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица.....	18
2.1 Основания возникновения права на защиту юридического лица, при распространении сведений порочащих деловую репутацию.....	18
2.2 Порядок защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию.....	27
Глава 3. Специальные способы защиты деловой репутации юридического лица.....	37
3.1 Опровержение порочащих сведений как способ правовой защиты деловой репутации.....	37
3.2 Защита деловой репутации путем опубликования ответа.....	43
3.3 Удаление порочащих сведений и удаление информации в сети «Интернет».....	48
3.4 Компенсация репутационного вреда.....	50
Заключение.....	53
Список использованных источников.....	56
Приложение А.....	64

Введение

Конституцией Российской Федерации гарантируется защита как материальных, так и нематериальных благ, предоставляемая не только физическим, но и юридическим лицам. Из приведенной гарантии вытекает государственная обязанность, состоящая в эффективной защите и охране этих прав, в обеспечении справедливого, быстрого и продуктивного восстановления нарушенного права и (или) в возмещении причиненного вреда. Одним из таких нематериальных благ, отражающих занимаемое в обществе положение лица, является деловая репутация.

Объектом исследования выступают общественные отношения, возникающие при умалении деловой репутации и защите деловой репутации юридического лица.

Предметом исследования являются нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие защиту деловой репутации юридических лиц, а также правоприменительная практика по данному вопросу и научные исследования, посвященные исследуемой теме.

Актуальность темы исследования предопределена неукоснительным совершенствованием различных способов распространения информации и внедрения информационных технологий практически во все сферы жизнедеятельности человека. Сегодня процесс получения информации о репутации организации для контрагентов, потенциальных покупателей или иных заинтересованных лиц не составляет никаких трудностей, поскольку в сети «Интернет» можно почерпнуть почти все необходимые сведения, причем как положительно, так и отрицательно характеризующие компанию.

В связи с этим, безупречную деловую репутацию можно отнести к бесспорному конкурентному преимуществу юридического лица, что свидетельствует о возникновении острой необходимости ее полной всесторонней защиты со стороны самого субъекта, осуществляющего предпринимательскую деятельность. Тенденция использования механизма защиты деловой репутации только возрастает, поскольку данный механизм является неотъемлемой реакцией юридического лица, вероятность столкновения которого с недобросовестным поведением конкурентов, а также с общей склонностью опубликования информации в средствах массовой информации, где большую ценность всегда имеют негативные «шокирующие» новости прогрессирует ввиду технологического прогресса и желания конкурентного превосходства.

Кроме того, анализ статистических данных Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации свидетельствует об устойчивой тенденции увеличения количества исков о защите деловой репутации за 2015-2017 гг., что подтверждает актуальность рассматриваемого вопроса и востребованность судебной защиты деловой репутации.

Целью настоящей работы является обобщение и критическое осмысление имеющихся в доктрине гражданского права точек зрения на институт защиты деловой репутации юридических лиц, комплексный

научный анализ теории и практики использования данного института в российском гражданском праве, выявление проблем его применения, уточнение теоретических положений, а также обоснование путей совершенствования правового регулирования данного института.

Для достижения поставленной цели, нужно решить следующие задачи: раскрыть понятие деловой репутации юридического лица и установить ее правовое регулирование, рассмотреть основания возникновения права на защиту юридического лица, при распространении сведений порочащих деловую репутацию и исследовать порядок такой защиты, проанализировать такие основные специальные способы защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию как опровержение порочащих сведений, опубликование ответа, удаление порочащих сведений и удаление информации в сети «Интернет», компенсация репутационного вреда.

Методологическая основа исследовательской работы состоит из комплекса следующих методов: общенаучные методы, представленные приемами формальной логики, а именно применялись приемы анализа, синтеза, дедукции, индукции, аналогии, сравнения и другие; частнонаучные методы, а именно исторический, лингвистический, техникоюридический, метод сравнительного правоведения, статистический, социологический и другие. Для более полного и детального толкования правовых норм, касающихся защиты юридических лиц при распространении сведений, порочащих деловую репутацию в рамках проведенного исследования использовались грамматический, исторический, систематический и формально-логический виды толкования правовых норм.

Степень научной разработанности темы исследования. Становлению и развитию института защиты юридических лиц при распространении сведений, порочащих деловую репутацию способствовали исследования таких виднейших ученых как: О.Ш. Аюпов, Л.О. Красавчикова, А.П. Сергеев, К.И. Скловский¹. Глубиной анализа и новизной позиции отличаются труды А.А. Тимерханова, который исследовал содержание субъективного гражданского права юридического лица на деловую репутацию². Заслуживают внимания статьи Е.В. Гаврилова, О.В. Карайчевой, С.В.

¹ См. Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>; Аюпов, О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического лица [Электронный ресурс] / О. Ш. Аюпов // Вестник Омского ун–та. Право. 2011, № 3. С. 89–91. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>; Красавчикова, Л. О. Понятие и система личных неимущественных прав граждан в гражданском праве Российской Федерации [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Красавчикова Лариса Октябрьевна. Екатеринбург, 1994. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>; Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. – М. : Статут, 2017. Гл. 9; Сергеев, А. П. Гражданское право: учебник в 3 т. Т. 1 / А. П. Сергеев, Ю. К. Толстой. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005; Скловский, К. И. Об ответственности средств массовой информации за причинение вреда деловой репутации [Электронный ресурс] / К. И. Скловский // «Хозяйство и право». – 2005, № 3. – Режим доступа: <http://center-bezreg.ru>.

² См. Тимерханов, А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Тимерханов Артур Анварович. М., 2012. – Режим доступа: <http://law.edu.ru>.

Потапенко, А.А. Селиной, А.М. Эрделевского, которые детально освещают рассматриваемую проблему¹. Данные источники позволяют раскрыть сущность института защиты юридических лиц при распространении сведений, порочащих деловую репутацию в российском законодательстве, выявить его положительные стороны, а также определить несовершенства правового регулирования.

Научная новизна данной работы выражается главным образом в том, что в ходе проведения исследования были собраны вместе и проанализированы вышеперечисленные источники, проведен анализ сложившейся судебной практики и предложены направления совершенствования законодательных норм в этой области.

¹ См. Гаврилов, Е. В. Оправдание не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 9; Гаврилов, Е. В. Принесение извинения как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 7; Гаврилов, Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2014, № 2; Карайчева, О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Карайчева Ольга Владимировна. Краснодар, 2014. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>; Карайчева, О. В. Повышение эффективности применения гражданскоправовых способов защиты деловой репутации / О. В. Карайчева // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015; Потапенко, С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите / С. В. Потапенко // Законодательство. 2014, № 12; Потапенко, С. В. Судебная защита от диффамации в СМИ [Электронный ресурс] / С. В. Потапенко // Труды по интеллектуальной собственности. 2000, № 1. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>; Селина, А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации оправдания / А. А. Селина // Интеллектуальный потенциал XXI века. 2016; Селина, А. А. Некоторые вопросы применения оправдания как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / А. А. Селина // Проблемы теории и практики современной науки. 2016; Селина, А. А. Способы защиты чести, достоинства и деловой репутации, направленные на пресечение дальнейшего распространения порочащих сведений [Электронный ресурс] / А. А. Селина, Ю. В. Холденко // Юрлингвистика. Барнаул. 2016, № 5. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>; Эрделевский, А. М. Диффамация / А. М. Эрделевский // Законность. – 1998, № 12; Эрделевский, А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. М. : ВолтерсКлювер, 2004; Эрделевский, А. М. О правовой природе деловой репутации [Электронный ресурс] / А. М. Эрделевский. – Режим доступа: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/26254>; Эрделевский, А. М. Право на оправдание и исковая давность: Комментарий, подготовленный для СПС "КонсультантПлюс" 9 января 2002 г. [Электронный ресурс] / А. М. Эрделевский // Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Глава 1. Понятие деловой репутации юридического лица и ее правовое регулирование

1.1 Понятие деловой репутации юридического лица и ее правовая природа

Определение сущность понятий честь, достоинство и репутация всегда являлось предметом дискуссий как среди философов, так и среди цивилистов. Не вызывает сомнений тот факт, что данные понятия имеют тесную и неразрывную взаимосвязь.

По мнению А.Л. Анисимова, категории «честь» и «достоинство» не просто переплетаются, а вытекают одна из другой, но при этом не являются тождественными¹. Л.В. Смолина справедливо отмечает, что составляющими частями понятия «честь» являются такие понятия как «неопороченное доброе имя», «престиж», «деловая репутация»².

В законодательстве Российской Федерации отсутствуют определения таких благ как честь и деловая репутация физического лица и деловая репутация юридического лица. Стоит отметить, что данные понятия содержатся среди прочих в ст. 150 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), но помимо отнесения данных благ к категории нематериальных, их смыслового раскрытия законодатель не приводит³.

Раскрыть данные понятия представляется возможным при обращении к толковым словарям русского языка. Поскольку наиболее общим относительно данных нематериальных благ является понятие «репутация», то именно ему и следует дать определение. Так, С.И. Ожегов в своем «Словаре русского языка» определяет репутацию как приобретаемую лицом общественную оценку, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках лица⁴. Характеризуя понятие «честь», С.И. Ожегов отмечает, что применяется оно как правило в отношении человека (физического лица) и отражает его хорошую, незапятнанную репутацию, доброе имя⁵. Прилагательному «деловой» в свою очередь дается следующее толкование: «относящийся к общественной, служебной деятельности, к работе»⁶. В то же время В.И. Даль определяет репутацию как «славу человека, добрую и дурную, как и чем кто слывет, общее мнение о ком-либо»⁷.

Таким образом, под деловой репутацией в наиболее общем виде можно понимать оценку в общественном мнении деловых качеств лица,

¹ Анисимов, А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов. М. : НОРМА, 2004. С. 32.

² Смолина, Л. В. Защита деловой репутации организации / Л. В. Смолина. –М., 2012. С. 88.

³ Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. М. : Проспект. – 2018.

⁴ Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов; Под общ. Ред. Проф. Л.И. Скворцова. М. : ООО «Издательский дом «ОНИКС 21 век» : ООО «Изд-во «мир и Образование», 2004. С. 667.

⁵ Там же. С. 863.

⁶ Там же. С. 156.

⁷ Даль, В. И. Толковый словарь русского языка : иллюстрированное издание / В. И. Даль. М. : Эксмо, 2012. С. 709.

обеспечивающих осуществление этим лицом деятельности по удовлетворению общественных потребностей.

Введение категории «деловая репутация» является во всех отношениях рациональным и последовательным шагом законодателя в условиях рыночной экономики, когда у каждого производителя, предпринимателя и любого другого участника имущественных отношений есть стабильный интерес в поддержании и упрочении своего имиджа добросовестного партнера и ответственного контрагента. Поэтому для юридических лиц деловая репутация является одним из условий их благополучной как экономической, так и любой другой осуществляющей ими деятельности¹.

В теории гражданского права существует плюрализм мнений относительно определения деловой репутации.

С позиции А. М. Эрдевского, деловая репутация складывается именно в результате общественной оценки деятельности по удовлетворению общественных потребностей. Ко всему прочему, репутация юридического лица, в отличии от репутации физического лица, всегда является деловой, ввиду того, что заранее определенной целью создания юридического лица является участие собственно в деловых отношениях и, как следствие, любые качества юридического лица неизбежно становятся деловыми².

С точки зрения А.П. Сергеева, деловая репутация есть сложившееся в результате оценки профессиональных качеств представление о лице³. Двойственное толкование данного понятия приводит З.В. Каменева, которая полагает, что под деловой репутацией в расширительном толковании понимается оценка обществом профессиональных, должностных качеств физических и юридических лиц, в независимости от их участия в деловом обороте. В свою очередь, когда оценка деловых качеств участников ставится в зависимость от их участия в деловом обороте – это уже деловая репутация в узком ее понимании⁴.

Однако, анализируя данные точки зрения, можно заметить, что акцент ставится на профессиональные и должностные качества, обладателями которых могут быть только граждане. В тоже время, если деловая репутация принадлежит только тем лицам, которые могут быть участникам делового оборота (узкий подход), то есть юридическим лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность, то очевидна внутренняя противоречивость данной концепции.

Согласно мнению Л.О. Красавчиковой, деловая репутация – это сложившееся общественное мнение о профессиональной, производственной,

¹ Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. М. : Статут, 2017. Гл. 9. С. 162.

² Эрдевский, А. М. О правовой природе деловой репутации [Электронный ресурс] / А. М. Эрдевский. – Режим доступа: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/26254>.

³ Сергеев, А. П. Гражданское право: учебник в 3 т. Т. 1 / А. П. Сергеев, Ю. К. Толстой. М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. С. 380.

⁴ Каменева, З. В. Деловая репутация как объект гражданского права / З. В. Каменева // Адвокат. 2014, № 5. С. 19.

торговой, посреднической и любой иной, включая предпринимательскую, деятельность лица причем как физического, так и юридического¹.

М.Н. Малеина воспринимает деловую репутацию как сложившийся набор качеств, характеристик и оценок, в соответствии с которыми их носитель воспринимается другими участниками и идентифицируется в конкретной сфере среди остальных профессионалов². Как средство персонализации лица, позволяющее определить особенности, формирующие его положение и позволяющие ограничить его от других в конкретной сфере, деловую репутацию оценивает и А.А. Власов³.

Иная позиция у А.Л. Анисимова, который рассматривает деловую репутацию юридического лица как некий социальный престиж, то есть относительную оценку социального положения юридического лица, зафиксированную в общественном мнении⁴. И.В. Тюленев, также как и многие, признает в деловой репутации сложившееся общественное мнение о деятельности юридических лиц⁵.

Признаками деловой репутации являются неотчуждаемость от личности ее носителя и динамичность. Выделяется еще один признак деловой репутации – возможность ее стоимостной оценки. В соответствии с п. 1, п. 2 ст. 1042 ГК РФ «вкладом товарища признается все то, что он вносит в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи», при этом денежная оценка вкладов производится по соглашению между товарищами. Кроме того, при обращении к Приказу Министерства Финансов РФ от 27.12.2007 г. № 153н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» (далее – Приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н), можно установить, что деловая репутация рассматривается не просто как некое материальное благо, а относится к нематериальным активам конкретной организации. Так, для целей бухгалтерского учета с помощью расчетов определяется оценочная стоимость деловой репутации, как «разница между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса, и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его приобретения»⁶.

¹ Красавчикова, Л. О. Понятие и система личных неимущественных прав граждан в гражданском праве Российской Федерации [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Красавчикова Лариса Октябрьевна. Екатеринбург, 1994. С. 15. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

² Малеина, М. Н. Личные неимущественные права граждан (понятие, осуществление и защита) : автореф. дис. ... д-ра. юрид. наук : 12.00.03 / Малеина Марина Николаевна. М., 1997. С 220.

³ Власов, А. А. Проблемы судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации / А. А. Власов. М. : Изд-во им. Сабашниковых С. 13.

⁴ Анисимов, А. Л. Указ. соч. С. 32.

⁵ Тюленев, И. В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Тюленев Игорь Викторович. М., 2010. С. 31-32. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

⁶ Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н (ПБУ 14/2007) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод, что возможна приблизительная стоимостная оценка деловой репутации, выраженная в эквивалентной денежной сумме.

Кроме того, имеет значение, какая у лица репутация – положительная или отрицательная. Под положительной деловой репутацией в Приказе Минфина России от 27.12.2007 № 153н понимается преобладание позитивных установок в общественной оценке качеств лица, а под отрицательной – соответственно противоположное, то есть преимущество отрицательных установок в общественной оценке качеств лица. Как положительная, так и отрицательная деловая репутация выражаются в финансовой деятельности юридического лица. Так, проявлением положительной репутации юридического лица может выступать повышение или надбавка к цене, отрицательной, в свою очередь – скидка или понижение цены для контрагента. Поскольку только положительная деловая репутация может ущемляться распространением порочащих сведений, не соответствующих действительности, то в научных источниках она единственная выступает объектом правовой защиты¹. При этом, согласно п. 10 ст. 152 ГК РФ защита деловой репутации возможна при распространении любых ложных сведений, а значит, что и положительных в том числе. Из этого можно сделать вывод о том, что объектом правовой защиты является положительная деловая репутация юридического лица при распространении абсолютно любых ложных сведений, какую бы оценочную характеристику эти сведения не имели².

Под деловой репутацией юридических лиц, в отличие от деловой репутации физических лиц, понимается, во-первых, восприятие лица в деловой среде: его 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; во-вторых, деловая репутация юридического лица – это имидж, то есть его образ в глазах широкой общественности будь то контрагенты или средства массовой информации, который формируется на протяжении периода всей его деятельности³.

Относительно правовой природы деловой репутации К.И. Скловский отмечает следующее: «деловая репутация имеет неюридическое происхождение, а закон лишь охраняет право на деловую репутацию, но не

¹ Барсукова, В. Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий / В. Н. Барсукова // Ученые записки юридического факультета. 2015, № 37(47). С. 9.

² Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 21–22. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

³ Колосова, В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны [Электронный ресурс] / В. И. Колосова, Т. Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского университета им. 1-И.И. Лобачевского. 2011, № 3 (1). С. 260. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

создает ее»¹. Данная позиция полностью согласуется с отсутствием непосредственного законодательного регулирования процесса формирования деловой репутации, поскольку нормативно регулируется только охрана и защита уже возникшей деловой репутации.

Также выделяются иные взгляды на правовую природу деловой репутации исходя из ее особенностей.

Согласно первой позиции, по своей природе деловая репутация является личным неимущественным благом, которому свойственен имущественный элемент. Сторонники данной позиции полагают, что деловой репутации неотъемлемо присущи качества любых нематериальных благ, а именно особое основание возникновения, способность индивидуализировать лицо, нематериальность, однако собственное нематериальное содержание у деловой репутации отсутствует. Данный вывод основывается на рассмотренном ранее признаке деловой репутации – возможности ее стоимостной оценки, а также на возможности ее передачи и отчуждения, в следствие чего относить ее к сугубо нематериальным благам не представляется возможным².

Заслуживающей внимания представляется точка зрения А.В. Жданова, который усматривает в деловой репутации лишь термин, используемый в законодательстве, тогда как на практике он представляет соединение нематериального и материального блага. Если нематериальное благо неотчуждаемо по своей природе и его невозможно оценить, то материальное благо как раз и состоит в определенном денежном выражении, надбавка которого зависит от общественной оценки. Двойственность природы обосновывается реальной возможностью оценки организацией обществом, что свидетельствует о наличии такого нематериального блага как деловая репутация, в то время как передача и возможность эквивалентной денежной оценки репутации организации противоречит сущности нематериальных благ в целом³.

Иное мнение относительно правовой природы делово репутации у А.А. Тимерханова, который относит деловую репутацию к результатам интеллектуальной деятельности. Автор обосновывает свою позицию, во-первых, имущественным характером (полагаю, имеется ввиду все та же возможность эквивалентного денежного выражения), возможностью предоставления в пользование третьим лицам (что схоже с возможностью передачи, отмечаемой авторами предыдущей позиции), а также А.А.

¹ Скловский, К. И. Об ответственности средств массовой информации за причинение вреда деловой репутации [Электронный ресурс] / К. И. Скловский // «Хозяйство и право». 2005, № 3. – Режим доступа: <http://center-bereg.ru>.

² Карайчева, О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Карайчева Ольга Владимировна. Краснодар, 2014. С. 56–57. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

³ Жданов, А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа / А. В. Жданов // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. 2012, № 12. С. 98.

Тимерхановым делается акцент на схожести и корреляции со средствами индивидуализации юридического лица, предприятий, товаров, работ и услуг¹.

Сторонники следующей позиции, а именно промежуточного положения деловой репутации между нематериальными благами и объектами интеллектуальной собственности, основывают свои доводы на выделении их общих и отличительных особенностей. Так, к общим особенностям авторы относят возможность индивидуализации юридического лица, соответствие цели получения прибыли, изменение имущественного положения лица в худшую сторону при посягательстве как на деловую репутацию, так и на объекты интеллектуальной собственности². Среди отличительных черт выделяется то, что существование интеллектуальной собственности подчинено установленным законом временным и территориальным рамкам, в то время как существование деловой репутации не ограничивается ни во времени ни в территории действия³.

Ввиду многогранности представленных позиций интересно также отметить, что некоторые авторы, в частности О.Ш. Аюпов, не считают существующие в теории точки зрения достаточно аргументированными, чтобы отказаться от того, что прямо указано законодателем⁴.

Исходя из рассмотренных точек зрения относительно правовой природы, можно выделить дополнительные характеризующие признаки деловой репутации, которые не противоречат ни одной из них.

Прежде всего, деловая репутация – это несомненно благо, в независимости от ее отнесения к одному из конкретных видов благ, которое не может существовать отдельно от юридического лица. Кроме того, она способна индивидуализировать юридическое лицо среди остальных. В следствие того, что отдельного права собственности на такое благо как деловая репутация не возникает, то и самостоятельно фигурировать в гражданском обороте деловая репутация не способна. Основой возникновения и существования деловой репутации служит такой нематериальный фактор как общественное мнение, в связи с чем ей и присущи способы защиты нематериальных благ.

На основании выделенных характеристик, считаю обоснованным согласиться с законодателем в отнесении деловой репутации к нематериальным благам ввиду ее нематериальной правовой природы.

¹ Тимерханов, А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Тимерханов Артур Анварович. М., 2012. С. 21–22. – Режим доступа: <http://law.edu.ru>.

² Гусалова, А. Р. Гражданско-правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] / А. Р. Гусалова // Бизнес в законе. 2010, № 2. С. 68. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>

³ Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие [Электронный ресурс] / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова, Д. В. Афанасьев, А. С. Ворожевич. М. : Статут, 2015. С. 25 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

⁴ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 16. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

Установив правовую природу деловой репутации юридического лица также целесообразно разграничить ее с правовой природой деловой репутации физического лица.

В соответствии с п. 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ 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 Пленума ВС РФ № 3) право на защиту деловой репутации граждан признается их конституционным правом, в то время как деловая репутация юридических лиц – это лишь одно из условий их успешной деятельности¹.

Ввиду того, что юридическое лицо является специально созданным для участия деловом обороте субъектом, деловая репутация служит лишь в соответствии с его назначением, удовлетворяя интересы и реализуя цели, ради которых конкретное юридическое лицо и создавалось. Эта особенность также свидетельствует о разной правовой природе деловой репутации физических и юридических лиц.

Разная правовая природа деловой репутации породила разницу в ее способах защиты для юридических и физических лиц. Так, только физическое лицо наделяется законодателем таким способом защиты деловой репутации как компенсация морального вреда (п. 11 ст. 152 ГК РФ).

Подводя итог вышесказанному, можно дать следующее определение понятию «деловая репутация юридического лица» - это нематериально благо, принадлежащее юридическому лицу, основывающееся на общественном мнении о деловых качествах этого лица, сложившихся в результате служебной, профессиональной, общественной, производственной или иной деятельности.

1.2 Правовой механизм регулирования деловой репутации юридических лиц в российском праве

Под механизмом правового регулирования понимается система юридических средств, при помощи которых осуществляется правовое воздействие на общественные отношения. Определение механизма правового регулирования позволяет выделить и показать место и роль каждого юридического средства как в отдельности, так и во взаимосвязи с другими средствами².

Поэтому рассмотрение правового механизма регулирования деловой репутации юридических лиц в российском праве имеет важное значение для определения места и роли данного юридического средства.

¹ О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

² Курс лекций по теории государства и права / В. М. Шафиров, И. Д. Мишина, А. А. Рудаков, В. Ю. Панченко, А. А. Петров, Е. М. Шайхутдинов. Красноярск. С. 229.

Значение права на деловую репутацию юридического лица состоит в том, что это лицо имеет «обеспеченную законом возможность требовать от других лиц, чтобы оценка его личности, дел и поступков опиралась на реальные обстоятельства и не искалась порочащими сведениями, не соответствующими действительности»¹.

Провозглашение Российской Федерации демократическим правовым государством должно согласовываться с достижением и поддержанием в этом государстве высокого уровня реализации и защиты прав и свобод, в том числе и права на деловую репутацию, которым наделяются не только физические, но и юридические лица².

Право на защиту деловой репутации является основой формирования мнения о профессиональной деятельности субъекта независимо от внешнего воздействия, при этом оно предоставляет возможность ликвидации препятствий в создании положительного делового имиджа, а также способствует компенсации потерь, являющихся последствием правонарушения.

Поскольку «право» как категория юридической науки может рассматриваться в объективном и субъективном смыслах, то имеет значение рассмотреть право юридического лица на деловую репутацию с этих двух позиций.

О.Ш. Аюпов видит объективный смысл рассматриваемого права в том, что оно представляет из себя совокупность норм, регулирующих отношения, которые формируются в отношении деловой репутации организации³.

В соответствии со ст. 152 ГК РФ, носителями права на деловую репутацию и одновременно права на ее защиту являются все юридические лица, вне зависимости от характера осуществляющей деятельности и их организационно-правовой формы

Субъективное право юридического лица на деловую репутацию это обеспеченная законом мера возможного поведения управомоченного лица, которая соединяет правомочия по ее использованию, а также требования определенного поведения от обязанных лиц и правомочия на защиту своей деловой репутации⁴.

Кроме приведенного понимания субъективного смысла права юридического лица на деловую репутацию, также его содержание усматривают в мере обладания особым социальным благом, которое

¹ Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. М. : Статут, 2017. Гл. 9. С. 163.

² Безроднова, К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан / К. В. Безроднова // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Право. 2013, № 1. С. 12–13.

³ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 27. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

⁴ Собко, Т. С. Право юридических лиц на гражданско-правовую защиту деловой репутации [Электронный ресурс] / Т. С. Собко // Законность и правопорядок в современном обществе. 2011, № 3. С. 107–108. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

представляет некую юридическую гарантию, предоставленную субъектам права законом в силу их социально-экономической потребности¹.

Профессор В.П. Грибанов отмечает, что любое субъективное гражданское право является «мерой возможного поведения уполномоченного лица», которая наделяет это лицо возможностями, во-первых, совершать определенные положительные действия по осуществлению своего права, во-вторых, требовать определенного поведения от обязанного лица, в-третьих, обращаться в суд с требованием о защите права при его нарушении².

Позиция профессора О.С. Иоффе в свою очередь сводится к тому, что содержание субъективного права включает в себя не только обеспечение определенного поведения обязанных лиц и возможность совершения действий уполномоченным лицом, но также и интерес, удовлетворение которого предопределяется его существованием³.

Учитывая рассмотренные доктринальные позиции, можно констатировать, что содержание любого субъективного права включает в себя определенные правомочия в процессе осуществления этого права. Определение этого содержания представляется выстроенным исходя из совокупности норм материального и процессуального права, устанавливающих основания применения мер правоохранительного характера, их содержание, уполномоченных субъектов и порядок применения.

Опираясь на рассмотренную правовую природу и позиции корифеев гражданского права, представляется возможным установить содержание субъективного гражданского права юридического лица на деловую репутацию. Прежде всего, оно состоит из правомочий, предусмотренных ст. 152 ГК РФ, которая распространяет нормы о гражданско-правовой защите деловой репутации, предоставленной гражданам, на юридических лиц. Так, согласно ст. 152 ГК РФ гражданин вправе требовать опровержения порочащих его деловую репутацию сведений, а также наряду с опровержением вправе требовать возмещения убытков и компенсации морального вреда, причиненных распространением таких сведений. Кроме того, гражданин вправе требовать признания распространенных сведений не соответствующими действительности, при установлении распространителя таких сведений и вправе требовать опубликования своего ответа при распространении порочащих сведений через средства массовой информации, причем в том же источнике распространения. П. 11 ст. 152 ГК РФ распространяет перечисленные выше правомочия, за исключением компенсации морального вреда, на юридическое лицо⁴.

¹ Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 21–22.

² Грибанов, В. П. Осуществление и защита гражданских прав / В. П. Грибанов. М. : «Статут», 2000. С. 106.

³ Иоффе, О. С. Из истории цивилистической мысли // Избранные труды по гражданскому праву: из истории цивилистической мысли. Гражданские правоотношения. Критика теории хозяйственного права. / О. С. Иоффе. М., 2000. С. 508.

⁴ Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 22.

Основываясь на подходе профессора В.П. Грибанова, А.А. Тимерханов определяет содержание субъективного гражданского права юридического лица на деловую репутацию следующим образом:

1. Юридическое лицо правомочно осуществлять самостоятельное управление своей деловой репутацией: передавать право на нее иным субъектам гражданского оборота, формировать деловую репутацию за счет собственных положительных действий, то есть правомочно на осуществление собственных активных действий;

2. Юридическое лицо правомочно требовать объективной оценки своих профессиональных качеств от обязанных субъектов, вправе препятствовать распространению ложных сведений о своих профессиональных качествах, при предоставлении права на деловую репутацию – использовать ее в пределах, определенных в договоре с правообладателем и воздерживаться от любых посягательств на предоставленное право;

3. Юридическое лицо правомочно пресекать нарушения своего права на деловую репутацию, защищать свое право при совершении любых посягательств на нее третьих лиц. Цель данного правомочия состоит в возложении обязанности на правонарушителя по совершению определенных восстановительных действий¹.

Стоит отметить, что в третьем правомочии автор предлагает выйти за пределы защиты, установленные законом. Так, нормой предусмотрена защита деловой репутации только в случае распространения порочащих сведений, не соответствующих действительности, что, по мнению А.А. Тимерханова, излишне сужает пределы защиты².

Право на деловую репутацию в силу своих характеристик можно отнести к абсолютным субъективным правам, поскольку праву управомоченного лица корреспондирует обязанность неопределенного круга лиц, состоящая в воздержании от посягательств на деловую репутацию этого управомоченного лица³. Имеет смысл заметить, что при предоставлении права на деловую репутацию в пользование другим субъектам возникает иное, относительное правоотношение, существующее в рамках основного регулятивного отношения⁴.

Кроме реферированной точки зрения относительно содержания права на деловую репутацию существуют и иные, согласиться с которыми без критического анализа затруднительно.

Так, согласно другой позиции, право на деловую репутацию состоит из правомочий обладания, использования и распоряжения⁵. Как справедливо

¹ Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 22.

² Там же. С. 22.

³ Гусалова, А. Р. Указ. соч. С. 69.

⁴ Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 22.

⁵ Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие [Электронный ресурс] / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова, Д. В. Афанасьев, А. С. Ворожевич. М. : Статут, 2015. С. 28. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

отмечает О.Ш. Аюпов, выделение «обладания» в качестве отдельного правомочия не имеет самостоятельной функциональной нагрузки и более применимо в вещному праву, где данное правомочие выражается в фактическом обладании вещью¹. Кроме того, правомочие распоряжения также неприменимо к деловой репутации, ведь определять юридическую судьбу своей деловой репутации уполномоченный обладатель не может: для него невозможным является ее уничтожение, отказ от деловой репутации, передача или иное отчуждение. Деловая репутация следует судьбе самого юридического лица, поэтому и существует пока существует само уполномоченное лицо².

Вытекающим из периода существования деловой репутации является спорный вопрос о моменте возникновения деловой репутации у юридического лица. Одни авторы связывают возникновение деловой репутации с моментом начала осуществления юридическим лицом фактической деятельности³. При этом до начала осуществления фактической деятельности юридическим лицом, оценка деловой репутации обществом и контрагентами невозможна, ее необходимо сформировать и выработать в результате деятельности, поскольку деловая репутация представляет из себя неимущественный результат этой деятельности⁴. В то же время, являются неопределенными вопросы о составляющих фактической деятельности и начале этой деятельности: признается ли заключение одной сделки началом или требуется несколько таких сделок, входят ли в деятельность анализ и разрешение внутриорганизационных вопросов⁵?

Эти вопросы породили формальную неопределенность, которая зачастую на практике приводит к негативным последствиям. Например, первостепенным при судебной защите деловой репутации будет доказывание факта возникновения этой репутации у уполномоченного лица. Однако, существует вероятность возникновения посягательств в так называемый «период беззащитности» деловой репутации, когда организация была только создана, что негативно повлияет на складывание репутации при дальнейшей деятельности организации⁶.

Исходя из вышеизложенного, целесообразно согласиться с авторами, которые полагают, что возникновение деловой репутации связано с моментом создания юридического лица. Согласно п.8 ст. 51 ГК РФ юридическое лицо считается созданным, со дня внесения соответствующей записи в единый государственный реестр юридических лиц (далее - ЕГРЮЛ).

¹ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 42–43. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

² Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 97.

³ Там же. С. 97.

⁴ Эрделевский, А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. М. : ВолтерсКлувер, 2004. С. 156.

⁵ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 31. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

⁶ Там же. С. 31.

Таким образом, ввиду точного определения в законодательстве момента создания юридического лица, отпадает бремя доказывания возникновения деловой репутации. С данным мнением согласуется позиция О.Ш. Аюпова, который считает, что возникновение деловой репутации происходит посредством оценивания этого лица обществом при распространении первых сведений о нем, появляющихся при создании организации. Более того, так как с момента создания организации сведения о ней вносятся в ЕГРЮЛ и в Единый федеральный реестр сведений о фактах деятельности юридических лиц, то есть становятся общедоступными, то субъективное право на деловую репутацию у юридического лица возникает с момента его создания¹.

Подводя итог вышесказанному, можно подчеркнуть, что защита права юридического лица на деловую репутацию гарантируется государством и берет свое начало в Конституции РФ, а также в ратифицированных международных соглашениях. Рассматриваемое право является абсолютным субъективным правом юридического лица, возникающим с момента его создания. Содержание данного права представлено правомочиями самостоятельного управления своей деловой репутацией, требованиями объективной оценки своих профессиональных качеств от обязанных субъектов и воздержания от любых посягательств на свою репутацию, а также правомочия по защите своего права при нарушении.

¹ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 31. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>. С. 31.

Глава 2. Осуществление гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица

Согласно ст. 152 ГК РФ сущность гражданско-правовой защиты деловой репутации юридического лица состоит в праве, принадлежащем этому лицу требовать опровержения сведений, порочащих деловую репутацию по суду в случае, если распространитель таких сведений не докажет их действительность.

Законодатель в ст. 152 ГК РФ лишь частично упоминает функцию опровержения как обоснованное отрицание сведений, не раскрывая при том полностью термин «опровержение». Указанное отрицание в теоретическом смысле может исходить как от лица, в отношении которого распространяются не соответствующие действительности сведения, так и от распространителя этих сведений. Очевидно, что если информация отрицается ее распространителем, то такое опровержение воспринимается как более значимое и достоверное, поскольку исходит от источника информации. Ввиду того, что желание компенсировать доставленные помрачением репутации неудобства путем принесения извинений и иных реабилитационных для отношений участников процедур возникает далеко не у каждого распространителя, законом устанавливаются соответствующие права и обязанности для сторон рассматриваемой конфликтной ситуации¹.

Так, юридическое лицо наделяется правом требования опровержения не соответствующей действительности информации по суду, а на распространителя возлагается корреспондирующая обязанность опровергнуть такие сведения, при недоказанности их соответствия действительности².

Из отмеченного выше следует, что осуществление гражданско-правовой защиты юридического лица заключается в возникновении и дальнейшей реализации охранительного правоотношения, в котором пострадавшая сторона наделяется правом требования опровержения, в том числе через суд, а распространитель, в свою очередь, обязан предоставить это опровержение пострадавшей стороне.

2.1 Основания возникновения права на защиту юридического лица, при распространении сведений порочащих деловую репутацию

Согласно действующему законодательству, возможность применения мер защиты основывается на факте нарушения права. Так, для возникновения охранительного правоотношения по защите деловой репутации юридического лица, в первую очередь, необходимо наличие правонарушения, состав которого раскрывается в ст. 152 ГК РФ. В соответствии с содержанием указанной нормы, право на защиту деловой

¹ Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. М. : Статут, 2017. Гл. 9. С. 164.

² Там же. С. 164.

репутации возникает у юридического лица при наличии следующего комплекса условий: факт распространения сведений о юридическом лице; порочащий характер распространяемых сведений; не соответствие порочащих сведений действительности. Кроме того, в теории выделяются еще такие условия защиты как возможность идентификации оспариваемых сведений с конкретным юридическим лицом и распространение порочащих сведений третьим лицом¹.

Для понимания значимости и роли оснований возникновения права на защиту, остановимся на более детальном рассмотрении каждого из них в отдельности.

Факт распространения сведений о юридическом лице.

В соответствии с абз. 2 п. 7 Постановления Пленума ВС РФ № 3 под распространением порочащих деловую репутацию сведений надлежит 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, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу». Не признается распространением сообщение сведений лицу, которого они непосредственно касаются.

Существует позиция, согласно которой для осуществления гражданско-правовой защиты деловой репутации и возникновения охранительных правоотношений не имеет значения в какой форме и с помощью какого способа изложения данная информация распространялась, круг и количество лиц, до сведения которых данная информация была доведена. В роли достаточного основания выступает сам факт распространения сведений².

Относительно незначительности количества лиц, которым стала известна порочащая информация, принципиальные споры в доктрине отсутствуют. Так, А.В. Шишенина приходит к выводу о том, что пусть даже не соответствующие действительности сведения стали известны только одному третьему лицу и в дальнейшем эти сведения им не были сообщены кому-либо другому посредством любого из способов, а также не доведены до общественного достояния, то основание для опровержения таких сведений в любом случае возникает³.

Относительно независимости рассматриваемого основания возникновения права юридического лица на защиту деловой репутации от формы и способа изложения сведений необходимо отметить следующее. С точки зрения А.П. Сергеева сведения – это информация об определенном

¹ Собко, Т. С. Указ. соч. С. 107 – 108; Сергеев, А.П. Указ. соч. С. 382.

² Собко, Т. С. Указ. Соч. 107-108.

³ Шишенина, А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан / А. В. Шишенина // Адвокат. 2008, № 7. С. 106.

лице, его качествах, поступках, а также о событиях, которые реально с ним произошли. Относительно такой информации существует возможность применения критериев «фактологического суждения», то есть критериев «истинности» и «ложности». От сведений как информации о фактах следует отличать оценочные суждения, которыми обозначается субъективное мнение третьего лица, отражающее его отношение ко всему объекту целиком (юридическому лицу, в нашем случае) или же к его отдельным характеристикам, признакам, составляющим. Разграничение отмеченных категорий является принципиальным, поскольку оценочные суждения право лица на деловую репутацию нарушить не способны. Ввиду невозможности оценки мнений с точки зрения категорий «истинности» и «ложности», они не устанавливают действительно существующих фактов, а лишь являются отражением внутреннего отношения лица¹. Опровержение оценочных суждений, в отличие от выражения несогласия с ними, оспаривания, отстаивания контрапозиции, никак невозможно. Так, при сравнении организации с каким либо животным или иным объектом, которым организация в реальности априори не способна являться, об опровержении такого мнения и речи быть не может, поскольку и без анализа очевидно, что организация в действительности не может быть, к примеру, голодным львом или прущим напролом носорогом².

Кроме того, Верховный суд Российской Федерации также обращает внимание судов в абз. 3 п. 9 Постановления Пленума № 3 на необходимость различать имеющие место утверждения о фактах, соответствие действительности которых можно проверить, и оценочные суждения, мнения, убеждения, которые не являются предметом судебной защиты в порядке ст. 152 ГК РФ, поскольку они не могут быть проверены на предмет соответствия их действительности, так как являются выражением субъективного мнения и взглядов ответчика.

Так, Арбитражный суд республики Бурятия в одном из своих решений отказывает в удовлетворении исковых требований об опровержении сведений ввиду того, что размещенная в сети Интернет информация содержит лишь предположения автора и его выводные умозаключения, что свидетельствует о субъективном характере такой информации. Также в данном решении отмечается, что для того, чтобы определить, является ли распространенная информация сведениями или в ней содержится субъективное мнение того или лица, необходимо исследовать вопрос о возможности проверки такой информации на ее соответствие объективной действительности, ибо мнения отражают внутреннюю, субъективную оценку описываемой информации конкретного лица и не могут быть подвергнуты подобной проверки³. Таким образом, возможность проверки утверждений о фактах на соответствие действительности является не только их

¹ Сергеев, А. П. Указ. соч. С. 384.

² Там же. С. 385.

³ Решение Арбитражного суда республики Бурятия от 19.06.2018 по делу № А10-3167/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

особенностью, но и главным критерием разграничения категорий «сведения о фактах» и «оценочные суждения».

Невозможность опровержения оценочных суждений также подкрепляется и Конституцией Российской Федерации, гарантирующей в ст. 29 свободу мысли и слова, которая предполагает и возможность свободно выражать свою точку зрения¹.

В то же время, оценочные суждения могут быть предметом судебного оспаривания в рамках ст. 152 ГК РФ, но только при условии их оскорбительного характера. Данный вывод основывается на п. 6 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016².

Таким образом, выявлена зависимость факта распространения сведений о юридическом лице от формы и способа изложения информации в той мере, в которой предметом распространения будет не любая информация, а только «фактологические суждения» и оскорбительные оценочные суждения.

Порочащий характер распространяемых сведений.

В гражданском законодательстве отсутствует легальная дефиниция, позволяющая определить, какие сведения относятся к порочащим. Базируясь на судебном толковании, под порочащими юридическое лицо, в частности, в Постановлении Пленума ВС РФ № 3 понимаются сведения, содержащие утверждения о нарушении этим 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 обычаях делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица. В данном определении Пленума Верховного Суда Российской Федерации используется вводное слово «в частности», которое может иллюстрировать открытость перечня сведений, которые могут быть отнесены судами к порочащим. Представляется, что установить исчерпывающий перечень рассматриваемых сведений является невозможным ввиду объективных причин, поэтому на суды возлагается дополнительная обязанность при рассмотрении споров по ст. 152 ГК РФ в каждом конкретном случае делать вывод о наличии порочащего характера в оспариваемых сведениях или о его отсутствии³.

Более того, по мнению А.П. Сергеева, судам при рассмотрении каждого конкретного дела анализируемой категории следует также учитывать реальные обстоятельства дела, в том числе данные о лице как распространившем сведения, так и о пострадавшем⁴. Также исследователи

¹ Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : от 12.12.1993 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

² Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

³ Собко, Т. С. Указ. Соч. С. 108.

⁴ Сергеев, А. П. Указ. соч. С. 423–425.

защиты деловой репутации отмечают, что судам в таких случаях необходимо действовать сообразно с объективными критериями, учитывать именно нормы законодательства, а не представленную субъективную оценку сведений потерпевшим¹.

Целесообразно, кроме всего прочего, акцентировать внимание на существующем в литературе и подтвержденном в п. 12 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016 положении о том, что к порочащим юридическое лицо сведениям следует относить также и те, которые имеют отношение к учредителям и участникам юридического лица, органам управления и работникам, несмотря на самостоятельность и обособленность организации как субъекта гражданского оборота. По мнению юристов, в ходе своей деятельности указанные лица и органы способны влиять на мнение об организации, ее имидж и оценку в глазах общественности, что также не может не учитываться при рассмотрении споров о защите деловой репутации в судебном порядке². В указанном выше Обзоре указывается, что при проверке влияния порочащих перечисленных ранее субъектов сведения на деловую репутацию организации в целом, требуется оценить характер таких сведений. При этом, когда порочащие сведения умаляют репутацию физического лица именно как связанного с организацией субъекта (как руководителя, участника, работника), то они автоматически влияют на деловую репутацию самого юридического лица, поскольку «единоличный исполнительный орган общества действует от имени общества в гражданском обороте и его репутация неизбежно ассоциируется с репутацией общества».

Так, в решении от 02.08.2018 Арбитражный суд Красноярского края удовлетворил требования истца о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведения, размещенные в сети «Интернет» о руководителе федерального государственного унитарного предприятия и о предприятии в целом. В решении отмечено, что «деловая репутация организации может быть нарушена путем распространения порочащих сведений как о самой организации, так и о лицах, входящих в органы управления организацией, а также о работниках этой организации». Кроме того, поскольку в размещенной информации содержались сведения как о руководителе, так и о самом юридическом лице, суд счел важным указать, что «сложившаяся судебная практика исходит из возможности защиты юридическим лицом своей деловой репутации из-за распространения порочащих сведений о руководителе. При этом порочащие

¹ Карасик, Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения [Электронный ресурс] / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. 2013, №5. С. 128. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

² Фроловский, Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица / Н. Г. Фроловский // Законы России: опыт, анализ, практика. 2012, № 4. С. 50 – 51; Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие [Электронный ресурс] / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова, Д. В. Афанасьев, А. С. Ворожевич. М. : Статут, 2015. С. 52–53 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

сведения могут быть распространены как о руководителе, так и о самом юридическом лице, т.е. носить «смешанный» характер»¹.

Стоит отметить наличие порочащего характера распространяемых сведений не является обязательным условием. Порочащий характер может отсутствовать, при этом наличия описанного ниже условия, а именно – не соответствия распространенных сведений действительности, будет достаточно, чтобы эффективно прибегнуть к защите деловой репутации. Данный вывод основан на существующем в литературе понятии «недостоверной репутации», которое ограничивается от понятия «опороченная репутация». «Недостоверная репутация» возникает при распространении информации, которая пусть и не порочит деловую репутацию, но является недостоверной². Защита деловой репутации от распространения недостоверных сведений предусмотрена в силу закрепления в п. 10 ст. 152 ГК РФ условия о том, что при распространении любых не соответствующих действительности сведений судом могут быть применены нормы о защите деловой репутации.

В действительности, в случаях, когда распространяемая о юридическом лице информация положительна со всех сторон, однако должна по своей природе, закономерно возникновение сложностей при осуществлении организацией своей деятельности и конфликтов с другими участниками рыночных отношений.

Не соответствие распространенных сведений действительности.

В соответствии с абз. 4 п. 7 Постановления Пленума ВС РФ № 3 под не соответствующими действительности сведениями понимаются «утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения». Также в Постановлении отмечается, какие сведения не могут рассматриваться в качестве не соответствующих действительности. К ним относятся: «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».

В литературе дополнительно отмечается, что признаваться не соответствующими действительности не могут сведения, извлеченные из официальных источников, а затем распространенные или опубликованные в средствах массовой информации³.

Важно подчеркнуть, что несоответствие распространенных сведений действительности является необходимым условием удовлетворения иска о защите деловой репутации юридического лица. Бремя доказывания обратного, то есть соответствия распространенных сведений

¹ Решение Арбитражного суда Красноярского края от 02.08.2018 по делу № А33-3901/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

² Тимерханов, А. А. Указ. соч. С. 101–102.

³ Тяпухин, С. В. О защите деловой репутации / С. В. Тяпухин // Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. 2014, № 2. С. 56.

действительности, возлагается на ответчика. Исходя из перечисленного можно сделать вывод, что в п. 1 ст. 152 ГК РФ закрепляет презумпцию несоответствия действительности распространенных порочащих сведений¹.

Так, в одном из своих решений от 30.08.2018 Арбитражный суд Красноярского края отказал в удовлетворении исковых требований обществу с ограниченной ответственностью о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений, поскольку суд пришел к убеждению, что совокупность юридически значимых обстоятельств, свидетельствующих о том, что ответчик распространил не соответствующие действительности сведения, не находит подтверждение в материалах дела. Таким образом, поскольку ответчик предоставил все необходимые доказательства соответствия действительности распространяемых им сведений, а именно: ролик репортажа, подтверждение нахождения истца по указанному в репортаже адресу, не внесение арендной платы истцом по причине предоставления данного помещения управляющей компании в безвозмездное пользование, а истцом, в свою очередь обратного не было доказано, суд вынес решение в пользу ответчика².

Помимо указанного, согласно п. 7 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016 лицо, являющееся распространителем сведений, освобождается от ответственности, если будет установлена действительность этих сведений. В дополнение ко всему, не требуется доказывать соответствие объективной действительности каждого отдельно взятого слова или фразы во всем высказывании.

В рамках рассмотрения вопроса соответствия распространяемых сведений действительности особое место занимает институт диффамации, который бы известен еще дореволюционному гражданскому праву России.

Термин «диффамация» встречается и в Постановлении Пленума ВС РФ № 3, к которому вынуждены уже неоднократно обращаться. Так, в абз. 5 п. 1 отмечено, что понятие диффамации, используемое Европейским судом по правам человека в своих постановлениях, тождественно соотносится с понятием «распространение не соответствующих действительности порочащих сведений», которое закрепляется в ст. 152 ГК РФ.

Однако, в юридической литературе существуют дифференцированные точки зрения относительно содержания понятия «диффамация». К примеру, С.В. Потапенко под «диффамацией» рекомендует понимать распространение только ложных порочащих сведений³. Иная, расширительная позиция, у А. М. Эрделевского, который выделяет три вида диффамации относительно соответствия распространенных сведений действительности и субъективного

¹ Карасик, Л. В. Указ. соч. С. 129.

² Решение Арбитражного суда Красноярского края от 30.08.2018 по делу № А33-10190/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

³ Потапенко, С. В. Судебная защита от диффамации в СМИ [Электронный ресурс] / С. В. Потапенко // Труды по интеллектуальной собственности. 2000, № 1. С. 49. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.

отношения самого распространителя к своим действиям. Автор систематизирует диффамацию в следующие группы:

1. «умышленная недостоверная диффамация» – то есть распространение заведомо ложных порочащих сведений;
2. «достоверная диффамация» – то есть распространение правдивых порочащих сведений;
3. «неумышленная недостоверная диффамация» – то есть неумышленное распространение ложных порочащих сведений¹.

Исходя из приведенного анализа можно констатировать, что российский законодатель допускает защиту деловой репутации юридических лиц только от недостоверной диффамации. Относительно достоверной диффамации можно отметить, что при ее распространении в действующем законодательстве Российской Федерации ответственность не предусмотрена. Получается, что при распространении порочащих, но действительных сведений, они не подлежат оспариванию и опровержению в общем порядке защиты деловой репутации, предусмотренном ст. 152 ГК РФ.

Возможность идентификации оспариваемых сведений с конкретным юридическим лицом.

Данное положение выделяется на основании того факта, что при невозможности соотнесения оспариваемых порочащих сведений с конкретным юридическим лицом, у потерпевшей стороны основания возникновения права на защиту своей деловой репутации и не может возникнуть².

Так, широко известным общественности является дело, рассматриваемое Федеральным арбитражным судом Московского округа, поводом к которому послужил сюжет программы первого канала «Контрольная закупка». В одном из магазинов съемочная группа обнаружила большое количество просроченных продуктов. Владелец сети магазинов пришел к выводу, что распространенная информация является недостоверной и порочащей его деловую репутацию, в следствие чего решил обратиться с исковым заявлением о защите деловой репутации к ОАО «Первый канал» и ООО «Зеленая студия». Однако в удовлетворении иска владельцу было отказано в полном объеме, поскольку из анализа содержания телепередачи суд пришел к выводу об отсутствии в сюжете сведений, позволяющих идентифицировать торговую сеть истца (все наименования и товарные знаки, логотипы организации были заштрихованы редакторами программы)³.

Распространение порочащих сведений третьим лицом

Порочащие, не соответствующие действительности сведения должны быть распространены именно третьим лицом, в силу того обстоятельства, что распространение данных сведений лицом о самом себе не приводит к нарушению условий объективности формирования мнения об этом лице. Как

¹ Эрделевский, А. М. Диффамация / А. М. Эрделевский // Законность. 1998, № 12. С. 13.

² Собко, Т. С. Указ. соч. С. 108.

³ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 22.11.2013 № Ф05-14721/2013 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

справедливо отмечается в доктрине, указанное распространение информации о себе находится в пределах поведения этого лица по формированию и поддержанию своей деловой репутации, которое в дальнейшем и становится предметом общественной оценки¹.

Помимо всех вышеперечисленных оснований возникновения охранительного правоотношения и права на защиту деловой репутации юридического лица, необходимо также отметить существование особой группы, к которым относятся правонарушения, косвенно умаляющие деловую репутацию организации. Косвенными они именуются потому, что причиняют вред иным правам, которые взаимосвязаны с деловой репутацией. Данную группу составляют исключительные права, направленные на индивидуализацию юридического лица: право на фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания².

В литературе связь средств индивидуализации с деловой репутацией юридического лица объясняется следующим образом. Любая организация при осуществлении предпринимательской деятельности фигурирует опосредованно через свое фирменное наименование или товарный знак. В то же время, репутация самого юридического лица неразрывно связана с репутацией его фирменного наименования, под которым организация участвует в гражданском обороте и которое известно широкой общественности. При этом, чем выше окажется репутация фирменного наименования, тем выше будет и деловая репутация организации, обладающей данным средством индивидуализации, в целом. Данное утверждение применимо и для других средств индивидуализации, помимо указанного фирменного наименования. Таким образом, незаконное использование или использование без согласия правообладателя средств индивидуализации влечет и умаление деловой репутации юридического лица. Именно поэтому в описанных ситуациях допустимо рассуждать о наличии правонарушений, которые косвенно причиняют вред деловой репутации³.

Рассмотренное положение относится к содержанию понятия «недобросовестная конкуренция», которой согласно ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ (далее – ФЗ «О защите конкуренции») признаются «любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации»⁴.

¹ Сергеев, А. П. Указ. соч. С. 425.

² Собко, Т. С. Указ. соч. С. 108.

³ Там же. С. 108.

⁴ О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Подводя итого рассмотрению оснований возникновения права на защиту юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию были выявлены и рассмотрены как нашедшие отражение в законе, так и в теории следующие основания: факт распространения сведений о юридическом лице; порочащий характер распространяемых сведений; не соответствие порочащих сведений действительности; возможность идентификации оспариваемых сведений с конкретным юридическим лицом и распространение порочащих сведений третьим лицом. Кроме того, примечательной является также группа оснований, к которой относятся правонарушения, косвенно умаляющие деловую репутацию организации и которая состоит из исключительных прав, направленных на индивидуализацию юридического лица: права на фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания.

2.2 Порядок защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию

В ст. 2 Конституции Российской Федерации закреплено фундаментальное положение о том, что права и свободы человека и гражданина являются высшей ценностью общества, а признание, соблюдение, защита прав и свобод человека и гражданина, в свою очередь, целиком и полностью возлагаются на плечи государства.

Право на честь и достоинство, охрана этого права в действующем законодательстве применительно к гражданам причислены к разряду конституционных принципов, однако рассмотрение корней именно конституционного механизма охраны этого права, позволяет проследить становление и развитие правового механизма регулирования деловой репутации юридических лиц.

Согласно ч. 1 ст. 23 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на защиту «своей чести и доброго имени». Кроме того, в ст. 21 Основного закона подчеркнуто, что достоинство личности охраняется государством и не существует никаких оснований для умаления этого достоинства.

В то же время, ст. 29 Конституции закрепляет гарантию свободы мысли и слова, а также свободы массовой информации. Поскольку в соответствии с ч. 4 ст. 15 Конституции «общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы», то в сфере этих отношений применяются также ст. 19 «Всеобщей Декларации прав человека», провозглашающей такие права как свобода убеждений, свобода их выражения и разглашение информации и ст. 10 «Европейской конвенции о

зашите прав человека и основных свобод», гарантирующей право каждого на свободное выражение своего мнения¹.

Указанные выше права состоят из свободы придерживаться своего мнения и свободы получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных границ. Вместе с тем, ч. 2 ст. 10 «Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод» утверждает возможность ограничений или санкций при осуществлении этих прав вразрез с определенными формальностями и условиями. Эти ограничения предусмотрены законом и необходимы в демократическом обществе «в интересах национальной безопасности, территориальной целостности или общественного порядка, в целях предотвращения беспорядков или преступлений, для охраны здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, либо обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия»².

Кроме того, в соответствии со ст. 1 Закона РФ «О средствах массовой информации» в Российской Федерации поиск, получение, производство и распространение массовой информации не подлежат ограничениям на территории Российской Федерации, за исключением предусмотренных законодательством РФ случаев.

Ввиду того, что закрепленное ст. ст. 23, 46 Конституции Российской Федерации и ст. 152 ГК РФ право каждого на защиту чести, достоинства и деловой репутации от распространения не соответствующих действительности сведений является необходимым для нормального функционирования общества ограничением свободы слова и массовой информации, то при рассмотрении соответствующих вопросов требуется обеспечение баланса между правом на защиту чести и достоинства и иными, гарантированными Конституцией, правами - свободой мысли, слова, массовой информации, права свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любыми законными способами³. Вследствие этого, при разрешении споров о защите чести, достоинства и деловой репутации, судам необходимо всегда помнить о невозможности ограничения права человека на свободу убеждений и свободу массовой информации.

Вышеприведенные нормы Основного закона Российской Федерации реализуются различными отраслями права, в том числе и гражданским. Существенная роль в правильном понимании положений законодательства о

¹ Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] : декларация Генеральной Ассамблеи ООН от 10.12.1948 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>; О защите прав человека и основных свобод [Электронный ресурс] : конвенция Совета Европы от 04.11.1950 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

² Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. М. : Статут, 2017. Гл. 9. С. 162.

³ Там же. С. 162.

защите чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц принадлежит уже упомянутому ранее Постановлению Пленума ВС РФ № 3.

Современное российское законодательство предусматривает, что осуществление защиты деловой репутации юридических лиц возможно несколькими способами.

Во-первых, посредством внесудебного порядка; во-вторых, обращение в суд за защитой нарушенных нематериальных благ прав в порядке гражданского судопроизводства; в-третьих, уголовно-правовой порядок защиты деловой репутации.

Внесудебный порядок защиты чести, достоинства и деловой репутации регламентируется ст. 43-46 Закона РФ «О средствах массовой информации». Характерной особенностью данного порядка защиты нарушенных личных неимущественных прав заключается в предоставлении возможности организации, в отношении которой были распространены не соответствующие действительности и порочащие ее деловую репутацию сведения, требовать непосредственно от редакции опровержения данных сведений или опубликования своего ответа. Подробнее внесудебный порядок раскрывается в параграфах 3.1 и 3.2 в контексте рассмотрения опровержения и ответа как отдельных способов защиты деловой репутации юридических лиц.

Однако, существует мнение, согласно которому такие способы защиты как опровержение и ответ, не составляют внесудебный порядок защиты, а относятся к альтернативному порядку защиты нарушенных прав. По мнению Е.В. Михалевич, поскольку соблюдение внесудебного (претензионного) порядка урегулирования споров принято считать обязательной формой защиты гражданских прав до обращения в суд, а Законом РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» такое обязательное предварительное обращение к средству массовой информации с требованием об опровержении или ответе отсутствует, то отнесение этих способов защиты к внесудебным лишено правового основания¹.

Гражданами и организациями наиболее активно для защиты деловой репутации используется обращение в суд в порядке гражданского судопроизводства, поэтому следует оправданно остановиться на рассмотрении именно данного порядка защиты.

Осуществление защиты прав и законных интересов юридических лиц и граждан через суд является гарантией их защищенности на случай распространения сведений, порочащих их деловую репутацию.

Органами, которым подведомственны споры о защите чести, достоинства и деловой репутации являются суды, в силу гарантированного Конституцией Российской Федерации права граждан на судебную защиту от посягательств на их честь и достоинство. Таким образом, при возникновении

¹ Михалевич, Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей [Электронный ресурс] / Е. В. Михалевич // Юридический мир. 2013, № 4 (196). С. 56. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

свидетельств умаления чести, достоинства и деловой репутации граждан и юридических лиц именно суды уполномочены пресекать распространение таких сведений, осуществлять реальную защиту этого нематериального блага.

Данная категория споров подлежит разрешению в исковом порядке, неотъемлемым условием которого является наличие правового спора. Для определения подведомственности спора о защите деловой репутации необходимо определить в какой именно сфере были нарушены права лицом, которое будет выступать ответчиком по делу. В соответствии с п. 1 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016 и п. 3 Постановления Пленума ВС РФ № 3 в случае, если сфера, в которой допущено правонарушение не связана с предпринимательской деятельностью, то подведомственность рассматриваемой категории дел арбитражным судам исключается, а иск следует подавать соответственно в суды общей юрисдикции. И наоборот, если в деле речь идет о защите деловой репутации в сфере предпринимательской деятельности, то спор будет рассматривать арбитражный суд, при чем в данном случае субъектный состав участников не будет являться существенным фактором определения подведомственности.

Однако не все авторы разделяют позицию законодателя о разграничении подведомственности исключительно по сфере, в которой было совершено правонарушение. Так, С.В. Потапенко полагает, что категория споров о защите деловой репутации не предполагает индивидуального правила подведомственности. По мнению автора, к данной категории подлежат применению общие правила о разграничении подведомственности, а именно по характеру спорных правоотношений и по их субъектному составу¹.

Компетенция судов общей юрисдикции касательно категории споров о защите деловой репутации сводится к сфере трудовых отношений, деятельности некоммерческих организаций и другим. В частности, в суды общей юрисдикции следует подавать иск, если за защитой прав обращается коллегия адвокатов, поскольку адвокатская деятельность не признается предпринимательской².

В силу действующего принципа диспозитивности, инициировать гражданское дело о защите деловой репутации может само лицо, заинтересованное в защите своих прав, а также в виде исключения, в предусмотренных законом случаях, это право предоставляется прокурору, органам государственной власти, органам местного самоуправления, иным организациям и гражданам, о чем свидетельствуют ст. ст. 45, 46 ГПК РФ³.

¹ Потапенко, С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите / С. В. Потапенко // Законодательство. 2014, № 12. – С. 45.

² Петров, В. Как защитить репутацию компании в суде? Новые разъяснения ВС РФ [Электронный ресурс] / В. Петров. С. 63. – Режим доступа: <https://www.vegaslex.ru>.

³ Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 14.11.2002 № 138-ФЗ ред. от 27.12.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Таким образом, истцами по делам об опровержении сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица являются организации, которые полагают, что о них распространены порочащие и не соответствующие действительности сведения. Поскольку в силу п. 1 ст. 56 ГПК РФ каждая сторона должна доказать те обстоятельства, на которые она ссылается как на основания своих требований, на организации, а именно на их органы управления, возлагается обязанность доказать факт распространения оспариваемых сведений ответчиком, а вместе с тем и то, что эти сведения порочат деловую репутацию организации¹.

Ответчиками по искам рассматриваемой категории являются лица, которые осуществили непосредственное распространение оспариваемых сведений. Законодатель закрепил в ГК РФ презумпцию несоответствия действительности распространенных сведений, поэтому оспариваемые сведения признаются ложными пока не будет доказано обратное. В силу п. 1 ст. 152 ГК РФ именно на ответчика возлагается бремя доказывания соответствия действительности сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица.

При распространении оспариваемых сведений в средствах массовой информации, надлежащими ответчиками будут автор и редакция соответствующего издания (или учредитель определенного средства массовой информации в случае, когда статус юридического лица у редакции отсутствует). Кроме того, если имеются обстоятельства, которые могут быть оценены как освобождающие от ответственности за распространение оспариваемых сведений, то к участию в деле должны привлекаться граждане и организации, являющиеся «поставщиками» соответствующих сведений. Стоит добавить, что в случае удовлетворения иска по которому ответчиком является редакция средств массовой информации, обязанность публикации решения суда может быть возложена на редакцию даже при наличии исключающих ее ответственность оснований².

Согласно п. 5 Постановления Пленума ВС РФ №3, если недостоверные и порочащие гражданина сведения от имени организации были распространены работником при осуществлении им профессиональной деятельности (в служебной характеристике), то ответчиком по иску об опровержении оспариваемых сведений будет сама организация. Сам же работник в таком случае от ответственности освобождается.

Когда установить лицо, осуществившее распространение сведений, порочащих деловую репутацию организации невозможно, организация, в отношении которой такие сведения распространены, вправе обратиться в суд с заявлением о признании распространенных сведений не соответствующими действительности. В указанном случае суд вправе по заявлению

¹ Шерстобитов, А. Е. Понятие и виды личных неимущественных прав / А. Е. Шерстобитов // Российское гражданское право. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права : 4-е изд., в 2 т. Т. 1 / Е. А. Суханов. М. : Статут, 2015. Гл. 27. С. 595.

² Жарков, М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке / М. А. Жарков // Советник юриста. 2011, № 7. С. 74–76

заинтересованного лица признать распространенные в отношении него сведения не соответствующими действительности порочащими сведениями на основании п. 6 ст. 152 ГК РФ. При этом такое заявление подлежит рассмотрению в порядке особого производства ввиду отсутствия ответчика.

Относительно порядка опровержения стоит отметить, что если сведения, признанные судом порочащими и не соответствующими действительности распространены в средствах массовой информации, то они должны быть опровергнуты в тех же СМИ в порядке, предусмотренном ст. ст. 43-44 Закона РФ «О средствах массовой информации». К примеру, шрифт опровержения в периодическом печатном издании должен соответствовать шрифту опровергаемого сообщения, сам текст должен быть помещен под заголовком «Опровержение», и располагаться, как правило, на том же месте полосы, что и опровергаемое сообщение или материал. Если опровергаемые сведения были распространены по радио и телевидению, то опровержение должно быть передано в то же время суток и в той же передаче, что и опровергаемое сообщение или материал. При этом объем опровержения не может более чем вдвое превышать объем опровергаемого фрагмента распространенного сообщения или материала, но в то же время он не может быть короче одной стандартной страницы печатного текста (или занимать меньше эфирного времени, чем того необходимо для прочтения ведущим стандартной страницы печатного текста)¹.

У редакции средства массовой информации возникает обязанность в течение месяца со дня получения требования об опровержении либо его текста уведомить в письменной форме заинтересованное юридическое лицо о предполагаемом сроке распространения опровержения, либо об отказе в его распространении с указанием основания отказа в соответствии с перечнем, закрепленным в ст. 45 Закона РФ «О средствах массовой информации».

При распространении порочащих сведений через исходящий от организации документ, в соответствии с п. 3 ст. 152 ГК РФ такой документ должен быть заменен или отозван.

Трудности возникают при необходимости установления надлежащего ответчика при распространении порочащих не соответствующих действительности сведений через сеть «Интернет». В литературе предлагается в таких случаях рассматривать существующую в сети «Интернет» схему отношений. В частности, невозможно привлечь к ответственности регистраторов и провайдеров сайтов за распространение сведений, поскольку их функции ограничены и не связаны с самим распространением. Так, регистраторы ответственны лишь за внесение имени в реестр, за выдачу наименования сайта. Провайдеры в свою очередь занимаются предоставлением доступа к средствам, обеспечивающим хранение данных, которые необходимы уже для дальнейшего размещения информации. Таким образом, регистраторы и провайдеры только создают некую возможность для осуществления действий и размещения сведений в

¹ Шерстобитов, А. Е. Указ. соч. С. 596.

сети «Интернет», поэтому не подпадают под действие рассматриваемой ответственности и не будут являться ответчиками по делам об оспаривании размещенных сведений. Ответственным лицом и, соответственно, надлежащим ответчиком в данном случае будет выступать только сам владелец сайта¹.

Вопрос о привлечении к ответственности по рассматриваемой категории дел администратора сайта решается судами исходя из степени вовлечения данного субъекта в процедуры передачи, обработки, хранения, изменения и контроля информации и ее содержания. Так, когда администратор сайта не влияет на содержание информации и ее целостность, не контролирует ее передачу, распространение и не выбирает получателя, то и вопрос о привлечении данного субъекта к ответственности не может быть поставлен. Тем не менее, данный факт не освобождает от обязанности владельца сайта или уполномоченного им лица после вступления в законную силу решения суда по заявлению потерпевшего осуществить удаление сведений, признанных порочащими и не соответствующими действительности.

Важно подчеркнуть, что согласно позиции, изложенной в Постановлении Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П и «Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» 16.03.2016, возложение на лицо, которое имеет техническую возможность без ущерба для своих прав и законных интересов удалять сведения, признанные судом не соответствующими действительности, представляет собой не меру ответственности за виновное правонарушение, а законный способ защиты права. Поэтому законом предполагается возможность обращения потерпевшего в суд за защитой нарушенного права в случае, если администратор сайта отказывается выполнить эту обязанность в добровольном порядке².

Если оспариваемые сведения распространены иными способами или в других формах, то соответствующий порядок опровержения в каждом конкретном случае устанавливается судом индивидуально. В связи с этим при вынесении решения в пользу истца, суд в резолютивной части обязан указать способ опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений, а также, если требуется, изложить текст такого опровержения, с указанием на то, какие именно сведения не соответствуют действительности, когда и как они были распространены и определить срок, в течение которого оно должно последовать³.

¹ Жданов, А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет / А. В. Жданов // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. 2011, № 11. С. 128–129.

² По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

³ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Рассматривая иски о признании распространенных сведений порочащими и не соответствующими действительности, судам необходимо придерживаться определенного порядка действий. В начале, судам следует установить, действительно ли в распространяемой информации содержатся сведения, умаляющие деловую репутацию истца. Далее, в случае вывода о наличии таких сведений, необходимым этапом является установление их соответствия действительности, то есть определение достоверны они или ложны¹. Для правильной оценки содержания и характера информации суды могут обращаться за помощью к экспертам, обладающим специальными знаниями в сфере лингвистики. Перед экспертом, как правило, могут ставиться следующие вопросы: относятся ли сведения, содержащиеся в тексте к конкретному истцу; выражены ли сведения в форме утверждений о фактах; присутствуют ли в тексте оскорбительные слова или выражения, нарушающие правила делового оборота и деловой этики. Однако вопрос о том, являются ли оспариваемые сведения порочащими деловую репутацию лица выдвигать на разрешение экспертов не следует, он отнесен к прерогативе суда². Если вопрос такого рода будет поставлен перед экспертом, то для дачи ответа на него ему явно придется выйти за пределы предусмотренной законом компетенции, поскольку эксперт не компетентен разрешать вопросы права и правовых последствий оценки доказательств³.

Обращение суда к помощи экспертов нередко способствует более детальному и всестороннему рассмотрению дел. Так, рассматривая одно из дел о защите деловой репутации, Арбитражный суд Свердловской области установил необходимость назначения лингвистической экспертизы, удовлетворяя ходатайство ответчика. Перед экспертом был поставлен комплекс вопросов, а именно: относятся ли сведения, содержащиеся в распространенном тексте к ОАО «Техника и технология товаров»; выражены ли сведения в форме утверждений о фактах или в форме оценочных суждений; присутствуют ли в тексте оскорбительные слова или выражения, нарушающие правила делового оборота и позволяющие дать негативную оценку ОАО «Техника и технология товаров». Эксперт пришел к выводу, что в оцениваемом тексте часть информации представлена в форме фактов-утверждений, а часть в форме мнений и предположений, носящих субъективный характер. Предметом речи в исследуемом тексте статьи являются действия директора ОАО «Техника и технология товаров». Деятельность ОАО «Техника и технология товаров» в тексте статьи не рассматривается, негативная информация в отношении самой организации в

¹ Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие [Электронный ресурс] / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова, Д. В. Афанасьев, А. С. Ворожевич. М. : Статут, 2015. С. 42–43 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

² Грасмик, Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц / Л. Грасмик // Административное право. 2015, № 1. С. 12.

³ О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе [Электронный ресурс] : постановление Пленума ВАС РФ № 23 от 04.04.2014 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

тексте отсутствует. Основываясь на экспертной оценке, являющейся главным доказательством по рассматриваемому делу, а также установив, что размещенная информация не содержит сведений о профессиональной предпринимательской деятельности ОАО «Техника и технология товаров» или директора как сотрудника данной организации, представляющего и отстаивающего интересы данной организации, суд решил отказать в удовлетворении исковых требований¹.

В силу закрепления в ст. 208 ГК РФ презумпции, согласно которой сроки исковой давности не распространяются на требования о защите личных неимущественных прав и других нематериальных благ, к категории которых и относится требования о защите деловой репутации и опровержении не соответствующих действительности порочащих сведений, то исковая давность на рассматриваемую категорию дел, по общему правилу, не распространяется. Однако, существует специальное правило, которое нашло отражение в абз. 3 ст. 45 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», в соответствии с которым предусматривается годичный срок исковой давности обжалования отказа в опровержении либо нарушения установленного этим законом порядка опровержения, исчисляющийся со дня распространения опровергаемых сведений. Отмеченный сокращенный срок исковой давности применяется только в отношении специального порядка опровержения, определенного в абз. 1 - 3 ст. 44 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»².

Помимо всего вышесказанного стоит упомянуть, что у организации остается возможность восстановления нарушенного права и в случае реорганизации, на что обращено внимание в п. 13 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016. Заявителями при реорганизации юридического лица могут выступать его правопреемники или учредитель. О.В. Соколова подчеркивает особенность данной возможности, поскольку о общему правилу в отношении нематериальных благ в целом и деловой репутации в частности правопреемство невозможно³. Полагаю, что Президиум Верховного суда пришел к выводу о возможности правопреемства ввиду того, что деловая репутация реорганизованного юридического лица оказывает влияние на деловую репутацию созданного после реорганизации юридического лица, поскольку к возникающей организации переходят все активы реорганизованной, а информация о реорганизации является доступной третьим лицам, так как содержится в ее учредительном документе.

¹ Решение Арбитражного суда Свердловской области от 18.10.2018 по делу № А60-19080/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

² Эрделевский, А. М. Право на опровержение и исковая давность: Комментарий, подготовленный для СПС "КонсультантПлюс" 9 января 2002 г. [Электронный ресурс] / А. М. Эрделевский // Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

³ Соколова, О. В. В защиту деловой репутации / О.В. Соколова // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». 2016, № 12. С. 13.

Подводя итог рассмотрению порядка защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию, можно отметить проработанность законодателем и практикой высших судебных инстанций детальных аспектов осуществления этой защиты. Защита может осуществляться во внесудебном порядке посредством опровержения распространенных сведений и публикации собственного отзыва в источнике распространения, а также в судебном порядке. Установлено, что категория рассматриваемых споров подлежит разрешению в исковом порядке. Подведомственность споров определяется исходя из сферы, в которой допущено правонарушение (арбитражные суды в случае распространения сведений в сфере предпринимательской деятельности независимо от субъектного состава). Истцами по делам об опровержении сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица, являются организации, которые полагают, что о них распространены порочащие и не соответствующие действительности сведения, а ответчиками по искам рассматриваемой категории являются лица, которые осуществили непосредственное распространение оспариваемых сведений. Порядок опровержения и вопрос установления надлежащего ответчика зависят от способа распространения информации, на что уделено значительное внимание Президиумом Верховного суда РФ при подготовке постановлений и обзоров.

Глава 3. Специальные способы защиты деловой репутации юридического лица

Исходя из существования деловой репутации как личного нематериальных блага, ее защита может осуществляться только определенными способами. Поскольку основной целью деятельности юридических лиц, в большинстве своем, является извлечение прибыли, соответственно, наибольшую важность приобретают гражданско-правовые способы защиты нарушенных прав.

К общим способам защиты юридических лиц относятся универсальные гражданско-правовые способы защиты, содержащиеся в ст. 12 ГК РФ (за исключением компенсации морального вреда), а именно: признание права; восстановление положения, существовавшего до нарушения права, и пресечение действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; признание оспоримой сделки недействительной и применение последствий ее недействительности, применение последствий недействительности ничтожной сделки; признание недействительным решения собрания; признание недействительным акта государственного органа или органа местного самоуправления; самозащита права; присуждение к исполнению обязанности в натуре; возмещение убытков; взыскание неустойки; прекращение или изменения правоотношения; неприменение судом акта государственного органа или органа местного самоуправления, противоречащего закону; и иные способы, предусмотренные законом.

В отношении нематериальных благ, в том числе и в отношении деловой репутации, предусмотрены специальные способы защиты, предусмотренные, прежде всего, в ст. 152 ГК РФ: опровержение не соответствующих действительности порочащих деловую репутацию сведений, а также в случае опубликования в СМИ информации, ущемляющей права или охраняемые законом интересы юридического лица – право на ответ в данном источнике, удаление порочащей информации в сети «Интернет» и соответствующее опровержение порочащей информации способом, обеспечивающим доведение опровержения до пользователей сети «Интернет».

Помимо вышеперечисленных способов, в литературе выделяется также такой способ как компенсация репутационного вреда, возникновение которого относят к реакционным последствиям лишения юридических лиц права на компенсацию морального вреда¹.

3.1 Опровержение порочащих сведений как способ правовой защиты деловой репутации

¹ Золотухина, Е. А. Репутационный вред юридического лица [Электронный ресурс] / Е. А. Золотухина // VII Международная студенческая научно-практическая Интернет-конференция «Энергия науки». 2017. С. 1000. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.

Первым способом защиты деловой репутации в ст. 152 ГК РФ называется опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений, который является также и одним из основных и наиболее распространенных способов защиты¹.

Природа данного способа защиты двойственна. Несомненно, он относится к разряду специальных способов, которые закреплены в ст. 152 ГК РФ, но в то же время он является и частным проявлением такого универсального способа защиты как восстановление положения, существовавшего до нарушения прав, поскольку опровержение имеет своей целью восстановление той деловой репутации, которая существовала до умаляющего ее посягательства².

Законодательство Российской Федерации не содержит определения понятия «опровержение». В теории предлагаются различные варианты толкования данного термина.

Под опровержением понимается обоснование ложности какого-либо утверждения (мнения, суждения) или совокупности утверждений (теории). Опровержением может служить указание на конкретный факт, не совместимый с истинностью данного утверждения, или же рассуждение, устанавливающее логическую противоречивость утверждения или его логическую несовместимость с какой-либо заведомой истиной³.

В доктрине под опровержением понимают способ защиты чести, достоинства и деловой репутации, совершаемый добровольно или принудительно за счет стараний ответственного за умаление прав на честь, достоинство или деловую репутацию лица, и заключающийся в подтверждение факта распространения не соответствующих действительности порочащих конкретное лицо сведений⁴.

Некоторые авторы предлагают рассматривать опровержение в широком и узком смыслах. Так, опровержение в широком смысле состоит в действии, а в узком под ним может пониматься уже сам опубликованный текст и его опровергающее не соответствующую действительности порочащую информацию содержание⁵.

В п. 1 ст. 152 ГК РФ раскрывается суть данного способа защиты, а именно то, что его применение сводится к случаям, когда распространитель не соответствующих действительности порочащих сведений не способен

¹ Карайчева, О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации / О. В. Карайчева // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. 2015. С. 495–496.

² Гаврилов, Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 9. С. 47–48.

³ Большой энциклопедический словарь. 2000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>.

⁴ Гаврилов, Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 9. С. 50.

⁵ Петривнева, А. В. Гражданские–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации / А. В. Петривнева // Вестник Евразийской академии административных наук. 2012, № 1. С. 99.

доказать, что эти сведения соответствуют действительности. Кроме того, у лица, осуществившего распространение таких сведений, возникает обязанность их опровержения тем же способом, которым были распространены сведения или другим аналогичным способом.

Кроме того, из содержания ст. 152 ГК РФ следует, что существует несколько форм реализации опровержения как способа защиты деловой репутации. Определение конкретной формы зависит от того, в какой форме и каким способом осуществлено распространение сведений¹.

В научной литературе отмечается, что «особенностью опровержения как способа защиты является то, что он может быть реализован как в досудебном порядке, так и в рамках юрисдикционной процедуры»².

Так, право на опровержение во внесудебном порядке предусмотрено ст. 43 Закона РФ «О средствах массовой информации», в соответствии с которой юридическое лицо вправе потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих деловую репутацию сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации. Если у редакции СМИ отсутствуют достаточные доказательства того, что распространенные СМИ сведения соответствуют действительности, то она обязана опровергнуть их в том же источнике. При этом, в случае если организация представит текст опровержения, то распространению подлежит именно представленный текст при условии его соответствия требованиям законодательства. Редакция радио-, телепрограммы, которая в свою очередь обязана распространить опровержение, может предоставить представителю организации, потребовавшему этого, возможность зачитать собственный текст и передать его в записи.

В судебном порядке рассмотрение требований об опровержении не соответствующих действительности порочащих сведений также имеет свои особенности, которые нашли отражение в Постановлении Пленума ВС РФ № 3. Так, в п. 17 указанного постановления отмечается, что в случае удовлетворения исковых требований суд в резолютивной части решения обязан указать способ опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений, а также, при возникновении необходимости определить текст такого опровержения, в котором должно быть указано, какие именно сведения признаны судом не соответствующими действительности порочащими сведениями, время и способ их распространения. Кроме того, суду также надлежит определить и срок для опубликования или размещения опровержения, который должен согласовываться со ст. 44 Закона РФ «О средствах массовой информации».

¹ Переверзев, А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2015, № 10. С. 74.

² Жребец, Т. Е. Основные гражданско-правовые способы защиты чести, достоинства и деловой репутации хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / Т. Е. Жребец // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2015, № 2. С. 76. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

Так, в Арбитражный суд республики Карелия обратилось ООО «САНА+» с иском к ФГУП «ВГТРК» о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведений, распространённых в эфире 29.06.2017 в программе «Вести в 20:00» на телеканале «Россия 1» и об обязанности ответчика в течение одного месяца с даты вступления решения в законную силу сделать опровержение сведений, не соответствующих действительности. В своем решении Арбитражный суд удовлетворил требования истца о признании не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию сведения, распространенные ответчиком, а также решил обязать федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» в течение одного месяца с даты вступления решения в законную силу опровергнуть признанные судом не соответствующими действительности сведения, аналогичным способом - в то же эфирное время, в той же программе «Вести в 20:00» с соблюдением положений ч. 1 и 3 ст. 44 Закона РФ «О средствах массовой информации»¹.

Стоит отметить, что помимо размещения собственно текста опровержения, существует также другая форма осуществления опровержения, а именно опровержение может быть облечено в форму сообщения о принятом решении суда с размещением текста соответствующего решения².

Например, в Постановлении арбитражного суда кассационной инстанции Поволжского округа отказано в удовлетворении кассационной жалобы, а решение Арбитражного суда об обязанности ООО «Издательский дом «Энергия» опровергнуть сведения путем опубликования в течение пяти рабочих дней со дня вступления решения в законную силу под заголовком «Опровержение» сообщения о принятом по данному делу судебном решении, оставлено без изменения³.

В качестве еще одной из форм выделяется замена или отзыв документа, содержащего сведения, порочащие деловую репутацию. Так, согласно п. 3 ст. 152 ГК РФ если сведения, порочащие деловую репутацию, содержатся в документе, исходящем от гражданина или организации, то такой документ подлежит замене или отзыву.

Однако стоит согласиться с существующим в литературе мнением о том, что отзыв или замена документа не формируют самостоятельный способ защиты деловой репутации⁴. К данному выводу исследователи приходят, проанализировав порядок реализации данной формы. Так, реализация отзыва

¹ Решение Арбитражного суда республики Карелия от 12.10.2018 по делу № А26-10168/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

² Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

³ Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 20.07.2018 по делу № А57-15057/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

⁴ Ульянова, О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц / О. А. Ульянова // Международный научно – исследовательский журнал. 2015, № 10 – 1 (41). С. 104.

документа осуществляется посредством направления сообщения о недействительности этого документа лицам, которым он был адресован или неопределенному кругу лиц (публичное сообщение). Замена, в свою очередь, предполагает направление указанным выше лицам нового документа¹.

Характерная для опровержения особенность, состоящая в сообщении о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений, в данном случае, отсутствует. Тем не менее, можно считать отзыв и замену документа косвенными формами реализации опровержения, если предположить, что сообщение о несоответствии действительности распространенных порочащих сведений подразумевается, поскольку и замена и отзыв документа предусматривают его недействительность, а значит и недействительность сведений, содержащихся в этом документе. Помимо вышеперечисленного, в п. 3 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда РФ № 46 от 23.09.1999 «Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации» указывается, что при вынесении решения об отзыве документа, который содержит не соответствующие действительности порочащие сведения, реализация такого отзыва также возможна с помощью направления автором документа с опровержением распространенных сведений². Таким образом, данное положение свидетельствует о возможности применения совместно сразу двух форм реализации опровержения как способа защиты деловой репутации при распространении порочащих сведений в документе.

В литературе выделяется и иной перечень форм реализации опровержения как способа защиты деловой репутации, базирующийся на не исчерпывающем характере их закрепления в законодательстве. Так, отмечается, что в судебной практике сформирована также такая форма как обнародование (например, аудиовизуальное сообщение, выступление на собрании), не связанное с опубликованием³.

Интересным представляется вопрос о правовой природе извинения как способа защиты деловой репутации. Согласно мнению одних авторов, принесение извинения является одной из потенциальных форм реализации опровержения⁴. Согласиться с таким подходом представляется весьма проблематичным на том основании, что принесение извинения касается только того лица, деловая репутация которого пострадала, в то время как опровержение воздействует также и на общество, чья оценка пострадавшего

¹ Селина, А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения / А. А. Селина // Интеллектуальный потенциал XXI века. 2016. С. 113 – 115.

² Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации [Электронный ресурс] : информационное письмо Президиума ВАС РФ от 23.09.1999 № 46 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

³ Селина, А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / А. А. Селина // Проблемы теории и практики современной науки. 2016. С. 159–161.

⁴ Беспалов, А. В. Честь, достоинство, деловая репутация как объекты гражданских прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Беспалов Александр Викторович. Краснодар, 2004. С. 26, 27.

в результате распространенных сведений склонилась в негативную сторону. То есть принесение извинений отличает от опровержения то, что восстановление до первоначального состояния деловой репутации в глазах общественности посредством первого способа является невозможным¹. В следствие отмеченного различия, другие авторы предлагают принесение извинений рассматривать в качестве полноценного самостоятельного способа защиты деловой репутации².

Важно подчеркнуть, что поскольку извинение как способ судебной защиты не предусмотрен ни в ст. 152 ГК РФ, ни в нормах иного законодательства, то судебные органы не наделяются полномочием, состоящем в обязанности ответчика принести извинения по рассматриваемой категории дел. Однако в п. 18 Постановления Пленума ВС РФ № 3 закреплена оговорка, согласно которой предусмотреть принесения извинений возможно в мировом соглашении, утверждаемом судом. Так, стороны по обоюдному согласию могут предусмотреть принесение ответчиком извинения, ввиду того, что это не нарушает прав и законных интересов других лиц и не противоречит закону, в котором данный запрет отсутствует.

Проведя мониторинг судебной практики по исследуемому вопросу было выявлено, что определения об утверждении мирового соглашения, предусматривающего принесение извинений ответчиком юридическому лицу, чья деловая репутация пострадала, встречаются довольно часто. При этом примечательным показался тот факт, что зачастую стороны договариваются именно о принесении извинений публично, что способствует не только искуплению вины перед истцом, но и формированию положительного образа у тех лиц, которые ознакомятся с текстом таких извинений³.

Подводя итог рассмотрению опровержения как способа защиты деловой репутации, стоит отметить, что несмотря на разнообразие форм реализации данного способа защиты, существует ряд недостатков, свидетельствующих о незначительной эффективности опровержения не соответствующих действительности порочащих сведений. Среди таких слабых мест Е.В. Гаврилов выделяет следующее:

- доступность опровержения и реальное с ним ознакомление далеко не всего круга лиц, в сфере деятельности которых были распространены не соответствующие действительности, порочащие сведения;

- реабилитационный характер опровержения не всегда столь действенен, чтобы принести дополнительные возможности (в том числе и

¹ Селина, А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / А. А. Селина // Проблемы теории и практики современной науки. С. 159 – 161.

² Гаврилов, Е. В. Принесение извинения как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 7. С. 16–21.

³ См. Определение Арбитражного суда Свердловской области от 19.04.2013 по делу № А60– 52109/2012 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru.>; Определение Ленинск-Кузнецкого городского суда по гражданскому делу от 26.05.2014 № 2-1886/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru.>

финансовые) для восстановления репутации надежного контрагента с устойчивыми материальными возможностями;

– опровержение может не переубедить общество рассматривать лицо, деловая репутация которого пострадала, с точки зрения его первоначальных характеристик¹.

В связи с этим, некоторые авторы видят наличие эффективности опровержения только в том случае, если оно осуществляется в судебном порядке. Более того, реальная эффективность при этом будет только в том случае, если текст опровержения будет публиковаться в популярном периодическом издании информационного характера уровня муниципального образования, субъекта Федерации либо Российской Федерации (в зависимости от масштабов распространения порочащих сведений). Источник опубликования важен в той мере, в которой эффективность рассматривается с точки зрения возможности ознакомления с текстом опровержения широкого круга лиц, в сфере деятельности которых были распространены не соответствующие действительности, порочащие сведения. Кроме того, важность состоит и в том, что в связи с не доведением опровержения должным образом до круга лиц одной среды, отсутствуют препятствия для дальнейшего умаления деловой репутации юридического лица².

3.2 Защита деловой репутации путем опубликования ответа

Право на ответ предоставлено юридическим лицам в соответствии с п. 2 ст. 152 ГК РФ и ст. 46 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации». Так, организации, в отношении которой в средстве массовой информации распространены сведения, не соответствующие действительности либо ущемляющие права и законные интересы гражданина, предоставляется право опубликования своего ответа (комментария, реплики) в том же средстве массовой информации.

Право на опубликование ответа аналогично опубликованию опровержения и возникает наряду с ним, как отмечено в законодательстве, однако опубликование ответа как способ защты деловой репутации имеет ряд исключительных особенностей.

Для начала, рассматриваемые способы отличаются по субъекту, осуществляющему опубликование. Так, опубликование ответа исходит от самого потерпевшего лица, а опубликование опровержения производится от

¹ Гаврилов, Е. В. Опровержение не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2012, № 9. С. 46-51.

² Селина, А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / А. А. Селина // Проблемы теории и практики современной науки. 2016. С. 159–161.

имени редакции или лица, осуществившего распространение оспоренных сведений¹.

Кроме того, требование об опубликовании ответа может быть направлено только к средствам массовой информации, в то время как требование опровержения возможно и от иных субъектов².

Исходя из отмеченных отличий можно выделить условия реализации права на ответ, а именно:

- распространение оспариваемых сведений в средстве массовой информации;
- возможность размещения ответа только в средстве массовой информации.

Отличие опровержения и ответа как способов защиты деловой репутации в литературе видят и в самой сущности использования данных способов. Так, если суть опровержения сводится к демонстрации не соответствующих действительности фактов, то сущность ответа может быть значительно шире или вовсе не быть направленной на некое указание на несоответствие сведений. Воспользовавшись правом на ответ, лицо, чья деловая репутация была опорочена, может также представить свой вариант оценки ситуации, изложить свое мнение, даже если при этом распространенные сведения и не буде опровергнуты³.

Помимо вышеперечисленного, в соответствии с п. 9 Постановления Пленума ВС РФ № 3 использование права на ответ возможно даже в случае распространения в средствах массовой информации оценочных суждений или мнений, если эти мнения и суждения затрагивают права и законные интересы лица. Цель наделения правом на ответ в случае распространения оценочных мнений или суждений состоит в обосновании несостоинности распространенных суждений, предложении их иной оценки и интерпретации.

Закрепленное в Постановлении Пленума ВС РФ № 3 положение свидетельствует еще об одном отличии права на ответ и права на опровержение, поскольку предметом опровержения как уже рассматривалось ранее, могут быть лишь утверждения о фактах.

Таким образом, право на ответ является единственным способом защиты, которым может воспользоваться юридическое лицо для защиты своей деловой репутации в случаях, когда в отношении него распространены оценочные сведения, за которые распространивший не несет ответственность или не представляется возможным доказать порочащий характер распространенных сведений⁴.

¹ Суржик, А. Ф. Правовое регулирование защиты чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве РФ / А. Ф. Суржик. М. : ТрансЛит, 2007. С. 138.

² Аюпов, О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического лица [Электронный ресурс] / О. Ш. Аюпов // Вестник Омского ун-та. Право. 2011, № 3. С. 89. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

³ Там же. С. 89-90.

⁴ Михалевич, Е. В. Указ. соч. С. 56.

Аналогично с опровержением, редакция средства массовой информации или владелец информационного ресурса в сети «Интернет», вправе отказать в опубликовании ответа, если текст ответа:

- является злоупотреблением свободой массовой информации;
- противоречит вступившему в законную силу решению суда;
- является анонимным¹.

Кроме того, в соответствии с ч. 2 ст. 45 Закона РФ № 2124-1 «О средствах массовой информации», в опубликовании ответа может быть отказано, в случае:

- если опровергаемые сведения уже были опровергнуты в данном средстве массовой информации;
- если требование об опровержении либо его представленный текст поступили в редакцию по истечении установленного годичного срока для использования данного способа защиты.

Согласно п. 9 и п. 11 ст. 152 ГК РФ, юридическое лицо наряду с опровержением таких сведений или опубликованием своего ответа вправе требовать возмещения убытков, причиненных распространением таких сведений. Однако, поскольку способ расчета убытков в законодательстве не закреплен, то в процессе доказывания размера убытков возникают трудности. В связи с этим, возмещение убытков наряду с опровержением или опубликованием ответа используется юридическими лицами, чье право на деловую репутацию было ущемлено, весьма редко².

Исходя из рассмотрения права на ответ как способа защиты деловой репутации юридического лица, можно сделать вывод, что право на ответ представляет самостоятельный способ защиты, который направлен на восстановление нарушенного права. Самостоятельное использование данного права подкрепляется в законодательстве дифференцированным кругом оснований применения, что предоставляет возможность юридическому лицу восстановить деловую репутацию, уточнив или откорректировав распространенные о нем сведения, а также высказав свое личное мнение о распространенной информации.

3.3 Удаление порочащих сведений и удаление информации в сети «Интернет»

Основываясь на п. 4 и п. 11 ст. 152 ГК РФ юридическое лицо вправе требовать удаления порочащих сведений, а также пресечения или запрещения их дальнейшего распространения в том случае, если сведения, порочащие его деловую репутацию, стали широко известны и в связи с этим опровержение невозможно довести до всеобщего сведения. Указанные

¹ О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

² Герасимова, Ю. А. Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора / Ю. А. Герасимова // Административное право. 2011, № 1. С. 65.

способы защиты при этом применяются без какой бы то ни было компенсации изготовленных в целях введения в гражданский оборот экземпляров материальных носителей, содержащих порочащие сведения, если без уничтожения таких экземпляров материальных носителей удаление соответствующей информации невозможно.

Исходя из указанной нормы можно прийти к выводу о том, что применение рассматриваемого способа защиты допустимо только в том случае, если опровержение в полной мере не способно защитить деловую репутацию юридического лица. В связи с этим в литературе отмечается, что опровержение и удаление соответствующей информации являются взаимоисключающими по отношению друг к другу способами защиты¹.

Как и в случае с другими закрепленными в ст. 152 ГК РФ способами защиты, применить удаление соответствующей информации суды могут также и в случае распространения не только порочащих, но и любых не соответствующих действительности сведений в силу п. 10 ст. 152 ГК РФ. В таком случае на пострадавшее юридическое лицо возлагается обязанность доказывания несоответствия указанных сведений действительности².

Условиями реализации рассматриваемого способа защиты являются:

- порочащий характер и (или) не соответствие действительности сведений, умаляющих деловую репутацию, содержащихся на материальных носителях;
- широкая известность сведений;
- невозможность доведения опровержения до всеобщего сведения;
- причинно-следственная связь между указанными выше условиями³.

Ввиду невозможности определения того, что под таким оценочным словосочетанием как «широко известны» понимает законодатель, в литературе предприняты попытки выражения позиций по данному поводу. Так, М.Ю. Тихомиров считает, что сведения можно считать широко известными в том случае, если круг лиц, которым могли стать известны такие порочащие и несоответствующие действительности сведения значительно превосходит круг лиц, являющихся потребителями информации, распространяемой соответствующим способом. Кроме того, автор отмечает, что определение более четких критериев применения данного способа защиты еще предстоит выработать в рамках судебного делопроизводства⁴.

О.Ш. Аюпов предлагает категорию широкой известности распространенных сведений выявлять благодаря оценке охвата ознакомившейся аудитории, способа распространения и периода времени,

¹ Мишина, Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет [Электронный ресурс] / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. 2015. С. 546. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>.

² Там же. С. 546.

³ Селина, А. А. Способы защиты чести, достоинства и деловой репутации, направленные на пресечение дальнейшего распространения порочащих сведений [Электронный ресурс] / А. А. Селина, Ю. В. Холоденко // Юрлингвистика. Барнаул. 2016, № 5. С. 83. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

⁴ Тихомиров, М. Ю. Защита чести, достоинства и деловой репутации: новые правила / М. Ю. Тихомиров. М., 2014. С. 22.

территории, а также с помощью оценки объема экземпляров материальных носителей, содержащих такие сведения¹.

Следует отличать сформированные законодателем формулировки, содержащиеся в п. 4 и п. 5 ст. 152 ГК РФ, а именно «удаление соответствующей информации» и «удаление информации в сети «Интернет». Несмотря на их одинаковую правовую природу, данные способы защиты имеют разные условия реализации².

В силу в. 5 ст. 152 ГК РФ применение такого способа как «удаление информации в сети «Интернет» сводится к таким случаям, когда сведения, порочащие деловую репутацию, оказались после их распространения доступными в сети «Интернет».

Данный способ защиты во времена, когда каждый использует сеть «Интернет» как способ для получения информации является наиболее актуальным. Поскольку любая информация, которая попадает в данную сеть, распространяется почти моментально, угроза распространения не соответствующих действительности порочащих деловую репутацию сведений становится вероятной опасностью использования сети «Интернет»³.

Условиями применения такого способа защиты деловой репутации, как «удаление информации в сети «Интернет» являются:

- распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица;
- доступность таких сведений в сети «Интернет», даже если они стали доступны после их первичного распространения посредством другого способа⁴.

Для удаления информации в сети «Интернет» «широкая известность» сведений не является обязательным условием применения, в отличие от удаления соответствующей информации.

По мнению Конституционного Суда Российской Федерации, если решением суда оспариваемые сведения признаны не соответствующими действительности и эти сведения были распространены посредством сети «Интернет», то владелец сайта или уполномоченное им лицо, ответственное за размещение информации на конкретном сайте, обязаны такие сведения удалить по заявлению лица, в отношении которого они распространены. При отказе владельца сайта или уполномоченного им лица удалить соответствующую информацию, у потерпевшего возникает право обращения в суд в целях возложения на указанных лиц обязанности исполнения

¹ Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. Томск, 2013. С. 21–22.
– Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

² Селина, А. А. Способы защиты чести, достоинства и деловой репутации, направленные на пресечение дальнейшего распространения порочащих сведений [Электронный ресурс] / А. А. Селина, Ю. В. Холоденко // Юрлингвистика. Барнаул. 2016, № 5. С. 84. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

³ Жданов, А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет / А. В. Жданов // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. 2011, № 11. С. 128–129.

⁴ Гаврилов, Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. 2014, № 2. С. 53.

требования потерпевшего. При этом потерпевший может не обращаться к владельцу сайта, а сразу подать иск в суд с требованием об удалении сведений, если такие сведения признаны судом порочащими и не соответствующими действительности¹.

На практике возникают случаи, когда администраторы и владельцы сайтов могут и не подозревать о том, что на их сайте распространена не соответствующая действительности порочащая информация. В п. 16 «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016 отмечается, что в таких случаях администратор сайта не может нести ответственность за отказ на требование об удалении сведений до вынесения судебного решения о признании таких сведений порочащими, не соответствующими действительности.

Так, Арбитражный суд Западно - Сибирского округа рушил признать не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию ООО «Томское молоко» и ИП Сёмкина Василия Васильевича сведения, опубликованные на сайте <http://novo-tomsk.ru> в статье под заголовком: «Травля уездного помещика и депутата Василия Сёмкина»: «Проверка Роскачества выявила, что в их производстве используются растильные жиры», а также обязать ответчика в течение 5 дней после вступления решения суда в законную силу удалить с сайта <http://novo-tomsk.ru> информацию от 23.12.2016, признанную порочащей и не соответствующей действительности².

Таким образом, удаление информации в сети «Интернет» и удаление соответствующей информации имеют одну правовую природу, направлены на пресечение действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, что может свидетельствовать о трансформации в специальный способ защиты общего способа защиты гражданских прав, закрепленного в абз. 3 ст. 12 ГК РФ. Однако условия применения рассмотренных способов защиты отличаются. Для применения удаления соответствующей информации необходимым условием является широкая известность распространенных сведений, а для применения удаления информации в сети «Интернет» такое условие не имеет значения. Тем не менее, для применения удаления информации в сети «Интернет» существует особое условие, отличающее его от удаления соответствующей информации, а именно такая информация обязательно должна оказаться после ее распространения доступной в сети «Интернет».

3.4 Компенсация репутационного вреда

¹ По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

² Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 31.10.2018 по делу № А67-8431/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

В соответствии с п. 11 ст. 152 ГК РФ, положения о компенсации морального вреда к юридическим лицам не применяются. Кроме того, в «Обзоре практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016 также указывается, что в настоящее время в российском законодательстве отсутствует прямое указание на возможность компенсации морального вреда юридическим лицам¹. Причину лишения юридического лица права на компенсацию морального вреда связывают с невозможностью выделения у него психических и волевых черт, а также невозможностью испытывать нравственные страдания, однако это не означает, что юридические лица лишены возможность получения компенсации за умаление деловой репутации².

До недавнего времени понятие «репутационный вред» можно было встретить исключительно в научных работах, однако со временем это понятие послужило основой формирования нового способа судебной защиты деловой репутации юридических лиц, именуемого «компенсация репутационного вреда», встретить который на практике в настоящее время уже не столь редкое явление³.

В литературе выделяется несколько подходов к целесообразности закрепления понятия «репутационный вред» на законодательном уровне.

Согласно первому подходу, авторы не только стремятся к легализации понятия «репутационный вред», но также и предлагают свое толкование данного термина. Так, под «репутационным вредом» авторы понимают «негативные последствия умаления деловой репутации юридического лица, выражющиеся в потере позитивного отношения к данному юридическому лицу со стороны его партнеров, клиентов и общества в целом»⁴.

Сторонники другого подхода, напротив, высказываются за нецелесообразность возведения на законодательный уровень рассматриваемой категории, обосновывая свои выводы тем, что основания для применения репутационного вреда исчерпываются возможностью защиты юридических лиц посредством возмещения убытков ввиду исключительно имущественного характера последствий умаления их деловой репутации⁵.

Сторонники третьего подхода отстаивают позицию, согласно которой юридическое лицо не может испытывать морального вреда, но, в то же

¹ Определение судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 17.08.2015 № 308-ЭС15-6751. // Справочная правовая система «Гарант»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

² Золотухина, Е. А. Указ. соч. С. 1000.

³ Наумейко, А. В. К вопросу о понятии «репутационный» вред юридического лица [Электронный ресурс] / А. В. Наумейко // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2012, № 6. С. 104–105. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>

⁴ Осадчая О. Репутационный вред как последствие умаления деловой репутации юридического лица // Право и жизнь. 2008, № 99/9. С. 25.

⁵ Наумейко, А. В. Указ. соч. С. 104-105.

время, правом требования компенсации репутационного вреда для защиты своих нематериальных благ юридическое лицо наделено¹.

Ввиду относительной новизны данного способа защиты и перенесению на него приоритетности внимания после законодательного запрета на компенсацию морального вреда, его применение в гражданском праве и еще недостаточно изучено. Значимой при рассмотрении данного способа защиты является практика Европейского Суда по правам человека и Конституционного Суда РФ, которая была сформирована еще до внесения изменений в ст. 152 ГК РФ и утверждения «Обзора практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации» от 16.03.2016, однако эта практика помогает лучше разобраться в природе наделения правом на компенсацию нематериального вреда организаций.

Так, Решением Европейского Суда по правам человека от 06.04.2000 по делу «Компания Комингерсол С.А.» против Португалии» Европейский Суд пришел к выводу о недопустимости исключения возможности присуждения компании компенсации за нематериальные убытки, которые могут возникнуть из требований о защите репутации компании².

Кроме того, в Определении Конституционного Суда РФ от 04.12.03 № 508-0 «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации» отмечается, что пусть юридические лица и не могут рассчитывать на компенсацию морального вреда при распространении о них не соответствующих действительности порочащих сведений, однако это не означает, что юридические лица лишены права на компенсацию за умаление деловой репутации³.

Приведенная выше практика высших инстанций свидетельствует о возможности юридического лица нести нематериальные убытки и, как следствие, требовать компенсацию причиненного вреда.

Особняком стоит вопрос об основании, которое служит фундаментом для компенсации репутационного вреда. Так, если основанием для компенсации морального вреда принято считать противоправное действие, которое повлекло физические или нравственные страдания, то в качестве основания для компенсации репутационного вреда допускают противоправное действие, в результате которого создается ложное представление у потенциальных контрагентов, клиентов или партнеров о том, что организация осуществляет деятельность с грубейшими

¹ Козлова, Н. Проблема компенсации «нематериального» вреда, причиненного юридическому лицу / Н. Козлова // Корпоративный юрист. 2006, № 2. С. 35.

² По делу «Компания Комингерсол С.А.» против Португалии» [Электронный ресурс] : решение Европейского Суда по правам человека от 06.04.2000 // Вестник ВАС РФ. 2001, № 2. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru>.

³ Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда РФ от 04.12.2003 № 508-О // Вестник Конституционного Суда РФ. 2004, № 3. – Режим доступа: <https://pravo.gov.ru>.

нарушениями законодательства. Кроме того, допускают, что такое противоправное действие также способно формировать негативное общественное отношение к хозяйственной деятельности организации, препятствовать в организации управления компанией или создавать дополнительные преграды в нормальном исполнении руководством организации своих должностных обязанностей¹.

Размер компенсации репутационного вреда предлагается рассчитывать согласно следующим критериям: «характер вреда, причиненного юридическому лицу; способ распространения порочащих сведений об этом лице и степень такого распространения; форма и степень вины распространившего порочащие сведения лица; принципы разумности и справедливости»².

В литературе предлагаются и другие, более детальные критерии определения размера компенсации репутационного вреда. Так, Н.Н. Парыгина в качестве таких критериев называет, прежде всего, негативные последствия, наступившие для юридического лица, а также материальные убытки, возникшие в следствие умаления деловой репутации; использование вместе с компенсацией репутационного вреда других способов защиты, которые способны уменьшить неблагоприятные последствия от умаления деловой репутации; само содержание распространенных сведений; индивидуальные особенности опороченного юридического лица; широта и количество случаев распространения информации о конкретном юридическом лице и другие³.

Как было отмечено ранее, пусть понятие репутационного вреда еще не закреплено на законодательном уровне, в практике арбитражных судов оно уже встречается. В одном из таких дел, в котором была проанализирована ст. 152 ГК РФ уже в новой редакции и которое успело пройти три инстанции, индивидуальный предприниматель подал иск о защите деловой репутации и взыскании компенсации вреда в размере 300 тысяч рублей. Пусть в данном деле речь шла не об организации, а об индивидуальном предпринимателе, выводы, сделанные судом апелляционной инстанции применимы и к юридическим лицам. Так, в Постановлении от 26.11.13 по делу № А27-3840/2013 указывается на правомерность взыскания компенсации в счет возмещения нематериального вреда судом первой инстанции, поскольку, даже несмотря на поправки в ГК РФ, в соответствии с практикой Конституционного суда РФ и Европейского Суда по правам человека, существует возможность возмещения репутационного вреда⁴.

Более того, свидетельствами положительной практики применения организациями данного способа защиты являются также Решение

¹ Золотухина, Е. А. Указ. соч. С. 1000.

² Игнатьева, Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты / Е. В. Игнатьева // Вестник Бурятского государственного ун–та. 2015, № 2 – 2. С. 304 – 305.

³ Парыгина, Н. Н. О критериях определения размера компенсации нематериального вреда юридическому лицу / Н. Н. Парыгина, Е. Л. Невзгодина // Вестник Омского ун–та. Право. 2016, № 3 (48). С. 120–121.

⁴ Постановление седьмого Арбитражного апелляционного суда от 26.11.2013 по делу № А27-3840/2013 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

Арбитражного суда Тульской области от 24.07.14 по делу № А68-4311/2014, в котором суд пришел к выводу о достаточности оснований для взыскания с ООО «Тульские новости» в пользу ООО «Лакмин» 50 000 руб. в качестве компенсации нематериального (репутационного) вреда и Решение Арбитражного суда республики Татарстан от 03.07.14 по делу № А65-8173/2014, согласно которому в пользу организации в качестве возмещения нематериального (репутационного) вреда было взыскано 150 000 руб¹.

Тем не менее, отрицательная практика по спорам о защите деловой репутации посредством компенсации репутационного вреда все еще превалирует, и суды в большинстве случаев идут по пути отказа в применении такого способа защиты².

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что компенсация репутационного вреда является противоречивым способом. По моему мнению, нужда юридического лица в данном способе защиты, после лишения его права на компенсацию морального вреда, очевидна и не поглощается возмещение убытков. Законодательное закрепление данного способа положило бы конец существующим противоречиям, которые встречаются на практике.

¹ Решение Арбитражного суда Тульской области от 24.07.2014 по делу № А68-4311/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

² Кванина, В. В. Компенсация репутационного вреда как способ защиты юридического лица / В. В. Кванина // «Вестник Омского университета. Серия «Право». 2016, № 4. С. 110.

Заключение

Рассмотрев и проанализировав принципиальные положения института защиты юридических лиц при распространении сведений, порочащих деловую репутацию, можно сделать следующие выводы.

Не вызывает сомнения роль деловой репутации в индивидуализации юридического лица, наделении его особыми признаками, позволяющими ему конкурировать в системе рыночных отношений и являться целостным, устойчивым субъектом гражданского оборота.

В ходе рассмотрения особенностей природы и механизма защиты деловой репутации юридического лица, было установлено, что защита права юридического лица на деловую репутацию гарантируется государством и берет свое начало в Конституции РФ, а также в ратифицированных международных соглашениях. Право юридического лица на защиту его деловой репутации является абсолютным субъективным правом, возникающим с момента создания организации. Содержание данного права представлено правомочиями самостоятельного управления своей деловой репутацией, требованиями объективной оценки своих профессиональных качеств от обязаных субъектов и воздержания от любых посягательств на свою репутацию, а также правомочия по защите своего права при нарушении.

Проведен анализ оснований возникновения права на защиту юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию. В ходе данного анализа были выявлены и рассмотрены как нашедшие отражение в законе, так и в теории гражданского права следующие основания возникновения права на защиту: факт распространения сведений о юридическом лице; порочащий характер распространяемых сведений; не соответствие порочащих сведений действительности; возможность идентификации оспариваемых сведений с конкретным юридическим лицом и распространение порочащих сведений третьим лицом. Кроме того, примечательной является также группа оснований, к которой относятся правонарушения, косвенно умаляющие деловую репутацию организации и которая состоит из исключительных прав, направленных на индивидуализацию юридического лица: права на фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания.

Относительно порядка защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию, можно отметить проработанность законодателем и практикой высших судебных инстанций детальных аспектов осуществления этой защиты. Защита может осуществляться во внесудебном порядке посредством опровержения распространенных сведений и публикации собственного отзыва в источнике распространения, а также в судебном порядке. Установлено, что категория рассматриваемых споров подлежит разрешению в исковом порядке.

Подведомственность споров определяется исходя из сферы, в которой допущено правонарушение (арбитражные суды в случае распространения сведений в сфере предпринимательской деятельности независимо от субъектного состава). Истцами по делам об опровержении сведений, порочащих деловую репутацию юридического лица являются организации, которые полагают, что о них распространены порочащие и не соответствующие действительности сведения, а ответчиками по искам рассматриваемой категории являются лица, которые осуществили непосредственное распространение оспариваемых сведений. Порядок опровержения и вопрос установления надлежащего ответчика зависят от способа распространения информации, на что уделено значительное внимание Президиума Верховного суда РФ при подготовке постановлений и обзоров.

Юридическое лицо как обладатель деловой репутации наделяется ГК РФ широким перечнем способов ее защиты. Помимо универсальных способов защиты, в законодательстве содержатся специальные способы защиты, предусмотренные, прежде всего, в ст. 152 ГК РФ: опровержение не соответствующих действительности порочащих деловую репутацию сведений, а также в случае опубликования в СМИ информации, ущемляющей права или охраняемые законом интересы юридического лица – право на ответ в данном источнике, удаление порочащей информации в сети «Интернет» и соответствующее опровержение порочащей информации способом, обеспечивающим доведение опровержения до пользователей сети «Интернет». Кроме того, помимо вышеперечисленных способов, в литературе выделяется также такой способ как компенсация репутационного вреда, возникновение которого относят к реакционным последствиям лишения юридических лиц права на компенсацию морального вреда.

Вопрос о защите деловой репутации с каждым годом становится все более актуальным ввиду совершенствования различных способов распространения информации и внедрения информационных технологий практически во все сферы жизнедеятельности человека. Сегодня процесс получения информации о репутации организации для контрагентов, потенциальных покупателей или иных заинтересованных лиц не составляет никаких трудностей, поскольку в сети «Интернет» можно почерпнуть почти все необходимые сведения, причем как положительно, так и отрицательно характеризующие компанию. В связи с этим, стоит отметить, что гражданско-правовая защита деловой репутации имеет ряд преимуществ, которые обусловлены, прежде всего, функциями гражданско-правовой ответственности, нацеленными на восстановление положения, существующее до нарушения права на деловую репутацию. В целях эффективности осуществления гражданско-правовой защиты юридического лица при распространении сведений, порочащих деловую репутацию в российском законодательстве предусмотрены действительно работающие способы защиты, о чем свидетельствует рассмотренная судебная практика.

Однако это законодательство все же не обеспечивает надежных гарантий, способных превентивно воздействовать на общество, не допуская нарушений деловой репутации. Статистические данные, указывающие на рост рассмотренных арбитражными судами дел о защите деловой репутации за 2015-2018 года подтверждают тот факт, что случаи нарушений, заставляющие обращаться за защитой неуклонно растут, что может свидетельствовать о несовершенстве современной правовой системы (Приложение А).

Список использованных источников

Нормативные правовые акты:

1. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] : декларация Генеральной Ассамблеи ООН от 10.12.1948 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. О защите прав человека и основных свобод [Электронный ресурс] : конвенция Совета Европы от 04.11.1950 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : от 12.12.1993 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. – М. : Проспект. – 2018. – 640 с.
5. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 14.11.2002 № 138-ФЗ ред. от 27.12.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
8. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» [Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н (ПБУ 14/2007) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Специальная литература:

9. Анисимов, А. Л. Честь, достоинство, деловая репутация под защитой закона / А. Л. Анисимов. – М.аниси : НОРМА, 2004. – 224 с.
10. Аюпов, О. Ш. Защита деловой репутации юридического лица от диффамации в гражданском праве России [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Аюпов Олег Шамильевич. – Томск, 2013. – 224 с. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.
11. Аюпов, О. Ш. Право на ответ как способ защиты деловой репутации юридического лица [Электронный ресурс] / О. Ш. Аюпов // Вестник Омского ун-та. Право. – 2011. – № 3. – С. 89–91. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

12. Барсукова, В. Н. Честь, достоинство и деловая репутация: вопросы соотношения категорий / В. Н. Барсукова // Ученые записки юридического факультета. – 2015. – № 37(47). – С. 5–14.
13. Безроднова, К. В. Некоторые аспекты защиты чести и достоинства граждан / К. В. Безроднова // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Право. – 2013. – № 1. – С. 10–13.
14. Беспалов, А. В. Честь, достоинство, деловая репутация как объекты гражданских прав: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Беспалов Александр Викторович. – Краснодар, 2004. – 167 с.
15. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] – 2000. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>.
16. Власов, А. А. Проблемы судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации / А. А. Власов. – М. : Изд-во им. Сабашниковых. – 2000. – 384 с.
17. Гаврилов, Е. В. Оправдание не соответствующих действительности порочащих сведений как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. – 2012. – № 9. – С. 46–51.
18. Гаврилов, Е. В. Принесение извинения как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. – 2012. – № 7. – С. 16–21.
19. Гаврилов, Е. В. Удаление информации в сети Интернет как способ защиты чести, достоинства и деловой репутации / Е. В. Гаврилов // Законодательство и экономика. – 2014. – № 2. – С. 49–53.
20. Герасимова, Ю. А. Защита деловой репутации юридического лица как предмет судебного спора / Ю. А. Герасимова // Административное право. – 2011. – № 1. – С. 61–66.
21. Грасмик, Л. Споры о деловой репутации юридических и физических лиц / Л. Грасмик // Административное право. – 2015. – № 1. – С. 11–14.
22. Грибанов, В. П. Осуществление и защита гражданских прав / В. П. Грибанов. – М. : «Статут», 2000. – 411 с.
23. Гусалова, А. Р. Гражданско-правовая защита деловой репутации [Электронный ресурс] / А. Р. Гусалова // Бизнес в законе. – 2010. – № 2. – С. 68–70. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>
24. Даль, В. И. Толковый словарь русского языка : иллюстрированное издание / В. И. Даль. – М. : Эксмо, 2012. – 896 с.
25. Жарков, М. А. Защита чести, достоинства и деловой репутации в гражданско-правовом порядке / М. А. Жарков // Советник юриста. – 2011. – № 7. – С. 53–77.
26. Жданов, А. В. Проблемы защиты деловой репутации от распространения порочащих сведений в сети Интернет / А. В. Жданов // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. – 2011. – № 11. – С. 128–129.

27. Жданов, А. В. Деловая репутация юридического лица и ее правовая природа / А. В. Жданов // Российское правоведение: трибуна молодого ученого. – 2012. – № 12. – С. 97–99.
28. Жребец, Т. Е. Основные гражданско-правовые способы защиты чести, достоинства и деловой репутации хозяйствующих субъектов [Электронный ресурс] / Т. Е. Жребец // Труды Института государства и права Российской академии наук. – 2015. – № 2. – С. 75–81. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.
29. Защита деловой репутации в случаях ее диффамации или неправомерного использования (в сфере коммерческих отношений): научно – практическое пособие [Электронный ресурс] / М. А. Рожкова, М. Е. Глазкова, Д. В. Афанасьев, А. С. Ворожевич. – М. : Статут, 2015. – 270 с. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
30. Золотухина, Е. А. Репутационный вред юридического лица [Электронный ресурс] / Е. А. Золотухина // VII Международная студенческая научно-практическая Интернет-конференция «Энергия науки». – 2017. – С. 1000–1004. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>
31. Игнатьева, Е. В. Компенсация репутационного вреда юридическим лицам: проблемные аспекты / Е. В. Игнатьева // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – № 2 – 2. – С. 302–305.
32. Иоффе, О. С. Из истории цивилистической мысли // Избранные труды по гражданскому праву: из истории цивилистической мысли. Гражданские правоотношения. Критика теории хозяйственного права. / О. С. Иоффе. – М., 2000. – 782 с.
33. Каменева, З. В. Деловая репутация как объект гражданского права / З. В. Каменева // Адвокат. – 2014. – № 5. – С. 19–22.
34. Карайчева, О. В. Деловая репутация как объект гражданских прав [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Карайчева Ольга Владимировна. – Краснодар, 2014. – 211 с. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.
35. Карайчева, О. В. Повышение эффективности применения гражданско-правовых способов защиты деловой репутации / О. В. Карайчева // Актуальные проблемы развития гражданского права и процесса на современном этапе. – 2015. – С. 495–501.
36. Карасик, Л. В. Проблемы защиты деловой репутации юридических лиц и пути решения [Электронный ресурс] / Л. В. Карасик, Н. В. Полянская // Территория науки. – 2013. – №5. – С. 124–130. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.
37. Кванина, В. В. Компенсация репутационного вреда как способ защиты юридического лица / В. В. Кванина // «Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2016. – № 4. – С. 108–112.

38. Козлова, Н. Проблема компенсации «нематериального» вреда, причиненного юридическому лицу / Н. Козлова // Корпоративный юрист. – 2006. – № 2. – С. 34–35.
39. Колосова, В. И. Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны [Электронный ресурс] / В. И. Колосова, Т. Ю. Вавилычева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011. – № 3 (1). – С. 258–266. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.
40. Красавчикова, Л. О. Понятие и система личных неимущественных прав граждан в гражданском праве Российской Федерации [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Красавчикова Лариса Октябриевна. – Екатеринбург, 1994. – 199 с. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.
41. Красавчикова, Л. О. Личные неимущественные права граждан / Л. О. Красавчикова // Гражданское право : учебник в 2 т. Т. 1. 2-е изд. перераб. и доп. / Б. М. Гонгало. – М. : Статут, 2017. – Гл. 9. – С. 148–171.
42. Курс лекций по теории государства и права / В. М. Шафиров, И. Д. Мишина, А. А. Рудаков, В. Ю. Панченко, А. А. Петров, Е. М. Шайхутдинов. – Красноярск. – 253 с.
43. Малеина, М. Н. Личные неимущественные права граждан (понятие, осуществление и защита) : автореф. дис. ... д-ра. юрид. наук : 12.00.03 / Малеина Марина Николаевна. – М., 1997. – 431 с.
44. Михалевич, Е. В. Опровержение и ответ как внесудебные способы защиты чести, достоинства и деловой репутации общественных и политических деятелей [Электронный ресурс] / Е. В. Михалевич // Юридический мир. – 2013. – № 4 (196). – С. 54–57. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.
45. Мишина, Л. А. Удаление и опровержение информации в сети Интернет [Электронный ресурс] / Л. А. Мишина, А. И. Миронова // Управление в социальных и экономических системах. – 2015. – С. 545–552. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>
46. Наумейко, А. В. К вопросу о понятии «репутационный» вред юридического лица [Электронный ресурс] / А. В. Наумейко // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. – 2012. – № 6. С. 104–105. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>
47. Ожегов, С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов; Под общ. Ред. Проф. Л.И. Скворцова. – М. : ООО «Издательский дом «ОНИКС 21 век» : ООО «Изд-во «мир и Образование», 2004. – 896 с.
48. Осадчая, О. Репутационный вред как последствие умаления деловой репутации юридического лица / О. Осадчая // Право и жизнь. – 2008. – № 99/9. – С. 18–25.
49. Парыгина, Н. Н. О критериях определения размера компенсации нематериального вреда юридическому лицу / Н. Н. Парыгина, Е. Л.

Невзгодина // Вестник Омского ун– та. Право. – 2016. – № 3 (48). – С. 118–121.

50. Переверзев, А. С. Специальные способы защиты нарушенных личных неимущественных прав / А. С. Переверзев, Е. К. Хубецова // Вестник Есентукского института управления, бизнеса и права. – 2015. – № 10. – С. 74–76.

51. Петровнева, А. В. Гражданко–правовые способы защиты деловой репутации по действующему Гражданскому кодексу Российской Федерации / А. В. Петровнева // Вестник Евразийской академии административных наук. – 2012. – № 1. С. 94–101.

52. Петров, В. Деловая репутация: ужесточение ответственности за неисполнение судебных актов [Электронный ресурс] / В. Петров, С. Матюшов // – 2018. – С. 1–8. – Режим доступа: <https://www.vegaslex.ru>

53. Петров, В. Как защитить репутацию компании в суде? Новые разъяснения ВС РФ [Электронный ресурс] / В. Петров. – С. 62–65. – Режим доступа: <https://www.vegaslex.ru>.

54. Потапенко, С. В. Значение понятия деловой репутации для подведомственности дел по ее защите / С. В. Потапенко // Законодательство. – 2014. – № 12. – С. 44–49.

55. Потапенко, С. В. Судебная защита от диффамации в СМИ [Электронный ресурс] / С. В. Потапенко // Труды по интеллектуальной собственности. – 2000. – № 1. – С. 48–51. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>

56. Селина, А. А. Замена или отзыв документа, содержащего порочащие сведения как форма реализации опровержения / А. А. Селина // Интеллектуальный потенциал XXI века. – 2016. – С. 112–115.

57. Селина, А. А. Некоторые вопросы применения опровержения как способа защиты чести, достоинства и деловой репутации граждан / А. А. Селина // Проблемы теории и практики современной науки. – 2016. – С. 156–161.

58. Селина, А. А. Способы защиты чести, достоинства и деловой репутации, направленные на пресечение дальнейшего распространения порочащих сведений [Электронный ресурс] / А. А. Селина, Ю. В. Холоденко // Юрлингвистика. – Барнаул, 2016. – № 5. – С. 80–87. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

59. Сергеев, А. П. Гражданское право: учебник в 3 т. Т. 1 / А. П. Сергеев, Ю. К. Толстой. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 765 с.

60. Скловский, К. И. Об ответственности средств массовой информации за причинение вреда деловой репутации [Электронный ресурс] / К. И. Скловский // «Хозяйство и право». – 2005. – № 3. – Режим доступа: <http://center-bereg.ru>.

61. Смолина, Л. В. Защита деловой репутации организаций / Л. В. Смолина. – М., 2012. – 160 с.

62. Собко, Т. С. Право юридических лиц на гражданско-правовую защиту деловой репутации [Электронный ресурс] / Т. С. Собко // Законность

и правопорядок в современном обществе. – 2011. – № 3. – С. 107–109. – Режим доступа: <http://www.cyberleninka.ru>.

63. Соколова, О. В. В защиту деловой репутации / О.В. Соколова // Информационный бюллетень «Экспресс – бухгалтерия». – 2016. – № 12. – С. 12–17.

64. Суржик, А. Ф. Правовое регулирование защиты чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве РФ / А. Ф. Суржик. – М. : ТрансЛит, 2007. – 192 с.

65. Суржик, А. Ф. Проблемы правового регулирования институтов чести, достоинства и деловой репутации в гражданском праве Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Суржик Александр Феодосьевич. – М., 2006. – 199 с.

66. Тимерханов, А. А. Деловая репутация юридического лица [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Тимерханов Артур Анварович. – М., 2012. – 176 с. – Режим доступа: <http://law.edu.ru>.

67. Тихомиров, М. Ю. Защита чести, достоинства и деловой репутации: новые правила / М. Ю. Тихомиров. – М., 2014. – 48 с.

68. Тюленев, И. В. Защита чести, достоинства и деловой репутации по российскому и международному законодательству [Электронный ресурс] : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Тюленев Игорь Викторович. – М., 2010. – 48 с. – Режим доступа: <http://www.dslib.net>.

69. Тяпухин, С. В. О защите деловой репутации / С. В. Тяпухин // Торговля : бухгалтерский учет и налогообложение. – 2014. – № 2. С. 50–60.

70. Ульянова, О. А. Неимущественные способы защиты деловой репутации юридических лиц / О. А. Ульянова // Международный научно – исследовательский журнал. – 2015. – № 10 – 1 (41). – С. 102–106.

71. Фроловский, Н. Г. Защита деловой репутации юридического лица / Н. Г. Фроловский // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2012. – № 4. С. 48–52.

72. Шерстобитов, А. Е. Понятие и виды личных неимущественных прав / А. Е. Шерстобитов // Российское гражданское право. Общая часть. Вещное право. Наследственное право. Интеллектуальные права. Личные неимущественные права : 4-е изд., в 2 т. Т. 1 / Е. А. Суханов. – М. : Статут, 2015. – Гл. 27. – С. 588–595.

73. Шишенина, А. В. Условия наступления ответственности по делам о защите чести и достоинства граждан / А. В. Шишенина // Адвокат. – 2008. – № 7. – С. 104–108.

74. Эрделевский, А. М. Диффамация / А. М. Эрделевский // Законность. – 1998. – № 12. – С. 11–15.

75. Эрделевский, А. М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А. М. Эрделевский. – М. : ВолтерсКлювер, 2004. – 320 с.

76. Эрделевский, А. М. О правовой природе деловой репутации [Электронный ресурс] / А. М. Эрделевский. – Режим доступа: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/26254>.

77. Эрделевский, А. М. Право на опровержение и исковая давность: Комментарий, подготовленный для СПС "КонсультантПлюс" 9 января 2002 г. [Электронный ресурс] / А. М. Эрделевский // Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Судебная практика:

78. По делу «Компания Комингерсол С.А.» против Португалии [Электронный ресурс] : решение Европейского Суда по правам человека от 06.04.2000 // Вестник ВАС РФ. – 2001. – № 2. – Режим доступа: <https://www.lawmix.ru>.

79. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Шлафмана Владимира Аркадьевича на нарушение его конституционных прав пунктом 7 статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс] : определение Конституционного Суда РФ от 04.12.2003 № 508-О // Вестник Конституционного Суда РФ. – 2004. – № 3. – Режим доступа: <https://pravo.gov.ru>.

80. По делу о проверке конституционности положений пунктов 1, 5 и 6 статьи 152 Гражданского кодекса РФ в связи с жалобой гражданина Е.В. Крылова [Электронный ресурс] : постановление Конституционного Суда РФ от 09.07.2013 № 18-П // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>/

81. Обзор практики разрешения арбитражными судами споров, связанных с защитой деловой репутации [Электронный ресурс] : информационное письмо Президиума ВАС РФ от 23.09.1999 № 46 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

82. Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации [Электронный ресурс] : утв. Президиумом Верховного Суда РФ 16.03.2016 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

83. О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами законодательства об экспертизе [Электронный ресурс] : постановление Пленума ВАС РФ № 23 от 04.04.2014 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

84. О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц [Электронный ресурс] : постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 № 3 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

85. Определение судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 17.08.2015 № 308-ЭС15-6751. // Справочная правовая система «Гарант»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

86. Определение Арбитражного суда Свердловской области от 19.04.2013 по делу № А60– 52109/2012 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

87. Определение Ленинск-Кузнецкого городского суда по гражданскому делу от 26.05.2014 № 2-1886/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

88. Постановление седьмого Арбитражного апелляционного суда от 26.11.2013 по делу № А27-3840/2013 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

89. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 31.10.2018 по делу № А67-8431/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

90. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 22.11.2013 № Ф05-14721/2013 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

91. Постановление Арбитражного суда Поволжского округа от 20.07.2018 по делу № А57-15057/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

92. Решение Арбитражного суда Красноярского края от 02.08.2018 по делу № А33-3901/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

93. Решение Арбитражного суда Красноярского края от 30.08.2018 по делу № А33-10190/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

94. Решение Арбитражного суда республики Бурятия от 19.06.2018 по делу № А10-3167/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

95. Решение Арбитражного суда республики Карелия от 12.10.2018 по делу № А26-10168/2017 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

96. Решение Арбитражного суда Свердловской области от 18.10.2018 по делу № А60-19080/2018 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

97. Решение Арбитражного суда Тульской области от 24.07.2014 по делу № А68-4311/2014 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ. – Режим доступа: <http://www.sudact.ru>.

Приложение А

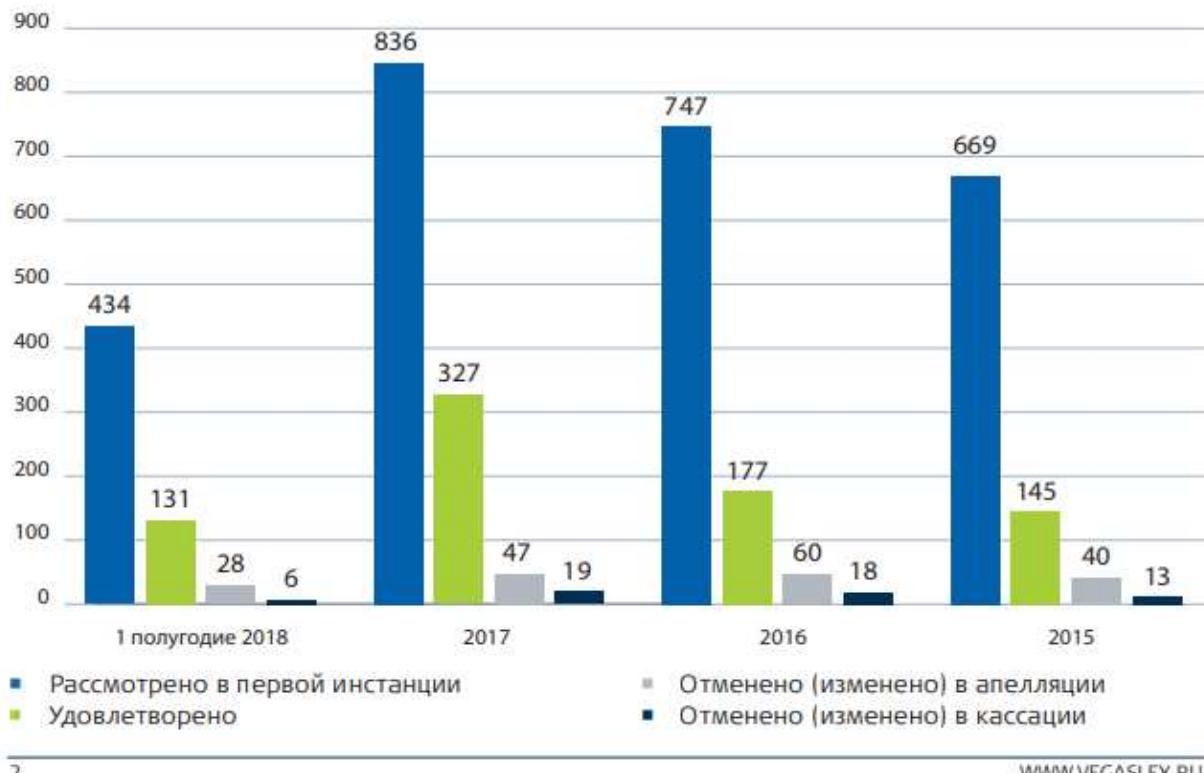


Рисунок 1. Результаты рассмотрения арбитражными судами дел о защите деловой репутации¹

¹ Петров, В. Деловая репутация: ужесточение ответственности за неисполнение судебных актов [Электронный ресурс] / В. Петров, С. Матюшов // 2018. С. 2. – Режим доступа: <https://www.vegaslex.ru>

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Юридический

институт

Гражданского права

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Н.Ф. Качур

подпись инициалы, фамилия

« 10 » июне 20 19 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

40.03.01. Юриспруденция

Защита деловой репутации юридического лица

Научный руководитель


30.05.19
подпись, дата

к.ю.н., доцент

должность, ученая степень

Е.Н. Петрова

иинициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

П.А. Овочкина

иинициалы, фамилия

Красноярск 2019